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 consulter tous nos sujets d'annales et corrigés du Bac STMG, veuillez visiter :
coursbacstmg.fr/annales-sujets-et-corriges

Bac STMG

Management, sciences de gestion et numérique

Session 2023 • Code sujet : **23-MGMSGNLR1** • Durée : **4 heures** • Coefficient : **16**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. L'entreprise Puyricard et son environnement (4 questions) **Page 3**

2. Le développement de l'entreprise Puyricard (4 questions) **Page 5**

3. La transformation numérique de l'entreprise Puyricard (3 questions) **Page 7**

4. Ce qu'il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ) (Synthèse & Q&A Examen) **Page 9**

Sujet officiel (PDF) : https://coursbacstmg.fr/assets/annales/bac-stmg/Management, sciences de gestion et numérique/2023/Bac STMG - Management, sciences de gestion et numérique - Session 2023 - 3-Sujet.pdf

1. L’entreprise Puyricard et son environnement

Puyricard souhaite poursuivre sa croissance sur le marché du chocolat tout en préservant la qualité de ses produits, ses valeurs et son image d’excellence artisanale. Les documents abordent le marché et ses évolutions, la concurrence, les savoir-faire de l’entreprise, son offre et ses perspectives de développement.

Question 1.1. À partir de vos connaissances et des documents, présenter des éléments du diagnostic externe de l’entreprise Puyricard.

Le diagnostic externe révèle plusieurs opportunités et menaces :

- **Opportunités :** la demande mondiale progresse, notamment en Chine et en Inde, où les consommateurs recherchent des produits haut de gamme. La France exporte environ 70 % de sa production de chocolat en volume. Le marché bio et la vente en ligne ouvrent aussi des perspectives.
- **Menaces :** la concurrence est intense, entre grands groupes, PME et artisans. L’activité est saisonnière : Noël et Pâques représentent 50 % du chiffre d’affaires du secteur. Enfin, maladies des cacaoyers, baisse de l’offre et fluctuation des prix fragilisent l’approvisionnement.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Opportunités : croissance de la demande haut de gamme et export. Menaces : concurrence, saisonnalité et approvisionnement incertain en cacao.

Question 1.2. À partir de vos connaissances et des documents, identifier les compétences distinctives de Puyricard et justifier leur intérêt pour l’entreprise.

Les compétences distinctives de Puyricard sont la maîtrise artisanale du moulage, de l’enrobage et des recettes, ainsi que le contrôle exigeant des matières premières. L’entreprise travaille avec des produits naturels et frais, sans conservateurs ni congélation, et fabrique en flux tendus. Elle sait aussi innover en séries limitées et personnaliser les ballotins. Ces savoir-faire, difficiles à imiter, garantissent une qualité différenciante, renforcent l’image d’excellence et entretiennent la fidélité des clients. Le label Entreprise du patrimoine vivant valorise et rend visible ce patrimoine artisanal.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Savoir-faire artisanal, qualité, fraîcheur, innovation et personnalisation différencient Puyricard et soutiennent sa réputation ainsi que la fidélité de ses clients.

Question 1.3. À partir de vos connaissances et des documents, caractériser l’approche marketing de Puyricard.

Puyricard cible une clientèle attirée par la qualité, l’artisanat et les produits haut de gamme. Son approche est différenciée et relationnelle : elle associe les classiques à des créations saisonnières, adapte la production aux commandes et compose les ballotins selon les goûts des clients.

Dimension	Illustrations
Offre	Chocolats, confiseries, nouveautés, glaces et sorbets
Distribution	Réseau de boutiques, franchises et exportations
Communication et expérience	Label EPV, ateliers et visites de l'entreprise

Cette stratégie valorise le patrimoine de la marque et l'expérience client plutôt qu'une offre standardisée.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Marketing différencié et relationnel, positionné sur l'artisanat haut de gamme, la personnalisation et l'expérience client.

Question 1.4. À partir de vos connaissances et des documents, relever les options stratégiques mises en œuvre par l'entreprise et montrer leur pertinence.

1. **Différenciation :** Puyricard mise sur le fait main, la fraîcheur, la créativité et le label EPV. Ce positionnement la distingue des industriels et répond aux attentes de qualité.
2. **Diversification liée et croissance externe :** la reprise de la pâtisserie Riederer élargit l'offre à la pâtisserie et à la biscuiterie grâce à des activités proches. Glaces, sorbets, ateliers et visites complètent également l'offre.
3. **Développement des marchés :** l'entreprise étend son réseau de boutiques et envisage de nouveaux marchés français et internationaux. Ces débouchés peuvent soutenir sa croissance et contribuer à mieux répartir les ventes sur l'année.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Puyricard associe différenciation, diversification liée et croissance externe, puis développement commercial en France et à l'international.

2. Le développement de l'entreprise Puyricard

Solène Roelandts dirige désormais Puyricard et souhaite faire évoluer la gamme, développer le réseau de boutiques en France et étendre la présence de l'entreprise à l'international. Les documents apportent des données commerciales, financières et sociales ainsi que des éléments sur la politique RSE de la chocolaterie.

Question 2.1. À l'aide de calculs pertinents et des documents, analyser l'évolution de la performance commerciale de l'entreprise Puyricard.

De 2019 à 2020, le chiffre d'affaires de Puyricard progresse de $\frac{9\,259\,825 - 9\,188\,425}{9\,188\,425} \times 100 \approx 0,78\%$, puis de 30,34 % en 2021. Le marché augmente de 9,69 % en 2020, puis recule de 0,18 % en 2021. La part de marché estimée de Puyricard évolue de 0,30 % en 2019 à 0,28 % en 2020, puis à 0,36 % en 2021. L'entreprise gagne donc nettement des parts de marché en 2021, malgré un marché quasiment stable.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> En 2021, le chiffre d'affaires de Puyricard augmente de 30,34 % et sa part de marché atteint environ 0,36 %.

Question 2.2. Calculer le fonds de roulement net global (FRNG), le besoin en fonds de roulement (BFR) et la trésorerie nette (TN) en 2021, puis commenter l'équilibre financier de l'entreprise Puyricard.

Le FRNG correspond aux ressources stables moins les emplois stables : 5 640 515 - 7 495 112 = -1 854 597 €. Le BFR vaut l'actif circulant moins le passif circulant : 1 211 966 - 3 459 200 = -2 247 234 €. La trésorerie nette est égale au FRNG moins le BFR : -1 854 597 - (-2 247 234) = 392 637 €. Elle correspond à la trésorerie de l'actif, puisque la trésorerie du passif est nulle. Le BFR négatif, favorisé par les délais de paiement fournisseurs de 90 jours, compense le FRNG négatif. La trésorerie est positive, mais l'équilibre dépend du crédit fournisseur.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> FRNG : -1 854 597 €. BFR : -2 247 234 €. TN : 392 637 €. Trésorerie positive, mais ressources stables insuffisantes pour financer les emplois stables.

Question 2.3. À partir de vos connaissances et des documents, présenter le choix de financement réalisé par l'entreprise Puyricard pour se développer.

Le capital social passe de 2 968 900 € au 31 décembre 2021 à 4 168 900 € au 28 février 2022 : il augmente de 1 200 000 €, soit 40,42 %. Puyricard renforce donc ses fonds propres, notamment par augmentation de capital, pour accompagner son développement. Ce financement apporte des ressources durables sans échéances de remboursement ni intérêts obligatoires. Il limite le recours à l'endettement et peut améliorer la capacité d'emprunt future. En contrepartie, les nouveaux apporteurs de capitaux peuvent obtenir des droits de décision et attendre une rémunération. Le résultat bénéficiaire de 2021 peut aussi soutenir le financement si une part est conservée dans l'entreprise, mais le document ne précise pas son affectation.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Augmentation de capital : +1 200 000 €, soit +40,42 %. Le capital social atteint 4 168 900 € au 28 février 2022.

Question 2.4. En une quinzaine de lignes minimum, à partir de vos connaissances et d'exemples d'organisations, dont celui de Puyricard, montrer l'apport de la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) à la performance commerciale et au développement de l'entreprise.

La RSE peut soutenir la performance commerciale en différenciant l'offre, en renforçant la confiance et en fidélisant les clients. Chez Puyricard, la lutte contre le gaspillage, les économies d'énergie, le tri et les partenariats durables avec les producteurs de cacao renforcent l'image de qualité et sécurisent les approvisionnements. L'engagement pour de bonnes conditions de vie des producteurs contribue aussi à une filière plus durable. L'index d'égalité femmes-hommes de 96/100 valorise l'engagement social et peut renforcer l'attractivité auprès des salariés. D'autres entreprises, comme Patagonia, valorisent leurs engagements environnementaux pour se distinguer. Une démarche RSE crédible peut donc favoriser les ventes, limiter certains risques et accompagner le développement à long terme.

✓ RÉPONSE À RETENIR

La RSE peut différencier l'offre, fidéliser les clients, renforcer l'attractivité de l'entreprise et sécuriser son développement.

3. La transformation numérique de l’entreprise Puyricard

Puyricard envisage d’intégrer davantage le numérique dans sa réorientation stratégique, alors que le commerce en ligne reste limité et que les investissements numériques antérieurs n’ont pas toujours produit les résultats attendus. Le dossier porte sur les enjeux de cette transition, les outils à envisager et l’accompagnement des salariés par une GPEC.

Question 3.1. À partir de vos connaissances et des documents, identifier les enjeux de la transformation numérique pour l’entreprise Puyricard.

La transformation numérique représente un enjeu de croissance et de compétitivité : le commerce en ligne ne pèse que 5 % du chiffre d’affaires, alors que le numérique est devenu essentiel aux ventes et à l’expérience client.

- **Commercial :** développer les ventes en ligne, fidéliser les clients et gagner en visibilité à l’international.
- **Organisationnel :** coordonner le site et les boutiques, sans que le e-commerce soit perçu comme un concurrent par les magasins.
- **Humain et financier :** développer la culture numérique et les compétences, tout en évitant des investissements sans résultats. Le site est non rentable, les pages Facebook des boutiques ont peu d’abonnés et la base clients est insuffisamment actualisée.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Le numérique doit soutenir les ventes, la fidélisation et l’expansion internationale, tout en améliorant la coordination des canaux et en maîtrisant les coûts et les impacts humains.

Question 3.2. À partir de vos connaissances et des documents, proposer des outils numériques à mettre en place pour améliorer l’efficacité de l’entreprise.

Les outils doivent relier les canaux de vente et répondre aux besoins du document 11. Une mise en place progressive, avec des objectifs suivis, limitera le risque de renouveler des investissements peu rentables.

1. Déployer une plateforme de commerce électronique adaptée au mobile, multilingue et reliée aux stocks des boutiques, avec livraison et click and collect.
2. Utiliser un logiciel CRM pour actualiser la base clients, gérer un programme de fidélité et personnaliser les offres avec le consentement des clients.
3. Relier commandes, stocks et production grâce à un logiciel de gestion.
4. Renforcer les réseaux sociaux et suivre les ventes, les conversions et la rentabilité par canal.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Priorités : plateforme de vente omnicanale, CRM, gestion intégrée des commandes et des stocks, réseaux sociaux pilotés par des indicateurs de rentabilité.

Question 3.3. À partir de vos connaissances et des documents, montrer que l'entreprise Puyricard doit mettre en œuvre une politique de gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC) pour accompagner sa transition numérique.

La GPEC anticipe les métiers et compétences nécessaires, puis réduit l'écart entre les besoins futurs et les compétences disponibles. Elle est nécessaire car Puyricard constate un manque de culture numérique et de compétences chez une partie des salariés.

L'entreprise peut d'abord évaluer les compétences existantes et les besoins en e-commerce, gestion des données clients et communication numérique. Elle pourra ensuite former les salariés et les managers, favoriser la mobilité interne ou recruter les compétences manquantes. Associer les équipes et accompagner l'évolution des missions limitera le rejet du projet et la crainte que le site concurrence les boutiques. La formation et la promotion interne, déjà pratiquées chez Puyricard, facilitent cette démarche.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> La GPEC anticipe les besoins numériques, développe les compétences par la formation et la mobilité, et associe les salariés à la transition.

SYNTHÈSE DE L'ÉPREUVE & RÉFÉRENTIEL • BAC STMG

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2023)

Bilan de l'épreuve : Épreuve de spécialité Management, sciences de gestion et numérique du baccalauréat technologique STMG, session 2023, sujet 23-MGMSGNLR1, d'une durée de 4 heures et de coefficient 16. Elle étudie la chocolaterie Puyricard et évalue le diagnostic stratégique, la performance commerciale et financière, la RSE, ainsi que les enjeux et l'accompagnement de la transformation numérique.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Le taux d'évolution se calcule ainsi : (valeur finale - valeur initiale) / valeur initiale × 100.
- FRNG = ressources stables - emplois stables ; BFR = actif circulant - passif circulant.
- La trésorerie nette se calcule par TN = FRNG - BFR, ou par trésorerie de l'actif - trésorerie du passif.
- La GPEC anticipe les évolutions des emplois et des compétences et prévoit les actions de formation ou d'adaptation nécessaires.

Points de vigilance & attentes du jury

- Préciser les périodes comparées et distinguer l'évolution du marché de celle du chiffre d'affaires de Puyricard.
- Présenter les formules, les données utilisées, les unités et le sens des résultats des calculs financiers.
- Relier chaque choix stratégique ou action RSE aux faits des documents et à ses effets possibles.
- Pour la transition numérique, prendre en compte les compétences et les préoccupations des salariés afin de favoriser leur adhésion.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment analyser l'évolution du chiffre d'affaires de Puyricard ?

Calculez le taux d'évolution entre deux années avec la formule (valeur finale - valeur initiale) / valeur initiale × 100. Comparez ensuite cette évolution à celle du chiffre d'affaires du marché et concluez sur la performance commerciale.

Q : Comment calculer le FRNG, le BFR et la trésorerie nette ?

Soustrayez les emplois stables des ressources stables pour obtenir le FRNG. Calculez le BFR par actif circulant moins passif circulant, puis la TN par FRNG moins BFR. Vérifiez-la avec trésorerie de l'actif moins trésorerie du passif.

Q : Le sujet indique-t-il un nombre de points par question ou une durée par dossier ?

Aucun barème détaillé par question ni durée imposée par dossier n'est indiqué. Le barème indicatif attribue 35 points au dossier 1, 35 au dossier 2 et 30 au dossier 3, sur 100 points.

Q : Quels éléments rendent une réponse convaincante pour le jury ?

Appuyez vos explications sur les documents, mobilisez les notions de gestion adaptées et justifiez les liens de cause à effet. Pour les calculs, montrez la méthode et interprétez les résultats ; aucun barème détaillé question par question n'est fourni.

Sujet officiel associé (PDF) : https://coursbacstmg.fr/assets/annales/bac-stmg/Management, sciences de gestion et numérique/2023/Bac STMG - Management, sciences de gestion et numérique - Session 2023 - 3-Sujet.pdf
Ressources Bac STMG : Toutes les annales & corrigés • Fiches de révision complètes • Simulateur de notes d'examen

Copyright © 2027 FormaV®. Tous droits réservés.

FormaV® est une marque déposée auprès de l'INPI sous le numéro 5227897.

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.