Version 2 avec correction barème Q2.2 et Q2.3
Proposition de barème sur 100 points

Dossier 1 – Connaître son marché pour rester pérenne	**40 points**
1.1 Présenter les finalités de Arthéo.	8 points
1.2 Repérer les menaces auxquelles l'entreprise est confrontée.	10 points
1.3 Apprécier la maîtrise, par l'entreprise Arthéo, des facteurs clés de succès du marché des cuisinistes.	8 points
1.4 Identifier la stratégie globale et la stratégie de domaine de l'entreprise Arthéo.	6 points
1.5 Décrire les actions mises en œuvre par Arthéo afin d'adapter ses ressources humaines à ses besoins.	8 points
Dossier 2 – Opérer des choix pour assurer son développement	**30 points**
2.1 Caractériser le type de décision que constitue ce projet de construction.	6 points
2.2 Analyser l'équilibre financier de Arthéo en 2024 en calculant le fonds de roulement net global (FRNG), le besoin en fonds de roulement (BFR) et la trésorerie nette (TN).	12 points
2.3 Au regard de la situation financière, proposer deux sources de financement pertinentes pour assurer l'ouverture du nouveau site de production.	6 points
2.4 Présenter la modalité de développement mise en œuvre par Arthéo dans le cadre du projet de construction du nouveau site de production.	6 points
Dossier 3 – Se démarquer grâce au numérique	**30 points**
3.1 Caractériser l'approche mercatique mise en œuvre pour le développement du concept Hop.	5 points
3.2 Montrer qu'Arthéo collecte des données personnelles et respecte la législation.	10 points
3.3 En une quinzaine de lignes, à l'aide de vos connaissances et en vous inspirant d'exemples d'organisations dont Arthéo, montrer que les technologies numériques peuvent contribuer à améliorer la valeur perçue.	15 points
TOTAL	**100 points**

Concernant la qualité rédactionnelle des copies, le caractère difficilement compréhensible d'une réponse à une question entraine une évaluation très insuffisante de la capacité visée par la question.

Reference BO du 28 aout 2025 :

« Chaque correcteur prend en compte dans l'attribution de la note la qualité rédactionnelle des candidats : l'orthographe, syntaxe, grammaire, clarté de la langue et lisibilité du propos. Ainsi, toute copie dont la lecture serait jugée incompréhensible doit se voir attribuer une note inférieure à la moyenne. **L'inspection générale de l'éducation, du sport et de la recherche précise les modalités de cette prise en compte dans les barèmes nationaux pour chaque discipline.** La situation particulière des candidats bénéficiant d'un aménagement ou adaptation doit naturellement être prise en compte. »

Capacités évaluées

BAC STMG – Sujet MSDGN Arthéo : grille d'aide à l'évaluation en appui aux éléments de corrigé

	Niveau - Programme Thème - Question	Capacités
Dossier 1 – Connaître son marché pour rester pérenne		
1.1 Présenter les finalités de Arthéo.	1ère Management Thème 1 – Q 1.1	Identifier el critères et les spécificités permettant de distinguer les grandes catégories d'organisations.
1.2 Repérer les menaces auxquelles l'entreprise est confrontée.	1ère Management Thème 2 – Q 2.2	Recenser des éléments de diagnostic externe
1.3 Apprécier la maîtrise, par l'entreprise Arthéo, des facteurs clés de succès du marché des cuisinistes	1ère Management Thème 2 – Q 2.2	Identifier les facteurs clés de succès à partir de l'analyse des facteurs environnementaux (macro et micro)
1.4 Identifier la stratégie globale et la stratégie de domaine de l'entreprise Arthéo.	1ère Management Thème 3 – Q 3.1	Repérer et analyser des choix stratégiques
1.5 Décrire les actions mises en œuvre par Arthéo afin d'adapter ses ressources humaines à ses besoins..	1ère Sciences de gestion et numérique Thème 3 – QDG 3.1 Tale Management, sciences de gestion et numérique Thème 1 – QDG 1.2	Caractériser les différents types de valeur et de les mettre en relation avec les attentes d'acteurs Repérer les moyens d'une politique de management des compétences et d'adaptation aux besoins de l'organisation
Dossier 2 – Opérer des choix pour assurer son développement		
2.1 Caractériser le type de décision que constitue ce projet de construction.	1ère Management Thème 2 – Q 1.3	Repérer les décisions relevant du management stratégique Montrer en quoi les décisions managériales constituent des réponses aux orientations stratégiques, aux évolutions de l'environnement, aux volontés de croissance et aux évolutions extérieures
2.2 Analyser l'équilibre financier de Arthéo en 2024 en calculant le fonds de roulement net global (FRNG), le besoin en fonds de roulement (BFR) et la trésorerie nette (TN)	Tale Management, sciences de gestion et numérique Thème 1 – QDG 1.2	Identifier les choix de financement possibles

2.3 Au regard de la situation financière, proposer deux sources de financement pertinentes pour assurer l'ouverture du nouveau site de production.	Tale Management, sciences de gestion et numérique Thème 1 – QDG 1.2	Identifier les choix de financement possibles
2.4 Présenter la modalité de développement mise en œuvre par Arthéo dans le cadre du projet de construction du nouveau site de production	1ère Management Thème 3 – Q 3.1	Repérer et analyser des choix stratégiques
Dossier 3 – Se démarquer grâce au numérique		
3.1 Caractériser l'approche mercatique mise en œuvre pour le développement du concept Hop.	Tale Management, sciences de gestion et numérique Thème 1 – QDG 1.1	Présenter les caractéristiques du marché et les modalités par lesquelles l'entreprise détecte les tendances et besoins
3.2 Montrer qu'Arthéo collecte des données personnelles et respecte la législation.	1ère Sciences de gestion et numérique Thème 2 – Q 2.1 Tale Management, sciences de gestion et numérique Thème 3 – QDG 3.3	Distinguer les données à caractère personnel et les contraintes de leur utilisation Décrire l'apport des technologies numériques aux relations entre les organisations et les citoyens
3.3 En une quinzaine de lignes, à l'aide de vos connaissances et en vous inspirant d'exemples d'organisations dont Arthéo, montrer que les technologies numériques peuvent contribuer à améliorer la valeur perçue.	1ère Sciences de gestion et numérique Thème 3 – Q3.1 Tale Management, sciences de gestion et numérique Thème 2 – Q 2.1	Caractériser les différents types de valeur et les mettre en relation avec les attentes d'acteurs. Décrire l'apport des technologies numériques aux relations entre l'organisation, ses clients ou ses usagers.

Dossier 1 – Connaître son marché pour rester pérenne

1.1 Présenter les finalités de Arthéo.

Finalité économique	Entreprise avec un but lucratif. Recherche du profit pour assurer sa pérennité.
Finalité sociale	Salariés : politique d'intégration, formation, humain au cœur de la stratégie, évolution de carrière.
Finalité sociétale	Organisation qui porte un savoir-faire *Made In France* Production certifiée PEFC Certifications NF

1.2 Repérer les menaces auxquelles l'entreprise est confrontée

Le macro-environnement fait ressortir plusieurs menaces :

Des menaces économiques :

- Le recul des ventes sur le marché (-6.2%) lié à la baisse du marché immobilier
- La cuisine équipée accuse la baisse la plus importante
- Des ménages « frileux » qui retardent leur investissement
- La baisse de fréquentation dans les magasins
- Des résultats en baisse pour la majorité des entreprises du secteur
- Une période de forte inflation

Et au niveau micro-environnement :

Concurrents : la concurrence est intense entre les cuisinistes (les concurrents sont de plus en plus structurés).

Clients : Ils sont préoccupés par l'inflation et le coût de l'énergie. Ils s'orientent sur une consommation moindre mais optimisée.

On n'exige pas que le candidat classe ses éléments de réponse.

1.3 Apprécier la maîtrise, par l'entreprise Arthéo, des facteurs clés de succès du marché des cuisinistes

Facteurs clés du marché

- Maitrise des outils digitaux de conception et de communication
- Personnalisation des projets et accompagnement. Les clients souhaitent être accompagnés et de bénéficier de conseils d'experts
- Qualité/prix intéressant et durabilité et *Made In France*

Arthéo veille à :

- proposer des outils digitaux pour faciliter la prise de décision des clients,
- développer l'expertise de ses kitcheners pour accompagner les clients et proposer des conseils personnalisés,
- se positionner entre la grande distribution et les cuisinistes traditionnels en proposant des prix attractifs, des produits de qualité,
- Fabriquer ses produits en France.

1.4 Identifier la stratégie globale et la stratégie de domaine de l'entreprise Arthéo.

La **stratégie globale** d'Arthéo est **la spécialisation**.
L'entreprise est spécialisée dans la conception, la fabrication et la vente de cuisines équipées. Elle développe une expertise dans ce domaine.

La **stratégie de domaine** d'Arthéo est **la différenciation**
Arthéo propose des agencements sur mesure afin de personnaliser son offre.
Le Made in France, l'éco-responsabilité, les certifications sont une réponse stratégique. Ce qui améliore l'image de l'entreprise, répond aux attentes des consommateurs et permet de prospérer dans un environnement concurrentiel.

1.5 Décrire les actions mises en œuvre par Arthéo afin d'adapter ses ressources humaines à ses besoins.

Arthéos cherche à :

- Recruter en tenant compte de la personnalité : pas de recherche de profil type mais des talents à la personnalité pétillante, capables de créer une relation de confiance avec les clients.
- Favoriser les évolutions de carrière. Ce qui lui permet de fidéliser ses salariés pour une réelle expertise de ses équipes au service des clients et des évolutions du marché.
- Améliorer les conditions de travail grâce à une ambiance bienveillante et le travail d'équipe. Ce qui favorise un environnement de travail décontracté, propice à la créativité et à l'engagement des collaborateurs. Ce qui est permet une prise en charge de qualité et sur mesure du projet du client (de A à Z).
- Former ses salariés pour garantir sa compétitivité et répondre aux tendances du marché et aux évolutions du métier (accueil, accompagnement, conseil, utilisation d'outils digitaux…). L'entreprise propose également une formation continue (intégration et perfectionnement) et l'autonomie des équipes pour garantir une expertise technique et commerciale solide et ainsi assurer la proposition de solutions concrètes traduisant les besoins du client. La digitalisation du parcours client est ainsi garantie.

La gestion des compétences chez Arthéo est en forte adéquation avec les attentes actuelles du marché des cuisinistes, grâce à une approche centrée sur l'humain, l'innovation et la qualité accessible.

Dossier 2 – Opérer des choix pour assurer son développement

2.1 Caractériser le type de décision que constitue ce projet de construction.

Il s'agit d'une décision stratégique car :

- elle est prise par le dirigeant
- elle engage l'entreprise sur le long terme
- elle nécessite des ressources financières importantes
- elle est difficilement réversible
- elle est ponctuelle et rare.

2.2 Analyser l'équilibre financier d'Arthéo en 2024 en calculant le fonds de roulement net global (FRNG), le besoin en fonds de roulement (BFR) et la trésorerie nette (TN).

Calculs

FRNG = Ressources stables – Emplois stables = 716 584 960 – 621 514 650 = 95 070 310 €

BFR = Actif circulant – Passif circulant = 77 154 080 – 62 627 420 = 14 526 660 €

TN = FRNG – BFR = 95 070 310 - 14 526 660 = 80 543 650 €
ou Trésorerie active – Trésorerie passive = 80 543 650 – 0 = 80 543 650 €

Analyse

Le FRNG est positif (95 070 310 €) : les ressources stables permettent de couvrir les emplois stables.
Le BFR est positif à 14 526 660 €. L'entreprise a besoin de fonds à court terme pour financer ses stocks et ses créances clients.
La trésorerie nette est largement excédentaire à 80 543 650 €. L'équilibre financier d'Arthéo est donc sain.

2.3 Au regard de la situation financière, proposer deux sources de financement pertinentes pour assurer l'ouverture du nouveau site de production.

Compte tenu de la situation financière, Arthéo peut opter pour l'autofinancement, puisqu'elle dispose d'une trésorerie nette conséquente.
Elle peut également envisager d'avoir recours à l'emprunt bancaire puisque ses dettes financières à long terme sont largement inférieures aux capitaux propres.
Ces deux sources de financement sont des sources de financement à long terme qui permettent de financer des investissements importants.

Accepter toute autre solution pertinente pour le financement du nouveau site de production. Ex : obtenir une subvention.

2.4 Présenter la modalité de développement mise en œuvre par Arthéo dans le cadre du projet de construction du nouveau site de production.

Arthéo a choisi comme modalité de développement la croissance interne. En effet, le nouveau site de production créé le sera grâce à la mobilisation de ses propres ressources et compétences.

Dossier 3 – Se démarquer grâce au numérique

3.1 Caractériser l'approche mercatique mise en œuvre pour le développement du concept HOP.

Arthéo agit comme un médiateur entre la solution qu'elle propose et les besoins du client. Elle cherche à accompagner, expliquer et traduire les besoins pour créer la cuisine attendue par le client, c'est de la co création. L'approche mercatique est donc une approche médiatrice.

3.2 Montrer qu'Arthéo collecte des données personnelles et respecte la législation.

Arthéo collecte les données à caractère personnel suivantes : nom, prénom, numéro de téléphone, courriel et ce sont des informations qui permettent une identification directe ou indirecte d'un individu.
Par sa charte de confidentialité, Arthéo montre qu'elle respecte la législation en vigueur, le RGPD.
Arthéo indique qu'elle prend des mesures pour assurer la sécurité des données.
La durée de conservation des données est bien précisée.
Le site demande le consentement explicite de l'utilisateur pour l'acceptation des cookies.
Arthéo permet aux clients d'exercer leurs droits relatifs à leurs données à caractère personnel :

- le droit d'accès : le client peut demander de mettre à jour ses données
- le droit à l'oubli : le client peut demander la suppression de son compte

Cependant, les autres droits n'apparaissent pas dans leur charte de confidentialité : le droit à l'information, le droit de rectification, le droit à la portabilité.

3.3 En une quinzaine de lignes, à l'aide de vos connaissances et en vous inspirant d'exemples d'organisations dont Arthéo, montrer que les technologies numériques peuvent contribuer à améliorer la valeur perçue.

La valeur perçue est la valeur que revêt un produit ou un service dans l'esprit du consommateur. Elle se traduit par la notoriété, la satisfaction des clients, l'image de marque et la réputation de l'organisation.
Les technologies numériques regroupent l'ensemble des outils, matériels, logiciels et systèmes qui utilisent des données sous forme numérique pour créer, stocker, traiter, transmettre ou partager de l'information.

Satisfaction client
Les plateformes en ligne permettant de co-créer un produit améliorent l'expérience client ce qui augmente sa satisfaction. Ex Arthéo avec le concept Hop et surtout l'outil Créa+.
L'analyse des données collectées par une entreprise va grâce aux outils d'intelligence artificielle traiter ces données clients et proposer une offre personnalisée. Ex : Netflix grâce à ses algorithmes fait des recommandations ciblées à ses abonnés.

Notoriété / réputation
Les entreprises utilisent les médias sociaux comme outil de communication digitale afin d'avoir une présence en ligne, ce qui va favoriser sa notoriété et/ou réputation. Ex : un post d'une marque sur Instagram relayé par un influenceur va augmenter la notoriété de celle-ci.

Qualité de la relation client
Les agents conversationnels (chatbots) permettent de créer une communication directe avec le client accessible 24h/24 et 7j/7 permettant ainsi d'apporter une réponse personnalisée et immédiate aux clients. Ex : chatbot Scnf Connect

Toutes ces technologies numériques bien maîtrisées par les organisations contribuent à améliorer la valeur perçue.