Madarisy.com : مصدر هذا الملف هو موقع مدارسي

الصفحة : 1 على 6	الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا الدورة الاستدراكية 2022	المملكة المغربية وزارة التربية الوطنية والتعليم الأولي والرياضة المركز الوطني للتقويم والامتحانات
ⵜⵜⵜⵜⵜⵜⵜⵜⵜⵜⵜⵜⵜⵜⵜⵜⵜⵜ-ⵜⵜ	I*** – عناصر الإجابة –	RR 55

المادة الشعبة والمسلك	مدة الإنجاز	المعامل	
الاقتصاد والتنظيم الإداري للمقاولات شعبة العلوم الاقتصادية والتدبير: مسلك علوم التدبير المحاسباتي	3h	المعامل	6

Note au correcteur

- Se conformer aux procédures du guide de correcteur, aux consignes du cadre de référence et du corrigé indicatif ;
- Éviter la double sanction :
  - Noter la lecture, l'interprétation ou le commentaire justes sur la base d'un résultat faux ;
  - Noter la démarche juste sur la base d'éléments de calcul faux ;
- Noter strictement les idées nonobstant les imperfections de langue.
- Ramener la note finale de l'élève sur 20 (vingt).

Corrigé indicatif

Dossier N°1 : Approvisionnement, Production et Mercatique (42 pts)

1) a) Les opérations d'achat d'Ikea sont centralisées : Ikea possède 30 bureaux d'achat responsables des livraisons aux magasins et sites de production d'Ikea dont le rôle principal consiste à identifier des fournisseurs potentiels. (1.50 pt)

b) Deux avantages de la centralisation de l'achat pour Ikea : (03 pts)
- Pouvoir de négociation élevé envers le fournisseur ;
- Permet de profiter des réductions commerciales sur les volumes d'achat ;
- Source de maîtrise de coûts (diminution des coûts de passation)

N.B : Retenir deux avantages corrects.

c) Ikea accorde une importance aux choix de fournisseurs lui procurant des matières premières de bonne qualité à des prix bas, ce qui lui permet de réduire les coûts d'achat et par là d'avoir des produits compétitifs. (03 pts)

N.B : Accepter toute réponse logique.

2) a) Les étapes du processus de production des meubles en kits d'Ikea : (4.50 pts)
- Tri (tamisage) de bois ;
- Transformation de bois en panneaux ;
- Stockage des panneaux ;
- Découpage des panneaux en composants individuels ;
- Usinage des composants individuels ;
- Perçage des alésages dans les pièces à usiner ;
- Mise en lots (assemblage en lots)
- Emballage des kits.

N.B : Accepter toute formulation correcte.

b) Le mode de production des meubles selon les contraintes techniques : production en discontinu. (1.50 pt)

c) Justification : Les étapes de production de meubles en kits sont enchaînées avec interruption de temps et de lieux (les panneaux sont stockés avant leur découpage) (03 pts)

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

3) a) (4.50 pts)

Types d'études de marché menées par Ikea	Justification	Technique utilisée
Etude qualitative	Ikea envoie des ingénieurs chez les clients pour comprendre leurs besoins.	Observation
Etude quantitative	Ikea a recueilli des données statistiques sur un échantillon de 1000 personnes.	Enquête

b) L'impact des études réalisées sur la performance commerciale d'Ikea : (03 pts)

- Meilleure connaissance des besoins des clients ;
- Adaptation de l'offre commerciale aux attentes des clients ;
- Fidélisation des clients aux produits Ikea ;
- Accroissement des ventes et de la part de marché,…

N.B : Retenir deux éléments de réponse.

4) a) Ikea recourt à une segmentation du marché : (1.50 pt)

- Ikea cible différents segments de clients ;
- Ikea propose, pour un même produit, différentes variantes de qualité et de prix. (1.50 pt)

b) Le critère de segmentation utilisé par Ikea : critère socioéconomique (pouvoir d'achat) (3 pts)

c) Deux actions utilisées par Ikea pour fidéliser ses clients :

- Renouvellement de l'assortiment ;
- Différenciation de design ;
- Création de produits adaptés aux évolutions du pouvoir d'achat des clients ;
- Offre de variantes de qualité et de prix.

N.B : Retenir deux éléments de réponse corrects.

5) a) Deux éléments permettant à Ikea de proposer des prix bas : (3 pts)

- Rapport aux fournisseurs est très contrôlé ;
- Matières premières moins chers ;
- Système du kit diminuant les coûts de stockage.

N.B : Retenir deux éléments de réponse.

b) La politique de prix adoptée par Ikea : Politique de pénétration (1.50 pt)

6) a) Le canal de distribution choisi par Ikea : Canal direct (1.50 pt)

b) Deux raisons justifiant le recours d'Ikea au choix de ce canal : (1.50 pt)

- Préserver son image de marque ;
- Contrôler les points de vente ;
- Assurer un service après vente aux clients,…

N.B : Retenir deux éléments de réponse.

7) a) Les supports publicitaires utilisés par Ikea : Site internet, télévision, radio, affichage, Catalogues et brochures. (1.50 pt)

b) Le catalogue permet au client de : (3 pts)

- Préparer et organiser la visite des clients ;
- Stimuler la vente en ligne ;
- Trouver des idées et découvrir les nouveautés de l'année ;
- Influencer le comportement d'achat ;
- Augmenter les ventes,…

N.B : Retenir deux éléments de réponse.

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هذا الملف هو موقع مدارسي

Dossier N°2 : Stratégie, Croissance et Fonction financière (51 pts)

1) (4.50 pts)

Métier	Mission	Finalité économique
Conception et vente de détail de mobilier et objets de décoration prêts à poser ou à monter en kit.	Améliorer le quotidien du plus grand nombre de clients en offrant une large gamme de produits d'ameublement	Poursuivre son développement et assurer sa pérennité.

2) Voir Annexe N°1. (4.50 pts)

3) Voir Annexe N°2. (09 pts)

4) a) (03 pts)

Investissements réalisés par Ikea	Classification selon la nature
Amélioration de l'offre en ligne	Investissement immatériel
Ouverture de magasins	Investissement matériel
Acquisition de Geomagical Labs	Investissement financier

b) Deux raisons justifiant l'investissement d'Ikea dans la transformation numérique : (1.50 pt)

- S'adapter aux évolutions des comportements des consommateurs ;
- Les mesures sanitaires prises dans de nombreux pays ont contraint Ikea à fermer ses magasins lors des périodes de confinement.

c) Le moyen de financement privilégié par : autofinancement (1.50 pt)

5) a) Représentation graphique : (voir Annexe N°3) (03 pts)

- Type de graphique : Courbe d'évolution, en tuyaux d'orgues ou diagramme à barres ;
- Titre de graphique : l'évolution du résultat d'exploitation d'Ikea durant la période 2018-2021 ; **(0.50 pt)**
- Intitulé des axes : **(0.50 pt)**
  - Abscisses : Années ;
  - Ordonnées : Résultat d'exploitation en milliards d'Euros.
- Tracé du graphique. **(02 pts)**

b) Lecture du graphique : Le résultat d'exploitation d'Ikea a enregistré une évolution irrégulière entre la période 2018/2021. En effet, après avoir enregistré une hausse en 2019, le résultat d'exploitation a diminué en 2020, passant de 3 MM d'Euros à 2,2 MM d'Euros avant de connaître une augmentation en 2021 pour atteindre 2,7 MM d'Euros. (1.50 pt)

N.B. : Retenir toute lecture correcte.

6) a) Ratio de la rentabilité commerciale d'Ikea : (1.50 pt)

- **Formule :** Résultat d'exploitation / chiffre d'affaires
- **Calcul :**
  - En 2020 : 2,2/ 35 = 0,06 ;
  - En 2021 : 2,7 / 37,4 = 0,07.

b) Explication de l'évolution du ratio de la rentabilité commerciale d'Ikea : La rentabilité commerciale d'Ikea a connu une amélioration entre 2020 et 2021, passant de 6 Euros à 7 Euros de résultat d'exploitation pour chaque 100 Euros de ventes réalisées. Cela s'explique par une augmentation plus que proportionnelle du résultat d'exploitation par rapport à une augmentation du chiffre d'affaires. (03 pts)

N.B. : Retenir toute explication correcte.

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

7) Synthèse : **(18 pts)**

La synthèse doit comporter une introduction, un développement et une conclusion.

Introduction :

- Présenter brièvement lkea ; (03 pts)
- Enoncer l'accroche ;
- Préciser la problématique à traiter ;
- Annoncer le plan de la synthèse.

Développement :

a) Diagnostic stratégique d'Ikea : (03 pts)

- Gammes de produits larges et diversifiées ;
- Réputation internationale de la marque « Ikea » ;
- Absence des services de livraison et de montage ;
- Croissance des achats en ligne ;
- Nombreux détaillants à faible coût entrent sur le marché de l'ameublement ;
- Environnement concurrentiel.

b) Actions stratégiques d'Ikea : (06 pts)

- Contrôle accru de ses coûts à chaque étape du processus du développement des produits jusqu'à leur distribution ;
- Création d'une franchise en partenariat avec l'enseigne de l'hôtellerie Marriott ;
- Acquisition de la startup américaine Geomagical Labs, spécialisée dans la capture d'environnements en 3D ;
- Développement de l'activité de restauration ;
- Ouverture de magasins ;
- Amélioration de l'offre en ligne.

N.B : Retenir quatre actions au minimum.

c) Performances réalisées par Ikea : (04 pts)

- Augmentation du chiffre d'affaires ;
- Amélioration du résultat d'exploitation ;
- Hausse de la part des ventes en ligne ;
- Amélioration de la rentabilité commerciale,…

Conclusion :

- Résumer le contenu du développement ; (02 pts)
- Annoncer une idée pour ouvrir un débat (facultatif).

Dossier N°3: Gestion des Ressources Humaines (24 pts)

1) a) Les moyens de recrutement utilisés par Ikea : (03 pts)

- e-recrutement, candidatures spontanés, recommandations (cooptation).

b) (4.50 pts)

Etapes du processus de recrutement d'Ikea	Moyen utilisé
Prospection	Candidatures en ligne, recommandations
Présélection	Entretien Vidéo en ligne
Sélection	Entretien physique, test de compétences
Intégration	Formation sur mesure

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

2) L'utilité des moyens de sélection des candidats utilisés par Ikea : (4.50 pts)

- Evaluer les capacités techniques et la personnalité d'un candidat ;
- Connaître le parcours professionnel, les aptitudes et les connaissances d'un candidat ;
- Vérifier l'adéquation entre les compétences du candidat et les besoins du poste,…

N.B : Retenir deux éléments de réponse.

3) (4.50 pts)

Mode de recrutement adopté par Ikea	Illustration	Avantage
Interne	Evolution dans la structure verticale de l'organisation	▪ Motivation du personnel ; ▪ Absence de problème d'intégration,…
Externe	Ikea recrute des talents motivés et animés par le sens du service ; Dépôts de CV	▪ Rajeunissement de la pyramide des âges ; ▪ Accès à un large réseau de candidats,…

N.B : Retenir un avantage correct pour chaque mode de recrutement.

4) a) L'intérêt du programme de développement personnel : (3 pts)

- Pour Ikea : comprendre l'influence de la formation sur le leadership des collaborateurs ;
- Pour les collaborateurs : développer les compétences en matière de communication et expérimenter la notion d'engagement.

b) Deux éléments du plan de formation adopté par Ikea : (3 pts)

- Durée : 23 h
- Budget : 4% de la masse salariale

c) Les étapes du plan de formation : (1.50 pt)

- Identification des besoins ;
- Etablissement du plan de formation ;
- Réalisation du plan de formation ;
- Contrôle de la réalisation du plan.

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Annexe N°1 : Diagnostic stratégique d'Ikea (4.50 pts)

Eléments du diagnostic (0.9 pt x 5)	Force	Faiblesse	Opportunité	Menace
Gammes de produits larges et diversifiées	X			
Nombreux détaillants à faible coût entrent sur le marché de l'ameublement.				X
Réputation internationale de la marque « Ikea »	X			
Absence des services de livraison et de montage		X		
Croissance des achats en ligne			X	

Annexe N°2 : Stratégies d'Ikea (09 pts)

Stratégie (1pt x 2)	Illustration (1.50 pt x 2)	Avantage (0.50 pt x 4)	Mode de croissance (0.50 pt x 4)	
			Interne	Externe
Impartition	Ikea a créé une franchise en partenariat avec l'enseigne de l'hôtellerie Marriott.	**Effets de synergie**	☐	☑
Intégration	**Ikea acquiert la startup américaine Geomagical Labs, spécialisée dans la capture d'environnements en 3D.**	**Acquisition de nouvelles compétences**	☐	☑
Diversification	Ikea a développé l'activité de restauration	**Augmenter la rentabilité**	☑	☐
Domination par les coûts	**Ikea réalise un contrôle accru de ses coûts à chaque étape du processus du développement des produits jusqu'à leur distribution.**	**Réalisation des économies d'echelle**	☑	☐

Une note de 03 pts sur 120, sera consacrée à la présentation soignée de la copie de l'élève.

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع