

BACCALAURÉAT TECHNOLOGIQUE
SCIENCES ET TECHNOLOGIES DE LA GESTION
TOUTES SPÉCIALITÉS

SECOND GROUPE D'ÉPREUVES

Session 2008

MANAGEMENT DES ORGANISATIONS
ÉPREUVE ORALE DE CONTRÔLE

Éléments de corrigé n° 8MGT11C

1 - Caractérissez l'organisation Repetto : forme, type, statut juridique, ressources, secteur d'activité, et précisez ses finalités (6 points).

Forme : organisation à but lucratif. Type : entreprise privée. Statut juridique : société anonyme. Ressources humaines : 160 salariés, matérielles : un site de production en Dordogne, 950 magasins dans le monde dont 3 en nom propre (le dernier, rue de la Paix, à Paris), financières : le capital, les bénéfices.

Secteur d'activité : entreprise industrielle évoluant dans le marché de la chaussure de luxe.

Finalités : réaliser des bénéfices et assurer la pérennité de l'organisation.

2 - Présentez le diagnostic interne et externe de l'organisation. Identifiez et caractérissez le problème de management (7 points).

Diagnostic interne :

Forces : le savoir-faire de l'entreprise, l'innovation (250 nouveaux modèles lancés chaque année), qualité des produits, image de marque...

Faiblesses : une lourdeur de la structure, un problème de rentabilité dû à une trop grande dispersion notamment en matière de distribution.

Le style de direction semble autoritaire, apparemment peu axé sur l'humain (dirigeant «apte à imposer ses décisions, il n'a jamais douté de la pertinence de sa stratégie» ; nombreux plans sociaux).

Diagnostic externe :

Opportunités : un marché porteur (le marché du luxe), clients célèbres qui font de la publicité gratuite pour l'entreprise.

Le problème de management : la trop forte dispersion de la gamme, trop éloignée du cœur de métier de Repetto nuit à la rentabilité de l'entreprise.

3 - Identifiez et analysez la stratégie choisie. Répond-elle au problème de management identifié ? (7 points).

Une stratégie de spécialisation a été choisie afin de se recentrer sur le cœur de métier (tous les modèles éloignés du domaine de la danse sont supprimés). Elle permet de développer une forte image de marque (produit de référence et haut de gamme), de recentrer les dépenses en matière de R&D qui favorisent une politique d'innovation.

Cette stratégie entraîne un développement important de l'activité et du chiffre d'affaires.