

CORRIGE

Ces éléments de correction n'ont qu'une valeur indicative. Ils ne peuvent en aucun cas engager la responsabilité des autorités académiques, chaque jury est souverain.

CORRIGE INDICATIF NUPTIA CREATION

1. Identifiez les métiers de NUPTIA CREATION (2 points)

Référence au programme de 1^{ère} STG, point 1.2. Les organisations : des réalités diverses.

On distingue plusieurs métiers :

- la création et la production de robes et accessoires de mariage
- la distribution de robes et accessoires de mariage

2. Rappelez la finalité de ce type d'organisation et appréciez la situation de NUPTIA CREATION au regard de ce critère (2 points)

Référence au programme de 1^{ère} STG, point 2.1. L'entreprise : atteindre des objectifs économiques en produisant des biens et services marchands.

L'entreprise poursuit des objectifs économiques, notamment réaliser du profit afin d'assurer sa pérennité et son développement.

Deux exercices successifs se sont soldés par une perte qui met en péril la survie de l'organisation.

3. Etablissez, de façon structurée, un diagnostic stratégique de NUPTIA CRÉATION (4 points)

Référence au programme de terminale STG, point 7.2. Le diagnostic stratégique.

Diagnostic interne

| <i>Forces</i> | <i>Faiblesses</i> |
|--|---|
| <p>Economiques :</p> <ul style="list-style-type: none">- Vrai potentiel de redressement- Les actionnaires réinjectent de l'argent <p>Commerciales, marketing :</p> <ul style="list-style-type: none">- Notoriété exceptionnelle proche de 90 %- Avantage compétitif en terme de créativité <p>Stratégiques :</p> <ul style="list-style-type: none">- Réseau de distribution développé (bonne couverture géographique) | <p>Economiques :</p> <ul style="list-style-type: none">- Faible part de marché- Chiffre d'affaires en chute libre- Perte de 2,9 millions d'euros l'an dernier- En cessation de paiement <p>Managériales :</p> <ul style="list-style-type: none">- Désaccords entre la direction et les franchisés.- Actions en justice en cours |

Diagnostic externe

| <i>Opportunités</i> | <i>Menaces</i> |
|---|---|
| <p>Marché lucratif qui génère des marges confortables</p> <p>Une demande sensible aux nouveautés et à la tendance bio</p> <p>Le mariage, un marché qui pèse la bagatelle de 3 milliards d'euros</p> <p>Les futurs mariés consacrent 10 % du budget « mariage » à la robe de mariée</p> <p>Le « Made in France », très apprécié des futures mariées, est un vecteur commercial puissant</p> | <p>Concurrence :</p> <ul style="list-style-type: none"> - le marché comporte de nombreux concurrents (une quarantaine de PME) - menace des nouveaux entrants - dynamisme des principaux concurrents qui se différencient par des techniques modernes de vente - le groupe concurrent Mafhé, renforce son développement international <p>La morosité économique actuelle touche aussi le secteur du mariage.</p> |

4. Déduisez l'avantage concurrentiel de l'organisation. Comment NUPTIA CREATION compte-t-elle l'exploiter ? Quel est l'intérêt d'avoir un avantage concurrentiel ? Quel est l'intérêt d'avoir un avantage concurrentiel ? (3 points)

Référence au programme de terminale STG, point 8.1. L'avantage concurrentiel et le choix stratégique dans l'entreprise.

L'avantage concurrentiel de NUPTIA CREATION est la créativité de ses collections, qui lui vaut encore aujourd'hui une excellente image de marque et renforce sa notoriété auprès des consommateurs. Elle compte exploiter cet avantage concurrentiel en s'associant avec un jeune « créateur de génie » (touche de prestige aux robes). Le made in France.

L'avantage concurrentiel permet à l'entreprise de se démarquer de ses concurrents et ainsi d'améliorer sa position sur le marché.

5. Quels sont les choix stratégiques effectués par NUPTIA CREATION ? (3 points)

Référence au programme de terminale STG, point 8.1. L'avantage concurrentiel et la choix stratégique dans l'entreprise.

- NUPTIA CREATION a opté pour une stratégie d'intégration verticale ; en effet, elle fabrique ses robes et les vend via son réseau de distribution (boutiques en propres), qu'elle développe en rachetant les points de vente autrefois franchisés.
- NUPTIA CREATION opte également pour une stratégie de différenciation en mettant en avant la créativité de ses modèles en y associant une touche de prestige.
- Depuis sa création, NUPTIA CREATION s'est inscrite dans une stratégie de spécialisation. Cette spécialisation repose sur un seul couple produit/marché.

6. Présentez l'erreur managériale commise par l'ex-PDG de NUPTIA CREATION. Quel est le mécanisme de coordination envisagé par la nouvelle direction pour corriger cette erreur ? (3 points)

Référence au programme de 1^{ère} STG, point 1.1. Les objectifs et contraintes de l'action collective et point 5.1 Les différents acteurs et leurs rôles

L'erreur principale provient d'une mauvaise gestion des contrats de franchise.

La nouvelle direction envisage de :

- standardiser les procédés grâce à l'élaboration d'un contrat de franchise unique
- renforcer le contrôle (moins de liberté et meilleur suivi des franchisés)

7. Rappelez quels sont les fondements du pouvoir et déterminez sur quoi repose la légitimité du pouvoir de la nouvelle directrice générale F. JOC. (3 points)

Référence au programme de terminale STG, point 6.2. La diversité des dirigeants et des styles de direction.

Le pouvoir peut être fondé sur :

- l'autorité institutionnelle; droit de la propriété
- l'autorité par la compétence ou par la connaissance;
- l'autorité naturelle.

La légitimité du pouvoir de F. JOC repose sur sa compétence professionnelle : elle connaît bien l'entreprise NUPTIA CREATION et son réseau car elle y a travaillé en 2003-2004 et elle sait comment fonctionne le secteur et la profession.