



## **Réponses aux questions de réflexion :**

---

Le cas Moët & Chandon illustre l'interdépendance entre les environnements de l'entreprise, la culture organisationnelle, la stratégie de gestion et le développement des systèmes d'information. Cette entreprise a mobilisé différents types de SI au fil des ans dans le but d'améliorer l'efficacité du service et des opérations, mais la réussite de ces systèmes ne pouvait être assurée sans de nombreux changements organisationnels et managériaux, et pas seulement technologiques.

L'analyse des caractéristiques des organisations, le rôle du management se fait en étudiant l'influence que les systèmes exercent sur ces organisations, et la contribution des SI au maintien ou à l'accroissement de l'avantage concurrentiel.

### **1. Quels sont les éléments permettant d'identifier les liens entre SI et stratégie de l'organisation ? De quelle nature sont-ils ?**

Les systèmes d'information chez Moët & Chandon n'ont pas été limités aux seules applications de gestion. Ils ont aussi été intégrés à l'ensemble des activités métier de l'entreprise afin de répondre à quelques besoins spécifiques, telles l'assistance au travail de la vigne et la préparation au travail des œnologues. Ces différents systèmes ainsi mobilisés ont eu pour objectif de supporter la gestion des activités de l'entreprise et d'améliorer la qualité de ses produits ainsi que ses actions marketing. L'intérêt majeur des SI dans les opérations et le développement de l'entreprise est si important que les managers l'estiment à environ 0,15 euro par bouteille de champagne vendue.

### **2. En quoi le SI contribue-t-il à l'efficacité des opérations viticoles, industrielles, administratives et commerciales courantes ?**

Pour être plus compétitifs, les dirigeants de Moët & Chandon ont mis en place un ERP afin de disposer d'un système de gestion informatisé plus transversal qui privilégie la qualité et la rapidité des services rendus aux utilisateurs, en interne et en externe. Cet ERP s'est accompagné d'autres applications et progiciels existants afin de répondre à des besoins très spécifiques de leur métier, tels que l'assistance au travail de la vigne et la préparation au travail des œnologues, la gestion le patrimoine foncier de la société, l'étude du comportement des bulles de champagne. Pour développer son image de marque et élargir sa notoriété, l'entreprise a investi dans les technologies Internet, notamment par la création d'un site Web doté d'une architecture souple et sophistiquée.