هذا الملف تم تحميله من موقع : Talamid.ma

Devoir surveillé n°3	Date : 10 /01/2014
Matière : Economie et Organisation Administrative des Entreprises	Coefficient : 3
Branche : Sciences économiques et de Gestion	Filière : S.E
Professeur : H-YACHMI	Durée : 2 Heures

CAS AFRIQUE INDUSTRIES

Présentation de l'entreprise

Dénomination sociale : Afric industries SA ;
Siège social : Zone industrielle, Route de Tétouan, Lot 107, Tanger ;
Forme juridique : Société anonyme ;
Date de constitution : 17 décembre 1980 ;
Capital social : 14 575 000 MAD ;
Activités : -L'élaboration, la production et la commercialisation de produits abrasifs (feuilles, rouleaux, disques, bobines, …)
-La fabrication et la commercialisation de bandes et rubans adhésifs et autoadhésifs sur tous supports (films, plastiques, papiers, …)
-La fabrication, l'assemblage, le vitrage, l'installation et la commercialisation de tous types de menuiseries en aluminium.

Document n°1 : Domaine d'activités d'Afric Industries

Afrique Industries est l'une des principales sociétés de l'industrie de papiers abrasifs au Maroc. Après sa création en En 1980, la société étend son activité à l'industrie des rubans adhésifs pour l'emballage et le masquage. Toutefois, compte tenu d'une forte concurrence dans ce secteur, elle déploie actuellement une stratégie de sortie de cette activité qui génère une rentabilité économique structurellement négative.
En 2007, la société poursuit sa politique de diversification et se dote d'une nouvelle unité dédiée à la fabrication de produits de menuiseries en aluminium. Le lancement de l'activité « Menuiserie Aluminium » représente le fruit d'une réflexion stratégique menée par la société et ses actionnaires pour identifier les opportunités de développement d'une nouvelle branche de métier destinée à remplacer progressivement l'activité « Rubans Adhésifs ».

Document n°2 : Objectifs du plan stratégique 2011-2015 d'Afric Industries SA

Afric Industries poursuit son développement dans le sillage de son business plan présenté lors de son introduction en bourse en décembre 2011. Et les réalisations financières du premier semestre 2013 montrent que l'entreprise est en ligne avec les projections de résultats établies à cette date. Pour rappel, ce business plan 2011e-2015p prévoyait un chiffre d'affaires et un résultat net en croissance moyenne annuelle de respectivement 3,7 % et 6,5 %. Ainsi, à l'horizon 2015p, le chiffre d'affaires et le résultat net de l'entreprise devraient atteindre respectivement 44,4 MDH et 8,9 MDH. Ainsi, les réalisations du premier semestre laissent présager que l'entreprise pourrait atteindre les objectifs visés bien avant 2015 grâce à sa stratégie active visant le renforcement du positionnement de l'entreprise au niveau du marché national des papiers abrasifs, le développement et la diversification de son activité de la menuiserie en aluminium (cabine de douche, portails, abris, etc.). Ainsi, fort des réalisations enregistrées au titre du premier semestre 2013, le management d'Afric Industries table sur une poursuite de la croissance de ses indicateurs d'activité au second semestre et prévoit des réalisations annuelles conformes aux prévisions fixées pour 2013 avec un chiffre d'affaires et un résultat net s'établissant à respectivement 39,87 MDH et 6,84 MDH.

Document n°3 : Orientations stratégiques d'Afric Industries

La société mène une stratégie active visant le renforcement de son positionnement au niveau du marché des papiers abrasifs et le développement ainsi que la diversification de son activité de la menuiserie en aluminium. Cette stratégie sera soutenue par le potentiel de croissance qui caractérise secteurs d'activité correspondant aux deux principaux débouchés commerciaux des produits proposés par la société.
Les perspectives de croissance de ces secteurs stimuleront, par effet d'entraînement, le marché de la menuiserie en aluminium ainsi que celui des papiers abrasifs.

للمزيد من الملفات قم بزيارة الموقع : Talamid.ma

هذا الملف تم تحميله من موقع : Talamid.ma

Le secteur immobilier, premier débouché commercial des papiers abrasifs et de la menuiserie aluminium, témoigne d'un potentiel de croissance probant. (...)
Au niveau du secteur de l'automobile, second débouché commercial de l'activité des papiers abrasifs, le taux de motorisation au niveau du Maroc, s'établit à des niveaux faibles comparativement aux économies voisines. Ce constat révèle le potentiel de croissance important du parc automobile, qui devrait s'inscrire dans une phase de développement soutenu entraînant une croissance des ventes de papiers abrasifs destinés aux professionnels de la réparation des carrosseries.

Document n°4 : Axes stratégiques de développement des papiers abrasifs

Sur le marché des papiers abrasifs, la société adopte une stratégie de développement articulée autour de trois principaux axes :
*La consolidation de son positionnement d'acteur majeur, à travers notamment, un renforcement de la présence de ses marques au niveau du marché marocain grâce à la diversification de son portefeuille de clients et la fidélisation de ses clients actuels ;
*Le développement des ventes destinés aux marchés de l'export, notamment au niveau de l'Afrique de l'Ouest, et ce, à travers des partenariats avec des distributeurs locaux ;
*L'éventuel lancement d'une nouvelle génération de produits abrasifs mécanisés à travers la conclusion de contrats de production avec des fabricants spécialisés et la commercialisation sous les marques détenues par la société.

TRAVAIL À FAIRE :

1) Préciser les métiers d'Afric Industries ;
2) Quel est l'intérêt du diagnostic stratégique pour l'entreprise ?
3) Repérer dans les documents 1 et 3 :
   - Une opportunité ;
   - Une menace.
4) A partir du document 2 :
   a- Apprécier le plan stratégique d'Afric Industries ;
   b- Rappeler les étapes de la planification stratégique.
5) a- Expliquer : sous traitance et partenariat ;
   b- Citer deux raisons de la sous traitance.
6) Dégager les 4 orientations stratégiques d'Afric Industries, en recopiant et complétant le tableau ci-dessous :

Orientations stratégiques	Justifications

7) Rappeler deux raisons de l'internationalisation ;
8) Rappeler deux avantages de l'internationalisation :
   a- Pour le pays d'origine ;
   b- Pour le pays d'accueil.

للمزيد من الملفات قم بزيارة الموقع : Talamid.ma