Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Groupe Scolaire Anis	Année scolaire: 2016/2017
Filière: 2e SE	Matière: Economie et Organisation administrative des Entreprises

1er Semestre **Contrôle n° 1** **Temps alloué : 2 heures**

EXERCICE1 : 7,5 Points

Document 1 : Les engagements de l'entreprise :

Depuis près de 80 ans, Les Eaux Minérales d'Oulmès a fait fructifier la relation unique qui la lie aux consommateurs Marocains en leur offrant des eaux de très grande qualité. La société incarne aux yeux de tous les Marocains, une entreprise pionnière dans le secteur des eaux minérales, et a comme activités Exploitation d'une station thermale, production et distribution d'eaux minérales et boissons gazeuses. Elle est **Leader** incontesté du marché de l'eau, avec une offre complète et diversifiée.

Elle est une entreprise engagée économiquement et socialement, a fait du développement durable et social un des piliers de son projet d'entreprise. En plaçant le capital humain et la préservation de l'environnement au cœur de son développement, elle prend l'engagement de réduire son empreinte écologique et de réserver la nature. L'entreprise s'engage à assurer une qualité de produit irréprochable au consommateur final et à tisser des liens de fidélité et de confiance partagée avec l'ensemble de ses clients afin d'acquérir un **avantage concurrentiel**.

Document 2 : Les eaux minérales, un secteur en forte croissance

Le marché des eaux en bouteilles est en pleine croissance. Durant ces deux dernières années, la demande est passée de 300 à 450 millions de litres, soit une consommation moyenne de 15 litres par habitant et par an.

Les perspectives de développement de ce marché, estiment les professionnels, sont prometteuses et ceci est dû notamment au changement des habitudes de consommation et de style de vie des marocains. Néanmoins le secteur connait une rude concurrence concrétisée par la présence des produits d'importation (Evian et autres) et des entreprises locales (SOTHERMA et COCA COLA). Le secteur reste également influencé par la volatilité des prix des matières premières utilisées dans la production des emballages écologiques.

Document 3 : Des chiffres parlants

L'heure est à **l'innovation** chez les EMO, la société lance sur le marché une nouvelle bouteille 30% d'origine végétale sous la marque « Sidi Ali », la bouteille « Eco-freindly » a été fabriquée en partie de résidus de cannes à sucre et confirme ainsi son engagement écologique. Toutefois, l'entreprise voit son fonds de roulement basculer en rouge à moins de 173,é millions de DHS en 2012 contre 74,1millions en 2011.cet exercice a connu également le désengagement de l'entreprise de l'activité de boissons gazeuses(PEPSI). Ce retrait est vu de la part des spécialistes comme bénéfique.au lieu de garder une activité où elle manque

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

de compétitivité devant le géant de soft drink COCA COLA. En termes de résultats, la société devrait améliorer ses indicateurs financiers : la marge nette qui devrait se situer aux alentours de 9 à 10% du chiffre d'affaires pour les années 2015 et 2016.

Questions :

1) Préciser le métier et la mission de l'entreprise
2) Expliquer les termes soulignés.
3) Dégager les finalités de l'entreprise en précisant leur nature.
4) Dans un tableau présenter le diagnostic stratégique (analyse SWOT) de l'entreprise.
5) Rappeler l'intérêt du diagnostic stratégique.

EXERCICE 2 : 7 Points

Créée depuis une trentaine d'années, par feu Mohammed IBEN BRAHIM au centre de Casablanca, MAROC EMBALLAGE vient de s'installer, actuellement, dans la zone industrielle de sidi Bernoussi et elle s'étend sur une superficie de 3000m² couvert.

La conjonction de l'antériorité et de la longue expérience procure à MAROC EMBALLAGE une place parmi les leaders dans le domaine de l'impression et du packaging. Plus qu'un **métier**, c'est un héritage, une tradition que MAROC EMBALLAGE a su sauvegarder et développer au fil des années et d'une génération à une autre, en se dotant d'équipements de pointe et de talents porteurs de nouvelles idées.

L'essentiel de notre métier est basé sur l'impression d'emballage en carton plat et contrecollé, mais aussi des planches et des calendriers, des plateaux pâtissiers et des jeux de divertissement. Pour nous, fabriquer un emballage, commence par la recherche d'idées ou par la concrétisation d'idées qui paraissent abstraites et confuses mais que nous nous engageons à matérialiser en chef d'œuvre

Soucieuse de répondre aux normes de la qualité, MAROC EMBALLAGE s'est engagée dans un processus d'expansion et de rénovation, afin d'instaurer **un système de qualité** concordant aux exigences nationales et internationales. En effet, elle a entamé sa phase préparatoire de certification ISO 9001 version 2004.

L'expertise et l'habilité de son équipe, soutenues par des formations ajustées et adéquates font du **capital humain** de MAROC EMBALLAGE un fer de lance et une référence de distinction. MAROC EMBALLAGE emploie plus de 70 employés et collaborateurs dans les différentes phases de la chaîne graphique. Une part importante de son budget d'investissement est destinée à la formation, au recrutement et à l'évaluation des compétences.

Questions :

1) Expliquer les expressions en gras soulignés.
2) Relever le métier de base de la société MAROC EMBALLAGE
3) Énumérer les domaines d'activité de la société MAROC EMBALLAGE.
4) Relever les FCS de la société MAROC EMBALLAGE.
5) Citer et caractériser les finalités de la société MAROC EMBALLAGE.

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

A rendre avec la copie

EXERCICE 3: (1,5 pts)

Pour chaque ligne, barre l'intrus :

1) Diagnostic interne – opportunité – force – faiblesse – facteur clé de succès
2) Diagnostic externe – force – opportunité – menace-Objectifs
3) Analyse SWOT -Compétences –Forces - Faiblesses -Opportunités-Menaces

EXERCICE4 : (4 pts)

Propositions	V/F	Justification
1) La mission de l'entreprise est son savoir faire		
2) Les décisions tactiques portent sur le moyen terme		
3) Les forces de l'entreprise sont les atouts offerts par l'environnement		
4) Le but est résultat quantitatif à atteindre		
5) La qualité des produits est une opportunité.		
6) Les caractéristiques de l'environnement n'ont aucune importance dans le choix de la stratégie		
7) Motiver son personnel est une finalité sociétale		
8) Les décisions stratégiques sont réversibles		

Répondre par vrais ou faux. Justifier ?

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع