

BACCALAUREAT TECHNOLOGIQUE
SCIENCES ET TECHNOLOGIES DE LA GESTION
TOUTES SPÉCIALITÉS

SECOND GROUPE D'ÉPREUVES

Session 2010

MANAGEMENT DES ORGANISATIONS
ÉPREUVE ORALE DE CONTRÔLE

Temps de préparation : 20 minutes

Durée de l'épreuve : 20 minutes

Éléments de corrigé sujet n°10MGT3.4C

1. Caractérissez l'organisation Maped (type, activité, champ d'action, ressources)

Type : entreprise privée - groupe (filiales) - à but lucratif

Activité : conception, production et commercialisation d'articles scolaires, d'accessoires de bureau, de matériel de loisirs créatifs et d'encadrement, et récemment des articles d'écriture (en mars 2009)

Champ d'action : international (présence dans plus de 125 pays)

Ressources :

- matérielles : usines en France, en Allemagne et ailleurs dans le monde dont des implantations en Chine (une dizaine de filiales).
- humaines : Plus de 2 000 personnes dans le monde dont 230 en France travaillent pour Maped
- financières : un capital social détenu par les membres de la famille Lacroix
- Finalités : économique (réaliser du profit pour assurer sa pérennité), sociale (fournir des revenus à ses salariés ainsi que de bonnes conditions de travail)

2. Présentez les éléments du diagnostic stratégique de Maped qui ressortent des informations disponibles.

a. Diagnostic interne

Forces :

- entreprise indépendante financièrement : liberté de décision
- CA en croissance : de 53 millions à 120 millions d'euros en moins de 10 ans
- usines en France et à l'étranger et notamment en Chine (réduction des coûts)
- internationalisation : 70% du CA à l'export

- entreprise dont l'activité est diversifiée
- entreprise flexible, réactive
- 230 salariés en France et plus de 2 000 dans le monde
- Politique d'innovation (3,5 % du CA consacré à la R & D – 35 à 40 produits nouveaux par an)
- Leader sur le marché des compas, gommes et taille-crayons
- Parmi les leaders mondiaux sur ses marchés
- circuit court de décision
- processus de production intégré : meilleure réactivité
- Image positive grâce à sa politique sociale

Faiblesse : saisonnalité des articles scolaires

b. Diagnostic externe

Opportunités :

- entrée sur un nouveau marché, celui de l'écriture
- implication dans la fabrication des produits vendus sous la marque distributeur

Menaces :

- concurrence importante de grands groupes sur ce nouveau marché (Bic, Pilot, Faber-Castell)
- développement des marques de distributeurs : arrivée de nouveaux concurrents qui sont aussi les clients de Maped.

3. D'après ce diagnostic, précisez à quel problème de management Maped doit faire face.

Le problème général de Maped est la concurrence : celle des grands groupes présents sur le marché de l'écriture et des concurrents qui prennent une place de plus en plus grande sur le marché : ces concurrents ont la particularité d'être aussi les clients de Maped : la grande distribution avec ses marques de distributeurs.

4. Identifiez les choix réalisés par l'entreprise et appréciez leur pertinence vis-à-vis des problèmes que vous avez identifiés précédemment.

Pour faire face à la concurrence Maped investit massivement dans la R&D (3.5 % du CA) afin d'être en mesure d'innover : 35 à 40 nouveaux produits par an. Objectif : se distinguer de la concurrence : stratégie de différenciation – création d'une situation de monopole concurrentiel.

Outre la stratégie de différenciation qui permet de se distinguer des concurrents que sont les grands groupes et les MDD, Maped travaille en sous-traitance pour les distributeurs : cela lui permet d'entretenir des relations de partenariat avec ses principaux clients et de récupérer une partie du CA des MDD et d'augmenter l'utilisation de l'outil de production.