

CORRECTION DS 3 SUR CHAP 05 ET 06 MANAGEMENT DES ORGANISATIONS

- 1) Caractérissez l'organisation Décathlon (type, finalité, ressources, taille, nationalité, champ d'action). Vous illustrerez chacun des critères de caractérisation.

CARACTERISTIQUES :	Termes requis dans la rédaction	Bareme
TYPE ORGANISATION :	ENTREPRISE industrielle et commerciale (« fabriquer elle-même des articles de sport et tout en commercialisant des produits de marques »)	(1,5 pt)
NATIONALITE + CHAMP D'ACTION :	française (siège social : dont le champ d'action est international)	(0,5 pt)
TAILLE :	TRES GRANDE ENTREPRISE	(0,5 pt)
RESSOURCES	- Humaines : 45 000 salariés, - Matérielles : 472 magasins, - Immatérielles (brevet, site internet R&D), - Financières (capital emprunt autofinancement)	(2 pts)
FINALITE :	faire des profits but lucratif assurer sa pérennité	(0,5pts)

DECATHLON est une entreprise française (siège social Villeneuve d'Asq dans le nord de la France) à la fois industrielle (fabrication d'articles de sport) et commerciale (distribution d'articles de sports etc..). C'est une très grande entreprise puisque ses ressources humaines s'élèvent à 45000 salariés elle dispose également de ressources financières (autofinancement, capital, emprunt) de ressources matérielles (472 magasins entrepôts) , et immatérielles (pub, brevets, site internet, R&D) Son champ d'action est international puisqu'elle vend dans 14 pays 53% de son CA à l'international). Sa finalité est de réaliser des bénéfices (but lucratif) et d'assurer sa pérennité à long terme.

- 2) Identifiez les critères permettant de mesurer la performance de Décathlon. Vous classerez ces critères en deux catégories (3 critères par catégorie).

Indicateurs de la performance financière et technique	Indicateurs de la performance sociale et sociétale
CA = 4.5 milliards d'€ en progression de + 4% (9.5% en 2008)	Sur le plan social : promotion interne, animations, formations. Incitation à prendre des responsabilités. participation à la vie locale
PDM = 43% : leader du marché	
Rentabilité de 25 % sur les articles de MDD	Sur le plan environnemental : collecte de produits usagés, limitation de la C° d'énergie, moins de packaging, optimisation du transport.
Dépôt de 15 brevets et récompensé par 44 prix de design	

- 3) Repérez un élément du micro-environnement et un élément du macro-environnement cités dans les annexes et expliquez s'ils constituent une opportunité ou une menace pour Décathlon.

Micro-environnement : les nombreux **concurrents** (Nike, Adidas) qui représentent une **menace** pour l'organisation.

Macro-environnement : **élément socio-culturel** : l'engouement des français pour le sport ce qui représente une **opportunité** pour Décathlon.

- 4) En 2010, lors de sa commercialisation, dans quelle phase du cycle de vie du produit se situait la tente Base Seconds 4.1 ? Présentez les caractéristiques de cette phase. (doc 5 et doc 6)

Phase de lancement car le produit vient d'être commercialisé, les concurrents ne sont pas encore nombreux sur le marché et la rentabilité est pour le moment faible.

- 5) A quel(s) segment(s) de marché le produit (tente Base Seconds 4.1) s'adresse-t-il ? (doc 5 et doc 6)

Les familles avec de jeunes enfants pratiquant le camping itinérant.

- 6) Identifiez le type d'innovation auquel correspond la tente Base Seconds 4.1 ? (doc 5 et doc 6)

Il s'agit d'une innovation produit.

- 7) Montrez en quoi l'innovation est déterminante pour Décathlon.

C'est par l'innovation que Décathlon **se différencie des concurrents et améliore sa compétitivité.**

De plus ses produits sont simples à utiliser, de bonne qualité et peu onéreux ce qui lui confère une bonne image de marque auprès de consommateurs qui sont de plus en plus exigeants.