Madarisy.com : مصدر هذا الملف هو موقع مدارسي

الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا
الدورة الاستدراكية 2020
- الموضوع –

TTTTTTTTTTTTTTTTTTT | RS 55

المملكة المغربية
وزارة التربية الوطنية والتكوين المهني والتعليم العالي والبحث العلمي
المركز الوطني للتقويم والامتحانات

المادة	الاقتصاد والتنظيم الإداري للمقاولات	مدة الإنجاز	3
الشعبة أو المسلك	شعبة علوم الاقتصاد والتدبير : مسلك علوم التدبير المحاسباتي	المعامل	6

Consignes

- Aucun document n'est autorisé.
- L'utilisation de la calculatrice non programmable est autorisée.
- La présentation de la copie doit être soignée : Éviter les ratures et surcharges, aérer le texte, numéroter les réponses, encadrer les résultats, utiliser la règle pour le traçage des tableaux.
- **La page N°6 contient les annexes à compléter et à rendre avec la copie.**

Barème et numéros de pages

Dossiers	N° de pages	Barème
▪ Dossier N°1 : Approvisionnement, Production et Mercatique Cas : **BANCHEREAU MAROC**	2 - 3	10 pts
▪ Dossier N°2 : Fonction financière et Stratégie Cas : **Groupe UNIMER**	4 - 5	09.50 pts
Présentation de la copie……		0.50 pt
Note totale ……		20 pts

Le sujet est composé de deux cas d'entreprises opérant dans l'industrie agroalimentaire.

BANCHEREAU MAROC

Entreprise ayant pour activité la Transformation de viandes de volailles et la production de charcuterie cuite.

Groupe UNIMER

Groupe opérant dans la production et la commercialisation des conserves de poissons, de légumes et fruits.

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Dossier N°1 : Approvisionnement, Production et Mercatique

Document 1.1 : Approvisionnement de BANCHEREAU

BANCHEREAU s'approvisionne en viandes auprès des élevages du groupe et des éleveurs agrégés. L'appartenance de BANCHEREAU au groupe ZALAGH lui permet d'assurer la disponibilité, la régularité et la qualité de ses approvisionnements en viandes de volailles et en Viande Séparées Mécaniquement (VSM). BANCHEREAU déploie des efforts considérables pour garantir la sécurité alimentaire de ses produits finis, notamment par l'adoption des principes du HACCP (*) dans son processus de fabrication.

(*) *HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) : méthode de maîtrise de la sécurité sanitaire des denrées alimentaires élaborée aux Etats Unis.*

Document 1.2 : Processus de production de charcuterie de BANCHEREAU

La fabrication de charcuterie de BANCHEREAU se déroule dans une unité de production dotée de lignes de production automatisées d'une capacité de 35 tonnes/jour. Le processus de production contient plusieurs étapes distinctes : Après la réception des intrants et leur stockage dans des conditions de température maitrisées, la pâte de viandes est préparée en mélangeant les différents intrants. Puis, intervient l'embossage (ou poussage) relatif au conditionnement de la pâte dans des boyaux puis dans des boites métalliques. La cuisson, étape très importante pour la sécurité sanitaire des produits. Celle-ci se fait selon un barème de cuisson (temps, température) approprié, en fonction du calibre du produit et de sa conception. Le processus se termine par le refroidissement des produits. Enfin la production est datée puis emballée en barquettes avant d'être palettisée et préparée pour la livraison ou alors stockée en chambre froide.

Document 1.3 : Gamme de produit de BANCHEREAU

BANCHEREAU dispose d'un portefeuille de marques fortes permettant d'assurer une proximité à l'égard du consommateur et à l'écoute de ses exigences.
Le portefeuille de marques de BANCHEREAU lui permet de toucher un large spectre de consommateurs avec une offre de produits diversifiée et segmentée, composée de gammes suivantes :

- Gamme «premier prix» commercialisée sous les marques «Nzaha», «Toro», «L'fen» et «Bnina». Cette gamme est destinée à un marché où le prix est prépondérant dans le choix du consommateur, nécessitant ainsi l'adoption d'une politique tarifaire agressive. Cette gamme se décline essentiellement en produits sous forme de Mortadelles et Saucissons ;
- Gamme de produits répondant aux besoins d'un segment «moyenne gamme», caractérisée par un dosage équilibré entre prix et mise en avant des valeurs de qualité de la marque «Dindy». Elle se décline en une large liste de produits à prix abordables, tels que la Mortadelle (aromatisée ou nature), le Saucisson (aromatisé ou nature), le Salami et le Hot Dog ;
- Charcuterie fine «haut de gamme» commercialisée sous la marque «Dindy». Cette gamme de produit se positionne sur une niche plus attentive aux apports du produit et de ses qualités gustatives.

Source des documents : www.ammc.ma

Document 1.4 : Politique de distribution de BANCHEREAU

BANCHEREAU commercialise sa production auprès des consommateurs Marocains. Afin de couvrir tout le territoire national et d'optimiser ses coûts de distribution, BANCHEREAU a adopté une politique de distribution «multi-canal», articulée autour de deux axes : La distribution en GMS (*), où les produits de la société sont référencés chez toutes les enseignes nationales et la distribution à travers le réseau traditionnel, pour lequel BANCHERAU MAROC dispose d'une force de vente qui couvre les points de vente directe (épiciers), les grossistes (alimentant les points de vente directe) ainsi que les revendeurs CHR (**).

(*) GMS : Grandes et Moyennes Surfaces

(**) CHR : Cafés, Hôtels et Restaurants

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Document 1.5 : Actions de communication de BANCHEREAU



Réduction des prix sur les produits : cuisse au poivre et filet fumé de dinde.



Message diffusé sur une chaîne télévisée marocaine.

Source : www.dindy.ma

Travail à faire N°1 (10 pts)

N°	Questions	Barème
1	a) Identifier la source d'approvisionnement de BANCHEREAU ; b) Présenter l'apport de cette source d'approvisionnement pour l'activité de BANCHEREAU.	0.25 pt 0.50 pt
2	Lire la donnée soulignée.	0.50 pt
3	a) Montrer que le processus de production de BANCHEREAU est automatisé ; b) Indiquer deux effets de l'automatisation sur le consommateur.	0.25 pt 0.50 pt
4	a) Schématiser le processus de production de BANCHEREAU ; b) Illustrer le mode de production pour le stock de BANCHEREAU ; c) Rappeler deux avantages de ce mode de production.	1.50 pt 0.50 pt 0.50 pt
5	a) Présenter le portefeuille de marques de BANCHEREAU ; b) Montrer l'importance de la marque dans la politique marketing de l'entreprise.	0.25 pt 0.75 pt
6	Reproduire et compléter le tableau suivant :	1.50 pt
7	a) Nommer les canaux de distribution utilisés par BANCHEREAU ; b) Illustrer votre réponse ; c) Déduire la politique de distribution adoptée par BANCHEREAU.	0.75 pt 0.75 pt 0.50 pt
8	a) Identifier les actions de communication réalisées par BANCHEREAU ; b) Citer un objectif de chaque action de communication.	0.50 pt 0.50 pt

Marques	Politique de prix	Illustration
Nzaha		
Dindy Charcuterie fine		

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Dossier N°2 : Fonction financière et Stratégie

Document 2.1 : Présentation du groupe UNIMER

Créé en 1973, le groupe UNIMER était spécialisé dans la production et la commercialisation de conserves de sardines et de filets de maquereaux. Puis, il a intégré de nouvelles niches d'activité à forte valeur ajoutée. Actuellement, le groupe est bâti autour de quatre filiales hautement spécialisées chacune dans son domaine mais travaillant en parfaite synergie : Unimer pour les conserves de sardines et de maquereaux Vinaigreries Chérifiennes Réunies pour les condiments, le vinaigre, la confiture, les pâtes alimentaires, les cornichons, les haricots verts et les piments ; Top Food Morocco et Uniconserves pour les concentrés de tomates, les câpres, les abricots et les olives.
Le succès du groupe UNIMER s'explique principalement par la qualité de ses produits, son réseau de distribution bien établi et la synergie intra-groupe qui lui permet d'élargir sa gamme de produits et d'optimiser son organisation par la réalisation de ses objectifs.

Source : Agence Marocaine de Presse du 7 Janvier 2017

Document 2.2 : Engagements du groupe UNIMER

Dans le cadre de sa politique sociale, le groupe UNIMER a mis en place une infrastructure adéquate composée notamment, d'une crèche pour les enfants des femmes salariées, un service dédié à la santé en milieu de travail, un réfectoire et des vestiaires. Concernant la politique qualité, le groupe UNIMER s'est engagé dans le respect des normes en vigueur en la matière, le respect de l'environnement et des règles d'éthique et ce, dans une perspective de développement durable, de promotion de la qualité ainsi que de l'authenticité des matières premières, outre l'amélioration continue par la formation.

Source : Agence Marocaine de Presse du 16 février 2020

Document 2.3 : Développement du groupe UNIMER

En 2010, le groupe UNIMER se développe en absorbant La Monégasque-Vanelli Maroc, leader mondial des semi-conserves d'anchois. Le groupe UNIMER réalise une deuxième opération de fusion-absorption. Celle-ci concerne la société Concernor, opérateur du secteur des conserves de sardines et de maquereaux. Dès lors, le groupe UNIMER renforcera de manière considérable sa force de frappe. Il profitera ainsi d'une multitude de synergies, au niveau des achats de sa filiale Unimer, de la logistique liée à l'achat et des outils de production qui seront complémentaires, mais aussi et surtout, au niveau commercial.

Source : Economie Entreprises, novembre 2014

Document 2.4 : Le groupe UNIMER se développe sur le marché africain

Le groupe UNIMER a investi 240 millions de dirhams en Mauritanie pour la construction d'un complexe industriel intégré de transformation et de valorisation du poisson pélagique (sardines, anchois…). Cette implantation permettra une sécurisation accrue de l'approvisionnement et de mieux desservir le marché africain. Aujourd'hui, l'export représente 85% du chiffre d'affaires de l'entreprise.

Source : Economie Entreprises, juillet 2016

Document 2.5 : Financement des investissements

Le groupe UNIMER vient de lancer un emprunt obligataire d'un montant de 350 millions de dirhams. Cette émission obligataire vise plusieurs objectifs fondamentaux. D'abord, financer l'investissement relatif à l'acquisition de nouveaux équipements industriels pour la transformation de légumes et de poissons marinés et ensuite l'extension des unités des autres filiales (La Monégasque Vanelli, Uniconserves…) pour un montant global de 290 millions de dirhams.

Source : La Nouvelle Tribune du 06 mars 2016

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Document 2.6 : Données comptables du groupe UNIMER

Chiffres-clés des comptes consolidés du groupe UNIMER

En millions de DH	2016
Actif immobilisé	1 145.95
Actif circulant hors trésorerie	1 180.52
Financement permanent	1 728.27
Passif circulant hors trésorerie	221.15

Source : www.ammc.ma

Travail à faire N°2 (09.50 pts)

N°	Questions	Barème
1	Justifier que le groupe UNIMER poursuit : a) Une finalité sociale ; b) Une finalité sociétale.	 0.50 pt 0.50 pt
2	Relever deux forces du groupe UNIMER.	0.50 pt
3	Compléter l'Annexe N°1.	1 pt
4	Compléter l'Annexe N°2.	1.50 pt
5	Présenter deux synergies pouvant naître de l'opération de la fusion absorption pour le groupe UNIMER.	1 pt
6	Ressortir les objectifs de l'implantation du groupe UNIMER en Mauritanie.	0.50 pt
7	Reproduire et compléter le tableau suivant : Investissements réalisés par le groupe UNIMER | Classification selon : La nature | L'objectif | |	1pt
8	a) Relever le moyen de financement utilisé par le groupe UNIMER ; b) Rappeler deux limites de ce moyen de financement.	0.50 pt 0.50 pt
9	Compléter l'Annexe N°3.	2 pts

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Annexes à compléter et à rendre avec la copie

Annexe N°1 : Diagnostic externe du groupe UNIMER

Eléments du diagnostic	Opportunité (*)	Menace (*)
Raréfaction des ressources halieutiques sous l'effet de facteurs climatiques défavorables ainsi que de la baisse des quotas de pêche.		
Potentialités importantes sur le marché africain en termes de ressources halieutiques.		
Forte concurrence des opérateurs nationaux et internationaux dans le secteur de la conserve de sardines.		
Mise en œuvre du plan Halieutis visant à promouvoir la production et l'exportation des produits de la mer et à augmenter la consommation de poisson au Maroc.		

(*) Répondre, en mettant une croix dans la case correspondante, à chaque élément du diagnostic.

Annexe N°2 : Stratégie du groupe UNIMER

Options stratégiques	Illustration	Croissance réalisée	
		Mode	Modalité
……..	…… …… ……	❑ Interne ❑ Externe	Fusion absorption.
……..	Le groupe UNIMER a construit en Mauritanie un complexe industriel.	❑ Interne ❑ Externe	……...

Annexe N°3 : Indicateurs financiers du groupe UNIMER en 2016

Indicateurs	Formule	Calcul	Lecture
Fonds de roulement			…… …… …… …… …… …… ……
Besoin en fonds de roulement			
Trésorerie nette			

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع