


Série révision n° 1 (stratégie & croissance)

Document 1 :

Dénomination sociale	LESIEUR CRISTAL. SA	
Capital social	276 315 100 MAD	
Activités	LESIEUR CRISTAL opère sur l'ensemble des métiers et dérivés des corps gras : Trituration des graines oléagineuses, raffinage des huiles, conditionnement d'huiles de table et d'olive et production de condiments, produits d'hygiène ménagère et corporelle.	
Appartenance	Le capital de LESIEUR CRISTAL est détenu à hauteur de 41 % par le groupe français Avril.	
Principales filiales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Indusalim ; ▪ Société d'Exploitation de l'Olive ; ▪ Les domaines Jawhara ; ▪ Cristal Tunisie 	

Document 1.1 Responsabilité sociale de l'entreprise

Acteur engagé pour la qualité dans une logique de renforcement de sa démarche de développement durable, LESIEUR CRISTAL a mis depuis plusieurs années le management de la qualité au cœur de son organisation. La totalité de ses process sont certifiés ISO 9001, ISO 22000 et ISO 14001, plaçant l'entreprise en tant qu'opérateur pionnier œuvrant pour la qualité, la sécurité alimentaire et la préservation de l'environnement.

Source : www.lesieurcristal.ma

Document 1.2 : Axes de développement

En dépit d'une conjoncture difficile sur le marché des corps gras, marquée par un ralentissement du rythme de la croissance économique de 1,1% en 2015, un recul de la consommation pour de nombreux produits alimentaires et une forte concurrence axée essentiellement sur le prix et renforcée par l'entrée massive des produits de contrebande, LESIEUR CRISTAL a poursuivi son plan stratégique axé sur le renforcement des marques, la diversification du portefeuille produits et l'optimisation des coûts opérationnels.

Le groupe a poursuivi ses efforts de développement des ventes à l'export, avec un chiffre d'affaires à l'international qui a progressé de 14% en 2016 et a renforcé sa politique d'innovation par le lancement de plusieurs produits dont AL HORRA Extra Vierge, TAOUS SHAMPOING à la protéine de blé.

Dans le cadre de son plan Cap 2018, LESIEUR CRISTAL a déployé, au titre de l'année 2018, une enveloppe budgétaire de 120 millions de DH afin d'investir dans la rénovation et la modernisation de l'outil industriel. Cet investissement permettra d'améliorer la productivité de l'unité qui produit 140 tonnes de savons par jour, soit 35 000 tonnes par an.

Source : www.lereporter.com du 08/04/2017

Travail à faire :

1-Justifier que LC poursuit :

a-Une finalité économique ;

-

b-Une finalité sociétale.

-

2-Relever trois menaces auxquelles doit faire face LC sur le marché des corps gras.

-

-

-

3-Compléter l'annexe suivant :

Actions de LC	Stratégie correspondante	Un Avantage
.....	Développement du produit
.		...
Poursuite de l'optimisation des coûts opérationnels
.		...
.....	Internationalisation

4-Identifier les éléments du plan stratégique de LC (budget, objectif et moyen).

Budget :

Objectif :

Moyen :

Document 2 :

Dénomination sociale	LafargeHolcim Maroc
Capital social en 2016	702 138 750 MAD
Secteur d'activité	Bâtiments et travaux publics (BTP)
Activité	Fabrication et commercialisation de ciment, de béton et de granulats.
Appartenance	Holding AL MADA (50%) / Groupe LafargeHolcim (50%)

Document 2.1 : Activités de LHM

LafargeHolcim Maroc est née de la fusion absorption en 2016 des deux cimenteries Lafarge Ciments et Holcim Maroc. Suite à ce regroupement, LafargeHolcim Maroc est devenue le leader national des matériaux de construction opérant dans plusieurs activités : Ciment, Béton, Granulats, Mortier Ciment, Plâtre et Chaux. Cette position lui permet de réaliser des synergies de coûts avantageuses et de développer ses activités à l'export notamment sur le Clinker.

Source : Rapport d'activité de LHM 2016

Document 2.2 : Responsabilité sociale de l'entreprise (RSE)

La santé et la sécurité des collaborateurs est une préoccupation ancrée dans le quotidien de LHM et s'inscrit en tête de ses priorités. Son ambition est d'être l'entreprise marocaine la plus sûre pour ses collaborateurs et ses parties prenantes.

LafargeHolcim Maroc veut être la référence nationale dans ce domaine en incitant tous les acteurs de son environnement à s'engager à ses côtés. Cette ambition première est un état d'esprit et une exigence quotidienne portée par le top management.

Source : www.lafargeholcim.ma

Document 2.3 : Axes stratégiques de LHM

La vision stratégique de LafargeHolcim Maroc sur les années à venir s'articule autour des axes suivants :

- Placer l'innovation au cœur de sa stratégie pour mieux servir ses clients. L'ambition de la société est d'être le partenaire préféré et innovant du secteur de la construction en développant des systèmes constructifs, des produits à valeur ajoutée, ainsi que des services innovants.
- Continuer à élargir sa gamme de produits pour s'adapter aux besoins des clients : produits ciment pour la petite préfabrication et produits haute performance pour les applications en milieu côtier.
- Disposer d'usines bien positionnées géographiquement et des capacités nécessaires pour exporter d'importantes quantités de ciment et de clinker en Afrique. Par ailleurs, LafargeHolcim Maroc étend son dispositif industriel sur le continent avec l'acquisition de 50% de SCB Lafarge Bénin et de 54,74% de Cimencam au Cameroun.

Source : www.reporter.ma du 03/04/2017

Travail à faire :

1- Identifier le métier de LHM.

.....

2-a- Préciser la nature de la finalité qui correspond au passage souligné.

.....

b- Présenter l'impact de la réalisation de cette finalité sur LHM.

.....
3- Compléter l'annexe suivant :

Eléments du diagnostic	Opportunité	Menace
Saisonnalité de l'activité immobilière due à la pluviométrie et aux fêtes religieuses		
Lancement de plusieurs projets d'infrastructures par le gouvernement marocain		
Surcapacité de production du secteur réduit l'arrivée de nouveaux entrants sur le marché		
La fixation du prix de ciment est influencée par la volatilité des prix des intrants		
Fort potentiel de croissance de l'activité à l'export		

4-Montrer à partir du document 2.3 Que LHM poursuit les stratégies suivantes :

-La différenciation ;
.....

-Le développement du produit.
.....

Document 3 :

Dénomination sociale	Renault Maroc Services
Appartenance	Filiale de Renault S.A.S
Filiales	Renault Maroc Services détient dans le capital de : <ul style="list-style-type: none">▪ SOMACA : 70,94 %▪ Renault Tanger Méditerranée : 100%▪ Renault commerce Maroc : 80%
Activité	Fabrication et distribution d'automobiles sous les marques Dacia et Renault.
Chiffre d'affaires (2015)	12 267 millions MAD.
Résultat d'exploitation (2015)	469 millions MAD.

Document 3.1 : Positionnement de la marque Dacia

« La marque Dacia réussit grâce à son positionnement dans le smart buy (l'achat malin), ce qui permet d'offrir un produit de qualité répondant à tous les besoins du client à des prix très attractifs », indique le Directeur Marketing Commerce de Renault Maroc. Mais si la marque arrive à casser les prix, c'est que derrière, il y a des économies d'échelle qui font une sacrée différence.

En plus de la main d'œuvre bon marché, Renault Maroc fait jouer la stratégie de plateforme, ce qui permet de minimiser considérablement les coûts de revient. Mais il n'y a pas que cela, la main invisible de l'Etat donne aussi à la marque plusieurs longueurs d'avance sur ses concurrents : un tarif douanier nul (droits d'importation) et un taux de TVA à 7%. Alors que les concurrents doivent s'acquitter de 7,5% de droits d'importation pour leurs voitures européennes et 27% pour les asiatiques, ainsi qu'une TVA de 20%.

Source : www.telquel.ma (07/12/2014)

Document 3.2 : Lancement de nouveaux produits

«Renault Maroc a achevé l'année 2015 avec 38.2% de part de marché. Ses deux marques, Dacia et Renault, sont respectivement leader et deuxième marque du marché. Il s'agit à présent de défendre nos positions sur un marché de plus en plus concurrentiel. Le groupe va également poursuivre l'accompagnement du renouvellement du parc des grands taxis», a souligné le Directeur Marketing du groupe. Renault Maroc compte également profiter des lancements de nouveaux modèles Dacia pour booster ses ventes.

Source : www.lematin.ma (26/01/2016)

Travail à faire :

1-Préciser le métier de Renault Maroc.

.....

2-Complétez l'annexe suivant : 1,5 pt

Annexe N°2 : Finalités de Renault Maroc

Finalités	Nature de la finalité
Préserver l'employabilité, la santé et assurer l'égalité des chances pour tous les collaborateurs de Renault Maroc
Garantir la pérennité et le développement de Renault Maroc
Réduire l'impact des activités industrielles, commerciales et d'usage de l'automobile sur la planète

3-Ressortir des documents 3.1 et 3.2 Pour Renault Maroc :

a-Deux forces ;

.....
.....

b-Une opportunité ;

.....

c-Une menace.

.....

4-a-Dégager une stratégie adoptée par l'entreprise à partir du document 3.1.

.....

b-identifier les facteurs ayant permis à l'entreprise de réussir cette stratégie.

.....

c-citer un avantage et un inconvénient à cette stratégie.

.....

PROF EL MAAQOUL