

COCA-COLA DISTRIBUTION

SAÉ 1.06 : Découverte de l'environnement économique et numérique.

Mention :	Rédigé par :
IUT de Lannion BUT Informatique Année Universitaire 2024-2025 Semestre 1	CHAUVEL Arthur GUIGUE Simon LE CHEVERE Yannis LE SECH Marceau

Problématique :

Quels facteurs ont contribué au leadership de Coca-Cola sur le marché des boissons gazeuses et comment l'entreprise peut-elle concilier cette position avec les défis environnementaux contemporains ?

Introduction :

L'entreprise emblématique Coca-Cola, fondée en 1886 par John Pemberton, a influencé les tendances de consommation mondiale. Elle a su s'adapter aux fluctuations des économies nationales et aux réglementations environnementales croissantes. Son expansion internationale, soutenue par des stratégies de marketing novatrices, a suscité des débats sur les pratiques commerciales, la responsabilité sociale des entreprises et la gestion des ressources naturelles. En examinant ce cas sous l'angle de l'environnement économique, on comprend les défis complexes auxquels les grandes entreprises sont confrontées dans un contexte mondialisé, où la concurrence, la durabilité et la régulation sont essentielles pour assurer la viabilité des activités commerciales. Coca-Cola, en tant que leader incontesté sur le marché des boissons gazeuses, doit désormais concilier son succès commercial avec des contraintes environnementales actuelles, en adaptant ses pratiques pour réduire son impact écologique, promouvoir la durabilité des ressources et répondre aux attentes croissantes en matière de responsabilité sociale et environnementale.

Sommaire :

I - Caractéristiques de l'organisation

II - Diagnostic externe de Coca-Cola

III - RSE de l'entreprise

IV - Conclusion

I - Caractéristiques de l'organisation :

- **Dénomination sociale** : The Coca-Cola Company
- **Finalités** : Lucratives
- **Forme** : Entreprise privée
- **Type** : Entreprise de biens de consommation
- **Statut juridique** : Société Anonyme (SA)
- **Objectifs** : Offrir des boissons rafraîchissantes, étendre sa présence mondiale, maximiser la rentabilité, et s'engager dans le développement durable.
- **Nationalité** : Américaine
- **Activité principale** : Production et distribution de boissons non alcoolisées
- **Secteur d'activité** : Tertiaire (industrie des boissons)
- **Taille** : Présence dans plus de 200 pays avec une large gamme de produits
- **Origine des capitaux** : Principalement privés, avec des actions cotées en bourse
- **Besoin** : Répondre à la demande croissante de boissons diversifiées et saines, tout en assurant une durabilité environnementale
- **Domaine d'intervention** : International (mondial)
- **Ressources** : Partenaires embouteilleurs locaux, infrastructure logistique mondiale, innovation marketing, réseaux de distribution efficaces, capitaux privés
- **Performances** : Marque mondialement reconnue, croissance continue grâce à l'innovation produit, fort engagement dans les stratégies de marketing et de durabilité
- **Mode de coordination** : Organisation globalisée avec des franchises locales, coordination via des structures régionales et internationales
- **Mode de direction** : Dirigée par un conseil d'administration et une équipe exécutive, avec un fort accent sur l'innovation, l'efficacité opérationnelle et la croissance durable.

II - Diagnostic externe de Coca-Cola :

		Opportunités	Menace
Micro-Environnement	Produits de substitution	L'absence de produits de substitution majeurs → permet d'investir en R&D pour devancer la concurrence.	Boissons énergisantes issues de l'agriculture biologique.
	Concurrence directe	Innover avec de nouveaux produits pour capter des parts de marché, comme les boissons à base de plantes.	Pepsi, Tropicana, Starbucks, les jus Lipton, Costa Coffee et Nescafé.
	Nouveaux entrants	Peu de nouveaux entrants → permettent de renforcer les positions actuelles en innovant vers plus de durabilité.	Désir croissant de boissons issues d'une production biologique.
	Pouvoir de négociation des client	Développer des gammes de produits plus sains et plus écologiques pour répondre aux attentes des consommateurs.	La dimension sanitaire et écologique, point noir du groupe.
	Pouvoir de négociation des fournisseurs	Diversifier les sources d'approvisionnement pour réduire la dépendance.	Insignifiant dans la plupart des marchés, ce qui peut conduire à des pressions sur les marges.

Macro-Environnement	Politique	Stabilité politique dans certains marchés permet une planification à long terme.	Réglementations alimentaires et sanitaires différentes dans chaque pays. Les opérations dans des régions politiquement instables peuvent déranger l'entreprise.
	Economique	Croissance économique notable dans les marchés émergents. Exemple : l'Inde et le Brésil. En 2022 → 43,04 G\$ de CA.	Fluctuations des taux de change. Exemple : la dépréciation du peso argentin.
	Socioculturel	Augmentation de la demande pour des boissons sans sucre et des thés glacés.	La demande croissante pour des boissons plus saines peut réduire les ventes de produits traditionnels.
	Technologique	Coca-Cola investit massivement dans la technologie. Exemple : en 2023 → investit 1 G\$ en R&D pour améliorer ses processus de production et développer de nouveaux produits. Coca-Cola utilise des technologies avancées pour le marketing digital et les ventes en ligne → +15% en 2022	Innovation rapide nécessitant des investissements constants en R&D.
	Écologique	Durabilité : engagement à utiliser 50% de matériaux recyclés dans ses emballages d'ici 2030. En 2022, l'entreprise	Favorise l'utilisation des sources d'énergie renouvelable dans 60% de ses usines en 2022. Normes environnementales de

		a atteint 25% de cet objectif.	plus en plus rigoureuses.
	Légale	Propriété intellectuelle → la protection des marques et des brevets pour maintenir un avantage concurrentiel.	Les lois sur la santé publique, comme les taxes sur les boissons sucrées, peuvent affecter les ventes.

Conclusion :

Coca-Cola doit **innover et s'adapter pour rester leader** face aux défis comme la concurrence, les exigences écologiques et les réglementations. Ils bénéficient de la **croissance dans les marchés émergents** mais doivent répondre aux **attentes des consommateurs pour des produits plus sains**.

III - R.S.E de l'entreprise :

La responsabilité sociétale des entreprises (RSE) de Coca-Cola se structure autour de plusieurs axes visant à intégrer des pratiques durables, éthiques et respectueuses de l'environnement.

1. Gestion durable de l'eau :

L'eau étant l'ingrédient principal des boissons Coca-Cola, la gestion responsable de cette ressource est un enjeu crucial. Coca-Cola s'est fixé pour objectif de **rendre à la nature 100 % de l'eau** utilisée dans la production de ses boissons, notamment à travers des **projets de reforestation**, de **préservation des bassins hydrographiques** et de **réduction de la consommation d'eau** dans ses usines.

2. Réduction des déchets plastiques :

Coca-Cola s'engage à lutter contre la pollution plastique, un des principaux défis environnementaux. Leur initiative **"World Without Waste"** vise à **collecter et recycler l'équivalent de chaque bouteille ou canette vendue d'ici 2030**. L'entreprise investit également dans des emballages recyclables, réutilisables et biodégradables.

3. Réduction de l'empreinte carbone :

Coca-Cola met en place des efforts pour réduire ses émissions de gaz à effet de serre. **L'entreprise s'engage à réduire ses émissions globales de 25 % d'ici 2030**, en **adoptant des sources d'énergie renouvelables** dans ses usines et en **optimisant la chaîne d'approvisionnement**. Cela inclut l'amélioration de la logistique et le développement de véhicules moins polluants.

Coca-Cola est engagé sur plusieurs fronts pour améliorer son impact environnemental et social, tout en restant un leader dans l'industrie des boissons. Néanmoins, **malgré ses efforts, l'entreprise est souvent critiquée**, notamment en raison de son rôle dans la production de plastique ou des effets de ses produits sur la santé. **Coca-Cola s'efforce d'instaurer un climat de transparence à travers ses rapports annuels RSE**, où l'entreprise rend compte de ses progrès et des défis rencontrés. L'éthique des affaires est aussi un point essentiel, **avec des politiques claires contre la corruption, le travail forcé, et le respect des droits de l'homme** dans toute sa chaîne d'approvisionnement.

IV - Conclusion :

Coca-Cola, en tant que leader mondial incontesté sur le marché des boissons gazeuses, a su **bâtir un empire grâce à des stratégies commerciales novatrices et une expansion internationale**. Son organisation repose sur une **solide infrastructure de distribution, des partenariats embouteilleurs et un réseau mondial intégré**, lui permettant de rester compétitif dans un environnement économique dynamique.

Le diagnostic externe montre que, malgré une concurrence féroce et des menaces environnementales croissantes, **Coca-Cola continue d'innover**, notamment dans les boissons plus saines et durables, tout en répondant aux attentes des consommateurs. Ses engagements en matière de responsabilité sociétale des entreprises (RSE) témoignent de son **désir de réduire son impact environnemental**, notamment à travers des initiatives pour la gestion durable de l'eau, la réduction des déchets plastiques et l'empreinte carbone. Cependant, **l'entreprise fait face à des critiques constantes**, notamment concernant la pollution plastique et la santé publique liée à ses produits sucrés.

Ainsi, Coca-Cola doit **concilier sa position de leader avec les exigences écologiques et sociétales contemporaines**. En capitalisant sur l'innovation, la technologie, et une gestion responsable de ses ressources, **l'entreprise est capable de relever les défis** qui l'attendent tout en assurant une croissance durable et une performance économique solide. Pour rester un acteur influent dans un marché en constante évolution, **Coca-Cola doit continuer à s'adapter, anticiper les tendances, et renforcer ses engagements** en matière de durabilité et de responsabilité sociale.