Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Devoir surveillé n°5	Date : 14/05/2013
Matière : Economie et Organisation Administrative des Entreprises	**Coefficient : 3**
Branche : Sciences économie de Gestion	**Filière :** S.E.G
Professeur : H-YACHMI	**Durée :** 2 Heures

CAS : CMT

Dénomination sociale	COMPAGNIE MINIERE DE TOUISSIT
Siège social	5, rue Ibnou Tofail, Quartier Palmier, Casablanca.
Téléphone/Télécopie	(212) 5 22 98 93 55 (212) 5 22 98 95 91.
Forme juridique	Société anonyme à Conseil d'Administration.
Date de constitution	17 mai 1974.
Durée de vie	99 ans.
Capital social	148 500 000 dh divisé en 1 485 000 actions de 100 dh chacune.
Objet social	Exploitation, extraction et traitement du plomb argentifère et du zinc .

Dossier n°1 : Stratégie et croissance

Document n°1 : stratégie de développement

La stratégie de développement de la Compagnie Minière de Touissit, examinée et approuvée oar les comités stratégiques annuels, est basée sur les axes suivants :

- La consolidation de la mine de plomb-zinc-argent de Tighza à travers la mise en évidence annuellement des nouvelles ressources et réserves minières et le renforcement des moyens techniques ;
- La recherche d'opportunités d'autres métaux sur le site de Tighza (structure aurifères) ;
- La recherche d'opportunités d'autres métaux ou matières premières sur d'autres sites (argiles industrielles, domaines miniers de cuivre de Midelt et Tabaroucht, etc.)

Dans le cadre de cette stratégie, CMT adopte une politique d'investissement liée aux travaux de recherche et développement, aux investissements d'infrastructures et aux équipements miniers et de traitement. Ces investissements ont été financés par les fonds de CMT ainsi qu'avec un crédit à moyen terme.

Source : www.cdvm.gov.ma

Document n°2 : Politique de protection de l'environnement

La Compagnie Minière de Touissit a intégré la dimension environnementale dans la gestion des sites miniers dès la conception du projet de recherche ou de l'exploitation d'un gisement à travers la réalisation de plusieurs études. Celles-ci sont menés en vue de planifier les actions nécessaires, tout au long de la durée de vie de la mine, pour la protection de l'environnement et notamment :

- La gestion des perturbations éventuelles des écosystèmes ;
- Le traitement et le stockage sécurisé des rejets ;
- L'optimisation de la consommation de l'eau et de l'électricité ;
- La sensibilisation de l'ensemble du personnel au respect de l'environnement et aux mesures de sécurité.

Source : www.cdvm.gov.ma

Document n°3 : Politique de vente

La Compagnie Minière de Touissit a un large choix de clients potentiels, parmi lesquels SFPZ (l'unique fonderie au Maroc), les sociétés Trading et les fonderies situées principalement en Europe et en Chine. Le choix des clients se fait en fonction des conditions commerciales les plus favorables pour l'entreprise.

Source : www.cdvm.gov.ma

Document n°4 : Indicateurs de croissance

En milliers de dirhams	2006	2007	2008*
Chiffre d'affaires global	244 337	247 280	291 400
Résultat d'exploitation	93 417	108 086	119 800

Source : www.cdvm.gov.ma

*www.leconomiste.com

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

TRAVAIL A FAIRE N°1 :

1) Dégager le métier de CMT ;
2) Identifier les finalités de CMT ; Justifier ;
3) Citer trois avantages de l'intérêt porté à l'environnement de CMT ;.
4) Relever la ou (les) stratégies (s) de CMT ; Justifier
5) a- Déterminer le mode de croissance de CMT ;
   b- Justifier.
6) Dégager les moyens de mise en œuvre de la stratégie de développement de CMT ;
7) A- Calculer le taux de croissance du CA et du résultat d'exploitation de 2008 par rapport à 2007 ;
   b- Représenter graphiquement l'évolution du CA ;
   c- Interpréter les résultats

Dossier n°2 : Gestion des Ressources Humaines

Document n°1 : Politique de rémunération

La Compagnie minière de Touissit offre à son personnel des rémunérations attrayantes ; ainsi qu'un système de primes variables en fonction des objectifs atteints annuellement. En effet ; les objectifs sont fixés chaque début d'année sur la base du budget adopté par le conseil d'administration et décliné par service et par chantier. Une mesure mensuelle ou annuelle est ainsi programmée pour suivre la réalisation des objectifs fixés, le degré de réalisation et de détermination de la prime à accorder.

Source : WWW.cdvm.gov.ma

Document n°2 : Formation et promotion interne

La promotion interne au sein de CMT consiste, dans le cadre de la motivation et l'encouragement des agents méritants, de les faire évoluer d'une catégorie à une autre en termes de salaire et de responsabilités.

Les plans de formation concernent plusieurs domaines d'activités et sont proposés à toutes catégories des collaborateurs :

- Personnel ouvrier : perfectionnement dans les métiers de base de la mine et dans les mesure de sécurité ;
- Personnel de maîtrise : pour les agents de maîtrise affectés au siège, les domaines de formation sont relatifs aux méthodes de management et organisation. Pour ceux affectés à la mine, ils suivent au même titre que les ouvriers le perfectionnement dans les métiers de base de la mine et la sécurité ;
- Personnel de cadre : les sessions de formation pour les cadres concernent les nouvelles méthodes d'exploitation et de valorisation des minerais, le perfectionnement dans les méthodes d'amélioration des performances ainsi que dans le management général.

Pour assurer ces différents plans de formation, CMT consacre annuellement prés de 2% de la masse salariale au budget de formation.

TRAVAIL A FAIRE N°2 :

1) Identifier la forme de rémunération utilisée par CMT.
2) Citer deux avantages de ce mode de rémunération.
3) Préciser les facteurs de motivation du personnel de CMT.
4) Relever les trois principaux éléments justifiant de l'importance de la formation
5) Citer l'intérêt de la formation pour CMT

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Corrigé indicatif

1. Exploration, extraction et traitement des minerais de plombs et de zinc ;
2. – Finalité sociétale : protection des écosystèmes, traitement des rejets, optimisation de la consommation d'eau et d'électricité ;
   - Finalité économique : recherche de la rentabilité et de la compétitivité (qualité des produits, export, …)
3. – stratégie de spécialisation : l'entreprise se concentre sur un seul domaine d'activité ;
   - Stratégie d'internationalisation : CMT exporte une partie de sa production (en europe et en Chine) ;
4. a- CMT adopte un mode de croissance interne
   b- l'entreprise se base ses propres moyens pour se développer à travers des investissements.
5. Les moyens de mise en œuvre de la stratégie de développement de CMT sont :
   - Investissements en recherche et développement ;
   - Investissements en infrastructure et en équipements miniers ;
   - Financement de ces investissements par fonds propres et par crédit à moyen terme.
6. Avantages de l'intérêt porté à l'environnement :
   - Notoriété de l'entreprise ;
   - Avoir le label d'entreprise citoyenne ;
   - Répondre aux normes internationales de la qualité.
7. A- taux de croissance du CA : (291 400 – 247 280)/ 247 280 = 17,84%
   (119 800 – 108 086)/108 086 = 10,83%

   b- graphique

   c- CMT a connu une augmentation de son CA d'affaires : la courbe d'évolution a une tendance croissante. Le taux de croissance de ce ca est de 17,84% en 2008 par rapport à 2007 et de 19,26% en 2008 par rapport à 2006.

Le résultat d'exploitation a lui aussi une augmentation de 15,70% en 2007 par rapport à 2006 et de 10,83% en 2008 par rapport à 2007/

L'entreprise a donc réalisé une bonne performance économique en 2008.

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Document n°3 : Politique de vente

La Compagnie Minière de Touissit a un large choix de clients potentiels, parmi lesquels SFPZ (l'unique fonderie au Maroc), les sociétés Trading et les fonderies situées principalement en Europe et en Chine. Le choix des clients se fait en fonction des conditions commerciales les plus favorables pour l'entreprise.

Source : www.cdvm.gov.ma

Document n°3 : Politique de vente

La Compagnie Minière de Touissit a un large choix de clients potentiels, parmi lesquels SFPZ (l'unique fonderie au Maroc), les sociétés Trading et les fonderies situées principalement en Europe et en Chine. Le choix des clients se fait en fonction des conditions commerciales les plus favorables pour l'entreprise.

Source : www.cdvm.gov.ma

Document n°3 : Politique de vente

La Compagnie Minière de Touissit a un large choix de clients potentiels, parmi lesquels SFPZ (l'unique fonderie au Maroc), les sociétés Trading et les fonderies situées principalement en Europe et en Chine. Le choix des clients se fait en fonction des conditions commerciales les plus favorables pour l'entreprise.

Source : www.cdvm.gov.ma

Document n°3 : Politique de vente

La Compagnie Minière de Touissit a un large choix de clients potentiels, parmi lesquels SFPZ (l'unique fonderie au Maroc), les sociétés Trading et les fonderies situées principalement en Europe et en Chine. Le choix des clients se fait en fonction des conditions commerciales les plus favorables pour l'entreprise.

Source : www.cdvm.gov.ma

Document n°3 : Politique de vente

La Compagnie Minière de Touissit a un large choix de clients potentiels, parmi lesquels SFPZ (l'unique fonderie au Maroc), les sociétés Trading et les fonderies situées principalement en Europe et en Chine. Le choix des clients se fait en fonction des conditions commerciales les plus favorables pour l'entreprise.

Source : www.cdvm.gov.ma

Document n°3 : Politique de vente

La Compagnie Minière de Touissit a un large choix de clients potentiels, parmi lesquels SFPZ (l'unique fonderie au Maroc), les sociétés Trading et les fonderies situées principalement en Europe et en Chine. Le choix des clients se fait en fonction des conditions commerciales les plus favorables pour l'entreprise.

Source : www.cdvm.gov.ma

Document n°3 : Politique de vente

La Compagnie Minière de Touissit a un large choix de clients potentiels, parmi lesquels SFPZ (l'unique fonderie au Maroc), les sociétés Trading et les fonderies situées principalement en Europe et en Chine. Le choix des clients se fait en fonction des conditions commerciales les plus favorables pour l'entreprise.

Source : www.cdvm.gov.ma

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع