TD IKEA

|  | **Menaces** | **Opportunités** |
| --- | --- | --- |
| **P(olitique)** | * Magasin en périphérie : transport (besoin de voiture), coupe une partie de la clientèle | * Magasin dans périphéries : ne pas polluer les centre villes * Accompagnement implantation (autoroute) par le gouvernement * Exode rural : création de logements à Stockholm |
| **E(conomique)** | * Impact de la concurrence : magasins de meubles (BUT, Alinea) / magasins très spécialisées (menuiseries) / Internet / occasion | * Concurrence ne fait pas peur * Libre service du meuble + Optimisation transport pour les meubles en kit (Comp HP et P) * Qualité * Potentiel augmentation du CA avec le marché asiatique * Océan bleu (fermes isolées sans accès aux commerces -> outillages divers jusqu’aux meubles car plus rentable) * dimension internationale : expansion mondiale après la suède (majoritairement USA, Chine et Japon) |
| **S(ocio-culturel)** | * Lien (avéré ou pas) avec le parti nazi suédois (menace) | * Premiers meuble du catalogue avec menuisier local * Propose gratuitement un repas et une nuit d'hôtel aux clients les plus dépensiers (interne : HS) * Exode rurale * Mode/Décoration et respect des couleurs (lancement de tendances) * Consumérisme |
| **T(echnologique)** |  | * Dépenses publiques et R&D * Meubles en kit : augmente la distribution * calcul de l’usure * transport 8x moins cher * occupation de l’espace dans les transports moins important |
| **E(nvironnemental)** | * Bois (législation), déforestation * Recyclage / carton | * Optimisation du transport : * moins de place prise par les meubles puisqu’en kit. Ainsi plus de marchandises / véhicule * Construction de beaucoup de magasins/entrepôts/usines(pas ouf) * Présence d’usines à l’internationale * Utilisation réduite du carton pour emballer les meubles |
| **L(égal)** |  | * Fiscalité : Parti en suisse (exil fiscal) et il a bien raison |

NOTES :

145 M en 2004 d’exs de catalogues ikea

6eme fortune mondiale (le créateur ikea)

Ikea = meuble en kit

coût 2 fois moins cher, à monter sois même

ce carton pèse 50kg

1926 suède depuis la province du smaland

entrepreneur atypique : [Ingvar Kamprad](https://www.google.com/search?rlz=1C1UEAD_frFR928FR928&sxsrf=APq-WBu-EIxAxO4NgpI6Fjq6ScqEUwtMCA:1646402843871&q=Ingvar+Kamprad&stick=H4sIAAAAAAAAAONgVuLUz9U3MDRIyjZ4xGjCLfDyxz1hKe1Ja05eY1Tl4grOyC93zSvJLKkUEudig7J4pbi5ELp4FrHyeeallyUWKXgn5hYUJaYAALfjBb5VAAAA&sa=X&ved=2ahUKEwi0sKnF0Kz2AhVRQhoKHfyBDAkQzIcDKAB6BAgtEAE)

histoire classique entrepreneur pauvre qui travaille pour réussir

homme qui veut juste de l’argent (un peu, genre quelques milliards)

idée de génie : faire du commerce (pas de magasin à proximité)

il fait de l’achat/revente (comme sur dofus) : acheter pas cher et revendre avec forte marge

il commence avec des allumettes puis il continue avec des grossistes

1943 : création de sa première entreprise

il crée son premier catalogue, et vend des pipes

Ikea a commencé dans la cabane au fond du jardin (cliché)

**I**ngvar

**K**amprad

**E**lmtaryd

**A**gunnaryd

Il a senti qu’il devait devenir vendeur de meuble

* grosses ventes = chaises/fauteuils (fermiers possédaient meubles de famille)

il mise tout sur la vente de meuble

il fait du local avec les menuiseries du coin

il continue avec son idée de catalogue

idée de fou : exposer les produits du catalogue dans un entrepôt (nouvelle combinaison catalogue/exposition) => permet de visualiser / imaginer en taille réelle, toucher, vérifier la qualité / pièce (possibilité de tester / toucher / mesurer)

CA x2 chaque année

il fait construire un hôtel meublé en IKEA (crack)

problème : livraisons car les meubles sont compliqués à transporter et se cassent (revient cher)

idée du kit/pièce détachée pour régler le pb de transport (inventé par guilis longrine)

paquets plats et production à grande échelle de meuble en kit => transports moins cher

style original (couleur, rondeur, minimalisme)

Boom économique Suède => en 10 ans +1 millions appart en ville => opportunité Ikea (faut meubler)

construction d’un magasin de 45 000m² forme ovale originale pour forcer les gens à tout voir (comme dans un musée)

investissement 2 millions d’euro

18 juin 1965 => 35 000 personnes dès le premier jour => entrepôt vidé

Le client transporte lui même (libre service du meuble)

1 an = 8 million CA (le double prévu)

Le pape du prix cassé

Reproduire à l’international

200 magasins en 40 ans dans le monde entier = succès en forme de catalogue

même articles, catalogues, seulement traduit (32 pays, 145 millions exemplaires, plus que la bible)

machine à faire de l’argent

augmentation du chiffre d’affaires possible de 50% (avec expansion en Chine/Japon …)

300 mille chaque jour : boulette Ikea

client avec le ventre plein == meilleur client

wait for the scandale :

24 novembre 1994

flirt avec les nazis (leader parti suède, témoin mariage) => boycotte ?

il s’explique à la télévision en prime time (s’excuse, prend responsabilité)

tout le monde s’en fout = les ventes continuent

exilé en suisse Dodge le fisc = crack

pas coté en bourse, business familial

18 milliard dollars

**Diagnostic IKEA**

1. Le diagnostic stratégique constitue la première étape de la démarche stratégique de l’entreprise. **VRAI : on pose d’abord notre diagnostic pour pouvoir définir notre stratégie**

2. Le **diagnostic stratégique** aboutit à une synthèse mettant en évidence les forces et les faiblesses de l’entreprise face aux menaces et opportunités de l’environnement. **VRAI = c’est le SWOT**

3. La définition des objectifs stratégiques n’est pas liée à la finalité de l’entreprise. **FAUX**

4. Les objectifs stratégiques sont définis en réponse aux attentes des parties prenantes. **VRAI/FAUX en fonction des parties prenantes concernées**

5. La stratégie peut être définie au niveau de chaque domaine d’activité ou au niveau global. **VRAI**

6. La démarche stratégique consiste uniquement à effectuer un diagnostic de l’entreprise, puis à prendre une décision stratégique. **FAUX (D’autres éléments à prendre en considération, valeur population/pdg, ex France: éthique & écologie)**

7. La comparaison des résultats obtenus aux objectifs stratégiques fixés permet le contrôle de la stratégie décidée. **VRAI**

8. La méthode PESTEL permet de faire un diagnostic de l’environnement global de l’entreprise dans son ensemble ou dans un des domaines d’activité. **VRAI**

9. Le pouvoir de négociation des clients est d’autant plus fort que celui des fournisseurs est faible. **FAUX, c’est indépendant**

**Diagnostic Interne**

| **Forces** | **Faiblesses** |
| --- | --- |
| * Leader sur le marché : force influence (Océan bleu à l’origine : s’impose sur le marché) * Innovation importante : Invention/promotion du meuble en kit, économie, gain de place + design qui influence la consommation * Présence géographique importante (sur presque tous les continents) * Production de masse : meubles à tarifs abordables : très bon rapport qualité/prix (transfert au client du montage et du transport) * Proximité matières premières (que au départ, plus vrai mtn ?) * Service R&D important : beaucoup de designers pour trouver toujours de meilleures idées. Ils lancent des tendances * Catalogue mondial (<2020) * Système de visite : parcours imposé, voyeurisme (reconstruction intérieur * ) * Service tiers : restauration + hôtellerie + garderie pour enfants + carte fidélité (hot dog d’Ikea) * Satisfaction client : lieu de sortie | * Éloignement du client (périphérie) : besoin des transports -> on se prive donc d’une partie de la population * dépendance fournisseur + Éloignement des matières premières * Noms de meubles imprononçables * Qualité pas forcément incroyable, surtout pour les meubles de faible prix * Beaucoup de concurrence : magasins spécialisés, les professions spécialisés, internet, le marché de l’occasion => réponse compétitivité prix/hp/idéologique * Baisse du CA due à la compétitivité prix * Difficulté du montage |

**Analyse**

(Méthode: Introduction historique, constat + analyse externe/interne)

IKEA est une entreprise d’origine suédoise qui repose sur un modèle familial et qui n’est pas cotée en bourse. Elle est aujourd’hui implantée sur tous les continents.

Celle-ci a pour activité principale de produire et commercialiser des meubles. Elle subit cependant sur ce même secteur d’activité une concurrence de plus en plus vive sur le marché de l’occasion.

Cette firme est par ailleurs attaquée par son impact écologique négatif et l'uniformisation de sa culture à travers le monde.

Enfin, malgré ces critiques, IKEA reste leader sur ce marché du meuble et de la décoration et tente aujourd’hui de se diversifier (jardinerie, animalerie, domotique entre autres). Cela repose principalement sur la maîtrise du rapport qualité/prix qui satisfait un large public. Ainsi, cette entreprise a encore de larges opportunités de développement à travers le monde.

Critiques : RH, nazis

**Innovations chez IKEA**

* idée qui se traduit par une invention : innovation + brevet => **produit, procédé, marché**
* ces innovations reposent sur :
  1. amélioration continue (cercle de qualité)
  2. sensibilité croissance au développement durable RSE
  3. création longue et coûteuse de prototype

***contre-exemple : vélo sladda (innovation produit = 2 vitesses, procédé = en kit, marché = nouveau marché sur transport)***

* ***prix : 800 euros***
* ***poids : (lourd)***

***=> échec***

**Fin du catalogue**

**Avantages** :

* moins de coûts
* fin polémique sur la place des femmes (culture, habillement)
* image en rapport à l’écologie et la pollution

**Inconvénient :**

* Se prive d’une partie de la clientèle qui ne va pas sur Internet…