

BACCALAURÉAT TECHNOLOGIQUE

ÉPREUVE D'ENSEIGNEMENT DE SPÉCIALITÉ

SESSION 2021

SCIENCES ET TECHNOLOGIES DU MANAGEMENT ET DE LA GESTION

Management, sciences de gestion et numérique

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.*

Dès que ce sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Ce sujet comporte 13 pages numérotées de 1/13 à 13/13.

Le candidat sera attentif aux consignes contenues dans le sujet pour traiter les questions.

Notation	20 points
-----------------	-----------

Liste des dossiers**Barème indicatif sur 100**

Dossier 1 :	analyse de la situation de la fromagerie Réo	34 points
Dossier 2 :	les choix de production au service de la qualité	36 points
Dossier 3 :	le numérique au service de la performance	30 points

Liste des documents à exploiter :

Document 1 :	l'offre de la fromagerie Réo
Document 2 :	les valeurs et engagements de la fromagerie Réo
Document 3 :	les industriels du fromage sortent des sentiers battus
Document 4 :	démarche qualité du produit « camembert AOP ¹ Réo »
Document 5 :	données financières concernant l'entreprise Réo
Document 6 :	les caractéristiques de la production du camembert AOP Réo
Document 7 :	le processus de commande du camembert AOP Réo
Document 8 :	données relatives à la production et la distribution du camembert AOP Réo
Document 9 :	transformation numérique : l'entreprise augmentée, c'est pour demain !
Document 10 :	recueil d'avis de consommateurs
Document 11 :	les enjeux liés à l'identité numérique des entreprises
Document 12 :	les données personnelles

Attention, ce sujet comporte des questions obligatoires et des questions au choix

1 AOP : appellation d'origine protégée. Reconnaissance officielle d'un produit qui tire sa spécificité d'un terroir, d'une histoire et de savoir-faire matériels et immatériels collectifs, partagés par tous les opérateurs et encadrés par un même cahier des charges.

Fromagerie Réo



Implantée depuis 1931 à Lessay dans le département de la Manche, l'entreprise Réo est une fromagerie qui perpétue depuis plus de quatre-vingts ans un savoir-faire laitier unique.

Cette fromagerie transforme 23 millions de litres de lait en camembert de Normandie AOP, crème fraîche, beurre de baratte et fromage frais, en produits riches des saveurs du terroir exceptionnel de Normandie.

Le camembert AOP Réo constitue le produit phare de l'entreprise et représente une grande partie de son activité, soit 70 % du chiffre d'affaires. Il est destiné aux GMS (grandes et moyennes surfaces)². Quatre autres produits viennent compléter la gamme des camemberts AOP au lait cru et sont plutôt réservés aux crémiers fromagers, aux restaurateurs ou aux particuliers.

En 2016, David Aubrée prend la direction de l'ancienne fromagerie Réaux à Lessay. Après avoir suivi ses études à l'École nationale de l'industrie laitière à Poligny dans le Jura, David Aubrée décide de mettre en œuvre une démarche de qualité globale. Cette démarche contribue à faire respecter les exigences des clients et à satisfaire leurs besoins exprimés grâce à une écoute régulière, dans le respect des normes de qualité sanitaire, environnementale et de sécurité du personnel.

L'environnement devient de plus en plus instable et l'entreprise Réo se doit d'être plus compétitive.

Dès lors David Aubrée s'interroge :

Comment la fromagerie Réo peut-elle pérenniser son activité et accroître sa performance ?

Afin d'analyser cette situation, il vous est demandé de traiter les dossiers suivants :

Dossier 1 : analyse de la situation de la fromagerie Réo

Dossier 2 : les choix de production au service de la qualité

Dossier 3 : le numérique au service de la performance

² GMS : hypermarchés et supermarchés.

Dossier 1 - Analyse de la situation de la fromagerie Réo

Documents à exploiter

- Document 1 : l'offre de la fromagerie Réo
- Document 2 : les valeurs et engagements de la fromagerie Réo
- Document 3 : les industriels du fromage sortent des sentiers battus
- Document 4 : démarche qualité du produit « camembert AOP Réo »
- Document 5 : données financières concernant l'entreprise Réo

La fromagerie Réo se distingue en proposant une offre unique grâce notamment à la qualité des produits, à un savoir-faire ancestral des maîtres laitiers, à une forte identité régionale normande et à l'adoption d'une démarche de responsabilité sociétale des entreprises (RSE) dans son activité. David Aubrée, à la tête de la fromagerie Réo depuis 2016, analyse la pertinence des choix de gestion opérés.

Questions obligatoires

1.1	Identifier les compétences distinctives de la fromagerie Réo.
1.2	Présenter la démarche de responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) Réo.
1.3	Identifier l'approche marketing choisie par la fromagerie Réo et justifier votre réponse.

Questions au choix. Répondre au choix à l'une des questions suivantes :

1.4 a	Proposer des indicateurs permettant de mesurer les performances sociale et environnementale de l'entreprise.
1.4 b	Analyser, à l'aide des indicateurs financiers (FRNG, BFR, trésorerie nette), l'équilibre financier de la fromagerie Réo.

Dossier 2 - Les choix de production au service de la qualité

Documents à exploiter

- Document 4 : démarche qualité du produit « camembert AOP Réo »
- Document 6 : les caractéristiques de la production du camembert AOP Réo
- Document 7 : le processus de commande du camembert AOP Réo
- Document 8 : données relatives à la production et la distribution du camembert AOP Réo

Conscient de l'importance du camembert AOP pour l'entreprise Réo, son dirigeant veille à mettre en œuvre les décisions et les actions appropriées dans sa fabrication pour que ce produit contribue favorablement à la performance de l'entreprise. Cela se traduit, au sein de la fromagerie Réo, par des choix en termes de logistique et la mise en œuvre d'une démarche d'amélioration de la qualité et d'un contrôle des coûts.

Questions obligatoires	
2.1	Expliquer pourquoi l'entreprise Réo opte pour une production en flux poussés pour ses camemberts AOP.
2.2	Identifier les enjeux de l'utilisation du progiciel de gestion intégré (PGI) dans l'automatisation du processus de gestion des commandes avec les grandes et moyennes surfaces (GMS).
2.3	Calculer le coût de revient unitaire d'un camembert AOP Réo pour le comparer à celui du marché.

Questions au choix. Répondre au choix à l'une des questions suivantes.	
2.4 a	Montrer en quoi la démarche qualité du produit « des camemberts AOP Réo » permet de créer de la valeur.
2.4 b	Montrer la cohérence du prix hors taxes (HT) d'un camembert AOP Réo avec le choix stratégique de l'entreprise Réo.

Dossier 3 - Le numérique au service de la performance

Documents à exploiter

Document 9 : transformation numérique : l'entreprise augmentée, c'est pour demain !

Document 10 : recueil d'avis de consommateurs

Document 11 : les enjeux liés à l'identité numérique des entreprises

Document 12 : les données personnelles

Conscient de l'intérêt que pourraient représenter les technologies numériques, David Aubrée souhaite y recourir tout en adoptant une approche éthique et responsable.

Questions obligatoires




3.1	En une quinzaine de lignes, expliquer en quoi le numérique peut contribuer à l'amélioration de la performance dans les entreprises.
3.2	Identifier les risques encourus par la fromagerie Réo en matière d'identité numérique.

Questions au choix. Répondre au choix à l'une des questions suivantes.

3.3 a	Présenter les actions mises en œuvre par la fromagerie Réo pour protéger les données personnelles de ses clients.
3.3 b	Distinguer les différentes modalités de communication mobilisées par la fromagerie Réo.

L'offre de la fromagerie Réo

La fromagerie Réo fabrique principalement des camemberts AOP au lait cru, moulés à la louche manuellement, mais aussi des produits traditionnels et haut de gamme comme le beurre de baratte moulé main, la crème épaisse et du fromage blanc campagnard et lissé.

Les produits de la fromagerie Réo			
Camembert AOP	Beurre de baratte	Crème	Fromage frais
			

Riche d'un savoir-faire transmis de génération en génération, la fromagerie a toujours fabriqué des produits de grande qualité.

Source : Site de l'entreprise www.reo.fr

Document 2

Les valeurs et les engagements de la fromagerie Réo

- Le respect du cahier des charges AOP, la satisfaction des clients ainsi que l'amélioration continue de la charte qualité signée avec les producteurs de lait sont une priorité.
- La fromagerie Réo contribue au développement d'une filière laitière durable. Elle accompagne au quotidien 50 producteurs locaux dans leur travail et fait du bien-être animal l'une de ses priorités, aussi bien pour s'assurer de la qualité du lait que par respect pour la condition animale.
- L'entreprise s'engage à maintenir des emplois dans la région en préservant et en transmettant un savoir-faire et en favorisant les emplois à durée indéterminée. Par ailleurs, l'entreprise a obtenu le score de 79/100 à l'index d'égalité femme-homme pour l'année 2019³. La fromagerie Réo privilégie les entreprises de la région pour ses achats de fournitures ou ses besoins de service.
- La fromagerie Réo s'engage activement dans une démarche écoresponsable en soignant le choix des matériaux utilisés, notamment les emballages recyclables et biodégradables.
- Les fournisseurs se trouvant dans un périmètre proche de la fromagerie Réo sont privilégiés afin de limiter les transports et donc réduire les émissions de gaz à effet de serre.
- Les chauffeurs laitiers et commerciaux doivent adopter une démarche d'écoconduite. De plus, les camions effectuant les tournées pour récupérer le lait répondent aux normes antipollution Euro 6⁴ permettant ainsi de réduire les émissions de particules et les rejets d'oxydes d'azote dans l'atmosphère.

3 Cet index se calcule en mesurant les écarts dans la politique de rémunération et la politique de promotion dans l'entreprise. S'il est inférieur à 75 points, la loi oblige l'entreprise à mettre en place des mesures correctives.

4 Depuis septembre 2015, tous les véhicules neufs vendus en Europe doivent répondre la norme Euro 6 qui fixe les seuils d'émissions de gaz polluants.

- Les producteurs et les collaborateurs sont invités à limiter leur consommation d'énergies ainsi que leur consommation en eau (un automate a été mis en place en 2018 pour réduire la consommation en eau).
- Dans cette démarche écoresponsable, l'installation d'une nouvelle chaudière à gaz pour la production d'eau chaude et d'un groupe froid avec récupération de calories est également prévue.

Source : d'après le site de l'entreprise www.reo.fr

Document 3

Les industriels du fromage sortent des sentiers battus

Le marché du fromage est porteur avec des résultats qui progressent beaucoup plus vite que le total des produits de grande consommation. En effet, les ventes sont en croissance de 4,1 % en valeur et de 1,8 % en volume fin juillet 2019. Les raisons sont toujours les mêmes. Les industriels ont réussi à s'adapter aux nouvelles attentes des consommateurs en proposant des produits qui s'inscrivent pleinement dans l'air du temps : convivialité, gourmandise, praticité et authenticité, le tout avec une image traditionnelle.

Les innovations sont toujours au cœur de la stratégie des industriels pour animer le rayon. Outre l'aspect innovations et produits, les fabricants multiplient les initiatives en termes de développement durable et empreinte environnementale, à l'instar de la fromagerie Réo qui met en avant son savoir-faire laitier traditionnel à travers une démarche qualité reconnue.

Source : d'après LSA, le 16/10/2019

Document 4

Démarche qualité du produit « camembert AOP Réo »



Puissance aromatique, texture généreuse, fleur fine, affiné sur mesure de blanc jusqu'à fait à cœur, tels sont les qualificatifs qui symbolisent le camembert AOP Réo.

Les labels de qualité de la fromagerie Réo

 <p>Appellation Origine Contrôlée</p>	<p>Ce label désigne un produit dont toutes les étapes de production sont réalisées et contrôlées selon un savoir-faire reconnu dans une même aire géographique qui donne ainsi ses caractéristiques au camembert de Normandie.</p>  <p>Ce label est un repère de confiance et d'authenticité pour les consommateurs. Saveurs de Normandie s'engage autour de valeurs essentielles telles que le respect du savoir-faire, l'origine locale des matières premières et le développement de l'emploi dans le secteur de l'agroalimentaire.</p>
 <p>Les médailles du Concours Général Agricole récompensent des produits du terroir et garantissent une qualité gustative. L'obtention d'une récompense offre également une visibilité médiatique au produit médaillé. La Fromagerie Réo possède 28 médailles du Concours Général Agricole dont 14 pour le Camembert AOP.</p>	

Une démarche d'amélioration

La certification IFS⁵ de notre entreprise permet de garantir la qualité et la sécurité de nos produits. Elle concerne les entreprises qui travaillent avec les GMS (grandes et moyennes surfaces) et démontre le respect des normes d'hygiène et de sécurité les plus exigeantes.

La fromagerie Réo s'inscrit depuis toujours dans une démarche d'amélioration continue de ses produits. Simplicité des ingrédients sélectionnés, maîtrise des exigences de l'AOP et l'obtention de nombreuses médailles au concours général agricole de Paris et au mondial du fromage de Tours font de la fromagerie Réo, une fromagerie à part !
Source : site de l'entreprise www.reo.fr

Document 5

Données financières concernant l'entreprise Réo

Indicateurs financiers de la fromagerie Réo	
Fond de roulement net global (FRNG)	1 643 100
Besoin de fond de roulement (BFR)	2 121 000
Trésorerie nette	- 477 900

Données en euros pour l'année 2019.

Source : les auteurs, données modifiées par souci de confidentialité et de simplification

Document 6

Les caractéristiques de la production du camembert AOP Réo

L'entreprise Réo fabrique plus de trois millions de camemberts AOP Réo par an à partir de matières naturelles : le lait cru, des ferments lactiques et du sel. Ces camemberts sont produits manuellement grâce à un savoir-faire artisanal. Seuls le salage et l'emballage sont automatisés et réalisés par des machines. 46 producteurs locaux, dont 32 habilités en AOP, fournissent exclusivement la fromagerie Réo en lait.

« Nous travaillons en étroite collaboration avec les producteurs afin de les accompagner et de les suivre au quotidien en leur donnant des conseils et en leur fixant des objectifs relatifs au cahier des charges AOP. Il est de notre responsabilité de garantir une qualité de lait répondant aux exigences du lait cru pour la fabrication de notre camembert ! » précise David Aubrée.

Avant la fabrication, le lait est contrôlé afin d'identifier sa qualité microbiologique. Si le lait est conforme aux exigences du cahier des charges AOP, il sera utilisé pour fabriquer nos camemberts au lait cru. Dans le cas contraire, après pasteurisation, le lait est revalorisé dans la production de nos beurres, crèmes fraîches et fromages frais.

Le stockage de ce type de lait dans des cuves réfrigérées ne peut excéder 72 h à compter de l'heure de la traite. Le camembert de Normandie est un fromage élaboré à partir de lait cru. Par contre, le lait pasteurisé est stocké plus longtemps.

⁵ International Featured Standard (IFS) : informations sur le référentiel de sécurité des aliments.

			
Tranchage du caillé utilisé pour la fabrication de notre camembert	Moulage de nos camemberts à la louche	Salage des camemberts	Affinage des camemberts en hâloir

Source : informations recueillies auprès de l'entreprise

Document 7

Le processus de commande du camembert AOP Réo

La détermination des quantités de camemberts AOP Réo à produire dépend des prévisions réalisées à partir, notamment, de données antérieures.

Une fois fabriqués, les camemberts font l'objet d'un stockage avant d'être commercialisés, distribués auprès des hypermarchés et supermarchés. Les commandes des GMS sont fréquentes et la livraison des produits doit intervenir dans les plus brefs délais.

Le module vente et gestion commerciale du progiciel de gestion intégré (PGI) de l'entreprise permet de traiter rapidement les bons de commande reçus des supermarchés et hypermarchés et d'établir les factures correspondantes. Ce PGI offre un accès rapide à l'information et facilite son partage. Il permet d'optimiser la réactivité de l'entreprise Réo et de mieux satisfaire les attentes des GMS et il réduit les « coûts cachés » (erreur de double saisie, non-respect des délais, etc.). La mise en place de ce PGI a nécessité un effort d'investissement financier et humain.

Source : informations recueillies auprès de l'entreprise

Document 8

Données relatives à la production et à la distribution du camembert AOP Réo

Charges directes pour un camembert AOP Réo
<u>Prix d'achat des matières premières achetées et consommées :</u>
2 litres de lait cru à 0,35 € le litre
10 g de sel à 1 € le kilogramme ⁶
<u>Main d'œuvre directe (MOD) de production (salaire des maîtres laitiers) :</u>
3 minutes par camembert à 15 € l'heure ⁷ de MOD

⁶ 1 kilogramme = 1 000 grammes

Autres charges directes liées au conditionnement :			
1 papier d'emballage d'une valeur 0,02 € l'unité			
1 boîte en bois au prix de 0,03 € l'unité			
<i>Remarque : les stocks seront négligés dans la démarche de calcul</i>			
Répartition des charges indirectes			
Charges indirectes	Approvisionnement	Production	Distribution
<i>Unité d'œuvre</i>	Litres de lait achetés	Heures de MOD	Nombre de camemberts vendus
<i>Coût de l'unité d'œuvre</i>	0,01 €	5 €	0,02 €

Le coût de revient moyen d'un camembert sur le marché est de **1 euro** pour un prix de vente public hors taxes de 1,50 euro.

Le prix de vente public hors taxes du camembert Réo est de 2,07 euros.

Source : les auteurs, données modifiées par souci de confidentialité et de simplification

Document 9

Transformation numérique : l'entreprise augmentée, c'est pour demain !

[...] « Si vous voulez survivre, il faut une stratégie de transformation numérique. Regardez le top 500 des plus grosses entreprises mondiales il y a vingt ans : ce n'est pas la même liste qu'aujourd'hui ; ceux qui n'y sont plus ont oublié d'innover ». Pour Reiner Van Grieken, vice-président de la filiale Europe-Moyen-Orient-Afrique d'Oracle, leader mondial des solutions de stockage et de gestion des données, la transformation numérique n'est pas une option pour les entreprises. Définie par l'Association française des utilisateurs du net (AFneT) comme « le processus de transformation de toutes leurs composantes sous l'influence des technologies de l'information et de la communication », cette stratégie vise à organiser la numérisation et l'automatisation progressive de leurs processus, de leurs métiers et de leurs organisations. Avec, à l'issue, la promesse de donner naissance à « l'entreprise augmentée » – celle qui aura amélioré sa productivité et son efficacité tout en ayant diminué ses coûts opérationnels. Grâce à l'intelligence artificielle (IA), ce scénario ne relève plus de la fiction. [...]

Source : www.lopinion.fr

Document 10

Recueil d'avis de consommateurs

Source : www.monavislerendgratuit.com

Les enjeux liés à l'identité numérique des entreprises

Les problématiques qui entourent l'identité numérique de l'entreprise ne peuvent plus être ignorées. Tous les secteurs d'activité sont touchés, ainsi que toutes les tailles d'entreprises. Toutes les organisations laissent des traces sur le *web* et sont susceptibles d'envoyer ou de recevoir des documents sensibles. Pour cette raison, toutes sont concernées par les enjeux liés à l'identité digitale qui se déploient à trois niveaux : *branding*, notoriété et cybercriminalité.

L'image de marque (branding)

L'image que l'entreprise projette d'elle-même à travers ses ressources propres (logo, site internet, visuels, publicités) est dépassée par l'image bâtie par les utilisateurs (prospects, clients, partenaires, fournisseurs, concurrents, détracteurs, etc.). Résorber ou, du moins, contrôler l'écart qui existe entre ces deux images est l'un des enjeux majeurs de ce début de XXI^e siècle en termes de maîtrise de l'identité numérique, le risque étant de laisser la parole aux utilisateurs et de négliger les contenus malveillants et les erreurs d'interprétation.

La notoriété

Si la réputation a toujours été un enjeu déterminant pour les entreprises, l'essor du *Web* a accentué son importance. Avec les réseaux sociaux notamment, un phénomène de bouche à oreille négatif (*bad buzz*) est vite arrivé. Les mauvaises nouvelles se répandent comme une trainée de poudre et la prolifération des informations mensongères (*fake news*⁸) fait qu'il n'est même plus nécessaire qu'une information soit vraie pour convaincre une large audience. Il est donc essentiel de suivre l'évolution de cette image de marque et d'être prêt à intervenir en cas de situation de crise.

La cybersécurité

Les risques pesant sur la sécurité des systèmes d'information ne cessent d'augmenter, mettant en danger à la fois les entreprises et leurs utilisateurs. Le nombre d'attaques informatiques contre les organisations a augmenté de 25 % en 2019, et quatre sociétés sur cinq en France sont mal préparées à se défendre contre ces risques. Partout dans le monde, les attaques contre les grandes entreprises se multiplient. Les pirates informatiques (*hackers*⁹) profitent de failles de sécurité pour dérober des données personnelles ou lancer des logiciels malveillants.

Source : www.certeurope.fr

8 Fake news : informations mensongères diffusées dans le but de manipuler ou de tromper le public.

9 Hacker : pirate informatique qui a beaucoup de connaissances en informatique et peut pirater des logiciels informatiques, des sites web...

Les données personnelles

The screenshot shows the top navigation bar of the RÉO website. On the left is the RÉO logo in white on a black background, followed by the tagline 'LE CAMEMBERT À PART' in red. On the right, there is a red button with a white shopping cart icon and the text 'Achetez nos produits en ligne'. Below this is a horizontal navigation menu with the following items: 'NOS PRODUITS' (with a house icon), 'NOUS CONNAÎTRE', 'NOTRE SAVOIR-FAIRE', 'RECETTES ET CONSEILS', 'BOUTIQUE ET VISITES', 'CONTACT', and 'RECHERCHE' (with a magnifying glass icon). Below the navigation menu, the word 'Accueil' is visible on the left side.

DONNÉES PERSONNELLES

La LAITERIE FROMAGERIE VAL D'AY - ETS RÉO s'engage à ce que la collecte et le traitement de vos données, effectués à partir du site réo.fr, soient conformes au règlement général sur la protection des données (RGPD) et à la loi Informatique et Libertés.

Chaque formulaire et téléservice limite la collecte des données personnelles au strict nécessaire et indique notamment :

- ◆ quels sont les objectifs du recueil de ces données (finalités);
- ◆ si ces données sont obligatoires ou facultatives pour la gestion de votre demande;
- ◆ qui pourra en prendre connaissance (uniquement la LAITERIE FROMAGERIE VAL D'AY - ETS RÉO en principe, sauf précision dans le formulaire lorsqu'une transmission à un tiers est nécessaire à la gestion de votre demande)
- ◆ vos droits Informatique et Libertés et la façon de les exercer auprès de la LAITERIE FROMAGERIE VAL D'AY - ETS RÉO.

Les données personnelles recueillies dans le cadre des services proposés sur réo.fr sont traitées selon des protocoles sécurisés et permettent à la LAITERIE FROMAGERIE VAL D'AY - ETS RÉO de gérer les demandes reçues dans ses applications informatiques.

Pour toute information ou exercice de vos droits Informatique et Libertés sur les traitements des données personnelles gérés par la LAITERIE FROMAGERIE VAL D'AY - ETS RÉO, vous pouvez contacter son délégué à la protection des données (DPO) :

- ◆ Contacter le DPO par voie électronique
- ◆ ou par courrier (avec copie de votre pièce d'identité en cas d'exercice de vos droits) à l'adresse suivante :

LAITERIE FROMAGERIE VAL D'AY - ETS RÉO

A l'attention du délégué à la protection des données (DPO)
1, rue des Planquette
50430 LESSAY

Source : site de l'entreprise www.reo.fr