**COCA-COLA DISTRIBUTION**

**SAÉ 1.06 : Découverte de l’environnement économique et numérique.**

| **Mention :** | **Rédigé par :** |
| --- | --- |
| IUT de Lannion  BUT Informatique  Année Universitaire 2024-2025  Semestre 1 | CHAUVEL Arthur  GUIGUE Simon  LE CHEVERE Yannis  LE SECH Marceau |

# 

# Introduction :

L'entreprise emblématique Coca-Cola, fondée en 1886 par John Pemberton, a influencé les tendances de consommation mondiale. Elle a su s'adapter aux fluctuations des économies nationales et aux réglementations environnementales croissantes. Son expansion internationale, soutenue par des stratégies de marketing novatrices, a suscité des débats sur les pratiques commerciales, la responsabilité sociale des entreprises et la gestion des ressources naturelles. En examinant ce cas sous l'angle de l'environnement économique, on comprend les défis complexes auxquels les grandes entreprises sont confrontées dans un contexte mondialisé, où la concurrence, la durabilité et la régulation sont essentielles pour assurer la viabilité des activités commerciales. Coca-Cola, en tant que leader incontesté sur le marché des boissons gazeuses, doit désormais concilier son succès commercial avec des contraintes environnementales actuelles, en adaptant ses pratiques pour réduire son impact écologique, promouvoir la durabilité des ressources et répondre aux attentes croissantes en matière de responsabilité sociale et environnementale.

# Sommaire :

## [I - Caractéristiques de l’organisation](#_heading=h.9q5jedaryl0u)

## [II - Diagnostic externe de Coca-Cola](#_heading=h.spbtgs5e48e1)

## [III - RSE de l’entreprise](#_heading=h.ste4igf2mi3g)

# 

# 

# 

# 

# 

# 

# 

# 

# 

# I - Caractéristiques de l’organisation :

* **Dénomination sociale** : The Coca-Cola Company
* **Finalités** : Lucratives
* **Forme** : Entreprise privée
* **Type** : Entreprise de biens de consommation
* **Statut juridique** : Société Anonyme (SA)
* **Objectifs** : Offrir des boissons rafraîchissantes, étendre sa présence mondiale, maximiser la rentabilité, et s'engager dans le développement durable.
* **Nationalité** : Américaine
* **Activité principale** : Production et distribution de boissons non alcoolisées
* **Secteur d’activité** : Tertiaire (industrie des boissons)
* **Taille** : Présence dans plus de 200 pays avec une large gamme de produits
* **Domaine d’intervention** : International (mondial)
* **Ressources** : Partenaires embouteilleurs locaux, infrastructure logistique mondiale, innovation marketing, réseaux de distribution efficaces, capitaux privés
* **Performances** : Marque mondialement reconnue, croissance continue grâce à l'innovation produit, fort engagement dans les stratégies de marketing et de durabilité
* **Mode de coordination** : Organisation globalisée avec des franchises locales, coordination via des structures régionales et internationales
* **Mode de direction** : Dirigée par un conseil d'administration et une équipe exécutive, avec un fort accent sur l'innovation, l'efficacité opérationnelle et la croissance durable.

# II - Diagnostic externe de Coca-Cola :

|  | | **Opportunitées** | **Menace** |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Produits de substitution** | L'absence de produits de substitution majeurs → permet d'investir en R&D pour devancer la concurrence. | Boissons énergisantes issues de l’agriculture biologique. |
| **Concurrence directe** | Innover avec de nouveaux produits pour capter des parts de marché, comme les boissons à base de plantes. | Pepsi, Tropicana, Starbucks, les jus Lipton, Costa Coffee et Nescafé. |
| **Nouveaux entrants** | Peu de nouveaux entrants → permettent de renforcer les positions actuelles en innovant vers plus de durabilité. | Désir croissant de boissons issues d'une production biologique. |
| **Pouvoir de négociation des client** | Développer des gammes de produits plus sains et plus écologiques pour répondre aux attentes des consommateurs. | La dimension sanitaire et écologique, point noir du groupe. |
| **Pouvoir de négociation des fournisseurs** | Diversifier les sources d'approvisionnement pour réduire la dépendance. | Insignifiant dans la plupart des marchés, ce qui peut conduire à des pressions sur les marges. |
|  | **Politique** | Stabilité politique dans certains marchés permet une planification à long terme. | Réglementations alimentaires et sanitaires différentes dans chaque pays.  Les opérations dans des régions politiquement instables peuvent déranger l’entreprise. |
| **Economique** | Croissance économique notable dans les marchés émergents.  Exemple : l’Inde et le Brésil.  En 2022 → 43,04 G$ de CA. | Fluctuations des taux de change.  Exemple : la dépréciation du peso argentin. |
| **Socioculturel** | Augmentation de la demande pour des boissons sans sucre et des thés glacés. | La demande croissante pour des boissons plus saines peut réduire les ventes de produits traditionnels. |
| **Technologique** | Coca-Cola investit massivement dans la technologie. Exemple : en 2023 → investit 1 G$ en R&D pour améliorer ses processus de production et développer de nouveaux produits.  Coca-Cola utilise des technologies avancées pour le marketing digital et les ventes en ligne → +15% en 2022 | Innovation rapide nécessitant des investissements constants en R&D. |
| **Écologique** | Durabilité : engagement à utiliser 50% de matériaux recyclés dans ses emballages d’ici 2030. En 2022, l’entreprise a atteint 25% de cet objectif. | Favorise l’utilisation des sources d’énergie renouvelable dans 60% de ses usines en 2022.  Normes environnementales de plus en plus rigoureuses. |
| **Légale** | Propriété intellectuelle → la protection des marques et des brevets pour maintenir un avantage concurrentiel. | Les lois sur la santé publique, comme les taxes sur les boissons sucrées, peuvent affecter les ventes. |

# III - R.S.E de l’entreprise :

La **responsabilité sociétale des entreprises (RSE)** de Coca-Cola se structure autour de plusieurs axes visant à intégrer des pratiques durables, éthiques et respectueuses de l'environnement.

1. **Gestion durable de l'eau :**

L'eau étant l'ingrédient principal des boissons Coca-Cola, la gestion responsable de cette ressource est un enjeu crucial. Coca-Cola s'est fixé pour objectif de **rendre à la nature 100 % de l'eau** utilisée dans la production de ses boissons, notamment à travers des **projets de reforestation**, de **préservation des bassins hydrographiques** et de **réduction de la consommation d'eau** dans ses usines.

1. **Réduction des déchets plastiques :**

Coca-Cola s'engage à lutter contre la pollution plastique, un des principaux défis environnementaux. Leur initiative **“World Without Waste“** vise à **collecter et recycler l'équivalent de chaque bouteille ou canette vendue d'ici 2030**. L'entreprise investit également dans des emballages recyclables, réutilisables et biodégradables.

1. **Réduction de l'empreinte carbone :**

Coca-Cola met en place des efforts pour réduire ses émissions de gaz à effet de serre. **L'entreprise s'engage à réduire ses émissions globales de 25 % d'ici 2030**, en **adoptant des sources d'énergie renouvelables** dans ses usines et en **optimisant la chaîne d'approvisionnement**. Cela inclut l'amélioration de la logistique et le développement de véhicules moins polluants.