



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 2023

Correction de l'examen - BACCALAURÉAT TECHNOLOGIQUE

Matière : Sciences et Technologies du Management et de la Gestion

Session : 2023

Durée de l'épreuve : 4 heures

Coefficient : 16

Notation : 20 points

Ce corrigé propose une analyse détaillée et pédagogique des dossiers de l'épreuve, en suivant les questions posées dans le sujet.

Dossier 1 - Des choix stratégiques et opérationnels pour améliorer la performance commerciale

1.1 Identifier l'activité et les partenaires de l'entreprise BEYER.

Dans cette question, il est demandé d'identifier l'activité principale de l'entreprise ainsi que ses partenaires.

- **Activité** : BEYER est spécialisée dans la fabrication de produits à base de fruits, principalement des confitures, gelées, fruits en bocaux et pulpes.
- **Partenaires** : L'entreprise collabore avec des fournisseurs pour les matières premières, notamment des coopératives agricoles. Elle a aussi des partenariats pour l'export et la distribution à travers des grandes surfaces (Leclerc, Carrefour, etc.) et également un partenaire pour le stockage des fruits surgelés.

L'activité principale de BEYER est la production de confitures, avec des partenaires que sont les distributeurs et les coopératives agricoles.

1.2 Démontrer l'intérêt pour l'entreprise BEYER de gérer la chaîne logistique à la fois en flux poussés et en flux tendus.

Il s'agit ici d'expliquer les avantages des deux stratégies de gestion des flux.

- **Flux poussés** : Permettent de répondre à des prévisions de vente, essentielles par exemple en été, quand la production s'effectue à partir de fruits frais. Cela aide à satisfaire une demande anticipée.
- **Flux tendus** : Impliquent une production sur commande, minimisant les coûts de stockage. Cela est crucial pour des produits périssables comme les confitures qui nécessitent d'être fabriqués rapidement après la prise de commande des distributeurs.

La gestion en flux poussés et tendus permet à BEYER de répondre rapidement à la demande tout en optimisant ses coûts de production et de stockage.

1.3 Analyser la pertinence d'intégrer le stockage des fruits surgelés afin d'optimiser l'approvisionnement de l'entreprise BEYER.

Cette question demande une analyse des avantages de l'intégration du stockage des fruits surgelés.

En intégrant le stockage des fruits surgelés, l'entreprise permet de :

- Maximiser l'utilisation des fruits même en dehors de leur saison, assurant une disponibilité constante.
- Réagir rapidement en cas de mauvaise récolte due à des aléas climatiques, garantissant ainsi une continuité de production.
- Réduire les coûts en évitant la dépendance vis-à-vis de fournisseurs externes pour le stockage, ce qui renforce la maîtrise des coûts de production.

Intégrer le stockage des fruits surgelés optimise l'approvisionnement et réduit les risques d'interruption de la production due à des aléas climatiques.

1.4 Mesurer la performance commerciale de l'entreprise BEYER en effectuant les calculs pertinents.

Il est nécessaire de calculer le chiffre d'affaires en rapport avec les parts de marché.

En 2021, le chiffre d'affaires de BEYER est de 7,4 millions d'euros.

- Chiffre d'affaires marché de la confiture en France en 2021 : 399,50 millions d'euros.
- Part de BEYER (7,4 millions / 399,50 millions) * 100 = 1,85 %.

La performance commerciale de l'entreprise BEYER se mesure à environ 1,85 % du marché des confitures en France.

| Dossier 2 - L'innovation au cœur de la stratégie

2.1 Identifier l'approche mercatique choisie par l'entreprise BEYER pour développer sa gamme de produits « Fruits à tartiner ».

Dans cette question, l'approche traditionnelle de marketing des produits doit être analysée.

- **Approche mercatique :** BEYER adopte une approche de niche, ciblant spécifiquement les consommateurs souhaitant réduire leur consommation de sucre, notamment les diabétiques.

BEYER utilise une approche mercatique axée sur le marché de niche, visant les consommateurs et notamment les diabétiques.

2.2 Caractériser l'innovation développée par l'entreprise BEYER au travers de sa nouvelle gamme « Fruits à tartiner ».

Il est important de définir ce qui constitue l'innovation.

- **Caractéristiques :** La gamme « Fruits à tartiner » est composée de 96 % de fruits et sans sucre ajouté, ce qui répond à la demande croissante pour des produits plus sains.
- Le produit utilise le sucralose, un édulcorant sans impact sur la glycémie, face à la tendance vers des produits réduits en sucre.

L'innovation réside dans une gamme composée de 96 % de fruits et sans sucre ajouté, visant le marché de la santé.

2.3 Repérer les différentes modalités de communication mobilisées par l'entreprise BEYER et justifier la pertinence de chacune d'entre elles.

Cette question nécessite d'identifier les canaux de communication et leur efficacité.

- **Communication radio** : Annonce via Europe 1 pour une large audience, augmentant la notoriété.
- **Presse écrite** : Articles dans des journaux locaux et spécialisés pour un ciblage précis.
- **Réseaux sociaux** : Utilisation de Facebook et Instagram pour une interaction directe avec les consommateurs et un feedback immédiat.

Les modalités de communication varient de la radio aux réseaux sociaux, permettant à BEYER d'atteindre un public vaste et ciblé efficacement.

2.4 En une quinzaine de lignes, montrer en quoi une innovation peut contribuer à améliorer la valeur perçue d'une entreprise.

Une innovation, comme celle des « Fruits à tartiner », augmente la valeur perçue de l'entreprise BEYER en répondant aux attentes sociétales de santé et de bien-être. En proposant un produit adapté aux diabétiques et aux consommateurs soucieux de leur nutrition, BEYER se positionne comme un acteur engagé dans la responsabilité sociale. Cela contribue au renforcement de la marque et à la fidélisation des clients, ce qui est crucial dans un marché concurrentiel. De plus, l'innovation peut justifier des prix plus élevés, car les consommateurs sont souvent prêts à payer pour des produits qui répondent mieux à leurs besoins. Enfin, elle permet à l'entreprise de se démarquer de la concurrence, attirant de nouvelles cibles et ouvrant des portes à des marchés internationaux.

Une innovation comme « Fruits à tartiner » permet d'améliorer la valeur perçue de l'entreprise en répondant à un besoin croissant pour des options saines, renforçant ainsi sa position sur le marché.

Dossier 3 - Le développement des ressources au service de l'internationalisation

3.1 Calculer la part du chiffre d'affaires réalisé à l'international par l'entreprise en 2019 et 2021, puis commenter vos résultats.

Il est nécessaire de calculer et d'analyser l'internationalisation des ventes.

- **2019** : chiffre d'affaires international = 300 000 €.
- **2021** : chiffre d'affaires international = 80 000 €.

En 2019, cela représentait une part significative, mais elle a fortement diminué en 2021 en raison de la crise sanitaire et de l'augmentation des coûts de transport. Cela souligne les défis d'un marché globalisé et de la dépendance des événements extérieurs.

La part internationale est tombée de 300 000 € en 2019 à 80 000 € en 2021, révélant la fragilité du modèle face aux crises extérieures.

3.2 Montrer que la stratégie d'internationalisation de l'entreprise BEYER a nécessité une adaptation de ses ressources matérielles et immatérielles.

Il faut ici démontrer comment BEYER a dû s'adapter.

- **Ressources matérielles** : Investissement dans un cuiseur supplémentaire et des équipements de remplissage adaptés aux normes internationales.
- **Ressources immatérielles** : Obtention de certifications (IFS Food, Kashar) pour répondre aux exigences des marchés étrangers.

La stratégie d'internationalisation de BEYER a nécessité des adaptations tant matérielles que des

compétences, notamment la conformité aux normes internationales.

3.3 Démontrer que la démarche de gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC) mise en place par l'entreprise BEYER est une condition de son développement à l'international.

Le rôle de la GPEC est de suivre les tendances du marché :

- Anticipation des besoins en main-d'œuvre pour répondre à la demande croissante à l'international.
- Diversification des compétences (formation à la qualité, certifications) pour s'assurer que l'équipe soit prête à faire face aux exigences externes.

La GPEC est essentielle pour anticiper les besoins futurs et garantir que les employés soient formés aux exigences du marché international.

3.4 Démontrer l'intérêt pour l'entreprise BEYER de mettre en place des outils numériques dédiés à la relation client.

Enfin, il est pertinent de montrer comment le digital peut bénéficier à BEYER :

- **Meilleure gestion de la relation client** : un CRM dédié permettrait de suivre les feedbacks clients, améliorant ainsi les produits.
- **Augmentation de la personnalisation** : les outils numériques permettent de mieux connaître les préférences des clients et d'adapter l'offre en conséquence.
- **Extension de la portée marketing** : un meilleur e-commerce et une gestion active des réseaux sociaux permettent d'atteindre un public plus vaste.

Les outils numériques sont indispensables pour améliorer la relation client, accroître la personnalisation des services et étendre la portée marketing.

| Conseils méthodologiques

- Organisez votre temps : consacrez-vous le temps nécessaire à chaque dossier, en vous assurant de respecter les questions avec précision.
- Utilisez des exemples concrets provenant des documents pour illustrer vos réponses et renforcer vos arguments.
- Assurez-vous de toujours justifier vos points de vue en les reliant à la théorie ou à des données chiffrées pertinentes.
- N'hésitez pas à faire des transitions claires entre les différentes parties de votre réponse pour améliorer la lisibilité.
- Relisez-vous pour éviter les erreurs de cohérence ou de formulation qui pourraient nuire à la clarté de vos réponses.

© 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.