Talamidi.com تم تحميل هدا الملف من الموقع

الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا
الدورة العادية 2023

المملكة المغربية
وزارة التربية الوطنية والتعليم الأولي والرياضة
المركز الوطني للتقويم والامتحانات

NR 55	عناصر الإجابة	ттттттттттттттттттт-ттт
المادة	الاقتصاد والتنظيم الإداري للمقاولات	مدة الإنجاز 3h
الشعبة أو المسلك	شعبة علوم الاقتصاد والتدبير مسلك علوم التدبير المحاسباتي	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

Cas : Unilever

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

1) a) La politique d'approvisionnement d'Unilever se caractérise par : **3 pts**
Le recours aux fournisseurs agissant dans le cadre des coopératives à proximité et des fermes durables et locales.

b) l'intérêt pour Unilever de recourir à des fournisseurs dépendants des grandes marques : **3 pts**

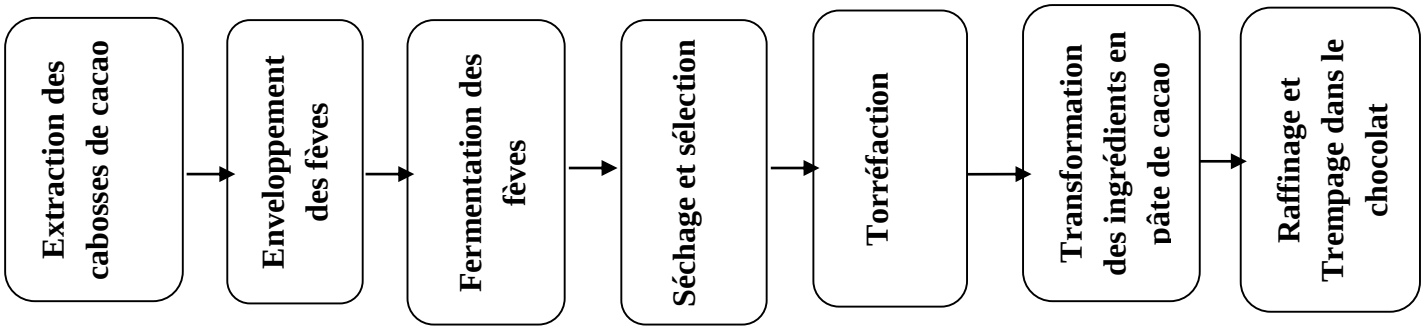
- Obtenir un pourvoir de négociation sur les fournisseurs ;
- Sécuriser ses approvisionnements ;
- Bénéficier des prix préférentiels ;
- Assurer la régularité de la production.

N.B : Accepter toute réponse correcte.

2) a) L'objectif de la gestion des stocks : Un objectif de sécurité **1.50 pt**

b) L'entreprise constitue un stock pour faire face aux retards de livraison et au problème de production au niveau de l'usine. **1.50 pt**

3) Les étapes du processus de production d'Unilever : **6 pts**



NB. : Accepter également les sous-étapes.

Talamidi.com : لتحميل المزيد من الملفات قم بزيارة الموقع

Talamidi.com تم تحميل هدا الملف من الموقع

4) a) La gamme commercialisée par Unilever est diversifiée ou large : elle offre des produits de large consommation comprenant une diversité de marques (400 marques). **1.5 pt**

b) La largeur de la gamme soins personnels est de 4 : Elle comprend le dentifrice ; la vaseline ; le savon et le shampoing. **3 pts**

5) **Commentaire du passage souligné** : **4.50 pts**

Unilever opère dans un environnement très concurrentiel, son marketing mix doit lui garantir un meilleur positionnement sur son marché ; le choix stratégique des variables doit être cohérent pour réussir à se compléter entre elles et garantir ainsi une parfaite adaptation aux exigences de son environnement technologique, culturel, politique…

N.B : Accepter toute réponse correcte.

6) a) Politique de distribution intensive. **3 pts**

b) Unilever utilise plusieurs intermédiaires pour distribuer ses produits : détaillants, grandes surfaces, kiosques…. **3 pts**

7) a) Voir Annexe N°1. **3 pts**

b)Unilever opère dans les produits de large consommation et vise une grande catégorie de consommateurs. Donc, la publicité est l'action de communication qui lui permettrait de toucher largement sa cible. **4.50 pts**

N.B : Accepter toute réponse correcte.

8) **4.50 pts**

Politique des prix (0.75 x 2)	**Justification** (1.50 x 2)
Politique d'alignement.	Unilever utilise les prix des concurrents pour certains produits.
Politique d'écrémage.	Unilever applique des prix modérément élevés qui correspondent à la qualité supérieure de la marque (Dove). **Accepter également :** pratique des prix premium.

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

1) La mission d'Unilever est de créer chaque jour un avenir meilleur en aidant les gens à se sentir bien, à bien paraître pour mieux profiter de la vie. **1.50 pt**

2) Diagnostic externe : **4.50 pts**

Opportunités	Menaces
▪ Augmentation de la population dans les pays émergents ; ▪ Fort potentiel économique ; ▪ Grande demande sur les produits bio.	▪ Raréfaction des ressources naturelles ; ▪ Forte concurrence ; ▪ Population à faible revenu ; ▪ Renchérissement des prix des matières premières.

NB : Retenir deux réponses pour chaque élément

3) Voir Annexe N°2 **6 pts**

4) a) **Croissance interne** : Unilever a réalisé un investissement à Dubaï. **3 pts**

b) **Croissance externe** : Unilever a conclu plusieurs partenariats. **3 pts**

5) Voir Annexe N°3 **4.50 pts**

لتحميل المزيد من الملفات قم بزيارة الموقع : Talamidi.com

Talamidi.com تم تحميل هدا الملف من الموقع

6) a) Calculs pour 2022 :

- Ratio de la rentabilité commerciale : **1.50 pt**

$$\frac{\textbf{Résultat d'exploitation}}{\textbf{Chiffre d'affaires}} = \frac{9\,683}{60\,073} = \textbf{0,16}$$

- Fonds de roulement : **1.50 pt**

Financement permanent – Actif immobilisé = (21 701+23 713) – 34 652 = **10 762 millions d'euros**

b) Lecture des résultats :

- **Ratio de rentabilité commerciale** : Sur chaque 100 dhs de vente, l'entreprise réalise 16 dhs de bénéfice. **1.50 pt**
- **Fonds de roulement** : Les ressources stables de l'entreprise couvrent largement ses immobilisations et permettent de dégager un excèdent de 10 762 millions d'euros. **1.50 pt**

c) Le fonds de roulement permet à l'entreprise de financer ses immobilisations par des ressources stables. C'est un indicateur de la bonne santé financière de l'entreprise ; il traduit sa capacité à financer son cycle d'exploitation sans recourir à l'endettement. **3 pts**

N.B : Accepter toute réponse logique.

7) Qualification de l'investissement **:** **1.50 pt**

a) **Selon la nature** : Investissement matériel.

b) **Selon l'objectif** : Investissement de capacité.

8) **Synthèse** : (**18 pts**)

Introduction :

- Présenter brièvement Unilever
- Enoncer l'accroche ; **3 pts**
- Préciser la problématique à traiter ;
- Annoncer le plan de la synthèse.

Développement :

I. Caractéristiques de l'environnement (menaces**) :**

- Environnement très concurrentiel ;
- Renchérissement des prix des matières premières ; **4 pts**
- Raréfaction des ressources naturelles…

II. Performances réalisées : **4 pts**

- Bonne performance en termes de croissance et de rentabilité ;
- Amélioration des indicateurs financiers (chiffre d'affaires, résultat net) ;
- Augmentation de la capacité de production.

III. Facteurs explicatifs de cette performance :

- Innovation continue ; **4 pts**
- Excellence opérationnelle ;
- Inauguration de l'usine de Dubaï ;
- Force de ses marques ;
- Réalisation des différents partenariats ;
- Création d'une nouvelle structure indépendante.

NB : Retenir trois facteurs corrects.

Conclusion :

- Résumer le contenu du développement ; **3 pts**
- Annoncer une idée pour ouvrir un débat.

N.B : Accepter toute synthèse structurée, argumentée et correcte.

Talamidi.com : لتحميل المزيد من الملفات قم بزيارة الموقع

Talamidi.com تم تحميل هدا الملف من الموقع

Dossier N°4 : Gestion des Ressources Humaines (24 pts)

1) a) Unilever adopte un système de gestion des carrières car elle offre à ses collaborateurs des possibilités d'évolution de carrière enrichissante en leur offrant de la mobilité interne par la création des passerelles entre les métiers. **3 pts**

NB : Accepter toute réponse logique.

b) Deux avantages : **3 pts**

- **Pour l'entreprise** :
  - ✓ Motiver ses collaborateurs ;
  - ✓ Gagner en flexibilité en profitant de la polyvalence de ses collaborateurs ;
  - ✓ Décider des actions de formation, de promotion et de rémunération.
- **Pour le collaborateur** :
  - ✓ Améliorer sa situation matérielle ;
  - ✓ Bénéficier d'une carrière évolutive ;
  - ✓ Bénéficier d'une formation et/ou d'une promotion.

NB : Accepter toute réponse correcte.

Retenir deux réponses par élément.

2) Unilever est une multinationale présente sur le marché avec plus de 400 marques. Elle a besoin d'être de plus en plus flexible, la polyvalence de ses collaborateurs lui permettra de : **4.50 pts**

- Développer les compétences de ses collaborateurs ;
- Économiser sur les coûts de recrutement ;
- Garantir l'employabilité de ses collaborateurs pour mieux s'adapter aux enjeux de son environnement.

3) a) Mode de formation : formation interne. **1.50 pt**

b) Appréciation du mode de formation : **3 pts**

Avantages	Limites
• Réduire les coûts.	• Le choix d'un formateur interne peut créer des conflits.
• Transmettre la culture de l'entreprise.	• Aucun apport nouveau en savoir.
• Valoriser les compétences.	• Nécessité de rafraîchissement des connaissances des formateurs.

NB. : Retenir deux réponses par élément.

4) a) L'instance de représentation du personnel : Les syndicats. **1.50 pt**

b) Les représentants syndicaux mènent le dialogue social et permettent de créer un contexte propice à la résolution des conflits dans un esprit de concertation favorisant ainsi un bon climat social. **3 pts**

NB : Accepter toute réponse logique.

c) Type de conflit : Conflit collectif manifesté par une grève. **1.50 pt**

d) Deux modes de résolution : Médiation ; Arbitrage. **3 pts**

NB. : Accepter également : Conciliation ; négociation.

لتحميل المزيد من الملفات قم بزيارة الموقع : Talamidi.com

Talamidi.com تم تحميل هدا الملف من الموقع

Annexes à compléter et à rendre avec la copie

Annexe N°1 : Politiques de communication d'Unilever (0.50 pt x 6)

Types de politique de communication	Illustration
1) Publicité.	Unilever utilise la télévision et les médias en ligne.
2) Promotion des ventes.	Offre des remises et produits groupés.
3) Relations publiques.	La lutte contre la faim et le gaspillage alimentaire à travers sa Fondation.

Annexe N°2 : Test de connaissances (1pt x 6)

Proposition	Stratégie(*)		Modalité de croissance (**)	
	d'intégration	d'internationalisation	Interne	externe
Contrat de franchise pour distribution à l'étranger.		X		**Contrat de Partenariat**
Acquisition de 100% du capital d'une entreprise concurrente.	X			**Absorption (ou prise de contrôle)**
Création d'un laboratoire de recherche et développement.			**Investissement**	
Ouverture du capital d'une entreprise cotée en bourse au grand public.				**Offre Publique de Vente (OPV)**

(*) Répondre pour chaque proposition en mettant une croix dans la case appropriée ;
(**) Préciser pour chaque proposition la modalité de croissance adéquate.

Annexe N°3 : Options stratégiques d'Unilever (4.50 pts)

Stratégie (1.50 pt)	**Illustration** (1.50 pt x 2)
Différenciation	**L'entreprise se distingue dans les produits bios.**
Impartition	Unilever a conclu une alliance avec le spécialiste cosmétique LOMA.
Internationalisation	**Unilever a inauguré une nouvelle usine à Dubaï.**

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

Talamidi.com : لتحميل المزيد من الملفات قم بزيارة الموقع