

Baccalauréat STMG

Session 2025

Épreuve : **Management, sciences
de gestion et numérique**

Durée de l'épreuve : 4 heures

Coefficient : 16

PROPOSITION DE CORRIGÉ

DOSSIER 1 : Le modèle économique de l'entreprise Bébé Serein

1.1 Présenter les finalités de l'entreprise Bébé Serein

La finalité d'une entreprise peut être définie comme sa raison d'être. C'est le but général qui justifie son existence. Quelle que soit sa taille ou son activité, la finalité principale d'une entreprise repose sur sa capacité à réaliser des profits et à être pérenne. Ceci dit, il convient de préciser qu'il existe des finalités complémentaires qui se mettent au service de cette finalité première, car elles sont susceptibles d'attirer une clientèle attentive par exemple à un positionnement éco-responsable, développement durable etc.

L'entreprise Bébé Serein poursuit donc plusieurs finalités qui illustrent son engagement au-delà de la simple recherche de profit.

- **Finalité économique** : Comme toute entreprise, Bébé Serein cherche à assurer sa rentabilité et sa pérennité. Elle a choisi un modèle d'abonnement en ligne sans engagement qui permet une fidélisation de la clientèle et une réduction des coûts de distribution.
- **Finalité sociale** : Bébé Serein collabore avec des ESAT (établissements et services d'aide par le travail) pour l'assemblage de ses kits, favorisant l'inclusion des personnes en situation de handicap.
- **Finalité environnementale** : L'entreprise adopte une approche écologique (circuit court, produits certifiés, reboisement) pour réduire son empreinte carbone.
- **Finalité sociétale** : Elle participe à des actions citoyennes comme le "Green Friday" et sensibilise les consommateurs à une consommation responsable.

1.2 Identifier les facteurs du comportement des consommateurs

Le comportement du consommateur désigne le processus de décision, les influences et les actions qu'un consommateur effectue lors de l'achat d'un produit.

En analysant et en identifiant le processus décisionnel des consommateurs, il est possible de mettre en place la stratégie marketing la plus efficace. La segmentation marketing, également appelée parfois segmentation du marché, est un processus consistant à diviser un marché cible en différents

segments ou groupes homogènes, afin de mieux comprendre les besoins, les comportements et les préférences des clients.

Cette approche utile et incontournable, permet aux entreprises de personnaliser leurs stratégies de marketing pour chaque segment, afin d'optimiser leur efficacité et de maximiser les résultats.

Le marketing de segmentation est donc une stratégie complexe qui permet de mieux cibler les clients en appréhendant leurs attentes.

Les consommateurs de Bébé Serein ont des comportements influencés par plusieurs facteurs :

- **Les besoins :** Hygiène du nourrisson, santé, sécurité. Les parents recherchent des produits sans risques pour leurs enfants et sont très attentifs au choix d'une marque quand il s'agit de leurs progénitures.
- **Les motivations :**
 - *Oblatives* : volonté de prendre soin de leur enfant.
 - *Hédonistes* : plaisir de consommer des produits de qualité, naturels.
 - *Ethiques* : soutien à une entreprise engagée, respectueuse de l'environnement.
- **Les freins :** Le prix peut constituer un frein pour certains ménages. Le pouvoir d'achat étant déjà largement impacté ces dernières années avec l'inflation. De plus, le mode de distribution exclusivement en ligne peut exclure certains consommateurs.
- **L'attitude :** lorsqu'elle perçue comme positive, renforcée par la transparence, les labels, et les avis positifs relayés sur les réseaux sociaux, il est donc plus facile d'attirer de nouveaux consommateurs et de les fidéliser

1.3 Le modèle économique est-il adapté à ces comportements ?

Un modèle économique (ou business model en anglais) décrit la manière dont l'entreprise va créer de la valeur pour l'ensemble des parties prenantes et gagner de l'argent. Un modèle économique se compose de plusieurs éléments :

- les objectifs
- les choix stratégiques
- l'offre de produits ou services
- les ressources

Le business plan, quant à lui, décrit précisément, et de manière chiffrée, le modèle économique de l'entreprise. Un business plan repose donc, en majeure partie, sur le modèle économique de l'entrepreneur.

Le modèle de l'abonnement est avantageux, notamment pour la prévisibilité et la stabilité des revenus. Il existe plusieurs business modèles d'abonnements (freemium, premium, abonnement à un produit ou service, etc.) avec des flux de revenus différents.

Le modèle d'abonnement en ligne sans engagement est donc bien adapté aux nouveaux comportements :

- Il répond au besoin de souplesse et de confort des parents.
- Il est aligné avec les valeurs éthiques et écologiques des consommateurs.
- Il permet de réduire les intermédiaires et donc d'offrir un bon rapport qualité/prix.
- La forte communauté d'utilisateurs engagés sur les réseaux sociaux renforce la notoriété et la confiance.

Cependant, il reste des axes d'amélioration : une distribution exclusivement en ligne pourrait être complétée par des points relais ou pharmacies pour atteindre une clientèle plus large.

1.4 Limites du modèle économique sur le plan environnemental et sociétal

Malgré certains avantages évidents, le modèle présente plusieurs limites :

- **Environnementales :**

- > La livraison à domicile, surtout en mode express, génère du CO₂. Ce qui ne répond pas aux attentes actuelles en terme de développement durable

- > L'utilisation d'outils numériques et de data centers consomme beaucoup d'énergie et produit des déchets électroniques.

- **Sociétales :**

- Les familles précaires restent exclues par le prix des produits.
 - L'accès numérique peut être une barrière pour certains foyers.

DOSSIER 2 : Diversification de l'offre

2.1 Calcul du FRNG, BFR et Trésorerie Nette

Le fonds de roulement représente la somme dont dispose l'entreprise pour payer ses fournisseurs, ses employés et l'ensemble de ses charges de fonctionnement, en attendant d'être rémunérée par ses clients.

- **FRNG** = Ressources stables - Emplois stables = $(1\,474\,370 + 107\,514 + 299\,038) - (64\,891 + 136\,648 + 202\,187) = \mathbf{1\,477\,196\,€}$

Le BFR correspond au décalage de trésorerie issu de l'activité courante de l'entreprise. La somme des coûts engendrés par l'activité de l'entreprise forme le prix de revient du produit ou service vendu. C'est l'encaissement du prix de vente qui couvrira à la fois le montant du prix de revient et la marge prévue

- **BFR** = Actif circulant hors trésorerie - Passif circulant hors trésorerie = $(2\,841\,330 + 4\,185 + 278\,736) - 3\,205\,666 = \mathbf{-81\,415\,€}$

La trésorerie nette se calcule d'après le solde de trésorerie de l'entreprise et non pas d'après la somme des comptes débiteurs et créditeurs. Elle permet donc de connaître le montant exact que l'entreprise peut mobiliser en une journée. Cette trésorerie nette est un bon indicateur de la capacité de remboursement.

- **Trésorerie nette** = FRNG - BFR = $1\,477\,196 - (-81\,415) = \mathbf{1\,558\,611\,€}$

L'entreprise dispose donc d'une trésorerie positive importante, ce qui lui assure une bonne autonomie financière et permet donc d'envisager l'avenir sereinement.

En matière :

> d'investissement

> financement de la RD

> Formation des salariés

2.2 Calcul des taux d'évolution du chiffre d'affaires et du résultat

Le chiffre d'affaires correspond à la somme des ventes d'une entreprise, exprimé HT ou TTC. Il est un indicateur clé pour évaluer la performance, les parts de marché, et la santé financière de l'entreprise.

Le calcul de son évolution est donc essentiel pour une entreprise.

- **CA** : $((13\,046\,166 - 5\,829\,659) / 5\,829\,659) \times 100 = +123,7 \%$

En comptabilité, le résultat net d'une entreprise ou d'une entité est la différence, sur une période déterminée, entre les produits et les charges auxquelles s'ajoute l'impôt sur les sociétés. Lorsque le résultat net est négatif, il est appelé déficit ou perte.

- **Résultat** : $((845\,253 - 416\,845) / 416\,845) \times 100 = +102,7 \%$

Ces résultats montrent une forte croissance de l'activité et une maîtrise des charges, permettant de doubler les bénéfices en deux ans.

2.3 Justifier la diversification vers le lait infantile bio

Il existe plusieurs types de diversification, la diversification de métiers repose sur l'exercice par l'entreprise de plusieurs activités. Ces métiers peuvent être identiques ou voisins, le métier actuel est alors complété par les activités complémentaires (appelées diversification liée ou concentrique) ou totalement différentes (appelées diversification conglomerale).

Ceci dit la diversification peut aussi s'apparenter à une diversification de produits, elle fait alors référence à l'élargissement de la gamme de produits proposée par une entreprise. Cela signifie que l'entreprise décide d'étendre son marché ou de toucher une nouvelle clientèle en proposant de nouveaux produits ou en diversifiant les produits déjà existants.

A l'étudiant de justifier selon son analyse, bien que produire du lait pour enfant dans un positionnement agroalimentaire, semble tout de même plus s'apparenter à une diversification de métiers, par rapport à la production de couches.

La diversification peut être justifiée par les éléments suivants :

- La communauté de parents a exprimé cette attente.
- La compétence de l'entreprise en produits bio pour bébés est transposable.
- La solidité financière permet de financer cette diversification.
- La marque peut capitaliser sur sa notoriété et ses circuits courts.
- Cela permet de réduire sa dépendance au seul marché des couches.

2.4 Une décision relevant du management stratégique

Le management stratégique correspond à l'ensemble des décisions prises par la direction de l'entreprise, ayant un impact à moyen et à long terme et qui visent principalement à définir la stratégie de l'entreprise et garantir son développement et sa pérennité.

La diversification vers la production de lait infantile n'est donc pas anodin, investir dans des outils de production spécifiques à l'agroalimentaire, respecter les contraintes réglementaires concernant l'hygiène et la sécurité représentent des défis majeurs à respecter.

- Engage des ressources importantes (recherche, production).
- Vise un nouveau segment de marché et se faire connaître
- Crée une nouvelle valeur pour les clients avec un produit différencié

Tout en étant capable de répondre aux objectifs de développement durable et à la mission principale de l'entreprise, c'est à dire assurer son développement et ses profits.

DOSSIER 3 : L'éthique au service de la performance

3.1 Montrer l'engagement éthique de l'entreprise

L'engagement éthique désigne la prise de décisions et d'actions basées sur des principes moraux et des valeurs responsables dans divers contextes, tels que le travail, l'environnement et la société dans une logique beaucoup plus globale.

Quoi qu'il en soit, cette démarche ne peut s'appliquer que dans le respect d'un positionnement RSE cohérent et transparent, notion que nous aborderons plus en détail dans le traitement de la dernière question de ce sujet.

Voici donc plusieurs éléments démontrant le positionnement éthique de l'entreprise BEBE SEREIN :

- Produits sans produits chimiques ni perturbateurs endocriniens, ce qui correspond à des attentes fortes de la part des consommateurs.
- Labels indépendants qui valident le positionnement de l'entreprise (Quelle Couche, FSC, Ecolabel).
- Utilisation de fournisseurs locaux, circuits courts.
- Projet de relocalisation de la production de cellulose.
- Actions de reboisement en France.
- Journée Green Friday pour contrer la surconsommation.

3.2 Pratiques RH et motivation

Les RH ont un rôle essentiel au sein de l'entreprise, ils recrutent et placent chaque individu au poste qui convient le mieux à ses aptitudes, ses compétences et ses aspirations. Il organise la formation et l'intégration des salariés dans l'entreprise. Il assure la rémunération, la promotion des salariés et le développement de leur carrière.

Ils peuvent également donner l'occasion aux salariés de participer à la prise de décision, de donner leur avis et de contribuer aux objectifs de l'organisation. Cela peut inclure des réunions d'équipe régulières, des boîtes à suggestions et des enquêtes auprès des employés

Divers leviers peuvent donc être mis en application dans l'entreprise :

- Télétravail favorisant l'autonomie et l'équilibre vie pro/vie perso.
- Séjours de travail nomades favorisant la cohésion et la détente.
- Management participatif et valorisation de la convivialité.
- Sens au travail renforcé par la mission écologique et sociale.

Ces pratiques augmentent la motivation, réduisent le turn-over et favorisent l'engagement.

3.3 Démarche RSE et création de valeur (15 lignes)

La logique RSE, qui correspond à l'intégration volontariste des paramètres sociaux et environnementaux dans la stratégie des entreprises, permet à une entreprise d'allier performance économique, respect de l'environnement et impact social positif.

Bébé Serein illustre cette approche en s'appuyant sur des circuits courts et des produits écologiques pour se démarquer et se différencier. L'obtention de labels indépendants rassure également les consommateurs et renforce leur fidélité. L'entreprise intègre également une dimension sociale forte avec l'emploi de personnes en situation de handicap dans les ESAT. Elle agit concrètement pour la planète en replantant des forêts et en promouvant une consommation responsable. Cette démarche génère de la confiance, renforce l'image de marque et attire des talents, tout en assurant une croissance soutenue.

Ainsi, la RSE correspond donc à un véritable levier de création de valeur pour l'entreprise et est incontournable pour l'obtention d'une image eco-responsable et sérieuse en matière de prise en compte des diverses parties prenantes, clients, partenaires commerciaux et autres acteurs participants à la vie de l'entreprise comme les salariés par exemple.