الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا

الدورة العادية 2018

-الموضوع-

NS 55

★★★

المملكة المغربية
وزارة التربية الوطنية والتكوين المهني والتعليم العالي والبحث العلمي

المركز الوطني للتقويم والإمتحانات والتوجيه

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

Consignes

- Aucun document n'est autorisé.
- L'utilisation de la calculatrice non programmable est autorisée.
- La présentation de la copie doit être soignée : Eviter les ratures et surcharges, aérer le texte, numéroter les réponses, encadrer les résultats, utiliser la règle pour le traçage des tableaux.
- **La page N°8 contient les annexes à compléter et à rendre avec la copie**
- **Les documents 2.4 et 2.5 du dossier N°2 sont à exploiter uniquement pour la synthèse.**

Barème et numéros de pages

Dossiers	N° de pages	Barème
▪ Dossier N°1 : Approvisionnement, Production et Mercatique	2 - 3	07 pts
▪ Dossier N°2 : Stratégie, Croissance et Fonction financière	3 - 5	08.50 pts
▪ Dossier N°3 : Gestion des Ressources Humaines	6 - 7	04 pts
Présentation de la copie……		0.50 pt
Note totale ……		20 pts

Présentation de l'entreprise

Le système Coca-Cola au Maroc est composé de la compagnie Coca-Cola Maroc et de ses embouteilleurs partenaires :

- Nord Africa Bottling Company (NABC) détient 4 usines au Maroc desservant le centre du pays (Casablanca, Fès, Marrakech et Nouacer) ;
- Atlas Bottling Company (ABC) détient 2 usines couvrant le territoire du Nord, de Tanger à Oujda ;
- Société des Boissons Gazeuses de Souss (SBGS) détient une usine à Agadir et couvre la région du Sud.

Moutamadris.ma

Dossier N°1 : Approvisionnement, production et mercatique

Document 1.1 : Approvisionnement de Coca-Cola Maroc

En termes d'approvisionnement, Coca-Cola Maroc achète 66% des matières premières localement. Ce volume équivaut à 1,8 milliard de dirhams en achats auprès de fournisseurs marocains. Par exemple, tout le sucre qui entre dans la fabrication des boissons de l'entreprise est acheté auprès de Cosumar. Cette politique d'approvisionnement local est également appliquée pour les emballages dont 97% du PET (*), 100% des bouteilles en verre, 100% des canettes, et 43% des bouchons sont achetés localement.
Le concentré est importé d'une usine d'Irlande. Il est fabriqué dans plusieurs unités éparpillées dans le monde.

*(*)**PET** : Poly éthylène Téréphthalate (Bouteilles en plastique)*

Source : La Nouvelle Tribune du 30/10/2017

Document 1.2 : Production de la boisson Coca-Cola par la SBGS

Le «sirop simple» est produit à partir de l'eau potable épurée et de sucre en poudre qui sont mélangés à chaud dans une cuve pour aider à la dissolution de ce dernier et à la pasteurisation du mélange. «Après filtration et refroidissement de ce premier sirop, nous y ajoutons le concentré de Coca-Cola pour avoir ce qu'on appelle le sirop de Coca-Cola», explique le responsable technique à SBGS.
Le sirop de Coca-Cola est ensuite injecté dans un bloc de machines regroupant un désaérateur, un groupe froid, un saturateur, une pompe doseuse, ainsi qu'une cuve relais. Ces procédés permettent de mélanger ce sirop avec de l'eau gazéifiée afin de produire la boisson finale qui sera acheminée vers la soutireuse pour le remplissage de différents formats de bouteilles de verre ou de plastique.

Source : www.lavieeco du 03/08/2017

Document 1.3 : Portefeuille de marques de Coca-Cola Maroc

Au Maroc, le portefeuille de marques compte aujourd'hui :

- Des boissons pétillantes : Coca-Cola, Coca-Cola Zero, Coca-Cola light, Fanta, Sprite, Schweppes, Pom's, Hawaï et Top's ;
- Des jus de fruits : Miami «Pulpy» (Orange, Pêche, Multivitaminés) ;
- De l'eau de table : Ciel ;
- Une boisson pour le sport : Aquarius ;
- Une boisson énergétique : Burn.

Source : www.coca-colamaroc.ma

Document 1.4 : Politique Marketing de Coca-Cola Maroc

Aujourd'hui, la plus grosse part de la demande des softs drinks (33cl, Maxi, 1litre, canettes...) est concentrée dans les grandes villes, tandis que le volume familial est prisé dans les campagnes.
(…) Les habitudes des marocains connaissent de profonds changements. Ainsi, les boissons gazeuses sont de moins en moins demandées. Pour faire face à cette situation, Coca-Cola Maroc n'a pas manqué de faire des efforts afin de relancer la consommation. En effet, Coca-Cola Maroc a entamé une rationalisation de ses emballages et une révision de sa politique des prix pour faire face à la baisse du pouvoir d'achat. L'arme utilisée est celle de la baisse des prix par rapport aux concurrents.

Par ailleurs, d'autres actions ont été mises en œuvre, notamment :

- Changement de packaging (taille réduite, canette slim, bouteille 20 cl...) ;
- Spots sur les chaînes de télévision, jeux concours et tombolas ;
- Parrainage de l'émission musicale Coke Studio Maroc, en partenariat avec 2M TV.

Source : Economie & Finances du 12/10/2017

Moutamadris.ma

Travail à faire N°1 (07 pts)		
N°	**Questions**	**Barème**
1	a) Caractériser la politique d'approvisionnement de Coca-Cola Maroc ; b) Donner deux raisons expliquant l'importance des achats locaux de Coca-Cola Maroc.	0.50 pt 0.50 pt
2	a) Schématiser le processus de production de la boisson Coca-Cola ; b) Identifier le mode de production adopté selon les contraintes techniques ; c) Justifier votre réponse.	01 pt 0.25 pt 0.25 pt
3	a) Montrer que le processus de production de boissons de SGBS est automatisé ; b) Présenter deux effets de l'automatisation sur le consommateur.	0.50 pt 0.50 pt
4	a) Enumérer les gammes de produits de Coca-Cola Maroc ; b) Montrer l'intérêt de la diversification de ces gammes.	0.50 pt 0.50 pt
5	a) Dégager les deux segments du marché des softs drinks ; b) Déduire le critère de segmentation utilisé.	0.50 pt 0.25 pt
6	a) Relever la contrainte de fixation de prix des produits de Coca-Cola Maroc ; b) Préciser sa nature ; c) Identifier la politique de prix adoptée par Coca-Cola Maroc.	0.25 pt 0.25 pt 0.25 pt
7	Compléter, à partir du document 1.4 et de vos connaissances, l'annexe N°1.	01 pt

Dossier N°2 : Stratégie, Croissance et Fonction financière

Document 2.1 : Activités de Coca-Cola Maroc

Coca-Cola Maroc, producteur de boissons gazeuses, de l'eau, des jus et des boissons énergétiques, œuvre depuis des décennies à asseoir et maintenir le leadership de ses produits. La relation de Coca-Cola Maroc avec ses embouteilleurs dure depuis un peu plus de 45 ans. Cette relation est régie par **un contrat de production sous licence d'une durée de 5 ans renouvelable.**

Le secret du leadership de Coca-Cola Maroc sur le marché marocain se résume en « innovation régulière et qualité permanente ».

Source : www.coca-colamaroc.ma du 15/09/2017

Document 2.2 : Marché des eaux embouteillées

Avec un taux de croissance annuel moyen de 10,6%, le marché des eaux embouteillées affiche une très bonne santé. Cette croissance est due au changement des habitudes de consommation des marocains. Ce marché se caractérise par une forte concurrence entre les opérateurs qui a pleinement profité aux consommateurs et une intensité capitalistique de son industrie.

Le marché compte actuellement sept principaux opérateurs locaux : le leader Eaux Minérales de Oulmès avec 72,65% de part de marché en valeur, Sotherma 17,51%, Coca-Cola Maroc 3,40%, Brasseries du Maroc 3,16% , Al Karama 1,43% et autres (Water Minérale et Chefchaouen) 1,85%.

Source : www.medias24.com du 03/08/2017

Moutamadris.ma

Document 2.3 : Investissements de SGBS

La SGBS a investi pas moins de 400 MDH sur les 10 dernières années : modernisation continue de l'outil de production et investissement dans les certifications. Elle a ainsi acquis en 2015 une nouvelle ligne PET d'une capacité de 4 000 bouteilles/heure et une nouvelle siroperie de 15 000 litres/heure. En outre, la société est certifiée ISO 22000 (sécurité des denrées alimentaires), ISO 9001 (qualité des produits), ISO 14001 (environnement) et OHSAS 18001 (management de la santé et de la sécurité au travail).

Source : www.telquel.ma du 30/10/2017

Document 2.4 : Marché des boissons gazeuses

Le business de la boisson gazeuse traverse une période difficile. Le management de Coca-Cola Maroc parle de ralentissement de la croissance : «Nous ne sommes plus sur les chiffres que nous avions il y a quelques années de cela», révèle la Directrice des Affaires Publiques et de la Communication. Le Coca-Cola reste le produit-phare, mais semble être en baisse.
La contre-performance du marché a plusieurs explications. D'une part, l'aspect sanitaire : il y a une prise de conscience au sein des populations sur les dangers liés à la surconsommation du sucre (surpoids, obésité, diabète, carie dentaire…), d'autre part, les boissons gazeuses sont de plus en plus remplacées par les eaux minérales, les jus et le thé qui ne cessent de gagner des parts sur le marché, ce qui a un impact sur les ventes.

Source : www.leconomiste.com du 25/05/2017

Document 2.5 : Axes de développement de Coca-Cola Maroc

Pour assurer sa pérennité, Coca-Cola Maroc s'adapte, se recentre sur son image et développe des relais de croissance. L'entreprise a annoncé le lancement sur l'ensemble du territoire national du nouveau Coca-Cola Zéro Sucre, qui remplacera le Coca-Cola Zéro distribué actuellement. La nouvelle recette est aussi proche que possible du Coca-Cola original en terme de goût, tout en éliminant complètement la teneur en sucre.

(…) «Nous avons constaté que la couleur rouge, qui faisait l'identité de la marque avait tendance à se perdre. D'où l'uniformisation de l'identité visuelle : le nouveau Coca-Cola Zéro Sucre abandonnera la couleur noire pour revenir au rouge», révèle le Directeur marketing de Coca-Cola Maroc.

(…) « Face à la baisse dans le secteur, l'enseigne se positionne sur de nouveaux marchés où elle était pratiquement inexistante ou en situation de challenger : segment du jus, boissons lactées ou encore des thés et cafés prêts à consommer et de l'eau plate (*) et gazeuse, en pleine croissance.», révèle le DG de Coca-Cola Maroc. Cette stratégie vise à mieux satisfaire les consommateurs en leur offrant un choix de boissons qui correspond à l'évolution des besoins, des goûts et des tendances.

*(*) **L'eau plate** : est une eau minérale ou une eau de source qui ne contient pas de gaz.*

Source : www.challenge.ma du 24/05/2017

Travail à faire N°2 (08.50 pts)		
N°	**Questions**	**Barème**
1	a) Identifier la stratégie correspondante au passage souligné dans le document 2.1; b) Présenter un effet de synergie de cette stratégie pour : ▪ Coca-Cola Maroc ; ▪ Les embouteilleurs.	0.25 pt 0.50 pt
2	Relever deux facteurs clés de succès de Coca-Cola Maroc.	0.50 pt
3	a) Situer l'activité des « eaux embouteillées » de Coca-Cola Maroc dans la matrice BCG ; b) Illustrer votre réponse.	0.50 pt 0.50 pt
4	a) Représenter graphiquement la répartition des parts de marché du secteur des eaux embouteillées ; b) Montrer que le secteur des eaux embouteillées est concentré.	01 pt 0.50 pt
5	Compléter, à partir du document 2.3, l'annexe N°2.	0.50 pt
6	a) Classifier, selon la nature, les investissements réalisés par SGBS ; b) Proposer deux moyens de financement de ces investissements ; c) Identifier le mode de croissance adopté par SGBS.	0.50 pt 0.50 pt 0.25 pt
7	Synthèse : **Exploitation des documents 2.4 et 2.5** Le marché des boissons gazeuses enregistre un ralentissement de la croissance dû aux difficultés du secteur. Dans quelle mesure les actions entreprises par Coca cola Maroc pourraient-elles contrer ce ralentissement et lui permettre de conserver son leadership ? Rédiger une synthèse traitant les points suivants : - Les facteurs explicatifs du ralentissement de la croissance du marché des boissons gazeuses ; - Les axes stratégiques entrepris par Coca-cola Maroc ; - L'intérêt de ces axes pour maintenir et développer sa compétitivité. **N.B : La synthèse doit comporter une introduction, un développement et une conclusion.**	03 pts

Moutamadris.ma

Dossier N°3 : Gestion des Ressources Humaines

Document 3.1 : Offre d'emploi

Leader sur le marché des boissons gazeuses et premier embouteilleur de Coca-Cola au Maroc, la Nord Africa Bottling Compagny (NABC) recherche un Responsable Maintenance Site.

Poste :

Rattaché(e) au directeur d'exploitation, vous rejoignez notre site de production à Nouaceur Casablanca ; vous prenez en charge le suivi de la maintenance et de la fiabilité des infrastructures et de l'ensemble des équipements de l'usine. Vos activités incluent la planification et l'ordonnancement des activités de la maintenance, le suivi de la performance, gestion du budget maintenance et stock ainsi que le management d'équipe.

Profil recherché :

- Diplôme grande école d'ingénieurs...,
- Vous disposez de plus de 5 ans d'expérience dans un poste similaire dans le domaine industriel,
- Français /anglais courant,
- Maîtrise de l'outil SAP,
- Gestion de la performance industrielle (calcul TUL, Productivité, TPM…),
- Maîtrise des techniques de gestion de la maintenance,
- Animation des équipes,
- Sens d'écoute,
- Adaptabilité.

Source : www.rekrute.com du 23/01/2018 (texte adapté)

Document 3.2 : La vie chez Coca-Cola Maroc

Un vrai parcours d'intégration pour les nouveaux collaborateurs

Dès le premier jour, votre manager vous prend en charge et vous bénéficiez d'un programme d'intégration de 3 mois.
L'équipe Ressources Humaines vous présente sa politique de gestion des carrières, de formation et d'évolution ainsi que les outils à votre disposition. Elle vous oriente dans vos démarches administratives.
Votre parcours est enrichi par des formations. Toute l'équipe Coca-Cola Maroc se mobilise pour vous accueillir dans les meilleures conditions.

Développer des talents

Chaque année, nous mettons en place un plan de formation en adéquation avec les orientations stratégiques de l'entreprise. Pour accompagner le développement des collaborateurs, Coca-Cola a mis en place une université d'entreprise au niveau mondial : The Coca-Cola University.
Diversifiées et innovantes, les formations proposées assurent l'apprentissage et l'actualisation de nos pratiques et de nos compétences.
Nous travaillons au quotidien en lien étroit avec les structures internationales sur tous les projets. Vous aurez l'occasion d'échanger avec vos homologues tunisiens, égyptiens, turques, américains, pakistanais, espagnols,... au cours de formations ou de projets communs où vous pourrez tisser des liens et enrichir votre réseau.

Source : www.coca-colamaroc.ma (espace RH)

Moutamadris.ma

Travail à faire N°3 (04 pts)		
N°	**Questions**	**Barème**
1	a) Identifier le moyen de recrutement utilisé par NABC ; b) Déduire le mode de recrutement adopté par NABC.	0.25 pt 0.25 pt
2	Compléter, à partir du document 3.1, l'annexe N°3.	01 pt
3	a) Dégager deux moyens d'intégration utilisés par Coca-Cola Maroc ; b) Montrer l'importance de l'intégration dans la politique de recrutement.	0.25 pt 0.50 pt
4	Définir : Plan de formation	0.25 pt
5	a) Identifier le mode de réalisation de la formation continue de Coca-Cola Maroc ; b) Justifier votre réponse ; c) Relever l'intérêt des actions de formation réalisées pour : ▪ Coca-Cola Maroc ; ▪ Les collaborateurs.	0.50 pt 0.25 pt 0.75 pt

Moutamadris.ma

Annexes à compléter et à rendre avec la copie

Annexe N°1 : Politique de communication de Coca-Cola Maroc

Politique de communication	Illustration	Objectif recherché
Publicité	…… ……	…… ……
Relations publiques	…… ……	…… ……
Promotion des ventes	…… ……	…… ……

Annexe N°2 : Certifications de SGBS

Certification de SGBS	Nature de la finalité recherchée
ISO 9001	……
ISO 14001	……
OHSAS 18001	……

Annexe N°3 : Offre d'emploi

Poste	Mission	…… …… …… ……
	Position hiérarchique	…… ……
Profil	Deux compétences professionnelles	…… ……
	Deux qualités personnelles	…… ……

Moutamadris.ma

الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا

الدورة العادية 2018

-عناصر الإجابة-

NR 55

★★★

المملكة المغربية
وزارة التربية الوطنية والتكوين المهني والتعليم العالي والبحث العلمي

المركز الوطني للتقويم والامتحانات والتوجيه

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

Corrigé indicatif

Cas : Coca-Cola Maroc

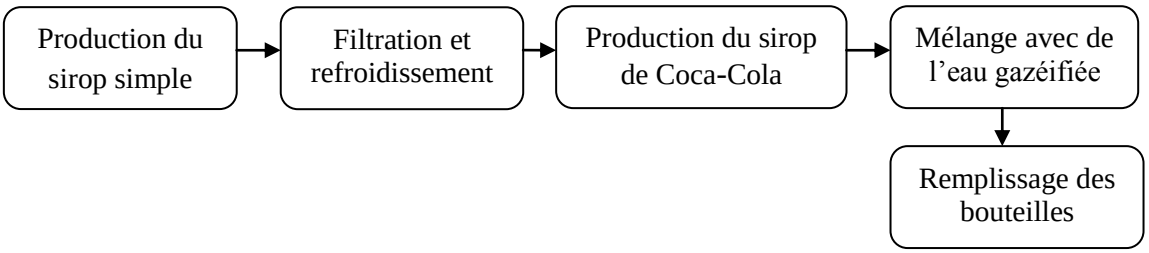
Dossier N°1 : Approvisionnement, Production et Mercatique (42 pts)

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.

Moutamadris.ma

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)

Moutamadris.ma

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).

Moutamadris.ma

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 ;
- Imprégner 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.

Moutamadris.ma

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)

Poste	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.
Profil	Deux compétences professionnelles **(02 pts)**	▪ 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)**	▪ 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.

Moutamadris.ma