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.

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

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