

2	مدة الانجاز	الاقتصاد والتنظيم الإداري للمقاولات	المادة
3	المعامل	شعبة علوم الاقتصاد والتدبير مسلك العلوم الاقتصادية	الشعبة أو المسلك

Examen Probatoire N°2

Année Scolaire : 2020/2021

### Consignes

- ✓ Seule l'utilisation de la calculatrice non programmable est autorisée ;
- ✓ Évitez les ratures et surcharges, aérez le texte, numérotez les réponses, encadrez les résultats et utilisez la règle pour tracer les tableaux ;
- ✓ Le sujet comportera un barème détaillé. [(note/20)\*coefficient] ;
- ✓ **les annexes à compléter et à rendre avec la copie**

### Barème et numéros de pages

Dossier	N° de pages	Barème
Dossier N°1 : Stratégie et croissance	2-3	14 pts
Dossier N°2 : Gestion de ressources humaines	4-5	6pts
<b>Annexes</b>	<b>6-7</b>	
Présentation de la copie.....		
Note totale.....		<b>20 pts</b>

## **Dossier N°1 : Stratégie et Croissance**

### **Document 1.1 : Historique de Douja Promotion Groupe Addoha**

Créée en 1988 à l'initiative de son fondateur M. Anas Sefrioui, la société Douja Promotion Groupe Addoha est spécialisée dans la construction, le financement et la commercialisation de programmes de logements économiques, de moyen et de haut standing.

DPGA doit ses réalisations aux efforts qu'elle ne cesse d'entreprendre pour répondre, aux plans de la qualité et de la sécurité des logements, aux attentes de sa clientèle.

Le leader national du secteur de l'immobilier, Douja Promotion Groupe Addoha, a dévoilé mardi 02 janvier 2017 son nouveau plan stratégique « Priorité au Cash 2020 » (PAC 2020).

Ce nouveau plan repose sur une vision à la fois réaliste et ambitieuse axée sur la consolidation des acquis, le développement des relais de croissance et l'établissement d'un leadership régional, relève la même source, notant que pour mettre en œuvre ses ambitions, le Groupe s'est fixé 8 objectifs majeurs.

Source : [www.challenge.ma](http://www.challenge.ma)

### **Document 1.2 : Politique Sociale**

Climat social La société Douja Promotion Groupe Addoha veille à maintenir une politique sociale favorable au profit de ses employés. Le Groupe Addoha place la motivation et l'implication de ses employés comme une de ses priorités à travers la mise en place d'une réelle culture des objectifs.

### **Document 1.3 : Les voix de développement de Douja Promotion Groupe Addoha**

Il convient également de relever la capacité innovatrice du Groupe à travers son lancement du Guichet Unique, un outil mis en place pour faciliter aux acquéreurs l'accomplissement de l'ensemble des formalités liées à l'achat d'un logement dans un même espace.

En parallèle, le Groupe a étendu depuis 2009 son activité au segment des résidences principales de haut standing commercialisé sous la marque Prestigia et dont la gestion est assurée par une Business Unit créée à cet effet au sein du Groupe. Les performances commerciales enregistrées au titre de ce segment, dépassant les objectifs, ont confirmé l'existence au Maroc d'une forte demande confortant le Groupe dans la pertinence de sa décision d'élargir son champ d'action.

Depuis 2013, le Groupe Addoha a lancé des programmes de logements en Afrique subsaharienne, notamment en Côte d'Ivoire, en Guinée Conakry, au Cameroun, au Congo Brazzaville, au Niger, au Sénégal et au Mali. Ces programmes résultent de la signature de conventions et mémorandums avec les gouvernements respectifs de ces pays.

Source des documents : [www.lavieeco.com](http://www.lavieeco.com)

### **Document 1.4 : le secteur d'activité**

L'absence de barrières à l'entrée et les perspectives de profit avantageuses qu'offre le secteur a eu, et continue d'avoir pour effet d'attirer de nombreux opérateurs sur le marché de l'immobilier. La multiplication des opérateurs, aussi bien nationaux qu'internationaux, pourrait avoir un double effet :

- Une érosion des marges, conséquence d'une concurrence de plus en plus soutenue ;
- Un renchérissement du coût du foncier dans certaines zones faisant l'objet d'une forte demande émanant des promoteurs immobiliers.

La demande croissante en logements s'explique en partie par un accroissement de la démographie et par un phénomène d'exode rural massif causé par des sécheresses récurrentes depuis les années 80. Ainsi, entre 1971 et 2010, la population totale a doublé (TCAM entre 1971 et 2010 de 1,9%) alors que la population urbaine a plus que triplé sur la même période (TCAM de 2,1%).

La hausse des matières premières en 2008 et 2009 avec, à titre d'exemple, une hausse de 150% du prix du fer sur une période 16 mois, a engendré une hausse du coût de production

des logements sociaux et ainsi une réduction de la marge dégagée par les promoteurs immobiliers qui ne peuvent pas impacter cette hausse sur leur prix de vente.

Source : [www.ammc.ma](http://www.ammc.ma)

**Document 1.5 : dates clés**

Date	Opération
1988	Création de la société Douja Promotion S.A
2001	<b>Septembre</b> : Obtention de la certification ISO 9001 – version 2000 couvrant les domaines de la conception, du développement, de la production et de la commercialisation ;
2005	<b>Octobre</b> : Création de la filiale Immolog
2008	<b>Juin</b> : Signature d'un accord avec la Caisse d'épargne pour la commercialisation et promotion des produits Addoha à travers les réseaux du GCE
2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• l'intégration d'une nouvelle filiale (Jardins d'Angré), détenue à 60%</li> <li>• le chiffre d'affaires en Afrique de l'Ouest s'élève à 432 M MAD contre 47 M MAD en 2018, représentant désormais 12% du chiffre d'affaires du Groupe.</li> </ul>

Source : [www.ammc.ma](http://www.ammc.ma)

Travail à faire N° 1 (14pts)		
Numéro	Questions	Barème
1	<b>Préciser</b> pour Douja Promotion Groupe Addoha : <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Le métier</b></li> <li>• <b>La mission</b></li> </ul>	<b>0.5pt</b> <b>0.5pt</b>
2	<b>Dégager</b> pour l'entreprise : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une finalité économique</li> <li>• Une finalité sociale</li> </ul>	<b>0.5pt</b> <b>0.5pt</b>
3	a) <b>Compléter</b> , à partir du document 1.4, l'annexe N°1. b) <b>Rappeler</b> l'intérêt de la réalisation du diagnostic externe	<b>2pts</b> <b>0.5pt</b>
4	<b>Compléter</b> l'annexe N°2	<b>4.5pts</b>
5	<b>Compléter</b> , à partir du document 1.5, l'annexe N°3	<b>3pts</b>
6	<b>Relever pour</b> Douja Promotion Groupe Addoha <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un indicateur quantitatif</li> <li>• Un indicateur qualitatif</li> </ul>	<b>0.5pt</b> <b>0.5pt</b>
7	a) <b>Nommer</b> la forme de concentration réalisée entre Groupe Addoha Et Jardins d'Angré immobilier. b) <b>Présenter</b> une cause interne et une cause externe de la concentration	<b>0.5pt</b> <b>0.5pt</b>

## **Dossier N°2 : Gestion des Ressources Humaines**

### **Document 2.1 : La politique RH**

La mise en œuvre de la stratégie du Groupe ADDOHA s'appuie sur un socle majeur : ses ressources humaines. La politique RH du Groupe vise ainsi à développer et à valoriser les compétences tout en favorisant l'épanouissement et la participation des collaborateurs dans le processus décisionnel.

D'importants chantiers RH sont menés en parallèle afin d'améliorer l'efficacité des processus internes. Une politique de recrutement axée sur les compétences stratégiques afin de faire face au développement de ses activités, notamment à l'international, ADDOHA recrute des profils répondant à ses besoins en compétences à court et moyen terme.

Le comité de l'entreprise est dirigé par le Président de la Société. Ce comité se réunit de manière semestrielle en vue de déterminer principalement la politique salariale et les augmentations promotionnelles des employés du Groupe ; les décisions relatives aux recrutements et au plan de formation ; la définition de l'organigramme et des fonctions.

**Source : rapport financier annuel 2019(texte adapté)**

### **Document 2.2 : Avis de recrutement d'un animateur grand compte (H/F)**

#### Description du poste :

Vous aurez comme principales missions:

Prospection et développement des partenariats.

Prise de contact avec les prospects (Phoning, emailing, porte à porte ...)

Participation à l'organisation des événements et de journée portes ouvertes chez nos partenaires.

Présentation des programmes et offres commerciales chez les partenaires conventionnés.

Vous serez rattaché au service ressources humaines

#### Profil recherché :

Formation supérieure (Bac+3 Minimum) en commerce, immobilier ou vente.

Expérience de 3 ans dans la prospection B2B et la gestion des grands comptes.

Aptitude commerciale, capacité d'écoute et sens de l'organisation.

Très bonne maîtrise du français et de l'arabe.

**Source : [www.groupeaddoha.com](http://www.groupeaddoha.com)**

### **Document 2.3 : Politique de recrutement**

#### **Avez-vous conclu des partenariats avec des organismes de formation pour trouver les profils nécessaires?**

Dans le cadre de notre politique de marketing ressources humaines visant à promouvoir et développer notre image de marque en tant que employeur, nous effectuons une série de visites aux grandes écoles, université et organismes de formation. Ceci nous permet de collecter des CV intéressants. Et n'existe pas pour l'instant de partenariat spécifique avec tel ou tel établissement de formation. Nous restons ouverts à toute offre de service présentant les qualifications requises.

#### **En quoi consiste la politique de motivation de vos collaborateurs ?**

Notre politique commence déjà par le recrutement de ressources motivées intrinsèquement par notre secteur et notre métier. Ces ressources sont intégrées à l'aide d'un parrain, formées et accompagnées. La réalisation des objectifs est rétribuée, selon le type d'emploi, par des primes, commission et/ou augmentation salariale.

Source : L'économiste du 30-11-2010 (Entretien avec Mohammed Benouna)(texte adapté)

Le Groupe ADDOHA encourage ainsi la mobilité géographique et fonctionnelle qui permet de multiplier les expériences de ses salariés et d'améliorer l'adéquation poste/profil.

Source : rapport financier annuel 2019

<b>Travail à faire N°2 (6pts)</b>		
<b>Numéro</b>	<b>Questions</b>	<b>Barème</b>
<b>1</b>	a) <b>Repérer</b> le moyen de communication interne utilisé par Douja Promotion Groupe Addoha	<b>0.25pt</b>
	b) <b>Préciser</b> l'objectif recherché à travers ce moyen de communication	<b>0.25pt</b>
<b>2</b>	a) <b>Caractériser</b> le style de commandement adopté par Douja Promotion Groupe Addoha	<b>0.25pt</b>
	b) <b>Justifier</b> votre réponse.	<b>0.25pt</b>
<b>3</b>	<b>Compléter</b> l'annexe N°4	<b>1.5pts</b>
<b>4</b>	a) <b>Repérer</b> un moyen de sélection	<b>0.25pt</b>
	b) <b>Citer</b> son rôle	<b>0.25pt</b>
<b>5</b>	<b>Compléter</b> l'annexe N°5	<b>2pts</b>
<b>6</b>	a) <b>Repérer</b> un moyen d'intégration chez Douja Promotion Groupe Addoha	<b>0.5pt</b>
	b) <b>Montrer</b> l'intérêt de l'intégration des nouvelles recrues	<b>0.5pt</b>

## Annexe à compléter et à rendre avec la copie

### Annexe N°1 : Le diagnostic externe

Eléments	Opportunité (*)	Menace (*)
❖ L'absence de barrières à l'entrée		
❖ Un accroissement de la démographie		
❖ Les perspectives de profit avantageuses		
❖ Un phénomène d'exode rural massif		

(\*) Répondre, en mettant une croix dans la case correspondante

### Annexe N°2 : Les stratégies de Groupe Addoha

Stratégie	Illustration	Un avantage	Une limite
Développement du produit	..... ..... .....	..... ..... .....	..... ..... .....
Niche	..... ..... .....	..... ..... .....	..... ..... .....
Internationalisation	..... ..... .....	..... ..... .....	..... ..... .....

### Annexe N°3 : La croissance de Groupe Addoha

Date	Mode de croissance	Modalité de la croissance	Un avantage	Une limite
2005	.....	.....	..... ..... .....	..... ..... .....
2008	.....	.....	..... ..... .....	..... ..... .....

### Annexe N°4 : Analyse des besoins

Poste de travail		Profil de poste	
<b>Intitulé du poste</b>	.....	<b>Savoir</b>	.....
<b>Position hiérarchique</b>	.....	<b>Savoir-faire</b>	.....
<b>Missions</b>	..... ..... .....	<b>Savoir-être</b>	.....

### Annexe N° 5 : la politique de recrutement

Mode de recrutement	Justification	Avantage	Limite
.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....