

BACCALAURÉAT TECHNOLOGIQUE
SCIENCES ET TECHNOLOGIES DE LA GESTION
TOUTES SPÉCIALITÉS

SECOND GROUPE D'ÉPREUVES

Session 2007

MANAGEMENT DES ORGANISATIONS
ÉPREUVE ORALE DE CONTRÔLE

Temps de préparation : 20 minutes.

Durée de l'épreuve : 20 minutes.

Coefficient 4.

Sujet n° 7MGT07

Vous analyserez la situation de management présentée dans les annexes en effectuant les travaux suivants :

- 1.** Caractérisez l'organisation Maped (type, statut juridique, taille, ressources, champ d'action) et précisez sa finalité et ses résultats.
- 2.** Identifiez l'avantage concurrentiel possédé par Maped et précisez les moyens mis en œuvre pour le préserver ou le développer.
- 3.** Identifiez la stratégie de Maped et précisez ses modalités de mise en œuvre.

Liste des annexes :

Annexe 1 : L'évolution de Maped.

Annexe 2 : Les choix stratégiques de Maped.

Annexe 1 : L'évolution de Maped.

Maped est une société anonyme créée en 1947 et spécialisée dans la fabrication et la commercialisation d'accessoires scolaires et de bureau. Son siège social se trouve dans les Alpes. Elle emploie aujourd'hui plus de 2000 personnes dans le monde.

Etienne Lacroix, créateur de Maped, fabriquait à l'origine des compas. En 1983, son fils Jacques reprend la direction de la société : l'organisation est alors en grande difficulté financière. Pour redresser le groupe, Jacques Lacroix engage alors Maped dans une nouvelle voie. Le capital s'élève à plus de 5 millions d'euros, il est détenu à 80% par la famille Lacroix.

En l'espace de 20 ans, l'organisation a réussi à devenir l'un des leaders mondiaux dans son secteur d'activité avec plus de 10% de part sur un marché qui ne cesse de se développer. Maped est présent dans plus de 120 pays.

En 1985, son chiffre d'affaires était de 5 millions d'euros. Il s'élève aujourd'hui à plus de 100 millions d'euros. 50% de ce chiffre d'affaires est réalisé à l'export. C'est aujourd'hui une entreprise très rentable.

Annexe 2 : Les choix stratégiques de Maped.

L'un des atouts majeurs de cette organisation est de proposer une offre de produits très large. A l'inverse, les concurrents de Maped sont spécialisés sur une ou deux familles seulement. A titre d'exemple, le concurrent allemand S. ne propose que deux types de produits : les gommes et les compas.

La concurrence est cependant intense : en plus des concurrents traditionnels, s'ajoute maintenant celle des marques de la grande distribution, dont la part de marché ne cesse de progresser. De plus la grande distribution, parce qu'elle référence les produits Maped, exige toujours des biens aux prix les plus bas.

Chaque année, près de 40 nouvelles références sont commercialisées. Le budget recherche et développement correspond à 3,5% du chiffre d'affaires. Les activités de recherche et développement sont installées en France et mobilisent près de 50 salariés (ingénieurs ou designers). La marque bénéficie d'une forte notoriété et est reconnue pour la qualité de ses produits.

Depuis plus d'une décennie Maped a acquis trois sociétés afin de compléter l'offre :

- rachat de Mallat en 1992, spécialiste de la gomme ;
- rachat de Graphos l'année dernière, PME spécialisée dans les petits articles de bureau (trombones....) ;
- rachat d'Helit, spécialisée dans les articles de rangement.

Par ailleurs, depuis la fin des années 90, Maped a décidé d'investir le marché des loisirs créatifs. Cette décennie précédente est également marquée par la création de filiales à l'étranger : en Chine, en Argentine, au Brésil, aux États-Unis et au Canada.

Compte tenu de la saisonnalité du marché scolaire, Maped aurait pu choisir de développer une politique de production en faisant appel à la sous-traitance. Toutefois, l'organisation a choisi de prendre en charge en interne près de 90% de la production qui repose sur un système flexible. C'est en effet un moyen pour elle de maîtriser la qualité de ses produits. Chaque jour, sortent des différents sites de production près de 500 000 gommes, 50 000 compas, 300 000 taille-crayons...