

الصفحة 1	الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا	المملكة المغربية وزارة التربية الوطنية والتكوين المهني و التعليم العالي والبحث العلمي
4	الدورة العادية 2020	
***	- عناصر الإجابة -	
	NR 55	المركز الوطني للتقويم والامتحانات
3	الاقتصاد والتخطيط الإداري للمقاولات	المادة
6	شعبة علوم الاقتصاد والتسيير : مسلك علوم التدبير المحاسباتي	الشعبة أو المسلك

Corrigé indicatif

Dossier N°1 : Organisation de l'approvisionnement et de la production (63 pts)

- 1) Les caractéristiques des sources d'approvisionnement en matières premières et emballages de Mutandis en 2017 : (03 pts)

 - Mutandis recourt à deux sources d'approvisionnement locale et internationale ;
 - Les achats locaux représentent 65% des achats de Mutandis, alors que les achats importés ne représentent que 35%.

2) a) Les principales étapes du processus d'achat de Mutandis : (03 pts)

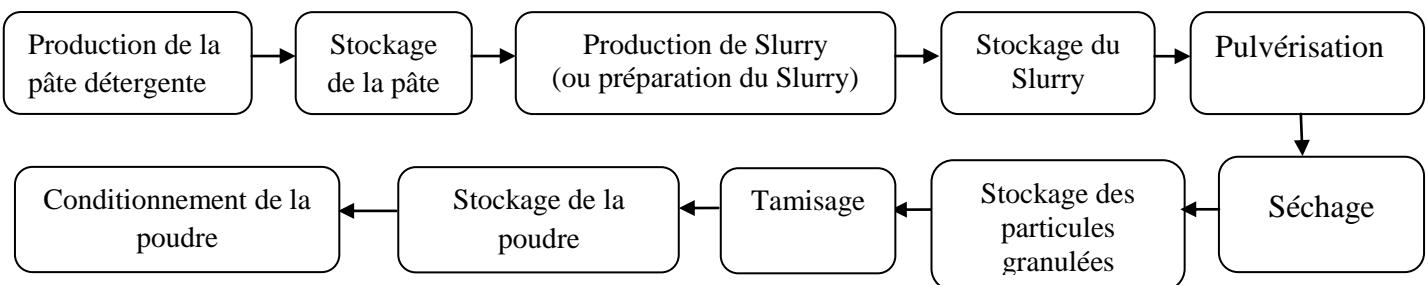
 - Prospection des fournisseurs ;
 - Passation de la commande.
 - Réception des matières.

b) Les critères de sélection des fournisseurs de Mutandis : prix, modalités de livraison et modalités de règlement. (1.50 pt)

c) Les objectifs de l'achat recherchés par Mutandis : (03 pts)

 - Objectif de coûts ;
 - Objectif de délai.

3) Le schéma du processus de production de détergent en poudre : (0.9 pt x 10) (09 pts)



- 4) Voir Annexe N°1. (09 pts)

5) Le marché de Distra selon l'étendue géographique : (1.50 pt)

 - Marché national, marché international

6) a) Les segments couverts par Distra : (1.50 pt)

 - Clients professionnels : produits destinés aux opérateurs marocains du secteur des jus de fruits et des soft drinks à base de fruits ;
 - Clients particuliers : produits destinés aux particuliers.

b) Deux objectifs de la segmentation :

(1.50 pt)

- Créer des produits adaptés aux besoins de chaque segment de client ;
- Diversifier l'offre commerciale ;
- Gagner plus de clients,...

N.B : Retenir deux éléments de réponse corrects.

7) a) La largeur de la gamme du jus de fruits proposée par Distra :

(1.50 pt)

- Concentré d'orange ;
- Le jus congelé ;
- Les boissons.

b) L'intérêt de la politique de gamme poursuivie par Distra :

(03 pts)

- Toucher un large éventail de clients ;
- Conquérir de nouvelles parts de marché ;
- Mieux satisfaire les besoins de la demande ;
- Gagner des places sur les linéaires,...

N.B : Retenir deux éléments de réponse corrects.

8) a) Les politiques de prix adoptées par Distra pour les boissons :

(03 pts)

- Politique d'écrémage ;
- Politique d'alignement.

b) Illustration :

(4.50 pts)

- Politique d'écrémage : prix de vente plus cher que les autres marques nationales de pur jus.
- Politique d'alignement : les prix se situent au niveau de la concurrence.

9) a) Les canaux de distribution utilisés par Distra pour les jus Marrakech :

(09 pts)

- Canal long classique



- Canal moderne (intégré) :



- Canal court :



b) La politique de distribution adoptée par Distra pour les jus Marrakech :

(03 pts)

- Distribution intensive

10)

(06 pts)

Action de communication réalisée par Mutandis	Technique correspondante	Objectif recherché
Campagne d'affichage	Publicité	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Faire connaître le produit ; ▪ Faire aimer le produit,...
Caravane itinérante pour faire goûter le produit	Promotion des ventes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pousser le produit vers le client ; ▪ Augmenter les ventes,...

N.B : Accepter tout objectif correct.

Dossier N°2: Fonction financière et Stratégie (54pts)

- | 1) | <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%;">Domaines d'activités stratégiques (04 pts)</td> <td style="width: 30%;">Mission
(1.50 pt)</td> <td style="width: 40%;">Finalité économique (*)
(02 pts)</td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Détergents ; ▪ Jus de fruits ; ▪ Produits de la mer ; ▪ Bouteilles alimentaires ; ▪ Automobile. </td> <td> <p>Développer les marques afin de construire une relation forte et durable avec les consommateurs.</p> </td> <td> <p>Bâtir un groupe à portée internationale.</p> </td> </tr> </table> | Domaines d'activités stratégiques (04 pts) | Mission
(1.50 pt) | Finalité économique (*)
(02 pts) | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Détergents ; ▪ Jus de fruits ; ▪ Produits de la mer ; ▪ Bouteilles alimentaires ; ▪ Automobile. | <p>Développer les marques afin de construire une relation forte et durable avec les consommateurs.</p> | <p>Bâtir un groupe à portée internationale.</p> | (7.50 pts) | | | | | | |
|---|---|--|-----------------------------|--|---|--|---|------------------------------|------------------------|----------------------------------|---|------------------------|--------------------------------|----------|
| Domaines d'activités stratégiques (04 pts) | Mission
(1.50 pt) | Finalité économique (*)
(02 pts) | | | | | | | | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Détergents ; ▪ Jus de fruits ; ▪ Produits de la mer ; ▪ Bouteilles alimentaires ; ▪ Automobile. | <p>Développer les marques afin de construire une relation forte et durable avec les consommateurs.</p> | <p>Bâtir un groupe à portée internationale.</p> | | | | | | | | | | | | |
| <p>(*) Accepter également : croître par le développement dans de nouveaux marchés et de nouveaux territoires</p> | | | | | | | | | | | | | | |
| 2) | a) Une opportunité : Progression régulière dans la consommation des ménages ;
b) Une menace : Forte concurrence. | (1.50 pt)
(1.50 pt) | | | | | | | | | | | | |
| 3) | Voir Annexe N°2. | (06 pts) | | | | | | | | | | | | |
| 4) | a) Mutandis adopte une stratégie d'internationalisation : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Développement dans de nouveaux marchés et de nouveaux territoires, en particulier en Afrique ; ▪ Développement territorial pour privilégier les pays consommateurs de produits à forte marge (USA, Europe de l'Ouest, Arabie Saoudite, etc.). | (03 pts) | | | | | | | | | | | | |
| <p>N.B : Retenir toute réponse correcte</p> | | | | | | | | | | | | | | |
| b) | Deux raisons de l'internationalisation : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Recherche de nouvelles technologies ; ▪ Bénéficier des accords de libre échange ; ▪ Profiter d'un marché à fort potentiel de croissance,... | (03 pts) | | | | | | | | | | | | |
| <p>N.B : Retenir deux éléments de réponse corrects.</p> | | | | | | | | | | | | | | |
| 5) | a) | <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2" style="width: 40%;">Investissements réalisés</th> <th colspan="2" style="width: 60%; text-align: center;">Classification selon</th> </tr> <tr> <th style="width: 30%; text-align: center;">La nature</th> <th style="width: 30%; text-align: center;">L'objectif</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="width: 40%;">La mise à niveau des bateaux</td> <td style="width: 30%;">Matériels (corporéels)</td> <td style="width: 30%;">Investissement de renouvellement</td> </tr> <tr> <td>L'acquisition d'équipements industriels et la refonte des sites</td> <td>Matériels (corporéels)</td> <td>Investissement de productivité</td> </tr> </tbody> </table> | Investissements réalisés | Classification selon | | La nature | L'objectif | La mise à niveau des bateaux | Matériels (corporéels) | Investissement de renouvellement | L'acquisition d'équipements industriels et la refonte des sites | Matériels (corporéels) | Investissement de productivité | (06 pts) |
| Investissements réalisés | Classification selon | | | | | | | | | | | | | |
| | La nature | L'objectif | | | | | | | | | | | | |
| La mise à niveau des bateaux | Matériels (corporéels) | Investissement de renouvellement | | | | | | | | | | | | |
| L'acquisition d'équipements industriels et la refonte des sites | Matériels (corporéels) | Investissement de productivité | | | | | | | | | | | | |
| b) | Le moyen de financement utilisé par Mutandis : Augmentation du capital | (1.50 pt) | | | | | | | | | | | | |
| c) | Un avantage de ce moyen de financement : Augmentation rapide des fonds propres, non remboursement des fonds collectés,...

Une limite de ce moyen de financement : Risque de perte de pouvoir, absence d'effet de levier... | (03 pts) | | | | | | | | | | | | |
| <p>N.B : Retenir toute réponse correcte</p> | | | | | | | | | | | | | | |
| 6) | a) Représentation graphique : (09 pts) | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Type de graphique : Circulaire, demi-circulaire, en bandes ; ▪ Titre de graphique : Répartition du chiffre d'affaires de Mutandis selon les activités en 2018 ; ▪ Légende ▪ Le tracé du graphique | (02 pts) | | | | | | | | | | | | |
| | b) Lecture du graphique : En 2018, l'activité Détergents représente la part du lion du portefeuille d'activité de Mutandis avec 41,54% du CA consolidé, suivie de l'activité Produits de la Mer avec 36,91% et de l'activité Bouteilles alimentaires avec 17,52%, alors que l'activité jus de fruits ne représente qu'une faible part avec 4,03%. | (02 pts)
(05 pts)
(03 pts) | | | | | | | | | | | | |
| 7) | Voir Annexe N°3. | (09 pts) | | | | | | | | | | | | |

الصفحة	NR 55	الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا - الدورة العادية 2020 – عناصر الإجابة - مادة: الاقتصاد والتنظيم الإداري للمقاولات- شعبة علوم الاقتصاد والتسيير : مسلك علوم التسيير المحاسبيات
4		

Annexe N°1 : Modes de production de détergent en poudre (09 pts)

Production de détergent en poudre :		
Modes	Selon les contraintes techniques	Selon les contraintes commerciales
	Production en discontinu (1pt)	Production pour le stock (1pt)
Justification	Les différentes étapes du processus de production sont enchaînées avec rupture (existence de stockage dans le processus). (1.50 pt)	Les produits étant fabriqués pour le stock et non pour un client identifié. (la poudre est stockée dans des silos) (1.50 pt)
Un avantage	▪ Grande flexibilité, liberté de planification du rythme de la production. (1 pt)	▪ Disponibilité immédiate des produits aux besoins des clients, réalisation des économies d'échelle... (1 pt)
Une limite	▪ Augmentation des coûts de stockage, temps morts... (1 pt)	▪ Personnalisation limitée des produits, risque de méventes... (1 pt)

Annexe N°2 : Les stratégies de Mutandis (06 pts)

Activités	Stratégie adoptée	Justification
Détergents	Développement de produit (1.50 pt)	Mutandis envisage d'enrichir sa gamme de produits et de lancer des produits dans des catégories à forte croissance. (1.50 pt)
Produits de la mer	Différenciation (1.50 pt)	Mutandis prévoit une migration progressive de ses produits vers la sardine SPSA et le maquereau au détriment de la sardine traditionnelle à moindre valeur ajoutée. (1.50 pt)

Annexe N°3 : Ratio de rentabilité commerciale de Mutandis (09 pts)

Ratio de rentabilité commerciale	Formule (1pt)	Calcul (2pts x 2)
2016	Résultat d'exploitation / chiffre d'affaires	106 953 / 1 211 088 = 0.08
2018		126 830 / 1 364 908 = 0.09
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 Mutandis l'amélioration de sa rentabilité commerciale entre 2016 et 2018, passant de 8 DH à 9 DH de résultat d'exploitation pour chaque 100 DH de ventes réalisées. (4 pts)	

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