Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

LycéeAnisse : 2019/2018 2ème Bac GE EOAE

Semestre 2 « Contrôle n°1 » : Durée : 2H

Dossier N°1 : Stratégie et croissance

Document1.1 : Domaines d'activités d'Afric Industries

Afric Industries SA est l'une des principales sociétés de l'industrie de papiers abrasifs au Maroc. (...)
En 1989, la société étend son domaine d'intervention à l'industrie des rubans adhésifs pour l'emballage et le masquage. Toutefois, eu égard aux contraintes auxquelles fait face la société au sein du marché des rubans adhésifs, caractérisé notamment par une exacerbation* des pratiques commerciales informelles, cette dernière déploie actuellement une stratégie de sortie de cette activité qui génère une rentabilité économique structurellement négative.
En 2007, la société poursuit sa politique de diversification et se dote d'une nouvelle unité dédiée à la fabrication de produits de menuiseries en aluminium. Le lancement de l'activité « Menuiserie Aluminium » représente le fruit d'une réflexion stratégique menée par la société et ses actionnaires pour identifier les opportunités de développement d'une nouvelle branche de métier destinée à remplacer progressivement l'activité « Rubans Adhésifs ».
(*) Exacerbation : aggravation.

Document1.2 : Orientations stratégiques d'Afric Industries

La société mène une stratégie active visant le renforcement de son positionnement au niveau du marché des papiers abrasifs et le développement ainsi que la diversification de son activité de la menuiserie en aluminium.
Cette stratégie sera soutenue par le potentiel de croissance qui caractérise les secteurs d'activité correspondant aux deux principaux débouchés commerciaux des produits proposés par la société.
Les perspectives de croissance de ces secteurs stimuleront, par effet d'entraînement, le marché de la menuiserie en aluminium ainsi que celui des papiers abrasifs.
Le secteur immobilier, premier débouché commercial des papiers abrasifs et de la menuiserie aluminium, témoigne d'un potentiel de croissance probant. (...)
Au niveau du secteur de l'automobile, second débouché commercial de l'activité des papiers abrasifs, le taux de motorisation au niveau du Maroc, s'établit à des niveaux faibles comparativement aux économies voisines. Ce constat révèle le potentiel de croissance important du parc automobile, qui devrait s'inscrire dans une phase de développement soutenu entraînant une croissance des ventes de papiers abrasifs destinés aux professionnels de la réparation des carrosseries.

Source des documents : www.cdvm.gov.ma.

Document 1.3 : Axes stratégiques de développement des papiers abrasifs

Sur le marché des papiers abrasifs, la société adopte une stratégie de développement articulée autour de trois principaux axes :
▪ La consolidation de son positionnement d'acteur majeur, à travers notamment, un renforcement de la présence de ses marques au niveau du marché marocain grâce à la diversification de son portefeuille de clients et la fidélisation de ses clients actuels ;
▪ Le développement des ventes destinées aux marchés de l'export, notamment au niveau de l'Afrique de l'Ouest, et ce, à travers des partenariats avec des distributeurs locaux.

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

▪ L'éventuel lancement d'une nouvelle génération de produits abrasifs mécanisés à travers la conclusion de contrats de production avec des fabricants spécialisés et la commercialisation sous les marques détenues par la société.

Document 1.4 : Performance d'Afric Industries

Le résultat net 2012 a connu une progression de 6,5 % se chiffrant ainsi à 6,59 millions DH. De même, la marge nette s'est améliorée de 1,7% passant de 15,6 à 17,3% au titre de l'exercice 2012. Le Groupe a par ailleurs amélioré sa rentabilité opérationnelle, en atteignant un résultat d'exploitation de l'ordre de 7,13 millions DH contre 7,04 millions l'année précédente.

Source :Aujourd'hui le Maroc N° : 2879 Le 04/03/2013

Travail à faire N°1 (/10pts)		
N°	*Questions*	*Barème*
1	Préciser les métiers d'Afric Industries.	0.50 pt
2	Etablir le diagnostic stratégique de la société	1 pt
3	Expliquer lestermes: partenariat – Orientations stratégiques	1 pt
4	Montrer qu'Afric Industries adopte les stratégies suivantes : * Stratégie d'impartition ; * Stratégie de diversification stratégique; * Stratégie de dégagement ; * Stratégie d'internationalisation.	02 pts
5	Rappeler deux raisons de l'internationalisation.	0.50 pt
6	Relever dans le doc 1.4, deux indicateurs de croissance d'Afric Industries.	0,5 pt
7	a) Identifier, à partir des documents 1.3, unmode de croissance adopté par Afric Industries, justifier votre réponse ; b) Citerdeux avantages et deux limites pour cemode de croissance.	01 pt 01 pt
8	Expliquer la phrase en gras soulignée (Doc 1.2)	0,75 pt
9	Comparer les trois formes de concentration.	1 pt
10	Distinguer entre la stratégie de différenciation et la stratégie de domination par les couts.	0,75 pt

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Dossier N°2 : Gestion des Ressources Humaines

Document2.1 : Communication interne
Les actions de communication interne ciblent l'ensemble du personnel, pour les informer sur lesactivités et les performances de la société. Ces informations sont canalisées à travers des supportsécrits, multimédias, verbaux ..., et prennent la forme de :

- Réunions trimestrielles des cadres de la société pour discuter des évaluations de la performancecommerciale et de la productivité de la société ;
- Réunions avec les cadres, avec les délégués du personnel ou avec l'ensemble du personnel en vuede faire le point sur les réalisations des différents services, de se concerter sur le climat social oude présenter les principales lignes d'un changement de procédure opéré par la société;
- Notes de service et d'information ayant pour objectifs d'informer l'ensemble des collaborateurs sur les performances de la société et des éventuels problèmes rencontrés au niveau des ateliers de production, notamment en relation avec l'hygiène et la sécurité.

Document2.2 : Relations sociales
Les mesures disciplinaires sont régies par les législations en vigueur. Elles sont proposées par lesresponsables des services concernés et la décision revient à la Direction Générale.
Conformément au code du travail, la société dispose d'une instance représentative du personnel.**Dans le cadre de la politique de concertation qu'elle mène avec ses partenaires sociaux, la société ouvre des négociations périodiques avec les délégués de personnel.**

Source de tous les documents : www.cdvm.gov.ma.

Travail à faire N°2 (/06 pts)

N°	Questions	Barème
1	Relever dans les documents, les domaines de la GRH mis en œuvre par Afric Industries.	0.25 pt
2	Rappeler deux objectifs de la communication interne pour l'entreprise.	0,5 pt
3	Reproduire et compléter, à partir du doc 2.1, le tableau ci-dessous : Moyens de communication interne | Rôle |	1 pt
4	a) Expliquer la phrase en gras soulignée (Doc 2.2)	0,75 Pt
7	a) Préciser l'instance représentative du personnel chez Afric Industries ; b) Présenter son rôle dans le dialogue social.	0.50 pt 0.50 pt

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

8	Synthèse :Afric Industries mène une politique de concertation avec ses partenaires sociaux afin de prévenir les conflits sociaux. Rédiger une synthèse structurée en huit lignes maximum traitant les points suivants : • Les causes probables de l'apparition des conflits sociaux; • Les conséquences des conflits sociaux sur le fonctionnement d'Afric Industries ; • Les modes de résolution de ces conflits.	2,5 pt

Document 2.3 : Avis de recrutement

Responsable magasin

Mission : Assurer l'exploitation du magasin dont vous avez la charge afin de garantir la satisfaction des clients du magasin et la réalisation des objectifs économiques et commerciaux définis (résultat d'exploitation. Optimisation de ses stocks).
Pour cela vos **domaines de résultats** sont:Animation Commerciale, Exploitation / Gestion courante, Gestion des actifs du Magasin, Gestion des Hommes, Satisfaction Client, Suivi de la performance
Profil requis : De formation BAC+4/BAC+5 en commerce, vous justifiez d'une expérience probante de plus de 5 ans, **dont 3 ans (minimum) dans un centre de profit**, dans laquelle vous avez développé les compétences suivantes :

- Capacité à gérer l'actif de son magasin
- Capacité à organiser la gestion des stocks de produit
- Capacité à suivre et assister l'exécution des plans d'implantation
- Capacité à piloter la performance (reporting) de l'activité dans son périmètre et suivre les indicateurs…

Orientation service clients, Sens relationnel & de la communication, Initiative & Réactivité, Leadership, Développement des autres/Management des équipes, Adhésion aux valeurs de l'entreprise ; sont les atouts et facteurs clés de ce poste.
Si vous vous reconnaissez dans ce poste, rejoignez-nous!

www.Recrute.ma

T.A.F N3: 4 Pts

1. Relever deux qualités personnelles et deux qualités professionnelles recherchées dans l'avis de recrutement ;**(1 Pt)**
2. Relever les éléments principaux du profil de poste et celui du candidat recherché**(1 Pt)**
3. D'après vos connaissances personnelles, citer l'intérêt du recrutement pour l'entreprise**(0,5 Pt)**
4. D'après l'avis de recrutement, reproduire et compléter le tableau suivant : **(1,5 Pts)**

Mode de recrutement	Justification	Deux avantages	Deux limites

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع