

1. Quelles sont les dates clés de l'histoire de la lutte entre Coca et Pepsi ? Expliquez en quoi chacune de ces dates constitue un tournant pour l'un ou l'autre des 2 acteurs.

1903 Retrait de la cocaïne dans la coca-cola

1906 Loi sur les aliments sains

Pepsi a un avantage sur coca vis à vis de la loi de 1906 car il proposait déjà un soda "sain"

1923 Robert w woodruff (le boss) devient président de coca

Il dirige l'entreprise avec ferveur pendant 60 ans .

1930 Pepsi lance sa bouteille de 40cl pour 5 cts (de dollar de l'époque) ce qui chamboule le marché car coca vendait pour 5cts une bouteille de 20cl.
(pepsi 2 fois moins cher)

1950 : Alfred Steele trahit coca pour rejoindre pepsi

1960 : Pepsi lance une nouvelle campagne qui cible la génération du baby boom .

1987 : Vente de fausses informations à pepsi

1994 : Investissement massif dans pepsi -> augmentation des ventes de 60%

2. Quels sont les critères de segmentation sur lesquels s'appuient ces deux firmes pour asseoir leur développement. Ont-ils changé avec le temps ? (justifiez vos propos).

Les critères de segmentation sur lesquels s'appuient ces firmes pour asseoir leur développement sont:

- Géographique:
 - s'habitue au quartier comme dans l'exemple des distributeurs pepsi ayant été installés en face d'une école distribuant exclusivement des boissons Coca-cola.
 - La région :étiquette publicitaire différente suite au climat
 - le pays: Coca-Cola accommodé régime nazi
 - le type d'habitat :collectif en particulier mais aussi individuel
- Sociodémographique:
 - âge: adolescent, jeune adulte (distributeurs lycée)
 - revenu: pub visant les ménages les plus riches afin de pouvoir lever leur image de "soda de consommation bas de gamme". Ce critère ayant changé au fil du temps, les pubs visent maintenant les ménages moyens.

3. Les facteurs clés de succès sur le marché des sodas à partir des années 80 sont le monopole du marché brésilien en usant de techniques comme l'espionnage commercial et le sabotage. En effet, des espions, par exemple Cesar Azambuja a vendu à Pepsi de fausses informations concernant Coca-Cola, un autre espion a enregistré des réunions stratégiques entre les dirigeants de Pepsi. Coca aurait aussi bloqué l'entrée de Pepsi dans les réseaux de supermarché en négociant des accords d'exclusivité illégaux. Peu de procès ont lieu dû aux lourdes conséquences qu'auraient une ébruïtion de ces affaires, que ce soit pour les Etats-Unis ou les 2 marques concurrentes. Enfin, aux Etats-Unis, on mise sur les clients jeunes, à l'école. Les marques investissent pour pouvoir installer des distributeurs à des lieux fréquentés par les jeunes et avoir l'exclusivité dans les écoles.

4. A partir du documentaire et d'informations complémentaires, analysez la politique de diversification de Coca et de Pepsi.

Pepsi et Coca ont une politique de diversification qui compte plusieurs essais, beaucoup ont pu aboutir mais malheureusement pas tous.

La première vraie diversification de Coca a été en distribuant leur nouvelle boisson Fanta. Afin d'éviter l'avancée de Coca-Cola, Pepsi se diversifie dans l'agroalimentaire, continuant à viser les ménages moyens tout en signant des accords d'exclusivité (KFC).

Les deux entreprises se sont aussi diversifiées en termes d'expansion à l'international, grâce à des contrats (exclusif ou non) avec la Russie, le Brésil, la Chine ...