

# Diagnostic export:




***2ème situation, épreuve U41:  
Diagnostic à l'international***

# Sommaire:

<b>I- <u>Introduction</u> :</b>	p.2
<b>II- <u>Diagnostic interne</u> :</b>	p.3
<b>III- <u>Diagnostic externe</u> :</b>	p.4
<b>IV- <u>Synthèse</u> :</b>	p.5
<b>V- <u>Annexes</u> :</b>	p.6 à 10

## I. Introduction :

⇒ Un *diagnostic export* soumet l'entreprise à un examen critique. Il met en lumière son *aptitude à exporter*.

- <b>Compagnie :</b>	Ryanair
- <b>Pays d'origine :</b>	 Irlande
- <b>Code IATA :</b>	FR
- <b>Code OACI :</b>	RYR
- <b>Filiales :</b>	Partenaires commerciaux
- <b>Type d'avions :</b>	BOING → 164 en 2007
- <b>Passagers par an :</b>	40 532 095
- <b>Chiffre d'affaire en € :</b>	<b>2 240 000 000</b>

Ryanair est une compagnie aérienne irlandaise son siège social est basé à Dublin, née en **1985**, avec le capital d'une livre irlandaise (1,3€) et 25 employés. Elle proposait des vols reliant l'Irlande et l'Angleterre. L'objectif de cette entreprise fut tout d'abord de réduire le monopole d'Aer-Lingus (compagnie nationale).

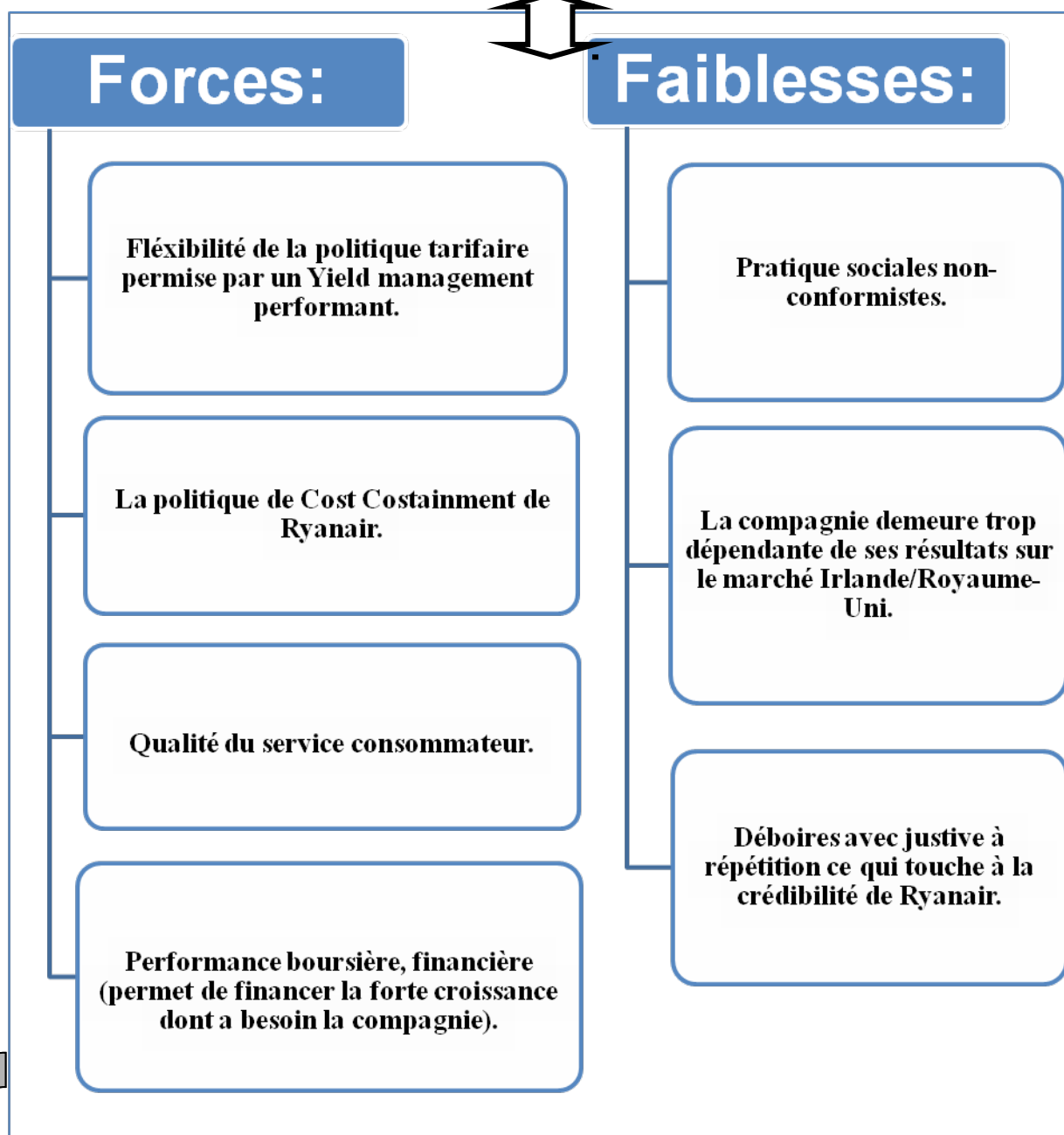
En **1994**, l'arrivée de Michael O'Leary à la tête de la compagnie va marquer un tournant décisif : il transforme Ryanair s'inspirant de la compagnie Southwest Airlines aux USA (compagnie créée en **1966** qui a inventé le Business model du Low-cost). Il en fait ainsi la première compagnie à bas coûts et la **3<sup>e</sup>** compagnie aérienne d'Europe (après Air France/KLM et Lufthansa). Afin de réaliser des économies, la flotte de Ryanair est uniquement composée de Boeing 737. La compagnie a passé commande auprès de Boeing pour 306 nouveaux Boeing 737-800 d'ici 2012.

La compagnie effectue 557 liaisons aériennes en Europe et compte 4800 employés. Quant au *chiffre d'affaires*, celui-ci se répartit, par activité, entre :

- *vols réguliers (88%)* : plus de 40 millions de passagers transportés en 2006. C'est aussi la 3<sup>e</sup> principale compagnie aérienne en France, avec plus de 3 millions de passagers transportés.

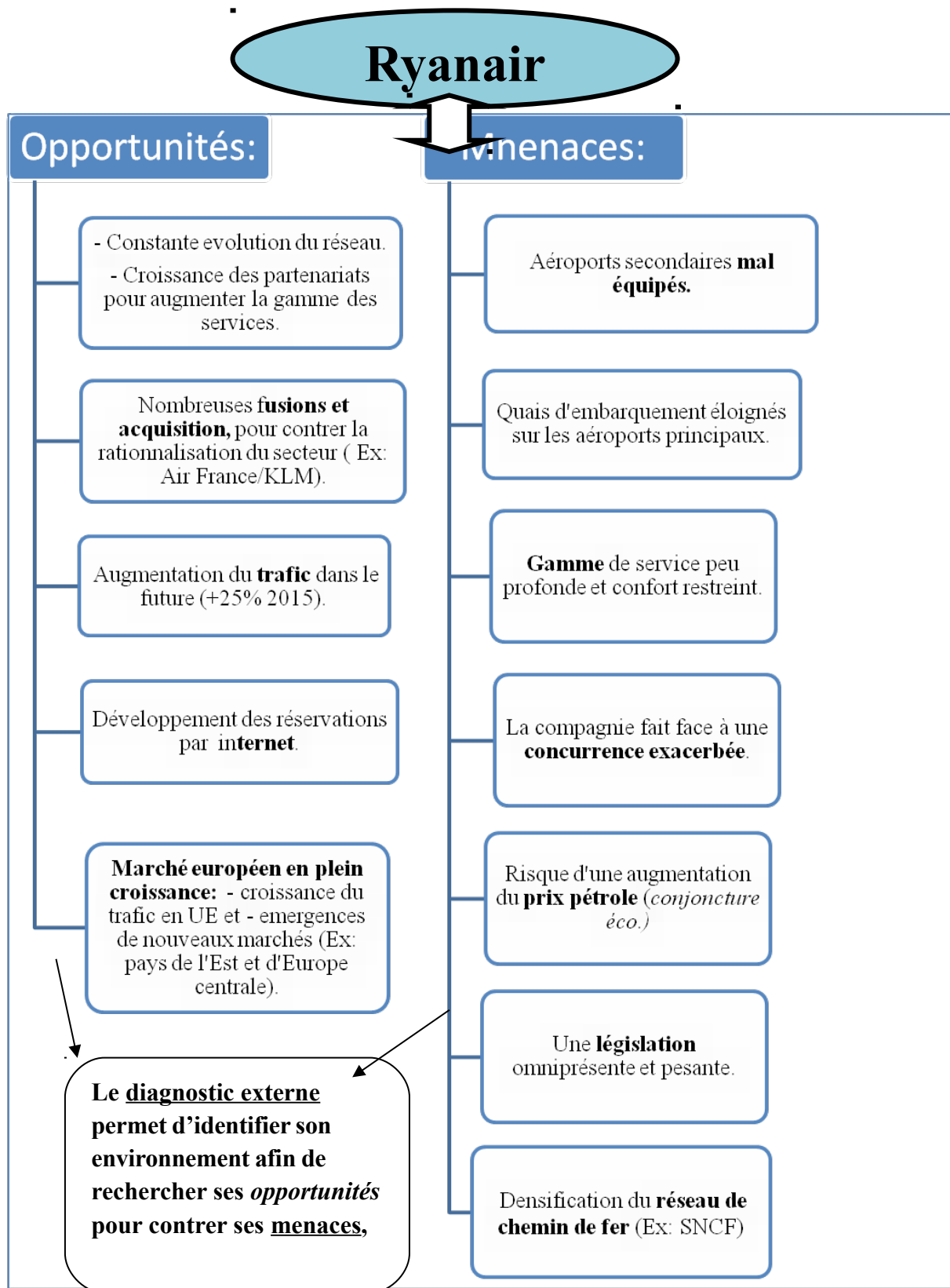
- *prestations de services (12%)* : vente de charters, location de véhicules, vente en vol et prestations au sol. Géographiquement, le *chiffre d'affaires* se répartit entre le Royaume Uni (**55%**) et le reste de l'Europe (**45%**).

## II. Diagnostic interne :



Dans ce diagnostic l'entreprise Ryanair, doit se soumettre au diagnostic interne, lui permettant d'identifier ses *forces* et *faiblesses* en terme de compétences et des ressources de son entreprise, afin d'évaluer son potentiel.

### III. Diagnostic externe :



4

### IV. Synthèse :

**Ryanair** est l'une des plus grandes compagnies aériennes **Low-Cost**. Elle affiche des performances financières et opérationnelles sur la base de sa politique de **Cost Containment**, afin de conforter sa place de leader sur le marché, la compagnie s'est lancée dans une **stratégie d'expansion de marché**.

Cependant, cette recherche de croissance effrénée l'expose à des risques de surcapacité en cas de baisse de la demande.

La compagnie incarne une véritable **success-story** industrielle, voilà un Low-Cost qui est parvenue à faire de l'ombre aux grandes compagnies « historiques » comme British Airways en Angleterre, Lufthansa en Allemagne et Air France en France.

Elle s'est imposée dans le paysage aérien Européen sur le segment des vols à bas coûts et a attiré une clientèle autrefois cliente des grandes compagnies.

Ryanair a-t-elle atteint la taille critique et est-elle capable de résister à la concentration du secteur aérien et à la hausse des prix du pétrole ?

Il semblerait que oui, mais cela ne va pas sans impact matériel sur le groupe. Les prix vont forcément augmenter sur les prochains projets d'accroissement de la flotte de près de **20%** pourraient être reportés voire annulés, face à une demande importante qui ne cesse d'évoluer ses dernière années.(Tourismes balnéaires, businessman..)

## V. ANNEXES :

## **Annexe 1 : Recommandations et préconisations :**

➤ **Recommandations :** Pour améliorer et assurer d'avantages les performances et capacités de son entreprise ; Ryan air devra réaliser d'autres projets suite au diagnostic, afin d'évoluer dans le secteur du marché aérien, en proposant des nouveaux services tels que :

- **Crée un service export.** (Exemple : Crées de nouvelles lignes)
- **Embaucher du personnel compétent dans les pays si faisable** (Exemple : en Europe, embauche de personnels pour les agences touristiques, proposant des circuits, avec les services Ryan air)
- **Investir dans de nouveaux locaux.** (Exemple : locaux disponible dans tout les pays d'Europe, pour accueillir du personnel, du matériel...)
- **Améliorer sa R&D, et son service Communication & Marketing.** (Exemple : augmenter sa notoriété et son image, puis améliorer ses ressources matériel et immatériel.)
- **Renouveler ses stratégies et la réadapter en fonction de ses missions.**

➤ **Préconisations :** Pour conquérir une position dominante sur un marché et la conserver, Ryan air doit :

- **Disposer d'une antériorité de pénétration sur le marché.**
- **Avoir été le premier à adopter pour le produit considéré, une stratégie de pénétration plutôt que d'écroulement.**
- **Disposer de ressources financières, technologiques, ou commerciales supérieures à celle des concurrents.**

## **Annexe 2 : Les Sources :**

## Analyse critique des sources utilisées :

--	--	--	--

Sources	Evaluation				Analyse des sources	Sélection dossier
	Actu	FI.	PE.	TOT		
<a href="http://www.dev-export.com">www.dev-export.com</a>	3/3	3/3	3/3	9/9	Site spécialisée dans l'export.	✓
<a href="http://www.ryanair.com">www.ryanair.com</a>	3/3	3/3	3/3	9/9	Site de la compagnie aérienne Ryanair.	✓
<a href="http://www.christophe.benavent.free.fr">www.christophe.benavent.free.fr</a>	2/3	3/3	3/3	8/9	Etude concernant le marché du Low-Cost.	✓
<a href="http://lfonsek.free.fr">http://lfonsek.free.fr</a>	2/3	3/3	3/3	8/9	Site spécialisé dans le Low-Cost.	✓
<u>Contacts :</u>	- Contacté le centre communication & marketing de l'aéroport Mp <sup>2</sup> .					<input checked="" type="checkbox"/>

7

### Annexe 3 : Compagnie Ryanair :

#### A) Historique :

-1985= Premier vol.



- 1997= Déréglementation totale des transports aérien au sein de l'Union Européenne.
- 2002=Résultats records : +30% de son réseau trafic, +35% de ses bénéfices.
- 2003/04=3ème compagnie en Europe, meilleure marge nette de 21%.

### B) La stratégie marketing :

Cette avancée spectaculaire au sein du marché aérien européen a été possible de par une parfaite adaptation de modèle southwest, un fort opportunisme et une maîtrise totale des coûts.

La mise en place du système du yield management (ce principe encourage les consommateurs à réserver leur place de vol plus tôt pour bénéficier d'un prix de vente du billet bien plus attractif ceci permettant une hausse du bénéfice et d'une maximisation de remplissage des appareils).

L'entretien de bonnes relations avec les collectivités locales de chaque pays leur permet de s'implanter et évoluer au sein des marchés aériens.

De par la stratégie du yield management, tout service supplémentaire a bord d'un appareil devient payant, permettant à la compagnie une forte optimisation des revenus annexes.

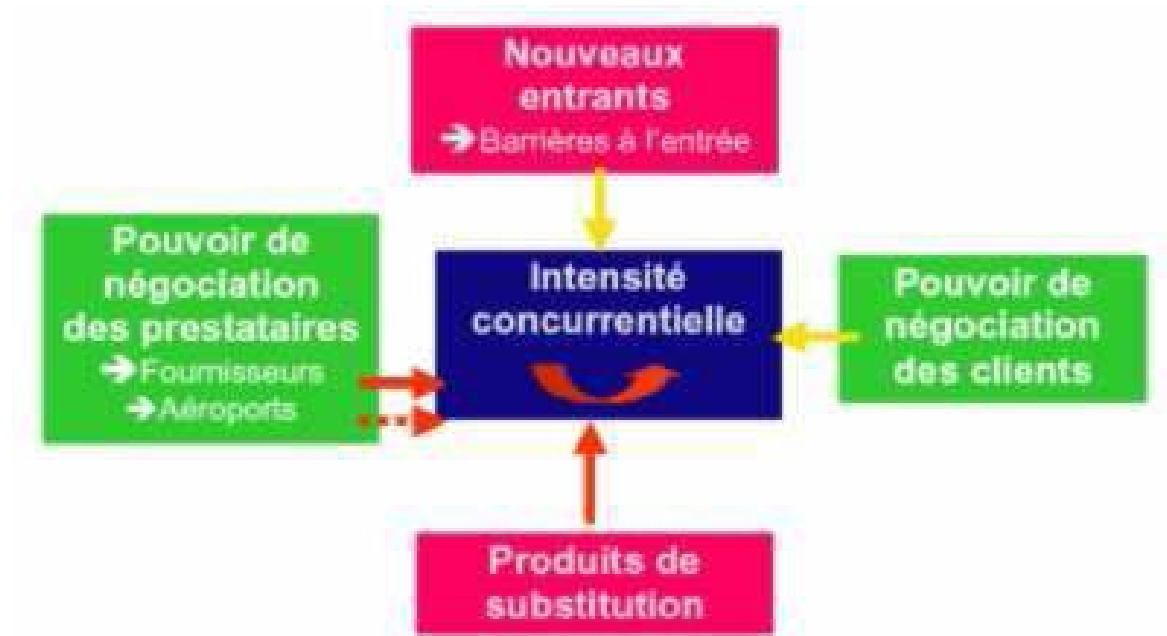
### C) La stratégie managérial:

L'une des caractéristiques principales de la compagnie Ryanair est que tout employé ne possède pas qu'une seule compétence et peut effectuer des tâches différentes dans la même journée. En effet la polyvalence est le maître mot au sein de cette compagnie. Il existe aussi une certaine culture d'entreprise au sein de la compagnie.

L'entreprise démontre un très fort intéressement à ses résultats. L'absence de structure syndicale permettrait une optimisation des bénéfices de par l'accomplissement d'un grand nombre d'heure de travail par les employés.

## Annexe 4 : Diagnostique sectoriel :

Pour évaluer la situation des low-cost, le **modèle de Porter** prend en compte les différents acteurs sur le marché et les pressions qu'ils exercent sur le secteur :



- **Les barrières à l'entrée sont faibles** : Le modèle low cost est déjà construit et il est simple d'y adhérer.
- **La concurrence directe est nombreuse** : Transavia, Virgin express, Easyjet, GO, Germania Sky Europe, Goodjet,...
- **Le pouvoir de négociation des prestataires** : Le coût de transfert du fournisseur est cher. Il y a une relation de dépendance.
- **Les Clients** : Création d'une nouvelle clientèle avec des prix attractifs. Ceux-ci disposent d'une information complète via Internet qui leur permet de comparer les différents services.

### **Annexe 5 : Consommateur Ryanair :**

# Consommateurs Ryanair CSP

