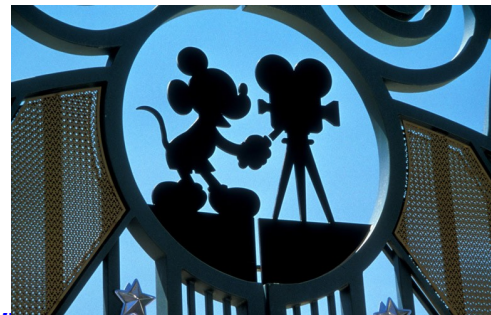


# THE WALT DISNEY COMPANY



## 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
<b>Medias</b>	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%
<b>Parcs à thèmes</b>	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%
<b>Production de divertissements</b>	Studios de cinémas et musique, production de spectacles	Walt Disney Pictures, Pixar, Touchstone Pictures, Miramax Films, Buena Vista International...	24%
<b>Produits dérivés</b>	Gestion de licences pour vêtements, jouets, accessoires, aliments et boissons, jeux interactifs,	Isney store, Toys, Buena Vista games, Publishing, Softlines..	7%

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

<b>Produits Vedettes :</b>	<b>Produits Dilemmes :</b>
----------------------------	----------------------------

Production de divertissements	Parcs à thème
<b>Produits Vache à lait :</b>	<b>Produits Poids mort :</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 dominante. 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 vieillies, 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.