Devoir sur Word de TSDIANY Raharison Muriel (Mikaël) L1 G2

1. Identifier une organisation : Groupe Orange SA
2. Identifier les enjeux sectoriels en matière de numérisation
3. Solution numérique : idée d’innovation : carte VISA Orange (Mobile Banquin)
4. Diagnostique sectoriel :

L’environnement de l’organisation peut se définir comme l’ensemble des forces extérieurs qui agissent et interagissent au profit et à l’encontre de l’organisation. Il regroupe tous les facteurs sociologiques, économiques, juridiques et technologique, qui sont une incidence sur la vie de l’organisation.

* 1. **DIAGNOSTIQUE EXTERNE**

On va décomposer l’environnement externe de l’organisation en 3 sous-ensembles :

* Le Macro Environnement
* Le Méso Environnement
* Le Micro Environnement
  + 1. ***Le Macro Environnement :***

C’est l’environnement global dans lequel se trouve l’organisation ou PESTEL (Politique, Economique, Socio-démographique, Technologique, Environnemental, Légal) :

1. Politique

* Ethique

L’éthique, socle naturel de nos valeurs

Nos actions, comportements et décisions sont guidés par un ensemble de valeurs partagées qui témoignent de ce que nous sommes. Elles fondent notre réputation dans les relations que nous construisons avec nos clients, nos collaborateurs, nos actionnaires et nos autres parties prenantes. Nous agissons toujours avec intégrité et nous portons la plus grande attention à l'impact que nos activités peuvent avoir aujourd'hui et dans le futur.

Nous adhérons collectivement à l'ensemble des principes d'action et de comportement de la charte de déontologie du groupe. Cette charte est la pierre angulaire de notre approche éthique. Elle guide nos actions, quel que soit le contexte géographique et culturel. Elle garantit à nos parties prenantes que nos actions sont conformes à nos engagements d'assurer une croissance responsable et durable.

* Charte de déontologie

Une éthique professionnelle au cœur d'une croissance responsable.

1. Economique

* Données économiques :

En 2017, le chiffre d’affaires du groupe Orange était de 41,096 milliards d’euro avec une bénéfice de 1,9 milliard d’euros.

Ce chiffre d’affaires se décline ainsi :

* France : 18,052 milliards d’euros.
* Europe (Espagne, Pologne, Belgique, Luxembourg, pays d’Europe Centrale) : 11,026 milliards d’euros.
* Afrique et Moyen-Orient : 5, 030 milliards d’euros.
* Entreprises : 7,252 milliards d’euros.

A ce total, il faut déduire les « élimination intra groupe » (échange de biens et de services entre les entités du groupe Orange) à hauteur de 1,915 milliards d’euros.

* Facteurs économiques

Dans le cadre de son développement sur un territoire donné, le groupe Orange doit prendre en compte certains facteurs économiques tels que :

* + **L’inflation**. Elle facilite pour Orange une adaptation de la structure des prix et des salaires. Elle constitue, si elle est forte, un soutien à la demande globale, ce qui stimule la croissance mais si elle est faible, freine la relance économique.
  + **La croissance de l’économie**. Orange doit mesurer celle-ci en prenant en compte le taux de croissance annuel moyen du PNB ou du PIB du pays où le groupe souhaite s’implanter.
  + **Le progrès économique**. Quels sont les revenus réels de la population ciblé.
  + **Le marché du travail**. Les offres et les demandes d’emploi s’équilibrent-elles ? Quels sont les salaires moyens dans le pays.
  + **Les taux d’intérêt**. Orange doit savoir ce que perçoivent les banques et ce qui coût à la population lorsqu’elle fait un emprunt. Plus les taux sont faibles, plus l’emprunteur à la possibilité de s’endetter à peu de frais, ce qui entraîne logiquement une augmentation de la consommation et de sa puissance stratégique.
  + **Le coût des matières premières et de l’énergie** dans le pays cible ;
  + **La compétitivité économique.** Orange doit connaître la capacité des entreprises d’un pays à produire et à vendre des biens et des services sur un marché en situation de concurrence.

1. Socio-démographique

Les facteurs socio-démographique ou socio-culturel ont une importance pour une organisation souhaitant se développer dans un pays. Une organisation comme orange doit également connaître le niveau d’étude de la population pour mieux cibler ses offres mais également pour savoir si elle trouvera du personnel assez qualifié pour répondre à ses besoins d’employeurs.

1. Technologique

La technologie est primordiale pour Orange. Tout d’abord parce que le groupe se situe dans un secteur technologique. C’est pourquoi l’organisation possède des laboratoires de recherche et un Technocentre Orange inauguré en 2006. En effet, le technocentre se concentre sur les innovations touchant aux applications mobiles, au très haut débit, à la domotique, à internet et à l’idO.

De plus Orange, dans une perspective de développement dans un pays, doit également connaitre les infrastructures existantes et le niveau en technologie du pays en question.

1. Environnemental

Les initiatives en faveur de la durabilité de l’environnement sont très importantes pour l’image d’une entreprise comme Orange qui a une politique communicationnelle très axée sur le consommateur. C’est pourquoi Orange met en avant un engagement fort concernant le recyclage de mobiles. L’organisation en a même fait un argument de vente en reprenant les mobiles usagés et en offrant des réductions pour l’achat d’un nouveau téléphone.

1. Légal

Une organisation doit se conformer aux législations d’un pays où elle souhaite s’implanter. Ces législations sont diverses et peuvent concerner le droit du travail, le respect de l’environnement, la protection des consommateurs, le droit à la propriété intellectuel, le droit relatif à la concurrence, etc. En cas de non-respect de cette législation l’entreprise peut être lourdement sanctionnée.

* + 1. ***Le Méso Environnement :***

Le méso environnement peut être analysé selon une autre type classification des entreprises, qu’est la classification selon la nature des activités économiques.

Pour le cas de l’entreprise orange :

* Ainsi, selon la nature des activités économiques, l’organisation Orange est regroupé sur le secteur Quaternaire (secteur centrer dans le recherche et développement).
* Le type d’opérations accomplies de oranges est classées en opération financières.
* Le branche d’activités est le branche télécommunication.
* Le groupe d’appartenance de Orange est ….
  + 1. ***Le Micro Environnement :***

Le micro environnement comprend les acteurs proches de la société qui affectent sa capacité à servir ses clients.

1. Les clients ou les consommateurs : les individus qui bénéficient des offres et qui utilise les produits d’Orange
2. Les fournisseurs : **Coriolis Entreprise** est un des premiers grossistes d'Orange. Le fournisseur propose des offres pour particuliers et professionnels, celles-ci concernent la téléphonie mobile, fixe, internet mobile, internet et réseaux ainsi que des solutions de Cloud ou de messagerie collaborative.
3. Les concurrents : Bouygues Telecom, SFR, Airtel, Telma, …
4. Les sous-traitant :
   1. **DIAGNOSTIQUE INTERNE**

Tout les éléments internes à l’entreprise et à l’organisations sont appelés environnement interne.

Ils sont généralement connus sous le nom de 5 M :

* Man (la capacité humaine ou les ressources Humaines) : il emploie 152 000 personnes et prétend avoir plus de 230 millions de clients dans le monde.
* Money (le capital financier) :
* Machines (les machines) :
* Materials (les matériels) :
* Market (le marché) : est présent dans 29 pays
  1. **CARACTERISTIQUE DE L’ENTREPRISE ORANGE** 
     1. **Forces**

1. Un groupe très important. Orange est un des géants mondiaux dans le secteur des télécommunications. Le groupe est à la la 10ème place des plus grandes entreprises spécialisées dans le secteur.
2. Leader européen des télécommunications. Orange s’est imposé comme un leader du marché des télécommunication en Europe et est présent en Belgique, en France, au Luxembourg, en Moldavie, en Pologne, en Roumanie, en Slovaquie et en Espagne.
3. Leader mondial Entreprise. Avec Orange Business Services, Orange est puissant dans le domaine des télécommunications au service des entreprises. De plus, Orange Business services veut se développer dans le domaine des services multi-cloud.
4. Un budget conséquent en Resource et Développement (R&D). Les dépenses en R&D sont très importantes pour le groupe Orange. Dans le classement 2018 de Boston Consulting Group, Orange est à la 19 ème place des entreprises mondiales les plus innovantes. Même si ces budgets R&D sont en baisse, on peut imaginer une hausse en 2018-2019 après l’annonce de l’excellent chiffre d’affaires de l’entreprise en 2017.
5. Nouveaux secteurs d’intervention. Orange ne cesse de diversifier ses activités et ne se limite pas aux télécommunications. Le groupe est déjà présent dans le secteur de l’électricité en Afrique et en Pologne.
6. Une présence forte sur le continent africain. Orange SA est présente dans 21 pays d’Afrique et du Moyen-Orient.
7. Une marque très connue. Orange, e, 2018, à été classée à la 51ème place des marques les plus prestigieuses dans le monde selon le classement Brand Fiance Globale.
8. Un engagement dans le développement durable. Orange est très investi dans le domaine de la protection de l’environnement et du développement durable. L’entreprise sait communiquer suer ses actions écologiques. C’est un argument de poids auprès des consommateurs de plus responsables.
   * 1. **Faiblesses**
9. Une pénétration mondiale limitée. Si Orange est très présent en Europe (mais pas tout sur le continent) et en Afrique et au Moyen-Orient, le groupe est absent ou presque, au niveau des télécommunications, en Asie, et sur le continent américain (Etats-Unis, Canada, Amérique du Sud). Par rapport à ces gros continents, il est désavantagé.
10. Une image très écornée. Avec de nombreuses condamnations et un taux de suicide parmi ses employés qui a défrayé la chronique, l’image de la marque a été dévalorisée dans l’opinion publique.
11. Présence de l’Etat français au capital. Dans une économie mondiale où le système capitaliste est devenu l’ultime modèle. Orange se voit freiné dans son développement à la cause de la présence de l’Etat français dans son capital.
    * 1. **Opportunités.**
12. Croissance des services de télécommunications. Les services de télécommunications sont en hausse. Avec les pays émergents et l’augmentation de la couverture mondiale d’internet ainsi que celle des achats de smartphones, le contexte est très favorables pour Orange.
13. Demande dans le secteur de la cyber santé.