

TD N° 01

Danone est une entreprise qui a vu le jour en Espagne en 1919. Ce n'est qu'en 1967 qu'elle arrive en France et qu'elle profite de cette occasion pour fusionner avec la société Gervais. En 1972, une autre fusion avec BSN permet à la société de gagner des parts de marché supplémentaires et d'accroître d'autant plus sa notoriété. DANONE Leader mondial sur le marché des produits laitiers frais depuis plusieurs décennies, le groupe français se positionne comme l'une des marques les plus dynamiques et les plus innovantes du secteur. Avec un chiffre d'affaires ayant dépassé le seuil des 20 milliards d'euros en 2016, le géant français Danone entend concilier éthique, innovation et performances financières comme moteurs de sa croissance.

En 2018, le chiffre d'affaires de la société est de 24,7 milliards d'euros, ce qui représente une augmentation de 2,5% par rapport à l'année 2017

Danone doit respecter les différentes lois en vigueur et faire attention également aux aliments qui pourraient être interdits dans un pays ou un autre. Les domaines politiques et économiques sont très liés, ils ne peuvent subsister l'un sans l'autre. En effet, la politique est très attachée à l'économie d'un pays et tout ce qui peut l'améliorer. Le secteur agroalimentaire dont fait partie Danone est important, car il génère des milliards d'euros de chiffres d'affaires par an.

En France, beaucoup de marchés semblent saturés ; cependant, Danone fait incontestablement partie des leaders du marché de l'agroalimentaire. Son positionnement mondial est très important, et il ne craint pour cette raison ni l'arrivée de nouveaux entrants économiques sur le segment ni la menace que peuvent constituer les éventuels produits de

substitution. La concurrence est certes très importante, mais Danone assoit sa situation de leader partout dans le monde.

Notons également que les pays émergents prennent de plus en plus d'importance. Les exportations sont de plus en plus nombreuses vers ces territoires qui appellent de nouveaux types de consommateurs et de consommation. Ces transactions sont de plus très importantes et pour l'économie du pays et pour les parts de marché de la société.

La consommation diffère dans tous les pays, rappelons que Danone est présent dans plus de 120 pays. Le secteur alimentaire des produits laitiers reste bien vu puisqu'il est important de consommer ce type de produits pour avoir une alimentation la plus équilibrée possible. Cela fait donc incontestablement partie des points forts de l'entreprise, qui peut s'appuyer ainsi sur le soutien des organisations de santé et autres associations qui prônent le fait de mieux manger.

Les réseaux sociaux possèdent en outre leur importance, puisque Danone est très présent sur ces sites. Cela permet au groupe de se familiariser encore plus avec les attentes des internautes, qui sont tous à plus ou moins grande échelle des consommateurs potentiels.

Danone est une entreprise qui accorde énormément d'importance à l'innovation d'un point de vue général, et alloue donc des dépenses importantes au pôle recherche et développement. Les clients attendent des nouveautés, que ce soient dans les saveurs ou encore dans les conditionnements. Le groupe cherche avant toutes choses à rester concurrentiel afin de conserver sa position de leader sur le marché.

Conscient que la notion de développement durable est très importante pour les consommateurs d'aujourd'hui, Danone possède comme un grand nombre d'entreprises des objectifs zéro carbone d'ici une vingtaine d'années. Les nouveaux plans marketing prennent en compte entre autres la notion écologique et la réduction des émissions de CO₂.

Il devient primordial pour les nouveaux consommateurs des générations Y et Z notamment de consommer des produits attentifs au bien-être de la planète. Savoir rester concurrentiel et garder sa position de leader passe également par des actions concrètes en faveur du développement durable.

Les lois se durcissent sans cesse en ce qui concerne l'industrie agroalimentaire. L'objectif reste bien entendu de protéger le consommateur et les lois en vigueur dans le pays. Ainsi, de multiples lois définissent la traçabilité des produits ainsi que leur chaîne de production. Les normes d'hygiène doivent être respectées et elles ont été elles aussi rendues plus strictes avec une législation sur la santé qui prend en compte beaucoup plus de facteurs qu'avant.

DANONE Leader mondial sur le marché des produits laitiers frais depuis plusieurs décennies, le groupe français se positionne comme l'une des marques les plus dynamiques et les plus innovantes du secteur. Avec un chiffre d'affaires ayant dépassé le seuil des 20 milliards d'euros en 2016, le géant français Danone entend concilier éthique, innovation et performances financières comme moteurs de sa croissance.

- Taux d'accroissement naturel et dynamisme du marché de l'alimentaire dans les pays émergents.

- Amélioration globale du niveau de vie à l'échelle mondiale et rétrécissement des écarts de développements (accès à l'eau potable, à l'électricité).

- Campagnes de sensibilisation et projets gouvernementaux soulevant les problèmes de santé et les maladies chroniques (diabète, obésité...).

- Élévation du niveau de vie et hausse globale du pouvoir d'achat des ménages dans la majorité des pays européens.

- Hausse du coût des matières premières liée à une demande croissante de la part des pays en voie de développement.

- Augmentation croissante des catastrophes climatiques ayant un impact direct sur la

production mondiale.

- Business models ouvertement critiqués par de nombreuses ONG et associations de consommateurs.
- Image négative des grands groupes, aux bénéfices énormes relayés dans les médias.
- Concurrence croissante de la part des marques MDD.
- Mise en garde de nombreux praticiens de santé et spécialistes sur l'hyperconsommation de produits laitiers.
- Solides performances financières enregistrées ces dernières années grâce à l'impulsion de la part des pays émergents (croissance à deux chiffres).
- Innovations nombreuses, la démarquant de ses concurrents : médicament, bio.
- Présence sur quatre marchés porteurs : eau minérale, alimentation pour les nouveau-nés, produits laitiers, médicaments.
- Image de marque prestigieuse de renommée mondiale.
- Présence et forte exposition sur des marchés en crise (Europe et US représentent les deux plus gros marchés actuels du groupe).
- Problèmes structurels et conflits internes (sous-représentation des femmes aux fonctions stratégiques).
- Coûts de production et de structure très élevés en Europe.
- Un positionnement haut de gamme avec très peu de marge de manoeuvre.

الاستئلة :

- اشرح نشأة وتطور مؤسسة DANONE والاشكال القانونية التي مرت بها
- وفق نموذج PESTEL حلل محيط مؤسسة DANONE
- ماهي الفرص والمخاطر التي يضمها محيط مؤسسة DANONE ؟
- ماهي نقاط القوة و نقاط الضعف لمؤسسة DANONE
- من هم منافسي ،موردي وزبائن DANONE ؟