Économie et Organisation Administrative des Entreprises : 2 BAC SGC

Examen National 2021 (Normale)

Professeur : Mr JABER Naoufal

Consignes
▪ L'utilisation de la calculatrice non programmable est autorisée. ▪ Aucun document n'est autorisé. ▪ 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 et graphiques. ▪ **Les pages N°6 et N°7 contiennent les annexes à compléter et à rendre avec la copie**

Barème et numéros de pages

Dossiers	N° de pages	Barème
▪ Dossier N°1 : Approvisionnement, Production et Mercatique	2 - 3	08.50 pts
▪ Dossier N°2 : Fonction financière, Stratégie et Croissance	4 - 5	11 pts
Présentation de la copie.....		0.50 pt
Note totale		20 pts

Présentation de l'entreprise : DARI COUSPATE

Dénomination sociale	DARI COUSPATE S.A
Secteur d'activité	Agroalimentaire
Activité	Production et conditionnement de couscous et de pâtes alimentaires
Capital social	29 837 500 DH

I- Dossier N°1 : Approvisionnement, Production et Mercatique

1-1/ Documents

Document 1.1 : Politique d'approvisionnement

La semoule de blé et l'eau constituent les principaux intrants dans la production de pâtes alimentaires et de couscous.

Tous les fournisseurs de semoule de DARI COUSPATE sont installés au Maroc et notamment à Casablanca et Meknès. Aucun fournisseur de semoule ne réalise plus de 30% des approvisionnements de la société.

Le choix des fournisseurs se fait en fonction du respect d'un cahier des charges élaboré par DARI COUSPATE et qui reprend les principales exigences en termes de qualité, de délai de livraison et de prix.

Document 1.2 : Processus de production de pâtes alimentaires

Le département production de DARI COUSPATE, sur la base des demandes formulées par le service commercial, établit un programme de production hebdomadaire. Ce programme inclut les quantités à produire et les dates de livraison.

La semoule est mélangée à l'eau dans une mélangeuse sous vide afin de former une pâte qui sera comprimée sur un moule pour former le type de pâte alimentaire commandé. La pâte ainsi formée est transportée sur un tapis mécanique vers un présécheur pendant 3 minutes puis dans 2 séchoirs à très haute température où elle sera séchée.

La pâte séchée passe ensuite dans un refroidisseur pour être stockée dans des silos et conditionnée en sachet ou en vrac.

(...) L'outil principal de production de DARI COUSPATE est constitué de trois chaînes de production dont deux pour le couscous et une pour les pâtes alimentaires. Ces équipements intègrent les innovations technologiques les plus récentes et sont entièrement automatisés.

Source des documents : www.ammc.ma

Document 1.3 : Politique de produit

DARI COUSPATE commercialise deux catégories de produits à savoir le couscous et les pâtes
alimentaires en conditionnements de tailles différentes. Ces produits sont distribués au Maroc et à l'étranger.

Pour le couscous, la société commercialise cinq conditionnements différents selon la demande du consommateur et celle des canaux de distribution.

Les conditionnements en sac de 10 kg et 25 kg sont les plus utilisés pour la vente en vrac. Pour les Grandes et Moyennes Surfaces (GMS), DARI COUSPATE propose des sachets de 500g, 1 kg et 5 kg.

DARI COUSPATE commercialise une gamme de nouveaux produits : Couscous de Maïs, Couscous complet, Couscous complet bio, Couscous de blé dur, Couscous Belboula, en conditionnement de 1kg.

Sources : www.leconomiste.ma/www.foodmagazine.ma (texte adapté)

Document 1.4 : Politique de distribution

L'essentiel des ventes de couscous et de pâtes alimentaires est effectué à travers le réseau traditionnel de distribution (grossistes, demi-grossistes et détaillants).

Sur le réseau des GMS, DARI COUSPATE réalise près de 7% de ses ventes totales. Ses produits sont distribués dans les principales enseignes nationales à savoir Marjane, Atacadao et Aswak Assalam.

Document 1.5 : Politique de prix

Les prix de vente moyens restent relativement stables pour l'ensemble des produits de DARI COUSPATE sur la période 2014-2016 avec une baisse de 9% en 2015 pour le couscous au Maroc par rapport aux prix des autres opérateurs locaux.

Pour sa tarification à l'exportation, la société est en mesure d'appliquer des prix plus élevés grâce à la notoriété de sa marque DARI sur ces marchés.

Document 1.6 : Politique de communication

DARI COUSPATE mène régulièrement des campagnes d'affichage dans les principales villes du royaume notamment en affichage murale et en panneaux. Une publicité sur la télévision marocaine est également menée depuis 1998 pour mettre l'accent sur la qualité du couscous DARI et le lancement du fameux slogan de la marque « Couscous DARI Maykhta DARI ».

Chaque année, ces publicités sont accompagnées par des opérations promotionnelles du couscous DARI dans les supermarchés et les hypermarchés du royaume.

En 2020, DARI COUSPATE a contribué au Fonds spécial de lutte contre le Covid 19, sous forme d'un don d'un montant de 5 millions MAD et de donations en pâtes alimentaires et couscous destinées aux familles en difficulté.

Source des documents : www.couscousdari.com

I- Dossier N°1 : Approvisionnement, Production et Mercatique

1-2/ Travail à faire (8,5 pts)

Travail à faire N°1 (08.50 pts)		
N°	**Questions**	**Barème**
1	a) Présenter deux avantages du recours de DARI COUSPATE à une source locale d'approvisionnement ; b) Montrer l'intérêt de limiter l'approvisionnement à 30% pour chaque fournisseur ; c) Repérer les critères de sélection des fournisseurs de DARI COUSPATE.	0.50 pt 0.50 pt 0.25 pt
2	Préciser l'importance, pour DARI COUSPATE, de l'établissement du programme de production hebdomadaire.	0.50 pt
3	a) Schématiser le processus de production de pâtes alimentaires de DARI COUSPATE ; b) Identifier le mode de production de pâtes alimentaires selon les contraintes commerciales ; c) Justifier votre réponse.	0.75 pt 0.25 pt 0.25 pt
4	Rappeler un effet favorable et un effet défavorable de l'automatisation de la production sur l'entreprise.	0.50 pt
5	Classer le marché de DARI COUSPATE selon : a) La nature de produit ; b) L'étendue géographique.	 0.25 pt 0.25 pt
6	a) Préciser la gamme de couscous de DARI COUSPATE ; b) Présenter l'intérêt pour DARI COUSPATE de proposer plusieurs conditionnements.	0.50 pt 0.50 pt
7	a) Reproduire et compléter le tableau ci-après : Canaux de distribution de DARI COUSPATE | Illustration b) Déduire la politique de distribution adoptée par DARI COUSPATE.	01 pt 0.25 pt
8	Reproduire et compléter le tableau suivant : Politique de prix adoptée par DARI COUSPATE | Justification Au Maroc A l'étranger	01 pt
9	a) Compléter l'Annexe N°1 ; b) Montrer l'utilité du slogan publicitaire de DARI COUSPATE dans sa politique commerciale.	0.75 pt 0.50 pt

II- Dossier N°2 : Fonction financière, Stratégie et Croissance

2-1/ Documents

Document 2.1 : Responsabilité sociale de l'entreprise (RSE)

La stratégie de DARI COUSPATE en matière de responsabilité sociale de l'entreprise s'appuie sur trois principaux piliers :

- Satisfaire les attentes des consommateurs : engagements pour des produits de qualité, sains, sans risques et à des tarifs compétitifs ;
- Promouvoir le capital humain : amélioration du bien-être, de la santé et la sécurité des personnes au travail ;
- Réduire l'empreinte environnementale : lancement de programmes d'économie d'énergie, gestion et valorisation des déchets de manière durable.

Source : Rapport annuel de DARI COUSPATE 2019

Document 2.2 : Historique de DARI COUSPATE

- 2005 : Obtention de certifications : ISO 9001 (qualité), ISO 14001 (Environnement) et OHSAS 18001 (Santé et sécurité au travail) ; Introduction en bourse.

- 2009 : Lancement de nouveaux produits couscous à base d'orge "Sakssou Al Belboula" et à base de maïs "Baddaz".
- 2012 : Lancement d'un nouveau produit innovant « Couscous Complet Bio ».
- 2013 : Programme d'investissement de 40 millions MAD portant sur l'installation d'une nouvelle ligne de production de couscous pour étendre la capacité de production. Ce programme d'investissement est couvert par l'autofinancement annuel dégagé par l'entreprise et par l'augmentation de capital.
- 2015 : Amélioration et optimisation de tous les maillons de la chaîne logistique grâce à l'exploitation de la nouvelle plateforme logistique opérationnelle.
- 2016 : Poursuite du développement de son réseau de distribution au Maroc.
- 2017 : Conquête de nouveaux marchés à l'export notamment en Afrique, Amérique et Europe de l'Est.
- 2020 : Lancement des travaux pour la réalisation de l'unité de production « DARI 3 ».

Source : www.couscousdari.com

Document 2.3 : Équilibre financier de DARI COUSPATE

Eléments (en milliers MAD)	2019
Actif immobilisé	51 270
Financement permanent	320 766
Actif circulant Hors Trésorerie	380 928
Passif circulant Hors Trésorerie	153 987

Document 2.4 : Performances commerciale et financière de DARI COUSPATE

Eléments (en millions MAD)	2017	2018	2019
Chiffre d'affaires	581,4	569,8	603,9
Résultat d'exploitation	93,9	90,8	87,2

DARI COUSPATE a réalisé en 2020 un chiffre d'affaires de 652,3 millions MAD en progression par rapport à 2019.

Cette croissance est portée par une progression des volumes de ventes soutenus par une dynamique commerciale permettant à DARI COUSPATE de renforcer ses parts de marché.

Cette progression intervient dans un contexte de forte pression concurrentielle et dans un marché marqué par un ralentissement de la demande dû à la diminution des rassemblements familiaux, habituellement

propices à la consommation du couscous.

Le résultat d'exploitation s'établit à 96,1 millions MAD en progression par rapport à l'exercice 2019. Cet
accroissement s'explique par une baisse significative des redevances de crédit-bail et une réduction importante des frais de publicité sous l'effet du report partiel de campagnes publicitaires de 2020 à 2021.

Source des documents : Rapport annuel de DARI COUSPATE 2020

II- Dossier N°2 : Fonction financière, Stratégie et Croissance

2-2/ Travail à faire (11 pts)

Travail à faire N°2 (11 pts)		
N°	**Questions**	**Barème**
1	a) Compléter l'Annexe N°2 ; b) Montrer les effets de la stratégie RSE sur la compétitivité de DARI COUSPATE.	0.75 pt 0.50 pt
2	Compléter l'Annexe N°3.	0.75 pt
3	Compléter l'Annexe N°4.	1.50 pt
4	a) Caractériser le programme d'investissement de DARI COUSPATE en 2013 : ▪ Objectif ; ▪ Investissement réalisé ; ▪ Budget alloué. b) Relever les moyens de financement de ce programme d'investissement ; c) Citer un avantage pour chaque moyen de financement.	0.50 pt 0.25 pt 0.50 pt
5	a) Calculer pour DARI COUSPATE en 2019 : ▪ Le fonds de roulement net global (FRNG) ; ▪ Le besoin en fonds de roulement (BFR). b) Déduire la trésorerie nette en 2019 ; c) Interpréter les résultats obtenus.	0.50 pt 0.25 pt 0.50 pt
6	a) Représenter graphiquement l'évolution du résultat d'exploitation de DARI COUSPATE de 2017 à 2020 (Annexe N°5) ; b) Expliquer l'évolution du résultat d'exploitation de DARI COUSPATE entre 2019 et 2020.	0.75 pt 0.50 pt
7	a) Justifier que DARI COUSPATE adopte une croissance interne ; b) Apprécier ce mode de croissance.	0.25 pt 0.50 pt
8	Synthèse : En dépit d'un environnement défavorable et incertain, DARI COUSPATE a poursuivi le déploiement de sa stratégie de développement sur le marché local et à l'export et a engagé un plan d'investissement pour consolider et améliorer ses performances. Rédiger une synthèse argumentée permettant de présenter et d'expliquer les performances réalisées par DARI COUSPATE. **NB : La synthèse doit comporter une introduction, un développement et une conclusion.**	03 pts

III- Annexes à compléter et à rendre avec la copie

Annexe N°1 : Politiques de communication de DARI COUSPATE

Politiques de communication	Illustration
…… ……	…… ……
…… ……	…… ……
…… ……	…… ……

Annexe N°2 : Finalités de DARI COUSPATE

Finalités	Une action correspondante
Economique	…… ……
Sociétale	…… ……
Sociale	…… ……

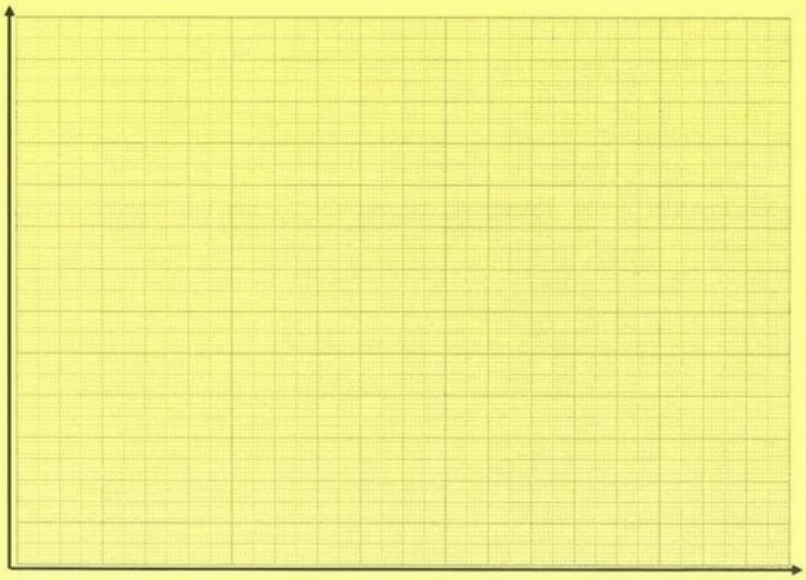
Annexe N°3 : Diagnostic stratégique de DARI COUSPATE

Eléments	Force	Faiblesse	Opportunité	Menace
Présence dans 35 pays à l'international				
Absence d'intégration en amont				
Pression baissière des prix induite par les surcapacités de production de couscous au Maroc				
Cellule Recherche & Développement pour la mise en œuvre de produits innovants				
Absence d'une force de vente sur les marchés à l'export				
Engouement important du consommateur marocain pour la consommation de pâtes alimentaires.				

III- Annexes à compléter et à rendre avec la copie

Annexe N°4 : Stratégies de DARI COUSPATE

Dates	Stratégie adoptée	Un avantage
2009	…… ……	…… ……
2015	…… ……	…… ……
2017	…… ……	…… ……

Annexe N°5 : Représentation graphique

……