

Économie et Organisation Administrative des Entreprises : 2 BAC SGC

Séance 14 (Stratégie, croissance et fonction financière – Exercice 3)

Professeur : Mr JABER Naoufal

Sommaire

- I- Document 1 : Positionnement de Centrale Danone
 - II- Document 2 : Responsabilité sociale
 - III- Document 3 : Axes de développement
 - IV- Document 4 : Programme d'investissement
 - V- Document 5 : Évolution de l'équilibre financier
 - VI- Document 6 : Évolution du chiffre d'affaires
 - VII- Travail à faire
-

I- Document 1 : Positionnement de Centrale Danone

Centrale Danone, leader des produits laitiers au Maroc avec plus de 60 % de parts de marché, ambitionne de consolider son leadership sur le marché de la nutrition au Maroc par la qualité de son offre et la pertinence de son innovation.

La société dispose d'un portefeuille de marques riche et diversifié, jouissant d'une très forte notoriété permettant au groupe d'apporter la santé par la nutrition au plus grand nombre de consommateurs.

Source : www.ammc.ma (29 Janvier 2016)

II- Document 2 : Responsabilité sociale

À travers de nombreuses actions, Centrale Danone acte son engagement pérenne en tant qu'entreprise responsable à destination de son environnement et de ses divers publics.

Centrale Danone a ainsi développé, en partenariat avec divers acteurs dont le Ministère de l'Éducation Nationale, deux programmes majeurs : « Sehaty fi Taghdiyatty », un programme d'éducation nutritionnelle qui touche plus de 4 millions d'enfants chaque année et le programme d'éducation sportive « Coupe Scolaire Centrale Danone ».

Aussi la création de la fondation pour la nutrition de l'enfant pour lutter efficacement contre les carences alimentaires et pour une meilleure nutrition accessible au plus grand nombre.

Source : www.centralelaitiere.com

III- Document 3 : Axes de développement

Centrale Danone ne cesse d'accompagner le développement du marché des produits laitiers grâce à une politique d'innovation bien soutenue, une rationalisation des charges et une optimisation aussi bien industrielle que logistique.

Avec une part de marché avoisinant 60%, Centrale Danone devrait au moins maintenir cette part dans un contexte marqué par une forte concurrence.

La consommation annuelle par habitant a enregistré une croissance exponentielle sur dix ans et a atteint 27 kg en lait et 13,6 kg en Produits Laitiers Frais (PLF) en 2012, tous opérateurs confondus.

Le marché marocain recèle donc un fort potentiel de croissance en termes de consommation de produits laitiers.

«Le groupe devrait également envisager à moyen terme d'introduire des produits haut de gamme sur le marché national, en effet, cela présenterait un segment de croissance intéressant et à forte valeur ajoutée», explique un analyste.

Source : Économie - Entreprise du Septembre 2013

IV- Document 4 : Programme d'investissement

Les principaux investissements réalisés ont concerné l'augmentation des capacités industrielles, la généralisation de la chaîne de froid de l'amont (bacs à lait) à l'aval (meuble de froid) en passant par l'industriel (tunnel de froid) et par la supply chain (chambres froides, bacs à lait), l'agrandissement et le rajeunissement du parc de distribution ainsi que le transfert de l'activité Raibi Jamila de Salé à Meknès et de la beurrerie d'El Jadida à Fkih Ben Saleh.

Source : www.ammc.ma (29 Janvier 2016)

V- Document 5 : Évolution de l'équilibre financier

L'évolution de l'équilibre financier de Centrale Danone SA sur la période 2013 – 2014 se présente comme suit :

En Millions MAD	2013	2014
Financement permanent	1 405	1 254

Actif immobilisé	2 232	2 486
Fond de roulement	-827	-1 232
Actif circulant hors de trésorerie	887	888
Passif circulant hors de trésorerie	1 122	1 438
Besoin en fonds de roulement	-235	-550

Source : www.ammc.ma (29 Janvier 2016)

VI- Document 6 : Évolution du chiffre d'affaires

Chiffre d'affaires En Millions MAD :

- 2013 : 7 007
- 2014 : 7 043
- 2015 : 6745

Centrale Danone peine à récolter les fruits de son dynamisme commercial. Le groupe continue d'accuser le coup de la baisse de la consommation de lait.

De plus, il a été affecté par le repli des ventes des filiales de commercialisation de génisses. Ainsi, malgré la poursuite de la croissance du segment des dérivés laitiers, les revenus de l'industriel ont reculé de 4,2 %, à 6,7 milliards de DH.

Source : Supplément de la vie économique (29 Avril 2016)

VII- Travail à faire

1. Compléter le tableau suivant :

-----Métier-----	-----Mission-----	Finalité économique

2. Ressortir deux forces de CDA.

3. Relever deux actions de la responsabilité sociale de CDA.

4. Préciser la nature de la finalité recherchée à travers ces actions.

5. Montrer l'impact de ces actions sur CDA.

6. Situer l'activité « produits laitiers » de CDA dans la matrice BCG. Justifier votre réponse.

7. Dégager pour CDA :

- Une opportunité.
- Une menace.

8. Compléter le tableau suivant :

--	--

Axe de développement de CDA	-----Stratégie correspondante-----
	Différenciation
Rationalisation des charges et optimisation industrielle et logistique.	

9. Qualifier, selon l'objectif, les investissements réalisés par CDA.
10. Proposer deux moyens de financement auxquels peut recourir CDA.
11. Calculer, pour CDA, la trésorerie nette en :
 - 2013.
 - 2014.
12. Lire l'évolution de la trésorerie nette.
13. Représenter graphiquement l'évolution du chiffre d'affaires réalisé par CDA entre 2013 et 2015. Interpréter cette évolution.
14. Montrer que CDA adopte une croissance interne.
15. Présenter un avantage et une limite de ce mode de croissance.
16. Synthèse :

Le marché des produits laitiers au Maroc est devenu de plus en plus concurrentiel vu l'entrée de nouvelles entreprises, imposant à CDA des efforts pour maintenir son leadership.

En vous basant sur les documents et vos connaissances, rédiger une synthèse structurée d'environ 16 lignes (comportant une introduction, un développement et une conclusion), traitant les points suivants :

- Les caractéristiques du marché marocain des produits laitiers.
- Les actions stratégiques mises en œuvre par CDA et leurs retombées sur sa position concurrentielle.
- Les décisions stratégiques à prendre par CDA pour consolider davantage sa compétitivité sur le marché.