Madarisy.com : مصدر هذا الملف هو موقع مدارسي

المملكة المغربية
وزارة التربية الوطنية والتكوين المهني

المركز الوطني للتقويم والامتحانات والتوجيه

الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا

الدورة العادية 2014

NS 54

المادة	الاقتصاد والتنظيم الإداري للمقاولات	مدة الإنجاز	2
الشعبة و المسلك	شعبة علوم الاقتصاد والتدبير : مسلك العلوم الاقتصادية	المعامل	3

Consignes

- L'utilisation de la calculatrice non programmable est autorisée ;
- aucun document n'est autorisé ;
- La présentation de la copie doit être soignée : Eviter les ratures et surcharges, aérer le texte, numéroter les réponses, encadrer les résultats, utiliser la règle pour le traçage des tableaux.

Barème et numéros de pages

Dossiers	N° de pages	Barème
▪ Dossier N°1 : Stratégie et croissance	2 – 3	09 pts
▪ Dossier N°2 : Gestion des ressources humaines	4 – 5	10.50 pts
▪ Présentation de la copie ……..		0.50 pt
▪ Note totale ……		20 pts

Présentation de l'entreprise

Dénomination sociale	**L'ORÉAL Maroc**
Forme juridique	Société anonyme (S.A)
Site Web	www.oreal.ma
Activité	Commercialisation de produits cosmétiques et capillaires
Marques	Elsève, Men expert, Garnier, Maybelline, Lancôme, Vichy, La Roche Posay, …
Effectif	150 personnes
Historique	70 ans de présence au Maroc, quatre générations de femmes, plusieurs millions de consommateurs, L'ORÉAL Maroc est l'une des premières filiales du groupe L'ORÉAL dans le monde en dehors de l'Europe. Créée en 1943, L'ORÉAL Maroc a démarré son activité auprès des coiffeurs de l'époque.

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هذا الملف هو موقع مدارسي

Dossier N°1 : Stratégie et croissance

Document 1.1 : Activité de L'ORÉAL Maroc

Avec un portefeuille de marques internationales, L'ORÉAL Maroc veut offrir le meilleur de la cosmétique aux femmes et aux hommes. Son leadership repose sur la capacité de ses équipes à offrir des produits innovants qui allient qualité, efficacité et sécurité dans tous les domaines de la cosmétique et du capillaire : le soin de la peau, le maquillage, les parfums, le soin du cheveu et la coloration. Au plus près de ses marchés, L'ORÉAL Maroc innove pour répondre aux aspirations des consommateurs, quels que soient leur mode de vie et leurs habitudes de beauté.

Source : La nouvelle tribune du 04-11-2013 (texte adapté)

Document 1.2 : Responsabilité sociale de l'entreprise (RSE)

Forte des résultats de sa stratégie d'entreprise responsable, lancée depuis 2005, L'ORÉAL Maroc ambitionne de conquérir de nouveaux clients, tout en s'engageant à réduire son empreinte environnementale et à développer une croissance responsable et solidaire : la valorisation responsable de l'arganier dans le respect de la culture, du travail et du savoir traditionnel des femmes berbères dans le Sud-Ouest marocain, le respect de la biodiversité, l'implication des consommateurs,…, sont autant d'axes sur lesquels repose la stratégie de Responsabilité Sociale de l'Entreprise de L'ORÉAL Maroc.

Source : La nouvelle tribune du 21-11-2013

Document 1.3 : A la conquête de nouveaux clients

Le groupe L'ORÉAL est à la quête d'un milliard de nouveaux consommateurs dans le monde. Sachant que dans les pays développés le marché est quelque peu saturé, l'essentiel sera recherché dans les pays émergents. C'est ainsi que L'ORÉAL Maroc compte doubler le nombre de ses consommateurs pour le porter à 6 millions à l'horizon 2015. Pour ce faire, elle a arrêté une stratégie, appelée «Innovation accessible», déclinée en deux grands axes : adaptation des produits aux spécificités des consommateurs marocains et baisse des prix.

Source : La vie éco du 01-11-2010

Document 1.4 : Axes de développement

- **L'économiste** : Vous avez pris les commandes de L'ORÉAL Maroc en février dernier. Vous avez pris le temps de mesurer les enjeux de votre mission. Comment allez-vous décliner votre stratégie au Maroc ?
- **Jean-Marc Auverlau** : J'arrive dans un contexte marqué par une crise de la consommation sur le marché de la beauté. Plus précisément, la situation est difficile en salons de coiffure et en pharmacies.
- **L'économiste** : Comment fait-on pour tirer son épingle du jeu dans ce contexte difficile ?
- **Jean-Marc Auverlau** : D'abord, il faudra réduire nos coûts, mais en aucun cas on va toucher aux effectifs. Là-dessus, L'ORÉAL Maroc est très claire et veut plutôt étoffer ses équipes pour notre développement sur le long terme.
- **L'économiste** : Et la recherche… vous allez aussi en réduire le budget ?
- **Jean-Marc Auverlau** : Surtout pas ! L'innovation est le moteur de notre développement. L'ORÉAL Maroc a investi massivement dans la recherche. Il y a de gros investissements sur le cheveu et les soins capillaires. On a ouvert en mars dernier un centre de recherche dédié au cheveu.

Source : L'économiste du 16-10-2012 (Entretien avec le DG de L'ORÉAL Maroc)

Document 1.5 : Partenariat stratégique

Le Directeur Général de L'ORÉAL Maroc affiche des ambitions pour la filiale qu'il dirige. Le management travaille activement à sceller un partenariat avec des industriels locaux. « Le made in Morocco sera aussi porté à l'export en matière de cosmétique. En ce sens, nous envisageons de travailler avec des producteurs locaux », affirme le DG. Pour l'huile d'argan, L'ORÉAL Maroc s'approvisionne déjà exclusivement du Maroc. En effet, c'est via la mise en place du GIE (Groupement d'intérêt économique) Targanine depuis 2008 avec Basf Beauty et l'ONG Yamena, que L'ORÉAL Maroc achète son huile d'argan.

Source : Essor n° 82 de décembre 2013 (texte adapté)

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Document 1.6 : Performances de L'ORÉAL Maroc

(…) L'ORÉAL Maroc est leader du marché en cosmétique active (*) grâce aux deux marques qu'il commercialise, à savoir Vichy et la Roche Posay. Avec La Roche Posay et Vichy, la division cosmétique active détient 28% de part de marché.
(…) C'est la division grand public, qui rassemble l'essentiel des marques best-sellers (*) qui engrange le plus important chiffre d'affaires pour la filiale marocaine. Un chiffre d'affaires en 2012 de quelque 500 millions MAD contre 416 millions MAD en 2011.

(*) Cosmétique active : produits adaptés au conseil des pharmaciens et à la recommandation des dermatologues.
(*) Best-sellers : les plus vendues.

Source : Essor n° 82 de décembre 2013

Travail à faire N°1 (09 pts)

N°	Questions	Barème
1	Préciser pour L'ORÉAL Maroc : a) Le métier ; b) La mission.	 0.50 pt 0.50 pt
2	Repérer deux facteurs clés de succès de L'ORÉAL Maroc.	0.50 pt
3	Dégager pour L'ORÉAL Maroc : a) Une finalité économique ; b) Une finalité sociétale.	 0.50 pt 0.50 pt
4	Relever une menace à laquelle doit faire face L'ORÉAL Maroc sur le marché marocain.	0.50 pt
5	a) Justifier que L'ORÉAL Maroc poursuit les choix stratégiques suivants : ▪ Différenciation ; ▪ Domination par les coûts. b) Montrer l'intérêt de la stratégie de différenciation pour L'ORÉAL Maroc.	01 pt 01 pt
6	a) Identifier la modalité d'internationalisation envisagée par L'ORÉAL Maroc ; b) Citer deux autres modalités d'internationalisation de l'entreprise ; c) Rappeler deux raisons de l'internationalisation de l'entreprise.	0.25 pt 0.25 pt 0.25 pt
7	a) Expliquer : Groupement d'Intérêt Economique (GIE) b) Nommer la stratégie adoptée par L'ORÉAL Maroc à travers la création du GIE ; c) Présenter deux effets de synergie qui peuvent naître de cette stratégie pour L'ORÉAL Maroc.	0.25 pt 0.25 pt 0.50 pt
8	a) Calculer pour L'ORÉAL Maroc, le taux de variation du chiffre d'affaires en 2012/ 2011 ; N.B. Retenir deux chiffres après la virgule. b) Lire le résultat obtenu.	0.50 pt 0.25 pt
9	Repérer pour L'ORÉAL Maroc : a) Un indicateur quantitatif de croissance ; b) Un indicateur qualitatif de croissance.	 0.25pt 0.25pt
10	a) Justifier le mode de croissance interne adopté par L'ORÉAL Maroc ; b) Citer un avantage et une limite de ce mode de croissance.	0.50 pt 0.50 pt

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Dossier N°2 : Gestion des ressources humaines

Document 2.1 : Entretien avec le responsable des ressources humaines de L'ORÉAL Maroc

- Quelles sont les grandes orientations de la politique RH du groupe ?

L'ORÉAL Maroc a une ambition toujours présente de construire une relation forte avec les collaborateurs en clarifiant sa vision, ses engagements et en leur donnant l'envie d'investir leur avenir au sein de L'ORÉAL Maroc. Nous instaurons une politique de dialogue qui permet d'échanger sur tous les aspects des relations humaines, le recrutement, l'intégration, la formation, l'évaluation, la rémunération et la gestion des carrières.

- Comment se décline votre politique de recrutement ?

Chez L'ORÉAL Maroc, le recrutement est stratégique. Nous nous engageons sur le long terme avec des individus qui développeront leur talent pour construire notre société. Il ne s'agit pas de pourvoir des postes mais de déceler les qualités et compétences qui se révèleront à l'avenir ; cela nous permettra de bâtir notre croissance à long terme, d'affermir notre compétitivité et notre capacité d'innovation. De plus, nous ne reproduisons pas l'existant, nous recherchons activement la diversité pour enrichir nos équipes constituées de personnes qui relèveront les défis, réinventeront leur poste et dépasseront les attentes.

- Quels sont les profils que vous n'arrivez pas à trouver sur le marché national ?

Chez L'ORÉAL Maroc nous donnons la priorité à la promotion interne, la plupart de nos managers ont commencé leur carrière dans l'entreprise. Nous concentrons donc nos efforts sur le recrutement des juniors que nous identifions grâce à notre politique de campus management (*) ainsi qu'à nos serious games (*).

(*) Campus management : couvre les forums dans les universités et les grandes écoles afin de détecter les meilleurs étudiants pour l'entreprise.
(*) Serious games : tests sous forme de jeux pour identifier les profils adéquats.

- A compétence égale, quels sont les critères qui vous permettent de trancher ?

Nous avons des compétences objectives que l'on mesure chez chacun de nos candidats. Il est important qu'on sache gérer la complexité, interagir avec efficacité, innover, entreprendre, agir avec générosité et obtenir des résultats avec intégrité.

- Comment se décline votre politique de rémunération ?

Nous sommes en phase avec le marché marocain, et nos rémunérations sont étroitement corrélées aux performances des collaborateurs que nous mesurons par des entretiens de mi année et de fin d'année.

- Quelles sont les valeurs Ressources Humaines ?

Comme employeur : nous encourageons un climat d'ouverture, de courage, de générosité et de respect, pour que chaque salarié se sente libre d'exprimer ses questions, ses idées et ses préoccupations.
Nos valeurs de RH : excellence, engagement, transparence, respect, responsabilité, intégrité, diversité et éthique.

- Quelle place occupe la formation dans votre politique RH ?

La formation est un pilier des politiques ressources humaines de L'ORÉAL Maroc. Elle propose des formations qui accompagneront le collaborateur tout au long de sa carrière. Nous proposons des outils et des programmes prescrits et offerts par nos professionnels de la formation. Ces programmes intègrent chacun de nos collaborateurs qu'ils soient nouveaux dans l'entreprise ou dans la fonction en leur infusant la culture du groupe, ses valeurs et en leur communiquant sa vision. Ils les aident, aussi, à se développer personnellement, à manager leur temps, leurs projets, leurs équipes, leurs stress,… et également à acquérir des expertises techniques et professionnelles.

Source : Le matin du 05-11- 2012

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Document 2.2 : Extrait d'un entretien avec le DG de l'ORÉAL Maroc

L'économiste : Comment mesurez-vous la satisfaction de vos salariés?

Jean-Marc Auverlau, DG de L'ORÉAL Maroc : Cette année, on a organisé une grande opération "Pulse" (*) pour prendre la température de nos salariés. Tous nos collaborateurs ont répondu à un questionnaire très précis sur les satisfactions ou insatisfactions au travail.

Tous les volets ont été ciblés : formation, conditions de travail et de salaire, bien-être, transport, couverture sociale, etc.

(*) "Pulse" (Impulsion) : comportement spontané.

Source: L'économiste du 16-10-2012

Travail à faire N°2 (10.50 pts)

N°	Questions	Barème
1	Relever, dans le document 2.1, les domaines de la GRH de L'ORÉAL Maroc.	0.25 pt
2	a) Expliquer la phrase soulignée ; b) Reproduire et compléter le tableau suivant :	0.50 pt 02 pts
3	Repérer les critères de sélection des compétences retenus par L'ORÉAL Maroc.	0.25 pt
4	a) Dégager la technique de gestion de carrière utilisée par L'ORÉAL Maroc ; b) Rappeler l'intérêt de cette technique pour : ▪ L'ORÉAL Maroc ▪ Le personnel.	0.25 pt 01 pt
5	a) Nommer la forme de rémunération pratiquée par L'ORÉAL Maroc ; b) Justifier votre réponse ; c) Expliquer le lien entre cette forme de rémunération et les performances de L'ORÉAL Maroc.	0.25 pt 0.25 pt 1 pt
6	a) Montrer que L'ORÉAL Maroc favorise la communication interne ; b) Citer son rôle pour l'entreprise.	0.50 pt 0.25 pt
7	a) Préciser le mode de réalisation de la formation continue de L'ORÉAL Maroc ; b) Justifier votre réponse ; c) Relever l'utilité de la formation pour les collaborateurs de L'ORÉAL Maroc.	0.25 pt 0.50 pt 0.50 pt
8	Présenter l'utilité pour l'ORÉAL Maroc de mesurer le degré de satisfaction de son personnel.	0.75 pt
9	Synthèse : L'ORÉAL MAROC place le capital humain au cœur de ses préoccupations, rédiger une synthèse en 10 lignes montrant les spécificités de la politique ressources humaines de l'ORÉAL Maroc, et ses retombées sur ses performances et sa compétitivité.	02 pts

Modes de recrutement	Justification	Un avantage	Une limite
Interne			
Externe			

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع