

**BACCALAURÉAT TECHNOLOGIQUE
SCIENCES ET TECHNOLOGIES
DE LA GESTION**

**MANAGEMENT DES ORGANISATIONS
PROPOSITION DE CORRIGE**

- 1. Réalisez le diagnostic interne et identifiez le problème de management rencontré par Mastrolin avant l'arrivée de William Van Rijssel. (3,5 points)**

Référence au programme :
- 7.2 : Le diagnostic stratégique.

	Forces	Faiblesses
Avant	<ul style="list-style-type: none"> - Entreprise centenaire - Savoir faire dans la couture et le façonnage textile - Production artisanale de qualité - Personnel qualifié - Volonté du dirigeant de maintenir l'entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> - Coûts de production trop élevés - Effectif en forte diminution, ce qui entraîne un sentiment de découragement - Personnel très spécialisé dont la mobilité professionnelle est limitée - Statut de l'entreprise (entreprise individuelle) - Présence de dettes élevées (42 642 €)

Problème de management avant la transformation de l'entreprise en SAS : la fin du cycle de vie du produit n'a pas été anticipée, ce qui met en péril l'organisation.

- 2. Faites apparaître les incidences du projet de William Van Rijssel sur ce diagnostic interne. (2,5 points)**

	Forces	Faiblesses
Après	<ul style="list-style-type: none"> - Savoir faire développé - Maintien sur son poste de la dirigeante - Nouveau statut juridique en S.A.S - Apport de 100 000 € - Apport d'une marque connue - Capacité d'endettement augmentant grâce à la garantie de Van Rijssel - Engagement de conserver le personnel - Produit à très forte valeur ajoutée 	<ul style="list-style-type: none"> - Marché très étroit - Produit qui peut être éphémère (phénomène de mode)

3. Après avoir rappelé la définition de la segmentation, identifiez la clientèle visée par les ours Van Rijsel-Mastrolin. (2 points)

Référence au programme :

- 3.2 : La définition du produit.

La segmentation est le fait de regrouper la clientèle en catégories relativement homogènes afin d'adapter le produit, la distribution ou la communication aux attentes de chacun. On peut segmenter en fonction de différents critères : âge, sexe, PCS, lieu d'habitation, etc.

La segmentation pratiquée ici est basée sur la PCS : le produit s'adresse à des personnes à hauts revenus. Ici, il s'agit soit des amateurs d'art, d'accessoires de mode, ou des parents ou grands-parents souhaitant acheter un objet à garder pour la vie à un jeune enfant.

4. Définissez le mode de production choisi pour la fabrication des ours en peluche ? Justifiez ce choix. (2 points)

Référence au programme :

- 4.1 : Les caractéristiques et l'évolution des systèmes de production.

Le mode de production est une production à l'unité ou en très petites séries. C'est un mode de production adaptée au haut de gamme car les clients peuvent avoir des demandes particulières et obtenir ainsi un ours unique. S'agissant aussi d'objet qui s'apparente à des objets d'art, le prix est élevé, le marché étroit... la production nécessairement quantitativement faible.

5. Analysez l'évolution du pouvoir dans l'entreprise Mastrolin. (2 points)

Référence au programme :

- 1.1 : Les objectifs et les contraintes de l'action collective.
- 6.2 : La diversité des dirigeants et des styles de direction.
- 6.3 : Les limites du pouvoir managérial.

Dans un premier temps, il n'existe pas de répartition du pouvoir n'existait pas dans la mesure où Aude Courtel, entrepreneur individuel, le détenait en totalité. L'origine de son pouvoir reposait sur la propriété de l'entreprise.

Dans un second temps, la propriété de l'entreprise change de structure : l'entreprise individuelle devient une société dans laquelle le pouvoir est partagé par nature entre les actionnaires. William Van Rijsel est l'actionnaire majoritaire et Aude Courtel, actionnaire minoritaire, est la présidente de la SAS. Elle ne détient donc plus l'intégralité du pouvoir de décision qu'elle exerce désormais par délégation. L'entreprise n'est pas encore une entreprise managériale mais n'est plus une entreprise familiale.

6. Identifiez et justifiez la stratégie mise en place :

Référence au programme :

- 8.1 : L'avantage concurrentiel et le choix stratégique dans l'entreprise.

a. Au niveau des activités de William Van Rijssel (2 points)

William Van Rijssel a, à l'origine, une activité de haute couture. Le fait d'ajouter à celle-ci la production d'ours en peluche correspond à une stratégie de **diversification** : le métier est différent, la clientèle n'est que partiellement la même. Il s'agit pour lui de profiter d'une opportunité : il a effectivement décelé une demande non satisfaite par le marché. De plus, cela lui permet d'être moins dépendant d'une seule activité : en cas de baisse des ventes dans l'une, l'autre peut équilibrer la situation.

b. Au niveau de l'entreprise Mastrolin (3 points)

Mastrolin était une entreprise **spécialisée**. Elle le reste mais avec un autre produit. Mastrolin possède de solides compétences en termes de couture et de façonnage qui sont réexploitées dans la fabrication des ours en peluche. L'avantage de la spécialisation pour cette catégorie de produits semble évident : il s'agit d'une production de luxe – correspondant à un second axe stratégique qui est celui de la **différenciation** pour laquelle la clientèle a de fortes exigences. Il est donc indispensable d'avoir une maîtrise parfaite des techniques de production. En se spécialisant sur cette seule activité, Mastrolin peut assurer cette maîtrise.

7. Montrez la cohérence entre la stratégie, le mode de production et la politique de rémunération et de motivation mis en place chez Mastrolin. (3 points)

Référence au programme :

- 5.3 : La rémunération et la motivation.

Remarque : ne pas exiger la stratégie de niche car elle ne figure pas au programme.

La stratégie retenue repose non seulement sur la spécialisation mais aussi sur la niche de l'ours en peluche de luxe.

La production est assurée à l'unité, ce qui correspond à l'activité « sur mesure » d'une production ainsi différenciée.

Le personnel sera intéressé aux résultats de l'entreprise, résultats qualitatifs et quantitatifs (chiffre d'affaires). Là aussi on trouve une cohérence : la direction s'assure une production de qualité en intéressant financièrement les salariés à la qualité du travail réalisé.

La motivation tient à la rémunération, (intéressement aux résultats évoqué précédemment), mais aussi aux conditions de travail et aux relations dans l'entreprise. Celles-ci sont adaptées à la situation : autonomie des salariés et confiance placée en eux.