

SUJET 4A : Série de questions à partir d'un dossier documentaire

En vous appuyant sur vos **connaissances** ainsi que sur les annexes fournies, répondre aux questions suivantes sur votre copie.

Les marchés de l'entreprise

Prendre connaissance des annexes 1, 2 et 3.

2.1. - Définir le terme économique « marché ».

2.2. - Identifier le marché évoqué dans les annexes 2 et 3.

2.3. - Repérer les demandeurs de ce marché.

2.4. - Citer 3 produits vendus sur ce marché.

2.5. - Enoncer la position concurrentielle sur le marché.

2.6. - Caractériser le type de croissance réalisé par le fabricant de fromage industriel BEL en permanent le contrôle de 65% du groupe MOM.

2.7. - Indiquer les perspectives attendues à la suite de cette croissance.

2.8. - Définir la notion de chiffre d'affaires pour les entreprises.

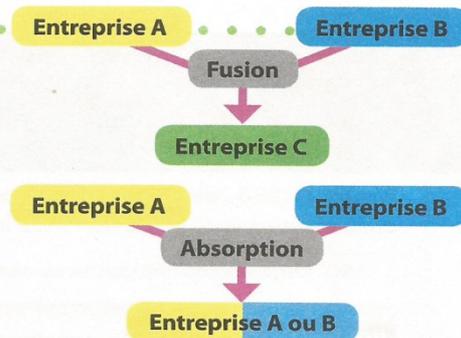
Annexe 1

Les objectifs de croissance de l'entreprise

RESSOURCES

Pour se développer et/ou faire face à ses concurrents, une entreprise doit mettre en place une stratégie de croissance. Les stratégies de croissance visent un ou plusieurs objectifs: augmenter le chiffre d'affaires, accroître la part de marché, atteindre la taille critique (c'est-à-dire celle qui lui permettra d'être moins vulnérable face à ses concurrents, d'avoir une activité plus importante et d'améliorer ses marges) ou encore réaliser des économies d'échelle (baisse des coûts de production grâce à la production de masse)... Pour cela, l'entreprise peut choisir une stratégie:

- de **croissance interne**, en se développant par ses propres moyens (innovation, achats de moyens de production, formation du personnel, construction de bâtiments...);
- ou de **croissance externe**, en fusionnant ou absorbant des entreprises existantes.



Annexe 2

Pom'Potes s'allie à la Vache qui rit.

Le fromager Bel se prépare à mettre la main sur Mom, spécialiste des desserts nomades.



AGROALIMENTAIRE. Le fabricant de fromage industriel Bel, qui détient la Vache qui rit, est entré en négociation exclusive pour prendre le contrôle de 65 % du groupe MOM et sa marque phare, Pom'Potes.

L'une est rouge, porte de grosses boucles d'oreilles et affiche un sourire insolent. L'autre a le teint verdâtre, de grands yeux écarquillés et se présente toujours sous forme de gourde. Entre la Vache qui rit et Pom'Potes, c'est une affaire qui marche. En ce début du mois d'août, le fabricant de fromages industriels Bel, qui détient les marques la Vache qui rit mais aussi Babybel ou Leerdammer, vient d'annoncer qu'il s'apprêtait à prendre le contrôle de 65 % du groupe spécialiste des compotes et des desserts MOM, connu pour ses marques Pom'Potes mais aussi Maternelle et Mont Blanc, détenu par le fonds d'investissement LBO France. Le montant de l'opération n'a pas été communiqué.

Source : 2016 - Le Parisien

Annexe 3

Devenir le roi du « snacking sain ».

Voilà donc les fiançailles surprises de deux groupes bien connus des enfants : le numéro trois mondial des fromages de marque, présent aussi bien aux Etats-Unis qu'en Afrique, avec le leader français de la compote en gourde, un **marché en plein essor**. Le fromage et le dessert... en portion et en sachet. Un rapprochement « complémentaire », assure un porte-parole de Bel, et un secteur plein d'avenir, du Canada au Japon en passant par l'Arabie saoudite. « Ce sont deux produits de consommation universels dans un contenant universel », analyse Éric de Poncins, directeur du développement et de la prospective du groupe Bel. La consommation va devenir de plus en plus nomade. Les repas sont de plus en plus déstructurés, les gens grignotent en conduisant, en voyageant, en allant au travail.

Et en même temps, ils veulent manger sainement », poursuit-il.

.../...

En s'emparant du groupe MOM, Bel a pour ambition de devenir le roi du « snacking sain », ce grignotage du quotidien modérément calorique. Avec pour objectif de multiplier la taille du groupe par deux d'ici à 2025 — soit un chiffre d'affaires de 6 milliards d'euros — en misant sur l'international.

Pas de changement de nom en perspective pour les deux entreprises qui comptent à elles deux 13 300 salariés dans l'agroalimentaire et huit usines en France. Le spécialiste de la gourde MOM, qui vient aussi de lancer aux Etats-Unis la marque de yaourts à boire GoGo squeeZ, n'a pas donné suite à notre demande d'interview.

Source : 2016 - Le Figaro