Économie et Organisation Administrative des Entreprises : 2 BAC Eco-SGC

Séance 9 (Les options stratégiques – Exercices)

Professeur : Mr JABER Naoufal

Sommaire

I- Exercices

1-1/ Exercice 1

1-2/ Exercice 2

1-3/ Exercice 3

I- Exercices

1-1/ Exercice 1

Document 1 : À la conquête de nouveaux clients

Le groupe L'OREAL est à la quête d'un milliard de nouveaux consommateurs dans le inonde. Sachant que dans les pays développes le marché est quelque peu saturé, l'essentiel sera recherché dans les pays émergents.

C'est ainsi que L'OREAL Maroc compte doubler le nombre de ses consommateurs pour le porter à 6 millions à l'horizon 2015. Pour ce faire, elle a arrêté une stratégie, appelée innovation accessible», déclinée en deux grands axes : adaptation des produits aux spécificités des consommateurs marocains et baisse des prix.

1. Justifier que L'OREAL Maroc poursuit les choix stratégiques suivants :
   - Différenciation.
   - Domination par les coûts.
2. Montrer l'intérêt de la stratégie de différenciation pour L'OREAL Maroc.

1-2/ Exercice 2

Document 2 : Activités de Total Maroc

Total Maroc appartient à 55 % au groupe français TOTAL et 30 % au groupe saoudien Zahid, le reste du capital a été introduit en bourse en mai 2015.

L'entreprise opère dans quatre activités : vente de carburant, de Gaz, de Pétrole Liquéfie (GPL), de lubrifiants et l'approvisionnement de l'aviation à travers les concessions qu'elle possède dans des aéroports du sud du pays.

Total Maroc œuvre, en continu, à la maîtrise et à 1'amelioration des processus et de la qualité de ses produits et services, et procède à des mesures de satisfaction de ses clients.

Document 3 : Plan stratégique de Total Maroc

Dans le cadre de son plan stratégique 2014-2016, Total Maroc a prévu un investissement pour poursuivre son programme de Recherche et Développement lui permettant de mettre de nouveaux
produits sur le marche.

L'entreprise a pu ainsi déployer sur le marche national son nouveau produit Total Excellium. Ce dernier, a d'ailleurs permis de doper les ventes de Total Maroc sur le premier semestre 2016.

Ce programme vise également à développer de nouvelles gammes de produits et à promouvoir leur application, afin de positionner Total Maroc sur les technologies futures (énergies renouvelables).

1. Relever les caractéristiques du plan stratégique de Total Maroc (durée, objectifs, moyen mis en œuvre).

Choix stratégiques	Illustration	Un avantage
Impartition		
Développement de produit		

1-3/ Exercice 3

Document 4 : Outsourcia s'offre son 3ème site en France

En 2014, Outsourcia inaugure son 3ème site de production en France. Cette nouvelle implantation lui permettra d'accéder à de nouveaux marches comme l'énergie, la presse et les marchés publics qui privilégient un traitement en France. Outsourcia a privilégié depuis l'origine des prestations à forte marge compte tenu de son modèle de croissance indépendant et autofinancé.

Document 5 : Outsourcia prend pied à Madagascar

Après la France, Outsourcia s'attaque au continent africain. Elle s'est associée en 2015 au groupe français Scemi pour s'installer à Madagascar. Cette association lui permettra d'héberger ses activités au sein du plateau de production de ce groupe.

Certains clients recherchent des prix encore plus bas pour certains types de besoins de premier niveau comme le traitement des e-mails.

« Pour répondre à cette demande, nous avons choisi Madagascar, le pays bénéficie en effet d'un bassin d'emplois de 4 millions de francophones ayant déjà une bonne expérience dans les métiers de services. Cette destination offre également les coûts en ressources humaines les plus compétitifs, parfaitement adaptés à des prestations standardisés » explique le Président d'Outsourcia.

1. Cocher les bonnes cases :

Réalisations d'Outsourcia	Stratégie adoptée
Acquisition de 100 % du capital de l'opérateur de centres d'appels français As-com.	• □Impartition. • □ Intégration verticale. • □ Intégration horizontale.
Création d'un nouveau centre d'appel en France.	• □ Internationalisation. • □ Diversification. • □ Impartition.
Partenariat avec Medz Sourcing pour développer une nouvelle solution d'hébergement.	• □Intégration. • □ Impartition. • □ Différenciation.

2. Remplir le tableau suivant :

Annexe :Internationalisation d'Outsourcia

	--------Modalité--------	--------Une raison--------
En France		
A Madagascar		