Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Groupe Scolaire Anisse **Matière:**E.O.A.E **Année scolaire:**2017/2018	**Contrôle continu N°1 Sem N°2** **Durée:**2 heures **Option:**2ème Bac SGC

Dossier 1 : Fonction Mercatique :

Document 1.1 : Portefeuille produitsde JAM

La gamme de produits proposée par Jet Alu Maroc SA comprend : les vérandas, lesverrières, les revêtements de façades/murs, rideaux, les brise-soleil, les charpentes métalliques,les auvents, les cloisons, les passerelles, les portes.

La société est cependant positionnée principalement en tant que façadier Aluminium. En effet,cette matière prend une proportion importante dans les façades des structures modernes auMaroc en raison des avantages de légèretéet de flexibilité qu'elle offre.

Document 1.2 :Clientèle cible de JAM SA

(…) La clientèle cible de la société est principalement constituée des organismes publics et semipublics,des offices, des organismes privés (banques, promoteurs immobiliers) et des entreprisesde Bâtiments Travaux Publics.

La contribution de chacune de ces catégories de clients au chiffre d'affaires de la société pour 2010 se présente comme suit :

Chiffre d'affaires en DH	2010	Les parts en %
Total Public	134 783 077	?
Total Privé	151 989 427	?
Chiffre d'affaires total	286 772 504	?

Document 1.3 : Politique tarifaire de JAM

La détermination des tarifs se fait par projet. Elle se base sur le prix de revient (matièrespremières, transformation, sous-traitance) en plus d'une marge moyenne de 35%.

Le niveau de la marge peut varier en fonction de la concurrence, de la technicité et de la taille duprojet. Les marges de la société ne sont pas détériorées par les fluctuations des prix desmatières premières puisque celles-ci sont répercutées sur les prix de vente.

N°	Questions	Barème
3	Dégager du doc 1.1, les composantes de la largeur de la gamme de produits de JAM.	0.5
4	a) Préciser les segments couverts par JAM ; b) Montrer l'intérêt de la segmentation pour l'entreprise.	0.75 0.75
5	a) Calculer, à partir du tableau (doc 1.2), les parts en % de la clientèle de JAM; b) Lire les résultats obtenus.	0.75 0.75
6	a) Déterminer le canal de distribution choisi par JAM ; b) Justifier votre réponse.	0.5 0,5
7	a) Expliquer la méthode de fixation des prix adoptéepar JAM; b) Préciser les contraintes liées à la fixation de la marge bénéficiaire chez JAM.	0.75 0.75

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

Dossier 2 :Stratégie et croissance

Document 2.1 :**Démarche qualité, hygiène, environnement et sécurité**

Consciente des enjeux de la qualité et de la sécurité dans son secteur d'activité, la société Jet Alu a entamé la mise en place d'une démarche qualité fin 2004. (...) La société a obtenu la certification ISO 9001 démontrantainsi de sa recherche continue de la satisfaction des clients et de sa capacité à fournir régulièrement un produit conforme aux exigences de la clientèle et aux exigences réglementaires applicables.

Dans le cadre de sa politique de renforcement de la sécurité des employés, Jet Alu a entreprisune démarche de certification sécurité, l'OHSAS 18001 (*). Cette certification a été obtenue en 2009. Concernant la partie environnement, les activités de Jet Alu sont de nature non polluante. La société a entamé le processus de certification ISO 14 001 pour la protection de l'environnement.

Source : www.cdvm.gov.ma

(*) OHSAS: Occupational Health and Safety Assessment Series

Document 2.2 : Une entreprise, de grands projets

Bien positionnée sur un secteur à fort potentiel,Jet Alu Maroc, qui a développé une forte **notoriété**, tire profit de la dynamique des chantiers modernes du pays aussi bien dans le secteur privé que public.

Jet Alu bénéficie d'un carnet de commande ferme important lui permettant la réalisation de son business plan, de sa présence sur un secteur dynamique et novateur, de sa structure financière solide, d'un potentiel d'endettement important lui permettant de saisir les **opportunités** de croissance et du nombre limité de concurrents sur le marché de la menuiserie métallique.

Malgré ça, l'activité de Jet Alu peut être impactée négativement par : la volatilité des cours des matières premières sur le marché international, la possibilité de redressement du budget de l'Etat pouvant impacter la production de la société, les programmes d'investissements importants pouvant peser sur les marges à court terme de la société.

Source : www.integrabourse.com

Document 2.3 : Perspectives de développement

Aujourd'hui, c'est au tour de Jet Alu de rejoindre la cote avec l'espoir de faire de son introduction en bourse le catalyseur (*) censé redynamiser le marché. En attendant de voir si l'impact escompté se réalisera, on peut d'ores et déjà dire que «l'objectif visé par Jet Alu Maroc à travers la présente opération est de financer son plan de développement». (...) Ce plan prévoit en effet la modernisation de son outil de production, notamment à travers le développement et la construction d'une nouvelle unité industrielle. Cet investissement portera particulièrement sur le regroupement de l'ensemble des activités de Jet Alu sur un seul site de production, d'une superficie de 60.000 m^2 et l'optimisation de la chaîne de production. De plus, l'extension du site de production permettra d'accroître la capacité de production de la société, afin d'accompagner le développement du marché et de gérer plusieurs marchés de taille importante à la fois et de se positionner à l'export.

Source : les échos du 14/11/2011

Document 2.4 : Elargissement de la gamme de produits

Jet Alu ambitionne de créer continuellement de nouveaux produits et de se positionner sur denouvelles niches qui présentent un fort potentiel de croissance. En effet, la société table sur lesnouvelles technologies, les projets structurants du pays et les nouvelles tendances dans ledomaine du bâtiment pour améliorer et étoffer sa gamme de produits. Les niches que la sociétésouhaite exploiter sont principalement le marché de l'infrastructure, le mobilier urbain, les façadestechniques (photovoltaïque, bâtiments à énergie positive…) etc.

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

<table>
<tr><th>N°</th><th>Questions</th><th>Barème</th></tr>
<tr><td>1</td><td>Identifierle métier de JAM.</td><td>0.75</td></tr>
<tr><td>2</td><td>Préciser, à partir du doc 2.1, la mission de JAM.</td><td>0.75</td></tr>
<tr><td>3</td><td>Relever dans le doc2.1 :
a) Une finalité économique ;
b) Une finalité sociale ;
c) Une finalité sociétale.</td><td>1,5</td></tr>
<tr><td>4</td><td>a) A partir du doc 2.2,établir un diagnostic stratégique pour JAM :
<table><tr><td>Forces</td><td>Faiblesses</td><td>Opportunités</td><td>Menaces</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>
b) Expliquer les termes souligné</td><td>2

1</td></tr>
<tr><td>5</td><td>A partir du doc 2.3,
a) Dégager les caractéristiques du plan stratégique de JAM : (Objectifs, moyens mis en œuvre)
b) Relever le moyen utiliser pour financer le plan de développement.
c) Préciser la nature et l’objectif de cet investissement.</td><td>2,5</td></tr>
<tr><td>6</td><td>Etablir, à partir du doc 2.4 :
a) Justifier que JAM a adopté une stratégie de spécialisation:
b) Préciser et définir sa modalité ;
c) Citer deux avantages et deux inconvénients de cette stratégie.</td><td>2,5</td></tr>
<tr><td>7</td><td>Vous êtes chargé (e) d’évaluer l’impact du plan de développement poursuivie par JAM sur sa fonction mercatique et sa compétitivité. Rédiger une synthèse en suivant les consignes ci après :
▪ Présenter le plan de développement de JAM ;
▪ Discuter la stratégie adoptée par Jam.</td><td>3</td></tr>
</table>

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع