

BACCALAURÉAT TECHNOLOGIQUE
SCIENCES ET TECHNOLOGIES DE LA GESTION

EPREUVE DE MANAGEMENT

Sujet Archos.doc

Vous analyserez la situation de management présentée en annexe en effectuant les travaux suivants :

- 1.** Caractérisez l'organisation Archos.
- 2.** Procédez au diagnostic stratégique d'Archos.
- 3.** Identifiez le problème de management de l'organisation.
- 4.** Présentez et justifiez les choix stratégiques mis en œuvre au sein de cette organisation.

Annexe

Archos : quand petit Poucet rêve de grandeur

Le groupe d'électronique français Archos veut croire au boom des tablettes numériques dont il revendique la paternité. Henri Crohas, le PDG, a achevé la restructuration du groupe.

Henri Crohas n'a rien perdu de sa force de conviction ! Le patron d'Archos a répondu à tout, les milliards de bénéfices d'Apple ? Un haussement d'épaules ! Le déficit de notoriété d'Archos ? Il ne voit pas ce que les journalistes veulent dire. Pour celui dont le nom est l'anagramme de la petite société française de MP3 et tablettes numériques, l'avenir est tout simplement radieux ! « Le premier trimestre est pratiquement aux mêmes niveaux que le quatrième trimestre 2010, alors qu'en général, il représente un tiers de cette activité » s'emporte-t-il d'enthousiasme. « Archos a été restructurée, assainie, et remise sur les rails », assure le patron de la PME française.

Après avoir annoncé une hausse de 44 % de son chiffre d'affaires en 2010, dont 121 % sur le seul quatrième trimestre, Henri Crohas a détaillé les pistes de son développement stratégique pour les prochaines années. Cette stratégie s'appuie sur le boom des tablettes numériques, et passera par un repositionnement du groupe sur le centre et l'entrée de gamme. D'après les projections du groupe, 2011 verra s'écouler 50 millions de tablettes numériques dans le monde, dont 40 % dans un segment de prix inférieur à 400 euros où Archos se cantonnera désormais. Il s'agit d'entrer dans une logique de volumes. Ainsi, la marque Archos proposera un catalogue de produits compris entre 200 et 400 euros, tandis qu'une nouvelle marque s'attaquera au segment inférieur, Arnova. Enfin, l'entreprise fabriquera pour le compte de grands groupes de distribution des tablettes numériques en « marques blanches » (marques distributeurs). Auchan, Carrefour, Tesco et BestBuy auraient d'ores et déjà signé des partenariats en ce sens. Ainsi, le segment des tablettes haut de gamme, au-dessus de 400 euros, est abandonné, pour se mettre à couvert des Titans Apple, Samsung ou encore LG.

Henri Crohas estime que ses produits bénéficient d'une forte visibilité dans les magasins spécialisés « compte tenu de notre taille ». La preuve en est des parts de marché acquises « Archos est numéro 2 en France, numéro 3 en Allemagne, et numéro 4 au Royaume-Uni » a-t-il ainsi déclaré. La marque française revendique 12 000 points de vente dans le monde, de l'Amérique du Nord à l'Asie. Elle veut également capitaliser sur la paternité revendiquée de la tablette numérique pour proposer des produits toujours plus innovants. « Nous vous réservons une surprise cette année, avec deux nouvelles tablettes numériques 3G très innovantes » a promis le patron d'Archos.

Certes, Archos a été un pionnier sur le marché des tablettes numériques, mais la force de frappe des Apple et des Samsung en termes d'investissement marketing sont sans aucune mesure avec la petite PME française qui a réalisé 83 millions d'euros de chiffre d'affaires l'année dernière. En quelques mois, ces groupes ont rattrapé les tablettes Archos. L'autre handicap du groupe d'Henri Crohas réside sur l'étroitesse de son marché. Alors qu'Apple a su créer un « écosystème » qui intègre ordinateur, téléphone et tablette, le tout parfaitement complémentaire et synchronisé, Archos doit se défendre avec ses seuls lecteurs mp3 et ses tablettes numériques.

Source : www.Easybourse.com, article publié le 28 février 2011