

Document 3 :

1 . a . Les indicateurs de croissance de P&G :

- Diversification des activités ;
- Innovation par le lancement de nouveaux produits grâce aux activités de recherche ;
- Les études de marché pour répondre aux besoins des consommateurs par une production personnalisée ;
- Implantation des filiales dans 70 pays du monde ;
- Multiplication des marques qui s'élèvent à 300.

b . Les modes de croissance :

- Interne : elle est réalisée par l'innovation et l'augmentation de la capacité de production par ses propres moyens ;

- Externe : le rachat des entreprises existantes sur le marché.

c . La modalité de sa croissance externe : l'absorption.

d . Les choix stratégiques de P&G :

- Stratégie de dégagement : abandonner la production des bougies.
- Stratégie de diversification des activités : création et distribution de nouveaux produits diversifiés ;
- Stratégie d'internationalisation : une croissance à l'international par des implantations de filiales dans des pays différents du monde entier.

e . Les modalités de son internationalisation :

- L'exportation
- Implantation de filiales

2 . Les raisons qui justifient la recherche constante de la croissance :

- Atteindre la masse critique ;
- Accroître la pression concurrentielle de l'entreprise ;
- L'internationalisation de la concurrence ;
- Réaliser des effets de synergie et des économies d'échelle ;
- Etre leader sur le marché international ;

3 . Les limites de la croissance pour l'entreprise :

- Les déséconomies d'échelle ;
- La rigidité et la complexité de la gestion ;
- Le développement de la bureaucratie...