

BACCALAURÉAT TECHNOLOGIQUE
SCIENCES ET TECHNOLOGIES DU MANAGEMENT ET DE LA GESTION
TOUTES SPÉCIALITÉS

EPREUVE ORALE DU SECOND GROUPE
SESSION 2017

MANAGEMENT DES ORGANISATIONS

Temps de préparation : 20 minutes

Durée de l'épreuve : 20 minutes

Coefficient : 5

Corrigé indicatif : pistes de réflexion n°4.7

Ce corrigé est fourni à titre indicatif.

L'interrogateur veillera, lors de l'échange avec le candidat, à valoriser la cohérence et la pertinence des réponses apportées.

1. Caractériser l'organisation Devialet.

| | |
|-----------------------------|--|
| Forme | Organisation privée à but lucratif. |
| Type | Entreprise privée. |
| Forme juridique | SA. |
| Métier | Fabrication d'amplificateurs et enceintes innovants. |
| Ressources | Financières : 23 millions d'euros auprès d'investisseurs publics (Oséo, Bpifrance) et privés. Matérielles : chaîne de production et usine. Immatérielles : 82 brevets. Humaines : 170 salariés. |
| Champ d'action géographique | International avec 90 % de son chiffre d'affaires réalisé à l'export, elle est présente dans 50 pays (États-Unis, Singapour, Grande-Bretagne, etc.) à travers 350 points de vente. |
| Finalité économique | Réaliser du bénéfice pour assurer sa pérennité. |

2. Analyser les compétences et ressources de l'organisation Devialet et en déduire ses avantages concurrentiels.

L'entreprise Devialet possède donc deux avantages concurrentiels, le premier qui repose sur la maîtrise d'une technologie et d'un savoir-faire et qui lui permettent de proposer des produits innovants : des amplificateurs alliant la finesse de l'analogique à la puissance du numérique. Dès 2003, elle investit dans la R&D, ses innovations lui ont valu plus de 40 récompenses dont le Trophée Innovation 2013 de l'INPI.

3. Identifier les options stratégiques adoptées par l'organisation Devialet.

Stratégie de différenciation :

L'entreprise Devialet propose des produits uniques aux yeux des consommateurs en proposant des amplificateurs mixtes haut de gamme innovants qui se différencient des produits de ses concurrents.

Stratégie d'intégration :

L'entreprise a créé un réseau de distribution après avoir ouvert ses premières boutiques à Paris et Shanghai, les dirigeants préparent l'ouverture d'une quinzaine de points de vente à Paris et à l'étranger.

4. Présenter le problème de management auquel est confrontée l'entreprise Devialet.

Face à une croissance très soutenue de son chiffre d'affaires, la capacité de production de l'entreprise Devialet ne parvient plus à répondre à la demande.

5. Repérer les solutions mises en œuvre pour répondre à ce problème et montrer que ces décisions relèvent du management stratégique.

Investir pour industrialiser à grande échelle la production : l'installation d'une chaîne de production automatique pour passer de 200 unités produites par semaine à plus de 2000.

Faire appel à des sous-traitants (stratégie d'externalisation), en effet elle collabore avec une vingtaine d'entreprises.

Ce sont des choix stratégiques parce qu'ils engagent l'entreprise sur le long terme, ils nécessitent des fonds importants et sont faits par les dirigeants.