

L.A.P	Préparation pour l'examen national		Prof : H.YACHMI	
	Matière	E.O.A.E	Coefficient	3
	Branche	S.E.G	Durée	2 heures
	Section	S.E.G	Année	2014/2015

Cas du Groupe Danone



Document n°1 : Mission de Danone

Le Groupe DANONE est le résultat de la fusion entre BSN et Gervais Danone qui avait pour ambition de devenir le premier Groupe alimentaire français.

Aujourd'hui, DANONE est l'un des leaders mondiaux de l'industrie agroalimentaire. L'industrie agroalimentaire fait donc partie des acteurs qui ont un rôle à tenir en matière de santé publique. Cette conviction nous conduit à rechercher en permanence l'amélioration de la qualité nutritionnelle de nos produits.

Source : www.Danone.com

Document n°2 : Options stratégiques de Danone

L'entreprise Danone, ex-BSN, est un exemple de réorientation stratégique complet puisqu'initialement présent dans la production de bouteilles en verre, le groupe Danone s'est progressivement orienté vers le domaine de l'alimentation pour devenir un des acteurs majeurs de ce secteur en mettant en place une stratégie de métier s'appuyant sur des marques fortes à l'international. Danone est présent dans plus de quatre-vingts pays. Le marché principal est la France, suivie de près de l'Europe de l'Ouest avec des parts de marché croissantes dans l'Europe de l'Est et le reste du monde.

Le groupe s'est en effet séparé à bon prix du pôle biscuit afin de se recentrer sur un positionnement santé, et par la même occasion s'offrir Numico pour renforcer ce positionnement et accéder au marché B to B. Par ailleurs, malgré un démarrage difficile, le groupe s'est constitué de solides positions dans les pays émergents. On comprend dès lors l'intérêt que représente le groupe aux yeux d'un éventuel prédateur : l'activité eaux pourrait intéresser Coca-Cola ou Pepsi et certaines marques Nestlé, les produits laitiers seraient très intéressants pour des sociétés comme Kraft, Nestlé ou Unilever. C'est d'ailleurs Kraft qui s'est offert le pôle Biscuit.

Le groupe français résiste à la concurrence, en se plaçant comme un leader de la nutrition santé, en s'offrant avec le rachat de Numico, la place du N°2 Mondial de la Nutrition Infantile et Médicale et surtout N°1 Mondial des Produits Laitiers Frais.

Source : www.Danone.com

Document n°3 : Perspectives de Danone

Danone poursuit sa conquête du marché américain pour détrôner NESTLE. Le groupe est sur le point d'acquérir AQUAPENN, une société d'eau de source basée en Pennsylvanie. Coté depuis le début de l'année à New York, le groupe va lancer une **offre publique d'achat** (OPA) au prix de 13 dollars par action, payable en numéraire. Le prix offert par Danone valorise AQUAPENN à 112 millions de dollars. Danone met le prix pour s'offrir une société qui présente beaucoup de synergie.

Dans la bataille qu'il livre à NESTLE pour la conquête du marché mondial de l'eau embouteillée, le groupe français se doit d'aller vite pour devenir le leader.

Le marché européen étant arrivé à maturité, le groupe a entrepris depuis plusieurs mois de chasser sur des terres étrangères et à déjà acquis la société indonésienne AQUA, premier producteur d'eau minérale en Asie et l'entreprise HEALTH, n°1 sur le marché chinois.

En acquérant AQUAPENN, Danone s'offre 3 sources et 3 usines américaines, l'opération doit permettre également d'accélérer la rentabilité de Danone Water et de réaliser un chiffre d'affaires de l'ordre de 65 millions de dollars, affichant ainsi en moins de 2 ans une belle percée pour devenir le N°1 des eaux en bouteille dans les supermarchés américains (14% de part de marché).

Source : Le quotidien économique

Travail à faire		
N°	Questions	Barème
1	Préciser pour Danone : a) Le métier ; b) La mission.	0,5 pt 0,5 pt
2	Dégager pour Danone : a) Une finalité économique ; b) Une finalité sociétale.	0,5 pt 0,5 pt
3	Relever les facteurs clés de succès de Danone.	1,5 pt
4	Sur la base du document n°2 et 3 : a) Expliquer l'expression soulignée ; b) Etablir un diagnostic interne et externe de Danone ; c) Relever et expliquer les options stratégiques de Danone ;	1 pt 2 pts 2 pts
5	Sur la base du document n°3 : a) Quelle est la modalité d'internationalisation de Danone, justifier ; b) Rappeler d'autres modalités d'internationalisation ; c) Dégager les motifs et les objectifs de la stratégie de Danone.	1 pt 1 pt 1,5 pts
6	a) Quel est le mode de croissance de Danone ? justifier. b) Préciser les modalités de cette croissance ; c) Enumérer les avantages de cette croissance ; d) Relever des indicateurs de croissance de Danone ; deux qualitatifs et deux quantitatifs.	1 pt 1 pt 1 pt 1 pt
7	<u>Synthèse :</u> Danone a opté pour une stratégie d'internationalisation pour renforcer son positionnement à l'échelle mondiale. Analyser dans 10 lignes les effets de cette stratégie en traitant les points suivants : ➤ Environnement de Danone ; ➤ Facteurs clés de succès de Danone ; ➤ Stratégies poursuivies par Danone ; ➤ Résultats obtenus.	4 pts