

Management et sciences de gestion

Conception HEC Paris

Session 2025

1 – LE SUJET ET SA PROBLEMATIQUE

L'épreuve consiste en un problème de management et de gestion basé sur une situation d'entreprise fictivisée.

Conscious, créée en 2018 par Sophie DAMOISEAU et Yassine ELSAN, est une Digital Native Vertical Brands (DNVD). S'inscrivant dans une démarche responsable, basée sur des produits naturels, made in France, la marque propose aux consommateurs sensibles à l'environnement, des produits cosmétiques éthiques, fabriqués localement et composés à 95 % d'ingrédients d'origine naturelle. Ainsi les gels douche et shampoings, produits phares de la marque, sont commercialisés sous forme de bâtonnets solides effervescents. Ces derniers, une fois mélangés à l'eau du robinet, prennent une forme liquide plébiscitée par le grand public.

Conscious a également pris le parti de se faire connaître essentiellement via des moyens de communication digitale. Les produits sont commercialisés via le site e-commerce de la marque mais aussi via les partenaires de la marque.

Conscious a choisi de positionner sa communauté au cœur de sa stratégie en lui proposant de co-créer ses produits, de les personnaliser, mais également de les acquérir en avant-première grâce à des pré-ventes.

Conscious fabrique tous ses produits dans la Cosmetic Valley près de Chartres afin de pouvoir bénéficier des synergies induites par ce pôle de compétitivité.

Le sujet présentait :

- Un contexte permettant d'identifier les caractéristiques de l'entreprise et de son marché ;
- 3 dossiers : dossier 1 sur les choix stratégiques, dossier 2 sur les interactions de Conscious avec sa communauté, dossier 3 sur le lancement d'un nouveau produit ;
- 15 annexes regroupant les différentes informations utiles à l'étude, sur 19 pages au total.

2 – LES ATTENTES DU JURY

L'objectif de l'épreuve est d'identifier les candidats capables de mettre en relation des concepts managériaux et des techniques et outils de gestion, dans un contexte organisationnel donné.

- la capacité à bien analyser le contexte et à traiter l'information ;
- la rigueur de la démarche dans le traitement des questions et dans l'utilisation des méthodes et techniques de gestion ;

- la clarté dans l'argumentation présentée à l'appui de résultats ou d'indicateurs proposés ;
- la pertinence et le réalisme, par rapport au contexte, des solutions préconisées ;
- les efforts de structuration et de présentation des réponses ;
- les qualités rédactionnelles et de présentation générale du travail.

Ainsi, au-delà des connaissances incontournables propres à ce niveau de formation, les correcteurs apprécient la capacité du candidat à mobiliser de manière pertinente des concepts, des théories, des auteurs, des outils d'analyse, dans le contexte de l'entreprise support du cas. Les réponses attendues doivent être structurées, argumentées et explicites. Les dossiers portent sur les thématiques du programme.

3 – TRAITEMENT DU SUJET PAR LES CANDIDATS

Les questions portant sur les deux premiers dossiers ont été, en partie, correctement traitées, notamment celles concernant les choix stratégiques, l'écosystème d'affaires, le réseau social d'entreprise.

Toute l'échelle des notes a été utilisée. D'excellentes copies ont reçu une note supérieure ou égale à 18/20. Il s'agit de compositions attestant de la capacité du candidat à répondre à toutes les questions, à mobiliser des concepts dans un contexte donné, à argumenter avec justesse et à rédiger avec soin en respectant les règles orthographiques et de syntaxe.

Toutefois, un manque de maîtrise de certains concepts de base (par exemple : la responsabilité sociale de l'entreprise qui se limite souvent à l'aspect social, le type de communication, la politique de distribution) est observé, conduisant à des apports confus et une mobilisation insuffisante des auteurs. Le dossier 3 a été particulièrement délaissé par près de la moitié des candidats qui n'ont pas répondu à l'ensemble des questions (plus de 45 % des candidats n'ont pas traité les questions portant sur la prévision des ventes et la méthode de calcul de coûts ABC, près de 40 % n'ont pas calculé de coût cible).

De plus, il est relevé, dans de nombreuses copies, un nombre important de fautes de français (conjugaison, orthographe et grammaire) et un manque de structuration des réponses.

4 – ELEMENTS STATISTIQUES

- 1076 copies corrigées
- Note moyenne : 9,97
- Ecart type : 3,30
- Note min : 0 / max : 20