

المركز الوطني للتقويم والإمتحانات والتوجيه

Corrigé indicatif

Cas : Coca-Cola Maroc

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

- 1) a) Les caractéristiques de la politique d'approvisionnement de Coca-Cola Maroc : (03 pts)

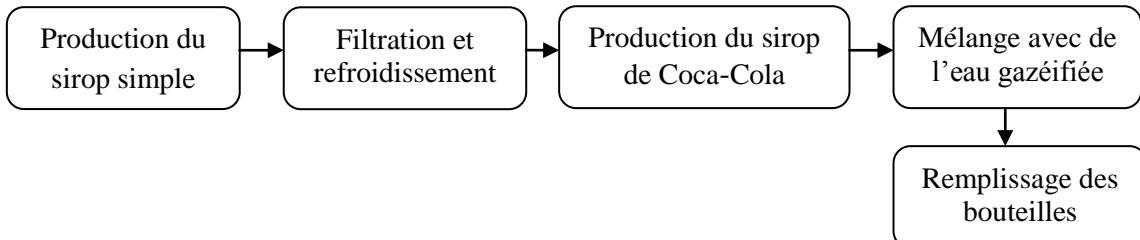
 - Approvisionnement local et international ;
 - Importance des achats locaux.

b) Deux raisons expliquant l'importance des achats locaux : (03 pts)

 - Régularité des approvisionnements ;
 - Réduction des coûts de transport ;
 - Respect des délais de livraison ;
 - Meilleure connaissance des fournisseurs locaux.

N.B : Retenir toute réponse juste.

- 2) a) Le processus de production de la boisson Coca-Cola : (06 pts)



N.B : Retenir tout processus juste.

- b) Le mode de production adopté selon les contraintes techniques : (1.50 pt)

 - Production en continu

c) Justification : Les étapes de production de la boisson Coca-Cola sont enchaînées sans interruption de temps et de lieux (absence d'en-cours de fabrication dans le processus). (1.50 pt)

3) a) Le processus de production de boissons de SGBS est automatisé, vu que l'entreprise fait appel aux machines automatiques dans son processus de production (désaérateur, groupe froid, saturateur, pompe doseuse, soutireuse...) (03 pts)

b) Deux effets de l'automatisation sur le consommateur : Disponibilité des produits en quantité suffisante, prix réduit, qualité constante (03 pts)

N.B : Retenir toute réponse juste.



4) a) Les gammes de produits de Coca-Cola Maroc : (03 pts)

- Boissons pétillantes ;
- Jus de fruits ;
- Eau de table ;
- Boisson pour le sport ;
- Boisson énergétique.

b) L'intérêt de la diversification de ces gammes : (03 pts)

- Toucher un large éventail de clients ;
- Gagner de nouvelles parts de marché ;
- Mieux satisfaire les besoins de la demande ;
- Augmenter le chiffre d'affaires,...

N.B : Retenir trois éléments de réponse justes.

5) a) Les segments du marché des softs drinks : (03 pts)

- Le segment des citadins (clients urbains);
- Le segment des campagnards (clients ruraux).

b) Le critère de segmentation utilisé : Critère géographique (1.50 pt)

6) a) La contrainte de fixation de prix chez Coca-Cola Maroc : Le pouvoir d'achat (1.50 pt)

b) Sa nature : Contrainte économique (1.50 pt)

c) La politique de prix adoptée par Coca-Cola Maroc : Politique de pénétration. (1.50 pt)

7) Voir annexe N°1. (06 pts)

Dossier N°2 : Stratégie, croissance et fonction financière (51 pts)

1) a) Stratégie d'impartition ; (1.50 pt)

b) Un effet de synergie de cette stratégie pour : (03 pts)

- Coca-Cola Maroc : Développement de ses activités à travers les embouteilleurs, , réduction des coûts d'investissements,...
- Les embouteilleurs : Bénéficier de l'expertise de Coca-Cola Maroc, développer leur image de marque, profiter de la notoriété de Coca Cola Maroc...

N.B : Retenir toute réponse juste.

2) Deux facteurs clé de succès : Innovation régulière, qualité permanente. (03 pts)

3) a) L'activité des « eaux embouteillées » de Coca-Cola Maroc : Dilemme. (03 pts)

b) Illustration : (03 pts)

- Le marché est en croissance (10,6%) ;
- Faible part de marché (3,40%).

4) a) Accepter toute représentation graphique juste (circulaire, demi-circulaire, en bandes) (06 pts)

b) Le marché des eaux embouteillées est concentré : Le marché compte 7 opérateurs dont deux (LEMO et Sotherma) détiennent 90,16% de parts de marché. (03 pts)

5) Voir Annexe N°2. (03 pts)

6) a) Les investissements réalisés par SGBS : (03 pts)

- Acquisition d'une nouvelle ligne PET : Investissement matériel (corporel)
- Investissement en certifications : Investissement immatériel (incorporel)

b) Deux moyens de financement de ces investissements : (03 pts)

- Emprunt à moyen ou à long terme ;
- Autofinancement,...

N.B : Retenir toute réponse juste.

c) Le mode de croissance adopté par SGBS : Croissance interne (1.50 pt)

7) 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 Coca-Cola Maroc ;
- Enoncer la problématique à traiter ;
- Annoncer le plan de la synthèse.

Développement :

1- Les facteurs explicatifs du ralentissement de la croissance du marché des boissons gazeuses : (04 pts)

- Prise de conscience des populations des dangers liés à la surconsommation du sucre ;
- Changement des habitudes des marocains : remplacement des boissons gazeuses par les eaux minérales.

2- Les axes stratégiques entrepris par Coca-cola Maroc : (04 pts)

- Lancement du nouveau Coca-Cola Zéro Sucre ;
- Uniformisation de l'identité visuelle ;
- Positionnement sur de nouveaux marchés en pleine croissance.

3- L'intérêt de ces axes pour maintenir et développer la compétitivité de Coca cola Maroc : (05 pts)

- Fidéliser les clients actuels et attirer de nouveaux clients ;
- Développer sa part de marché ;
- Diversifier son offre et conquérir de nouveaux segments de marché ;
- Augmenter le chiffre d'affaires et la rentabilité ;
- Consolider son leadership et développer sa compétitivité.

Conclusion : (02 pts)

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

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

- 1) a) Le moyen de recrutement utilisé par NABC : Annonce sur Internet. (1.50 pt)
b) Le mode de recrutement adopté par NABC : Recrutement externe. (1.50 pt)
- 2) Voir Annexe N°3. (06 pts)
- 3) a) Deux moyens d'intégration : (1.50 pt)
 - Accueil ;
 - Formation ;
 - Prise en charge par le manager.b) L'importance de l'intégration dans la politique de recrutement : (03pts)
 - Impliquer la nouvelle recrue dans l'environnement de l'entreprise ;
 - Adapter la nouvelle recrue au mode de travail de l'entreprise ;
 - Imprégnier la nouvelle recrue de la culture de l'entreprise ;
 - Eviter le rejet de la nouvelle recrue,...

N.B : Retenir deux éléments de réponse justes.

- 4) Plan de formation : Document qui présente les actions de formation prévues par l'entreprise pendant une période donnée nécessitant la mobilisation de moyens matériels et humains. (1.50 pt)

N.B : Accepter toute définition juste.

- 5) a) Le mode de formation continue réalisée par Coca-Cola au Maroc : (03 pts)
 - Formation interne.
- b) Justification : Coca-Cola assure la formation de ses collaborateurs dans l'université de l'entreprise « The Coca-Cola University » (1.50 pt)
- c) L'intérêt des actions de formation réalisées : (04.50 pts)
 - Pour Coca Cola Maroc :
 - Accompagner le développement des collaborateurs ;
 - Assurer l'apprentissage et actualisation des pratiques et des compétences.
 - Pour les collaborateurs :
 - Echanger avec leurs homologues Tunisiens, Egyptiens, Turques, Américains, Pakistanais, Espagnols.
 - Tisser des liens et enrichir leur réseau.

Annexe N°1: Politique de communication de Coca-Cola Maroc (06 pts)

Politique de communication	Illustration (03pts)	Objectif recherché (03pts)
Publicité	Spots sur les chaînes de télévision	Influencer le comportement des consommateurs ; Faire connaître un produit ;...
Relations publiques	Parrainage de l'émission musicale Coke Studio Maroc	Améliorer l'image de marque ; Développer la notoriété ;...
Promotion des ventes	Jeux concours et tombolas	Augmenter les ventes ;... Pousser le produit vers les clients.

N.B : Accepter tout objectif juste.

Annexe N°2 : Certifications de SGBS (03 pts)

Certifications de SGBS	Nature de la finalité (01pt x 3)
ISO 9001	Economique
ISO 14001	Sociétale
OHSAS 18001	Sociale

Annexe N°3 : Offre d'emploi (06 pts)

<i>Poste</i>	Mission (01 pt)	Le suivi de la maintenance et de la fiabilité des infrastructures et de l'ensemble des équipements de l'usine.
	Position hiérarchique (01 pt)	Rattaché(e) au directeur d'exploitation.
<i>Profil</i>	Deux compétences professionnelles (02 pts)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Maîtrise de langues : Français et Anglais, ▪ Maîtrise de l'outil SAP, ▪ Gestion de la performance industrielle, ▪ Maîtrise des techniques de gestion de la maintenance.
	Deux qualités personnelles (02 pts)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Animation des équipes, ▪ Sens d'écoute, ▪ Adaptabilité.

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