Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

LycéeAnisse : 2019/2018 2ème Bac GC EOAE

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

CAS AFRIC INDUSTRIES

Dénomination sociale :Afric Industries SA ;
Siège social :Zone industrielle, Route de Tétouan, Lot 107, Tanger ; **Forme juridique** : Société Anonyme ;
Date de constitution :17 décembre 1980 **;**
Capital social :14 575 000 MAD ;
Activités:- L'élaboration, la production et la commercialisation de produits abrasifs, de bandes et rubans adhésifs . La fabrication, l'assemblage, le vitrage, l'installation et la commercialisation de tous types de menuiseries en aluminium.

Dossier N°1 : Mercatique

Document1.1 : Politique de produit
Afric Industries SA dispose d'une gamme de papiers abrasifs diversifiée, ciblant plusieurs domaines d'application incluant le ponçage (*****) de bois, de peinture, de carrosseries, de murs et du cuir.
La société détient trois marques déposées de papiers abrasifs :
- La marque « Mangouste », produit d'attrait destiné au marché local et bénéficiant d'une grande notoriété auprès des utilisateurs finaux ;
- La marque « Tanjah », produit destiné au marché local. Le chiffre d'affaires relatif à cettemarque demeure relativement limité comparativement au produits « Mangouste» ;
- La marque « Tingis ».

La société commercialise par ailleurs la marque «Dark » destinée au marché de l'export sous forme de bobines.
(*)Ponçage : grattage, frottage, polissage.

Document1.2 : Politique de prix
La société adopte une politique de prix transparente et cohérente s'appuyant sur les paramètres suivants :
- Une maîtrise de la structure des coûts à travers un suivi de gestion rigoureux ;
- Une veille permanente sur les tendances affichées par les marchés des matières premières ;
- Une politique promotionnelle calibrée selon la consistance de la demande et les conditions de règlement des clients ;
- Une connaissance probante des prix pratiqués sur le marché ;
- Une analyse systématique de la capacité de la demande à absorber les changements tarifaires.

Document1.3 : Politique de distribution
La société réalise, sur la période 2008-2010, la totalité de son chiffre d'affaires relatif à l'activité de papiers abrasifs auprès de distributeurs régionaux, distribuant principalement des produits de droguerie.
Les distributeurs susmentionnés constituent la clientèle directe de la société et écoulent les produits achetés d'Afric Industries SA auprès de grossistes de moyennes et petites tailles (semi-grossistes), ainsi qu'auprès des drogueries.

Source de tous les documents : www.cdvm.gov.ma

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Travail à faire N°1 (/07pts)		
N°	Questions	Barème
1	Classer le marché ciblé par AfricIndustries selon : • La nature du produit commercialisé; • L'étendue géographique.	1 pt
2	a) Expliquer les termes : gamme de produits ; Marque b) Montrer l'intérêt commercial d'une gamme diversifiée.	1 pt 0.50 pt
3	Relever dans le doc 1.2, deux déterminants de la fixation du prix chez Afric Industries. Justifier votre réponse.	1 pt
4	Rappeler deux objectifs de la politique de promotion des ventes.	0,5 pt
5	a) Schématiser le canal de distribution de papiers abrasifs ; b) Nommer et caractériser ce canal de distribution.	0.75 pt 0.75 pt
6	a) Identifier la politique de distribution adoptée par Afric Industries ; justifier. b) Indiquer un avantage et une limite de cette politique de distribution.	0.75 pt 0.75 pt

Dossier N°2 : Stratégie, croissance et fonction financière

Document2.1 : Domaines d'activités d'Afric Industries

Afric Industries SA est l'une des principales sociétés de l'industrie de papiers abrasifs au Maroc. (...)

En 1989, la société étend son domaine d'intervention à l'industrie des rubans adhésifs pour l'emballage et le masquage. Toutefois, eu égard aux contraintes auxquelles fait face la société au sein du marché des rubans adhésifs, caractérisé notamment par une exacerbation* des pratiques commerciales informelles, cette dernière déploie actuellement une stratégie de sortie de cette activité qui génère une rentabilité économique structurellement négative.

En 2007, la société poursuit sa politique de diversification et se dote d'une nouvelle unité dédiée à la fabrication de produits de menuiseries en aluminium. Le lancement de l'activité « Menuiserie Aluminium » représente le fruit d'une réflexion stratégique menée par la société et ses actionnaires pour identifier les opportunités de développement d'une nouvelle branche de métier destinée à remplacer progressivement l'activité « Rubans Adhésifs ».

(*) Exacerbation : aggravation.

Document2.2 : Orientations stratégiques d'Afric Industries

La société mène une stratégie active visant le renforcement de son positionnement au niveau du marché des papiers abrasifs et le développement ainsi que la diversification de son activité de la menuiserie en aluminium.

Cette stratégie sera soutenue par le potentiel de croissance qui caractérise les secteurs d'activité correspondant aux deux principaux débouchés commerciaux des produits proposés par la société.

Les perspectives de croissance de ces secteurs stimuleront, par effet d'entraînement, le marché de la menuiserie en aluminium ainsi que celui des papiers abrasifs.

Le secteur immobilier, premier débouché commercial des papiers abrasifs et de la menuiserie aluminium, témoigne d'un potentiel de croissance probant. (...)

Au niveau du secteur de l'automobile, second débouché commercial de l'activité des papiers abrasifs, le taux de motorisation au niveau du Maroc, s'établit à des niveaux faibles

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

comparativement aux économies voisines. Ce constat révèle le potentiel de croissance important du parc automobile, qui devrait s'inscrire dans une phase de développement soutenu entraînant une croissance des ventes de papiers abrasifs destinés aux professionnels de la réparation des carrosseries.

Source des documents : www.cdvm.gov.ma.

Document 2.3 : Axes stratégiques de développement des papiers abrasifs

Sur le marché des papiers abrasifs, la société adopte une stratégie de développement articulée autour de trois principaux axes :

▪ La consolidation de son positionnement d'acteur majeur, à travers notamment, un renforcement de la présence de ses marques au niveau du marché marocain grâce à la diversification de son portefeuille de clients et la fidélisation de ses clients actuels ;

▪ Le développement des ventes destinées aux marchés de l'export, notamment au niveau de l'Afrique de l'Ouest, et ce, à travers des partenariats avec des distributeurs locaux.

▪ L'éventuel lancement d'une nouvelle génération de produits abrasifs mécanisés à travers la conclusion de contrats de production avec des fabricants spécialisés et la commercialisation sous les marques détenues par la société.

Document 2.4 : Politique de développement industriel

Dans le cadre de sa politique de développement, la société exécute un programme d'investissement visant à consolider son expertise dans le marché des papiers abrasifs, via le renouvellement et la modernisation des installations y afférentes, et à développer son nouveau segment « Menuiserie Aluminium ».

Les investissements en actifs corporels réalisés durant la période 2008-2010 s'élèvent à 4,1 MMAD (*), dont une enveloppe de 2,9 MMAD concernant les acquisitions de matériels et outillages.

(*) MMAD **:** Million Dirham Marocain.

Document 2.5 : Bilan condensé d'Afric Industries en KDHau 31 /12/ 2010

Actif	Montant (en KDH)*	Passif	Montant (en KDH)
Actif immobilisé	22 907	Capitaux propres Dettes de financement	43913 -
Actif circulant hors trésorerie	25 140	Passif circulant hors trésorerie	7 914
Trésorerie – actif	3 780	Trésorerie – passif	-
Total actif	**51 827**	**Total passif**	**51 827**

(*) KDH **(**Kilo DH) = 1000 DH

Source des documents (3.3, 3.5 et 3.6) : www.cdvm.gov.ma.

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Travail à faire N°2 (/08 pts)

N°	Questions	Barème
1	Préciser les métiers d'Afric Industries.	0,5 pt
2	Etablir le diagnostic stratégique de la société	1,5 pt
3	Expliquer les termes : partenariat – Orientations stratégique	1 pt
4	Montrer qu'Afric Industries adopte les stratégies suivantes : * Stratégie d'impartition ; * Stratégie de diversification stratégique; * Stratégie de dégagement ;	02 pts
5	Expliquer la phrase en gras soulignée (Doc 2.2)	1 pt
6	Distinguer entre les termes : Mission, Finalité plan et objectif.	1 pt
7	Classer l'investissement réalisé par Afric Industries : * Selon la nature ; * Selon l'objectif.	0,5 pt
8	Proposer en argumentant deux moyens de financement de l'investissement réalisé par Afric Industries.	0.50 pt
9	a) Calculer pour Afric Industries en 2010 : * Le fonds de roulement ; * Le besoin en fonds de roulement. b) En déduisant la trésorerie nette. b) Interpréter les résultats obtenus. d) Commenter l'équilibre financier de l'entreprise.	2 Pts
10	Synthèse :Afric Industries renforce sa politique mercatiqueet adopte Stratégie de diversification stratégique. Rédiger une synthèse structurée en 12 à 15 lignes maximum traitant les points suivants : • Les caractéristiques de la politique Mercatique de l'entreprise; • La poursuite de la stratégie de diversification par l'entreprise ; • Le lien entre la mercatique et la Stratégie de diversification.	3 Pts

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع