

DOSSIER STRATÉGIQUE



REGNIER Mathilde

FOURRE Maël

LE BEAUDOUR Bastien

ALLAIN Constance



Tableau de caractéristiques

Caractérisation de LEGO

Caractéristiques	Description
Dénomination sociale	The LEGO Group
Finalité	Lucrative, Educative, Sociale et Environnementale
Forme	Entreprise privée
Type	Industrielle
Statut juridique	SA (Société Anonyme)
Objectifs	Quantitatifs : durabilité et croissance financière. Qualitatifs : innovation, impact social, et qualité de l'expérience des utilisateurs.
Nationalité	Siège Sociale à Billund au Danemark
Activité principale	Fabrication de jouets
Secteur d'Activité	Secteur secondaire
Taille	Grande Entreprise
Origine des capitaux	Fonds privés
Besoin	Solvable

Domaine d'Intervention	International
Champ d'action	Tout public
Ressources	<ul style="list-style-type: none"> • Ressources Humaines: employeurs, vendeurs • Ressources Matérielles: Locaux, jouets, accessoires • Ressources Immatérielles: Logo, slogan: "Seul le meilleur est assez bon" • Ressources Financières: CA 8,8 Milliards d'euros
Performances	<p>Performances économiques:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bénéfices • Croissance internationale • Position de leader <p>Performances technologiques:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Innovation produit • Digitalisation • Partenariats <p>Performances environnementales :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Matériaux durables • Énergies renouvelables • Emballages durables • Programme de recyclage
Mode de coordination	Mixte, combine supervision directe, standardisation et ajustement mutuel
Mode de direction	SA avec conseil d'administration et PDG

Analyse PESTEL

PESTEL

Politique

Lego peut être impacté par les accords commerciaux entre les pays, comme l'entreprise est à l'international, sans être une menace trop importante pour l'entreprise

1/5

Economique

L'inflation actuelle réduit le budget alloué aux jouets dans beaucoup de familles, constituant ainsi un risque pour LEGO. Mais de nouvelles zones géographiques s'ouvrent aussi à l'entreprise, avec une nouvelle demande (développement en Afrique et en Asie).

2/5

Socio culturel

Les jeunes passent de plus en plus de temps devant des séries ou films, ou à jouer aux jeux vidéos, et de moins en moins avec des jouets traditionnels.

3/5

Technologique

Le marché du jouet subit des avancées technologiques, notamment liées au développement de nouveaux matériaux, ou de nouvelles manières de jouer.

4/5

Ecologique

Le marché du jouet est particulièrement en mouvement de ce côté là, notamment avec le développement de matières biodégradables, pour remplacer le plastique

4/5

Legal

Le marché du jouet est très réglementé, avec beaucoup de règles et de normes à respecter pour pouvoir être commercialisé (matériaux, tailles, formes,...), pour assurer la sécurité.

4/5

Analyse des forces de PORTER

PORTER

Concurrence Directe

Il existe une concurrence très forte dans le marché du jouet. Et Lego, bien que leader des briques de jouets, doit faire face à des entreprises comme Hasbro, Mattel ou même Playmobil.

2/5

Produit de substitution

Il y a une forte présence de produits de substitution qui menace Lego. Déjà, la télé, les livres ou les sports en plein air répondent aux besoins de divertissement de l'enfant, mais aujourd'hui, c'est surtout le jeu vidéo qui met en péril le marché du jouet, car il est adapté et plus tendance.

4/5

Nouveaux entrants

Peu de nouveaux entrants dû à la réglementation du marché : le coût de production, la distribution, la fidélité de la marque et la notoriété de la marque. De plus, Lego est déjà une entreprise avec un rayonnement international, et des clients fidèles, ce qui empêche les nouveaux venus d'être une menace.

1/5

Pouvoir de négociation des fournisseurs

Il est faible. Mais, Lego possède une indépendance dans la fabrication de ses jouets, car ils sont faits dans ses usines et a développé des partenariats avec des fournisseurs de matériaux durables.

1/5

Pouvoir de négociation des clients

Il est modéré car la demande de produits Lego est très élevée et Lego peut donc bénéficier d'un choix pour fixer le prix de ses produits. Et la fidélité à la marque et les produits uniques que Lego propose

2/5

Matrice SWOT

SWOT

Opportunités

Au niveau des opportunités pour l'entreprise, on en retrouve un certain nombre.

- le développement d'un nouveau mode de jeu, plus technologique, avec de nouvelles technologies
- des jeunes et adultes qui suivent de plus en plus de franchises, et donc la possibilités de faire des partenariats avec ces dernières pour séduire les fans
- de nouveaux marchés qui se développent pour l'entreprise, avec l'ouverture de l'Afrique et de l'Asie, ouvrant la porte à de nouveaux clients
- des clients toujours plus fidélisés autour de l'entreprise

Menaces

Au niveau des menaces, plusieurs sont à retenir pour l'entreprise :

- un changement des habitudes de jeux des jeunes, qui délaisse malgré tout de plus en plus les jouets physiques pour se tourner vers le numérique
- un marché du jouet en baisse dans beaucoup de régions, à cause de l'inflation, qui diminue le budget des jouets
- une réglementation toujours plus stricte, avec une pression pour se tourner vers l'écologie
- une grande concurrence sur le marché, malgré la grande fidélité autour de l'entreprise

Conclusion :



L'entreprise LEGO évolue dans un marché dynamique, plein de menaces auxquelles faire face, et d'opportunités à saisir, tant au niveau micro et macro. Cependant, l'entreprise jouit d'une grande fidélité de la part de ses clients, en plus de bénéficier déjà de grands avantages sur le marché comme une notoriété internationale, et des partenaires déjà bien établis. Cependant, l'entreprise doit faire face à la baisse globale du marché du jouet dans le monde, ainsi que les exigences légales de son marché, satisfaire les attentes de ses clients, et innover en matière de jeu et de matière première.

Ainsi, pour conserver sa place de leader du marché, LEGO doit donc continuer d'innover, tout en intensifiant ses efforts sur les aspects écologiques.