

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°CEGR 1.3

Ce corrigé est indicatif.

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

1. Comparez ECC et Nespresso. Qu'ont-elles en commun, quelle est leur différence ?

ECC est une PME ; Nespresso est une grande entreprise multinationale.

Leur différence repose donc sur la taille.

Elles se ressemblent dans la mesure où ce sont deux organisations privées à but lucratif : des entreprises industrielles.

2. Quelle est l'opportunité saisie par ECC ? Quel problème de management pose-t-elle ?

Nespresso vend ses capsules uniquement dans son réseau de boutiques et sur Internet mais ne livre pas les grandes surfaces. Or, celles-ci seraient intéressées dans la mesure où il y a une marge à réaliser.

ECC vient donc saisir cette opportunité en réalisant un produit de substitution qui ne sera vendu qu'en grande surface.

Le problème de management posé est d'une part, de disposer de l'outil industriel pour fabriquer et, d'autre part, de ne pas enfreindre la législation sur les droits de propriété industrielle, les capsules étant théoriquement protégées par un brevet jusqu'en 2012.

3. Quelle est la stratégie adoptée par ECC pour le résoudre ? Quels sont les avantages et les inconvénients de cette solution ?

ECC résout le problème de production en l'externalisant auprès d'un sous-traitant spécialisé.

Avantages :

- coûts plus bas et qualité plus élevée car réalisation par un spécialiste ;
- pas de lourds investissements à prévoir.

Inconvénients :

- ECC ne maîtrise pas la production.

D'autre part, ECC a elle-même déposé des brevets et consulté des cabinets juridiques de façon à s'assurer qu'elle n'enfreindra pas les droits de propriété industrielle de Nespresso.

4. Identifiez l'avantage concurrentiel mis en avant par chaque entreprise. Réfléchissez aux incidences en termes de cible de clientèle.

ECC : le prix, la biodégradabilité des capsules et une plus grande disponibilité des produits (grande distribution).

Nespresso : produit de haute qualité et choix des crus de café.

ECC vise à la fois une clientèle sensibilisée à l'environnement et/ou au prix.

Nespresso vise une clientèle exigeante, à la recherche d'un produit haut de gamme.