Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Groupe Scolaire Anisse : 2019/2018 **2ème Bac GC** **EOAE**

Semestre 1 « Contrôle n°3 » : Durée : 2H

DOSSIER N°2 : Fonction financière (Cas Lemo : Eau Minérale d'Oulemas)

Document 1.1 : Bonnes performances opérationnelles pour LEMO

En dépit des conditions climatiques défavorables ayant caractérisé 2009, LEMO a réussi à améliorer ses indicateurs opérationnels et financiers. Le chiffre d'affaires, impacté par la forte pluviométrie qui a concerné plusieurs régions du royaume, n'a progressé que de 0,5% par rapport à 2008 pour s'établir à **1150 Millions** de DH. Malgré cette stagnation, et grâce à un plan rigoureux de maîtrise des charges ainsi qu'à l'amélioration des performances industrielles, amplifiée, entre autres, par une subvention d'exploitation de l'ordre de 25,2 millions de dirhams(MDH), le résultat d'exploitation atteint 90,5 MDH en 2009 contre 66,5 MDH en 2008(….).

Le résultat net s'apprécie de 13,3 MDH pour s'établir à**43,2 MDH** soit une hausse de 44, 5% par rapport à 2008. Ce qui porte la marge nette à 3,8%, soit un gain de 1,1 point en une année. Concernant les perspectives, LEMO prévoit un programme d'investissement ambitieux, destiné à augmenter ses **capacités de production**, dont une bonne partie sera réalisée au sud du Maroc. Pour financer ce programme, la société procède à l'émission d'un **emprunt obligataire** en 2010.

Document 1.2 : Programme d'investissement

LEMO investit dans les extensions des moyens de production actuels (Eaux et Sodas) afin de continuer à répondre favorablement à la demande du Marché marocain et de l'export. Ainsi, LEMO envisage trois investissements importants :

- Une ligne souffleuse PET(*) pour le produit Oulmès d'un montant de 1,1 millions d'euros. Cette ligne devrait accroître la capacité de production de la société de 7 000 cols (*) par heure ;
- Des réfrigérateurs pour un montant de 500 000 DH ;
- Un bâtiment de stockage Sodas pour une valeur de 5 MDH qui va aider la société à anticiper la demande du marché en stockant davantage et à l'avance selon les plannings de production ;

(*) PET : Poly éthylène Téréphthalate (Bouteilles en plastique)

(*) Cols : Bouteilles (en référence au col de la bouteille).

T.A.F (1): 8 Pts

1. Calculer,à partir du document 1.1, le ratio de la rentabilité commerciale en 2009 ;
2. Lire le résultat obtenu.
3. Calculer le chiffre d'affaire de l'entreprise LEMO en 2008.
4. Préciser, à partir du document 1.2, la nature et l'objectif des investissements réalisés par LEMO
5. Relever le mode de financement choisi par LEMO pour ce programme d'investissement ;
6. Présenter deux avantages et deux limites de ce mode de financement pour l'entreprise.
7. Relever le mode de production selon les contraintes commerciales, Justifier votre réponse.
8. Définir les termes en gras soulignés

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Dossier 2 : Mercatique

Document 1.1 : La politique de prix

L'entreprise LEMO ne répercute pas automatiquement et systématiquement les augmentations de prix desintrants sur le prix de vente des produits et ce, pour plusieurs raisons : maintenir la concurrence du Marché, rester à la portée du pouvoir d'achat marocain. Par ailleurs, plusieurs actions sont lancées chaque année pour améliorer, sinon, stabiliser les marges brutes :

- Des **investissements** en lignes de production de grandes cadences permettant des **économies d'échelles** importantes ;
- Des **appels d'offres** nationaux et internationaux pour tous les intrants ;
- Des programmes d'amélioration continue de la **productivité** des moyens humains mais également techniques.

T.A.F (2) : 8 Pts

1. Dégager du document 1.1, les contraintes liées à la fixation du prix chez LEMO.
2. Identifier lapolitique de prix poursuivie par LEMO ; justifier.
3. Expliquer la phrase en gras.
4. Définir les termes en gras soulignés.
5. Montrer comment LEMO peut pratiquer des prix différents pour ces produits.
6. Distinguer entre l'étude de marché quantitative et qualitative.
7. Distinguer entre l'élasticité des prix et le prix psychologique.
8. Énumérer quatre caractéristiques de produits selon l'approche mercatique.

T.A.F 3 : 4 Pts

Reproduire le tableau sur votre copie et répondre par vrai ou faux en justifiant votre réponse :

La rupture de stock est un objectif financier de la gestion des stocks			
Le juste à temps est un système adapté pour la production à la commande			
La production en discontinu permet de réaliser l'économie d'échelle			
Les non consommateurs absolus font partie de la clientèle potentielle théorique			
La segmentation de marché permet de déterminer les niches à conquérir			
Le E-achat est une technique qui facilite la fonction logistique			
La gamme est l'ensemble de lignes de produits			
La marque est une composante de l'organisation de l'approvisionnement			

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع