



- 4) a) La gamme commercialisée par Unilever est diversifiée ou large : elle offre des produits de large consommation comprenant une diversité de marques (400 marques). **1.5 pt**
- b) La largeur de la gamme soins personnels est de 4 : Elle comprend le dentifrice ; la vaseline ; le savon et le shampoing. **3 pts**
- 5) **Commentaire du passage souligné :** **4.50 pts**  
Unilever opère dans un environnement très concurrentiel, son marketing mix doit lui garantir un meilleur positionnement sur son marché ; le choix stratégique des variables doit être cohérent pour réussir à se compléter entre elles et garantir ainsi une parfaite adaptation aux exigences de son environnement technologique, culturel, politique...  
**N.B : Accepter toute réponse correcte.**
- 6) a) Politique de distribution intensive. **3 pts**  
b) Unilever utilise plusieurs intermédiaires pour distribuer ses produits : détaillants, grandes surfaces, kiosques.... **3 pts**
- 7) a) Voir Annexe N°1. **3 pts**  
b) Unilever opère dans les produits de large consommation et vise une grande catégorie de consommateurs. Donc, la publicité est l'action de communication qui lui permettrait de toucher largement sa cible. **4.50 pts**  
**N.B : Accepter toute réponse correcte.**

- 8) **Politique des prix (0.75 x 2)** **Justification (1.50 x 2)** **4.50 pts**
- |                         |   |
|-------------------------|---|
| Politique d'alignement. | Unilever utilise les prix des concurrents pour certains produits.   |
| Politique d'écramage.   | Unilever applique des prix modérément élevés qui correspondent à la qualité supérieure de la marque (Dove).<br><b>Accepter également : pratique des prix premium.</b> |

### Dossier N°2 : Fonction financière, Stratégie et Croissance (51 pts)

- 1) La mission d'Unilever est de créer chaque jour un avenir meilleur en aidant les gens à se sentir bien, à bien paraître pour mieux profiter de la vie. **1.50 pt**
- 2) Diagnostic externe : **4.50 pts**

Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Augmentation de la population dans les pays émergents ;</li> <li>▪ Fort potentiel économique ;</li> <li>▪ Grande demande sur les produits bio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Raréfaction des ressources naturelles ;</li> <li>▪ Forte concurrence ;</li> <li>▪ Population à faible revenu ;</li> <li>▪ Renchérissement des prix des matières premières.</li> </ul>

**NB : Retenir deux réponses pour chaque élément**

- 3) Voir Annexe N°2 **6 pts**
- 4) a) **Croissance interne** : Unilever a réalisé un investissement à Dubaï. **3 pts**  
b) **Croissance externe** : Unilever a conclu plusieurs partenariats. **3 pts**
- 5) Voir Annexe N°3 **4.50 pts**

6) a) Calculs pour 2022 :

- Ratio de la rentabilité commerciale :

1.50 pt

$$\frac{\text{Résultat d'exploitation}}{\text{Chiffre d'affaires}} = \frac{9\,683}{60\,073} = 0,16$$

- Fonds de roulement :

1.50 pt

$$\text{Financement permanent} - \text{Actif immobilisé} = (21\,701 + 23\,713) - 34\,652 = 10\,762$$

millions d'euros

b) Lecture des résultats :

- **Ratio de rentabilité commerciale** : Sur chaque 100 dhs de vente, l'entreprise réalise 16 dhs de bénéfice.

1.50 pt

- **Fonds de roulement** : Les ressources stables de l'entreprise couvrent largement ses immobilisations et permettent de dégager un excédent de 10 762 millions d'euros.

1.50 pt

c) Le fonds de roulement permet à l'entreprise de financer ses immobilisations par des ressources stables. C'est un indicateur de la bonne santé financière de l'entreprise ; il traduit sa capacité à financer son cycle d'exploitation sans recourir à l'endettement.

3 pts

**N.B : Accepter toute réponse logique.**

7) Qualification de l'investissement :

1.50 pt

a) **Selon la nature** : Investissement matériel.

b) **Selon l'objectif** : Investissement de capacité.

8) Synthèse : (18 pts)

**Introduction :**

- Présenter brièvement Unilever
- Enoncer l'accroche ;
- Préciser la problématique à traiter ;
- Annoncer le plan de la synthèse.

3 pts

**Développement :**

**I. Caractéristiques de l'environnement (menaces) :**

- Environnement très concurrentiel ;
- Renchérissement des prix des matières premières ;
- Raréfaction des ressources naturelles...

4 pts

**II. Performances réalisées :**

4 pts

- Bonne performance en termes de croissance et de rentabilité ;
- Amélioration des indicateurs financiers (chiffre d'affaires, résultat net) ;
- Augmentation de la capacité de production.

**III. Facteurs explicatifs de cette performance :**

4 pts

- Innovation continue ;
- Excellence opérationnelle ;
- Inauguration de l'usine de Dubaï ;
- Force de ses marques ;
- Réalisation des différents partenariats ;
- Création d'une nouvelle structure indépendante.

**NB : Retenir trois facteurs corrects.**

**Conclusion :**

- Résumer le contenu du développement ;
- Annoncer une idée pour ouvrir un débat.

3 pts

**N.B : Accepter toute synthèse structurée, argumentée et correcte.**

Dossier N°4 : Gestion des Ressources Humaines (24 pts)

- 1) a) Unilever adopte un système de gestion des carrières car elle offre à ses collaborateurs des possibilités d'évolution de carrière enrichissante en leur offrant de la mobilité interne par la création des passerelles entre les métiers. **3 pts**

**NB : Accepter toute réponse logique.**

- b) Deux avantages : **3 pts**

▪ **Pour l'entreprise :**

- ✓ Motiver ses collaborateurs ;
- ✓ Gagner en flexibilité en profitant de la polyvalence de ses collaborateurs ;
- ✓ Décider des actions de formation, de promotion et de rémunération.

▪ **Pour le collaborateur :**

- ✓ Améliorer sa situation matérielle ;
- ✓ Bénéficier d'une carrière évolutive ;
- ✓ Bénéficier d'une formation et/ou d'une promotion.

**NB : Accepter toute réponse correcte.**

**Retenir deux réponses par élément.**

- 2) Unilever est une multinationale présente sur le marché avec plus de 400 marques. Elle a besoin d'être de plus en plus flexible, la polyvalence de ses collaborateurs lui permettra de : **4.50 pts**

- Développer les compétences de ses collaborateurs ;
- Économiser sur les coûts de recrutement ;
- Garantir l'employabilité de ses collaborateurs pour mieux s'adapter aux enjeux de son environnement.

- 3) a) Mode de formation : formation interne. **1.50 pt**

- b) Appréciation du mode de formation : **3 pts**

Avantages	Limites
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réduire les coûts.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le choix d'un formateur interne peut créer des conflits.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transmettre la culture de l'entreprise.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aucun apport nouveau en savoir.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valoriser les compétences.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nécessité de rafraîchissement des connaissances des formateurs.</li> </ul>

**NB. : Retenir deux réponses par élément.**

- 4) a) L'instance de représentation du personnel : Les syndicats. **1.50 pt**

- b) Les représentants syndicaux mènent le dialogue social et permettent de créer un contexte propice à la résolution des conflits dans un esprit de concertation favorisant ainsi un bon climat social. **3 pts**

**NB : Accepter toute réponse logique.**

- c) Type de conflit : Conflit collectif manifesté par une grève. **1.50 pt**

- d) Deux modes de résolution : Médiation ; Arbitrage. **3 pts**

**NB. : Accepter également : Conciliation ; négociation.**

## Annexes à compléter et à rendre avec la copie

### Annexe N°1 : Politiques de communication d'Unilever (0.50 pt x 6)

Types de politique de communication	Illustration
1) <b>Publicité.</b>	Unilever utilise la télévision et les médias en ligne.
2) <b>Promotion des ventes.</b>	Offre des remises et produits groupés.
3) <b>Relations publiques.</b>	La lutte contre la faim et le gaspillage alimentaire à travers sa Fondation.

### Annexe N°2 : Test de connaissances (1pt x 6)

Proposition	Stratégie(*)		Modalité de croissance (**)	
	d'intégration	d'internationalisation	Interne	externe
Contrat de franchise pour distribution à l'étranger.		X		Contrat de Partenariat
Acquisition de 100% du capital d'une entreprise concurrente.	X			Absorption (ou prise de contrôle)
Création d'un laboratoire de recherche et développement.			Investissement	
Ouverture du capital d'une entreprise cotée en bourse au grand public.				Offre Publique de Vente (OPV)

(\*) Répondre pour chaque proposition en mettant une croix dans la case appropriée ;

(\*\*) Préciser pour chaque proposition la modalité de croissance adéquate.

### Annexe N°3 : Options stratégiques d'Unilever (4.50 pts)

Stratégie (1.50 pt)	Illustration (1.50 pt x 2)
Différenciation	L'entreprise se distingue dans les produits bios.
Impartition	Unilever a conclu une alliance avec le spécialiste cosmétique LOMA.
Internationalisation	Unilever a inauguré une nouvelle usine à Dubaï.

Une note de 03 pts sur 120, sera consacrée à la présentation soignée de la copie de l'élève.