

BACCALAURÉAT TECHNOLOGIQUE
SCIENCES ET TECHNOLOGIES DE LA GESTION
TOUTES SPÉCIALITÉS
SECOND GROUPE D'ÉPREUVES
SESSION 2011
MANAGEMENT DES ORGANISATIONS
ÉPREUVE ORALE DE CONTRÔLE

Éléments de corrigé n°ME 1.5

Ce corrigé est indicatif.

Il convient d'évaluer la pertinence et la cohérence des propositions faites par le candidat.

1. Caractériser l'organisation Archos.

Archos est une **entreprise privée**, qui se situe sur le **marché de l'électronique**. C'est une **entreprise industrielle**, dont le **but est lucratif**. Archos est une **PME française**, fabriquant notamment des lecteurs MP3, des tablettes numériques. Son champ d'action est **international**, puisque la **société** vend ses produits dans 12 000 points de vente dans le monde, et notamment en Amérique du Nord et en Asie. Elle fonctionne grâce à des **ressources financières, qui sont composées de son capital et de son chiffre d'affaires (83 millions d'euros en 2010)**. Elle dispose également de **ressources humaines** (ses salariés), et de **ressources matérielles**.

2. Procédez au diagnostic stratégique d'Archos.

Diagnostic interne	
Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> - Archos est une entreprise innovatrice, elle revendique d'ailleurs la paternité de la tablette numérique. Elle dispose donc de compétences fondamentales. - en termes de ressources financières, son chiffre d'affaires ne cesse de croître (augmentation de 44% en 2010, et premier trimestre 2011 très prometteurs). - ses produits se vendent dans 12 000 points de vente dans le monde - Archos bénéficie d'une forte visibilité dans les magasins spécialisés et de parts de marché élevées en Europe. 	<ul style="list-style-type: none"> - en termes de ressources intangibles, sa notoriété est moindre que celle de ses concurrents. Il ne s'agit que d'une PME et ses investissements marketing sont beaucoup plus faibles que ceux de ses concurrents. - Le marché sur lequel Archos évolue est étroit - Ne propose pas « d'écosystème » tel que celui d'Apple

Diagnostic externe	
Opportunités	Menaces
<p>- le marché des tablettes numériques explose.</p>	<p>- les concurrents directs ont une taille et une notoriété importantes (Apple, Samsung, LG). Ils mettent l'accent sur leurs investissements marketing.</p> <p>- Apple a créé un écosystème, qui intègre ordinateur, téléphone et tablette.</p>

3. Identifiez le problème de management de l'organisation.

Problème lié à sa taille et à son manque de notoriété en comparaison aux concurrents qui disposent de moyens financiers plus conséquents.

4. Présentez et justifiez les choix stratégiques mis en œuvre au sein de cette organisation.

Archos mène une stratégie de spécialisation et de domination par les coûts (abandon du haut de gamme / volonté de l'entreprise de s'orienter sur l'entrée de gamme / stratégie « de volume »).

Face aux grands noms de l'électronique mondiale, Archos devait réagir.

Archos a choisi un repositionnement sur le centre et l'entrée de gamme, où ses concurrents sont moins présents.

- elle proposera des produits se situant entre 200 et 400 euros
- elle vendra des produits d'entrée de gamme, sous la marque Arnova

Elle entrera dans une logique de volumes, où elle fabriquera également pour les grands groupes de distribution (comme Auchan et Carrefour).

Parallèlement, en 2011, Archos lancera deux nouvelles tablettes numériques 3G très innovantes.