

## THE WALT DISNEY COMPANY



### 1. QUELS SONT LES DOMAINES D'ACTIVITES STRATEGIQUES DE THE WALT DISNEY COMPANY ?

#### Définition d'un DAS :

Un domaine d'activité est un ensemble homogène de biens ou de services, destiné à un marché spécifique, ayant des concurrents déterminés et pour lequel il est possible de formuler une stratégie.

C'est un couple "produits - marché" suffisamment **global pour envisager** une stratégie distincte. **Un DAS est une sous-partie de l'organisation à laquelle il est possible d'allouer ou de retirer des ressources de manière indépendante.** Le découpage de l'activité en DAS est rendu nécessaire par la multiplicité des activités au sein d'une même entreprise.

Chaque domaine fait l'objet d'une stratégie particulière; il est géré de manière indépendante.

DAS	ACTIVITES	Exemples de composantes du DAS	PDM
Medias	chaînes de TV (séries, sports...), radio, édition, presse, et sites Internet, publication de livres	ABC, ESPN, Disney Channel, Buena Vista Television (Grey's Anatomy, Lost, Ugly Betty, Kyle XY...)	41%
Parcs à thèmes	Architecture, parcs de loisirs, croisières, hôtellerie. (Même si cette activité est un foyer de pertes, le parc français a connu une réussite commerciale cette année grâce à une stratégie de segmentation efficace)	Disneyland Park and resort (5 parcs), Disney Cruise Line, ESPN Line	27%
Production de divertissements	Studios de cinémas et musique, production de spectacles	Walt Disney Pictures, Pixar, Touchstone Pictures, Miramax Films, Buena Vista International...	24%
Produits dérivés	Gestion de licences pour vêtements, jouets, accessoires, aliments et boissons, jeux interactifs,	Disney store, Toys, Buena Vista games, Publishing, Softlines..	7%

### 2. FAITES LA MATRICE BCG DE LA SOCIÉTÉ THE WALT DISNEY COMPANY

**Produits Vedettes :**

**Produits Dilemmes :**

Production de divertissements	Parcs à thème
<b><u>Produits Vache à lait :</u></b>	<b><u>Produits Poids mort :</u></b>
Produits dérivés et Médias	

### 3/. ANALYSEZ LA MATRICE BCG ET FAITES DES RECOMMANDATIONS.

#### a/. Analyse

- **DILEMME** : DAS à forte croissance où l'entreprise est peu importante. C'est souvent le cas pour des secteurs nouveaux ; on les qualifie de dilemme car ils peuvent assurer le développement de demain mais nécessitent aujourd'hui de gros investissements.
- **VEDETTE** : forte croissance, position de l'entreprise dominant. Ces DAS génèrent de fortes liquidités, demandent des investissements pour maintenir la position concurrentielle dominante. C'est le secteur le plus dynamique de l'entreprise.
- **VACHE A LAIT** : position dominante, croissance modérée ou faible. Les liquidités sont importantes et les investissements ralentissent énormément. C'est le secteur qui génère le plus de bénéfices dans l'entreprise.
- **POIDS MORT** : souvent des DAS vieillis, en déclin où l'entreprise est en situation difficile. La question du retrait est à envisager.

Un portefeuille équilibré permet à une entreprise de dégager aujourd'hui des bénéfices, mais aussi laisse entrevoir des secteurs qui seront porteurs demain.

#### Stratégie de diversification:

- Films
- Parcs
- Produits dérivés
- Studios
- Etaler les coûts et les risques (différentes activités)

#### Stratégie de concentration:

Long métrage (cible: la famille)

- Se recentrer sur le cœur de métier, éviter de s'éparpiller
- Activité principale : Le long métrage
- Activité de soutien : Les produits dérivés.

#### Leur stratégie

- Développement international actif hors USA : Chine, Inde, Russie...

- ▶ Stratégie de groupe (dès qu'une branche lance un produit qui fonctionne, il sera réutilisé par les autres branches du groupe) : une attraction devient un film au cinéma; un jeu vidéo devient un produit dérivé; une émission de TV est utilisée dans les parcs à thèmes
- ▶ Interventionnisme plus fort dans la conception de produits dérivés afin de percevoir des revenus sans se contenter de verser des royalties
- ▶ Diminuer le nombre de productions Disney afin que leur qualité soit telle qu'elles soient déclinables ensuite au maximum dans les autres DAS
- ▶ Disney s'adresse à différents segments de marché distincts à travers ses personnages. Chaque marque est créée pour un groupe d'âge et un réseau de distribution spécifiques.
- ▶ Diversification par conglomérat : consiste à introduire de nouvelles activités destinées à de nouvelles couches de clientèle, ces activités n'ayant que peu de rapport avec la technologie, la gamme ou la clientèle existantes.

**b/**

### Recommandations stratégiques

- Renforcer son partenariat avec des grands groupes
- Continuer de se développer à l'international
- Poursuivre sa stratégie de diversification
- Développer le sponsoring
- Politique globale de communication (pas uniquement sur les nouvelles attractions)
- Communiquer sur les moments d'émotion que provoque Disneyland : Marketing de l'expérience.