



«Taste the feeling»

Coca-Cola

- UN GLOBAL PLAYER -

«Open Snappinets»



L'HISTOIRE

- 08/05/1886 : l'Américain John Stith Pemberton découvre la recette de la boisson rafraîchissante
 - Création du logo
- 1888 : l'entrepreneur **Asa C. Candler** achète la marque (2 300\$)
- 1892 : fondation de « **The Coca-Cola Company** »
 - Siège à Atlanta, Géorgie
- 1886 : distribution en dehors des Etats-Unis → Canada, Cuba, Hawaï
- 1923 : licences d'embouteillage pour concessionnaires aux Etats-Unis
- 1919 : première distribution en Europe → France
 - Coca-Cola Entreprise** : embouteilleur principal en France
 - Années 1960 : boisson rafraîchissante la plus consommée
- 1929 : apparition sur le marché allemand
 - Coca-Cola European Partners DE GmbH** : embouteilleur et producteur principal en Allemagne
 - Siège à Berlin



«Peut-être que ça a commencé»



distribution des ventes dans le monde en 2016

LES CHIFFRES

- Soft-drinks : **marque la plus valorisée** → 68,042 milliards \$ (2016)
- Chiffres d'affaires : 35,410 mio \$ (2017) vs. 48,854 mio \$ (2013)
- Plus de 700 000 employés dans le monde
- 900 embouteilleurs
- 1,9 milliards des boissons consommés par jour
- Vente dans le monde entier sauf en Corée du Nord et en Cuba
- Nombreuses variantes de l'original
- Grande variété du boisson → droits de 500 marques
 - Boissons rafraîchissantes (avec caféine)
 - Eau minérale
 - Jus de fruit, thé glacé
 - Café

LE SUCCÈS

- Permis par nouvelles inventions p.ex. le pack de six, le distributeur de boissons
- Grandes campagnes publicitaires
 - 1928 : sponsor des jeux olympiques
 - 1931 : apparition du père Noël →
 - 2016 : sponsor du championnat d'Europe de football
- Production adaptée au besoin des consommateurs p.ex. Coca-Cola Light → moins caloriques
- Marketing innovatif → p.ex. Coca personnalisé
- « Share of Soul »
 - Joye de vivre, sentiment de bonheur
- Logo classique → valeur de reconnaissance
- Présence sur les réseaux sociaux → contact avec la jeunesse
- Concurrence avec d'autres marques, notamment Pepsi
- Système décentralisé → distribution et production locale
 - Création des emplois
 - Amélioration du transport



LES CONTROVERSE SÈRES

- La menace de la santé
 - Haute acidité nuit aux dents
 - Haute teneur en sucre → minimisation par le groupe
- Les chiffres d'affaires baissent
 - Nouvelle attitude des consommateurs par rapport à la santé
 - Coca-Cola ne peut plus répondre aux besoins → stagnation
- Violation des standards concernant la protection de l'environnement
 - Inde
 - Consommation massive d'eau par le groupe → baisse du niveau de la nappe phréatique et sa contamination
 - Contamination de la boisson
 - Panamá
 - Évacuation des eaux industrielles dans la nature
 - Consommation d'énergie → émission de CO₂
 - Emballage non recyclable
- Violation des droits de l'homme
 - Mauvais traitement des employés p.ex. en Colombie
 - Travail des enfants p.ex. au Salvador
- Coca-Cola essaye déjà d'améliorer ses stratégies pour réduire son empreinte écologique



«Crépus»

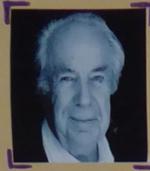


«C'est peut-être le feeling»

« Mode et qualité au meilleur prix »

H & M

« vendre beaucoup, vite et pas cher »



- 1946. Erling Persson voyage aux États-Unis -> idée de vendre de la mode à bon marché

- 2007. émetteur de télévision suédois découvre la production de coton en Ouzbékistan où des enfants récoltent -> 2008. coopération avec UNICEF pour informer des parents et les autorités sur les conséquences



- 2008. magazine politique du ADR découvre la production sous des conditions misérables au Bangladesh

- 1968. prise de contrôle du fabricant de fusil de vêtements de chasse Mauritz Wildfors. vêtements d'homme -> «Hennes&Mauritz»

- 2010. NGO (campagne pour habits propres) critique que permet l'admission des revenus trop bas pour les producteurs -> H&M demande au gouvernement d'augmenter le salaire minimum au lieu d'intervenir directement dans ses propres usines

- le 4 d'octobre 1947. fondation de l'entreprise à Stockholm à devenir une FTN (firme transnationale) influente



- à Västerås en Suède. 1er magasin «Hennes», vêtements de femme («hennes» - suéd. pour elle/le sien)

- 2014. reportage de ZDFzoom critique que H&M ne paye pas d'impôts dans les pays de production et les mauvaises conditions de travail en Bangladesh et en Éthiopie

- 1989. domaine d'Internet HM.com



- dès 1990. expansion en Europe

- 2014. journal norvégien «Aftenposten» diffuse une documentation sur les contrats de travail des employés du textile en Cambodge et met l'accent sur H&M -> H&M répond que cela n'aurait «aucun rapport avec la vraie philosophie d'entreprise et la propagation d'une image fautive» -> l'entreprise rappelle au programme pour l'amélioration des contrats de travail des propres travailleurs de 2013

- 2006. honorifique américain pour l'ambition de réduire les produits chimiques et les méthodes de production inoffensives pour la santé par «Clean Production Action»

- dès 2007. expansion en Asie

- mauvaises conditions de travail dans les succursales/ services de vente -> travail garanti qu'à mi-temps. flexibilité nécessaire -> peu probable de trouver un autre travail en parallèle -> risque d'un revenu trop bas

- 2008. prise de contrôle de 60% de l'entreprise de mode suédois «fabric Scandinavien AB»

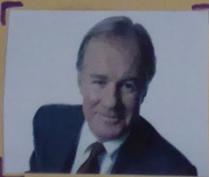
- 2010. prise de contrôle du reste de l'entreprise de 40% pour 62 millions € en somme

- 2016. incinération de 12 tonnes de vêtements au Danemark par an, 19 tonnes en Suède pour raison d'«endommagement pendant les transports ou de produits chimiques interdits» -> H&M le considère comme partie de la routine globale

- 2011. 747 fabricants à environ 20 pays

- 2013. 3100 succursales à 53 pays, dont 346 sont situées dans 202 villes allemandes

- 2017. 4300 succursales à 64 pays; commerce en ligne à 35 pays; environ 132.000 collaborateurs; 1652 usines de production par partenaires; chiffre d'affaires de 23.33 milliards €



assortiment.

- vêtements d'enfant, d'homme, de femme; chaussures; cosmétiques; décoration
 - l'enseigne dispose d'un service design et achat chargé de la création de plusieurs collections par an composées de basiques réactualisés, de la mode du moment et de toutes les dernières tendances internationales, des accessoires, des sous-vêtements, des vêtements de nuit, des produits cosmétiques
 - marques liées à H&M: divided, H&M+, L.O.G.G., Boden, MAMA, Trend, Basic, Conscious, by H&M

aujourd'hui

- appartient à Stefan Persson (34% des actions), le fils de Erling Persson, siège social et ses principaux services (design, achat, finance, publicité, communication, ressources humaines, etc.) se trouvent à Stockholm
 - un quart du chiffre d'affaires est grâce à l'Allemagne, deux quarts grâce à l'Europe de l'ouest
 - production surtout en Asie: en Indonésie, en Chine, Inde, en Corée du sud, au Taïwan, au Cambodge, au Bangladesh, en Thaïlande, au Vietnam, au Pakistan, au Sri Lanka; sinon en Europe, en Turquie, en Tunisie, en Égypte, au Maroc; plus grands concurrents: Zara, Mango, Etam

stratégie d'entreprise, évasion fiscale

- un siège social d'origine et plusieurs sites de production à prix bas dans des pays du sud, notamment en Asie, sinon en Afrique, p. ex. en Éthiopie et au Bangladesh
 - Bangladesh, jusqu'à 80h de travail par semaine, salaire minimum de 50€ par mois, travailleurs d'à partir de 13 ans
 - Éthiopie, 80h par semaine, 72€ par mois (usines bien contrôlées -> peu d'information sur les conditions de production), indice de travail de mineurs, 100me rang mondial en 2012

FERRERO

informations générales

- une entreprise mondiale avec des filiales et des usines sur cinq continents
- 50 produits différents qui existent à travers le monde
- reprise des autres usines → Ferrero accroît constamment
- dans l'industrie de la confiserie au troisième rang mondial (1. Mars, 2. Mondelez)

Pourquoi est Ferrero un global player ?

- le Groupe comprenait 91 entreprises dans le monde entier, dont 23 usines de fabrication sur 5 continents
- Les produits du Groupe sont présents dans 170 pays
- un succès qui en est à sa troisième génération
- Chiffre d'affaires: 10,300 milliards € (2015-2016)
- la devise «Travailler, Créer, Donner »



globalisation au moyen du Nutella

- le terme anglais « nut » (noisette) et le terme « ella », une terminaison féminine italienne
- fabriquer hors d'Italie à partir de 1961
- ingrédients:
 - du sucre, → du Brésil
 - de l'huile de palme → de la Malaisie
 - des noisettes → de la Turquie
 - du lait écrémé en poudre → de la Belgique
 - du cacao → du cacao maigre → du Nigeria → de l'Allemagne
 - de la vanilline → de la France
- ! une chaîne des valeurs globales !
- grandes campagnes publicitaires « Dites-le avec Nutella », slogan publicitaire « Le matin rend le jour » en Allemagne
- production de 350 000 tonnes par an



résumé historique

- créée en 1946 par Pietro Ferrero senior à Alba en Italie
- en 1949 : lancement du précurseur du Nutella « pasta gianduja »
- en 1951 : lancement du « vrai » précurseur du Nutella, la « Supercrema »
- en 1956 Ferrero s'implante en Allemagne à Stadtallendorf,
- en 1960 : avancée importante avec Mon Chéri
- entre-temps le siège officiel allemand est à Francfort sur-le-Main
- en 1963 : Michele Ferrero décide de retirer des ventes « Supercrema » pour le remplacer par un produit équivalent → la Tartinoise → est rebaptisée Nutella le 20 avril 1964



gamme de produits

- Nutella
- Kinder
- Überraschungsei
- Ferrero Rocher
- Kinderpinguin
- Raffaello
- Mon Chéri
- Milchschnitte
- Hanuta
- Ferrero Küsschen
- Duplo
- Yogurette
- Tic Tac
- Kinder
- Schokolade
-

critique

- utilisation massive de l'huile de palme → potentiellement dangereuse pour la santé
- 2000 : Ferrero a été mis en cause dans l'Affaire des caisses noires de la CDU
- jusqu'à 2008, Ferrero utilise des œufs de poules élevées en cage
- publicité mensongère et des duperies sur l'étiquette p.ex. la publicité de la Milchschnitte ou de la Yogurette
- soupçon de travail des enfants et exploitation impitoyable des personnes dans des sites de production de noisette et de cacao
- alcool comme la matière de contenu dans des produits pour des enfants





- équipementier sportif
- créé en 1971
- 1978 : vente de chaussures en Europe
- 1984 : publicité avec Michael Jordan (basketteur américain)
- 2012 : sponsor principal de la NFL
- 2014 : équipementier principal de la Coupe mondiale
- société par actions, société anonyme
- direction : Mark Parker
- siège social : Beaverton, États-Unis
- sponsorise de nombreux athlètes et équipes

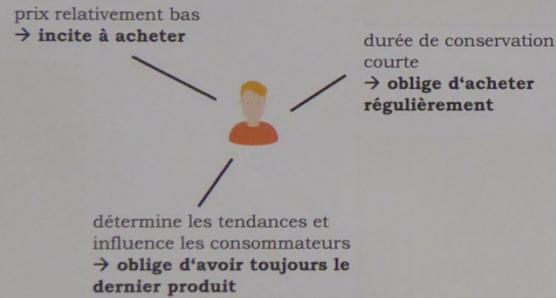
FTN (firme transnationale)

- conçue et innové dans les Pays du Nord (États-Unis)
- production de marchandises dans les Pays du Sud (Vietnam, Chine, Indonésie, Mexique)
 - zones franches (avantages fiscaux)
 - main d'œuvre à moindre coût
 - 46 pays, 612 usines, 820 000 ouvriers (01/2019)
- vente sur l'ensemble du globe (700 Nike Stores) :
 1. États-Unis
 2. Europe
 3. Asie-Pacifique
 4. le reste de l'Amérique
- Triade (États-Unis, Europe, Asie du Sud-Est)



siège
 vente
 site de production

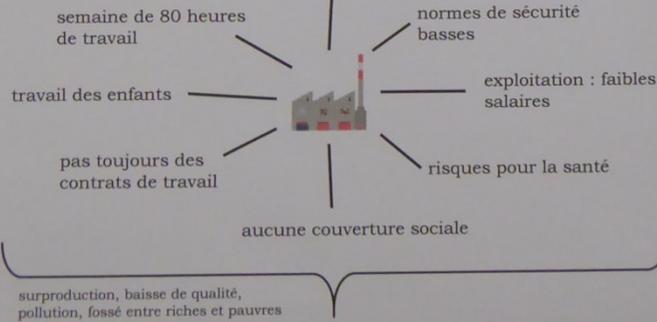
CONSOMMATEURS



PRODUCTEURS

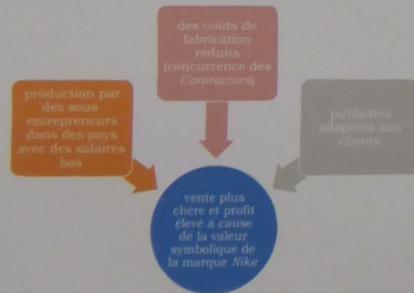


droits des travailleurs insuffisants



une part de marché mondial des chaussures de sport de 25%

Chiffre d'affaires mondial de Nike de 2005 à 2017 (en millions de dollars)



PROBLÈMES → 1997/98 : Code of Conduct (amélioration minimale)