

III. ANALYSE DES ENTREPRISES

Coca-Cola



ANALYSE DES ENTREPRISES

LEADER



Coca-Cola

Introduction

Analyse
de la
demande

Analyse
de
l'offre

Analyse
des
entreprises

Innovat
ions

Relevé
d'un
linéaire

Conclu
sion

Performances de Coca-Cola

- En 2013, le Coca-Cola représente **42,3 % des parts de marchés des boissons non alcoolisées**
- Présence dans **plus de 200 pays**
- **3e entreprise agroalimentaire du monde**
- **139 600 personnes employées dans le monde**
- Chiffre d'affaires : **46,4 milliards de \$ (2012)** dont 29 milliards de \$ pour le Coca-Cola
- **1,5 milliards de bouteilles de Coca Cola vendues dans le monde par jour**



Objectifs

- *Offrir des besoins pour chaque envie* : assurer le plaisir des consommateurs en s'adaptant à chaque envie.
- *Exister de manière locale* : 95% des matières premières provenant de France.
- *Une transparence à tous les niveaux* : information nutritionnelle claire et simple.
- *Une politique de protection des enfants* : pas de communication directe envers les enfants de moins de 12 ans.

The Coca-Cola logo is displayed in its classic red script font, positioned in the bottom right corner of the slide.

Analyse

Coca Cola est-il adapté à son environnement actuel ?

Oui, de par sa **notoriété et sa capacité à innover** afin d'attirer l'œil du consommateur.

Coca Cola est-il adapté à son environnement futur ?

Oui, car il cherche constamment à **s'adapter aux besoins des consommateurs**. Et en fait d'ailleurs un de ses objectifs

Coca Cola est-il compatible avec ses objectifs ?

Coca Cola est cohérent avec ses objectifs en créant de **nouveaux formats de bouteilles, ou encore en s'associant à des artistes** (Andy Warhol, Daft Punk...) pour créer des bouteilles collector.

Quels sont ses enjeux stratégiques ?

Devenir une **marque omniprésente dans le quotidien de chacun**, notamment par des publicités et des slogans marquants.

The Coca-Cola logo is displayed in its classic red script font, positioned in the bottom right corner of the slide.

Les stratégies

La stratégie de l'entreprise Coca Cola repose sur plusieurs principes qui sont :

L'environnement :

- Coca Cola s'engage à réduire les émissions de gaz à effet de serre, et s'engage pour cela à réduire de 15 % les émissions d'ici 2020.
- Coca Cola s'engage également pour le recyclage et prévoit ainsi que 100% des emballages soit recyclés d'ici 2020.
- Réduire la consommation d'eau, ainsi Coca Cola a réduit de 14% sa consommation d'eau en 6 ans

Un mode de vie actif :

Coca Cola incite l'activité physique, et prend pour cela des initiatives telles que le programme « le sport ça me dit » mis en place en 2012 et auquel 800 municipalités participent. Ce programme permet aux jeunes de participer à des activités sportives diverses.

Les stratégies

L'engagement sociétale :

Coca Cola est une entreprise responsable et citoyenne. Elle veille ainsi à ce que les recrutements se fassent de manière juste et humaine. Elle a donc mis en place une charte de diversité afin d'éviter la discrimination à l'embauche et de permettre un avancement professionnelle pour tous.

La vie au travail :

Coca Cola porte un grand intérêt au bien être de ses employés, et fournit pour cela des locaux offrant un ensemble de services. Il incite également ses équipes à s'engager dans la vie de l'entreprise en les incitant à participer à des projets majeurs.

DAS DE COCA-COLA

Fonctions, Besoins, Applications, Produits



Coca-Cola
Coca-Cola Life
Coca-Cola Cherry
Coca-Cola Light
Coca-Cola Zero
Coca-Cola Vanilla
Coca-Cola zéro décaféiné

Traditionnel/Authenticité
Santé/Naturel/Bio
Nouveauté, Originalité
Sans sucre, sans calorie
Goût
Sans caféine



Bouteilles en plastique

Bouteilles en verre

Canettes en métal

Grand public

GMS, Restauration Hors Domicile

Monde

Technologies, Métiers, Compétences, Produits

Marché Cibles

ANALYSE DE L'ENTREPRISE LEADER : LE SWOT

FORCES

- ✓ Plus grosse part de marché dans le monde dans le secteur des boissons non alcoolisées
- ✓ Enormes campagnes de marketing et de publicité
- ✓ Plus importante chaîne de distribution de boissons
- ✓ Clientèle fidélisée
- ✓ Pouvoir de négociation des prix avec les fournisseurs
- ✓ Forte responsabilité sociale de l'entreprise

FAIBLESSES

- ✓ Concentration sur la production de boissons gazéifiées
- ✓ Portefeuille de produits peu diversifié
- ✓ Fortes dettes dues à des acquisitions
- ✓ Publicité négative (ingrédients dangereux, gaspillage)
- ✓ Echec de l'introduction de nouvelles marques et possession de marques qui ne rapportent pas assez de revenus

ANALYSE DE L'ENTREPRISE LEADER : LE SWOT

OPPORTUNITES

- ✓ Croissance de la consommation d'eau en bouteille
- ✓ Croissance de la demande de nourriture et boissons saines
- ✓ Croissance de la consommation de boissons non-alcoolisées dans les marchés émergents
- ✓ Expansion à travers des acquisitions

MENACES

- ✓ Modification des habitudes de consommation
- ✓ Dollar trop fort
- ✓ Réglementations pour faire inscrire des informations compromettantes sur les étiquettes
- ✓ Diminution des bénéfices bruts et nets
- ✓ Concurrence de la marque PepsiCo
- ✓ Marché des boissons gazéifiées saturé

ANALYSE DES ENTREPRISES

SUIVEUR



pepsi

Performances de Pepsico

- En 2013, le Pepsi cola représente **2,2 % des parts de marchés des boissons non alcoolisées**
- Présence dans **plus de 200 pays**
- **2e entreprise agroalimentaire du monde**
- **N°1** du palmarès Great Place to Work pour la 3^{ème} année consécutive
- Chiffre d'affaires : **65,5 milliards de \$ (2012)**
- **285 000 employés dans le monde**

Objectifs

- Devenir le **1er fabricant** de produits alimentaires spécialisé dans les boissons gazeuses, les jus de fruits, les biscuits salés et les céréales.
- Assurer une **valorisation saine** de l'avoir de nos actionnaires tout en offrant de **solides perspectives** de croissance et d'enrichissement à nos collaborateurs, à nos partenaires commerciaux et aux communautés au sein desquelles nous exerçons nos activités.
- Agir avec **honnêteté, équité et intégrité** dans tout ce que nous faisons.
- **Faire de PepsiCo une entreprise véritablement durable.**



Analyse

Pepsi est-il adapté à son environnement actuel ?

Pepsi est adapté à son environnement actuel car il propose une **alternative à la marque Coca Cola.**

Pepsi est-il adapté à son environnement futur ?

Il est adapté à son environnement futur car on observe pour la **quatrième année consécutive une croissance exponentielle** (+19,6%) sur le marché des boissons rafraîchissantes.

Pepsi est-il compatible avec ses objectifs ?

L'entreprise PepsiCo est **compatible avec son objectif** de devenir premier dans le domaine des produits alimentaires spécialisé dans les boissons gazeuses, les jus de fruits, les biscuits salés et les céréales. En effet, **depuis son rachat de Quaker Oats, son chiffre d'affaires est maintenant largement supérieur à celui de Coca-cola.**



Analyse

Quels sont ses enjeux stratégiques ?

Les enjeux de Pepsi sont basés sur **6 principes fondamentaux** :

- La recherche de **solutions optimales** pour notre entreprise, nos clients et nos consommateurs.
- La vente de produits dont nous sommes **fiers**.
- **L'honnêteté et la sincérité** dans tout ce que nous faisons.
- La prise en compte du **court et du long terme**.
- La mise en avant de **la diversité et de l'inclusion**.
- **Le respect mutuel et la réalisation de résultats en équipe**.



Les stratégies

La vision stratégique de l'entreprise PepsiCo repose sur 3 piliers de développement et propose des objectifs ambitieux à horizon 2020

- **Alimentation & Nutrition** : être responsable nutritionnellement vis-à-vis de ses consommateurs
 - L'optimisation de la composition nutritionnelle des produits existants
 - L'intégration de nouveaux produits et aliments "bien-être" dans son portefeuille

Les stratégies

- **Environnement** : être responsable en termes d'environnement et préserver les ressources naturelles
 - La limitation des impacts environnementaux liés à sa production
 - La production d'emballages plus respectueux de l'environnement
 - La réduction de l'impact des transports utilisés

- **Talents** : être responsable socialement à l'égard des collaborateurs et des partenaires du groupe
 - Favoriser une culture d'entreprise ouverte
 - Favoriser le développement de ses collaborateurs
 - Etre engagé dans la société

DAS DE PEPSICO

Fonctions, Besoins, Applications, Produits



Pepsi
Pepsi Max
Pepsi NEXT
Pepsi Light

Bouteilles en plastique

Canettes en métal

Bouteilles en verre

Traditionnel/Authenticité

Santé/Naturel/Bio

Nouveauté, Originalité

Sans sucre, sans calorie

Allégé en sucre

Goût



Grand public

GMS, Restauration Hors Domicile

Monde

Technologies, Métiers, Compétences, Produits

Marchés Cibles



ANALYSE DE L'ENTREPRISE SUIVEUR : LE SWOT

FORCES

- ✓ Diversité des produits
- ✓ Chaîne de distribution étendue
- ✓ Succès des campagnes marketing et de publicité
- ✓ 22 marques qui gagnent plus d'1 milliard par an
- ✓ Projets de Responsabilisation sociale
- ✓ Ventes de produits complémentaires (snacks)

FAIBLESSES

- ✓ Surdépendance à Walmart
- ✓ Prix faibles
- ✓ Pratiques remises en doute
- ✓ Marge de profit atteinte lentement
- ✓ Marque plus faible que Coca-Cola

ANALYSE DE L'ENTREPRISE SUIVEUR : LE SWOT

OPPORTUNITES

- ✓ Demande croissante de boissons saines
- ✓ Consommation croissante de boissons dans les marchés émergents
- ✓ Expansion avec les acquisitions
- ✓ Augmentation de la consommation d'eau en bouteille

MENACES

- ✓ Modification des habitudes de consommation
- ✓ Dollar trop fort
- ✓ Baisse de la marge de profit
- ✓ Réglementations pour faire inscrire des informations compromettantes sur les étiquettes
- ✓ Diminution des bénéfices bruts et nets
- ✓ Concurrence

ANALYSE DES ENTREPRISES

SUIVEUR



Performances

- **Plus ancienne boisson gazeuse d'importance en Amérique** : création en 1885.
- **Présence dans le monde entier**
- **Dr Pepper Snapple Group, créée en 2008, a un chiffre d'affaires de 5,6 milliards de \$ (2010)**
- **19 000 employés aux Etats-Unis (2010)**



DAS DE Dr Pepper

Fonctions, Besoins, Applications, Produits



Dr Pepper
Diet Dr Pepper
Dr Pepper Zero
Dr Pepper TEN
Dr Pepper sans caféine
Dr Pepper Cherry
Dr Pepper Heritage

Bouteilles en plastique

Bouteilles en verre

Canettes en métal

Traditionnel/Authenticité

Santé/Naturel/Bio

Nouveauté, Originalité

Sans sucre, sans calorie

Allégé en sucre

Goût

Grand public

GMS, Restauration Hors Domicile

Monde

Technologies, Métiers, Compétences, Produits

Marchés Cibles



ANALYSE DE L'ENTREPRISE SUIVEUR : LE SWOT

FORCES

- ✓ Point d'appui solide avec diverses marques sur le marché américain
- ✓ Etablissement de son portfolio avec l'acquisition d'autres marques
- ✓ Réputation de marque forte et forte notoriété
- ✓ Contrats avec des compagnies de boisson majeures

FAIBLESSES

- ✓ Compétition forte avec des marques mondialement établies

ANALYSE DE L'ENTREPRISE SUIVEUR : LE SWOT

OPPORTUNITES

- ✓ Marchés récents à découvrir
- ✓ Expansion et diversification des activités
- ✓ Acquisition d'autres marques pour améliorer la position du marché

MENACES

- ✓ Les prix compétitifs des concurrents diminuent les marges bénéficiaires
- ✓ Absence de marques sur les rayons des magasins au détail en raison de réseaux de distribution faibles