Économie et Organisation Administrative des Entreprises : 2 BAC SGC

Séance 21 (Mercatique – Exercice 2)

Professeur : Mr JABER Naoufal

Sommaire

I- Document 1 : Offre de CIMAR

II- Document 2 : Actions de communication de CIMAR

III- Document 3 : Prix du ciment

IV- Travail à faire

I- Document 1 : Offre de CIMAR

CIMAR commercialise une gamme complète de produits cimentaires, adaptés aux besoins de ses clients et à tous les usages.

CIMAR produit cinq variétés de ciment : i.work, i.pro, i.tech, i.idro et i.design pour les utilisateurs spécifiques nécessitant un ciment très performant.

Ces produits sont expédiés chez les clients, en vrac dans des citernes, ou en sacs conditionnés dans un atelier d'ensachage.

Source : Rapport annuel de Ciments du Maroc 2013

II- Document 2 : Actions de communication de CIMAR

- Contribution à la préservation du patrimoine de la ville d'Assa et réhabilitation de son ksar ;
- Parrainage d'événements annuels sportifs ;
- Organisation d'une tombola en faveur de pèlerins pour l'Omra au profit de ses clients architectes ;
- Soutien à la Fondation Mogador pour les Arts, la Culture et le Patrimoine.

Source : www.cimentsdumaroc.ma

III- Document 3 : Prix du ciment

Le prix est fixé selon le coût de production et varie sensiblement selon qu'il s'agisse de vente à l'usine ou au détail. Le prix dans le cas de la vente à l'usine dépend du coût de l'énergie, poste le plus lourd, viennent ensuite les matières premières et consommables, …

Dans le cas de vente au détail, le prix inclut les marges des intermédiaires. En chiffres, les marges des grossistes représentent 10 à 15% du prix « sortie usine » en plus de 5 à 10% de marge qu'appliquent les détaillants… En remontant jusqu'au cimentier, il ressort que le prix de vente rémunère pour près de 60% le producteur et les intermédiaires quand 40% seulement couvrent le coût de production et le transport.

Source : La vie économique du 02/11/2013

IV- Travail à faire

1. Présenter la gamme de ciment commercialisée par CIMAR ;
2. Montrer l'intérêt de la diversification de cette gamme pour CIMAR.
3. Compléter le tableau suivant :

	Actions de communication de CIMAR	Objectif recherché
Sponsoring		
Mécénat		
Promotion des ventes		

4. Préciser la méthode de fixation du prix du ciment pratiquée par CIMAR. Justifier votre réponse.
5. Identifier les canaux de distribution du ciment utilisés par CIMAR. Justifier votre réponse.
6. Déduire la politique de distribution adoptée par CIMAR ;
7. Donner deux avantages de cette politique de distribution.