



Ce document a été mis en ligne par l'organisme [FormaV®](#)

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :

www.formav.co/explorer

Corrigé du sujet d'examen - Bac STMG - Management, sciences de gestion et numérique - Session 2021

Correction de l'épreuve d'enseignement de spécialité - BACCALAURÉAT TECHNOLOGIQUE

| Matière : Management, sciences de gestion et numérique

Session : 2021

Durée de l'épreuve : 4 heures

Coefficient : 16

L'usage de la calculatrice avec mode examen actif est autorisé.

L'usage de la calculatrice sans mémoire, « type collègue » est autorisé.

| Correction des dossiers

Dossier 1 - Analyse de l'activité quotidienne de Bio Culture

L'objectif de ce dossier est d'analyser les pratiques et éléments clés qui permettent à Bio Culture de fonctionner efficacement dans son secteur d'activité.

Questions obligatoires

1.1 Identifier les parties prenantes de l'organisation et préciser leur rôle respectif.

Dans une entreprise, les parties prenantes représentent tous les acteurs concernés par ses activités et décisions. Pour Bio Culture, les parties prenantes incluent :

- **Les clients** : Utilisateurs finaux qui achètent les paniers de fruits et légumes. Ils influencent la production par leurs choix et préférences.
- **Les agriculteurs** : Fournissent les produits biologiques et déterminent la qualité via les prix qu'ils fixent.
- **Les salariés** : Travaillent dans l'entreprise et participent à la prise de décision, représentant un atout pour sa culture d'entreprise.
- **Les fournisseurs logistiques** : Assurent la livraison efficace des produits et contribuent à l'optimisation des flux.
- **Les actionnaires** : Investissent dans l'entreprise (incluant des clients et des salariés) et bénéficient des décisions stratégiques de Bio Culture.

1.2 Qualifier l'option stratégique décidée par Bio Culture pour son processus de livraison. Justifier votre réponse.

Bio Culture adopte une option stratégique de **logistique externalisée**, en confiant à des sous-traitants la gestion des livraisons, ce qui optimise les coûts et les efficacités opérationnelles. Cette stratégie leur permet d'éviter des investissements dans un service de livraison propre, tout en accenatant une flexibilité à l'approvisionnement et à la distribution. Cela contribue à la performance logistique et à la satisfaction client, comme mentionné dans les documents où il est précisé que leur logistique est renforcée par des experts dans la livraison.

Questions au choix :

1.3 a Repérer les principaux éléments de la culture de l'entreprise et montrer qu'ils constituent un atout pour fidéliser ses salariés et ses partenaires.

Les éléments culturels de Bio Culture incluent :

- **Engagement social et écologique** : La politique de réinvestissement dans le projet environnemental et social favorise un sentiment d'appartenance chez les salariés.
- **Parité et équité** : Une égalité salariale et de traitement attire les talents et réduit le turnover.
- **Implication des salariés** : Leurs participations décisionnelles renforcent l'engagement et la motivation.

En permettant aux employés de se sentir en phase avec les valeurs de l'entreprise, cela favorise la fidélité tant des salariés que des partenaires.

1.3 b Montrer, en vous appuyant sur l'exemple de Bio Culture, l'intérêt pour une organisation d'avoir une logistique performante.

Une logistique performante, comme celle de Bio Culture, permet de :

- Gérer efficacement l'approvisionnement en produits frais, ce qui est capital pour le secteur alimentaire.
- Réduire le coût des livraisons et optimiser le service, rendant ainsi le modèle économique plus viable.
- Fidéliser les clients par une livraison rapide et fiable, renforçant leur satisfaction et leur retour.

Les 250 commandes à expédier le jour même illustrent cette efficacité et la capacité d'adaptation de Bio Culture qui assure ainsi sa croissance.

1.4 a Démontrer l'intérêt pour Bio Culture d'avoir choisi un mode de production en flux tendus.

Le mode de production en flux tendus permet à Bio Culture de :

- Minimiser les coûts de stockage et d'inventaire en ayant une production ajustée à la demande actuelle.
- Réagir rapidement aux changements dans la demande des consommateurs, surtout en période de forte activité.

Cela garantit également que les produits offerts sont toujours frais, consolidant la réputation de Bio Culture.

1.4 b Identifier l'apport des médias numériques dans la constitution de l'e-réputation de Bio Culture.

Les médias numériques aident Bio Culture à :

- Créer un bouche-à-oreille efficace grâce aux avis clients en ligne, tout en limitant les coûts de publicité.
- Accroître la visibilité sur les moteurs de recherche avec un budget limité, augmentant ainsi le trafic sur leur site.
- Fidéliser leur clientèle en offrant des promotions ciblées et du contenu engageant via les réseaux sociaux.

Cela permet d'améliorer leur image de marque et d'attirer de nouveaux clients.

Dossier 2 - Adaptation de Bio Culture face à la crise sanitaire

Ce dossier explore comment Bio Culture a su faire face aux défis posés par la pandémie de COVID-19.

Questions obligatoires

2.1 Qualifier le style de direction de monsieur Gazeau et analyser son intérêt pour l'entreprise.

Le style de direction de Monsieur Gazeau est **participatif**. Ce style favorise l'engagement des salariés, leur permettant d'apporter leurs idées. Les témoignages des employés soulignent cet aspect, mettant en lumière

la confiance et l'autonomie qu'il accorde à son équipe, même en période de crise. Cela mène à une meilleure réactivité et un environnement collaboratif, essentiel en période difficile.

2.2 Analyser, à partir du calcul de la marge nette totale réalisée sur la vente du « Panier Locavore » en février et en avril 2020, la décision du dirigeant de ne pas modifier ses prix.

Le panier « Locavore » est vendu à 25 € TTC et le coût de revient est de 22 €. Les marges en février et en avril 2020 sont :

- **Février 2020** : 1 300 paniers vendus = $(25 - 22) * 1\,300 = 3\,900$ € de marge
- **Avril 2020** : 5 200 paniers vendus = $(25 - 22) * 5\,200 = 15\,600$ € de marge

Cela montre que malgré la forte demande, le dirigeant a choisi de maintenir les prix pour assurer une relation de confiance avec les clients, éviter le mécontentement et préserver l'image de l'entreprise.

2.3 Comparer, à partir de calculs appropriés, l'évolution de la demande issue des entreprises, de celle de la fréquentation du site internet entre le 23 février et le 5 avril 2020 et de celle du chiffre d'affaires. Discuter l'opportunité pour Bio Culture de privilégier un type de clientèle dans les mois à venir.

Les données montrent :

- **Commandes entreprises** : Celles-ci sont tombées à zéro durant le confinement.
- **Fréquentation site** : A augmenté de 1 992 à 29 880 visiteurs uniques.

Cette recherche de clientèle a conduit à la nécessité d'orienter les efforts vers les particuliers, car les entreprises ont drastiquement réduit leurs demandes. Cela pourrait s'avérer bénéfique à long terme en rendant Bio Culture moins dépendante d'une clientèle spécifique.

Questions au choix :

2.4 a Montrer que différents facteurs de motivation ont permis de contribuer favorablement à la cohésion de groupe.

Le témoignage des salariés montre plusieurs éléments de motivation :

- La reconnaissance et la prime de performance ont consolidé l'engagement général.
- Les heures supplémentaires, bien que contraignantes, ont été acceptées car perçues comme une contribution collective à l'effort d'entreprise.
- Les valeurs partagées de Bio Culture ont renforcé le sentiment d'appartenance et de solidarité.

2.4 b Décrire l'organisation du travail adoptée par Bio Culture.

Bio Culture adopte une **organisation flexible** et **collaborative**, permettant une adaptation rapide face aux demandes fluctuantes. Les témoignages montrent une équipe qui se soutient mutuellement et s'organise en fonction des priorités, notamment durant des périodes de surcharge.

Dossier 3 - Préparation de la croissance future de Bio Culture

Pendant ce chapitre, on se concentre sur les stratégies de croissance envisagées par Bio Culture.

Questions obligatoires

3.1 Déterminer, à partir du repérage des opportunités du macro-environnement, les facteurs clefs de succès de son marché maîtrisés par Bio Culture.

Les facteurs clés de succès incluent :

- **Travail avec des producteurs locaux** : Positionnement sur les circuits courts et l'agroécologie, renforçant l'image de marque.
- **Réputation établie** : Environnement favorable dans une période où le bio est en pleine expansion.
- **Capacité à s'adapter rapidement** : Réactivité grâce à une équipe motivée et une logistique

performante.

3.2 En une quinzaine de lignes, évaluer la capacité de l'entreprise Bio Culture à s'adapter à un environnement de moins en moins prévisible.

Bio Culture montre une forte capacité d'adaptation grâce à :

- Sa culture organisationnelle collaborative, où chacun peut proposer des idées et prendre des initiatives.
- Une flexibilité opérationnelle avec une logistique externe qui permet de moduler l'effort selon la demande.
- Le respect de réglementations en matière de protection des données et un intérêt croissant pour l'usage des données clients. Cela leur permet de mieux comprendre et répondre aux attentes des consommateurs selon les évolutions du marché.

Cela leur offre de nombreuses opportunités dans un contexte incertain et favorise l'innovation.

3.3 Caractériser l'option stratégique à laquelle correspond la décision d'acquérir des terres maraîchères en Île-de-France et apprécier sa pertinence.

Cette décision s'inscrit dans une stratégie de **verticalisation** de l'approvisionnement, qui permet de sécuriser les sources de production et d'en améliorer le contrôle de la qualité. Cela devient pertinent dans un contexte où les consommateurs privilégient les produits locaux et engager des marges plus élevées grâce à l'absence d'intermédiaires.

Questions au choix :

3.4 a Montrer que l'entreprise Bio Culture respecte les contraintes liées à l'utilisation des données personnelles.

Bio Culture met en place des processus clairs pour garantir la protection des données, en respectant notamment la législation RGPD. Aucune donnée personnelle n'est partagée avec des tiers et des dispositifs de consentement sont en place, ce qui assure la confiance des clients.

3.4 b Expliquer comment Bio Culture pourrait exploiter la digitalisation de sa relation client.

Bio Culture pourrait :

- Utiliser des analytics pour identifier les tendances de consommation et anticiper les besoins des clients.
- Développer des campagnes ciblées basées sur les préférences et comportements d'achat des clients pour optimiser les ventes.
- Renforcer le lien avec sa clientèle via des newsletters, des enquêtes de satisfaction et des offres personnalisées, augmentant ainsi la fidélisation.

Méthodologie et conseils

- **Gestion du temps** : Allouez du temps pour chaque partie, en ayant un plan pour éviter de passer trop de temps sur une seule question.
- **Raisonnement** : Restez logique et structuré dans vos réponses, en plaçant les éléments clés en premier.
- **Vérification des calculs** : Dans les questions impliquant des chiffres, relisez vos calculs pour éviter les erreurs d'inattention.
- **Argumentation** : Justifiez toujours vos réponses avec des éléments concrets tirés des documents fournis.
- **Enrichissez votre réponse** : Ne vous limitez pas à une simple réponse; nourrissez votre

réponse avec des exemples et des comparaisons.

© FormaV EI. Tous droits réservés.

Propriété exclusive de FormaV. Toute reproduction ou diffusion interdite sans autorisation.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.