Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

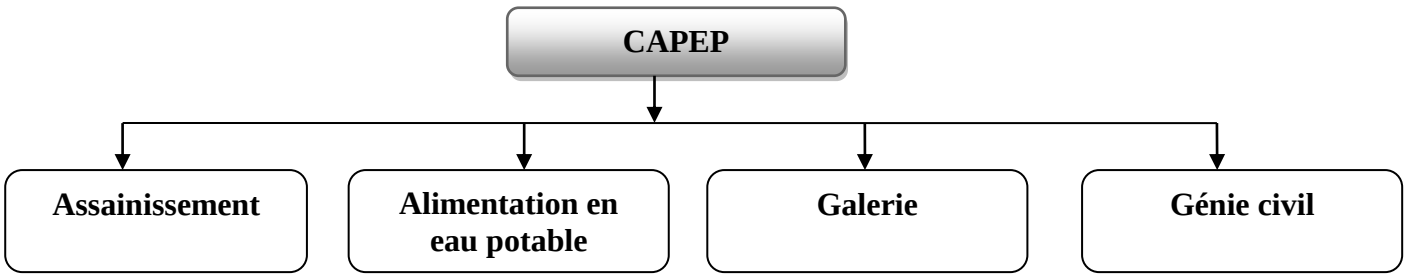
Groupe Scolaire Anis	**Année scolaire: 2016/2015**
Filière: 2e SGC	**Matière: EOAE**
Professeur : Adil Zarfi	**Durée : 2H**

Contrôle 1 Sem 2 : Stratégie et Croissance

Dossier 1 : CAPEP SA

Adresse : 75, rue de la Mecque, Casablanca, Maroc
Site Web : www.capep.co.ma
Forme juridique : Société anonyme à conseil d'administration
Secteur d'activité : bâtiment et travaux publics (BTP)
CA en 2011 : 377,45 MDH
Résultat net en 2011 : 5,6 MDH

Document 1.1 : Principaux pôles d'activités de CAPEP



Document 1.2 : Contexte environnemental

CAPEP évolue depuis sa création dans un environnement fortement concurrentiel. La longévité* et l'expérience ont permis à la société de s'adapter constamment aux nouvelles contraintes du marché tout en anticipant les attentes de ses clients historiques et nouveaux.

Au niveau national, le développement de l'immobilier et des importants projets d'infrastructures lancés par l'Etat marocain (programme autoroutier, infrastructures hydrauliques, etc.) ainsi que l'absence de barrières à l'entrée et les perspectives de profit avantageuses qu'offre le secteur ont eu, et continuent d'avoir pour effet d'attirer de nombreux opérateurs.

(…) La hausse constatée du prix des intrants (fer, béton, agrégats, ciment, etc.) depuis quelques années oblige la société CAPEP à impacter ces hausses sur son offre financière globale dans le cadre des soumissions aux appels d'offres. Les prix des travaux étant déterminés sur la base d'un référentiel des prix des intrants précis, toute hausse pourrait diminuer (voire détruire) la marge de la société.

(*) Longévité : Longue durée de vie. (*) Soumission aux appels d'offres : Participation aux appels d'offres.

Source : www.cdvm.gov.ma

Document 1.3 : Responsabilité citoyenne

La société CAPEP est engagée depuis quelques années dans une politique de développement volontariste et de création additionnelle de valeur ajoutée. C'est ainsi que le management de la société privilégie aujourd'hui les projets à forte valeur ajoutée, où l'expérience et le savoir faire de CAPEP apporteront à ses clients tout le confort et le professionnalisme requis* pour ce genre de projets structurants. La qualité et la sécurité demeurent une priorité absolue pour CAPEP eu égard à sa responsabilité citoyenne et aux exigences dictées par sa certification et sa position de leader.

(*) Requis : essentiel, nécessaire.

Source : www.cdvm.gov.ma

Document 1.4 : Evénements et dates clés

2007 : Obtention d'une triple certification: ISO 9001 Qualité, ISO 14001 sécurité, et OHSAS* 18001 environnement.

2011 : Signature d'un accord de partenariat avec le groupe belge DENYS.
Adoption d'un système de gestion de ressources humaines qui permet la responsabilisation, le suivi des performances et la reconnaissance des résultats.

2012 : Nomination de 6 nouveaux administrateurs

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Travail à faire N°1

N°	Questions	Barème
1	Citer, à partir du doc 1.1, les activités de CAPEP;	1 pt
2	a) Etablir un diagnostic externe de CAPEP (deux opportunités, deux menaces) ; b) Rappeler l'intérêt du diagnostic externe pour l'entreprise.	1 pt 0,5 pt
3	a) Dégager, des doc1.3 et 1.4, deux finalités économiques. b) Définir les autres types de finalités.	1 pt
4	a) Préciser la mission de CAPEP. b) Distinguez entres les termes vision et objectif.	1 pt
5	a) Repérer trois facteurs clés de succès de CAPEP (doc 1.2, 1.3) ; b) Montrer l'importance de ces FCS pour CAPEP.	1,5 pt 1 pt
6	A partir des doc 1,3 et 1,4 Justifier que CAPEP opte pour : ➢ Stratégie de différenciation ; ➢ Stratégie d'impartition.	2 pt
10	**Synthèse :** CAPEP a opté pour une stratégie de différenciation, afin de se démarquer de la concurrence, dans un marché fortement concurrentiel. Analyser en 10 lignes, l'effet de cette stratégie sur la compétitivité de CAPEP en traitant les points suivants : ➢ Présentation de la situation du marché de CAPEP ; ➢ L'importance des facteurs clés de succès ; ➢ Les apports positifs de la stratégie de différenciation adoptée.	02 pts

DOSSIER 2 : 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 (feuilles, rouleaux, disques, bobines …) ;
- La fabrication et la commercialisation de bandes et rubans adhésifs et autoadhésifs sur tous supports (films, plastiques, papiers, …)
- La fabrication, l'assemblage, le vitrage, l'installation et la commercialisation de tous types de menuiseries en aluminium.

Document 2.1 : 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.

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Document 2.2 : 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 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.

Travail à faire N°2	
Questions	*Barème*
1. Préciser les métiers d'Afric Industries. 2. Enumérez les étapes de la planification stratégique.	1 pt
3. Repérer dans les docs : * Une opportunité ; * Une menace.	1 pt
4. Expliquer les termes en gras soulignés.	1,5 pt
5. Montrer qu'Afric Industries adopte les stratégies suivantes : * Stratégie d'impartition ; * Stratégie de diversification stratégique; * Stratégie de dégagement ; * Stratégie d'internationalisation.	4 pts
6. Rappeler deux raisons de l'internationalisation. 7. Distinguez entre la franchise et la filiale commune.	0,5 pt 1 Pt

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع