

Gabin

Note de délibération : 20 / 20

Numéro d'inscription

Né(e) le

Nom

Prénom(s)

Signature

 Ecricome

Épreuve :

Management et science de gestion

Sujet

☐ 1

ou

☐ 2

(Veuillez cocher le N° de sujet choisi)

Les feuilles dont l'entête d'identification n'est pas entièrement renseigné ne seront pas prises en compte pour la correction.

Feuille

01

/ 03

Numéro de table

009

Analyse du cas :

1) Le modèle économique de Geben peut être définie comme la manière dont l'entreprise organise ses ressources et compétences pour créer de la valeur.

~~Le modèle économique de Geben~~

Ainsi l'évolution du modèle économique de Geben est le suivant (depuis 2017) :

- proposition de valeur : En 2017 Geben est une application de don entre particulier proche géographiquement (valeur sociale et perçue). Elle offre une seconde vie aux objets et favorise l'économie circulaire (valeur environnementale). En 2019 l'application devient gratuite (valeur perçue) et les produits trouvent plus facilement repreneurs. En 2021 Geben lance son offre Geben pro pour permettre aux entreprises d'écouler leurs invendus évitant le gaspillage (valeur sociale). Enfin en 2024 l'entreprise lance un magasin physique à Toulouse (valeur financière et perçue). Ainsi le fait d'offrir une seconde vie aux produits favorise l'empreinte carbone

NE RIEN ÉCRIRE

DANS CE CADRE

et l'économie circulaire (valeur environnementale et sociale).

- Segment de clientèle : Tout d'abord les clients en 2017 étaient des particuliers (elle exerçait en B to C) puis ensuite en 2019 elle élargie sa clientèle avec 2 nouvelles formules d'abonnement et enfin en 2021 elle se lance en B to B avec les professionnels du secteur du commerce. Ainsi ses clients son des particuliers (en ligne ou en physique) et des professionnelles
- Sources de revenus : En 2017 l'entreprise voit ses revenus via les publicités sur son application puis en 2019 2 offres d'abonnement payantes. En 2021 l'offre Geber Pro est une nouvelle source de revenu (en 2023 Geber Pro = 20% CA). En 2018 l'entreprise lève 3 millions d'euros et en 2024 l'entreprise lève 4,5 millions d'euros auprès des même actionnaires. Le magasin en physique est aussi une nouvelle source de revenu. (Geber Plus = 39,90€/an et Geber illimité = 29,9€/mois)
- Structure de coûts : En 2017 ses seuls coûts étaient lié à son application (maintenance, coût technologiques...) puis ensuite les coûts des développement des 2 autres

abonnement et enfin depuis son succès les coûts de ressources humaines, l'entreprise souhaite recruter une directrice de communication, une assistante marketing et un commercial.

Ainsi depuis 2017 l'entreprise voit son modèle économique évoluer et grandir, l'entreprise est dans une période de croissance depuis, comme le montre l'évolution de son chiffre d'affaire en 4 ans.

2)

Actif	Σ	Passif	Σ
ES	2 336 645	RS	5 872 955
ACE	8 05 202	PCE	482 826
ACHE	0	PCME	0
TA	3 213 934	TP	0

Aggrégats :

FANG	353 630 353 6310
BFRE	322 322 376
BFRME	0
BFR	322 376
TN	3213 934

Ratios d'analyse financière :

$$\frac{2336655 + 322376}{2950818} \quad \frac{(ES + BFRE)}{CP}$$

$$= 0,9011 \times 100$$

$$= 90,11 \%$$

Le FANG a donc ^xfortement évolué en 1 an, cela s'explique avec la levée de fond des actionnaires de 4 423 953€.
Le FANG constitue les ressources dont l'entreprise dispose sur le long terme.

Le BFR correspond à l'argent que l'entreprise a besoin en permanence pour financer son exploitation, le BFR a augmenté en 1 an en raison d'une augmentation dans les dettes fournisseurs et les produits constatés d'avance.

La trésorerie reste positive ce qui est bénéfique pour l'entreprise, en effet les ressources à long terme financent amplement les ~~ressources~~ besoins à court

Numéro d'inscription

Né(e) le

Nom

Prénom(s)

Signature



Épreuve :

Management

Sujet

☐

ou

☐

2

(Veuillez cocher le N° de sujet choisi)

Les feuilles dont l'entête d'identification n'est pas entièrement renseigné ne seront pas prises en compte pour la correction.

Feuille

☐

02

☐

03

Numéro de table

☐

00

☐

9

terme grâce à son FRNG très élevé.

Son ratio d'endettement financier est de 90%.

Ce qui est relativement élevé mais l'entreprise peut espérer sur le long terme de le diminuer.

L'entreprise a donc utilisé en 2018 et en 2024 le même mode de financement par fond propre en levant 4,5 millions en 2024. Au vu de ses résultats ces modes sont appropriés et permettent à l'entreprise de ne pas devoir rembourser des intérêts si elle avait choisi un financement par endettement. Toutefois il y a un coût ~~de~~ indirect exigés par les actionnaires.

NE RIEN ÉCRIRE

DANS CE CADRE

3) Le SI peut être défini au sens de Robert Peix comme un ensemble structuré de ressources qui permet de collecter, stocker, traiter et distribuer de l'information. L'alignement stratégique désigne la cohérence entre la stratégie de l'entreprise et son SI. Avec les travaux de Henderson et Venkatraman, l'alignement stratégique se fait de 2 nortes : l'alignement du SI avec la stratégie (M1 + M2) et l'alignement de la stratégie avec le SI (M3 + M4).

★ Ainsi le recours aux services de Google Cloud favorise la cohérence. Avec le modèle du document théorique, il faut que le SI assure un équilibre entre besoins en traitement et capacité de traitement.

- Alignement pour les besoins en traitement :

- Les crédits sont renouvelés tout les jours augmentant donc les besoins
- Les clients consultent souvent sur le site
- L'entreprise code plus pour ses produits augmentant l'analyse

- Alignement entre capacité de traitement:

- Service Google Cloud a + de 800 000 objets disponibles sur le site
- le service offre une facilité de ~~traitement~~ téléchargement
- la fonction autoscale renforce cette idée de capacité.

Ainsi le service Google Cloud permet d'aligner la SI avec la stratégie mais l'inverso aussi, grâce à la double cohérence entre la capacité de traitement et le besoin de traitement entre Geben et le service Google cloud.

Dans le cas de l'entreprise Geben:

- 1) ~~Il existe 3 grandes st~~
L'affirmation est partiellement vraie

Il existe 3 grandes stratégies de distribution,
• omnicanal, cross-canal et multi-canal.

La stratégie multicanal permet à l'entreprise d'être présente sur plusieurs ~~réseaux~~ canaux différents sans laisser la possibilité aux clients de changer de canal rapidement. Geben est une entreprise qui se base sur des dons, elle met en relation avec son application il semblerait donc plus logique qu'elle opte pour une stratégie cross-canal les clients achètent et peuvent venir récupérer dans les ~~marchés~~ magasins, pour les professionnels

ou bien omnicanal afin d'avoir une expérience fluide tout le long.

Mais cette stratégie peut être utile pour s'implanter rapidement à grande échelle mais cela l'éloigne de ~~son~~ sa raison d'être.

2) Cette affirmation est partiellement fautive

En effet l'offre de Gebben, portant sur les dons, peut fidéliser de nouveaux clients qui n'auraient donc plus envie d'acheter du neuf car ce serait plus cher est moins écologique / éco-responsable.

Cependant l'offre de Gebben ne segmente pas toute la population, les mêmes clients. En effet beaucoup de personnes n'ont pas le temps, l'envie ou l'information pour et préfère acheter du neuf pour le plaisir, la solidité ou des raisons éthique de ne pas récupérer des vieilles affaires

Ainsi le développement de l'offre de Gebben peut impacter à une faible échelle les enseignes traditionnelles, mais dans la société de consommation actuelle cette menace est faible.

Numéro d'inscription

Né(e) le

Nom

Prénom (s)

Signature

Ecricome

Épreuve :

Management

Sujet

☐ 1

ou

☐ 2

(Veuillez cocher le N° de sujet choisi)

Les feuilles dont l'entête d'identification n'est pas entièrement renseigné ne seront pas prises en compte pour la correction.

Feuille

03

/ 03

Numéro de table

009

3) L'affirmation est fautive

La méthode des moindres carrés est une méthode de prévision, elle met en avant une variable de type

$$Y = aX + b$$
ici $a = 0,3$ $b = 0,45$ X = l'année Y = le chiffre d'affaires en million d'eurospour l'année ~~2026~~, $X = 5$

$$Y = 0,3 \times 5 + 0,45$$

$$Y = 1,95$$

Soit 1,95 million d'euros ainsi pour 2026 le CA prévisionnel peut être de 1,95 million d'euros.

Le $r = 0,989$ ce qui signifie que les variables sont ~~estimer~~ presque parfaitement corrélées.

NE RIEN ÉCRIRE

DANS CE CADRE

En général :

1) Cette affirmation est partiellement fausse

La marge sur coût spécifique correspond à la marge d'un produit une fois qu'on a retiré ses coûts spécifiques: $CA - CV - \text{Charges spécifiques}$
 $= \text{Marge sur coût spécifique}$

Si cette dernière est négative alors elle fait perdre de l'argent à l'entreprise. & L'entreprise peut donc décider de l'~~abandonner~~ abandonner.

Cependant il faut analyser le produit et la place qu'il occupe dans l'offre. Certes ce produit peut faire perdre de l'argent à l'entreprise mais il peut être un produit phare qui attire et fidélise de nouveaux clients ce qui est bénéfique pour elle. Le produit peut aussi aider à inciter à la vente d'autre produit. Il peut ~~être~~ faire concurrence à d'autre produit d'autre marque et ainsi la disposition augmenterait les ventes et les parts de marchés d'entreprise concurrentes.

Ainsi il faut analyser l'utilité du produit.

2) Cette affirmation est partiellement vraie

En effet des entreprises peuvent être ~~amener~~ amenées à coopérer pour s'entendre sur les prix, ~~et~~ et diminuer la concurrence. Ou bien s'échanger des informations.

Cependant ces pratiques sont totalement interdites par l'article 420-1 du code de commerce et 101-1 du TFUE.

Si les entreprises sont remarquées elles peuvent écoper d'une amende allant jusqu'à 10% du CA ainsi qu'une publication de l'entente dans le journal.

3) Cette affirmation est plutôt vraie

Selon Claude Lévy Leboyer la motivation peut se définir comme la capacité de faire un effort important pour une activité précise. Ce n'est pas un trait de caractère.

En effet certains salariés ne sont pas motivés par la rémunération donc une politique de rémunération faible peut avoir peu d'importance.

Cependant, selon la théorie bifactorielle d'Herzberg,

la rémunération est un ^{facteur} ~~condition~~ d'hygiène, ainsi le fait que le facteur ne soit pas rempli peut mener à l'insatisfaction donc à la démotivation des salariés. De plus si la politique de rémunération n'est pas équitable et est jugée injuste par les salariés, elle peut créer de la démotivation car les salariés peuvent comparer leur input et output (théorie d'équité d'Adams).

Enfin la politique de rémunération peut même mener à la motivation si au sens de VROOM elle respecte les facteurs suivants (VIE) :

- Valeur
- Expectancy
- Instrumentality

L'entreprise doit donc faire attention à sa politique de rémunération.