

BACCALAURÉAT TECHNOLOGIQUE
SCIENCES ET TECHNOLOGIES DE LA GESTION
TOUTES SPÉCIALITÉS

SECOND GROUPE D'ÉPREUVES
Session 2013

MANAGEMENT DES ORGANISATIONS
ÉPREUVE ORALE DE CONTRÔLE

Temps de préparation : 20 minutes

Durée de l'épreuve : 20 minutes

Coefficient : 4

Sujet n°ME1.12
Éléments de correction

1. Caractériser l'organisation Delpeyrat : type, taille, ressources, champs d'action, finalité. (6 points)

Point 1.2 : les organisations : des réalités diverses

Type : organisation à but lucratif, entreprise privée

Taille : grande entreprise (1 800 salariés)

Ressources :

- **Humaines** : 1 800 salariés (10 cuisiniers, 12 spécialistes de marketing)
- **Matérielles** : usine à Payrignac dans le Périgord, 70 boutiques, 19 hectares pour la production de caviar
- **Financières** : bénéfice de 8 millions d'euros

Champ d'action :

Activité : fabricant de foie gras, de jambon cru et de caviar
Champ d'action géographique : international

Finalité : dégager un profit pour assurer sa pérennité

2. Préciser le problème de management rencontré par l'entreprise en 2004 ? (3 points)

Point 2.1 : L'entreprise : atteindre des objectifs économiques en produisant des biens et des services marchands

En 2004, Delpeyrat « ne soigne pas sa marque » et signe des contrats avec la grande distribution qui garantit de gros volumes, mais de faibles marges. De ce fait, l'entreprise qui ne mise plus sur la qualité, est au bord du dépôt de bilan.

3. Préciser, en les illustrant, les avantages concurrentiels que Delpeyrat souhaite développer pour résoudre ce problème de management. (4 points)

Point 8.1 : l'avantage concurrentiel et le choix stratégique dans l'entreprise

Les avantages concurrentiels que Delpeyrat souhaite développer sont :

- la **qualité** des produits dont la fabrication est réalisée à 100 % dans le Sud-Ouest de la France,
- la **notoriété** de la marque (2 millions d'euros sont investis dans la publicité).

4. Identifier les stratégies choisies par Delpeyrat. Justifier la réponse. (4 points)

Point 8.1 : l'avantage concurrentiel et le choix stratégique dans l'entreprise

Stratégie de diversification : l'entreprise cherche à développer de nouveaux produits : jambon de Bayonne, caviar.

Stratégie de différenciation : Delpeyrat se démarque de ses concurrents en proposant des produits de qualité, 100 % Sud-Ouest, réalise des investissements dans la publicité et embauche des spécialistes (10 cuisiniers).

Stratégie d'intégration : rachat de son concurrent « Comtesse du Barry » pour bénéficier de son réseau de boutiques.