

Devoir surveillé (Semestre 1)

Filière : GI, GM
Niveau : 1^{ère} année
Matière : Organisation et gestion de l'entreprise
Enseignant(e) : Mervet Werda Haddar

Date : 19/11/2012
Durée : 1H30
Documents : non autorisés
Calculatrice : autorisée

Question de cours :

- 1-La planification est la première fonction du processus de gestion, elle est primordiale. Présentez ses intérêts et ses limites.
- 2- Présentez et définissez le processus de gestion.
- 3- Citez brièvement les étapes du processus de prise de décision.

Etude de cas : L'entreprise danoise LEGO

La firme danoise LEGO (9 000 salariés et 50 sociétés sur six continents) présente sur le marché des jouets depuis 50 ans, avec au départ un seul produit spécifiquement destiné aux garçons à savoir la brique de construction, a connu des difficultés : Son chiffre d'affaires a chuté en 1995, son résultat de la même année a diminué de 50 % par rapport à celui de 1993 sans oublier ses parts de marché qui ont régressé dans tous les pays dans lesquels elle exerce.

Les raisons sont que depuis une longue période, l'entreprise LEGO n'a pu conserver son avance technologique face à des concurrents comme TYCO et MECCANO et n'a pas pu se défendre contre des nouveaux venus comme l'américain K'NEX et le canadien RITVIK qui sont bien décidés à faire disparaître LEGO.

De plus, les distributeurs de LEGO, qui sont des magasins spécialisés de grande taille, comme TOYS'R'US, WALLMART, KMART et TARGET aux Etats-Unis, concentrent généralement les deux tiers des ventes de LEGO et exercent sur cette dernière une forte pression en imposant des contraintes de délai, de prix, de qualité, etc.

Il en découle que la pression sur le lancement de nouveautés par LEGO s'accroît surtout que les enfants sont de plus en plus rivaux à leurs ordinateurs délaissant du même coup leurs autres jouets.

(...) entre 1995 et 1997, LEGO accélère le lancement de nouveaux produits cherchant ainsi à renouveler au minimum 30 % de l'ensemble de ses produits chaque année.

Pour ce faire, la société s'est adressée aux filles pour le produit traditionnel : des briques pour des maisons pastels et a lancé de nouveaux produits de loisir : jeux vidéo et CD-Rom.

Ces innovations sont renforcées par des investissements massifs en recherche et développement et par des relations avec d'autres entreprises. Toutefois, du côté industriel, une réorganisation a conduit

chacune des cinq usines situées au Danemark, en Suisse, au Brésil, aux Etats-Unis et en Corée du sud à se spécialiser à la fois par produit et par zone géographique. Le coût s'est élevé à 660 millions de francs en 1995.

Du côté personnel, l'entreprise LEGO a développé un impressionnant plan de motivation axé sur les trois points suivants :

- Amélioration des conditions de travail en généralisant la climatisation chaud et froid dans tous les locaux des usines.
- Une visite médicale gratuite est offerte par mois avec prise en charge des frais des médicaments.
- Proposition des vraies perspectives de carrière.

Travail à faire :

- 1- Relevez les différents éléments de l'environnement de l'entreprise LEGO.
- 2- Présentez les différentes étapes du processus de sa planification.