Madarisy.com : مصدر هذا الملف هو موقع مدارسي

الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا
الدورة العادية 2020
- الموضوع –

المملكة المغربية
وزارة التربية الوطنية والتكوين المهني والتعليم العالي والبحث العلمي
المركز الوطني للتقويم والامتحانات

TTTTTTTTTTTTTTTTTT | NS 54

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

Consignes

- Aucun document n'est autorisé.
- L'utilisation de la calculatrice non programmable est autorisée.
- La présentation de la copie doit être soignée : Éviter les ratures et surcharges, aérer le texte, numéroter les réponses, encadrer les résultats, utiliser la règle pour le traçage des tableaux et des graphiques.
- **La page n°5 contient les annexes à compléter et à rendre avec la copie.**

Barème et numéros de pages

Dossiers	N° de pages	Barème
▪ Dossier N°1 : Stratégie et Croissance	2 - 3	13.25 pts
▪ Dossier N°2 : Gestion des Ressources Humaines	3 - 4	06.25 pts
Présentation de la copie……		0.50 pt
Note totale ……		20 pts

Fiche signalétique de l'entreprise

Dénomination sociale	Label'Vie S.A (LV)
Secteur d'activité	Grande et moyenne distribution
Capital social en 2019	283 896 200 MAD
Filiales	▪ Hypermarché Label'Vie (HLV) ▪ Maxi Label'Vie (MLV) ▪ Silav Aradei Sud (SLV) ▪ Mobimarket
Enseignes	Label'Vie détient : ▪ Les supermarchés Carrefour Market ▪ Les hypermarchés Carrefour ▪ L'hyper-Cash Atacadao

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Dossier N°1 : Stratégie et Croissance

Document 1.1 : Présentation de Label'Vie

Label'Vie est un groupe multi format spécialisé dans la distribution des produits alimentaires et non alimentaires. Fort de son expérience et de son expertise, le groupe réalise en 2018 un chiffre d'affaires de plus de 9 milliards de Dirhams et compte plus de 100 magasins à travers tout le Royaume.
Label'Vie continue d'améliorer le quotidien de ses clients en leur offrant un large choix de produits à des prix concurrentiels et de nombreux services à valeur ajoutée. La plateforme centrale ainsi que les magasins du groupe Label'Vie sont dotés d'un certain nombre de moyens techniques. Ces moyens comprennent du matériel d'encaissement, du matériel de gestion du frais et du matériel de manutention de marchandises.

Source : Finances News du 30/11/2019

Document 1.2 : Faits marquants de Label'Vie

2008 : Label'Vie s'est introduit officiellement en bourse et a réussi une levée de fonds de 524 millions de Dirhams.

2009 : Label'Vie a conclu un accord de partenariat avec Carrefour Partenariat International. Cet accord s'est matérialisé par un contrat de franchise et prévoit le développement d'hypermarchés sous l'enseigne Carrefour.

2010 : Label'Vie a acquis 100% des actions de la société Metro Cash & Carry Morocco S.A qui deviendra Maxi LV SAS (MLV SAS). Cette société exploite des magasins sous l'enseigne Atacadao sur le territoire marocain.

2014 : Grâce à une prise de participation dans le capital de la Compagnie de distribution de Côte d'Ivoire (CDCI), acteur majeur de la distribution alimentaire en Côte d'Ivoire, Label Vie entend élargir son horizon africain. L'enjeu pour Label Vie est de multiplier ses relais de croissance sur le long terme.

2017 : Label'Vie a ouvert de nouveaux points de vente sous l'enseigne « Carrefour Market Gourmet ». Ce nouveau concept permet de répondre aux besoins d'une clientèle haut de gamme en termes de confort d'achat, d'offre et de services tout en maintenant la compétitivité des prix.

2018 : Label'Vie a renforcé la présence de ses enseignes «Carrefour Market» par l'ouverture de 16 nouveaux points de vente ainsi qu'un hypermarché «Carrefour» dans la région du Nord.

Source : www.challenge.ma du 02/04/2018

Document 1.3 : Performances de Label'Vie

Eléments (en Millions MAD)	**2016**	**2017**	**2018**
Chiffre d'affaires consolidé	7 557,4	8 274,6	9 033
Résultat d'exploitation	373	354,4	426,7

En 2018, le chiffre d'affaires de Label'Vie s'est établi à 9 033 millions de Dirhams, soit une augmentation de 9% par rapport à 2017. Cette évolution est portée par les performances réalisées par l'ensemble des segments d'activité : le segment hypermarché (Carrefour) a enregistré une hausse de 13%, le segment supermarché (Carrefour Market) est en forte progression de 11% et les ventes du segment Atacadao sont en hausse de 6,4%.

Source : www.lavieeco.com du 01/04/2019

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Travail à faire N°1 (13.25 pts)		
N°	**Questions**	**Barème**
1	Ressortir pour LV : a) Le métier ; b) La mission.	 0.50 pt 0.50 pt
2	Compléter l'Annexe N°1.	1 pt
3	Relever deux forces de LV.	0.50 pt
4	a) Compléter l'Annexe N°2 ; b) Montrer l'intérêt du diagnostic stratégique.	1 pt 1.25 pt
5	Compléter l'Annexe N°3.	4 pts
6	a) Représenter graphiquement l'évolution du chiffre d'affaires de LV de 2016 à 2018 ; b) Interpréter le graphique.	1.50 pt 1.50 pt
7	a) Calculer le taux de variation du résultat d'exploitation de LV entre 2016 et 2018 ; **N.B : Retenir deux chiffres après la virgule.** b) Lire le résultat obtenu.	0.50 pt 0.50 pt
8	Ressortir deux indicateurs quantitatifs de croissance de LV.	0.50 pt

Dossier N°2 : Gestion des Ressources Humaines

Document 2.1 : Communication interne et culture de Label'Vie

La politique de communication interne et de développement de la culture d'entreprise constitue un levier stratégique pour le groupe Label'Vie. Cette politique consiste à développer un environnement de travail motivant et à impliquer les managers qui ont une responsabilité particulièrement importante dans la transmission des valeurs à l'ensemble des sites d'implantation.

Par le biais de l'entité « Communication», le groupe Label'Vie veille à atteindre les objectifs suivants :

- Fédérer les salariés pour créer une « culture d'entreprise » générée par l'histoire de l'entreprise Label'Vie et par les individus qui l'ont créée ;
- Créer un sentiment d'appartenance et un esprit de cohésion ;
- Favoriser le dialogue et l'échange et localiser les responsabilités au sein des équipes ;
- Anticiper les incertitudes souvent dues aux rumeurs.

Source : www.ammc.ma

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Document 2.2 : Recrutement de Label'Vie

Evolution du personnel de Label'Vie durant la période 2017-2019

	2017	2018	2019
Effectif total	5 175	5 732	6 176

Afin de constituer des équipes performantes pour mener à bien les projets accompagnant son développement, Label'Vie s'attache à garantir l'adéquation entre les besoins en compétences et les profils existants, qu'ils soient internes ou externes. Le groupe a mis en place des programmes de partenariat avec des écoles et universités Marocaines afin de recruter des collaborateurs sur tout le territoire.

Un dispositif d'intégration est mis en place permettant de guider les nouvelles recrues, et de susciter le sentiment d'appartenance et l'adhésion aux valeurs de Label'Vie. Ainsi, ils profitent d'un parcours d'intégration élaboré et diversifié composé de visites magasins, de formations et d'accompagnement sur le terrain.

Source : Finances News du 30 /11/2019

Travail à faire N°2 (06.25 pts)

N°	Questions	Barème
1	Dégager les domaines de Gestion des Ressources Humaines de LV.	0.50 pt
2	a) Expliquer : Communication interne ;	0.50 pt
	b) Relever pour LV :	1 pt
	▪ Un rôle informatif de la communication interne ;	
	▪ Un rôle social de la communication interne.	
	c) Rappeler deux moyens de communication interne.	0.50 pt
3	Expliquer l'évolution de l'effectif permanent de LV entre 2017 et 2019.	0.75 pt
4	a) Relever pour LV :	1 pt
	▪ L'objectif de recrutement ;	
	▪ Le moyen de recherche des profils en externe.	
	b) Présenter l'intérêt de recrutement des profils en externe pour LV.	0.75 pt
5	a) Ressortir deux moyens d'intégration des nouvelles recrues mis en œuvre par LV;	0.50 pt
	b) Indiquer l'utilité de l'intégration des nouvelles recrues.	0.75 pt

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Annexes à compléter et à rendre avec la copie

Annexe N°1 : Finalités de Label'Vie

Actions réalisées par LV	Nature de la finalité correspondante
Mise en place d'un dispositif de prévention des accidents de travail.	……
Renforcement de son positionnement stratégique en développant de nouveaux points de vente.	……
Organisation d'une opération de collecte de déchets sur les plages de Rabat, Casablanca, Tanger et Nador.	……

Annexe N°2 : Diagnostic externe de Label'Vie

	Opportunité (*)	Menace (*)
Hausse du pouvoir d'achat induisant un changement du mode de vie des marocains.		
Faiblesse du système logistique et de transport du secteur induisant la multiplication des intermédiaires.		
Emergence des sites de ventes en ligne.		
Concurrence déloyale du secteur informel.		

(*) Répondre en mettant une croix dans la case appropriée.

Annexe N°3 : Stratégie et croissance de Label'Vie

Date	Stratégie adoptée (*)	Croissance réalisée	
		Mode (*)	Modalité
2009	❑ Intégration horizontale ❑ Impartition ❑ Internationalisation	❑ Interne ❑ Externe	……..
2010	❑ Impartition ❑ Intégration verticale ❑ Intégration horizontale	❑ Interne ❑ Externe	……..
2014	❑ Intégration verticale ❑ Impartition ❑ Internationalisation	❑ Interne ❑ Externe	……
2017	❑ Développement de produit ❑ Diversification ❑ Créneau	❑ Interne ❑ Externe	……

(*) Répondre en mettant une croix dans la case appropriée.

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع