Connaissance de l'entreprise

Nestlé

Sommaire

Introduction

1. Présentation de l'entreprise
   1. Historique et événements majeurs
   2. Analyse SWOT
   3. Concurrents
2. Statut de l'entreprise
   1. Statut juridique de l'entreprise
   2. Organisation
   3. Politique adoptée
3. Etude mercatique (marketing)
   1. Cibles marketing
      1. Segment marketing
      2. Gamme de produits
   2. Commercialisation
   3. Promotion
   4. Objectifs
   5. Budgets
4. Etude de marché
   1. Place de Nestlé sur le marché
   2. Demande
      1. Analyse quantitative
      2. Analyse qualitative
   3. Offre
      1. Analyse quantitative
      2. Analyse qualitative
5. Comptes et bilans
   1. Vision globale
   2. Compte de résultat
   3. Compte de bilan

Conclusion

Introduction

1. Présentation de l'entreprise
   1. Historique et événements majeurs

**  
  
Nestlé en France : une histoire qui s’écrit depuis plus de 140 ans**C'est en 1868 que Nestlé fait son apparition en France, avec l'ouverture à Paris de l'Agence de vente des farines lactées suisses Henri Nestlé pour enfants en bas âge. Retour sur un parcours riche en événements.

**Frise historique :  
  
1868** : Ouverture à Paris de l’Agence de vente des farines lactées suisses Henri Nestlé pour enfants en bas âge  
 **1865** : Premiers lancements des produits culinaires Maggi à Paris avec la gamme des farines de légumineuses.  
  
Dès **1898,** la société Maggi se constitue à Paris et étend sa production aux bouillons, potages et arômes.  
 **1916**: Nestlé et Anglo Swiss en France deviennent la Société Nestlé à Paris. Première usine Nestlé à Cherbourg.  
 **1921 :** la Société Guigoz s’établit en France et lance sa gamme de produits diététiques pour bébés.  
 **1928** : Lancements des glaces Gervais Esquimaux.  
**  
1939 :** Nestlé lance Nescafé en France.  
 **1946** : La société Nestlé en France devient la Société de Produits Alimentaires et Diététiques (SOPAD).  
 **1947** : la SOPAD reprend la distribution des produits Maggi.  
 **1953** : Lancement de RICORE en France.  
 **1960** : Constitution à Paris de la société France Glaces, fruit d’un partenariat entre Nestlé, Gervais et   
Heudebert.  
 **1961 :** Lancement de Nesquik en France.  
 **1962 :** Acquisition de Findus : constitution à Paris de la société de fabrication et de vente de produits   
surgelés Findus.  
**  
1963 :** Nestlé lance Mousline.  
 **1970** : Lancement de Kit Kat.  
 **1978** : Acquisition de Chambourcy.

**1985 :**Rachat de la société GLORIA (Groupe Carnation)

**1986** : Acquisition de Herta.  
 **1988** : Acquisition de Buitoni, Perugina, davigel, Rowntree Mackintosh (confiseries et chocolats).  
 **1989** : Lancement du cône Extrême.  
 **1990 :** Constitution de la société CPF : Cereal Partners France, joint-venture de Nestlé et de General Mills.  
 **1991** : Lancement de Nespresso en France.  
 **1992** : Rachat du Groupe Perrier.  
 **1996 :** Installation de Nestlé France SA. Et de ses unités opérationnelles à Noisiel (77 – Seine et Marne),   
dans l’ancienne chocolaterie Menier.  
 **1997 :** Création de Nestlé Clinical Nutrition.  
 **1998** : Création de friskies France SAS qui se détache de l’entité Nestlé France SA suite au rachat de Spillers.  
 **2000 :** cession de la marque Findus. Création de Nestlé Home Care (spécialiste de l’assistance nutritionnelle à domicile).  
 **2002 :** Perrier Vittel S.A. devient Nestlé Waters.  
 **2003** : L’activité dédiée à l’animal de compagnie prend le nom de : Nestlé Purina PetCare France.  
 **2005** : La filiale française de Nestlé Waters prend le nom de Nestlé Waters France.  
 **2006** : Création de la joint-venture Lactalis Nestlé Produits Frais.  
 **2008 :** Lancement de Naturnes.  
 **2010 :** Lancement de Spécial T.

* 1. Analyse SWOT

|  |  |
| --- | --- |
| Forces (S) | Opportunités (O) |
| * Position leadership renforcée par un portefeuille diversifié de marques fortes * Fortes capacités de R&D qui permettent de répondre aux besoins spécifiques des consommateurs * Position financière confortable | * Transition vers une activité de nutrition et bien-être * Pionnier dans le marché en pleine expansion du café en dosettes individuelles * Concentration vers les opportunités des marchés émergents (Chine et Inde) |
| Faiblesses (W) | Menaces (T) |
| * Pertes dues à l'affaire de la viande de cheval | * Croissance des marques de distributeurs qui concurrencent Nestlé et grignotent des parts de marché * Règles strictes qui accroissent les coûts de mise en conformité * Impact de la raréfaction de l'eau sur la capacité et les coûts de production |

* 1. Concurrents
* PepsiCo
* Kellogg Company
* PepsiCo
* Danonne
* Unilever
* Lindt
* Mondelez

1. Statut de l'entreprise

La Société est une société anonyme constituée et organisée conformément au Code des obligations de la Confédération suisse. Sa raison sociale est:

* Nestlé S.A.
* Nestlé AG
* Nestlé Ltd.

Les sièges sociaux de Nestlé sont à Cham et à Vevey, Suisse.3

La durée de Nestlé est illimitée.

Le capital-actions de Nestlé est de CHF 330 000 000 (trois cent trente millions de francs suisses) divisé en 3 300 000 000 actions nominatives d’une valeur nominale de CHF 0.10 chacune, entièrement libérées.

* 1. Statut juridique de l'entreprise

La Société est une société anonyme constituée et organisée conformément au Code des obligations de la Confédération suisse. Sa raison sociale est:

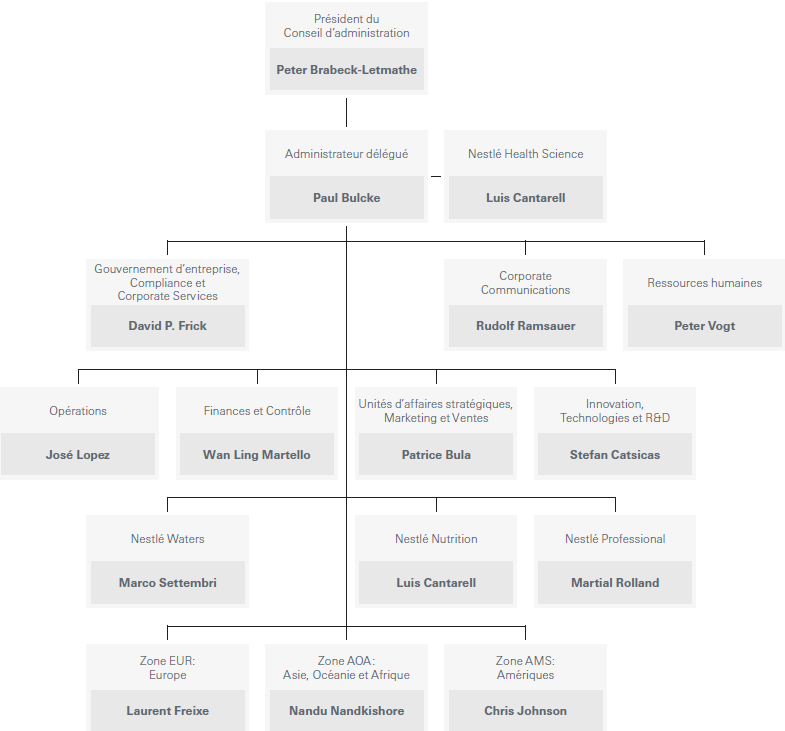
* Nestlé S.A.
* Nestlé AG
* Nestlé Ltd.

Les sièges sociaux de Nestlé sont à Cham et à Vevey, Suisse.3

La durée de Nestlé est illimitée.

Le capital-actions de Nestlé est de CHF 330 000 000 (trois cent trente millions de francs suisses) divisé en 3 300 000 000 actions nominatives d’une valeur nominale de CHF 0.10 chacune, entièrement libérées.

* 1. Organisation



**Pouvoirs de l’Assemblée générale**

L’Assemblée générale des actionnaires est le pouvoir suprême de Nestlé

Les attributions intransmissibles suivantes appartiennent à l’Assemblée générale:

* + adopter et modifier les statuts;
  + élire et révoquer les membres du Conseil d’administration et l’organe de révision de Nestlé;
  + approuver le rapport annuel et les comptes consolidés;
  + approuver les comptes annuels ainsi que la décision sur l’emploi du bénéfice résultant du bilan, notamment la détermination du dividende;
  + donner décharge aux membres du Conseil d’administration et aux personnes chargées de la gestion; et
  + prendre toutes les décisions qui lui sont réservées par la loi ou les statuts.

**Conseil d’administration**

Le Conseil d’administration se compose de sept membres au moins.

Les membres du Conseil d’administration sont élus pour un mandat de trois ans par l’Assemblée générale. Le Conseil est renouvelé chaque année par fractions, si possible égales, de façon qu’après une période de trois ans, tous les membres aient été soumis à une réélection. Les membres sont élus individuellement.

Le Conseil d’administration dirige toutes les affaires de Nestlé entant qu’elles ne sont pas réservées à l’Assemblée générale ou ne sont pas déléguées conformément au Règlement d’organisation selon l’art. 19 al. 2.

* 1. Politique adoptée

Depuis sa création, Nestlé promeut une culture fondée sur les valeurs de confiance, de respect et de dialogue. Le management et les employés Nestlé du monde entier travaillent chaque jour pour créer et garantir des relations individuelles et collectives positives. Cela fait même partie intégrante de leur travail.

Pour que cette culture devienne un avantage compétitif, la Politique en matière de relations du travail de Nestlé fournit un ensemble de références pour les relations sociales avec les syndicats et autres représentants du personnel, fondé sur les droits de l’homme et les pratiques professionnelles décrites dans les Principes de conduite des affaires du groupe, ainsi que dans la Politique des ressources humaines.

Cette Politique renforce l’engagement de Nestlé en faveur d’une approche long terme des affaires, à travers un dialogue ouvert avec les employés et les parties prenantes externes en adéquation avec le concept de création de valeur partagée.

Notre Politique en matière de relations du travail de Nestlé exige bien entendu une parfaite conformité avec la loi, et guide nos actions lorsque la loi est imprécise ou bien lorsqu’il n’y a pas de loi applicable

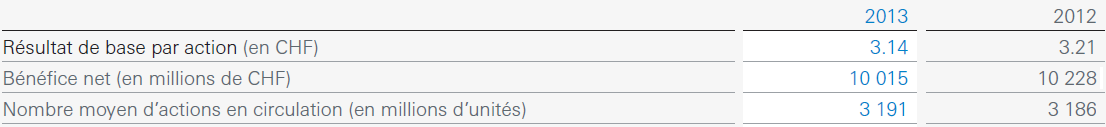
La présente Politique remplace la Politique de Nestlé en matière de relations sociales mise en place en 2000.

1. Etude mercatique (marketing)
   1. Cibles marketing
      1. Segment marketing
      2. Gamme de produits

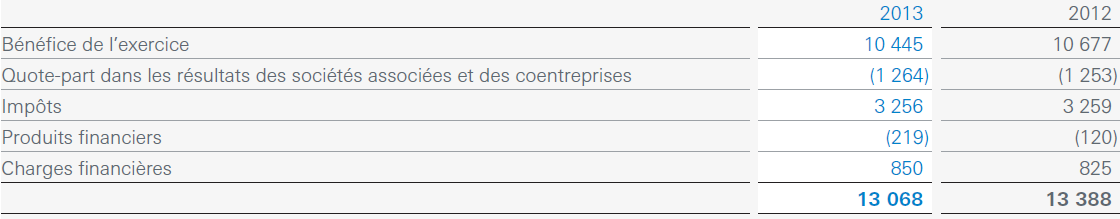
* Glaces
  1. Commercialisation
  2. Promotion
  3. Objectifs
  4. Budgets

1. Etude de marché
   1. Place de Nestlé sur le marché
   2. Demande
      1. Analyse quantitative
      2. Analyse qualitative
   3. Offre
      1. Analyse quantitative
      2. Analyse qualitative
2. Comptes et bilans
   1. Vision globale

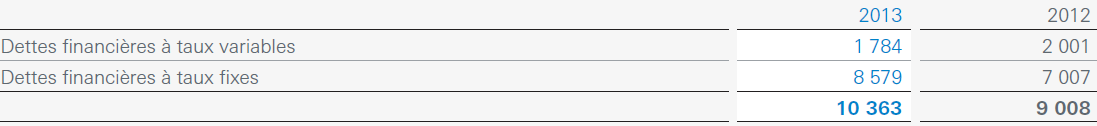
Bénéfice par action



Bénéfice



Dettes



* 1. Compte de résultat



* 1. Compte de bilan



Conclusion