

Plan

I- Tableau caractéristiques……………………………………………Pages 3, 4, 5 et 6

II- Diagnostic externe……………………………………………………Pages 6, 7, 8 et 9

III- Sources………………………………………………………………Pages 9 et 10

# 

I – Tableau caractéristiques d’IKEA

| **Caractéristiques** | **Description** |
| --- | --- |
| Dénomination sociale | L’entreprise se nomme IKEA. Elle est sous la direction de deux sociétés mères qui sont Stitching INGKA Foudation et Inter IKEA Holding. |
| Finalités | IKEA a pour but d’être une entreprise lucratives, elle vise également à être à la fois sociales car elle veille au bien être de ses collaborateurs, sociétales dans le sens où elle vend ses meubles à un prix abordable pour le plus grand nombre, et enfin environnementale car elle adopte une démarche circulaire pour limiter l’impact sur le climat. |
| Formes | Il s’agit d’une entreprise privée. |
| Type | IKEA est une entreprise industrielle car elle fabrique ses meubles et commerciales comme elle vend elle-même les produits qu’elle a construite. |
| Statut juridique | Cette entreprise est une IKAktiebolag en suédois, ce qui correspond en français à une Société Anonyme. |
| Objectifs | En terme d’objectif qualitatif, IKEA a pour but d’avoir une empreinte carbone positive d’ici 2030.  Pour l’objectif quantitatif, IKEA ne vise pas un certain chiffre d'affaires, juste un accroissement des ventes, mais surtout elle espère atteindre 3 milliards de clients dans le monde en 2025. |
| Nationalité | IKEA est connu dans le monde entier, à l’origine, c’est une entreprise suédoise. En revanche, son siège social se trouve à Delft aux Pays-Bas. |
| Activité principale | IKEA a pour activité principale la conception, la construction et la vente de meuble facile à monter. |
| Secteur d’activité | IKEA opère principalement dans le secteur secondaire. En effet, elle récupère des matières premières afin de les transformer et ensuite de les vendre. |
| Taille | En termes de chiffre d'affaires en 2022, IKEA a généré 27,5 milliards d’euros.  Cela leur permet d’être le leader mondial de l’ameublement et de l’aménagement de la maison avec environ 16 % des parts de ce marché  Afin de rester premier, elle dispose d’un effectif total d’environ 231000 collaborateurs en 2022. |
| Origine des capitaux | IKEA tire ses bénéfices des fonds privés, c’est principalement l’argent gagné avec la vente des meubles qui fait leur chiffre d'affaires. |
| Besoin | Les clients d’IKEA paient le prix fixé par l’entreprise, c’est donc un besoin solvable dont il est question. |
| Domaine d’intervention ou champ d’action | Au niveau géographique, IKEA est actif dans le monde entier.  Les clients visés sont ceux qui cherchent à acheter des meubles à bas prix et facile à monter. |
| Ressources | Les ressources matérielles d’IKEA sont évidemment les meubles ou encore les magasins, mais aussi les usines et les entrepôts pour fabriquer et stocker les produits.  En termes de ressources immatérielles, elle dispose d’un site internet et surtout d’une grande notoriété, IKEA est tout de même le leader mondial de son marché.  Pour les ressources humaines, IKEA fournit à ses nouveaux collaborateurs une formation approfondie. |
| Performances | IKEA est une entreprise efficace en termes d’objectif quantitatif et efficiente pour son objectif qualitatif. En effet, l’objectif d’IKEA d’améliorer son empreinte carbone avance très bien. Or, l’objectif d’atteindre 3 milliards de clients en 2025 n’est pas encore atteint car en 2021, c’est un total de 775 millions de clients qui se sont rendus dans les magasins. |
| Mode de coordination | IKEA a pour modes de coordination une standardisation pour la transformation des matières premières en kit de meuble. Elle a aussi une supervision directe et de l’ajustement mutuel en ce qui concerne les vendeurs en magasin. |
| Mode de direction | IKEA étant sous la gouverne de deux sociétés mères, elle a deux PDG qui sont Jesper Brodin et Jon Abrahamsson Ring. Il y a également un conseil de direction. |

**II- Diagnostic externe**

| **OPPORTUNITÉS** | **MENACES** |
| --- | --- |
| Environnement Socioculturel :   * + Les tendances sociales, les modes de vie et les préférences des consommateurs influencent les produits et les stratégies marketing d'IKEA. Par exemple, l'accent mis sur la durabilité et la demande croissante pour les meubles modulaires.   + IKEA doit également tenir compte des différences culturelles entre les marchés, ce qui peut influencer les besoins et les attentes des clients.   Environnement Environnemental :   * + IKEA a adopté des pratiques commerciales durables et s'est engagé à réduire son empreinte environnementale. Les réglementations environnementales, telles que les normes de production durable et la gestion des déchets, ont un impact sur ses activités.   + Les préoccupations environnementales des consommateurs influencent également les décisions d'achat.   Le pouvoir de négociation des fournisseurs :   * + IKEA travaille avec de nombreux fournisseurs pour ses produits. Cependant, en raison de sa taille et de son volume d'achat, il a un pouvoir de négociation élevé pour obtenir des prix compétitifs et des conditions avantageuses.   + La diversification des sources d'approvisionnement peut réduire la dépendance vis-à-vis de fournisseurs spécifiques.   Le pouvoir de négociation des clients :   * + IKEA vend principalement aux consommateurs finaux, et les clients ont un pouvoir de négociation modéré en raison du grand choix d'alternatives disponibles sur le marché.   + La satisfaction du client et la proposition de valeur de l'entreprise sont essentielles pour maintenir la fidélité des clients.   Environnement Technologique :   * Les avancées technologiques peuvent avoir un impact sur les opérations d'IKEA, de la chaîne d'approvisionnement à la vente en ligne. Par exemple, l'utilisation de la technologie pour optimiser la gestion des stocks, ou les progrès dans la réalité augmentée pour l'aménagement intérieur virtuel.   La menace des nouveaux entrants :   * + IKEA a établi une position dominante sur le marché des meubles et de l'ameublement, ce qui rend difficile l'entrée de nouveaux concurrents.   La rivalité entre les concurrents existants :   * + La concurrence pousse IKEA à innover continuellement, à maintenir des coûts bas et à offrir des produits de haute qualité pour rester compétitif. | Environnement Politique :   * + IKEA opère dans de nombreux pays, et les politiques gouvernementales peuvent avoir un impact sur ses activités. Il doit se conformer aux lois et réglementations locales concernant les normes de sécurité, les taxes, les douanes, etc.   + Les politiques commerciales internationales, telles que les tarifs et les accords de libre-échange, peuvent affecter les coûts d'approvisionnement de l'entreprise.   Environnement Technologique :   * + Les problèmes de cybersécurité et de protection des données sont également des considérations importantes pour une entreprise qui traite des transactions en ligne.   Environnement Économique :   * + Les conditions économiques mondiales, telles que les taux de change, les taux d'intérêt, l'inflation, et le pouvoir d'achat des consommateurs, ont un impact sur les résultats financiers d'IKEA.   + La pandémie de COVID-19 a également eu un impact sur l'économie et le comportement des consommateurs, affectant les ventes au détail.   Environnement Légal :   * + IKEA doit se conformer aux lois et réglementations locales et internationales, notamment en ce qui concerne le droit du travail, les normes de sécurité des produits, la propriété intellectuelle, etc.   + Les litiges et les questions juridiques peuvent avoir un impact financier et réputationnel sur l'entreprise.   La menace des nouveaux entrants :   * + La taille de l'entreprise, son pouvoir de négociation avec les fournisseurs et ses économies d'échelle constituent des barrières à l'entrée importantes.   La menace des produits de substitution :   * + Les produits de substitution pour les meubles et l'ameublement comprennent les magasins de meubles locaux, les ventes en ligne et la possibilité pour les consommateurs de fabriquer leurs propres meubles.   + IKEA doit rester concurrentiel en proposant des produits abordables, un design attrayant et une expérience d'achat unique.   La rivalité entre les concurrents existants :   * + IKEA fait face à une concurrence internationale féroce, y compris d'autres géants de l'ameublement et des détaillants en ligne. |

**III- Sources**

Wikipédia ([Ikea — Wikipédia (wikipedia.org)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Ikea)) - Consulté en ligne le 13/10/2023.

L’article étant rédigé par une personne anonyme, les informations sont à vérifier auprès des autres sites. Néanmoins, ce sont des informations rapides et simples d’accès.

ChatGPT - Consulté en ligne le 13/10/2023.

De bonnes informations complètes, en revanche, la bonne de donnée n’est pas mise à jour, on doit donc encore croisé les sources.

Site internet d’IKEA (<https://www.ikea.com/fr/fr/>) - Consulté en ligne le 13/10/2023

Il s’agit du site internet officiel d’IKEA. Les informations sont donc sûres.

Statista (<https://fr.statista.com/statistiques/565181/chiffre-affaires-ikea-monde/>) - Consulté en ligne le 13/10/2023

Ce site propose des statistiques sur IKEA, ils font eux même leurs études donc les résultats peuvent ne pas être exactement correctes.

CLMGF (<https://clmgf.be/analyse-des-cinq-forces-de-porter-ikea/>) - Consulté en ligne le 20/10/2023

Ce site offre une analyse des forces de PORTER d’IKEA.

é&a (<https://www.etudes-et-analyses.com/marketing/marketing-de-la-distribution/etude-de-cas/5-forces-porter-ikea-627768.html>) - Consulté en ligne le 20/10/2023

Ce site est spécialisé en étude et en analyse et propose une bonne analyse des forces de PORTER d’IKEA.

Manager Ocean (<https://www.managerocean.com/pestel-ikea/>) - Consulté en ligne le 13/10/2023

Cet article nous permet de découvrir une analyse PESTEL complète.

é&a (<https://www.etudes-et-analyses.com/marketing/marketing-de-la-distribution/etude-de-cas/analyse-pestel-ikea-624657.html>) - Consulté en ligne le 13/03/2023

Ce site offre également un bon diagnostic PESTEL d’IKEA et est conforme avec les autres informations trouvées sur les différentes sources.