Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

المملكة المغربية
وزارة التربية الوطنية
المركز الوطني للتقويم والامتحانات والتوجيه

الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا
الدورة الاستدراكية 2013
الموضوع

RS55

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

- ✓ 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 des graphiques.

L'épreuve est composée de 8 pages et se présente sous la forme suivante :

Dossiers et documents	Page N°	Barème
• Page de garde ……	1	
• Présentation de l'entreprise ……	2	
• Dossier N° 1: Organisation de l'approvisionnement et de la production Document 1.1 …… Document 1.2 …… Document 1.3……	 2 3 3	04 pts
• Dossier N° 2 : Fonction financière et Mercatique Document 2.1 …… Document 2.2…… Document 2.3…… Document 2.4…… Document 2.5……	 4 4 4 4 5	05pts
• Dossier N° 3 : Stratégie et Croissance Document 3.1 …… Document 3.2 …… Document 3.3 …… Document 3.4……	 5 6 6 6	06 pts
• Dossier N°4 : Gestion des ressources humaines (GRH) Document 4.1 …… Document 4.2 …… Document 4.3 …… Document 4.4 ……	 7 8 8 8	04.50 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

PROMOPHARM S.A.

Présentation de l'entreprise

Dénomination sociale	Société de Promotion Pharmaceutique du Maghreb, Promopharm S.A.
Siège social	Rue 7, zone industrielle du Sahel. BP 96/97 - 26.400. Had Soualem. Maroc
Forme juridique	Société Anonyme à Conseil d'Administration
Date de constitution	28 août 1947
Introduction en bourse	15 juin 2007
Capital social au 30/06/2011	100.000.000 MAD
Effectif	343 (en 2011)
Evénement 2011	Acquisition par HIKMA Pharmaceuticals, groupe international Jordanien, de 63,9% du capital de Promopharm.
Activité de la société	Promopharm S.A. est un établissement pharmaceutique industriel spécialisé dans la production, la commercialisation, la représentation, l'importation et l'exportation de toutes spécialités pharmaceutiques et de tous produits parapharmaceutiques, de dermo-pharmaceutiques et de cosmétologie.

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

Document 1.1 : Approvisionnement

Pour les besoins de sa production, Promopharm S.A. consomme principalement des principes actifs*, des excipients*, ainsi que des articles de conditionnement primaires et secondaires.

La Société s'approvisionne en principes actifs auprès des établissements pharmaceutiques industriels pourvoyeurs de licences ou librement sur le marché international. Les prix d'achat de ces produits sont, généralement, évalués sur la base des prix spots*. Les excipients sont achetés principalement auprès de fournisseurs étrangers, tandis que les articles de conditionnement (Etuis, notices, cartons, tubes en aluminium) sont achetés sur le marché marocain auprès de fournisseurs de premier ordre.

Les termes de paiement octroyés par les fournisseurs varient en fonction de l'origine de ces derniers. Ainsi les fournisseurs locaux accordent en moyenne 60 jours de délai de paiement à Promopharm S.A., les fournisseurs étrangers lui octroient 130 jours en moyenne.

En vue de se conformer aux dispositions légales en vigueur, stipulant l'obligation pour les producteurs pharmaceutiques de disposer d'un stock minimum réglementaire de 3 mois de chiffre d'affaires pour les produits finis et pour les matières premières, Promopharm S.A. a adopté une politique d'approvisionnement efficiente. En effet, les achats sont déterminés à l'aide d'un ERP* (Adonix 3) implémenté depuis début 2006. Ainsi, sur la base des prévisions de ventes et des consommations sous-jacentes, le logiciel détermine les plans d'approvisionnement et d'achat des matières premières, les niveaux de stocks et les délais de livraison.

* Principe actif : substance active connue pour prévenir ou guérir une maladie.
*Excipient : toute espèce chimique présente dans la composition du médicament.
*Prix spot : c'est le prix d'une marchandise payée dans un marché au comptant.
*ERP : Logiciel de gestion (planification des ressources de l'entreprise).

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هذا الملف هو موقع مدارسي

Document 1.2 : Description des sites de production

Promopharm S.A. dispose d'une usine dans la zone industrielle de Had Soualem, facilement accessible grâce à une autoroute, et suffisamment proche du port de Casablanca et de l'aéroport Mohammed V pour optimiser la circulation des marchandises (…).Tous les locaux bénéficient d'un traitement de l'air (température, humidité, filtration et propreté), adapté aux besoins des activités qui s'y déroulent. Ces bâtiments sont construits avec les matériaux compatibles avec la production pharmaceutique (entretien et nettoyage faciles, protection des produits, etc.). Les accès aux locaux de production sont tous contrôlés et se font au travers de zones d'échange où le personnel ou les visiteurs revêtent des tenues adaptées aux locaux à visiter.

Document 1.3 : Processus de production

La première étape consiste à peser les matières premières et à fractionner les articles de conditionnement qui vont être utilisés par la production. Ces produits sont ensuite livrés pour leur mise en œuvre (…).

Les matières premières subissent un traitement spécifique indiqué dans un protocole de fabrication précisant non seulement les différentes étapes du processus, mais également les conditions de température, de pression, de filtration d'air, de stérilisation, à respecter.

Le produit semi-ouvré obtenu est ensuite réparti dans son conditionnement primaire (…), puis emballé dans son conditionnement secondaire. Le produit est ainsi mis en étui et ensuite en carton.

Les lots de produits finis sont ensuite transférés en quarantaine au magasin de distribution, en attente de libération par le pharmacien responsable ou son délégué ; ils seront alors disponibles pour la vente.

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

Travail à faire N°1 (/04 pts)

<table>
<tr><th>N°</th><th>Questions</th><th>Barème</th></tr>
<tr><td>1</td><td>Reproduire et compléter le tableau suivant caractérisant la politique d'approvisionnement de la société Promopharm.
<table>
<tr><th>Types d'articles achetés</th><th>Origine des fournisseurs</th><th>Termes de paiement</th></tr>
<tr><td>……</td><td>……...</td><td>……..</td></tr>
<tr><td>……</td><td>……</td><td>……</td></tr>
<tr><td>……</td><td>……</td><td>……</td></tr>
</table></td><td>0.75 pt</td></tr>
<tr><td>2</td><td>Montrer, en se basant sur le document 1.1, l'apport de l'informatique dans la gestion de l'approvisionnement.</td><td>0.50 pt</td></tr>
<tr><td>3</td><td>Relever dans le document 1.2 :
a. Les raisons du choix de la zone industrielle de Had Soualem par la société Promopharm ;
b. Les conditions selon lesquelles sont conçus les locaux de fabrication de la société Promopharm.</td><td>0.50 pt
0.50 pt</td></tr>
<tr><td>4</td><td>Schématiser le processus de production de la société Promopharm.</td><td>0.75 pt</td></tr>
<tr><td>5</td><td>a. Préciser le mode de production selon les contraintes commerciales adopté par la société Promopharm ;
b. Donner un avantage et une limite de ce mode.</td><td>0.50 pt
0.50 pt</td></tr>
</table>

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Dossier N° 2 : Fonction financière et Mercatique

Document 2.1 : Financement de Promopharm

Au titre de l'exercice 2008, l'autofinancement de Promopharm S.A. contribue à plus de 99% dans le niveau des ressources stables qui s'établissent à 47,8 M MAD* et lui permet de financer ses investissements annuels (…).

La capacité bénéficiaire de Promopharm S.A. lui permet :

- de satisfaire les exigences de ses actionnaires en procédant de manière régulière et croissante au versement de dividendes ;
- de faire face aux besoins de financement de l'exploitation ;
- et de sécuriser le financement de son développement (…).

En 2010, Promopharm S.A. maintient un autofinancement cohérent (avec les précédentes réalisations) de l'ordre de 44,7 M MAD.

* Millions de Maroc dirham.

Source : www.cdvm.gov.ma

Document 2.2 : L'équilibre financier de Promopharm sur la période 2011-2012

En milliers de MAD	31/12/2011	31/12/2012
Fonds de roulement	287 522	316 758
Besoin en fonds de roulement	220 452	245 298
Trésorerie nette	…… ?	…… ?

Source : L'économiste du 27 mars 2013

Document 2. 3 : Système de fixation des prix des médicaments fabriqués au Maroc

Coût de revient indutriel
↓
Prix de vente HT
↓ + TVA (7%)
Prix grossiste TTC
↓ + marge distributeurb(10%)
Prix pharmacien TTC
↓ + marge pharmacien (30 %)
Prix Public Maroc (prix fixé en accord avec le ministère de la Santé)

Source : www.cdvm.gov.ma

Document 2.4 : Stratégie commerciale de Promopharm S.A.

Promopharm S.A a misé sur un positionnement fort sur les maladies chroniques* les plus répandues au Maroc, des produits fortement concurrentiels, une large gamme de produits notamment des médicaments de première nécessité et accessibles au plus grand nombre et ce au juste prix.

Promopharm S.A. détient un portefeuille de produits où les génériques* représentent une forte proportion (67,2%) par rapport aux princeps* (32,8%). Cette segmentation des produits est importante pour Promopharm S.A., dans la mesure où la demande locale s'orientera de plus en plus vers les génériques afin de répondre aux objectifs du gouvernement d'accroître la couverture de santé de la population marocaine.

(…) Les ventes de Promopharm S.A. se concentrent essentiellement sur le marché privé marocain représenté par le marché privé grossiste d'une part et par le marché des cliniques et des officines (pharmacies) d'autre part.

Source : www.cdvm.gov.ma

* Maladies ciblées de manière prioritaire par l'AMO et la RAMED.
* Génériques : ce sont des copies des médicaments d'origine, normalement moins chers.
* Princeps : médicament original ou de marque.

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Document 2.5 : La promotion des ventes

Promopharm S.A. a confié, en date du 01/01/2004 et pour une durée de 5 ans renouvelable par tacite reconduction*, l'exclusivité de la promotion sur tout le territoire du Maroc de l'ensemble des spécialités pharmaceutiques commercialisées à une société externe qui assure des visites régulières aux médecins tant privés que publics. Aux fins de cette promotion, cette société prend à sa charge : l'encadrement de la force de vente, l'élaboration et contrôle d'exécution des plans marketing, la préparation et l'animation des réunions de cycle, la formation des délégués médicaux sur le terrain, la réalisation des aides de visite, les frais d'agence et d'impression des aides de visite, le contrôle et le suivi des niveaux de stock chez les grossistes répartiteurs et enfin le contrôle de la disponibilité physique des produits Promopharm S.A. dans les officines (…).

* Renouvellement spontané.

Source : www.cdvm.gov.ma

Travail à faire N°2 (/05 pts)

N°	Questions	Barème
1	a. Identifier le moyen de financement adopté par la société Promopharm ; b. Préciser, en se basant sur le document 1.1, l'intérêt d'une bonne capacité bénéficiaire pour Promopharm.	0.25 pt 0.50 pt
2	a. Calculer la trésorerie nette (doc 2.2) ; b. Interpréter l'évolution de la trésorerie nette sur la période 2011 - 2012.	0.50 pt 0.50 pt
3	Décrire, à partir du document 2.3, la méthode de fixation du prix des médicaments fabriqués au Maroc.	0.75 pt
4	a. Relever, dans le document 2.4, les segments ciblés par la société Promopharm ; b. Citer les raisons sur lesquelles repose le choix de production des génériques.	0.25 pt 0.50 pt
5	a. Identifier la taille du canal de distribution des produits de Promopharm ; b. Schématiser ce canal de distribution.	0.25 pt 0.75 pt
6	Expliquer : promotion des ventes.	0.25 pt
7	Dégager, du document 2.5, les actions utilisées par la société dans le cadre de la politique de promotion des ventes.	0.50 pt

Dossier N° 3 : Stratégie et Croissance

Document 3.1 : Un nouveau modèle de l'industrie pharmaceutique mondiale

Un nouveau modèle s'impose à l'industrie pharmaceutique :

- Les multinationales tendent à sous traiter certaines activités comme la recherche et développement et la production ;
- La croissance du marché des génériques est plus forte que celles des princeps ;
- La croissance est tirée par les marchés « émergents » ;
- La demande est freinée par une régulation croissante à l'instar d'instauration de barrières à l'entrée.

Une forte tendance de concentration :

La tendance à la concentration dans l'industrie pharmaceutique a pour principal objectif d'atteindre une taille critique permettant de réaliser des économies d'échelles compte tenu des coûts élevés de Recherche et de Développement. La pression sur les prix et l'acquisition de nouvelles technologies motivent aussi des opérations de fusions et acquisitions.

Source : www.cdvm.gov.ma

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هذا الملف هو موقع مدارسي

Document 3.2 : L'environnement économique national

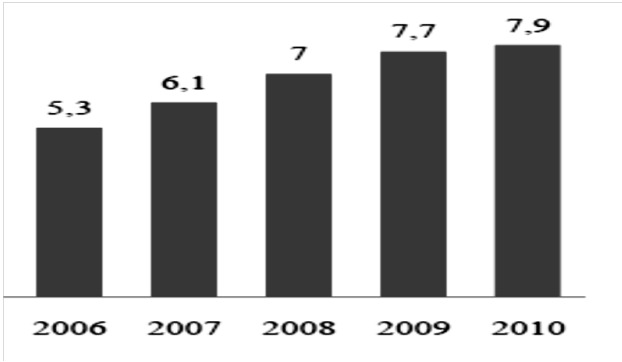
Par rapport aux chiffres, le secteur pharmaceutique marocain occupe, par sa taille, la deuxième place à l'échelle du continent africain, après l'Afrique du Sud. La consommation nationale reste cependant relativement faible.

(…) « La consommation est de 24 euros par an et par personne au Maroc et de 41 euros en Tunisie soit une différence de 70 % », a expliqué Patrice Fuster, directeur général de Sanofi Aventis. En effet, le faible niveau de consommation par habitant s'explique en partie par la tarification des médicaments, dont le prix de vente au détail est une préoccupation constante pour les clients, explique le cabinet Oxford Business Group.

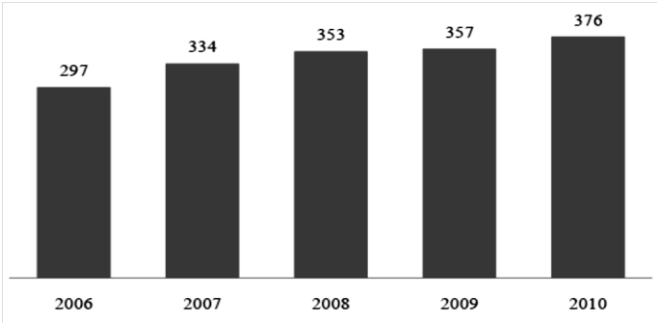
Source : www.lesoir-echos.com

Document 3.3 : Evolution des C.A.

Evolution du chiffre d'affaires du secteur pharmaceutique en milliards de MAD



Evolution du chiffre d'affaires de Promopharm en millions de MAD



Source : www.cdvm.gov.ma

Document 3.4 : L'acquisition de Promopharm S.A. par Hikma Pharmaceuticals

L'industrie pharmaceutique marocaine a connu un développement important ces dernières années suite à l'entrée en vigueur de l'assurance maladie obligatoire (A.M.O) et à l'essor des médicaments génériques. (…) Les pouvoirs publics en l'occurrence le Ministère de la Santé entreprennent d'instaurer une règlementation obligeant les acteurs du marché à effectuer des tests de bioéquivalence afin de prouver l'efficacité des médicaments génériques (…).

Fort de ce constat, l'acquisition de Promopharm S.A. par Hikma Pharmaceuticals (63,9% du capital de Promopharm) a pour principaux objectifs :

- L'adossement* de Promopharm S.A. à un acteur industriel de premier plan dans le secteur pharmaceutique dans la région MENA* (…) ;
- Le positionnement de Hikma Pharmaceuticals comme fabricant local au Maroc en bénéficiant de capacités de production de qualité et de ressources humaines expérimentées et qualifiées ;
- La création d'opportunités d'export pour les produits de Promopharm S.A, en profitant des réseaux de distribution et de marketing de Hikma Pharmaceuticals PLC dans la région MENA;
- La fourniture d'une plateforme pour la fabrication et la distribution au Maroc des produits stratégiques de Hikma Pharmaceuticals PLC, aussi bien génériques que sous licences.

Source : www.cdvm.gov.ma

***** Adossement : soutien, appui.

* MENA : Moyen Orient et Nord d'Afrique.

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Travail à faire N°3 (/06pts)

N°	Questions	Barème
1	Préciser le métier de la société Promopharm.	0.25 pt
2	a. Expliquer la notion de sous-traitance ; b. Citer deux raisons de la sous traitance.	0.25 pt 0.25 pt
3	Dégager, des documents 3.1 et 3.2, deux opportunités et deux menaces du marché de la société Promopharm (reproduire et compléter le tableau suivant) : Opportunités | Menaces |	0.75 pt
4	a. Calculer à partir du document 3.3, le taux de variation en 2010 par rapport à 2006 : - du chiffre d'affaires global du secteur pharmaceutique ; - du chiffre d'affaires de la société Promopharm. **N.B.** retenir deux chiffres après la virgule. b. Interpréter l'évolution du chiffre d'affaire de la société Promopharm en la comparant à celle constatée dans le secteur pharmaceutique.	 0.25 pt 0.25 pt 0.50 pt
5	a. Identifier, à partir du document 3.4, la modalité juridique de croissance du groupe Hikma Pharmaceuticals ; b. Relever, dans le document, les objectifs recherchés par Promopharm à travers cette opération.	0.50 pt 0.50 pt
6	Identifier l'option stratégique poursuivie par la société Promopharm.	0.50 pt
7	Synthèse : La société Promopharm a conclu un accord visant à céder 63,9% de son capital au groupe pharmaceutique Jordanien Hikma. Rédiger une synthèse de 10 lignes traitant les points suivants: ✓ Une analyse du contexte économique national et international de la société Promopharm ; ✓ Une explication de la notion de concentration ; ✓ Les effets positifs attendus par la société Promopharm ; ✓ Les risques éventuels d'un tel accord.	02 pts

Dossier N°4 : Gestion des ressources humaines (GRH)

Document 4.1 : Structure de l'effectif

(…) La spécificité du métier pharmaceutique exige des ressources humaines qualifiées et un taux d'encadrement relativement élevé. En effet, l'organisation de Promopharm S.A. se caractérise par un taux d'encadrement important de près de 49,6% sur le premier semestre 2011 contre 45,5% en 2008 (cadres supérieurs, cadres et cadres assimilés et délégués médicaux). Cette évolution du taux d'encadrement provient essentiellement du recrutement des délégués médicaux (…).

Promopharm S.A. compte dix pharmaciens parmi ses effectifs. La Société se conforme au nombre minimum de pharmaciens exigé par la loi et fait l'objet, d'une inspection régulière, par la Direction de l'inspection du Ministère de la Santé Publique. Par ailleurs et conformément à la législation en vigueur, Promopharm S.A., compte 9 pharmaciens assistants.

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Document 4.2 : Répartition du personnel par tranche d'âge

Répartition du personnel par tranche d'âge	Effectif
20 – 30ans	62
31 – 40ans	133
41 – 50ans	94
51 – 60ans	53
61 – 70ans	1
TOTAL	**343**

Document 4.3 : Formation

(…) Les formations sont dispensées par une équipe de formateurs internes ou externes, sur le site même ou à l'extérieur à l'occasion de cycles de formation adaptés. Les besoins en formation sont identifiés par les différents responsables et communiqués au responsable des formations qui établit un plan global de formation. Chaque formation est dispensée grâce à un support et fait l'objet d'un rapport d'évaluation.

Document 4.4 : Institutions représentatives du personnel

Il existe deux institutions représentatives du personnel. D'une part, le collège cadre représenté par 3 délégués titulaires et 3 délégués suppléants. D'autre part, le collège ouvriers qui est représenté par 4 délégués titulaires et 4 délégués suppléants (…). Selon le dernier protocole d'accord entre la société et les représentants du collège ouvriers et assimilés, il a été convenu pour l'ensemble du personnel faisant partie des collèges ouvriers et assimilés que seront accordées : des primes de logements supplémentaires, une prime de rendement (=25% du salaire de base) et une revalorisation des salaires selon une grille bien précise et une augmentation des primes de l'Aid Kébir et celles de scolarité. Ce protocole ne pourra être renégocié qu'à compter du 1er janvier 2015 et les représentants du collège ouvriers et assimilés s'engagent à ne plus porter de revendications collectives d'ici là, tant sur les salaires que sur les primes et autres avantages.

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

N°	Travail à faire N°4 (/04.50 pts)	Barème
1	Dégager du document 4.1 : a. La principale caractéristique des ressources humaines de la société Promopharm ; b. La contrainte qui pèse sur la politique de recrutement de la société.	 0.25 pt 0.50 pt
2	a. Calculer le pourcentage des effectifs ayant un âge inférieur à 41 ans. **N.B.** Retenir deux chiffres après la virgule. b. Interpréter le résultat obtenu.	0.25 pt 0.50 pt
3	Dire comment sont identifiés les besoins en formation de la société Promopharm.	0.25 pt
4	Préciser le ou les modes de formation adoptés par la société Promopharm.	0.50 pt
5	a. Relever, dans le document 4.4, l'instance de représentation du personnel de la société Promopharm ; b. Rappeler le rôle de cette instance.	0.50 pt 0.50 pt
6	a. Dégager du document les compléments de salaire octroyés par Promopharm à ses ouvriers. b. Montrer leur effet sur le climat social interne de la société.	0.75 pt 0.50 pt

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع