

## الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا الدورة العادية 2023



.....

مذكرة الإجابة

NR 55

**3h** مدة الإجبار

الاقتصاد والتسيير الإداري للمقاولات

المادة

**6** المعامل

شعبة علوم الاقتصاد والتسيير مسلك علوم التدبير المحاسباتي

المهمة أو المسألة

### Note au correcteur

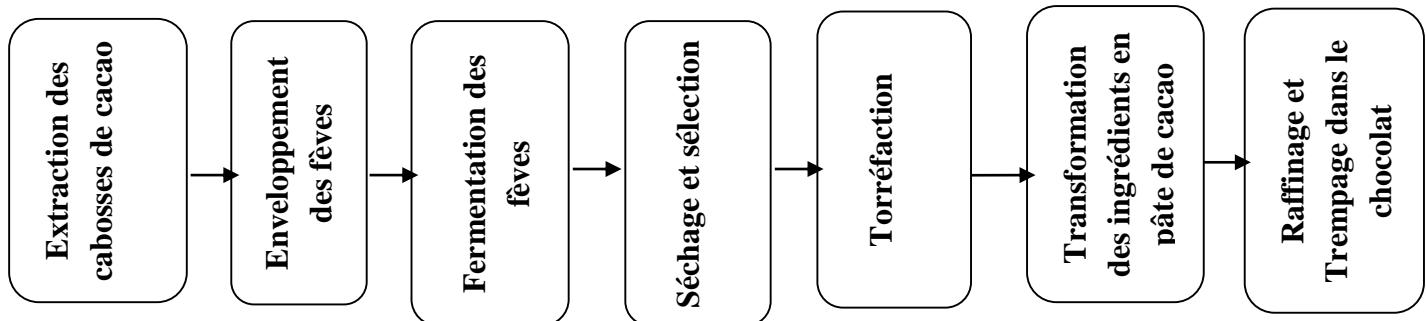
- Se conformer aux procédures du guide de correcteur, aux consignes du cadre de référence et du corrigé indicatif ;
  - Éviter la double sanction :
  - Noter la lecture, l’interprétation ou le commentaire justes sur la base d’un résultat faux ;
  - Noter la démarche juste sur la base d’éléments de calcul 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.

4)	a) La gamme commercialisée par Unilever est diversifiée ou large : elle offre des produits de grande consommation comprenant une diversité de marques (400 marques).  b) La largeur de la gamme soins personnels est de 4 : Elle comprend le dentifrice ; la vaseline ; le savon et le shampoing.	1.5 pt 3 pts									
5)	<b>Commentaire du passage souligné :</b>  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...  <b>N.B : Accepter toute réponse correcte.</b>	4.50 pts									
6)	a) Politique de distribution intensive.  b) Unilever utilise plusieurs intermédiaires pour distribuer ses produits : détaillants, grandes surfaces, kiosques....	3 pts 3 pts									
7)	a) Voir Annexe N°1.  b) Unilever opère dans les produits de grande consommation et vise une grande catégorie de consommateurs. Donc, la publicité est l'action de communication qui lui permettrait de toucher largement sa cible.  <b>N.B : Accepter toute réponse correcte.</b>	3 pts 4.50 pts									
8)	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left; padding: 5px;">Politique des prix (0.75 x 2)</th> <th style="text-align: left; padding: 5px;">Justification (1.50 x 2)</th> <th style="text-align: right; vertical-align: bottom; padding: 5px;">4.50 pts</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="padding: 5px;">Politique d'alignement.</td> <td style="padding: 5px;">Unilever utilise les prix des concurrents pour certains produits.</td> <td style="text-align: right; vertical-align: bottom; padding: 5px;"></td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">Politique d'écrémage.</td> <td style="padding: 5px;">Unilever applique des prix modérément élevés qui correspondent à la qualité supérieure de la marque (Dove).  <b>Accepter également :</b> pratique des prix premium.</td> <td style="text-align: right; vertical-align: bottom; padding: 5px;"></td> </tr> </tbody> </table>	Politique des prix (0.75 x 2)	Justification (1.50 x 2)	4.50 pts	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).  <b>Accepter également :</b> pratique des prix premium.		
Politique des prix (0.75 x 2)	Justification (1.50 x 2)	4.50 pts									
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).  <b>Accepter également :</b> 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
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Augmentation de la population dans les pays émergents ;</li> <li>▪ Fort potentiel économique ;</li> <li>▪ Grande demande sur les produits bio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Raréfaction des ressources naturelles ;</li> <li>▪ Forte concurrence ;</li> <li>▪ Population à faible revenu ;</li> <li>▪ Renchérissement des prix des matières premières.</li> </ul>

**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

6) a) Calculs pour 2022 :

- Ratio de la rentabilité commerciale :

1.50 pt

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

- Fonds de roulement :

1.50 pt

$$\text{Financement permanent} - \text{Actif immobilisé} = (21\,701 + 23\,713) - 34\,652 = 10\,762 \text{ millions d'euros}$$

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 excès 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 ;
- Préciser la problématique à traiter ;
- Annoncer le plan de la synthèse.

3 pts

**Développement :**

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

- Environnement très concurrentiel ;
- Renchérissement des prix des matières premières ;
- Raréfaction des ressources naturelles...

4 pts

**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 :**

4 pts

- Innovation continue ;
- 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 ;
- Annoncer une idée pour ouvrir un débat.

3 pts

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

## 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.**

## 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
<b>1) Publicité.</b>	Unilever utilise la télévision et les médias en ligne.
<b>2) Promotion des ventes.</b>	Offre des remises et produits groupés.
<b>3) Relations publiques.</b>	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.