

## **Cahier de vacances**

**Première => Terminale**

-

**Management**

**Sciences de Gestion et Numérique**

**Et**

**Droit et Économie**

-

### **Consignes :**

Ce dossier composé de trois parties (11 pages) est à traiter en intégralité pour la rentrée. Il porte sur des notions étudiées en première et aborde aussi quelques notions de classe de terminale.

Le travail sera vérifié et la correction se fera en classe dès la rentrée.

-

### **N.B. :**

. Le baccalauréat se prépare sur 2 ans c'est-à-dire que vous pourrez être interrogés sur des notions de classe de première comme de terminale. De fait, il convient de ne pas égarer vos cours de cette année et de les revoir régulièrement.

### **Important :**

. Vous serez évalués sur le programme de première dès septembre (DST).

-

### **Sources :**

Pour la première partie : Management, première, Nathan Réflexe, 2019

Pour la deuxième partie : Sciences de Gestion et Numérique, Fontaine Picard, 2024 et les auteurs

Pour la troisième partie : CRCOM - Thibault et les contrats\_eleve.docx - Anne-Bénédicte Branly

## Première partie : Partie Management

### **C'est qui le patron ?!**

La réussite d'une organisation peut reposer sur des choix stratégiques basés sur l'éthique et la transparence.

**A l'aide de vos connaissances et des annexes 1 à 3, vous analyserez la situation de management proposée en répondant aux questions suivantes :**

1. Repérez les finalités de l'organisation « C'est qui le patron ?! ».
2. Identifiez la stratégie de domaine de l'organisation « C'est qui le patron ?! ».
3. Relevez la modalité de croissance retenue par l'organisation « C'est qui le patron ?! ».
4. Repérez les impacts des technologies numériques dans ses choix stratégiques.
5. Repérez les enjeux de la transparence pour l'organisation « C'est qui le patron ?! ».

#### **ANNEXE 1 Principe de « C'est qui le patron ?! »**

*Interview de Nicolas Chabanne, fondateur de la SAS « C'est qui le patron ?! »*

**Rappelez-nous le principe de « C'est qui le patron ?! »**

La marque est née d'une volonté des consommateurs de soutenir les producteurs en décidant collectivement de ce qu'ils mettent dans leur assiette. L'objectif est de rester maître de notre alimentation. C'est pour cela que nous avons lancé une plate-forme Internet où chacun peut déterminer le cahier des charges précis des produits, tous équitables et responsables, qu'ils retrouveront quelques semaines plus tard en magasin. Nous avons commencé fin 2016 par le lait, en réponse à la crise du prix de ce produit.

**Où en êtes-vous deux ans plus tard ?**

Notre coopérative compte 7 000 sociétaires, 18 familles de produits équitables et 5 millions de clients. On tablait sur 10 millions de briques de lait vendues, on en est à 65 millions. Dans le domaine alimentaire, jamais un nouveau produit n'a connu le succès dans de telles proportions. Et cela sans commerciaux, ni campagne de pub.

**Comment fonctionne votre coopérative ?**

Les sociétaires donnent régulièrement leur avis en ligne pour créer des produits éthiques à développer en accord avec des agriculteurs, fabricants et éleveurs prêts à les produire. Chaque sociétaire a une voix et chaque décision (choix des produits à développer, composition, cahier des charges, rémunération des producteurs, prix final du produit...) est prise à la majorité des suffrages exprimés en ligne et contrôlée par les consommateurs. La coopérative se rémunère en prélevant 5 % sur les ventes réalisées et 2 % sur les produits labellisés.

**Comment contrôlez-vous le respect des cahiers des charges par les producteurs et éleveurs ?**

Les sociétaires, organisés par groupes, vérifient eux-mêmes le respect de chaque point du cahier des charges chez les fabricants et les producteurs. Des centaines de volontaires se proposent et ces visites nous permettent de savoir où va notre argent. Dernièrement, nous sommes allés chez un des éleveurs de poules pondeuses certifier la qualité et la tenue du cahier des charges voté. Nous vérifions aussi que la rémunération équitable fixée arrive bien jusqu'aux producteurs.

D. Denuit, *Le Parisien*, 10 septembre 2018.

## ANNEXE 2 Le développement de « C'est qui le patron ?! » (suite de l'interview)

### Où en sont vos relations avec la grande distribution ?

[...] Certains nous ont vus comme un ovni, mais très vite, tout le monde a compris que cette volonté des consommateurs de participer à la création des aliments avait du sens. Carrefour a été le premier à relayer l'initiative et, aujourd'hui, tous les distributeurs la soutiennent. [...] Ce soutien hors normes en si peu de temps tient au succès rencontré par les produits eux-mêmes.

### Quels sont les futurs produits en cours de développement ?

On élabore le cahier des charges de futures saucisses de qualité pour soutenir les producteurs de porc, en grande difficulté. Nous allons aussi bientôt proposer de voter en ligne le cahier des charges d'un coulis de tomates, d'un poulet équitable et de l'emmental. En rayon, on devrait bientôt trouver du miel [déjà présent chez Intermarché - NDLR], du beurre de haute qualité, des sardines, de la farine, du vin, et même du chocolat.

### Vous venez de lancer un label et une application pour smartphone : n'est-ce pas du marketing ?

Pas du tout. Le label que nous lançons vise à inciter les fabricants à muer encore plus vite vers la création et la production d'aliments sains et responsables. Beaucoup de grands groupes industriels ont pris conscience du virage opéré avec notre marque et nous demandent de les accompagner ! On discute avec des dizaines de grandes marques qui nous ont appelés, comme Danone ou Bel. Chaque cas sera étudié et voté collectivement et rien ne se fera sans le même niveau de transparence et de contrôle que pour les produits « C'est qui le Patron ?! ». Si ce label nous permet de faire naître chez eux une nouvelle génération d'aliments plus éthiques et de qualité, pourquoi s'en priver ? Nous serons très vigilants sur les contrôles et nous ne labellerons pas la totalité des produits soumis à label, c'est certain.

### Et l'application ?

Elle a été créée par un sociétaire. C'est une demande de nos internautes afin de savoir où trouver nos produits et mieux inciter les distributeurs à les référencer. Depuis son lancement début septembre, plus de 12 000 demandes ont été envoyées aux directeurs des magasins par le biais de l'option de message automatisé.

### À quand un magasin « C'est qui le patron ?! » ?

Il reviendra un jour aux consommateurs et sociétaires d'en décider. Rien ne se fera autrement que collectivement.

D. Denuit, *Le Parisien*, 10 septembre 2018.

## ANNEXE 3 Le pari de la transparence

Pour assurer une transparence et une traçabilité des produits, plusieurs contrôles sont effectués par les groupements de producteurs, des experts indépendants mais aussi les consommateurs. « *On va mettre en place des tests de plusieurs niveaux, notamment dans le lait, pour voir s'il n'y a pas d'OGM* », explique Nicolas Chavanne.

Dans le cas d'un autre produit, la pizza « C'est qui le patron ?! », tout juste lancé, le produit doit être composée de fromages labellisés (comté AOP, raclette et emmental Label Rouge), de purée de tomates d'origine France ou encore de farine française. « *Les consommateurs ont été choqués par le scandale de la viande de cheval dans les lasagnes. Ils veulent savoir ce qu'ils mangent, d'où cela provient, qui le produit et comment.* » Deux nouveaux produits sont en cours d'élaboration : le beurre bio et la compote de pommes. [...] L'objectif est que chaque grande famille de produits possède son équivalent dans la marque des consommateurs.

M. Fabre, [www.novethic.fr](http://www.novethic.fr), 10 mai 2017.

### Comment se fait la répartition du prix du litre de lait ?



- **C'est qui le Patron ?!** : une SAS chargée de faire les études de marché, d'établir les cahiers des charges, de rechercher les agriculteurs, de les accompagner et de suivre la commercialisation des produits ;

- et la **Société des Consommateurs** : une Société Coopérative d'Intérêt Collectif qui choisit les produits, assure le lien avec les consommateurs, contrôle et garantit que les produits sont conformes à leurs attentes.

## Deuxième partie : Partie Sciences de Gestion et Numérique

### Activité 1 : Fixation du prix à partir du coût

Bienvenue chez "Le French Burger", un restaurant fast-food au cœur d'Aix en Provence dirigé par Mehdi et Julie. Réputé pour ses délices gastronomiques fusionnant l'héritage culinaire français avec le confort et la rapidité du service à emporter.

Situé sur une charmante rue pavée, entre une boulangerie traditionnelle et le vieux Port de Marseille, "Le French Burger" attire les passants avec son enseigne colorée et son ambiance animée. Les clients sont accueillis par l'odeur alléchante du pain fraîchement cuit et des sauces maison qui s'échappent de la cuisine ouverte, où une équipe de cuisiniers talentueux s'affairent à préparer des burgers savoureux et des frites croustillantes.

Le « French Burger » souhaite proposer à leur client un menu atypique « Le Champion » au prix de 14€, comprenant un burger composé d'un steak de 160 grammes avec un filet de poulet fris, accompagné de frites maisons, d'une boisson et d'un dessert. Afin de s'assurer que ce choix soit supportable par le restaurant, les dirigeants décident de calculer le coût de ce menu qu'ils souhaitent faire figurer à la carte.

#### Document 1 : La liste des ingrédients et tarifs des produits du menu « Le Champion »

- Pain burger brioché (1 € l'unité)
- 110 grammes de filet de poulet pané frit (8 € le kilos)
- 160 grammes de steak de bœuf charolais (14 € le kilos)
- Crudités (0,30 €)
- Tranches de fromages (0,50 €)
- Sauces maison (0,30 €)
- Une boisson (0,25 €)
- 250 grammes de pomme de terre (2 € le kilos)
- 1 dessert (0,80 €)

#### Document 2 : Le coût d'achat du menu « Le Champion)

ÉLÉMENT DU CALCUL	MONTANT EN EUROS
Filet de poulet	
Steak de bœuf charolais	
Pain burger	
Crudités	
Tranche de fromage	
Sauce maison	
Boisson	
Pomme de terre	
Dessert	
Frais d'achat	
COÛT D'ACHAT	

#### Questions :

- 1) À partir des données du document 1, calculez le coût d'achat des aliments nécessaires à la réalisation du menu « Les Champions »

- 2) Précisez ce que représente les 0,50€ de frais d'achats.
- 3) Repérez les éléments qui composent un coût d'achat en général.
- 4) Complétez le calcul du coût de revient de ce menu (document 3).

**Document 3 : Le coût de revient d'un menu**

ÉLÉMENT DU CALCUL	MONTANT EN €
Coût d'achat des matières premières	
Autres frais divers	0,10€
Loyer	1€
Intérêts des emprunts	0,30€
Main d'œuvre	2,50€
COÛT DE REVIENT	

- 5) Évaluez la marge brute réalisée par le « French Burger » sur ce menu. Commentez.

Une semaine après son lancement, Mehdi et Julie annonce avoir vendu 230 menus « Le champion ».

- 6) Déterminez la marge hebdomadaire de ce menu. Apprécier la rentabilité de ce dernier à partir de son taux de marge.

**Activité 2 : Établir la relation prix-coût-qualité à la cantine**

Vous êtes membre du CVL (Conseil de la vie lycéenne) d'un lycée, et vous êtes chargé d'étudier la relation prix – coût – qualité des repas effectués au self. En effet, les parents trouvent la cantine chère, les élèves se plaignent parfois de la qualité des repas ; le lycée s'interroge sur le gaspillage des usagers. Pour répondre aux questions de chacun, vous allez étudier le fonctionnement du self de votre lycée qui accueille chaque jour 800 personnes. Le proviseur vous a déjà précisé que le lycée veille énormément à l'hygiène, car des contrôles sont fréquemment réalisés, ainsi qu'à la diététique des repas.

Cette année, les parents paient en moyenne, 4,63 € par repas...

**Document 1 : Détails de coûts**

Éléments	Montant
Denrées alimentaires	2,04€
Coût du personnel	3,62€
Autres frais (eau, électricité...)	0,63€
Investissements (bâtiments, équipements...)	1,66€
Coût de revient d'un repas	7,95€

**Document 2 : Définition de qualité**

La qualité est définie par l'AFNOR : « Un produit ou service de qualité est un produit dont les caractéristiques lui permettent de satisfaire les besoins exprimés ou implicites des consommateurs ».

### Document 3 : Témoignage d'élève

Grégoire L.	« La qualité se dégrade au fil des mois et quand on en demande la raison, on nous répond que les prix des denrées ont augmenté. Quant à aller grignoter à l'extérieur, tous ne peuvent pas se le permettre.
Louisa.S	« Ce qu'on mange est bon. Mais si on veut manger, il vaut mieux venir avant 12 heures ».
Roman.R	« On a toujours eu des plats chauds, mais on n'avait pas de choix. L'argument du lycée, c'est d'éviter le gaspillage ».
Laura.C	« Des jours, c'est bien ; d'autres, c'est carrément infect. Je regrette l'école primaire... pour sa cantine ».
Emilie.M	« La nourriture laisse à désirer, la qualité en particulier, des plats huileux et répétitifs, c'est toujours pareil, on nous met en avant des questions de budget. C'est d'autant plus difficile à vivre pour les internes qui quelquefois mangent rien du repas de midi ».

#### Questions :

- 7) Repérer les éléments de coûts dénoncés par les témoignages d'élèves.
- 8) Donnez une définition de la valeur perçue et citez les indicateurs qui permettent de la mesurer.

## Troisième partie : Partie Droit et Économie

### **Thibault et les contrats**

Thibault Dubois aura 17 ans la semaine prochaine. Il a pensé à des cadeaux d'anniversaire. Il n'est pas satisfait de son forfait de téléphone actuel et souhaiterait que ses parents lui offrent un forfait plus adapté car il aime échanger avec ses amis : sms, mms, appel et surfer des heures sur le net. Après avoir comparé les différentes offres des opérateurs, Thibault demande à sa mère Valérie de souscrire un forfait proposé par la société VIOLET.

- 1. Qualifiez juridiquement le contrat et les parties.**
- 2. Repérez les trois conditions de validité de tout contrat**
- 3. Définissez ce qu'est le consentement et indiquez les trois vices qui peuvent altérer un consentement**
- 4. Expliquez pourquoi le nom de la mère de Thibault apparaît sur le contrat**
- 5. Vérifiez si le contrat est valable en utilisant la méthode de l'argumentation juridique**
- 6. Indiquez les obligations des parties au contrat**

Par ailleurs, Thibault adore le football. Ses parents souhaiteraient lui faire plaisir et lui offrir un maillot de football de la dernière coupe de monde porté et dédié par son joueur favori Hugo Lloris. Son père mène une recherche sur des sites de vente entre particuliers et trouve l'annonce suivante « Porté et signé par Hugo Lloris - capitaine de l'équipe de France et gardien de but incontournable grâce à un palmarès hors du commun - la dédicace du numéro 1 des bleus, fait de ce maillot, un objet d'exception. » Prix 200 euros. Le père de Thibault contacte le vendeur qui confirme par e-mail l'authenticité du maillot et de la signature. Or lors de la réception du maillot, Thibault est déçu, la taille ne correspond pas à celle portée par son idole et la signature est un gribouillis illisible ne ressemblant pas à la signature habituelle du joueur. Il estime que le maillot n'est pas celui de son joueur préféré.

- 7. Montrez que l'engagement conclu est un contrat.**
- 8. Identifiez la condition de validité non remplie**
- 9. Déduisez-en la conséquence juridique au niveau du contrat**
- 10. Présentez les arguments juridiques que le père de Thibault pourrait invoquer pour faire valoir ses droits.**

## Annexe 1 : Le contrat de téléphonie Violet Mobile

---

**V I O L E T**



**M O B I L E**

**CONTRAT D'ABONNEMENT VIOLET MOBILE Numéro 3088855 Exemple Client**

---

### COORDONNEES CLIENT TITULAIRE DU CONTRAT ET ADRESSE DE FACTURATION

---

Nom: DUBOIS Prénom: Valérie

Adresse: 2 rue de la Victoire Code postal: 59000 Ville: LILLE

Téléphone. 0320XXXXXX Email: duboisval59@gmail.com (Nécessaire pour profiter de tous les avantages de la facture électronique)

Date de Naissance: 23-10-1969 Pays de naissance : France

---

### PIECES JUSTIFICATIVES (Joindre le justificatif)

---

(...)

---

### ABONNEMENTS ET SERVICES

---

Durée : 24 mois Prix : 15,99 euros par mois

Forfait Xtra Appels/SMS/MMS illimités en France métropolitaine.

Appels illimités vers fixes 100 destinations

SMS illimités depuis Europe et DOM

Internet 4G : 50Go (Débit réduit au-delà)

Appels/Internet depuis UE, USA et DOM (50j/an/destination)

- Je souhaite être prévenu de la mise à disposition de ma facture par SMS au numéro qui va m'être attribué

---

### PAIEMENT

---

- Paiement de l'abonnement mensuel par prélèvement automatique.  
(Changement de mode de paiement possible en contactant le Service Client après l'activation de votre ligne)

---

### PORTABILITE

---

Rio:  
Tranche horaire: 11

Msisdn :  
Date de portage: 0000-00-00

---

### SIGNATURE

---

"Je certifie exactes, sous peine de nullité, les informations figurant sur le présent document. Je reconnais avoir reçu et avoir pris connaissance des conditions d'abonnement Violet Mobile ainsi que des tarifs et services applicables aux offres souscrites et les accepte sans réserve." "Conformément à loi Informatique et Liberté du 6 janvier 1978, je dispose d'un droit d'accès et de rectification, d'opposition à communication et de suppression de mes données personnelles à l'adresse figurant à l'article 9 des conditions générales d'abonnement Violet Mobile."

Date : 20/09/XXXX

Nom : DUBOIS

Signature :

## Ressources juridiques

### Document 1 : Extraits du code civil –

**Article 1101-1** du code civil : le contrat est un accord de volontés entre deux ou plusieurs personnes destiné à créer, modifier, transmettre ou éteindre des obligations.

#### **Article 1104 du code civil**

Les contrats doivent être négociés, formés et exécutés de bonne foi.  
Cette disposition est d'ordre public.

#### **Article 1128 du code civil**

Sont nécessaires à la validité d'un contrat :

- 1° Le consentement des parties ;
- 2° Leur capacité de contracter ;
- 3° Un contenu licite et certain.

### Document 2 : Les vices de consentement

Pour exister, le consentement doit être intègre, exempt de vice qui peut altérer le consentement.  
L'erreur, le dol ou la violence sont des vices de consentement.

**L'erreur** est une représentation inexacte de la réalité. Par exemple : je commande un bijou que je crois en or mais il est en vermeil.

**Le dol** est le fait pour un contractant d'obtenir le consentement de l'autre par des manœuvres et des mensonges. Le dol incite l'autre personne à contracter. Par exemple : le vendeur me fait croire que le bijou est en or alors qu'il est en vermeil.

**La violence** est un consentement donné sous contrainte : une personne s'engage sous la pression d'une contrainte physique et/ou morale. La violence peut porter aussi bien sur les personnes que sur des biens  
Par exemple : j'achète le bijou sinon le vendeur menace de révéler des aspects de ma vie privée.

Pour entraîner la nullité du contrat, les vices du consentement doivent avoir un caractère déterminant.  
Leur caractère déterminant s'apprécie eu égard aux personnes et aux circonstances dans lesquelles le consentement a été donné.

Source : l'auteur ?

### Document 3 La capacité et le contrat de téléphone ou d'internet.

Pour conclure un contrat pour abonnement téléphonique ou internet, vous devez être majeur. Votre opérateur ou fournisseur doit vous fournir certaines informations obligatoires. Il ne peut pas vous imposer une durée de contrat illimitée. Un dépôt de garantie peut être exigé. Si vous êtes handicapé, vous devez bénéficier de services et produits adaptés.

#### **Âge pour être abonné**

Vous devez avoir au moins 18 ans pour signer un abonnement internet, téléphonique ou pour un service de télévision. Toutefois, vous pouvez signer un contrat pour votre enfant mineur (par exemple, pour un téléphone mobile). Vous serez reconnu comme abonné et votre enfant sera simple utilisateur. Vous serez responsable de ce contrat comme s'il s'agissait de votre propre téléphone (par exemple, en cas de dépassement de forfait).

[www.service-public.fr](http://www.service-public.fr)

#### **Document 4. : Les obligations des parties dans un contrat de téléphonie**

Votre contrat pour un abonnement téléphonique, internet ou de télévision fixe les obligations que votre opérateur et vous-même devez respecter [...].

Votre opérateur ou fournisseur d'accès à internet doit respecter ses engagements contenus dans le contrat. Si le service rendu ne correspond pas à celui prévu dans le contrat ou l'annonce de l'offre, il peut s'agir d'une pratique commerciale trompeuse. Par exemple, votre abonnement téléphonique vous donne accès à des SMS illimités.

Le professionnel a aussi une obligation de résultat dans la fourniture du service. Il est donc responsable des dysfonctionnements rencontrés lors de l'exécution des services, sauf s'il peut prouver que l'origine des pannes lui est extérieure. Par exemple, si votre connexion internet ne fonctionne pas.

Vous devez respecter les conditions contractuelles que vous avez acceptées. Vous devez payer les sommes facturées à la date prévue dès lors qu'elles correspondent aux prix et tarifs en vigueur dans votre contrat.

<https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F19061>

#### **Document 5. : Sanction en cas de vice de consentement**

Cour de cassation - chambre **civile 1**, **14 octobre 2015**

AU NOM DU PEUPLE FRANCAIS

Sur le moyen unique :

Attendu, selon l'arrêt attaqué (Reims, 10 juin 2014), que Mme X... a vendu, en 2007, à M. Rafik Z... un véhicule de type Porsche 996 Carrera 4, datant de 2005, qu'elle avait acheté d'occasion en 2006 ; qu'ayant appris, à l'occasion d'une opération d'entretien, que le véhicule avait été accidenté en 2005 et les réparations mal réalisées, M. Rafik Z... a assigné Mme X... en résolution de la vente pour vice caché puis a invoqué le dol commis par la venderesse qui lui avait caché l'existence de l'accident ;

Attendu que Mme X... fait grief à l'arrêt d'annuler la vente pour vice du consentement et de la condamner à verser diverses sommes à M. Rafik Z..., alors, selon le moyen, que l'élément intentionnel de la réticence dolosive suppose que soit établie la connaissance, par le vendeur, du caractère déterminant, pour l'acquéreur, de l'information retenue ; qu'en qualifiant de réticence dolosive le simple silence gardé sur l'existence d'un accident, suivi d'une réparation, ayant affecté le véhicule Porsche Carrera, tout en relevant que la venderesse ignorait les insuffisances de la réparation, et sans établir la volonté de Mme X... d'induire sciemment en erreur l'acquéreur sur un élément qu'elle pouvait tenir pour indifférent en l'état de son ignorance du caractère insuffisant de la réparation, la cour d'appel a privé sa décision de base légale au regard de l'article 1116 du code civil ;

Mais attendu qu'après avoir relevé que, certes, Mme X... ignorait que la remise en état du véhicule après l'accident survenu en 2005 avait été insuffisante, mais n'avait, cependant, jamais signalé à M. Rafik Z... que la voiture avait été accidentée alors qu'elle n'ignorait rien de cet état puisque, lorsqu'elle avait acquis le véhicule à peine plus d'un an auparavant, le vendeur le lui avait signalé et lui avait remis les factures de réparation, et que, selon l'expert judiciaire, un sinistre, même parfaitement réparé, était de nature à entraîner une décote notable sur le marché des automobiles de sport haut de gamme, la cour d'appel a retenu qu'en vendant la voiture litigieuse pour un prix correspondant à la cote Argus d'un véhicule en parfait état, sans signaler l'existence d'un accident antérieur ni communiquer les documents

y afférents qui se trouvaient en sa possession, Mme X... avait commis une réticence dolosive qui avait eu pour conséquence de surprendre le consentement de M. Rafik Z... dans l'un de ses éléments déterminants ; qu'ayant ainsi fait ressortir le caractère intentionnel de cette réticence, la cour d'appel a légalement justifié sa décision ;

PAR CES MOTIFS :

REJETTE le pourvoi ;

#### **Document 6 : L'obligation de conciliation devant le tribunal d'instance**

- **LOI n° 2016-1547 du 18 novembre 2016 de modernisation de la justice du XXI<sup>e</sup> siècle**
- Titre II : FAVORISER LES MODES ALTERNATIFS DE RÈGLEMENT DES DIFFÉRENDS

##### Article 4

A peine d'irrecevabilité que le juge peut prononcer d'office, la saisine du tribunal d'instance par déclaration au greffe doit être précédée d'une tentative de conciliation menée par un conciliateur de justice, sauf :

1° Si l'une des parties au moins sollicite l'homologation d'un accord ;

2° Si les parties justifient d'autres diligences entreprises en vue de parvenir à une résolution amiable de leur litige ;

3° Si l'absence de recours à la conciliation est justifiée par un motif légitime.