Madarisy.com : مصدر هذا الملف هو موقع مدارسي

المملكة المغربية

وزارة التربية الوطنية والتعليم العالي وتكوين الأطر والبحث العلمي

المركز الوطني للتقويم والامتحانات

الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا

الدورة العادية 2011

الموضوع

الصفحة 1 / 7

المادة	الاقتصاد والتنظيم الإداري للمقاولات	NS55	المعامل	6
الشعب(ة) او 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 ……	 2 2	04 pts
• Dossier N° 2 : Mercatique - Document 2.1 …… - Document 2.2…… - Document 2.3……	 3 3 4	03 pts
• Dossier N° 3 : Fonction financière, Stratégie et Croissance - Document 3.1 …… - Document 3.2 …… - Document 3.3 ……	 4 5 5	07.50 pts
• Dossier N°4 : Gestion des ressources humaines (GRH) - Document 4.1 …… - Document 4.2 ……	 6 7	05 pts
• Présentation et soin ……		0.50 pts
• Note totale ……..		20 pts

✳

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Cas LEMO

Fiche de présentation :

Dénomination Sociale	**:** LES EAUX MINERALES D'OULMES S.A. (LEMO)
Siège Social	**:** Zone Industrielle de Bouskoura, 20180, Casablanca – Maroc
Forme Juridique	**:** Société Anonyme
Capital social	**:** 198 millions de DH (MDH)
L'objet social	**:** Le captage, la production, la mise en bouteille et la commercialisation des eaux minérales naturelles plates (Sidi Ali) et gazeuses (Oulmès) ainsi que les eaux plates purifiées (Bahia) ; également la production et la commercialisation de sodas : Seven Up et Mirinda.

DOSSIER N° I : Organisation de l'Approvisionnement et de la Production

Document 1.1 : La politique d'approvisionnement

Le réapprovisionnement en matières premières et consommables fait l'objet de plannings d'approvisionnement annuels qui découlent des plannings de production et des objectifs de vente. Ces plannings d'approvisionnement sont établis en tenant compte des délais de livraison par article et par fournisseur, des quantités de lots économiques par article, des stocks de sécurité par article, des contraintes de transport et des contraintes de stockage.

Les fournisseurs agréés sont consultés sur la base des quantités annuelles. Par la suite, des intentions de commandes annuelles sont adressées aux fournisseurs retenus leur permettant une visibilité sur les besoins de LEMO afin de réserver les capacités de production nécessaires et de constituer éventuellement des stocks de sécurité.

La réalisation des dits plannings s'appuie sur 2 suivis :

- Un suivi hebdomadaire des niveaux de stocks (avec contrôle mensuel par inventaire physique) ;
- Un suivi de la régularité et de la conformité des livraisons permettant l'évaluation des fournisseurs ce qui constitue un élément de décision important dans le choix des fournisseurs à retenir pour la passation des commandes.

Les délais fournisseurs sont négociés au cas par cas le plus souvent et généralement ils dépassent 45 jours.

Concernant les provenances des matières premières, elles sont diverses : les canettes proviennent de Tunisie ou d'Arabie Saoudite, les bouchons d'Espagne et le concentré d'Irlande. Les achats locaux représentent 45% en moyenne des approvisionnements de la société.

Source : www.cdvm.gov.ma

Document 1.2 : Le procédé de fabrication de LEMO

LEMO dispose d'une concession d'exploitation d'un rayon de 30 Km autour du point géodésique (*) d'Oulmès. Sur ce territoire jaillissent de nombreuses sources dont deux sont exploitées : Source de Sidi Ali Chérif et Source de Lalla haya.

A partir de ce site exceptionnel, la société capte, embouteille et distribue deux produits :

- L'eau minérale naturelle non gazeuse Sidi Ali (Source Sidi Ali Chérif) ;
- L'eau minérale naturellement gazeuse Oulmès (Source Lalla Haya).

Sidi Ali

L'Eau de la source « SIDI ALI CHERIF » est une eau qui se forme sous l'écorce terrestre. C'est une eau exceptionnellement pure, à l'abri de toute pollution de surface.

Avant son embouteillage, l'eau SIDI ALI subit les traitements suivants : Oxydation du fer et du manganèse par air stérile insufflé ; Décantation ; Filtration.

Oulmès

L'eau de la source « LALLA HAYA » (Oulmès) est une eau qui se forme sous l'écorce terrestre par réaction entre les roches en fusion du magma. Elle remonte, ensuite, poussée par des bulles de gaz carbonique, dans les failles entre les schistes et les granites.

Source : www.cdvm.gov.ma

(*) géodésique : relatif à la forme de la terre

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Travail à faire N°1 (/04 pts)

N°	Questions	Barème
1	Dégager, du document 1.1, trois contraintes liées à l'approvisionnement chez LEMO.	0.75
2	Rappeler l'intérêt de suivi d'une commande.	0.50
3	Relever dans le document 1.1, les critères de choix des fournisseurs utilisés par LEMO.	0.50
4	a. Préciser les sources d'approvisionnement de LEMO ; b. Déterminer la part de l'approvisionnement à l'international ; c. Donner deux raisons du recours à l'achat à l'international.	0.75
5	Schématiser le processus de production de Sidi Ali.	0.50
6	a. Identifier le mode de production de LEMO selon les contraintes commerciales ; justifier votre réponse ; b. Citer deux avantages et deux limites de ce mode de production.	0.50 0.50

DOSSIER N°2 : Mercatique

Document 2.1 : La politique de prix

LEMO ne répercute pas automatiquement et systématiquement les augmentations de prix des intrants 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.

Document 2.2 : La politique de distribution

Aujourd'hui, LEMO, qui commercialise ses produits sur tout le Royaume du Maroc, procède à la distribution de deux manières :

1. Distribution Directe :
   - Traditionnelle : Grand Casablanca – Marrakech – Meknès – Fès ;
   - Moderne : GMS(*) Enseignes : Marjane, Makro, Aswak Assalam, Label Vie, Acima ;
   - Spéciale : pour des clients comme Royal Air Maroc, Mc Donald, CHR(*), etc.
2. Distribution Indirecte :

La société traite avec 51 dépositaires répartis sur l'ensemble du Royaume et qui se chargent de distribuer les produits de LEMO dans tous les points de vente recensés par la Direction Commerciale de la société.

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Document 2.3 : La politique de produit et de communication

Pour développer ses ventes en eaux et dynamiser, par la même occasion, le marché des eaux au Maroc, LEMO mène des actions marketing et commerciales sur tout le territoire marocain. Ces actions peuvent se résumer en :
- Fidélisation des clients par une communication mass-médias ;
- Lancement de nouveaux formats plus accessibles aux ménages ;
- Soutien sportif, notamment Football et Athlétisme, en ligne avec le positionnement des marques de la société ;
- Sponsoring de différents festivals (Casablanca et Essaouira notamment).

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

(*) GMS : grandes et moyennes surfaces ;
(*) CHR : café, hôtel, Restaurant

Travail à faire N°2 (/03 pts)

N°	Questions	Barème
1	Dégager du document 2.1, les contraintes liées à la fixation du prix chez LEMO.	0.50
2	Identifier la politique de prix poursuivie par LEMO ; justifier.	0.50
3	a. Nommer la politique de distribution adoptée par LEMO ; justifier votre réponse ; b. Apprécier cette politique de distribution;	0.50 0.50
4	Reproduire et compléter le tableau suivant, à partir du document 2.3 : **Actions de communication** | **Objectifs**	1

DOSSIER N°3 : Fonction financière, Stratégie et Croissance

Document 3.1 : 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.

Source : la vie éco (supplément n°4557 du 30 Avril 2010)

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Document 3.2 : 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 ;

Source : www.cdvm.gov.ma

(*) PET : Poly éthylène Téréphthalate (Bouteilles en plastique)
(*) Cols : Bouteilles (en référence au col de la bouteille).

Document 3.3 : Pourquoi LEMO a vendu Pepsi ?

Le 13 décembre 2010, les eaux minérales Oulmès (LEMO), jusque là embouteilleur de Pepsi, Mirinda et Seven up, décide de se défaire de ses activités de boissons gazeuses au profit du géant Indien Varun Beveragess ltd.(…)

Pourquoi se désengager ? Que s'est-il passé ? « Le retrait de LEMO peut s'expliquer aussi par la guerre sans merci qui règne dans le secteur des eaux en bouteille. Suite à l'introduction sur le marché de nouvelles marques avec des prix compétitifs, LEMO a vu ses parts de marché menacées. Je pense que c'est un choix plutôt judicieux que de revenir au cœur de son métier plutôt que de garder une activité où l'on manque de savoir-faire », analyse un spécialiste du secteur. Avant de poursuivre : « il ne faut pas perdre de vue également que le marché des soft drinks(*) se rétrécit, année après année au Maroc, notamment suite aux systèmes d'absorption et d'adjonction. En outre, le marché des soft drinks est soumis aux exigences et au rythme des saisons : 50% des ventes des opérateurs des sodas sont enregistrées en été. Or, cette période a coïncidé ces deux dernières années avec le ramadan. Résultat : le secteur est difficilement rentable aujourd'hui »

Source : Essor n°51 février 2011

(*) Soft drinks : boissons sans alcool

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Travail à faire N°3 (/07.50pts)

N°	Questions	Barème
1	a. Calculer, à partir du document 3.1, pour 2009, le ratio de la rentabilité commerciale ; (arrondir à la décimale la plus proche) b. lire le résultat obtenu.	0.25 0.25
2	Préciser, à partir du document 3.2, la nature et l'objectif des investissements réalisés par LEMO.	0.75
3	a. Relever le mode de financement choisi par LEMO pour ce programme d'investissement ; b. Présenter un avantage et une limite de ce mode de financement pour l'entreprise.	0.25 0.50
4	Préciser le métier de LEMO ;	0.25
5	Relever dans les documents 3.1 et 3.2, trois indicateurs de croissance.	0.75
6	a. Identifier le mode de croissance adopté par LEMO, justifier ; b. Citer deux avantages et deux limites de ce mode de croissance.	0.75 0.75
7	Reproduire et compléter le tableau suivant (à partir des 3 documents) : **Stratégies adoptées** | **Justification** |	01.50
8	Synthèse : **(**De 6 à 8 lignes**)** Vous êtes chargé d'apprécier l'opération de cession de Pepsi par LEMO en précisant : ➢ Les facteurs explicatifs du retrait de LEMO du marché ; ➢ Les répercussions d'un tel choix stratégique sur la compétitivité de LEMO.	01.50

DOSSIER N°4 : Gestion des Ressources Humaines

Document 4.1 : *Avis de recrutement*

LEMO**,** leader national du marché des eaux embouteillées est présente sur le marché depuis 1934.
Dans le cadre de notre développement continu, nous recherchons un Directeur Commercial
(Type de contrat : CDI)

Rattaché à la Direction Générale, vous aurez pour mission :
- Elaborer, communiquer et mettre en œuvre le plan commercial annuel,
- Effectuer des veilles concurrentielles et lancer les actions à mener pour renforcer les produits sur le marché,
- Effectuer un suivi des performances du réseau de distribution,
- Diriger, animer et encadrer les équipes commerciales.

Profil recherché

Agé de 35 ans minimum, de formation Bac +5 Minimum (Ingénieur ou Grandes Ecoles de Commerce), vous justifiez d'une expérience exigée d'au moins 10 ans dans la grande distribution, de préférence dans le secteur agroalimentaire. Vous êtes parfaitement trilingue arabe/français/anglais.

Qualités requises :
- Créativité,
- Excellent relationnel,
- Sens de leadership,
- Esprit d'analyse, de synthèse et de conceptualisation.

Source : www.rekrute.com

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Document 4.2 : Formation

Un plan de formation est établi, par la Direction Générale et le comité de pilotage, selon les besoins identifiés. La formation est offerte à toute personne ayant une incidence sur la qualité aussi bien des produits que des processus d'administration et de gestion et concerne ainsi tous les niveaux opérationnels de la société : approvisionnement, fabrication, manutention, maintenance, facturation, stockage et livraison, etc.
Tous les techniciens chargés du contrôle des lignes de production et du contrôle final en laboratoire sont formés suivant la procédure internationale PGF (Procédures de Gestion de la Formation).
L'ensemble de l'encadrement s'est rendu chez les fournisseurs des nouvelles installations en Europe pour suivre des formations adaptées et centrées sur l'utilisation des moyens de production.
La qualification des opérateurs est réalisée par l'encadrement et un plan de formation en interne est réalisé annuellement. A cet égard, la société a mis en place un nouveau plan de formation globale en tenant compte des recommandations de l'OFPPT. Ce plan de formation couvre les domaines suivants : Marketing, Management, Finance, Organisation d'entreprise, Veille technologique, Technique, Bureautique, Langues, Maintenance

Source : www.cdvm.gov.ma

Travail à faire N°4 (/05 pts)

<table>
<tr><th>N°</th><th>Questions</th><th>Barème</th></tr>
<tr><td>1</td><td>Préciser l'objet de l'annonce.</td><td>0.25</td></tr>
<tr><td>2</td><td>Dégager les caractéristiques du poste à pourvoir.</td><td>0.75</td></tr>
<tr><td>3</td><td>Classer, à partir du document 4.1, les éléments du profil du poste à pourvoir :
<table>
<tr><th>Eléments du profil</th><th>Caractéristiques</th></tr>
<tr><td>Savoir</td><td></td></tr>
<tr><td>Savoir-faire</td><td></td></tr>
<tr><td>Savoir-être</td><td></td></tr>
</table></td><td>0.75</td></tr>
<tr><td>4</td><td>Identifier le mode de recrutement adopté par LEMO; justifier.</td><td>0.75</td></tr>
<tr><td>5</td><td>Ressortir, du document 4.2, les éléments du plan de formation de LEMO.</td><td>0.75</td></tr>
<tr><td>6</td><td>Schématiser les étapes d'un plan de formation.</td><td>0.75</td></tr>
<tr><td>7</td><td>Montrer le lien entre la formation et la performance de l'entreprise.</td><td>01</td></tr>
</table>

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع