

BACCALAURÉAT TECHNOLOGIQUE
SCIENCES ET TECHNOLOGIES DE LA GESTION
TOUTES SPÉCIALITÉS

SECOND GROUPE D'ÉPREUVES
Session 2010

MANAGEMENT DES ORGANISATIONS
ÉPREUVE ORALE DE CONTROLE

Temps de préparation : 20 minutes

Durée de l'épreuve : 20 minutes

Coefficient : 4

Sujet n° 10MGT2.6

Vous analyserez la situation de management présentée dans les annexes en effectuant les travaux suivants :

1. Caractériser l'organisation InnoGlass : type, forme, taille, champ d'action, effectif et finalité.
2. Quel problème de management a rencontré l'entreprise ?
3. Quelle est la stratégie choisie par InnoGlass ? Justifier la pertinence de celle-ci par rapport au problème de management.
4. Présenter l'avantage concurrentiel de InnoGlass. Par quel moyen le met-elle en œuvre ?
5. Quelles décisions opérationnelles ont-elles été prises pour assurer le succès de Visio ?

Annexes :

Annexe 1 : Extrait du site internet de INNOGLASS

Annexe 2 : Article de presse: « Avec Visio, InnoGlass veut séduire les particuliers »
(adapté par les auteurs)

Annexe 1 : EXTRAIT DU SITE InnoGlass

InnoGlass SA est un professionnel de l'habitat qui conçoit, produit et distribue des matériaux de construction en apportant des solutions innovantes. Son chiffre d'affaires 2009 s'élève à 43 millions d'euros. InnoGlass emploie 209 salariés et est présente sur tout le territoire national et dans quelques pays européens.

En complément de son activité d'origine dans le domaine des verres plats à destination du bâtiment, InnoGlass s'est peu à peu spécialisée dans des produits plus innovants : vitrages autonettoyants, vitrages générant de l'énergie solaire ou encore systèmes d'isolation intelligents afin d'apporter un cadre de vie plus confortable. L'entreprise apporte des solutions aux défis majeurs que sont les économies d'énergie et la protection de l'environnement. Quels que soient les nouveaux besoins en matière d'habitat, l'innovation est au cœur de la stratégie d'InnoGlass. C'est la raison pour laquelle les moyens consacrés à la recherche croissent de 10 % chaque année depuis 2004. InnoGlass collabore avec plus de 20 universités et laboratoires de recherche en Europe. L'entreprise dépose chaque année plus de 90 brevets.

Annexe 2 : Article de presse : « Avec Visio, InnoGlass veut séduire les particuliers » (adapté par les auteurs)

InnoGlass a créé en 2009 la marque Visio, pour toucher les particuliers les plus aisés, car elle ne souhaite plus s'adresser uniquement aux professionnels de l'industrie et du bâtiment. Sous le label Visio sont désormais commercialisés des verres dits actifs, capables de s'opacifier à la demande pour se transformer en véritables cloisons, de chauffer pour isoler du froid ou de se teinter en fonction de l'ensoleillement. De véritables petits bijoux de technologie aux applications infinies en matière de décoration intérieure.

Plus question aujourd'hui d'ignorer la concurrence ! Désormais, les Chinois sont à l'origine de la moitié de la production mondiale de verre plat, et il est difficile de les concurrencer car leurs prix de vente sont inférieurs de 10 % à ceux de la production européenne.

C'est la raison pour laquelle InnoGlass a décidé de se positionner sur le haut de gamme afin d'améliorer ses marges, tout en se protégeant de la concurrence.

Pour réussir son pari InnoGlass a pris plusieurs décisions : des représentants de la marque triés sur le volet ont été chargés d'ouvrir des bureaux en Europe et en Asie, un large programme de formation a été mis en œuvre auprès des installateurs. Pour commercialiser directement ses innovations InnoGlass a ouvert un magasin d'exposition implanté en plein cœur de Paris. Le gratin de l'architecture et du design s'est donné rendez-vous en novembre 2009 pour inaugurer cet espace où l'industriel présente ses dernières technologies.

Objectif poursuivi : 60 millions de chiffre d'affaires annuel prévu dans 4 ans tous produits confondus.

Source : Les auteurs