Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

المملكة المغربية

وزارة التربية الوطنية والتعليم العالي وتكوين الأطر والبحث العلمي

المركز الوطني للتقويم والامتحانات

الصفحة
1 / 7

الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا

الدورة العادية 2010

الموضوع

المـــــــادة:	الاقتصاد والتنظيم الإداري للمقاولات	NS55	المعامل:	6
الشعـــب(ة) أو المسلك :	شعبة العلوم الاقتصادية والتدبير : مسلك علوم التدبير المحاسباتي		مدة الإنجاز:	3

- ✓ L'utilisation de la calculatrice est autorisée ;
- ✓ Aucun document n'est autorisé ;
- ✓ 0.5 point de la note sur vingt sera consacré à la présentation soignée de la copie : Eviter les ratures et surcharges, aérer le texte, numéroter les réponses, encadrer les résultats, utiliser la règle pour le traçage des tableaux et les graphiques.

✳

L'épreuve est composée de 7 pages et se présente sous la forme suivante :

Dossiers et documents	Page N°	Barème
• Page de garde ……	1	
• Présentation de la société……	2	
• Dossier N° 1: Organisation de l'approvisionnement et de la production - Document 1.1 …… - Document 1.2 …… - Document 1.3 ……	2 2 3	03 pts
• Dossier N° 2 : Fonction financière et mercatique - Document 2.1 …… - Document 2.2…… - Document 2.3……	3 4 4	05 pts
• Dossier N° 3 : Stratégie et croissance - Document 3.1 …… - Document 3.2 …… - Document 3.3 ……	5 5 5	06.50 pts
• Dossier N°4 : Gestion des ressources humaines (GRH) - Document 4.1 …… - Document 4.2 ……	6 7	05 pts
• Présentation et soin ……		0.50
• Note totale ……		20 pts

✳

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Présentation de l'entreprise : Cas SOMACA

- Création : 1959
- Fondateur : l'Etat marocain
- Forme juridique : Société anonyme
- Capital social : 60000000 MAD
- Siège social : Usine SOMACA KM 12 autoroute RABAT Aïn Sebaâ Casablanca
- Activités : carrosserie et montage
- Voitures assemblées : Sandero ; Logan et sa version MCV plus d'autres véhicules utilitaires légers UL (Kangoo VP, Kangoo VU, Peugeot Partner et Citroën Berlingo).
- Certification : ISO 14001 obtenue en 2008
- Historique : SOMACA est devenue depuis 2005 filiale du groupe français Renault qui détient 80% de son capital ; 20% restant est détenu par l'alliance PSA, alliance entre les deux constructeurs Peugeot et Citroën.

Dossier N° 1: Organisation de l'approvisionnement et de la production

Document 1.1 : Plateforme de montage

Dans les ateliers de Somaca où se fait le montage de la voiture Logan, constituée à hauteur de 50% de composants fabriqués localement, on reçoit des pièces qui sont destinées également aux autres modèles du constructeur. Tout ce que le consommateur ne voit pas sous le capot comme le moteur, le train-avant, la direction et les freins arrière sont communs à d'autres modèles comme la Clio. Cette stratégie de plateforme, qui consiste à partager des sous-équipements entre plusieurs modèles différents du même constructeur, permet ainsi de réduire considérablement les coûts de production ou de recherche et développement.

Source : la vie économique 09-11-2009

Document 1.2 : Secrets de montage

Les différentes pièces, en provenance d'Espagne, France ou Roumanie, sont assemblées au département tôlerie. D'abord, les ouvriers soudent la base roulante et le soubassement. Ensuite, ils assemblent les deux côtés de la caisse. Ils procèderont enfin au montage des ouvrants (portes,…) et à leur vissage.

Après la phase peinture, les caisses passent finalement au département Montage. Ici, les ouvriers monteront les différentes composantes (sièges, vitres, moteur, freins…). Avant d'être livrées, les voitures subissent les derniers tests de qualité (contrôles dynamique et statique).

La qualité est contrôlée à chaque étape du montage et dans tous les départements. A la tôlerie, une checkwoman (*) vérifie les points de soudure. Tandis que les responsables qualité prélèvent une caisse au hasard pour s'assurer de sa géométrie. Enfin sur le site 3D, l'on s'assure de la géométrie de la caisse (250 points), pour éviter toute défaillance.

Source : L'Economiste magazine Juillet-Août 2009

(*) : Femme ayant pour rôle de contrôler la production.

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Document 1.3 : Production SOMACA au 31/12/2009

Produits	production	Effectif des employés
Kango	14 559	1407
Kango express	3 754	
Sandero	4282	
Logan	18732	

Rapport annuel 2009 Renault
www.Renault.com

N°	Travail à faire : (03 pts)	Barème
1.	- a - Citer deux critères de sélection des fournisseurs ; - b - Indiquer les sources d'approvisionnement utilisées par la SOMACA ;	0.75 pt
2.	Enumérer les principales étapes du processus de fabrication du produit SOMACA.	01.00 pt
3.	Préciser le mode de production de SOMACA selon les contraintes techniques ; Justifier.	0.75 pt
4.	- a- Calculer, à partir du document 1.3, la productivité physique des salariés de SOMACA ; (Arrondir par excès). - b - Lire le résultat obtenu.	0.50 pt

Dossier N° 2 : Fonction financière et mercatique

Document 2.1 : Financement

La crise qui frappe de plein fouet l'industrie automobile dans le monde ne semble pas affecter le marché marocain ; du moins, pas celui de la société marocaine de construction automobile (Somaca) qui poursuit son programme de développement. La filiale de Renault vient d'obtenir un prêt de 400 MDH auprès d'un consortium de trois banques de la place. Contracté à moyen terme, le prêt est surtout destiné à renforcer les capacités financières de la société qui a dû puiser les 400 MDH dans ses fonds propres pour démarrer le programme d'investissement. Lancé en 2007, le programme nécessitera une enveloppe de 500 MDH et permettra de porter la capacité annuelle de production de 45 000 à plus de 90 000 véhicules dès septembre prochain. « Nous prévoyons que les marchés à l'export accapareront environ 45% de notre production », indique un responsable Somaca.

Source : La Vie Economique du 16 mars 2009

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Document 2.2 : Politique produit et prix

La voiture préférée des Marocains est surtout française. Elle est souvent de type berline familiale à prix abordable, citadine, utilitaire ou ludospace (déclinaison de l'utilitaire en voiture familiale). (…..). Le groupe Renault-Dacia arrive largement en tête (….) grâce à la Logan (…). Le secret du succès, un rapport qualité/prix imbattable. «C'est l'unique modèle sur le marché marocain qui propose 5 places avec coffre de 500 litres à un prix à partir de 72 000 DH et, depuis peu, une garantie de 3 ans», se réjouit un responsable chez Renault Maroc. S'appuyant sur un réseau de distribution étoffé, un matraquage publicitaire constant, le modèle low cost (*) du groupe français a ainsi creusé l'écart sur ses concurrents en réalisant, dans une conjoncture de crise, une croissance de plus de 21%.

Le Sandero crée la surprise : Fabriqué localement par la filiale de Renault, le Sandero de Dacia séduit aussi les Marocains. Car cette citadine, lancée sur le marché en juin dernier seulement, se place déjà en cinquième position des meilleures ventes, avec 3805 unités. Elle devance même la Citroën Berlingo dont 3 244 unités ont été écoulées. Et les observateurs lui promettent un bel avenir encore. Avec une moyenne mensuelle des ventes de 540 unités, elle fait mieux, sur une période égale, que la Kia Picanto et la Peugeot Partner. Fabriqué, à l'instar de la Logan, à des coûts défiant toute concurrence, le Sandero est proposé à un prix qui le rend attractif sur un marché où le budget est de plus en plus un critère déterminant.

Source : La vie économique 18-01-2010

(*) Low cost : coût bas.

Document 2.3 : Politique de distribution

La succursale Renault Maroc de la capitale économique dispose de tous les attributs d'une concession dont l'objectif est la satisfaction du client notamment par la mise en valeur des véhicules et des services proposés par le constructeur. (…).

Bénéficiant auparavant d'une réception unique, la succursale a mis en place cinq réceptions spécifiques afin de répondre au plus près aux besoins de ses clients. Maintenant les ateliers disposent d'un Service Rapide, d'un Service Mécanique sans rendez vous, d'un Service Mécanique avec rendez vous, d'un Service Mécanique dédié exclusivement à la marque Dacia, d'un service Mécanique Flottes et Loueurs et d'un Service Carrosserie et peinture.

Source : Le matin Eco 03/07/2009.

N°	Travail à faire : (05 pts)	Barème
1.	-a- Relever les moyens de financement utilisés par SOMACA ; -b- Citer, pour chaque moyen de financement : deux avantages et deux limites.	01 pt
2.	-a- Caractériser l'investissement réalisé par la SOMACA ; justifier. -b- Indiquer les avantages de cet investissement pour la SOMACA.	01pt
3.	Relever les atouts du produit phare « LOGAN » de la SOMACA.	0.50 pt
4.	Situer le produit Sandero dans le cycle de vie du produit Dacia, justifier.	0.50 pt
5.	- a- Identifier la politique de distribution adoptée par la Renault Maroc. Justifier. - b- Rappeler deux avantages à cette politique de distribution.	0.75 pt
6.	Identifier la politique de prix adoptée par SOMACA ; justifier.	0.50 pt
7.	Dégager les services après ventes (SAV) fournis par Renault Maroc.	0.25 pt
8.	Montrer l'importance du SAV, aussi bien pour l'entreprise que pour le client.	0.50 pt

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Dossier N° 3 : Stratégie et croissance

Document 3.1 : Une voiture sur trois vendues au Maroc est une Renault

2009, une année exceptionnelle pour Renault Maroc. Le constructeur français fait partie du cercle fermé des rares distributeurs qui ont cartonné cette année. En dépit d'un marché automobile du véhicule neuf morose (8,2% en 2009), Renault termine à la première place du podium. Il parvient ainsi à améliorer sensiblement sa part de marché de plus de 5,5 points à près de 34%, «soit à un niveau plus important que ce qui avait été prévu». C'est, en partie, ce qui ressort du point presse organisé par le management du groupe mercredi 20 janvier 2010. «A travers ces réalisations, nous avons atteint nos objectifs», confirme Patrice Ratty, DG de Renault Maroc. (…) Ratty fait valoir une forte progression en termes de qualité de service qui a permis au groupe (Renault/Dacia) d'écouler plus de 37.100 véhicules répartis à hauteur de 18.106 voitures Dacia (+21%) et 19.000 unités Renault, en 2009. Ce qui fait dire à Frédéric Posez, directeur marketing, qu'«un véhicule sur trois vendus au Maroc est un Renault». En effet, difficile de parcourir 100 mètres sur les routes marocaines sans voir une Renault ou une Dacia rouler. Et pour cause, Renault n'a cessé, au cours de 2009, de lancer de nouveaux modèles. Ce sont ainsi pas moins de 10 nouveaux modèles, toutes marques confondues, qui ont fait leur apparition sur le marché. Cela va du Koleos au Scénic en passant par Laguna coupé et surtout Mégane qui en six mois «s'est écoulée comme des petits pains». Du côté de Dacia, le marché a accueilli les modèles Logan MCV, la starlette Sandero, qui a, à son tour, été un best-seller dans sa catégorie (les citadines compactes) et la Logan pick-up qui après un démarrage délicat s'est ressaisie en fin d'année, grâce à un effort sur le prix (…).

Source : L'économiste, 22/1/2010

Document 3.2 : l'engagement écologique de Renault

Depuis 1995, Renault s'inscrit dans une optique écologique, où la protection de l'environnement se situe en tête de liste. Un engagement, qui, aujourd'hui, est une totale réussite ; « nous intégrons les principes de protection de l'environnement dès la conception de nos véhicules. En effet, nos véhicules sont fabriqués dans les usines ISO 14001, d'ailleurs la SOMACA est labélisée ISO 14001 depuis juin 2007. De plus, tous nos véhicules sont conçus pour être revalorisés à hauteur de 95 % (recyclage ou réutilisation de la matière) et ils intègrent entre 5% et 17% de matières plastiques recyclable », souligne Patrice Ratti. Aussi, le groupe s'est fixé fin 2010, afin que l'ensemble de la gamme importée au Maroc soit aux normes d'émissions Euro. Une sensibilité à l'environnement, que le groupe tente également d'inculquer, au quotidien, aux équipes. Par exemple nous limitons les impressions par l'utilisation étendue de la messagerie non seulement avec nos collaborateurs mais également avec notre réseau et nous préconisons l'utilisation de l'archivage électronique et non l'impression des documents », explique Patrice Ratti.

Source : Essor, Avril 2010.

Document 3.3 : SOMACA à l'international

La Logan marocaine fabriquée par Somaca vient de faire son entrée sur le marché tunisien. Un premier lot de 200 voitures est en effet déjà arrivé à Tunis. Sa commercialisation est imminente.

(…) De l'avis d'observateurs, cette berline low cost aura à fortiori un succès indéniable sur un marché où le prix des voitures ne cesse de monter en flèche. Elle serait même utilisée pour le renouvellement du parc des taxis. Pour rappel, l'arrivée de la Logan intervient dans le cadre de l'accord de libre-échange d'Agadir signé entre le Maroc, la Tunisie, l'Egypte et la Jordanie. L'accord prévoit, entre autres, l'exonération des véhicules fabriqués par l'un des pays signataires des droits de douane dans la zone concernée.

Tous les ingrédients jouent en faveur du marché tunisien : une culture automobile, un marché encore sous l'emprise des voitures européennes et donc pas de concurrence directe sur le créneau low cost… des arguments qui promettent de faire mouche.

Source : L'économiste 14/1/2010

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هذا الملف هو موقع مدارسي

N°	Travail à faire : (06.50 pts)	Barème
1.	Relever les indicateurs de croissance du groupe Renault Maroc : - Deux quantitatifs ; - Deux qualitatifs.	0.50pt
2.	-a - Dégager du document 3.3 le facteur clé de succès de SOMACA ; -b- Expliquer le rôle de ce FCS dans le renforcement de sa position concurrentielle.	0.75 pt
3.	-a- Relever une finalité sociétale du groupe Renault Maroc; -b- Préciser les deux actions permettant d'atteindre cette finalité.	0.75 pt
4.	Recopier et compléter le tableau ci-dessous, en vous aidant des documents 3.3 (dossier3) et 1.1 (dossier1). Options stratégiques du groupe Renault Maroc | Justifications |	01.50 pt
5.	Rappeler deux facteurs de l'internationalisation.	0.50 pt
6.	Déterminer les opportunités offertes par le marché tunisien aux produits SOMACA.	0.50 pt
7.	L'accord de libre échange d'Agadir, constitue une opportunité majeure pour le constructeur automobile marocain ; Faire une synthèse (en six lignes) sur : - les opportunités offertes par cet accord ; - Ses effets sur la compétitivité de SOMACA.	02 pts

DOSSIER N° 4 : GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

Document 4.1 : GRH : Proximité et compétences

Pour réussir une politique, il faut d'abord se doter des moyens de ses ambitions. (....) au plan RH, le challenge c'est de mettre l'élément humain au centre de l'organisation. L'objectif est clair, assurer et soutenir la compétitivité.

Il s'agit de réfléchir, à moyen et long terme, au développement des compétences et des carrières, en étroite relation avec la stratégie globale de l'entreprise. Ces prévisions sont essentiellement tirées des renseignements fournis par les bilans annuels d'évaluation individualisée. Ce qui permet de définir des écarts éventuels entre les compétences actuelles de chaque collaborateur et les objectifs globaux généraux de l'entreprise en termes de performances de ses métiers et d'employabilité des personnes.

(…..) La SOMACA a décidé de jouer la carte de la proximité. Son système de gestion de proximité, explique le directeur de développement, a pour vocation de favoriser une communication proche, directe et décentralisée entre le management et les équipes opérationnelles. L'objectif est de favoriser un développement équitable des compétences.

Ce principe appuie l'engagement de non discrimination, comme valeur fondamentale de la SOMACA. « La non discrimination implique une équité de traitement reposant sur l'application de règles et de critères identiques pour tous, à toutes les étapes de la gestion des ressources humaines. Embauche, formation, promotion…. », souligne la SOMACA dans l'énoncé de son approche RH.

Source : Essor, septembre 2008

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Document 4.2 : Politique RH de Renault : les grands axes

«Dans la position qui est la nôtre au Maroc, c'est le recrutement qui va poser les bases de la culture Renault pour les 15 prochaines années», précise d'emblée Gérard Leclercq. Pas question donc de se louper dans cette phase critique pour l'entreprise. Il sera privilégié la diversité sous toutes ses formes. Cela veut dire entre autres d'éviter des discriminations sur les parcours professionnels, de recruter des profils de différents horizons tant en formation initiale ou géographique. Le facteur déterminant qui fera la différence sera la capacité de chacun à apprendre et à progresser, explique le DRH du groupe Renault.

Le deuxième pilier de la politique RH est les parcours professionnels: dès le recrutement d'un collaborateur, il faut s'inscrire dans une démarche de long terme, celui-ci sera suivi jusqu'à ce qu'il quitte l'entreprise. D'où la multiplication des responsables RH de proximité qui auront un rôle crucial et seront les premiers relais de la gestion individualisée des carrières.

Troisièmement, le développement des compétences: un parcours professionnel ne doit pas être monolithique. Un ingénieur n'a pas vocation à rester toute sa vie à la production. Dans le cadre de la politique de mobilité, il devra passer un jour à la logistique ou au marketing. Une mobilité, bien entendu, soutenue par une politique de formation et un suivi préalable…..

Concernant les conditions de travail, ce sera les mêmes standards appliqués à l'ensemble des entités du groupe dans le monde, promet le DRH. Dans ce domaine, il n'y a pas de pays low-cost ou high-cost, ajoute-t-il. La sécurité, l'ergonomie, etc., seront au même standard. Les relations sociales: les grands principes restent les mêmes mais avec des adaptations qui tiennent compte des facteurs culturels, locaux, … La règle de base sera l'écoute à travers plusieurs canaux qui soient les plus proches possibles des collaborateurs mais avec une seule hiérarchie.

Source : L'économiste, 2/11/2009

<table>
<tr><th>N°</th><th>Travail à faire : (05pts)</th><th>Barème</th></tr>
<tr><td>1.</td><td>Rappeler les principales étapes du processus de recrutement.</td><td>0.50 pt</td></tr>
<tr><td>2.</td><td>Recopier et compléter le tableau suivant :
<table><tr><th>Axes de la GRH</th><th>Caractéristiques</th></tr><tr><td>• Politique de recrutement</td><td></td></tr><tr><td>• Gestion des carrières</td><td></td></tr><tr><td>• Communication interne</td><td></td></tr></table></td><td>01.25 pt</td></tr>
<tr><td>3.</td><td>Montrer, à partir du document 4.2, le lien entre mobilité interne et motivation des collaborateurs.</td><td>0.75 pt</td></tr>
<tr><td>4.</td><td>Identifier le style de commandement adopté par le management de SOMACA ; justifier.</td><td>0.50 pt</td></tr>
<tr><td>5.</td><td>Dégager, des documents 4.1 et 4 .2 les facteurs de motivation du personnel</td><td>0.50 pt</td></tr>
<tr><td>6.</td><td>Relever du document 4.1, l'intérêt du bilan annuel d'évaluation individualisée pour SOMACA.</td><td>0.75 pt</td></tr>
<tr><td>7.</td><td>Expliquer la phrase soulignée dans le document 4.1</td><td>0.75 pt</td></tr>
</table>

✳

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع