Madarisy.com : مصدر هذا الملف هو موقع مدارسي

Devoir surveillé n°5	**Date : 23/04/2015**
Matière : Economie et Organisation Administrative des Entreprises	**Coefficient :**
Branche : Sciences économiques et de Gestion	**Filière :** S.E
Professeur : H-YACHMI	**Durée :** 2 Heures

N.B : 0,50 point est réservé à la bonne présentation de la copie.

DOSSIER N°1 : STRATEGIE ET CROISSANCE

Document n°1 : Présentation de BIM

Chaine de supermarchés ouverte en 1995 avec 21 magasins en Turquie est un Hard Discounter qui offre à ses consommateurs une centaine de produits avec des prix bas et une très bonne qualité de satisfaire leurs besoins tout en améliorant leur pouvoir d'achat.

Document n°2 : Choix du Maroc

Il y a plus d'une raison pour laquelle BIM est implanté au Maroc. Tout d'abord parce que la population –estimée à plus de 34 millions- est en grande partie une population jeune. Le niveau du revenu national et la richesse en ressources humaines représentent en eux-mêmes un très fort potentiel. Au Maroc il existe une classe moyenne qui devient de plus en plus puissante et un marché en croissance régulière. D'autre part, comparé aux autres pays de la région, le pays possède un niveau de développement supérieur aussi bien dans le secteur des ventes au détail que dans les services d'infrastructure.

Source : www.invest.gov.ma

Document n°3 : BIM et la concurrence

BIM Stores **inquiète les autres enseignes de la distribution moderne. Au Maroc comme en Turquie sa politique de prix « enrage » les concurrents locaux qui sont surtout intrigués par le « fonctionnement de ce modèle ». En effet, BIM est accusé de vendre ses produits à pertes (dumping) pour s'accaparer des parts de marché croissantes. On le soupçonne aussi de bénéficier de subventions du gouvernement turc pour exercer au Maroc. D'où une enquête ouverte par le ministère de l'industrie sur les pratiques réelles de cette firme et sur les risques qu'elle présente pour les industriels et les commerçants marocains.**

En attendant, les concurrents ne perdent pas de temps, Marjane a ouvert aussi dans le segment « superette discount » et Label vie sa marque « carrefour maxi » qui développe aussi l'optique discount.

Source : www.h24info.ma et l'économiste du 28/11/2014

Document n°4 : Les stratégies de BIM

L'assortiment proposé est limité aux produits de grande consommation. Ainsi, le hard discounter ne commercialise pas plusieurs marques d'une même catégorie et pour cause : un produit de haute qualité n'a pas besoin d'un substitut, chose qui n'engendrait que confusion de la clientèle.

Pour sa politique de prix, les promotions de BIM sont rares, mais l'offre en produits moins chers s'étale sur toute l'année. D'abord en négociant des prix intéressants avec ses fournisseurs et aussi grâce à ses marques propres dont le prix est 30% moins élevé.

L'enseigne cherche à améliorer en continue la qualité de ses produits fabriqués par ses soins tout en gardant les prix les plus bas possible. Sans oublier le fameux « produit d'appel » du vendredi qui ne cesse d'attirer.

En outre, les publicités sont négligeables et ne se répercutent pas sur les prix.

L'enseigne joue aussi sur l'avantage de la proximité de ses magasins, où le client ne se soucie pas des frais du transport.

Enfin, la gestion interne permet de réduire les couts grâce aux effectifs réduits (4 à 6 personnes), aux tailles des magasins (superficie moyenne de 400 m^2) ainsi qu'aux économies réalisées dans le stockage et la logistique.

Sans oublier l'une des raisons phares de son succès qui est la fixation des marges de profits entre 2,5 et 3% que la marque ne dépasse pas quelques soit son attractivité, elle répercute tout le temps la baisse des couts sur la réduction des prix.

Source : L'économiste du 12/08/2011

للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع : Madarisy.com

Madarisy.com : مصدر هذا الملف هو موقع مدارسي

Document n°5 : La croissance de BIM

Le géant du hard-discount turc «BIM» envisage de renforcer sa présence au Maroc, à travers l'ouverture de nouveaux points de vente. BIM devrait ainsi porter à 350 le nombre de ses magasins au Maroc.

La filiale du hard discounter appartient au groupe Turc Birlesik Magazal A.S qui est leader de la distribution avec 32% de part de marché dans son pays. L'opérateur coté à la bourse d'Istanbul connait un vif succès depuis ces 10 dernières années. En effet, la croissance de son chiffre d'affaires durant les neuf premiers mois de 2014 est de l'ordre de 12,4% par rapport à la même période de 2013 atteignant les 4,3 milliards de dollars.

Le turc a investi au Maroc en créant son réseau de distribution un montant de 500 millions de DH. Les ouvertures continuent massivement avec actuellement 210 magasins au Maroc (5 à 10 magasins par mois !) et une centaine en Égypte.

Source : www.dailysabah.com (texte adapté)

TRAVAIL A FAIRE N°1: 10,25 pts

<table>
<tr><th>N°</th><th>QUESTIONS</th><th>BAREME</th></tr>
<tr><td>1</td><td>Sur la base du document1, identifiez :
a- Le métier de BIM ;
b- La mission de BIM.</td><td>
0,50 pt
0,75 pt</td></tr>
<tr><td>2</td><td>A partir des documents 2 et 3 établir un diagnostic de l'environnement de BIM</td><td>1,50 pts</td></tr>
<tr><td>3</td><td>A partir du document 4 :
a- montrez que BIM mène les stratégies suivantes :
<table>
<tr><th>Stratégie</th><th>Justification</th></tr>
<tr><td>Diversification</td><td></td></tr>
<tr><td>Différenciation</td><td></td></tr>
<tr><td>Domination par les coûts</td><td></td></tr>
</table>
b- Relevez 3 facteurs de succès de BIM.</td><td>

0,75 pt
0,75 pt
0,75 pt
1,50 pts</td></tr>
<tr><td>4</td><td>Sur la base du document 5 :
a- Montrez que BIM est une entreprise internationale ;
b- Dégagez la modalité de son internationalisation ;
c- Identifiez le mode de croissance de BIM ;
d- Relevez en classifiant les indicateurs de croissance de BIM</td><td>
0,75 pt
0,50 pt
0,50 pt
2,00 pts</td></tr>
</table>

DOSSIER N°2 : GESTION DES RESSOUCES HUMAINES

Document n°1 : 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

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هذا الملف هو موقع مدارسي

Document n°2 : 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 N°2: 9,25 pts

N°	QUESTIONS	BAREME
1	Pourquoi considère-t-on les ressources humaines comme sources de compétitivité et de performance ?	1,75 pts
2	Expliquer le terme et expression soulignés ;	1,50 pts
3	En quoi pourrait consister une politique d'investissement appliquée au capital humain?	2,00 pts
4	Pourquoi est-il nécessaire à l'entreprise d'informer son personnel ?	1,00 pt
5	Quelle est la stratégie à prendre par les PME pour faire face au recrutement ? justifier.	1,50 pts
6	Rappeler l'importance du recrutement dans le cadre de la gestion prévisionnelle des emplois et compétence.	1,50 pts

للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع : Madarisy.com