

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

Éléments de corrigé sujet n° 10MGT2.6C

- 1. Caractériser l'organisation InnoGlass : type, forme, taille, champ d'action, effectifs et finalité.**

Type : Organisation a but lucratif, entreprise privée

Forme : Société anonyme

Taille : PME (209 salariés)

Champ d'action : International

Effectif : 209 salariés

Finalité : profit et assurer sa pérennité

- 2. Quel problème de management a rencontré l'entreprise ?**

Concurrence asiatique : « les chinois sont à l'origine de la moitié de la production mondiale de verre plat (...) leurs prix de vente sont inférieurs de 10 % à ceux de la production européenne. »

3. Quelle est la stratégie choisie par InnoGlass ? Justifiez la pertinence de celle-ci par rapport au problème de management.

La stratégie d'InnoGlass est celle de la différenciation avec des produits plus hauts de gammes, vers les professionnels et les particuliers.

Pertinence de la stratégie :

Conquête d'un nouveau marché : le marché des particuliers aisés

Innovation technologique : 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.

Ces produits permettent de se démarquer de la concurrence chinoise.

4. Présenter l'avantage concurrentiel de InnoGlass. Par quel moyen le met-elle en œuvre ?

L'avantage concurrentiel porte sur la technologie et l'innovation : verre chauffant, variant selon la luminosité, matériaux intelligents.

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.

5. Quelles décisions ont-elles été prises pour assurer le succès de Visio ?

- Représentants de la marque chargés d'ouvrir des bureaux en Europe et en Asie,
- Programme de formation mis en œuvre auprès des installateurs,
- Ouverture d'un magasin d'exposition implanté en plein cœur de Paris où l'industriel présente ses dernières technologies.