

## Analyse de l'entreprise et de son environnement

### Identification de l'entreprise

<b>Type d'organisation</b>	Privée
<b>Finalité, buts et objectifs</b>	Apple propose essentiellement des produits électroniques et informatiques. Depuis quelques années, la firme de Cupertino propose également des services cloud internet (iCloud, Apple Music, etc.)
<b>Ressources :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Financières</li><li>- Matérielles et technologiques</li><li>- Commerciales</li><li>- Humaines</li></ul>	<p><b>Ressources financières :</b> Apple Inc disposait d'environ 24 milliards de dollars au quatrième trimestre 2022. <a href="#">(Source)</a></p> <p><b>Ressources matérielles &amp; technologiques :</b> Apple a installé son siège social à Cupertino, en Californie, sur une surface totale de 79 000 m<sup>2</sup>. L'entreprise est également implantée en Irlande, où se situe son siège social pour l'Europe et l'Afrique.</p> <p>Apple possède des datacenters dans plusieurs états américains (en Californie, Oregon, Arizona ou en Caroline du Nord) et a inauguré en 2020 son premier datacenter européen, à Viborg, au Danemark. <a href="#">(Source : article de presse spécialisée)</a></p> <p><b>Ressources commerciales :</b> Apple vend essentiellement des smartphones (l'iPhone, téléphone portable le plus vendu de tous les temps) et ordinateurs personnels (Macbooks et iMacs).</p> <p><b>Ressources humaines :</b> Apple Inc dispose de plus de 154 000 salariés à travers le monde (en dehors des employés de ses filiales comme les Apple Store, Apple Allemagne ou Apple Israël) <a href="#">(Source)</a></p>
<b>Nature de l'activité</b>	Apple Inc est spécialisé dans la conception, la fabrication, la commercialisation de matériel informatique et de support de musique.
<b>Champ d'action géographique</b>	International (France, Etats- unis, Allemagne, etc.)

## Diagnostic SWOT

Forces	Faiblesses
<p>Apple dispose d'une <b>base solide de clients fidèles</b> qui continuent de croître, grâce à son image forte d'une marque de prestige, qui lui donne une position "premium" sur le marché. (<a href="#">Source : étude de la stratégie de marque d'Apple</a>). Son Service Client et SAV est également excellent, ce qui consolide cette bonne image auprès des clients</p> <p>Apple reste une <b>entreprise solide</b> et conserve un grand nombre de parts dans le marché de la vente de Smartphone (<a href="#">Source</a>), l'iPhone étant devenu le produit tech le plus vendu de tous les temps (<a href="#">Source</a>)</p> <p>L'entreprise a su construire un <b>écosystème bien intégré</b>, permettant à tous ses produits de fonctionner en parfaite synergie. Cela donne un avantage sur les ventes, puisqu'un utilisateur achetant un produit sera plus facilement amené à tester les autres. (iPhone, Mac, iPad, Apple Watch, iCloud, Apple Music, etc.). Cela permet également de créer une fidélité client importante (<a href="#">Source</a>)</p> <p><b>Apple Investit massivement dans la Recherche et le Développement (R&amp;D)</b>, ce qui lui permet de lancer des produits technologiquement avancés et de mener l'innovation (puces Apple Silicon, innovations sur le Vision Pro ou les nombreux changements sur l'iPhone). La concurrence se réfère souvent à Apple pour amener des changements sur ses propres produits. (<a href="#">Source</a>)</p> <p>Grâce à une <b>excellente gestion financière</b>, Apple produit chaque année d'excellents</p>	<p><b>Produits aux prix élevés</b> : Apple possède des prix élevés, considérés comme du luxe pour certains. (<a href="#">Source</a>) (<a href="#">Source 20 min</a>)(<a href="#">Source LeParisien</a>)</p> <p><b>Fermeture de l'écosystème</b> : Apple fonctionne dans un écosystème fermé qui, bien qu'il renforce la fidélité à la marque, limite la compatibilité avec d'autres systèmes. Cette approche peut rebuter certains utilisateurs qui préfèrent des appareils plus ouverts ou plus personnalisables. Pour les entreprises, cette absence de flexibilité peut compliquer l'intégration des produits Apple avec des logiciels tiers. (<a href="#">Source</a>)</p> <p><b>Vulnérabilité de la chaîne d'approvisionnement</b> : La dépendance d'Apple aux fournisseurs tiers expose l'entreprise à des risques de perturbation, surtout en cas de crises géopolitiques ou sanitaires. Par exemple, des événements comme la pandémie de COVID-19 ont causé des retards de production et des ruptures de stock, ce qui a affecté sa capacité à répondre à la demande. (<a href="#">Source</a>)</p> <p><b>Dépendance aux ventes d'iPhone</b> : Une grande partie des revenus d'Apple provient des ventes d'iPhone, ce qui la rend vulnérable aux fluctuations dans le marché des smartphones. Bien que le segment des services croisse, l'iPhone représente encore une part disproportionnée du chiffre d'affaires, créant une dépendance à un produit unique dans un marché hautement concurrentiel et cyclique. (<a href="#">Source</a>)</p>

<p>résultats financiers, y compris en période faible, comme en cette fin d'année. En <a href="#">témoignent ses résultats au 3e trimestre de 2024</a>.</p>	<p><b>Retard d'Apple en Intelligence Artificielle :</b>  Malgré l'introduction précoce de Siri, Apple est aujourd'hui en retrait par rapport à des concurrents comme Google et Amazon, qui investissent massivement dans l'IA avancée. Ce manque d'innovation pourrait devenir un handicap pour Apple, notamment alors que les attentes des utilisateurs en matière de fonctionnalités intelligentes augmentent, faisant paraître les produits d'Apple moins interactifs et adaptatifs</p> <p>(<a href="#">Source</a>)</p>
<b>Opportunités</b>	<b>Menaces</b>

**Appui sur les nouvelles technologies et les progrès en matière d'intelligence artificielle.**

Les récents progrès en matière d'intelligence artificielle ouvrent un champ de possibilités pour l'innovation quant à ses produits. Cela a pu être vu avec le récent déploiement aux États-Unis d'Apple Intelligence, son nouveau service d'intelligence artificielle, s'insérant enfin dans ce marché florissant, à côté de Gemini (Google) ou Samsung AI.

[Source](#)

**Croissance dans les marchés émergents.**

Les pays en développement représentent un énorme potentiel pour Apple, surtout si la société continue de proposer des modèles plus abordables comme l'iPhone SE ou élargit son offre de services à moindre coût.

[Source](#)

**Transition vers des technologies vertes.**

Avec une stratégie fixée sur l'éco-responsabilité, Apple peut capturer la demande croissante pour des produits respectueux de l'environnement, renforçant sa marque auprès des consommateurs soucieux de l'écologie.

[Source](#)

**Expansion des services numériques.**

Apple peut continuer à développer ses services (Apple Music, Apple TV+, iCloud, Fitness+, etc.), qui représentent une source de revenus en croissance rapide, moins dépendance des cycles de renouvellement de produits physiques. Le haut prix des appareils Apple permet également un prix plus attractif sur les services (comme avec le cas de l'offre étudiante à 6\$/mois donnant accès à Apple TV+ et Apple Music), ce qui attire d'avantage de clients.

[Source](#) - [Source](#)

**Développement de nouveaux projets innovants.**

De nouveaux projets comme l'Apple Car ou les appareils de réalité augmentée comme le Vision Pro offrent à Apple une opportunité de diversifier son portefeuille et d'étendre son influence sur de nouveaux marchés, tout en profitant de sa marche et de son écosystème intégré.

[Source](#)

**Une concurrence très agressive.**

Les récents progrès technologiques en matière d'Intelligence Artificielle ont permis à certains concurrents, comme Google ou Samsung, de devancer Apple, notamment sur le plan des assistants IA sur téléphone (la sortie de Gemini avant Apple Intelligence en est un bon exemple) ([Source](#) - [Source](#))

**De lourdes sanctions légales.**

Apple est régulièrement sanctionnée par des organismes légaux comme l'Antitrust Américain (10 millions de dollars cet été), ou encore la CJUE, cour Européenne de Dernière Instance (13 milliards en septembre) ; pour des motifs fiscaux ou commerciaux (concurrence déloyale ou obsolescence programmée)

[Source](#) - [Source](#)

**Une concurrence ne laissant rien passer.**

Les concurrents d'Apple et notamment Samsung déposent des plaintes auprès des autorités de différents pays afin de ralentir leur progression ou faire condamner Apple pour violation de brevets et autres. Malgré cela Apple arrive à s'en sortir puisque le flou persiste.

[Source](#) - [Source](#) - [Source](#)

**Des fuites fréquentes pouvant impacter négativement les résultats financiers de l'entreprise.**

La fuite d'importantes ressources interne d'Apple a permis au monde entier de découvrir des produits, comme les nouveaux MacBook Pro, iMac et Mac Mini M4 de 2024, avant l'annonce officielle d'Apple, qui prend donc une très mauvaise direction pour cette fin d'année, et doit revoir à la baisse ses plans pour le marketing autour de ces nouveaux produits.

[Source](#)

**Dépendance aux fournisseurs.**

Une part importante de la chaîne de production d'Apple est sous-traitée, notamment en Asie. Des perturbations dans la chaîne d'approvisionnement comme celles liées au COVID-19 ou aux tensions géopolitiques (USA - Chine), peuvent affecter sa capacité à produire et à livrer ses produits.

[Source](#) - [Source](#)

**Domination du marché par la commercialisation de produits innovants.**

La production et la commercialisation de nouvelles puces pour les Mac et iPad Pro faites maison par Apple (Apple Silicon), une référence en matière d'efficacité énergétique et de performances, permet à la firme de Cupertino de dominer le marché du processeur pour ordinateur portable.

[Source](#)

**Une nouvelle stratégie en matière d'innovation.**

La nouvelle stratégie d'Apple en matière d'innovation technologique (innovation incrémentale, consistant en l'ajout de petites fonctionnalités à chaque modèle) permet de stabiliser les ventes d'Apple et de fidéliser les clients, tout en réduisant les coûts