

Etude de cas n° 1: (8,5 points)

ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE ET STRATÉGIE DE L'ENTREPRISE

■ Un salon précurseur dans une conjoncture délicate

Le textile-habillement cherche son repositionnement dans les nouvelles donnes du marché mondial en supportant une hausse des prix des matières premières, en investissant malgré une baisse des exportations. VETMA se veut à l'avant-garde avec les collections printemps-été 1996.

VETMA 95, qui s'ouvrira du 13 au 15 avril à Hyatt Regency Casablanca, sur les collections printemps-été 1996, sera un des premiers salons de l'année dans le monde précurseur des tendances de l'année prochaine. L'AMITH (Association Marocaine des Industriels du Textile et de l'Habillement), organisatrice du salon, y a introduit, comme originalité dans cette 9^e édition, la formule « Espace » réservée à la promotion du jean, représentatif de l'intégration dans le textile-habillement. « Espace Jeans », avec son animation et ses défilés de mode, ses fournisseurs, confectionneurs et délaveurs, occupera 30 % de l'exposition Vetma. 50 à 60 % des quelque 100 exposants forment le noyau dur (prenant part à chaque édition), 4 ou 5 stands sont traditionnellement ouverts à des participants étrangers, tisseurs, filateurs, services ou accessoires.

« Autre nouveauté du Salon, indique M. Mohamed Tazi, secrétaire général adjoint de l'AMITH, il inclura une table ronde maroco-britannique sur la coopération technique et commerciale, conviant une forte délégation britannique qui comprendra notamment les patrons de Mark and Spencer, de Fruit of the Loom, de Courtaulds... ». Ayant privilégié dans sa campagne de promotion à l'étranger le renforcement de sa présence dans les pays cibles (France, Portugal, Espagne, Italie, Angleterre, Allemagne, Bénélux, Autriche, Scandinavie, États-Unis), Vetma attend entre 600 et 700 visiteurs.

Les États-Unis, 2^e client

Côté sponsors, « aucun ne s'est manifesté à ce jour, si ce n'est le Cnpe (avec une contribution effective), et la Smaex (une promesse), les efforts les plus importants restant consacrés par l'AMITH, signale M. Tazi. Le budget de Vetma comporte 2,045 millions de DH de dépenses totales dont 1,535 million de promotion internationale ».

Fidèle à sa vocation de « vitrine » du textile-habillement, Vetma exprimera ses préoccupations actuelles. Une augmentation des prix des matières premières vient compliquer les circonstances de mutations qu'est en train de subir le secteur pour pouvoir se repositionner dans le cadre des nouvelles donnes du marché mondial. Elle s'explique, selon M. Tazi, par trois diffé-

rents facteurs. Vient en premier lieu le fait que la Chine passe ses dernières années au statut d'importateur de coton. Ensuite, la défection de quelques grands exportateurs, comme l'Inde et le Pakistan, serait aussi en cause.

Enfin, malgré la récolte record des USA (19 millions de balles une balle = 220 kg), la consommation mondiale plus forte que prévu alimente la hausse. « Cette flambée affecte principalement le coton dont le prix donne le coup d'envoi aux autres matières, dit M. Tazi. Les prix des matières à base de coton ont doublé en l'espace d'un an et demi, ceux des textiles en fibres artificielles et synthétiques ont augmenté de 50 à 70 %, ceux de la laine de plus de 50 %. Quant aux cips (fibre à base de pétrole), utilisées aussi dans d'autres secteurs (films photographiques, bouteilles en plastique), et l'ouverture de nouveaux marchés aidant, leurs prix ont grimpé de 70 à 100 % en l'espace d'une année ».

Ainsi l'augmentation de 16 % en valeur des importations marocaines est imputable pour une large part à la hausse des prix des matières premières.

Par contre, les exportations de textile et d'habillement ont enregistré une baisse de 5 %, « passant de 7,5 milliards de DH fin novembre 1993 à 7,2 milliards fin novembre 1994, ces chiffres n'intégrant pas le TPP (Trafic de Perfectionnement Passif), précise M. Tazi. La baisse la plus sensible s'observe au niveau de la confection (-6 %) ». Parmi la clientèle étrangère vient toujours au premier rang la France, mais, phénomène nouveau, elle est suivie par les USA (jeans, gros marchés), viennent ensuite l'Espagne, la Grande-Bretagne, puis l'Allemagne et le Bénélux.

Néanmoins, « les investissements renouent avec le cycle ascendant, note M. Tazi, alors qu'ils n'avaient cessé de dégringoler depuis 1991 ». Pour l'année 1994, les nouveaux investissements (projets visés conformes par le Ministère du Commerce et de l'Industrie) s'élèvent à 1,75 milliard de DH, soit une hausse de 18 % par rapport à 1993. Vetma mettra encore en valeur le produit fini. « Le Maroc continuera à avoir de la place en ce qui concerne le travail à façon, mais son avenir se trouve désormais dans le produit fini, dans les articles élaborés à forte valeur ajoutée, rappelle M. Tazi. Notre marché n'est plus demandeur de produits basiques, à forte concurrence asiatique, mais il exige de plus en plus de recherches au niveau des formes, des matières et des accessoires... ».

T.A.F.:

- 1°/ a - Enumérez les domaines de l'environnement de l'entreprise (1pt)
- b - Quels sont les défis actuelles de l'environnement de l'entreprise? (1pt)
- 2°/ Quels sont, d'après le texte, les changements de l'environnement qui risquent d'affecter la vocation exportatrice de Vetma? (1,5pts)
- 3°/ Comment agissent Vetma et l'Amith face à ces changements de l'environnement? (1,5pts)
- 4°/ a - Que signifie : micro et macro environnement? (1pt)
- b - Expliquez: « l'entreprise est autonome mais elle doit s'adapter à son environnement. » (1pt)
- c - Quelles sont les actions à entreprendre afin de rendre le micro et le macro environnement des entreprises de confection favorable à l'épanouissement de ce secteur? (1,5pts)

Etude de cas n°2: (4pts)

Pour chaque situation, précisez la composante de l'environnement mise en jeu et les conséquences possibles pour l'entreprise.

Situation 1: (1pt)

Depuis le début de l'année N, le dollar a baissé de 20% par rapport au DH. Vous êtes responsable d'une agence de voyages.

Situation 2: (1pt)

La SOMACA éprouve beaucoup de difficultés à écouler sa production de voitures sur le marché national depuis les baisses nécessaires des droits de douane et l'entrée sur le marché de voitures d'occasion importées...

Situation 3: (1pt)

Spécialiste dans l'audiovisuel, vous disposez d'un stock très important de cassettes vierges (audio). Vous apprenez que Sony et Philips se préparent à produire de nouveaux produits destinés à remplacer les cassettes actuelles.

Situation 4: (1pt)

Vendeur de cycles et de motos, une part importante de votre chiffre d'affaires a pour origine la vente de mécanismes permettant de « gonfler » la puissance de moteurs de motocykles. Pour des raisons de sécurité, le gouvernement a décidé l'interdiction de ces mécanismes.

Etude de cas n° 38

DÉCOUVERTE DE L'ENTREPRISE

En apparence toutes les entreprises avec lesquelles nous sommes si souvent en rapport les uns et les autres se ressemblent un peu. Toutes ont besoin du travail des hommes. La plupart usent de machines, depuis le véhicule du chauffeur de taxi artisan à son compte jusqu'aux

énormes machines-outils de la grosse usine industrielle, en passant par la modeste machine à écrire ou le téléphone de l'agence de voyages. Toutes, en tout cas, doivent trouver de l'argent pour se lancer ou se développer. Elles ont affaire à des fournisseurs (entre autres la sta-

tion-service pour le taxi ; les producteurs de matières premières de demi-produits et d'énergie, pour l'usine ; les compagnies de transports pour l'agence de voyages) et, bien sûr, à des clients. À y regarder de plus près cependant, les entreprises sont profon-

dément différentes les unes des autres. Une série de clés de classement permet de trouver son chemin dans cet univers foisonnant et multiple et donc d'en mieux mesurer la diversité et de mieux le connaître.

Maurice ROY, Profil, Hatier

Pour définir l'entreprise publique, la Comptabilité nationale utilise théoriquement deux critères : la propriété et le contrôle publics. S'agissant du premier critère, les pouvoirs publics sont dits propriétaires d'une entreprise lorsqu'ils détiennent la majorité des fonds propres ou du capital social de

cette entreprise. Pour ce qui est du second critère, on dit que les pouvoirs publics effectuent un contrôle effectif sur l'entreprise, lorsque ce contrôle s'applique à la politique générale de l'entreprise concernant notamment la nature et les quantités des biens à produire, leur prix de vente, ainsi

que les investissements à réaliser. Antérieurement, la Comptabilité nationale a essayé de distinguer trois types d'entreprises dans lesquelles les pouvoirs publics détiennent des quotes-parts de participation au capital social :
- Entreprises où le taux de participation publique est inférieur ou

égal à 20 %.

- Entreprises où le taux de participation est compris entre 20 et 50 %.

- Entreprises où le taux de participation est supérieur ou égal à 50 %.

D'après la Direction de la statistique

Branche	Nom ou raison sociale	Taux de participation	Branche	Nom ou raison sociale	Taux de participation
01	SODEA (en voie de privatisation)	100	26	General Tire	43,21
04	OCP	100	30	Renault Maroc	50
05	SEFERIF	100		SOCHPRESS	35
07	SAMIR (a été privatisée)	100	34	ONCF	100
08	ONEP	100		RATF	100
	RABEEF	100		RATR	100
10	Sucrerie Doukkala	76		RAM	100
11	SODERS (a été privatisée)	52,10		COMANAV (en voie de privatisation)	91,01
12	Régie des Tabacs	100		CTMLN (a été privatisée)	99,3
14	SICOFES	24,92	35	Gare routière Rabat	40
18	CIOR	82	37	SNI (a été privatisée)	70,96
22	SOMACA	46		CIH	69,46
	Berliet Maroc	47,39		BNDE	57,75
25	Maroc Phosphore	100	39	ODI	100
	COTELLE et Foucher	98,45		ERAC Marrakech	100

T. A. F. :

(0,5 pt) 1°/ Quels sont les points communs à toutes les entreprises?

(0,5 pt) 2°/ Pourquoi les entreprises sont-elles en réalité très différentes?

(1 pt) 3°/ a - Quels sont les éléments qui différencient les entreprises les uns des autres?

(1 pt) b - illustrez la diversité des entreprises en prenant des exemples de l'environnement économique marocain.

(1 pt) 4°/ a - Sur quoi repose la gestion des entreprises publiques?

(1 pt) b - en quoi consiste la privatisation et la nationalisation?

(0,5 pt) 5°/ a - Présenter la liste des secteurs d'activité

(0,5 pt) b - Donner un exemple d'entreprise de chaque secteur.

(-1pt) 6° Repérez l'ensemble des critères de taille utilisés pour mesurer la dimension de l'entreprise.

NB: 0,5 pt pour la présentation de la copie.