Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Devoir surveillé n°4	Date : 22/03/2014
Matière : Economie et Organisation Administrative des Entreprises	**Coefficient :**
Branche : Sciences économiques et de Gestion	**Filière :** S.E
Professeur : H-YACHMI	**Durée :** 2 Heures

CARTE DE VISITE

Raison Sociale : Grands moulins Lissasfa
Adresse : quartier Lissasfa, route d'El Jadida, km 9 Casablanca
Capital social : 35 Millions de DHS
Démarrage de l'activité : 18 juillet 1996
Activité : Minoterie industrielle, Production et commercialisation des produits issus des céréales suivantes : Blé tendre, Blé dur, Orge
Adresse Email : gmsl.secretariat@hotmail.com
Site Web : www.sania.ma

DOSSIER N°1 : STRATEGIE ET CROISSANCE

Document n°1 : Les Moulins de Lissasfa se lancent dans la production de pâtes et couscous sous la marque Sania :

En activité depuis 1997, les Grands Moulins de Lissasfa, installés sur la route d'El Jadida, à Casablanca, ont décidé de diversifier leur activité en lançant une ligne de production de pâtes et de couscous. Quelque 70 MDH seront investis à Casablanca dans une usine d'une capacité de production de 70 t/jour qui sera opérationnelle à compter de juin 2008. Au total, 70 emplois seront créés.

Ce projet, qui s'inscrit dans une stratégie d'intégration verticale de l'entreprise, permettra à la minoterie de renforcer, selon Adil Ghazali, son DG, «le positionnement de la marque Sania, qui jouit déjà d'une grande notoriété sur le marché des farines à usage industriel et domestique». Outre le marché local, la production de la nouvelle unité sera exportée, notamment sur les marchés européen, américain et japonais, à l'instar des Grands Moulins de Lissasfa qui exportent de la farine en Libye et en Afrique subsaharienne.

La société veut aussi se renforcer dans la boulangerie

Les pâtes et les couscous seront bien sûr commercialisés sous la marque Sania et à un prix aligné sur celui de la concurrence, notamment Tria et Dari : entre 10 et 12 DH le kilo de couscous et entre 8 et 12 DH le kilo de pâtes.

Conquête de parts de marché et renforcement de la notoriété de la marque Sania sont les deux axes principaux de la stratégie d'intégration des Grands Moulins de Lissasfa. Ses responsables indiquent que l'entreprise réalise un chiffre d'affaires de 405 MDH, sans toutefois préciser leurs parts de marché. L'entreprise écrase 1,2 million de tonnes de blé par an pour la fabrication des farines.

L'intégration verticale de l'entreprise n'est cependant pas récente puisque les Grands Moulins de Lissasfa, pour être plus présents sur le marché, ont, dès 2004, procédé à un développement en amont en investissant dans les produits transformés. C'est ainsi qu'ils ont ouvert «Chez Daniel», boulangerie haut de gamme située dans le quartier des Hôpitaux, à Casablanca. Un positionnement renforcé par un **partenariat** avec l'enseigne française Festival des pains, qui compte 40 moulins et 3 800 points de vente à travers la France.

La croissance par la **franchise** est, selon les responsables de la société, une formule efficace pour s'assurer un niveau d'activité élevé. Aujourd'hui, la société prépare l'ouverture, pour 2008, de deux autres boulangeries, toujours à Casablanca, sur le boulevard Ghandi et dans le quartier du Maârif. L'investissement global est de 16 MDH, soit 8 millions pour chaque boulangerie.

Source : www.lavieeco.com du 21/12/2007

Travail à faire :

1) Expliquer les termes soulignés ;
2) Relever le métier de base des moulins Lissasfa ;
3) Définir un facteur clés de succès;
4) Dégager les facteurs clés de succès des moulins Lissasfa ;
5) Indiquer, en justifiant, les orientations stratégiques des moulins Lissasfa ;

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

6) Relever les indicateurs de croissance des moulins Lissasfa (deux indicateurs quantitatifs et deux qualitatifs) ;
7) Dégager le (s) mode (s) de croissance des moulins Lissasfa ; justifier.
8) Citer deux avantages du ou des mode (s) de croissance des moulins Lissasfa ;
9) Quelles sont les raisons qui poussent les entreprises à la concentration ?
10) Quelle est la forme de concentration réalisée par les moulins Lissasfa ? justifier.

DOSSIER N°2 : GESTION DES RESSOUCES HUMAINES

Document n°2 : Dans un contexte de crise, en quoi la GRH est-elle indispensable dans les PME ?

C'est en des moments difficiles qu'il devient nécessaire de puiser dans des sources sûres de compétitivité et de performance. Or, de nos jours, il est de plus en plus admis que les ressources humaines constituent la source principale de ce que nous qualifions «d'avantage concurrentiel durable». En effet, les ressources humaines appréhendées dans leur dimension « **compétence** » sont rares, inimitables, et surtout source d'innovation et de valeur ajoutée distinctive. Or, ce sont ces qualités qui font de nous jours la différence entre les organisations. Dans cette acception des choses, la PME qui réussira à mobiliser et à gérer efficacement ses ressources humaines, saura mieux dépasser les limites des difficultés actuelles.
Malheureusement, la gestion des ressources humaines est encore perçue par certains décideurs dans les PME comme de l'apanage des grandes entreprises. Elle est par ailleurs considérée davantage dans sa dimension « coût » que comme source de création de richesse ou comme un investissement à partir duquel on peut avoir un retour sur investissement.

Source : www.lematin.ma du 18/03/2013

Document n°3 : Comment peut fonctionner un service GRH dans une PME ?

Pour améliorer leur performance, les PME devraient veiller au minimum sur la mise en place des fondamentaux en matière de GRH qui se déclinent comme suit :
-La formation du personnel devrait s'appuyer sur une véritable ingénierie des besoins en formation et devrait s'accompagner par une offre de perspectives d'évolution pour les personnes qui démontreraient plus de compétence et plus d'efficacité suite à leur formation.
-La **motivation** basée sur une rémunération variable liée aux résultats et à la performance est aujourd'hui largement reconnue comme l'approche la plus fiable en matière de motivation. La difficulté réside, cependant, dans sa mise en œuvre : elle suppose en effet de pouvoir établir des critères objectifs d'intéressement aux résultats.
-La **communication interne** comme vecteur de mobilisation et de partage. Je tiens à souligner que dans ce sens, il ne s'agit pas seulement de la diffusion de l'information mais de la création d'espaces et de cadres d'échange et d'implication dans la prise de certaines décisions.
Quant au recrutement, sa professionnalisation pourrait passer par son externalisation. Cela se fait aujourd'hui même par de grandes organisations disposant de structures internes étoffées ce qui devrait pousser les PME à recourir à cette approche pour se libérer des volets les plus «externalisables» et se concentrer sur les dimensions ci-dessus mentionnées.

Source : www.lematin.ma du 18/03/2013

TRAVAIL A FAIRE:

1) Pourquoi considère-t-on les ressources humaines comme sources de compétitivité et de performance ?
2) Expliquer les termes et expressions soulignés ;
3) En quoi pourrait consister une politique d'investissement appliquée au capital humain?
4) Pourquoi est-il nécessaire à l'entreprise d'informer son personnel ?
5) Quelle est la stratégie à prendre par les PME pour faire face au recrutement ? justifier.
6) Rappeler l'importance du recrutement dans le cadre de la gestion prévisionnelle des emplois et compétence.

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع