

QUESTIONNAIRE

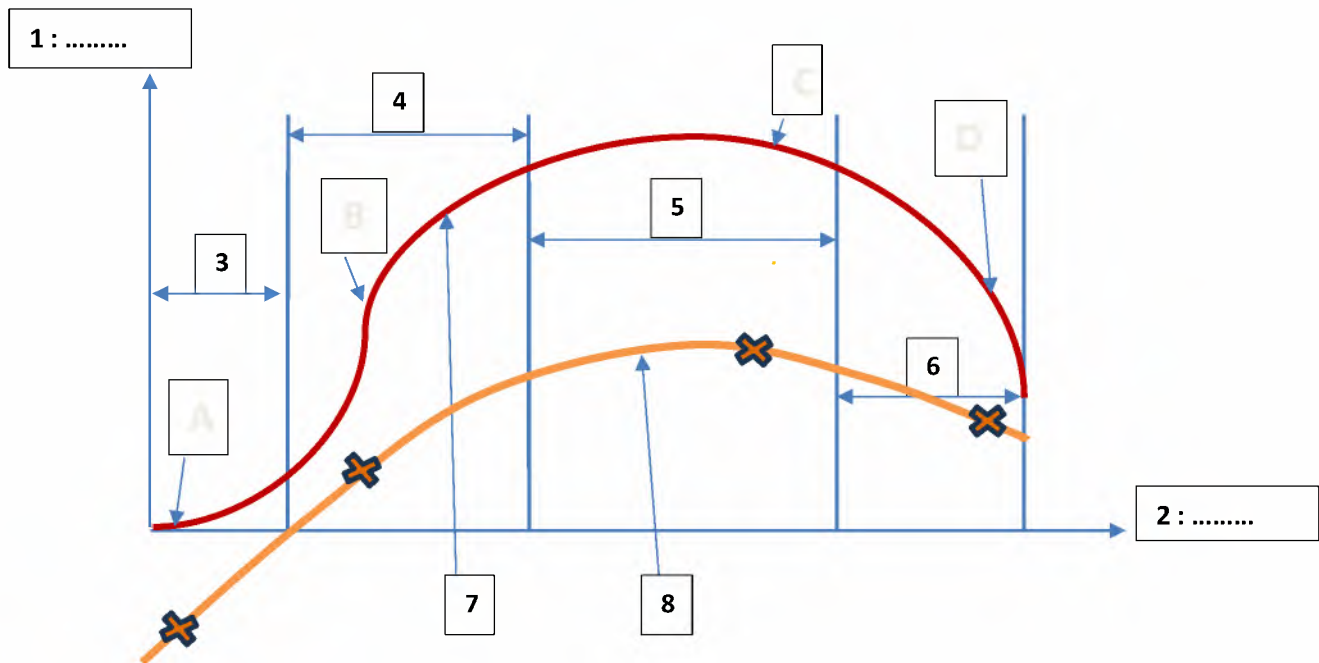
Date :	24.05.24	Horaire :	08:15 - 12:15	Durée :	240 minutes	
Discipline :	PROJM	Type :	écrit	Section(s) :	GMM	
					Numéro du candidat :	

Questionnaire PROJ M

La société automobile FISCAR

Énoncé pages 1 à 6
 Questions d'examen pages 7 à 10
 Feuille de réponses pages 11 à 20

Cycle de vie des DAS de la société FISCAR



(A, B, C, D = position des DAS de FISCAR sur la courbe de cycle de vie)

Le portefeuille de produits de la société est réparti sur les DAS suivants :

DAS	Description du DAS
DAS A	Voiture électrique de grande taille, forme « coupé à 4 places », appartenant à la classe supérieure et se positionne juste en dessous de la classe des voitures de luxe. Elle offre une conduite électrique performante, une autonomie élevée et des fonctionnalités innovantes. La voiture est vendue à un prix légèrement supérieur à ses concurrentes directes du même secteur. Cette voiture cible les consommateurs qui préfèrent une voiture à forme classique par rapport à un modèle SUV. Ses avantages concurrentiels sont une grande autonomie (distance qui peut être parcourue avec une charge de batterie complète), beaucoup de place à l'intérieur (par rapport aux concurrents) et une technologie avancée en termes de connectivité (utilisation multimédia, système de navigation, fonctions de pilotage autonome de la voiture). 
DAS B	Voiture électrique de petite taille et abordable qui gagne en popularité à mesure que les consommateurs adoptent des modes de transport plus durables. Ses ventes sont en progression constante depuis son lancement en 2022 grâce à une augmentation constante de la demande de voitures électriques. Ses avantages concurrentiels sont une grande autonomie (distance qui peut être parcourue avec une charge de batterie complète), beaucoup de place à l'intérieur (par rapport aux concurrents), à un prix légèrement au-dessus des concurrents, mais tout juste encore acceptable. 

DAS C	Voiture de catégorie compacte à moteur thermique, légèrement plus grande et plus spacieuse que le DAS B et disponible en version diesel et essence. La voiture est en production depuis 1985 et se trouve actuellement dans sa 6^{ème} génération (génération=nouvelle version du même modèle) et est devenue le produit le plus connu, quasi symbolique, pour la marque FISCAR. Ses ventes se stabilisent actuellement à un niveau très élevé. FISCAR a développé la dernière génération du modèle avec la possibilité technique de pouvoir échanger le moteur thermique par un moteur électrique au futur, si le marché rendait nécessaire un tel changement. 
DAS D	SUV (Sports Utility Vehicle) grand modèle à moteur thermique. Il appartient à la catégorie des SUV de luxe de grande taille et se trouve en production depuis 2002. Le DAS D est disponible uniquement en moteurs diesel et essence. Il doit faire face à des concurrents plus modernes et plus avancés technologiquement et ses ventes se trouvent en régression. Cependant, ce modèle détient encore une base fidèle de clients qui adorent le modèle et le caractère confortable de sa conduite sur route, ainsi que l'aspect luxueux de son habitacle intérieur. 

Le cycle de vie des DAS de FISCAR concernant les DAS A, B, C et D dépend énormément de facteurs comme la demande globale, les avancées technologiques des voitures et surtout de la concurrence.

Les DAS A et B, en tant que voitures électriques, sont supposés pouvoir bénéficier de phases de croissance et maturité plus longues, grâce à l'accroissement rapide du marché des voitures électriques.

Cependant, les DAS C et D, en tant que voitures classiques à moteur thermique, pourraient voir un déclin rapide des ventes, surtout si l'Union Européenne se décidait finalement à interdire la vente de voitures à moteur thermique à partir de l'année 2035. Pourtant, leur notoriété élevée, leur image de marque très positive et leur base de clients fidèles pourraient aider à garantir leur succès encore pendant quelques années.

PESTEL de la société FISCAR

Facteurs Politiques : la société FISCAR est soumise à diverses réglementations gouvernementales dans les pays où elle vend ses voitures. Les politiques fiscales, les lois sur les émissions de gaz et les normes de sécurité automobile sont des exemples de facteurs politiques qui influencent directement l'entreprise. De plus, les relations politiques internationales et les accords commerciaux (taxes douanières éventuelles) peuvent également avoir un impact sur les activités de FISCAR. Le scandale de « l'affaire diesel » et la politique mondiale en matière d'environnement de plus en plus stricte, va forcer l'entreprise d'automobiles FISCAR à entamer sa transition vers les voitures électriques.

Facteurs Économiques : Les conditions économiques mondiales ont un impact significatif sur FISCAR. Les fluctuations des prix des matières premières, les problèmes logistiques dans les transports de marchandises, les politiques monétaires des différents pays et la croissance économique sont des facteurs qui peuvent influencer la rentabilité de l'entreprise. A cause de la crise économique actuelle, le taux d'inflation n'a cessé d'augmenter et le pouvoir d'achat des consommateurs a diminué. Les clients de FISCAR font partie des classes moyennes, touchées par la crise en Europe. Les modèles de luxe, cependant, sont beaucoup moins concernés par cette crise. La crise financière mondiale due à une inflation élevée représente un frein à la vente de voitures neuves. En effet les taux pour emprunter sont élevés et les banques de plus en plus réticentes. Comme beaucoup de clients font appel à un financement pour acquérir un véhicule FISCAR, le nombre de refus de prêts Auto de la part des banques sont un manque à gagner conséquent pour la marque.

Facteurs Sociaux : Les tendances socioculturelles telles que les préoccupations croissantes en matière d'environnement et de durabilité ont un impact sur l'image de marque et la réputation de FISCAR. Les préférences des consommateurs en matière de véhicules, les modes de vie changeants et les attitudes à l'égard de la mobilité durable (écologique) sont des aspects importants à prendre en compte. FISCAR cible l'ensemble des personnes, jeunes adultes mais aussi parents et seniors grâce à une gamme de véhicules très étendue, en termes de quantité de modèles et options, mais également en termes de gamme de prix, rendant accessible la marque à toutes les bourses. Les véhicules FISCAR attirent de nombreux passionnés. Les clubs de véhicules « oldtimer » du modèle « C », les forums d'entraide pour la maintenance, les clubs FISCAR, ont de nombreuses retombées pour la firme de voitures. La célébrité de FISCAR demeure indiscutable et participe au fait que la majorité de ses clients sont de véritables fans de la marque.

Facteurs Technologiques : L'industrie automobile est fortement influencée par les avancées technologiques. FISCAR doit rester à la pointe en matière d'innovation pour répondre aux exigences en constante évolution du marché. Les progrès dans les véhicules électriques, la connectivité des systèmes multimédia et systèmes de navigation, l'automatisation et la conduite autonome sont autant d'éléments technologiques qui exercent une influence sur l'environnement concurrentiel de l'entreprise. FISCAR doit maintenir un niveau de solidité de fabrication et de fiabilité sans faille, afin de préserver son image de marque. Les installations multimédia,

les systèmes de navigation modernes et les capacités de la voiture à la conduite autonome (voiture qui roule sans que le conducteur ne doive intervenir) deviennent de plus en plus importants dans la décision d'achat des clients. FISCAR n'est pas encore à la pointe de la technologie dans ces domaines et doit effectuer des efforts en recherche et développement pour améliorer les capacités de ses voitures dans les domaines cités.

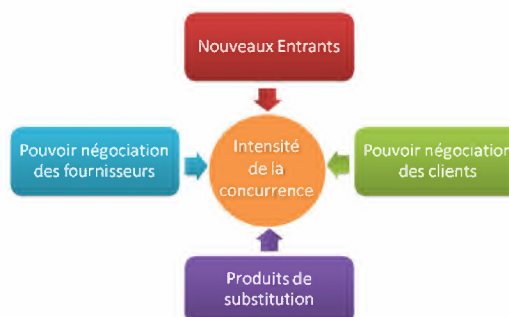
Facteurs Environnementaux : En tant que constructeur automobile, la société FISCAR est directement concernée par les questions environnementales. Les réglementations sur les émissions, la durabilité des matériaux et la gestion des déchets ont un impact majeur sur ses opérations. De plus, l'empreinte carbone (CO₂) et l'impact environnemental global de ses activités sont des considérations essentielles dans cette analyse. Les clients ont de plus en plus de conscience écologique et préfèrent acheter des véhicules moins polluants.

Facteurs Légaux : Les aspects juridiques et réglementaires jouent un rôle crucial dans l'industrie automobile. Les lois sur la sécurité des véhicules, la protection des consommateurs, la concurrence et la propriété intellectuelle sont autant de domaines où FISCAR doit se conformer aux exigences légales pour éviter tout litige ou sanction. Les textes de sécurité routière imposent des normes, que les constructeurs comme FISCAR doivent respecter. FISCAR doit prêter une grande attention aux législations propres à chaque pays, ainsi qu'à la législation internationale.

Informations économiques et marketing sur les activités par DAS :

DAS	Taux de croissance annuel du marché (%)	Chida DAS (en millions d'€)	Chida concurrent principal (en millions d'€)	Chida du marché total (en millions d'€)	Marge nette (%)	Part du budget marketing investi (%)	Notoriété spontanée du DAS (%)	Notoriété spontanée Concurrent principal (%)
A- Voiture électrique haut de gamme	20%	50	500	1.150	-4%	25%	8%	45%
B - Voiture électrique compacte	12%	500	400	3.500	9%	30%	35%	35%
C- Voiture à moteur thermique classe « Golf »	1%	3.000	2.000	11.000	7%	40%	85%	25%
D - SUV grand modèle	-8%	360	1.200	5.000	15%	5%	30%	40%
TOTAL						100%		

Matrice des forces concurrentielles selon Porter :



Clients :

- Clients professionnels : les grandes sociétés de location de voitures avaient commandé un grand nombre de voitures électriques pour louer à leurs clients. Actuellement ces sociétés annulent des parties de leurs commandes en voitures électriques, d'une part pour les remplacer par des voitures à moteur thermique et, d'autre part, parce que la demande en voitures électriques en location a été moins élevée que pronostiquée.
- Clients particuliers : souffrent de l'inflation encore élevée et surtout les taux d'intérêts actuellement pratiqués par les banques les font repousser un nouvel achat de voiture à une date ultérieure.

Fournisseurs :

- Les fournisseurs en batteries pour les voitures électriques sont majoritairement situés en Chine et Corée du Sud. Leur nombre est très limité et l'industrie des voitures électriques dépend fortement de ces fournisseurs.
- Concernant les fournisseurs de pièces et matières premières pour la construction de voitures thermiques, il faut constater qu'un bon nombre d'entre eux font basculer leur production vers des pièces utilisées dans la construction de voitures électriques. L'autre partie de ces fournisseurs, néanmoins, dispose actuellement de stocks très remplis dans le domaine des pièces et matières premières pour la construction de voitures thermiques.

Nouveaux entrants :

- Longtemps les fabricants étaient protégés par un processus de fabrication très compliqué pour les voitures à moteur thermique. Cependant, la production de voitures électriques remet tous les processus de fabrication en question parce qu'une voiture électrique possède 80% de pièces en moins par rapport à une voiture à moteur thermique. De ce fait, un grand nombre d'entreprises peuvent aujourd'hui fabriquer des voitures électriques.
- Les grands fabricants de Smartphones ou d'appareils électroniques planifient pratiquement tous de produire une voiture électrique. Beaucoup de nouveaux fabricants, surtout chinois, apparaissent sur le marché.

Produits de substitution :

- Le phénomène de la Micromobilité permet d'utiliser un grand nombre d'autres engins pour se déplacer (E-Rollers, E-Scooters, E-Bikes) sur de petites et moyennes distances. En ville, cela permet pratiquement de renoncer à une voiture.
- Car-Sharing devient de plus en plus à la mode. Les sociétés mettent à disposition une voiture pour des abonnés via des applications mobiles spécifiques. Les utilisateurs peuvent louer ces voitures et les utiliser pour un certain temps (souvent quelques heures seulement). Ensuite, le prochain utilisateur peut réserver la même voiture pour ses besoins. Cette nouvelle solution suffit à un nombre

croissant de personnes, surtout dans les grandes villes, du fait que ces personnes sont de plus en plus réticentes à acheter une voiture privée.

- Actuellement non encore autorisés, les engins/navettes complètement autonomes, donc sans chauffeur, sont de plus en plus avancés dans leurs technologies et vont devenir à la mode dans les années futures.

Questions d'examen pages 7 à 10

Veuillez utiliser les feuilles de réponses en annexe pour inscrire vos réponses !

PARTIE 1 : Analyse et résumé des données de l'entreprise contenues dans l'énoncé d'examen (18p)

1. Complétez les informations manquantes du graphique de cycle de vie des produits de l'énoncé !

4p

- 1 : explication
 2 : explication
 3 : explication
 4 : explication
 5 : explication
 6 : explication
 7 : explication
 8 : explication

2. Analyse SWOT. Indiquez 2 arguments pour chaque partie de l'analyse SWOT de la société FISCAR !

4p

SWOT :

Strengths : -	Weaknesses : -
Opportunities : -	Threats : -

3. Analysez le tableau des informations économiques et formulez 1 observation la plus importante que vous pouvez identifier par rapport aux données chiffrées de chacun des 4 DAS !

2p

4. Matrice BCG

Calculez les ratios nécessaires à l'élaboration d'une matrice BCG et complétez le tableau en annexe avec les informations concernant les 4 DAS ! 8p

Tableau des ratios à calculer :

DAS	Poids dans le CA (%)	Part de marché DAS (%)	Part de marché concurrent principal (%)	Part de marché relative
DAS A Voiture électrique grande taille				
DAS B Voiture électrique petite taille				
DAS C Voiture thermique compacte				
DAS D SUV thermique grande taille				

à remplir feuille de réponses en annexe

PARTIE 2 : Commentaires et application aux données de la société de l'énoncé

(25p)

Commentez les données contenues dans l'énoncé :

5. Cycle de vie des produits :

Commentez la situation des DAS A, B, C et D sur base de sa position sur la courbe du cycle de vie des produits et donnez 1 argument par DAS ! 4p

6. DAS A :

- Expliquez deux raisons différentes pour lesquelles les bénéfices sont souvent réduits, voire négatifs dans la phase du DAS A ! 1p
- Citez et expliquez les 4 stratégies de prix et de communication possibles concernant la phase dans laquelle se trouve le DAS A ! 2p
- Quelle est la stratégie qui semble la plus appropriée au DAS A de FISCAR ? Argumentez ! 2p

7. Matrice de Porter.

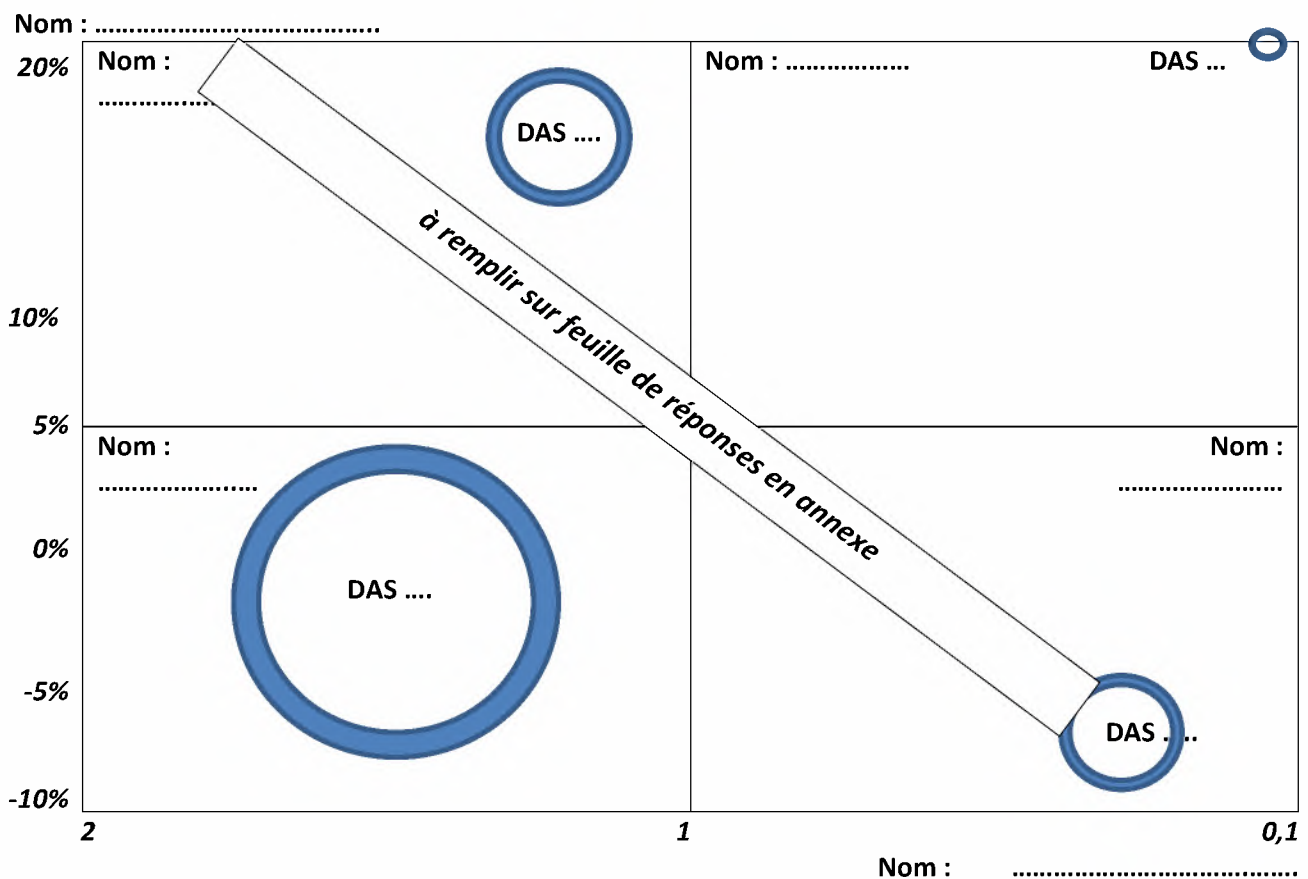
Commentez la matrice Porter concernant la société FISCAR en identifiant 3 problèmes majeurs auxquels la société doit faire face concernant sa situation concurrentielle ! 3p

8. Informations à placer dans la matrice BCG.

a. Placez les 4 DAS dans la matrice BCG ci-dessous en indiquant la lettre du DAS dans le cercle correspondant ! 4p

b. Complétez le texte manquant des noms des cases et des axes de la matrice !

(-0,5p par réponse incorrecte) 1p



9. Analyse et commentaire général

a) Basez-vous sur la théorie du cycle de vie des produits et de la matrice BCG, ainsi que sur le cas de la société FISCAR et commentez la situation du DAS D en donnant 6 observations ! 3p

b) Analyse de la matrice BCG. Commentez la situation de chacun des 4 DAS sur base de sa position dans la matrice en indiquant l'aspect le plus important que vous pouvez identifier pour chaque DAS ! 2p

c) **Commentaire général :**

Après analyse de toutes les informations, est-ce que, à votre avis, l'entreprise est en position de force ou de faiblesse par rapport à ses concurrents et au marché global ? Citez 3 points qui soutiennent votre commentaire et argumentez vos idées ! 3p

PARTIE 3 : Recommandation d'actions possibles concernant choix stratégiques et opérations marketing (17p)

Recommandations concernant les données contenues dans l'énoncé :

Cycle de vie des produits :

10. Formulez 3 recommandations d'actions stratégiques afin de soutenir la croissance du DAS A aussi longtemps que possible ! 3p

11. Formulez 3 recommandations d'actions stratégiques afin de soutenir la croissance du DAS B aussi longtemps que possible ! 3p

12. Indiquez ...

a) ... 3 actions marketing et choix stratégiques que vous proposeriez à la société concernant la situation du DAS C ! 3p

b) ... 2 décisions financières que FISCAR doit prendre pour le DAS D ! 2p

13. Concernant le DAS C :

a) Citez et expliquez brièvement les 2 stratégies qui permettent d'élargir le marché global et de développer le nombre d'utilisateurs ! 4p

b) Recommandez celle qui, selon vous, s'applique le mieux au DAS C et argumentez votre choix ! 2p

EXAMEN DE FIN D'ÉTUDES SECONDAIRES – Sessions 2024**QUESTIONNAIRE**

Date :	24.05.24	Horaire :	08:15 - 12:15	Durée :	240 minutes	
Discipline :	PROJM	Type :	écrit	Section(s) :	GMM	
					Numéro du candidat :	

Réponses à remplir sur les pages 11 à 20**Réponse question 1**

Complétez les informations manquantes du graphique de cycle de vie des produits !

1 :
2 :
3 :
4 :
5 :
6 :
7 :
8 :

Réponse question 2

Analyse SWOT. Indiquez 2 arguments pour chaque partie de l'analyse SWOT de la société FISCAR !

SWOT :

Strength :	Weaknesses :

Réponse question 4

Calculez les ratios nécessaires à l'élaboration d'une matrice BCG et complétez le tableau en annexe avec les informations concernant les 4 DAS !

Tableau des ratios à calculer :

DAS	Poids dans le CA (%)	Part de marché DAS (%)	Part de marché concurrent principal (%)	Part de marché relative
DAS A Voiture électrique grande taille				
DAS B Voiture électrique petite taille				
DAS C Voiture thermique compacte				
DAS D SUV thermique grande taille				

PARTIE 2 : Commentaires et application aux données de la société de l'énoncé**Réponse question 5**

Cycle de vie des produits

Commentez la situation des DAS A, B, C et D sur base de sa position sur la courbe du cycle de vie des produits et donnez 1 argument par DAS !

Réponse question 6
DAS A

- c) *Expliquez deux raisons différentes pour lesquelles les bénéfices sont souvent réduits, voire négatifs dans la phase du DAS A !*

- d) *Citez et expliquez les 4 stratégies de prix et de communication possibles concernant la phase dans laquelle se trouve le DAS A !*

e) Quelle est la stratégie qui semble la plus appropriée au DAS A de FISCAR ? Argumentez !

Réponse question 7

Matrice de Porter.

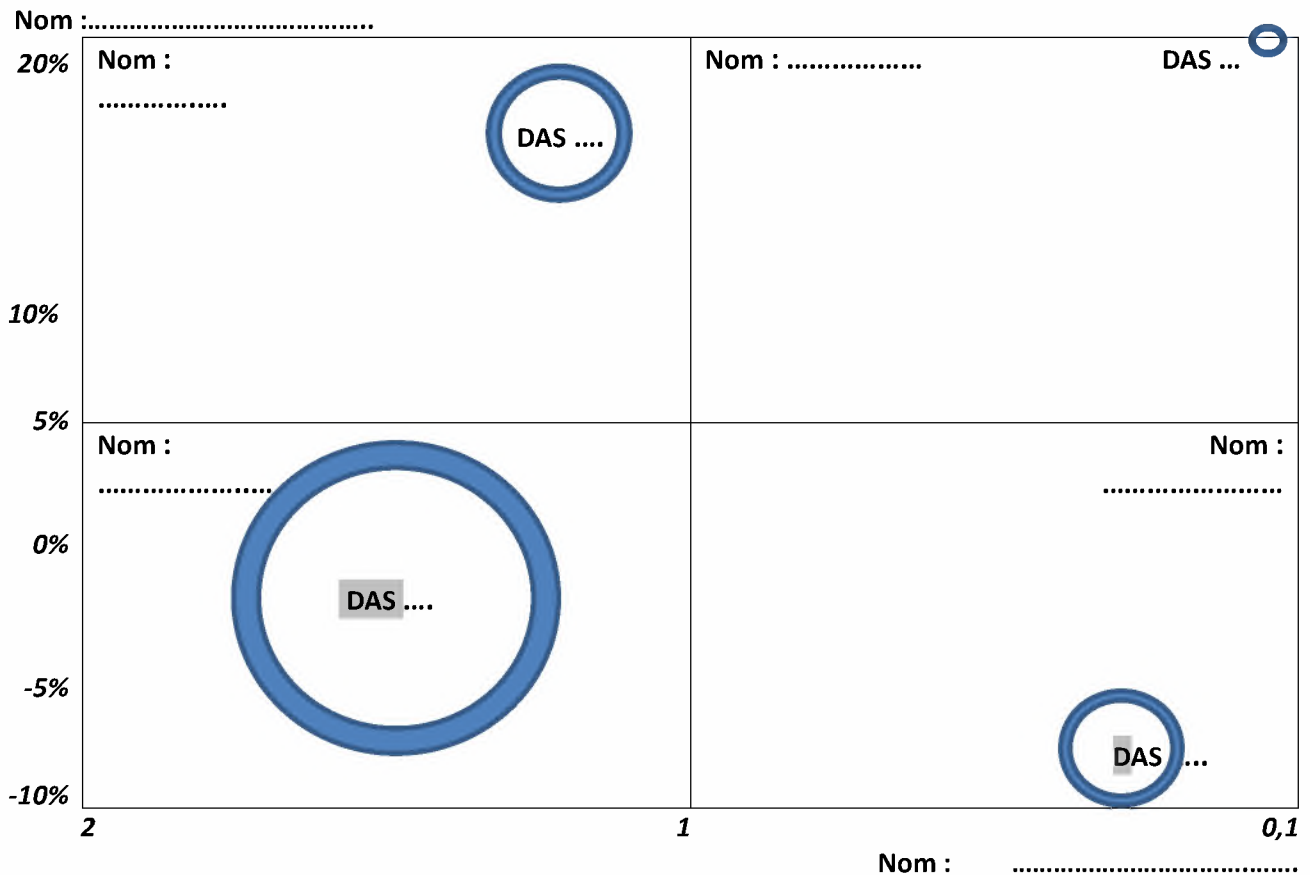
Commentez la matrice Porter concernant la société en identifiant 3 problèmes majeurs auxquels la société doit faire face concernant sa situation concurrentielle !

Réponse question 8 :

Représentation de la matrice BCG :

Informations à placer dans la matrice BCG.

- A) Placez les 4 DAS dans la matrice BCG ci-dessous en indiquant la lettre du DAS dans le cercle correspondant !
- B) Complétez le texte manquant des noms des cases et des axes de la matrice !

**Réponse question 9 :**

Analyse et commentaire général

- A) Basez-vous sur la théorie du cycle de vie des produits et de la matrice BCG, ainsi que sur le cas de la société FISCAR et commentez la situation du DAS D en donnant 6 observations !

B) Analyse de la matrice BCG. Commentez la situation de chacun des 4 DAS sur base de sa position dans la matrice en indiquant l'aspect le plus important que vous pouvez identifier par DAS !

C) Commentaire général :

Après analyse de toutes les informations, est-ce que, à votre avis, l'entreprise est en position de force ou de faiblesse par rapport à ses concurrents et au marché global ? Citez 3 points qui soutiennent votre commentaire et argumentez vos idées !

PARTIE 3 : Recommandation d'actions possibles concernant choix stratégiques et opérations marketing

Réponse question 10

Cycle de vie des produits :

Formulez 3 recommandations d'actions stratégiques afin de soutenir la croissance du DAS A aussi longtemps que possible !

Réponse question 11

Formulez 3 recommandations d'actions stratégiques afin de soutenir la croissance du DAS B aussi longtemps que possible !

Réponse question 12

Indiquez ...

A) ... 3 actions marketing et choix stratégiques que vous proposeriez à la société concernant la situation du DAS C !

B) ... 2 décisions financières que FISCAR doit prendre pour le DAS D !

Réponse question 13*Concernant le DAS C**A) Citez et expliquez brièvement les 2 stratégies qui permettent d'élargir le marché global et de développer le nombre d'utilisateurs !*

B) Recommandez celle qui, selon vous, s'applique le mieux au DAS C et argumentez votre choix !
