

Ethan Mancelon
Pierig Malnoë
Yoann Gautier

1ère année Groupe E2

Semestre 1 : SAE 1.06 Découverte de l'environnement
économique et numérique

Organisation choisie : Heineken 🍺



IUT de Lannion
Année universitaire 2022-2023, BUT Informatique.



Fiche des caractéristiques de l'organisation :

Dénomination Sociale	Heineken
Nationalité de l'Entreprise	Néerlandaise
Finalité	But lucratif
Forme d'organisation	Entreprise privée
Type d'entreprise	Agroalimentaire/Brasseur
Secteur d'activités	Secteur Secondaire (Brassage/Production) Secteur Tertiaire (Vente)
Ressources Financières	3,3 mds de bénéfices et 26,58 mds de chiffre d'affaire en 2021 (Le Figaro) Capital: 55 469 000 000€
Ressources Immatérielles	Site d'heineken, Publicités, Image de marque
Ressources Matérielles	167 brasseries 700 camions franchises distributeurs
Ressources Humaines	85 000 salariés à travers le globe
Statut Juridique	SAS, société par actions simplifiée + l'entreprise est cotée en bourse
Objectifs	objectifs écologiques ambitieux
Activité principale	Production et vente de bières
Taille	Plus de 300 marques différentes

Origine des capitaux	Privé
Besoin	Besoin solvable (Besoin pour lequel un individu est disposé et possède les ressources financières pour payer)
Champs d'action	FTN (Multinationale, Firme Transnationale) Agis à travers le monde.
Performances	un bond de plus de 13% de son bénéfice net pour l'année 2019, à 2,1 milliards d'euros, notamment grâce à une "solide performance" au cours du second semestre. En 2020, l'entreprise a produit 186 millions de barils de bière
Mode de coordination	Comité d'exécution réparti entre les régions et les fonctions
Mode de direction	Paternaliste (confiance limitée, consultation peut fréquente des salariés, alterne récompense et sanction).
PDG	Dolf van den Brink

Matrice SWOT	
<u>Opportunités</u>	<u>Menaces</u>
<ul style="list-style-type: none"> - Le marché de la bière a progressé, dû à la réouverture des bars européen - Sponsors de nombreux sports tels que la Formule 1 - Prise de conscience du poids de la bière dans le marché de la boissons 	<ul style="list-style-type: none"> - Les prix des bières Heineken est supérieurs (9%) - Augmentation du prix des matières premières (Guerre Russo-ukrainienne) - Perception de la bière comme un produit qui fait grossir
<u>Forces</u>	<u>Faiblesses</u>
<ul style="list-style-type: none"> - 2ème marque de bière au monde - 1ère en Europe <p><u>Environnement Économique</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Grandissement du marché asiatique <p><u>Environnement Social</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Notoriété de la marque auprès des consommateurs 	<p><u>Environnement Législatif:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Interdiction de passer des publicités touchant à l'alcool à la télévision <p><u>Environnement Social</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Packaging ayant peu d'identité - Banalisation de la marque progressive