

الصفحة	1	الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا الدورة الاستدراكية 2021 - عناصر الإجابة -	المملكة المغربية وزارة التربية الوطنية والتكوين المهني والتعليم العالي والبحث العلمي المركز الوطني للتقويم والامتحانات
5	RR 55		

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

Note au correcteur :

- Respecter les consignes du guide de correction ;
- Ramener la note finale de l'élève sur 20 (vingt) ;
- Éviter la double sanction : Noter la lecture, l'interprétation et le commentaire corrects sur la base d'un résultat faux et la démarche correcte sur la base d'éléments de calcul faux ;
- Noter strictement les idées en évitant l'influence des erreurs d'orthographe.

Corrigé indicatif

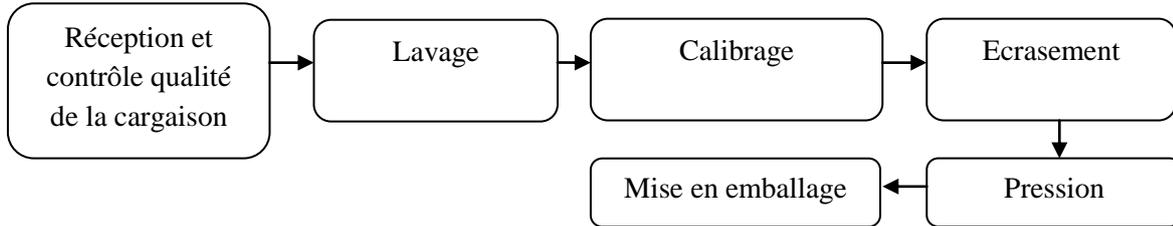
Dossier N°1 : Approvisionnement, production et Mercatique (51 pts)

Cas : Agro Juice Processing (AJP)

- 1) a) Les sources d'approvisionnement en matières premières d'AJP : (1.50 pt)
- Source nationale : recours aux fournisseurs locaux ;
 - Source internationale : recours aux fournisseurs étrangers.
- b) L'apport des domaines du groupe Belkora dans la politique d'achat d'AJP : (03 pts)
- Diminuer les coûts d'achat de MP ;
 - Eviter les risques de dépendance aux fournisseurs ;
 - Garantir une qualité de MP,...

N.B : Retenir deux éléments de réponse

- 2) a) Schéma du processus de production de jus d'orange : (06 pts)



- b) Le mode de production de jus d'orange selon : (03 pts)
- Les contraintes commerciales : Production pour le stock
 - Les contraintes techniques : Production en continu
- c) L'utilité des tests effectués par les laboratoires dans le processus de production : (03 pts)
- Réduire les coûts liés à la non-conformité des produits ;
 - Garantir une sécurité alimentaire aux clients ;
 - S'assurer de la conformité des produits aux spécificités techniques,...

الصفحة	2	RR 55	الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا - الدورة الاستدراكية 2021 - عناصر الإجابة - مادة: الاقتصاد والتنظيم الإداري للمقاولات- شعبة العلوم الاقتصادية والتدبير : مسلك علوم التدبير المحاسباتي
5			

- 3) a) Le processus de production de jus d'orange est automatisé car les différentes opérations sont réalisées de manière automatique. (1.50 pt)
b) Deux effets défavorables de l'automatisation de la production sur le personnel : (03 pts)
- Risque de développement du travail de nuit, suppression d'emplois,...
- 4) Classification du marché de AJP selon :
- a) La nature de produit : Marché de biens de consommation (1.50 pt)
b) L'étendue géographique : Marché national et international (1.50 pt)
- 5) a) La profondeur de la gamme de jus de fruits d'AJP : saveurs orange, pêche, mangue, ananas, tropical et orange light (1.50 pt)
b) L'intérêt pour AJP de commercialiser plusieurs saveurs de jus : (03 pts)
- Toucher une nouvelle clientèle ;
 - Gagner des places sur les linéaires des magasins ;
 - Satisfaire les besoins diversifiés des clients ;
 - Augmenter les parts de marché,...
- N.B : Retenir deux éléments de réponse**
- 6) a) Les canaux de distribution d'AJP : (4.50 pts)
- **Canal moderne (court) :**
- ```

graph LR
 AJP[AJP] --> GMS[GMS]
 GMS --> UF[Utilisateur final]

```
- **Canal court :**
- ```

graph LR
    AJP[AJP] --> D[Détaillants]
    D --> UF[Utilisateur final]
  
```
- **Canal long classique :**
- ```

graph LR
 AJP[AJP] --> G[Grossistes]
 G --> D[Détaillants]
 D --> UF[Utilisateur final]

```
- b) La politique de distribution adoptée par AJP : Distribution intensive (1.50 pt)  
c) Un avantage : Couverture géographique large, le produit est plus connu,... (03 pts)  
Une limite : Difficulté de contrôler les points de vente,
- 7) a) La méthode de fixation du prix des produits Valencia : (1.50 pt)
- Basée sur l'offre (concurrence)
- (AJP procède à une comparaison entre les différents prix des produits Valencia avec ses concurrents directs sur le marché) (1.50 pt)
- b) La politique de prix adoptée par AJP pour les produits Valencia : Politique de pénétration (1.50 pt)
- c) Justification :
- Valencia reste le produit le moins cher comparé à ses semblables Miami, Marrakech, Al Boustane et Compal ;
  - Les prix abordables des produits Valencia par rapport à ses concurrents sur le marché.

|        |   |       |                                                                                                                                                                                               |
|--------|---|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| الصفحة | 3 | RR 55 | الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا - الدورة الاستدراكية 2021 - عناصر الإجابة<br>- مادة: الاقتصاد والتنظيم الإداري للمقاولات- شعبة العلوم الاقتصادية والتدبير : مسلك علوم التدبير<br>المحاسباتي |
| 5      |   |       |                                                                                                                                                                                               |

8) a) (06 pts)

| Politiques de communication d'AJP | Illustration                                                                     |
|-----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Publicité</b>                  | Panneaux d'affichage, spots publicitaires                                        |
| <b>Promotion des ventes</b>       | Dégustations                                                                     |
| <b>Sponsoring</b>                 | AJP est le sponsor officiel de l'équipe de football du Club Omnisports de Meknès |

- b) Les effets de l'investissement média d'AJP sur sa performance commerciale : (03 pts)
- Influencer le comportement du consommateur ;
  - Faire acheter le produit ;
  - Renforcer l'identité visuelle de sa marque ;
  - Gagner des parts de marché ;
  - Maintenir voire booster les ventes de l'entreprise,...

**N.B : Retenir deux éléments de réponse.**

Dossier N°2: Fonction financière, Stratégie et Croissance (66 pts)

**Cas : Les Eaux Minérales d'Oulmès (LEMO)**

- 1) a) Le métier : Production et commercialisation des eaux embouteillées (1.50 pt)  
b) La mission : Répondre efficacement aux besoins des consommateurs avec une offre diversifiée, innovante et de très grande qualité. (03 pts)
- 2) a) La nature de la finalité : finalité sociétale (1.50 pt)  
b) Les retombées de la réalisation de cette finalité sur LEMO sont : (03 pts)
- Améliorer l'image de l'entreprise ;
  - Développer la notoriété ;
  - Acquérir le label d'entreprise citoyenne,...

**N.B : Retenir deux éléments de réponse.**

- 3) a) Une opportunité : Marché en pleine croissance ; (1.50 pt)  
b) Une menace : Concurrence vive (1.50 pt)
- 4) Voir Annexe N°1. (09 pts)
- 5) a) La modalité juridique du partenariat de LEMO avec SBF : filiale commune (1.50 pt)  
b) La stratégie correspondante : Stratégie d'impartition (1.50 pt)

- 6) (06 pts)
- | Modalités d'internationalisation de LEMO                                     | Illustration                                                                                                                   |
|------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ▪ Exportation                                                                | LEMO exporte ses nouveaux produits vers l'Europe, à commencer par la France, mais aussi sur les marchés africains              |
| ▪ Investissement direct à l'étranger (implantation de filiales à l'étranger) | Investissement direct à l'étranger : LEMO est présente dans le marché Africain à travers sa filiale béninoise Fifa de Ste Luce |

- 7) a) Le taux de variation des dépenses d'investissement de LEMO entre 2018 et 2019 : (1.50 pt)  
=  $((140 - 116) / 116) \times 100 = 20,68\%$

|        |   |       |                                                                                                                                                                                               |
|--------|---|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| الصفحة | 4 | RR 55 | الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا - الدورة الاستدراكية 2021 - عناصر الإجابة<br>- مادة: الاقتصاد والتنظيم الإداري للمقاولات- شعبة العلوم الاقتصادية والتدبير : مسلك علوم التدبير<br>المحاسباتي |
| 5      |   |       |                                                                                                                                                                                               |

b) Lecture : (1.50 pt)

Les dépenses d'investissement de LEMO ont connu une augmentation de 20,68% entre 2018 et 2019.

8) L'investissement réalisé par LEMO selon :

a) La nature : Investissement matériel ;

(1.50 pt)

b) L'objectif : Investissement de capacité.

(1.50 pt)

9) Voir Annexe N°2.

(06 pts)

10) Voir Annexe N°3.

(06 pts)

11)

### Synthèse : (18 pts)

L'élève doit être capable de rédiger une synthèse comportant une introduction, un développement et une conclusion.

#### Introduction :

(03 pts)

- Présenter brièvement LEMO ;
- Enoncer l'accroche ;
- Préciser la problématique à traiter ;
- Annoncer le plan de la synthèse.

#### Développement :

a) Caractéristiques du marché de LEMO :

(02 pts)

- Marché de l'eau embouteillée en pleine croissance ;
- Concurrence des autres marques.

b) Appréciation des performances commerciales et financières de LEMO :

(04 pts)

- Augmentation du chiffre d'affaires ;
- Amélioration du résultat d'exploitation ;
- Renforcement de son maillage territorial,...

c) Orientations et actions stratégiques de LEMO :

(06 pts)

- Optimisation des coûts de production ;
- Mise sur le marché d'un nouveau produit «Oulmès Bulles Fruitées».
- Enrichissement de son offre avec le lancement de la nouvelle bouteille « Sidi Ali Kids » ;
- Développement de l'activité à l'international (Exportation de nouveaux produits et création de filiales) ;
- Création d'une filiale commune gèrera les opérations commerciales, le marketing et la distribution de ces produits au Maroc.

**N.B : Retenir quatre actions au minimum.**

#### Conclusion :

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

(03 pts)

### Annexe N°1 : Stratégies de LEMO (09 pts)

| Stratégies (2 pts)       | Illustration (2pts x2)                                                                                                                  | Une limite (1pt x3)                                                                                                                                                                |
|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Différenciation          | LEMO a mis sur le marché son nouveau produit « Oulmès Bulles Fruitées », une boisson d'un goût inédit, sans colorants ni conservateurs. | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Difficulté de maintenir le rapport qualité – prix ;</li> <li>▪ Difficulté de préserver et de renouveler la différenciation,...</li> </ul> |
| Développement du produit | LEMO enrichit son offre en lançant la nouvelle bouteille « Sidi Ali Kids »                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Multiplication des coûts ;</li> <li>▪ Dispersion des compétences,...</li> </ul>                                                           |
| Domination par les coûts | LEMO adopte une politique d'optimisation des coûts de production.                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Marge bénéficiaire faible ;</li> <li>▪ Investissements coûteux,...</li> </ul>                                                             |

### Annexe N°2 : Ratio de rentabilité commerciale de LEMO (06 pts)

| Ratio de rentabilité commerciale                            | Formule (1pt)                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Calcul (1pt x2)      |
|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| 2018                                                        | Résultat d'exploitation / chiffre d'affaires                                                                                                                                                                                                                                                            | $53 / 1\ 567 = 0.03$ |
| 2019                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | $79 / 1\ 710 = 0.04$ |
| Interprétation de l'évolution de la rentabilité commerciale | L'augmentation plus que proportionnelle du résultat d'exploitation par rapport à l'augmentation du chiffre d'affaires a permis à LEMO l'amélioration de sa rentabilité commerciale entre 2018 et 2019, passant de 3 DH à 4 DH de résultat d'exploitation pour chaque 100 DH de ventes réalisées. (3pts) |                      |

### Annexe N°3 : Croissance de LEMO (06 pts)

| Mode de croissance | Modalité (1.50 pt x2)  | Un avantage (1.50 pt x2)                                                                                                                          |
|--------------------|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Interne            | Investissement réalisé | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Préserve d'indépendance de gestion ;</li> <li>▪ N'impose pas de bouleversement structurel,...</li> </ul> |
| Externe            | Contrat de partenariat | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Croissance rapide ;</li> <li>▪ Effets de synergie,...</li> </ul>                                         |

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