

# Culture économique, juridique et managériale

BTS SIO, 1<sup>ère</sup> année



# Méthodologie, outils

---

**Q**ui  
**Q**uoi  
**O**ù  
**Q**uand  
**C**omment  
**P**ourquoi  
**C**ombien

## Exemple : projet, business plan

- Qui suis-je ? (formation, expériences utiles au projet, ...)
- Quelle est ma cible de clientèle ?
- Quel est le produit / service que je souhaite lancer ? Quelles sont ses caractéristiques ? Ses atouts par rapport au produit / service concurrent ?
- Quelles sont les étapes, le planning de mon projet ?
- De quels moyens ai-je besoin ? (locaux, équipements, ...)
- Quel est mon besoin de financement ?
- Quel est mon objectif ? (développer le chiffre d'affaires, augmenter la marge ? ...)

## Exemple : contrat

- Qui sont les cocontractants ?
- Quel est l'objet du contrat ?
- Quelles sont les conditions d'exécution du contrat ? Où ? Quand ? Comment ?
- Quelles sont les dates de début / fin du contrat (durée du contrat) ?
- Quel est le prix de l'objet du contrat ?

# Thème 1. L'intégration de l'entreprise dans son environnement

## Chapitre 3. Comment s'établissent les relations entre l'entreprise et son environnement économique ?

- ❶ Les principaux agents économiques en relation avec l'entreprise et leurs rôles
- ❷ Les relations de l'entreprise avec les principaux agents économiques
- ❸ Les différents marchés sur lesquels l'entreprise noue des relations
- ❹ La loi de l'offre et de la demande
- ❺ Les obstacles au bon fonctionnement du marché
- ❻ Le financement de l'entreprise (investissements)
- ❼ Les externalités pour l'entreprise



U3. Culture économique, juridique et managériale  
BTS SIO, 1<sup>ère</sup> année

# Les principaux agents économiques. Leur rôle



Agent = celui qui agit → acteur

Agent économique → acteur de l'économie :  
prend des décisions qui influencent l'économie

*Un agent économique est une « unité institutionnelle » (INSEE) : un centre de décision élémentaire, qui se caractérise par la même **fonction** et les mêmes **ressources** principales*

- Contribution à l'activité économique : rôle économique (fonction)
- Mobilisation de ressources
- Dépenses spécifiques

Copyright 2018© - Mark Warner | TheProjectManagementBlueprint.com

Rappel : une entreprise a des relations avec de nombreuses parties prenantes, qui agissent / interagissent plus ou moins avec l'entreprise

# Les catégories d'agents économiques



Entreprises  
*Sociétés non financières (SNF)*



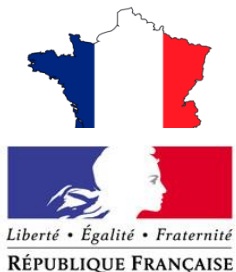
Banques  
*Sociétés financières (SF)*



Ménages  
Particuliers, consommateurs et  
clients des entreprises et banques,  
usagers du service public



Associations  
*Institutions sans but lucratif au  
service des ménages (ISBLSM)*



Administration  
Etat, collectivités locales  
*Administrations publiques (APU)*



Le reste du monde  
Mêmes agents économiques à  
l'étranger

# Les catégories d'agents économiques

Agent économique	Rôle économique principal	Ressources	Dépenses
Entreprises <i>Sociétés non financières (SNF)</i>	Produire des biens ou des services <b>marchands</b>	Recette des ventes (chiffre d'affaires)	Charges courantes et investissements
Ménages Particuliers, consommateurs et clients des entreprises et banques, usagers du service public	<b>Consommer et épargner</b>	Revenus du travail et du capital	Charges d'exploitation et investissement
Administration Etat, collectivités locales <i>Administrations publiques (APU)</i>	Produire des biens ou des services <b>collectifs non marchands</b>	Impôts et taxes (prélèvements obligatoires)	Dépenses publiques de fonctionnement et d'infrastructures
Association <i>Institutions sans but lucratif au service des ménages (ISBLSM)</i>	Produire des biens et services <b>non marchands</b>	Cotisation des adhérents, subventions, dons	Dépenses de fonctionnement et d'infrastructures
Banques <i>Sociétés financières (SF)</i>	Elaborer des produits et services financiers <b>marchands</b>	Rémunération des prestations, intérêts perçus	Charges d'exploitation (notamment intérêts versés et dépenses d'infrastructures)
Reste du monde Entreprises clients, fournisseurs, ménages, banques, associations, Etats à l'étranger	Tous les agents économiques non résidents en France, ayant le même rôle économique, les mêmes ressources et dépenses que ceux des 5 catégories ci-dessus		



**DOCUMENT 1 Les échanges de Parrot avec ses partenaires**

La concurrence a bien failli envoyer Parrot au tapis. Spécialisée depuis plusieurs années sur la production de drones, l'entreprise de high-tech fondée par Henri Seydoux en 1994 retrouve de belles couleurs après s'être infligé un remède de cheval. Sa recette : mettre le cap sur les marchés professionnels et arrêter de cibler le segment grand public, soumis à une guerre des prix menée par le low cost chinois. [...]

Le groupe n'a pas pour autant basculé intégralement vers le drone professionnel, il n'abandonne pas le grand public et reste sur les objets connectés avec des casques audio, des pots de fleurs connectés et le kit mains libres. « Il y a le marché grand public et le marché professionnel, analyse Chris Roberts, nous développons un segment entre les deux, le prosumer, autrement dit un drone d'un prix abordable, équipé de capteurs avec des logiciels uniques d'analyse de données. » Le drone n'est plus un objet vendu seul, c'est désormais un véhicule qui emporte des capteurs, des logiciels et un traitement des données. Six mois plus tard, le premier bilan est encourageant. Le

cours de bourse, très malmené – le titre avait perdu 38 % fin 2016 – s'est redressé de 26 % depuis le début de l'année. [...] L'utilisation industrielle a déjà commencé, mais Parrot doit faire face à une rude concurrence. EDF, par exemple, développe désormais ses propres drones pour surveiller son réseau.

Le nerf de la guerre, c'est l'intelligence et l'anticipation, estime Jean-Louis Fréchin, dirigeant fondateur de Node-sign, une entreprise de design qui travaille notamment pour Parrot. [...] À travers Parrot, Henri Seydoux n'hésite pas à miser sur des technologies prometteuses, en prenant, par exemple, une participation majoritaire dans le français Airinov et dans l'américain MicaSense, deux start-up spécialisées dans la cartographie agricole. Une décision parfaitement rationnelle : en agriculture, la prochaine génération de drones sera encore plus performante avec une analyse des conditions météorologiques des champs et l'identification des endroits nécessitant davantage d'engrais.

P. Loubière, [www.challenges.fr](http://www.challenges.fr), 23 septembre 2017.

 **Vidéo**  
1'31 Interview d'Henri Seydoux (2)  
[lienmini.fr/c576-usages](http://lienmini.fr/c576-usages)  


**DOCUMENT 2 Les partenaires industriels**

Afin d'accorder la plus grande attention aux solutions qu'elle propose, Parrot a noué des partenariats commerciaux ou technologiques avec des entreprises leaders dans leur secteur d'activité.

**Les assembleurs :** Thales, Sécré, Jabil.

Parrot a choisi les entreprises Jabil, Sécré, Thales pour leur expertise, leur exigence en termes de qualité (normes ISO 9001 et ISO TS16949).

**Les fabricants de circuits intégrés spécifiques :** STmicroelectronics, ATMEL.

Parrot travaille en étroite collaboration avec ATMEL pour le design et la fabrication des drones et a confié à STmicroelectronics, leader mondial, le développement et la réalisation de solutions sur silicium destinées à un grand nombre d'applications.

**Les fournisseurs de composants :** Infineon.

Parrot a entrepris un partenariat de longue date avec Infineon qui développe le module Bluetooth des kits mains libres.

[www.parrot.com](http://www.parrot.com)

# Les agents économiques :

<https://www.youtube.com/watch?v=VkvGJZ31hs>

Exemple : les relations de Parrot avec d'autres agents économiques

# Les relations de l'entreprise avec les principaux agents économiques 2

L'exemple de Parrot : quels échanges avec les autres agents économiques ?

Agent économique	PARROT → AUTRES AGENTS	AUTRES AGENTS → PARROT
Entreprises <i>Sociétés non financières</i>		
Ménages		
Administration <i>Administrations publiques (APU)</i>		
Banques <i>Sociétés financières</i>		
Associations		
Reste du monde		



## ② Les relations de l'entreprise avec les principaux agents économiques

L'exemple de Parrot : quels échanges avec les autres agents économiques ?

Agent économique	PARROT → AUTRES AGENTS	AUTRES AGENTS → PARROT
Entreprises <i>Sociétés non financières</i>	Achats de composants, logiciels, équipements à des fournisseurs Vente de drones à usage professionnel	Facturation des composants, logiciels, équipements vendus  Paiement des drones achetés
Ménages	Vente de drones à usage particulier Achat d'une prestation de travail	Paiement des drones achetés Versement d'un salaire
Administration <i>Administrations publiques (APU)</i>	Utilisation de services publics, d'infrastructures publiques	Prélèvement d'impôts et taxes
Banques <i>Sociétés financières</i>	Souscription d'un emprunt Dépôts de fonds	Facturation d'intérêts d'emprunt Rémunération des fonds déposés
Associations	Mise à disposition de produits Dons	Services aux salariés
Reste du monde	Idem avec les agents économiques internationaux	

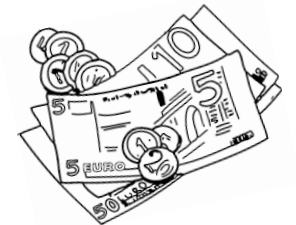
**Des échanges**



**de biens**

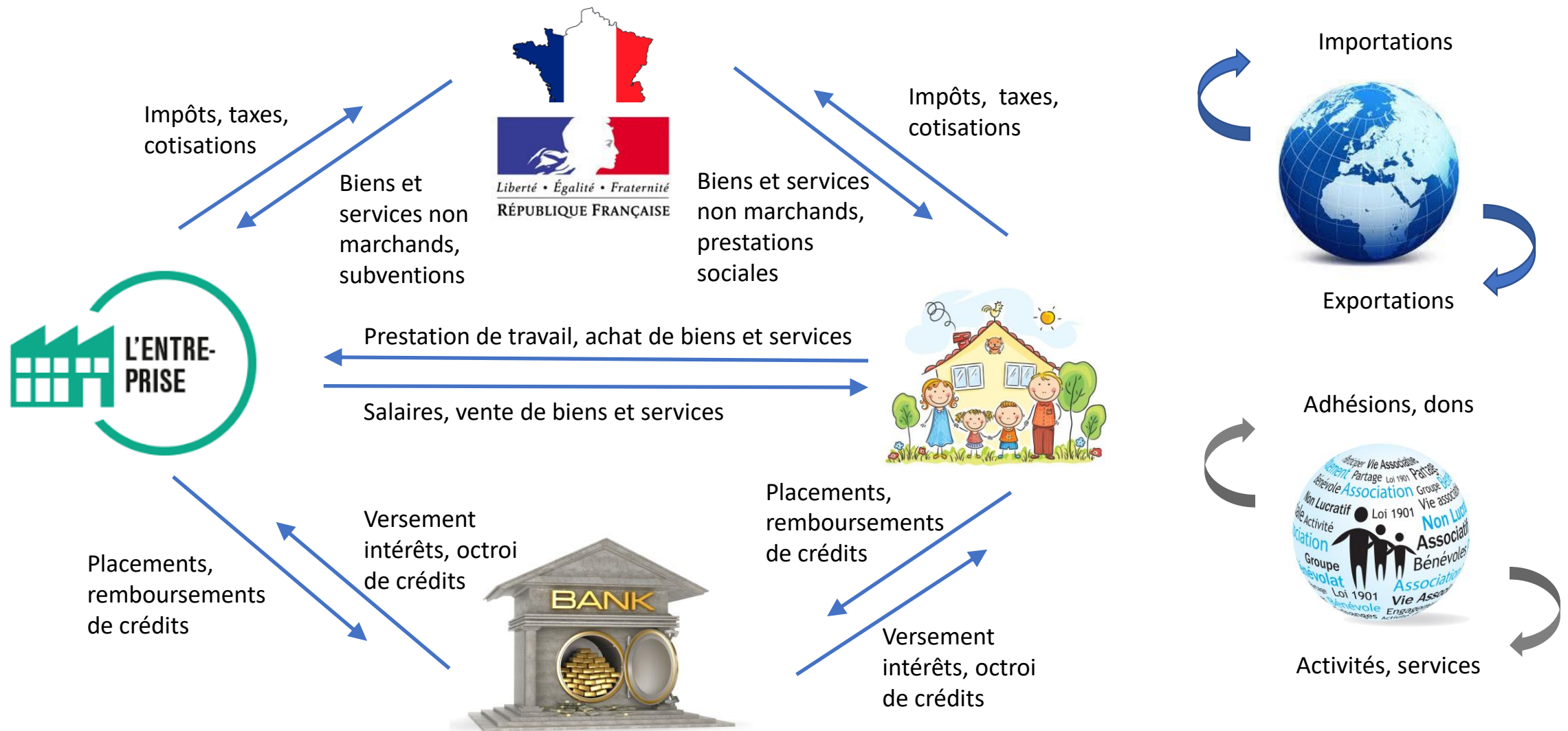


**de services**



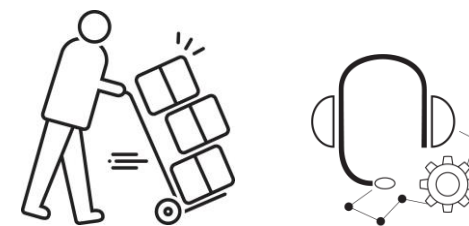
**monétaires**

# Un ensemble des flux entre agents économiques : le circuit économique



# Les échanges entre agents économiques sont nombreux, variés, toujours à double sens

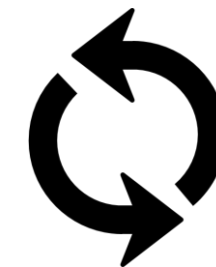
- Un échange économique repose sur une relation **réciproque** entre au moins 2 agents économiques
- Les échanges qui portent sur des biens et services sont des flux **réels**
- Les échanges liés aux règlements, subventions, dividendes... sont des flux **financiers**
- Chaque échange donne lieu à des flux de sens opposé, **contrepartie** l'un de l'autre
- Une entreprise n'a pas d'échanges économiques avec ses concurrents



Biens

Services

**Flux réels**



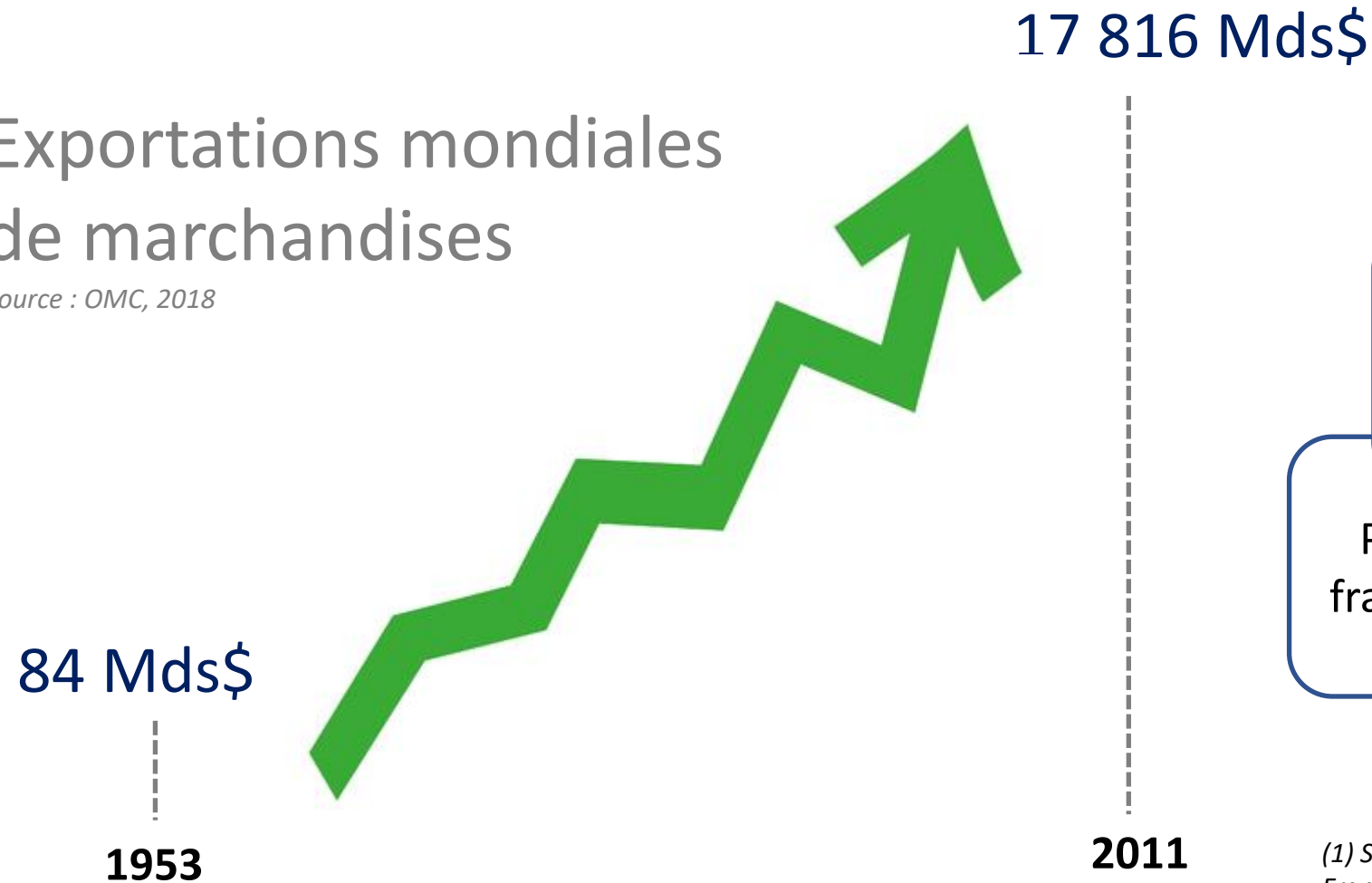
**Flux financiers**



# Quelques chiffres...

## Exportations mondiales de marchandises

Source : OMC, 2018



La France est le 5<sup>ème</sup> exportateur mondial de biens et services (1)

Près de 130 000 entreprises françaises sont exportatrices (1)

(1) Source : Rapport annuel du commerce extérieur de la France. Février 2020 (données 2019)

# Le commerce extérieur de la France en 2019

Source : Rapport annuel du commerce extérieur de la France. Février 2020

Montant des exportations de  
biens : 508 Md€



**Biens**

Montant des importations de  
biens : 567 Md€

Montant des exportations de  
services : 251 Md€



**Services**

Montant des importations  
de services : 229 Md€

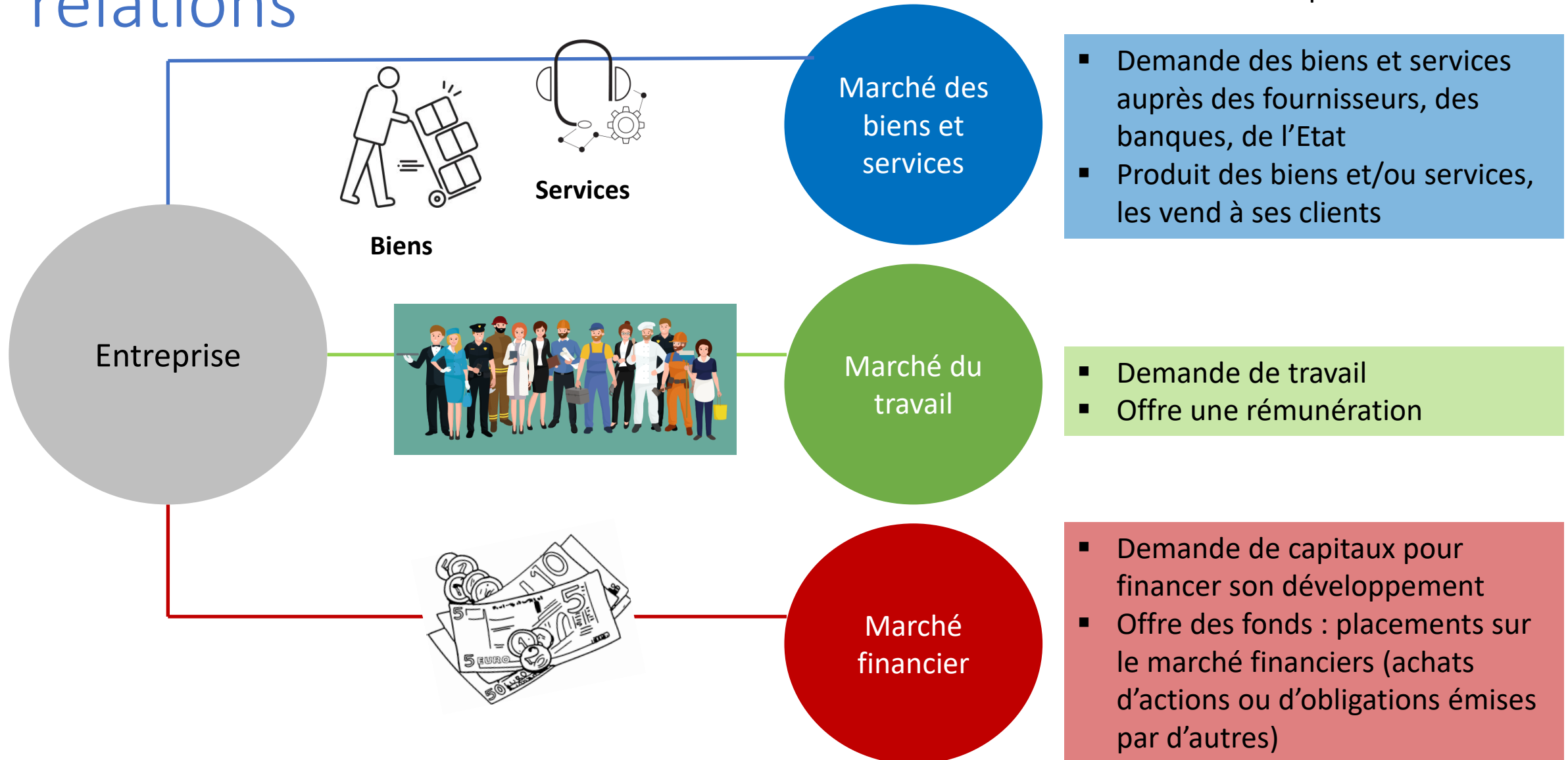
Principaux clients	Principaux fournisseurs
Allemagne : 70 Md€	Allemagne : 85 Md€
Etats-Unis : 42 Md€	Chine : 54 Md€
Italie : 38 Md€	Italie : 44 Md€
Espagne : 37 Md€	Etats-Unis : 39 Md€



# Les marchés sur lesquels l'entreprise noue des relations

3

Position de l'entreprise sur le marché :



# L'offre et la demande

Exemple : le marché des drones

L'OFFRE :  
Vente de drones par les fabricants

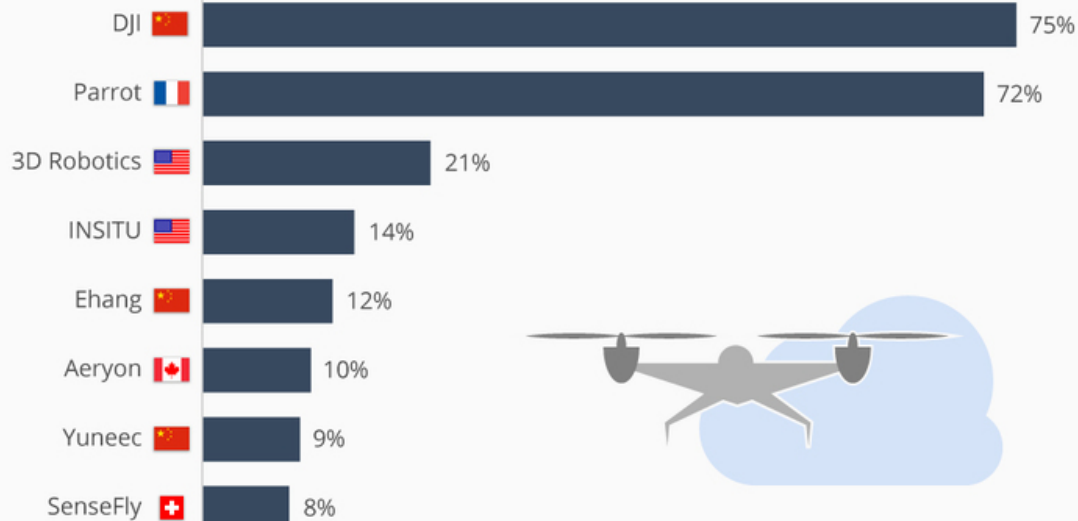
LA DEMANDE : Achat de drones par différents secteurs d'activités

Marché prévisionnel des drones  
par secteur en 2020  
(en milliards de dollars)

3

## Drones civils : les fabricants leader

Fabricants hardware les mieux positionnés sur le marché du drone selon la notation de droneii.com\*



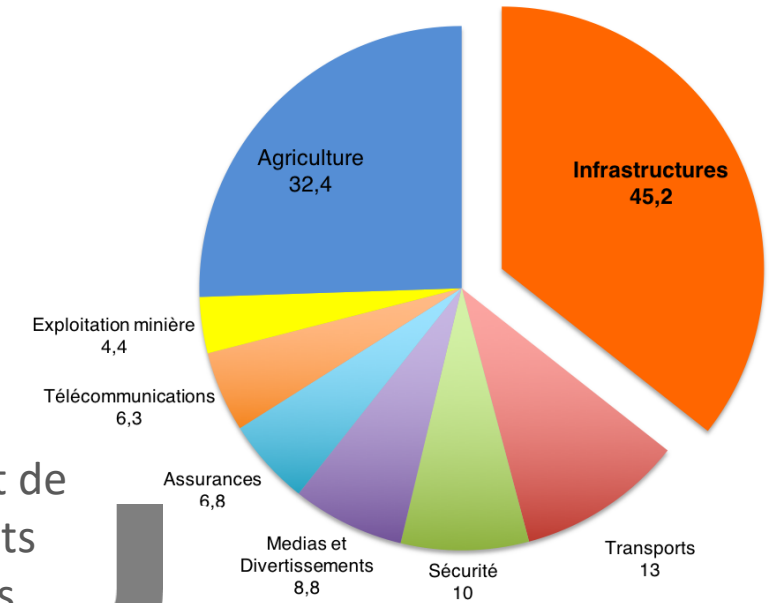
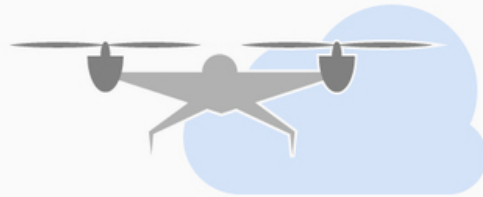
De septembre à décembre 2015

\* Note maximale : 100 %. Éléments pris en compte pour la notation : nombre d'employés, de recherches Google et d'articles mentionnant les entreprises.

Source : droneii.com



statista



- L'offre et la demande (biens, services, capitaux) se rencontrent sur un **marché**
- Les **marchés** sont très nombreux et divers (nature, taille, ancienneté, fonctionnement, complexité, acteurs en présence, ...)

# Un large spectre d'acteurs présents sur le marché des drones ...

3

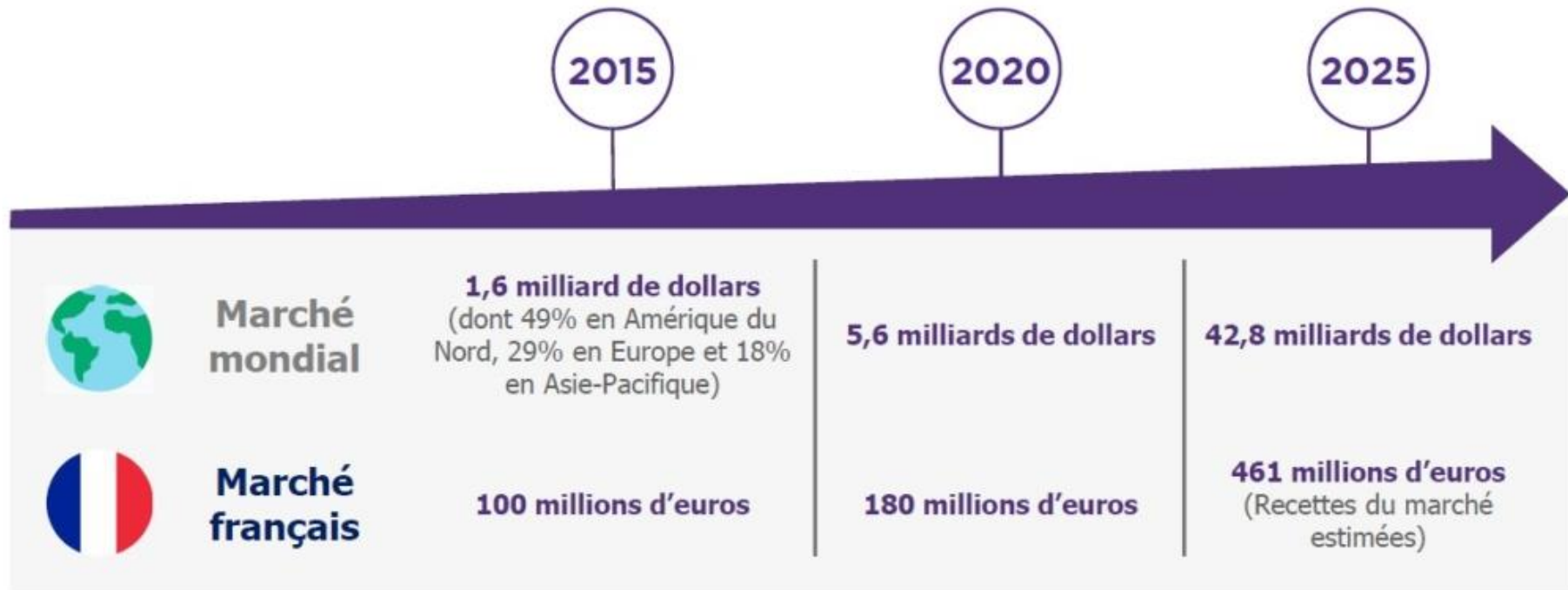
... qui entretiennent des relations de 2 types

- complémentarité
- concurrence



## 2015 / 2025 : une évolution fulgurante du marché des drones professionnels

« L'évolution croissante des technologies et la diversification des usages dans différents secteurs favorisent **la démocratisation et l'essor de ce marché**, dont les prévisions prévoient qu'il atteigne 42,8 milliards de dollars en 2025. **Ces usages se sont multipliés** et ont favorisé **l'émergence de nombreux acteurs** sur le marché. Aujourd'hui, l'exploitation des données issues des drones qui constituent l'un des creusets de leur valeur ajoutée pour les utilisateurs, influence le développement de la filière qui se tourne vers la fourniture de solutions complètes. »



<https://www.wavestone.com/fr/insight/drones-professionnels-un-marche-en-plein-essor/>

# Quand l'offre et/ou la demande évolue(nt) sur un marché

4

Offre de drones sur le marché des drones, par Parrot et d'autres sociétés concurrentes



PRIX  
(de vente)



Demande de drones par des clients, particuliers et professionnels (agriculteurs, entreprises, photographes indépendants, ...)

Que se passe-t-il lorsque...?

Offre ↗		Demande ↗		Prix ↗	
Offre ↘		Demande ↘		Prix ↘	



# Quand l'offre et/ou la demande évolue(nt) sur un marché

Prix ↗	Offre augmente car plus intéressant pour le vendeur : plus de profit en perspective	Demande ↗	Pour un même niveau d'offre, le prix augmente : pression sur les prix par la demande	Offre ↗	Pour un même niveau de demande, le prix baisse : pour rendre le produit plus attractif
	Demande diminue car produit plus cher pour l'acheteur		Si l'offre augmente en conséquence, nouvel équilibre		Si la demande augmente en conséquence, nouvel équilibre
Prix ↘	Offre diminue car moins intéressant pour le vendeur : marge diminue	Demande ↘	Pour un même niveau d'offre, le prix diminue	Offre ↘	Pour un même niveau de demande, le prix augmente : tension sur l'offre
	Demande augmente : pour la même dépense, l'acheteur obtient plus de produits		Si l'offre diminue en conséquence, nouvel équilibre		Si la demande diminue en conséquence, nouvel équilibre

# La loi de l'offre et de la demande

Alfred MARSHALL (économiste britannique, 1842-1924)

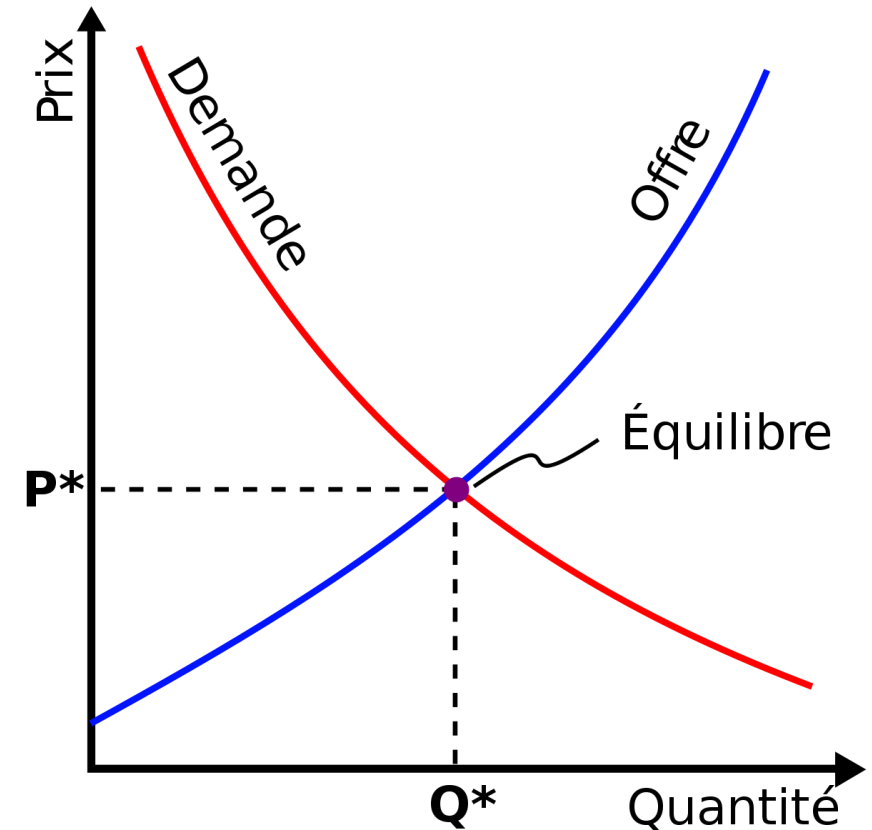
<https://www.youtube.com/watch?v=u257MpCmHy0>

La loi de l'offre et de la demande est une loi économique, selon laquelle

- la hausse du prix (d'une marchandise) conduit à
  - la baisse de sa demande
  - et à l'augmentation de son offre
- et réciproquement.

Elle suppose des ajustements successifs des prix et quantités pour aboutir à une situation d'équilibre

- pour le prix d'équilibre, les quantités offertes et les quantités demandées s'égalisent.



# La loi de l'offre et de la demande

## La demande : fonction décroissante du prix

- Effet de substitution
- Effet revenu

## L'offre : fonction croissante du prix

- Opportunités de profit

## Le prix d'équilibre

- Offre et demande s'égalisent

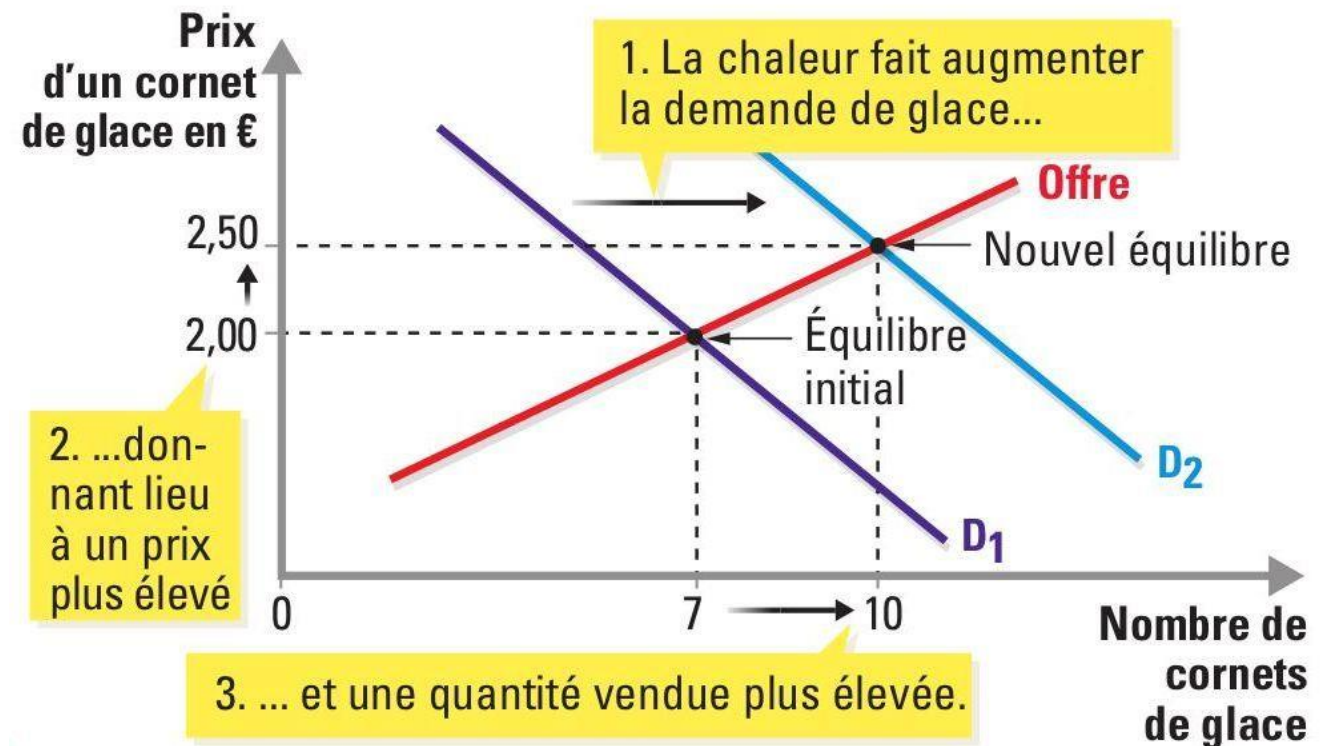
## Le déplacement des courbes

- Vers un nouvel équilibre

## L'élasticité

- Sensibilité de la demande et de l'offre aux variations de prix

## Effet de l'augmentation de la demande sur l'équilibre du marché



**... Ceci dans un marché de concurrence « pure et parfaite »... mais est-ce toujours le cas?**

# L'élasticité en économie

*En économie, l'élasticité désigne la variation relative d'une grandeur (effet) par rapport à la variation relative d'une autre grandeur (cause).*

Dictionnaire d'économie et de sciences sociales

- **Elasticité-prix de la demande** = élasticité de la demande par rapport au prix = sensibilité de la demande d'un bien à la variation du prix de ce bien → plus la variation du prix a un effet sur la demande, plus l'élasticité-prix est forte
- **Calcul de l'élasticité-prix** = taux de variation de la demande divisé par taux de variation du prix →  
exemple : si la demande d'un bien augmente de 15% lorsque son prix baisse de 10%, l'élasticité de la demande de ce bien par rapport au prix sera de -1,5

$$e = \frac{+15\%}{-10\%} = -1,5$$

Exemple du crêpier : le prix de la crêpe passe de 1,10 € à 1,25 €. Avant la hausse de prix, il vendait 135 crêpes par jour. Après, il en vend 110 par jour.

- Variation du prix de 1,10 € à 1,25 €  $((1,25-1,10)/1,10 \times 100)$ : +13,6 %.
  - Variation des ventes de 135 crêpes à 110 par jour  $((110-135)/135 \times 100)$ : -18,5 %
  - Variation de la demande (-18,5%) divisée par variation du prix (13,6%) = -1,36.
- Ce résultat signifie que lorsque le prix augmente de 1%, la demande baisse de 1,36% : demande nettement élastique par rapport au prix
- pour le crêpier, cela signifie que la perte de chiffre d'affaires n'est pas compensée par l'augmentation des prix :

CA après hausse du prix  $110 \times 1,25 \text{ €} = 137,5 \text{ €} < \text{CA/jour avant hausse du prix}$   
 CA avant hausse du prix  $135 \times 1,10 \text{ €} = 148,5 \text{ €}$



# L'élasticité en économie

- Le plus souvent, l'élasticité-prix est négative ( $-x\%$ ) puisque la demande est une fonction décroissante du prix
- Si l'élasticité-prix de la demande est :
  - Comprise entre  $-1$  et  $< 0$  : réaction de la demande **moins proportionnelle** à la variation du prix (demande dite « inélastique » lorsque égale ou proche de zéro) → cas de certains biens/services de consommation courante, indispensables ou peu (pas) substituables. *Exemple : un médicament vital*
  - Égale à  $-1$  : réaction de la demande **proportionnelle** à la variation du prix
  - Inférieure à  $-1$  : la demande **sur-réagit** par rapport au prix. *Exemple du crêpier ci-avant*
  - Supérieure à  $0$  : la demande augmente lorsque le prix augmente. *Exemple : les produits de luxe (effet de « consommation ostentatoire »)*
- De la même manière qu'on calcule l'élasticité-prix de la demande, on peut calculer **l'élasticité-prix de l'offre : taux de variation de l'offre divisé par taux de variation du prix**. Si l'élasticité-prix de l'offre est :
  - Nulle ou proche de zéro : l'offre est inélastique par rapport au prix → le prix n'a pas d'effet sur la quantité offerte. *Exemple : une oeuvre d'art (existe en 1 seul exemplaire quelque soit le prix)*
  - Comprise entre  $0$  et  $1$  : faible élasticité de l'offre (augmentation des quantités offertes non proportionnelle à l'augmentation du prix). *Exemple : biens dont on ne peut pas augmenter rapidement la quantité produite (fruits et légumes sur une saison par ex.)*
  - Supérieure à  $1$  : forte élasticité de l'offre. *Exemple : produit à effet de mode*



# Les obstacles au bon fonctionnement du marché

Exemple : le marché des drones

[https://www.bfmtv.com/economie/entreprises/henri-seydoux-parrot-nos-drones-protigent-la-souverainete-de-nos-donnees\\_AV-202107070112.html](https://www.bfmtv.com/economie/entreprises/henri-seydoux-parrot-nos-drones-protigent-la-souverainete-de-nos-donnees_AV-202107070112.html)



SHANDONG UNID INTELLIGENT  
TECHNOLOGY CO., LTD

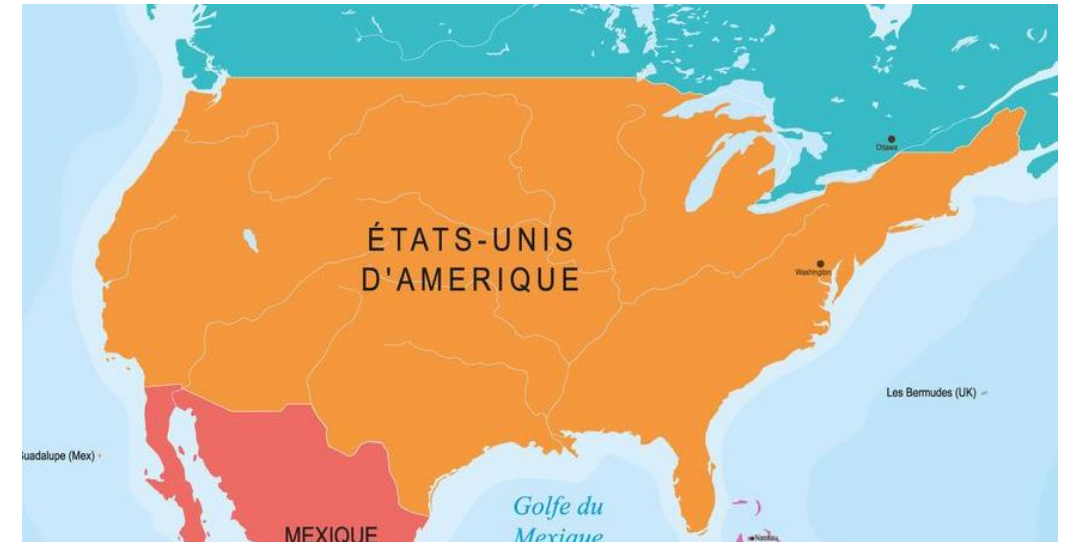
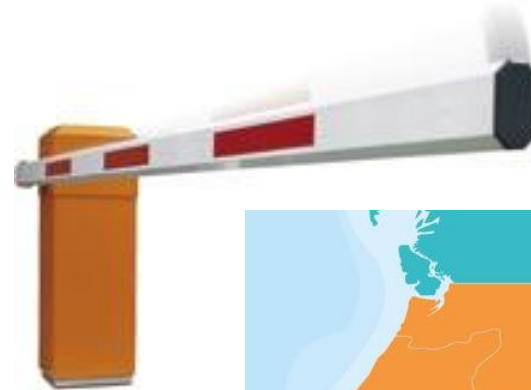
HANGZHOU QIFEI INTELLIGENT  
TECHNOLOGY CO., LTD

XIAMEN TREPHY TECHNOLOGY CO.,  
LTD

SHENZHEN TITANFLYING TECHNOLOGY  
CO., LTD

BEIJING SAGETOWN TECHNOLOGY  
CO., LTD

ETC...



Exemple : l'économie numérique

<https://www.emmanuelcombe.fr/economie-numerique-la-barriere-de-lexperience-lopinion/>

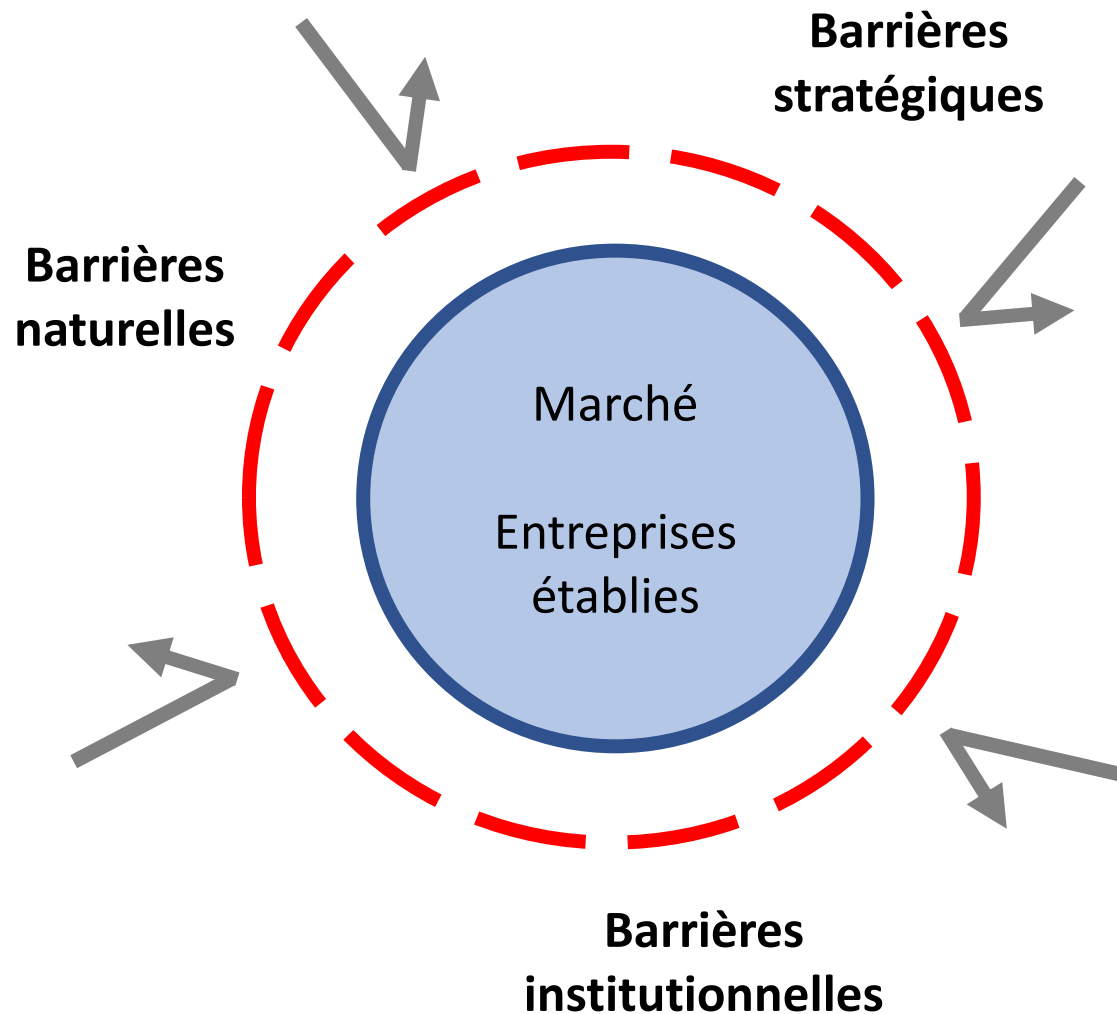
Du point de vue des acteurs, l'industrie est également disparate, avec peu de constructeurs, mais une forte croissance des opérateurs. [...] Côté opérateurs, l'arrivée progressive des réglementations *ad hoc* a permis la multiplication des acteurs. Ainsi, alors qu'à la fin de l'année 2012 quasiment aucun opérateur n'existait, la France est aujourd'hui le pays qui compte le plus d'opérateurs avec 430 entreprises habilitées par la Direction Générale de l'Aviation Civile (DGAC). [...] Du côté des constructeurs, l'industrie devrait assister à de nombreuses fusions et, à terme, à l'émergence de quelques grands spécialistes, en raison, d'une part, de la concurrence des sociétés, jusqu'alors spécialisées dans le drone militaire, qui commercialisent désormais des drones à vocation civile utilisés pour faire de la surveillance ou destinés à un usage industriel (Lockheed, Airbus, Thales, etc.) et, d'autre part, de la maturité du drone de loisir (64 % du marché du drone civil). [...]

Selon l'opérateur RedBird, spécialisé dans la prestation de services aux professionnels, seuls 10 % des opérateurs sont aujourd'hui à même de livrer des solutions complètes intégrant à la fois la captation et le traitement des données pour répondre à une demande spécifique. Environ 90 % des opérateurs de drones professionnels sont en effet spécialisés dans l'audiovisuel (prises de vues aériennes, etc.). Avec un matériel à faible coût et une prestation limitée (voire inexistante) en matière de traitement de l'image, cette activité présente peu de barrières à l'entrée. Les opérateurs sont donc interchangeables et les gros clients peuvent même facilement développer leur propre service de drone dédié à l'image. On devrait par conséquent assister à l'amenuisement du segment des opérateurs dédiés à l'audiovisuel, au profit d'opérateurs dotés d'expertises fortes sur le traitement des données récoltées.

L. Schreiber et E. Ostiari, Analystes ISR,  
*Mirova Responsible Investing*, 20 mai 2014.

- Quelles sont les potentielles barrières à l'entrée sur le marché des drones ?
- Quelle est leur évolution prévisible ?
- Les acteurs présents sur le marché disposent-ils tous du même niveau d'information ?

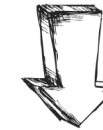
# Les barrières à l'entrée sur un marché



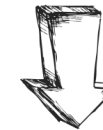
Les barrières à l'entrée sont des OBSTACLES qui rendent difficiles L'ENTRÉE D'UN NOUVEAU CONCURRENT sur un marché



Elles représentent une PROTECTION des entreprises déjà établies sur le marché



Elles confèrent un POUVOIR DE MARCHÉ aux entreprises déjà établies (fixation de conditions de vente, dont le prix)



Concurrence (marché) IMPARFAITE

## Les barrières à l'entrée sur un marché sont de type :

naturel	stratégique	institutionnel
résultant de <b>conditions particulières de production</b> d'un secteur d'activité donné (coûts fixes élevés ou possession d'une ressource clé)	résultant de <b>comportements</b> des entreprises établies sur le marché à l'égard de leurs concurrents	résultant de <b>l'action publique</b> (réglementation) et/ou de l'action d'organismes privés
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Niveau d'expertise des entreprises déjà sur le marché</li> <li>- Coûts de production plus bas (coûts déjà amortis, effet d'expérience)</li> <li>- Economies d'échelle (baisse des coûts liée à la quantité produite)</li> <li>- Niveau de financement des outils de production nécessaires</li> <li>- ...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Différenciation des produits/services</li> <li>- Positionnement vis-à-vis des acteurs du marché (ex : fournisseurs)</li> <li>- Lobbying</li> <li>- ...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Professions / secteurs d'activité réglementés (par ex : médecine, notariat, ...)</li> <li>- Systèmes de normes, de brevets</li> <li>- Réglementations fiscales, sociales, ...</li> <li>- ...</li> </ul>

### ▪ Vers plus de barrières

- Fusions des constructeurs → mise en œuvre d'une stratégie visant à
  - baisser les coûts de production, augmenter le pouvoir (poids) sur le marché → barrière naturelle
  - se spécialiser et mieux différencier les produits/services → barrière stratégique
- Maîtrise de solutions complètes (expertise) → barrière naturelle

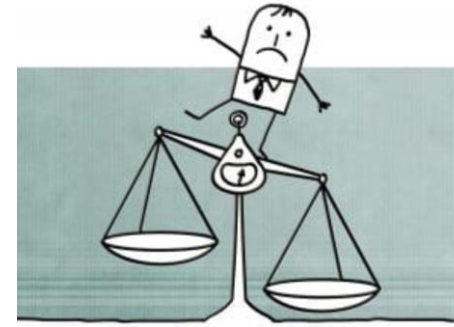
### ▪ Vers moins de barrières

- Multiplication des acteurs suite à une évolution de la réglementation → barrière réglementaire levée
- Technicité et coûts de production faibles → barrières naturelles faibles

Exemple :  
le marché  
des  
drones

# L'asymétrie d'information

L'asymétrie d'information sur un marché correspond à un déséquilibre dans l'accès des acteurs à l'information sur ce marché : les uns sont mieux informés que les autres (inégalité d'informations)



Concurrence  
(marché)  
IMPARFAITE

- Avantages(s) de la partie la mieux informée
- Obligation d'information pour rétablir des relations équilibrées entre les parties : décider « en connaissance de cause »
- Protection de la partie la plus « faible » (moins informée) par le droit (ex : clauses interdites dans un contrat d'adhésion)

Exemple :  
le marché  
des  
drones

- **Marché des drones destinés au grand public**
  - Niveau d'information des vendeurs > niveau d'information des acheteurs → déséquilibre → information & conseil (par le vendeur à l'acheteur) pour permettre un achat « éclairé » et adapté
- **Marché des drones professionnels**
  - Niveau d'information équilibré et/ou capacité à s'informer

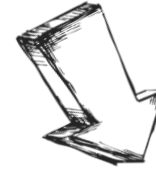


# Deux types d'asymétrie d'information



## La sélection adverse (ou anti-sélection)

- Avant l'acte d'achat (la souscription du contrat) : ex-ante
- Information faussée ou cachée par une partie en vue d'aboutir plus facilement à la transaction
- Défaut d'information sur les caractéristiques du bien/service
- Prise d'une décision contraire à celle envisagée initialement



## L'aléa moral

- Après l'acte d'achat (la souscription du contrat) : ex-post
- Recherche d'un bénéfice supérieur par l'une des parties : aléa lié au comportement d'une des parties

L'exemple des voitures d'occasion permet de saisir le problème dans son principe. [...] Supposons [...] qu'il n'y ait que quatre types de voiture : les voitures neuves et les voitures d'occasion, les voitures de bonne qualité et les voitures de mauvaise qualité (qu'aux États-Unis nous désignons par *lemons*). Une voiture neuve peut être une bonne voiture ou un *lemon* et, bien entendu, il en va de même pour les voitures d'occasion. [...] Sur ce marché, les acheteurs acquièrent une automobile neuve sans savoir avec certitude que l'engin est une bonne voiture ou un *lemon*. [...]

Cependant, après avoir été en possession d'une voiture donnée pendant un certain temps, son propriétaire peut se faire une bonne idée de sa qualité. [...] Cette nouvelle estimation est plus juste que l'estimation initiale. Apparaît donc une asymétrie par rapport à l'information disponible sur le marché de l'automobile, car les vendeurs possèdent désormais davantage de renseignements sur la qualité des voitures que les acheteurs. Cependant, puisque, au moment de la transaction, l'acheteur est incapable de distinguer entre une bonne et une mauvaise voiture, les voitures, bonnes ou mauvaises, se vendent au même prix. [...] [La] plupart des voitures échangées seront des *lemons* tandis que les bonnes voitures risquent de ne plus être mises sur le marché. Les « mauvaises » voitures ont tendance à chasser les bonnes.

**George Akerlof, « *The market for « lemons » : Quality, Uncertainty and the Market Mechanism* », 1970, traduction parue dans *Idées*, n°130, décembre 2002.**

- le vendeur d'une voiture d'occasion connaît mieux les caractéristiques de sa voiture que les acheteurs potentiels.
- Les acheteurs se basent sur le prix moyen du marché (argus). Dans la mesure où ces derniers savent que le marché comporte des voitures de mauvaise qualité, ils cherchent à les payer au prix correspondant à la qualité moyenne, ce qui conduit
  - certains vendeurs à augmenter le prix de vente de la voiture, au-delà de sa valeur réelle : pour se situer à la valeur moyenne
  - les propriétaires de voitures de bonne qualité à les retirer du marché (la voiture ne pouvant être vendue à son « juste prix ») : fausse concurrence avec des véhicules de moins bonne qualité.

En conséquence : la qualité moyenne des véhicules vendus diminue → ce processus peut finir par entraîner la disparition complète du marché des voitures d'occasion.

En situation d'asymétrie d'information sur la qualité des produits, le prix ne joue plus correctement son rôle de signal (cf. loi de l'offre et de la demande) : la baisse du prix peut être perçue comme un signal de la baisse de la valeur du produit. Donc au-dessous d'un certain seuil, la baisse du prix provoque une baisse de l'offre, mais aussi une baisse de la demande. Il est donc possible que les courbes ne se croisent pas et que l'équilibre devienne impossible. Lorsque la qualité des produits échangés sur le marché se dégrade fortement (cf. les voitures vendues sont dangereuses...), le marché peut même finir par disparaître.

# Les conditions d'une concurrence pure et parfaite

## Atomicité

Agents économiques de petite taille, en grand nombre → aucun acteur ne peut influencer à lui seul le prix d'équilibre (les agents sont « preneurs de prix / price taker » **vs** « price maker »)

## Homogénéité

Produits échangés strictement identiques, substituables dans l'esprit de l'acheteur, différents uniquement par les prix → choix guidé par le prix

## Libre entrée (libre sortie)

Tout agent peut sortir ou entrer dans le marché à tout moment (**vs barrières à l'entrée**)

## Mobilité

Mobilité des facteurs de production (travail, capital) à tout : libres de se déplacer, alloués où ils sont le mieux rémunérés (mus par la rémunération)

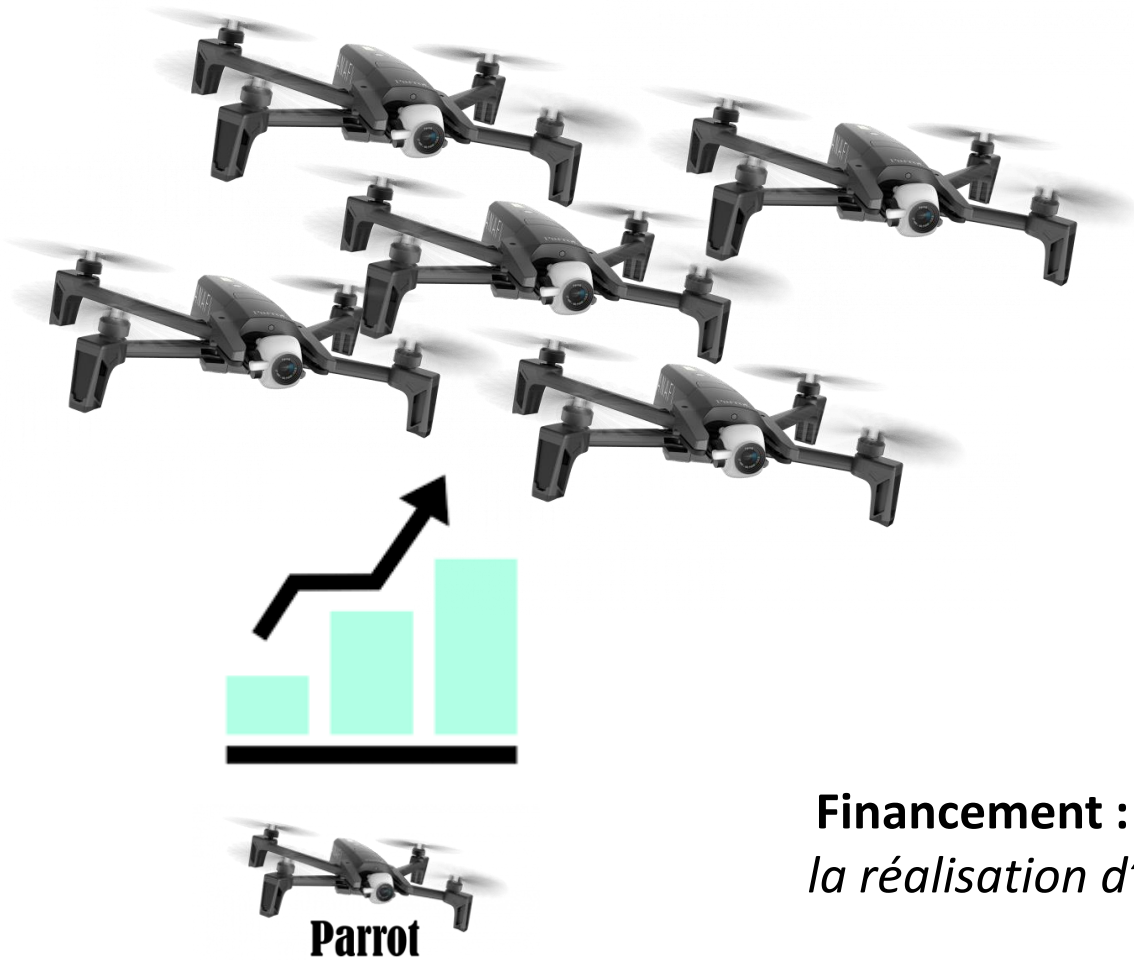
## Transparence

Information parfaite et gratuite pour tous les acteurs (**vs asymétrie d'information**)

Concurrence  
pure et  
parfaite

*Modèle de base de la  
théorie néo-classique.  
Conclusions optimistes  
sur le fonctionnement du  
marché*

# Le marché financier et le rôle des banques

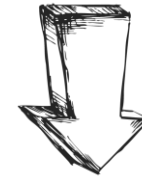


R&D

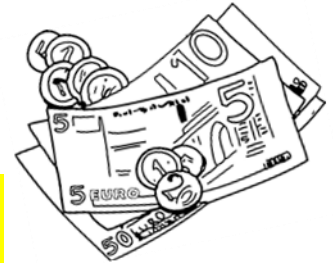
Développement de nouveaux produits

Conquête de nouveaux marchés

Acquisition ou renouvellement de l'outil de production (machines, logiciels, ...) etc ...



Besoin de financement des activités de l'entreprise

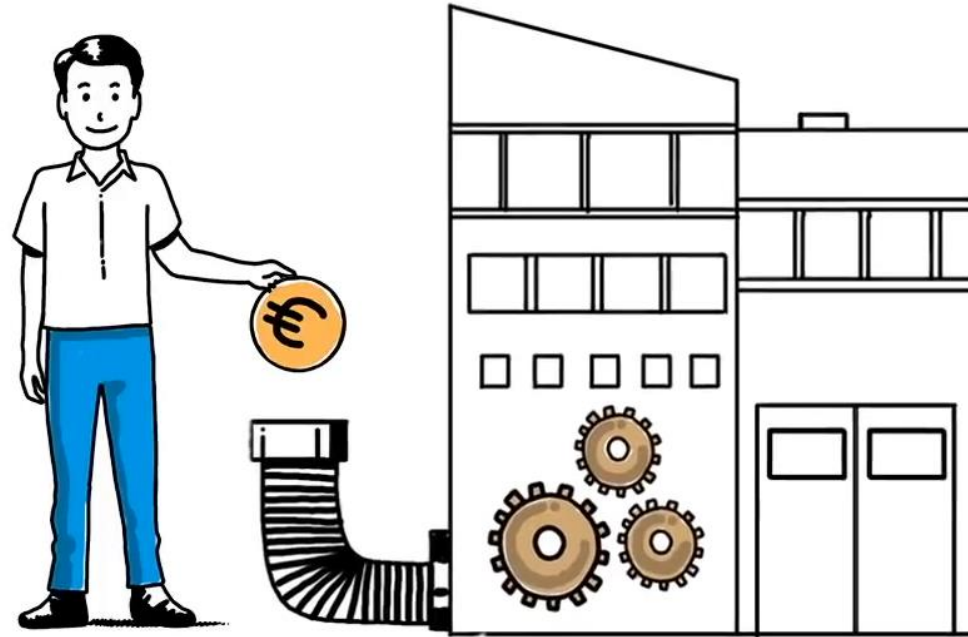


**Financement :** « *action de fournir l'argent nécessaire à la réalisation d'une opération économique* »

Dictionnaire d'économie et de sciences sociales



# Comment les entreprises peuvent-elles financer leurs projets ?



<https://www.youtube.com/watch?v=g8UVk7EvgqM>

# Le financement des investissements

## Investissement

- Dépense immédiate dont l'objectif est d'obtenir un effet positif quantifiable à long terme
- Achat de biens matériels et immatériels durables, utilisés pendant plus d'un an
- Indicateur Return Of Invest (retour sur investissement) :  

$$ROI = [(gain\ de\ l'investissement - coût\ de\ l'investissement) / coût\ de\ l'investissement] \times 100$$

- Augmente le stock de capital (de l'agent économique)
- Produit des effets positifs : productivité, croissance
- Long terme



**Investissements corporels :**  
biens meubles et immeubles :  
terrains, bâtiments, usines,  
machines, matériels...



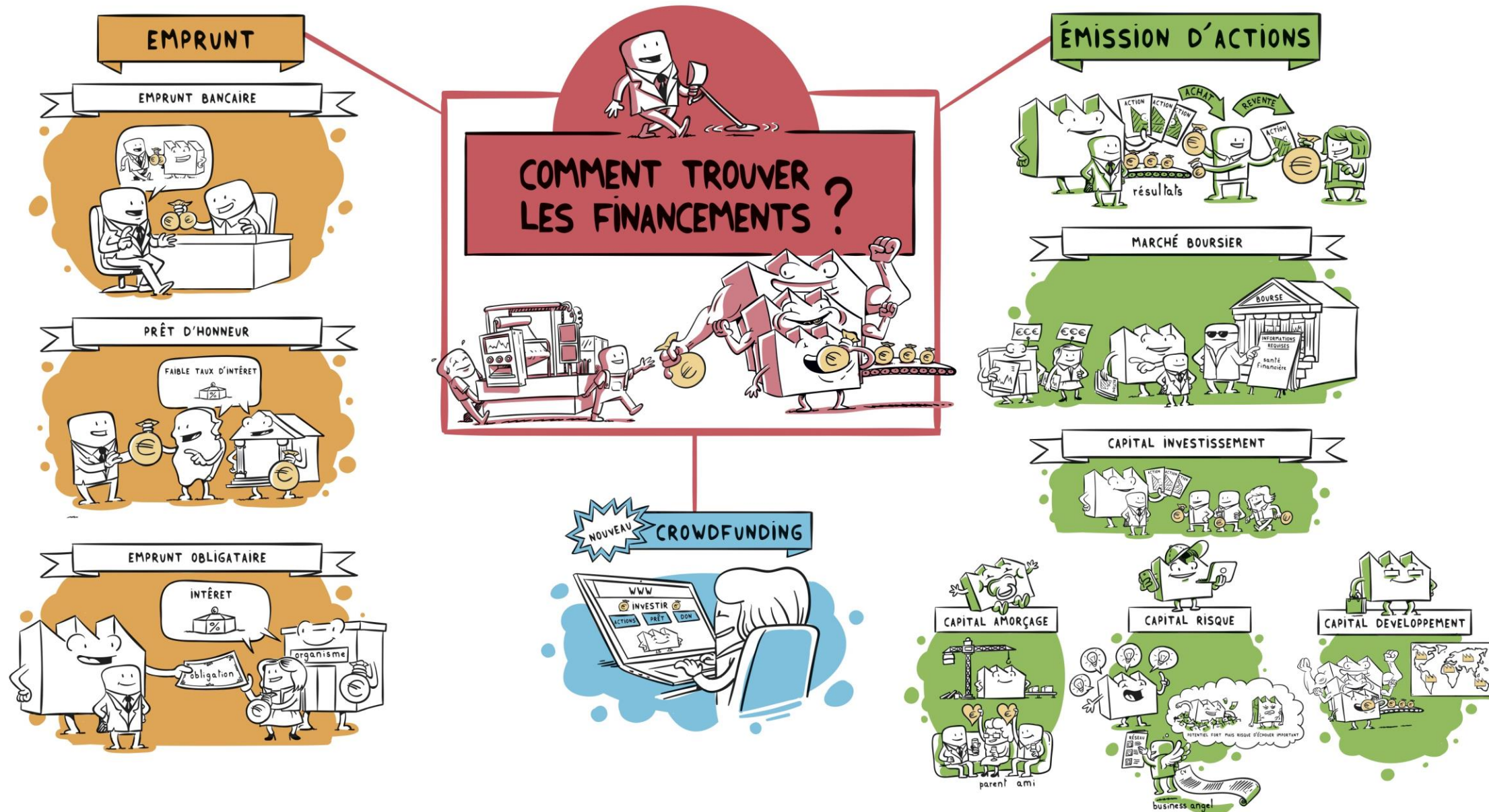
modèle déposé  
EUIPO 007882667-0001  
marque dépose  
INPI 4651443

**Investissements incorporels :**  
brevets, licences, R&D, ...

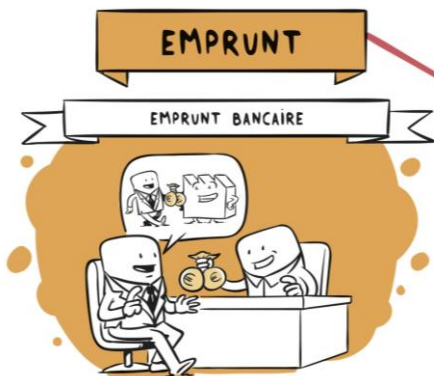


**Investissements financiers :**  
achats d'actions,  
d'obligations, ...





# Le financement des investissements



## Financement assuré par les banques

- la banque « transforme » l'épargne collectée en prêts accordés aux entreprises
- elle joue un rôle d'intermédiaire → **financement intermédié**

## Financement assuré par le marché financier → **financement direct**

- Marché financier : lieu (physique ou virtuel) où les acteurs du marché (acheteurs, vendeurs) se rencontrent pour négocier des produits financiers
- L'entreprise émet des titres (actions, obligations) sur le marché
- Les titres sont achetés (ou échangés) directement sur le marché



Marché primaire (« du neuf »)

Marché secondaire (« de l'occasion »)

Entreprise

Création de  
nouveaux titres

Capitaux placés

Acheteur n°1

Revente de  
titres

Liquidités

Acheteur n°2

*Parrot vient de boucler avec succès une augmentation de capital lancée le 19 novembre dernier [2015] qui lui a permis de lever **300 millions d'euros** de fonds. Les souscripteurs se sont manifestés au-delà de ses attentes. La société française connue pour ses produits technologiques sans fil et notamment ses drones civils a reçu 426 millions de demandes qu'il n'a pas pu satisfaire en totalité. **17 575 278 actions nouvelles créées** ont été achetées par les investisseurs au prix de 17 euros chacune, soit un montant global de 298,78 millions d'euros*



*Cette levée de fonds a permis à de **nouveaux investisseurs** de faire leur entrée au capital de l'entreprise : BPIFrance à hauteur de 5% du capital et le fonds sino-américain IDG Capital Partners à 1,4%. HG Vora Capital voit sa participation passer à 10,67 % et Horizon, société contrôlée par Henri Seydoux, reste majoritaire avec 35,16 % de l'entreprise. Avec sa levée de fonds, l'entreprise espère accélérer son développement et asseoir sa position sur le marché des drones grand public et professionnels.*

<https://www.lemondeinformatique.fr/actualites/lire-parrot-reussit-sa-leeve-de-fonds-de-300-meteuro-63280.html>

### Un besoin de financement pour quoi faire ?

*Les fonds levés seront consacrés pour 15 à 20% au financement de l'effort en matière d'innovation et de technologie, pour 30% à l'extension des capacités de marketing et forces de vente, pour 10 à 15% à la création d'un écosystème de drones professionnels et pour 5% au renforcement des fonctions de support (ressources humaines, finance...).*

<https://www.usine-digitale.fr/article/parrot-leve-300-millions-d-euros-grace-a-une-augmentation-de-capital-reussie.N364163>



## DOCUMENT 5 Le développement de Netflix

Netflix conforte sa position de leader. Le service de streaming vidéo a bouclé une année 2017 record avec 117,6 millions d'utilisateurs dans le monde. [...] C'est la meilleure année en termes de recrutement pour le groupe dirigé par Reed Hastings. L'entreprise a attiré 8,3 millions d'abonnés supplémentaires au dernier trimestre, dont près de 2 millions aux États-Unis et 6,36 millions à l'international. [...] Pour continuer de capter ses clients, l'entreprise américaine ne lésine pas sur les moyens. Elle prévoit de dépenser 7,5 à 8 milliards

de dollars en contenus – contre 7 milliards en 2017. [...] Si la production de créations originales se révèle très coûteuse, celle-ci est indispensable pour se différencier de la concurrence – Amazon, Hulu, Apple et HBO. [...] Alors que son chiffre d'affaires est en hausse (3 milliards de dollars au dernier trimestre), et qu'il engrange toujours plus d'abonnés (près de 110 millions), Netflix a annoncé son intention de lever 1,6 milliard de dollars sur le marché obligataire. Et ce, dans le cadre d'une opération réservée à des investisseurs institutionnels.

www.latribune.fr, 24 janvier 2018.



Cas NETFLIX  
(Delagrave,  
page 53)

→ Montrer que pour financer ses investissements, Netflix a recours au marché financier.

- Mot important dans la question : marché financier → à définir
- Le marché financier est le lieu de rencontre entre une offre de capitaux (offre des agents économiques ayant des capacités de financement, par exemple un ménage qui dispose d'une épargne) et la demande de capitaux (par exemple les entreprises qui ont besoin de financement). Une entreprise peut trouver des financements sur le marché financier en émettant des actions et/ou des obligations. Netflix a l'intention de trouver un financement d'un montant de 1,6 milliard \$ sur le marché des obligations (Netflix a l'intention d'émettre des obligations pour un montant de 1,6 milliard \$). Netflix a besoin de ce financement pour des projets d'investissement visant à développer l'entreprise à long terme.

## → Auprès de quel type d'institution Netflix peut-il chercher à obtenir des financements ?

- La question porte sur la(les) source(s) de financement possible(s) pour Netflix
- Selon le document 5, Netflix souhaite émettre des titres, en l'occurrence des obligations, sur le marché financier, à destination d'investisseurs institutionnels, par exemple des compagnies d'assurance, des caisses de retraite, des fonds de pension.
- Netflix pourrait aussi émettre des actions (parts de son capital social) sur le marché financier, souscrire un emprunt auprès d'une banque ou financer ses besoins par auto-financement.



Cas NETFLIX  
(Delagrave,  
page 53)

### Les investisseurs institutionnels ou « zinzins »

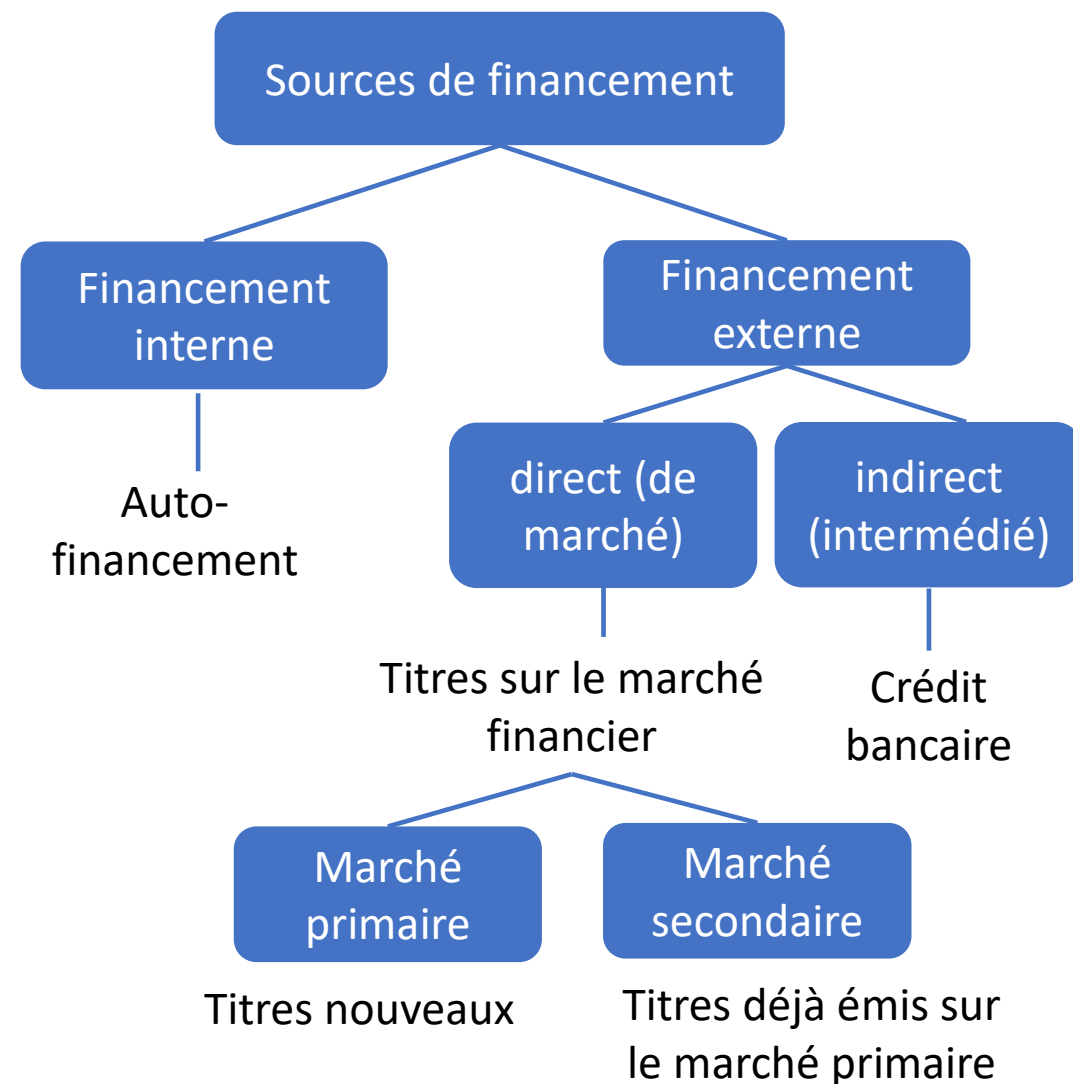
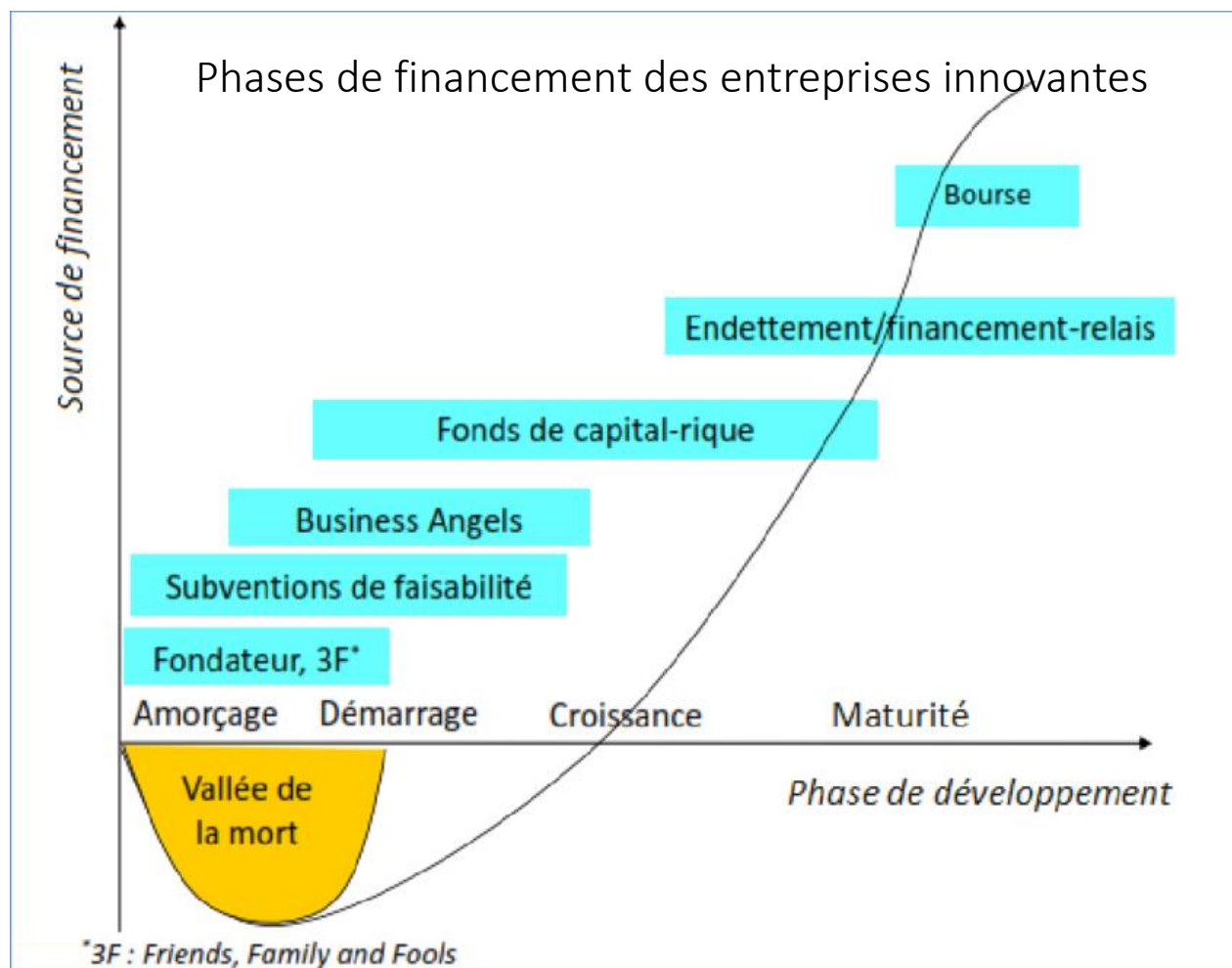
Ce sont des **intermédiaires financiers non bancaires** : OPCVM (organismes de placement collectif en valeurs mobilières, regroupant les sociétés d'investissement à capital variable (SICAV) et les fonds communs de placements (FCP), sociétés d'assurance, fonds de pension, caisses de retraite, mutuelles, fondations, instituts de prévoyance, ... (une grande diversité d'établissements).

Ils collectent l'épargne → **organismes collecteurs d'épargne**, et **placent leurs fonds sur les marchés, pour leur compte propre ou celui de leurs clients** (particuliers, fonds de pension, assurés, ...).

Ils sont tenus institutionnellement de **placer à long terme** une part importante de leurs ressources (pour assurer leur solvabilité). De par le volume de fonds collectés et gérés, ils jouent un rôle important sur le marché des capitaux.

Pour en savoir plus : <https://www.af2i.org/investisseurs-institutionnels>

# Le besoin de financement d'une entreprise évolue dans le temps. Différentes sources de financement coexistent et sont mobilisables






# Les externalités pour l'entreprise



*Un agent économique crée un **effet externe** – une **externalité** – lorsqu'il procure à autrui par son activité, **sans compensation financière***

- *Une utilité, un avantage gratuit : **externalité positive***
- *Une désutilité, un dommage : **externalité négative**.*

Dictionnaire d'économie et de sciences sociales

- 
- Externalités = effets indirects, non pris en compte par le marché (\*)
  - Approche plus complète que celle des seuls coûts directs pour évaluer une activité



(\*) L'effet est externe par rapport au marché et à son système de prix



Ce qui peut conduire à un dysfonctionnement du marché (pas d'allocation optimale des ressources)

# Exemple : externalités négatives



Pollution  
Congestion  
Usure accélérée  
de la voirie  
...

Effets négatifs dont les coûts ne  
sont pas pris en compte dans le prix  
du transport

Prix du transport  
< réalité des coûts

Coûts externes  
supportés par les tiers

Pas d'ajustement  
de la demande

Pas de compensation  
financière



Internalisation des coûts externes : par exemple  
par la taxation (taxe = coût : effet ↗ prix)

*Intervention de l'Etat*  
*Principe du pollueur – payeur*

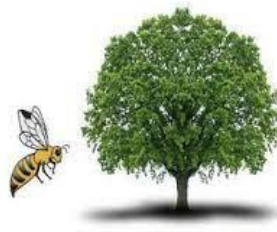
# Exemple : externalités positives

## L'effet de réseau



- Plus le nombre d'utilisateurs du réseau est élevée, plus l'intérêt du réseau augmente pour les utilisateurs actuels et futurs, plus sa valeur augmente

**L'apiculteur et  
l'arboriculteur (James  
MEAD, 1952) : des  
externalités positives  
réciproques**



- L'arboriculteur et l'apiculteur sont voisins
- Grâce à la pollinisation naturelle de ses arbres (abeilles), l'arboriculteur obtient de meilleurs rendements
- Grâce à la présence des arbres fruitiers, l'apiculteur obtient un miel de meilleure qualité, qu'il pourra vendre à un meilleur prix
- Chacun tire un bénéfice de la situation, sans qu'il y ait compensation financière entre les deux

# A vous de jouer ...

Quizz	Réponse		Commentaires
Dans la catégorie des agents économiques, une entreprise est une société financière	Vrai	Faux	
Parmi les agents économiques, ma fonction principale est de consommer et d'épargner : je suis une banque	Vrai	Faux	
Les flux réels portent uniquement sur les biens (marchandises)	Vrai	Faux	
En économie marchande, à un flux réel correspond toujours un flux monétaire	Vrai	Faux	
Seules les agences d'intérim interviennent sur le marché du travail	Vrai	Faux	
Lorsque le prix d'un bien/service varie, cela impacte forcément la demande qu'ont les acheteurs de ce bien/service sur son marché	Vrai	Faux	
L'offre d'un produit sur un marché est une fonction croissante du prix de ce produit	Vrai	Faux	
Deux grandes entreprises présentes sur un marché se regroupent pour atteindre une taille plus importante et ainsi rendre plus difficile l'accès au marché à leurs concurrents : elles cherchent à ériger une barrière à l'entrée sur le marché dite institutionnelle	Vrai	Faux	
Sur le marché financier, acheter des obligations permet de financer les entreprises	Vrai	Faux	
Lorsque j'achète une action sur le marché financier, je détiens une part du capital de l'entreprise qui a émis cette action	Vrai	Faux	
Les externalités négatives augmentent le prix d'un bien/service	Vrai	Faux	

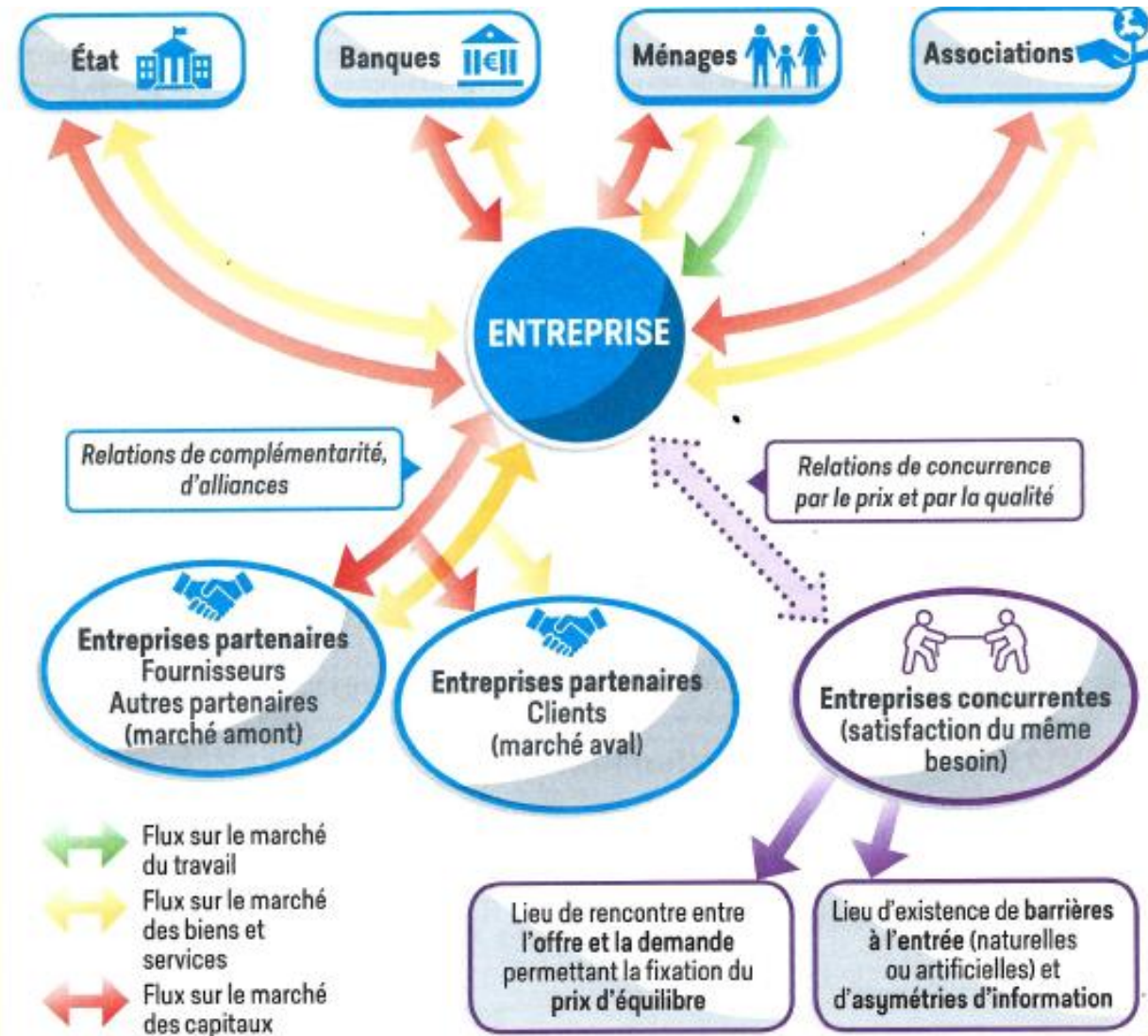
# A vous de jouer ...

Quizz	Réponse		Commentaires
Dans la catégorie des agents économiques, une entreprise est une société financière	Vrai	<b>Faux</b>	Société NON financière
Parmi les agents économiques, ma fonction principale est de consommer et d'épargner : je suis une banque	Vrai	<b>Faux</b>	Epargner = rôle économique principal d'un MENAGE
Les flux réels portent uniquement sur les biens (marchandises)	Vrai	<b>Faux</b>	Biens ET services
En économie marchande, à un flux réel correspond toujours un flux monétaire	<b>Vrai</b>	Faux	Vrai en économie MARCHANDE
Seules les agences d'intérim interviennent sur le marché du travail	Vrai	<b>Faux</b>	TOUTES les entreprises (ou presque)
Lorsque le prix d'un bien/service varie, cela impacte forcément la demande qu'ont les acheteurs de ce bien/service sur son marché	Vrai	<b>Faux</b>	Elasticité-prix VARIABLE, inélasticité
L'offre d'un produit sur un marché est une fonction croissante du prix de ce produit	<b>Vrai</b>	Faux	Offre stimulée par les opportunités de profit lorsque le prix augmente
Deux grandes entreprises présentes sur un marché se regroupent pour atteindre une taille plus importante et rendre plus difficile l'accès au marché à leurs concurrents : elles cherchent à ériger une barrière à l'entrée sur le marché dite institutionnelle	Vrai	<b>Faux</b>	Barrière STRATEGIQUE
Sur le marché financier, acheter des obligations permet de financer les entreprises	<b>Vrai</b>	Faux	Financement sur le marché financier
Lorsque j'achète une action, je détiens une part du capital de l'entreprise	<b>Vrai</b>	Faux	Actionnaire : propriétaire d'une part du capital social
Les externalités négatives augmentent le prix d'un bien/service	Vrai	<b>Faux</b>	Externalités HORS coût



# En synthèse : les relations entre l'entreprise et son environnement économique

Manuel Delagrave (page 54)



## Lexique

- **Agent économique** : unité institutionnelle qui se caractérise par sa contribution à l'activité économique. Ex. : les ménages qui consomment, les entreprises qui produisent...
- **Asymétrie d'information** : situation de marché déséquilibrée du fait que l'offreur et le demandeur ne disposent pas des mêmes informations sur le bien ou le service échangé.
- **Barrière à l'entrée** : obstacle (technique, juridique...) rencontré par une entreprise pour accéder à un marché.
- **Concurrence** : relation de compétition entre des entreprises qui offrent des biens ou services permettant de satisfaire le même besoin.
- **Coopération** : relation établie par une entreprise avec d'autres entreprises dans une logique de partenariat, de complémentarité.
- **Échanges** : relations sur un marché qui se traduisent par des flux physiques et monétaires entre des agents économiques.
- **Externalités** : effets indirects non recherchés qui résultent de l'activité d'une entreprise et qui ne sont pas pris en compte par le marché (non comptabilisés). Certaines externalités sont positives, d'autres négatives.



# Synthèse du thème 1 : l'intégration de l'entreprise dans son environnement



**L'entreprise est insérée dans un environnement complexe :**

De la création au développement (entrepreneuriat, management)

Des finalités : « sa raison d'être »

- Économique
- Sociale
- Sociétale

Des interactions avec un large cercle de parties prenantes

- Primaires : essentiels à son existence ; lien formel
- Secondaires : non essentiels mais potentiellement impactant

Une mesure de la performance grâce à des indicateurs en lien avec les finalités / objectifs

Des relations avec des partenaires (parties prenantes) sécurisées par des contrats

Une phase précontractuelle (pourparlers) pouvant conduire à un accord (contrat) selon des principes de liberté, bonne foi et loyauté

Des contrats établis dans le respect des conditions de validité

- Consentement libre et éclairé
- Capacité juridique
- Contenu licite et certain

Des effets juridiques sur les l'entreprise et ses partenaires (droits et obligations)

Des échanges avec les agents économiques (intégration dans le circuit économique)

Des relations de coopération et/ou de concurrence avec d'autres entreprises

Un positionnement sur des marchés où se rencontrent l'offre et la demande, plus ou moins accessibles (barrières à l'entrée) et informés (asymétries d'information)

Besoin de financement adressé notamment aux banques, marchés financiers

Des externalités positives, négatives

# Pour aller plus loin sur ...

- Parrot : exemple de présentation aux investisseurs

<https://www.parrot.com/assets/s3fs-public/2019-01/presentationt22016.pdf>

- Le marché et la concurrence

La concurrence (pure et parfaite)

<https://www.alternatives-economiques.fr/concurrence-pure-parfaite/00080761>

→ Avantages, inconvénients et réalités de la concurrence pure et parfaite à l'appui de théories économiques

Internet réinvente le commerce

<https://www.alternatives-economiques.fr/internet-reinvente-commerce/00033146>

→ Comment Internet bouleverse les relations entre acteurs du commerce  
→ L'article a été rédigé en 2006. Posez-vous la question : comment a évolué la situation 15 années plus tard (2021) ?

Uber

*« Une révolution technologique [...] a soulevé beaucoup de débats autour de la concurrence « saine et loyale » avec les taxis »*

→ Comment UBER est entré sur un marché protégé par une barrière institutionnelle (profession des taxis réglementée)



# ENTREPRISES

## En une décennie, Uber a bouleversé les mobilités en France

- Le géant californien s'est installé à Paris en décembre 2011, pour sa première sortie hors des États-Unis.
- Une révolution technologique qui a créé une nouvelle activité urbaine, et soulevé beaucoup de débats autour de la concurrence « saine et loyale » avec les taxis.

### TRANSPORT

Denis Fainsilber

[dfainsilber@lesechos.fr](mailto:dfainsilber@lesechos.fr)

Nous sommes à Paris, le 5 décembre 2011, à une conférence Le Web. Deux entrepreneurs américains de la tech, Travis Kalanick et Garrett Camp, lancent dans la capitale, pour la première fois hors des États-Unis, avec 60 voitures à disposition et 32 millions de dollars de financement, leur nouveau service Uber : une application permettant de commander une course sur smartphone, en appuyant juste sur un bouton. Un service inauguré en 2009 à San Francisco, puis dans quatre autres métropoles américaines. La guerre avec les taxis, consensée par des lois strictes, un numerus clausus et le ministère de l'Intérieur, venait officiellement d'être déclarée.

Dix ans après, et malgré les deux derniers exercices minés par la crise sanitaire, les résultats sont là : Uber qui avait transporté 14 000 clients dans Paris et sa petite couronne en 2011-2012, aura véhiculé cette année 5 millions de clients, dont une partie dans les métropoles françaises. Et 30 000 chauffeurs, qui restent des indépendants, travaillent désormais avec la plateforme californienne. Après moult épisodes, et des attaques juridiques menées par les taxis pour concurrence déloyale, les choses sont plus ou moins pacifiées à présent, et de nouvelles règles du jeu édictées. « Nous avons contribué à développer de nouveaux usages autour de la mobilité. Et dix ans après, taxis et VTC se portent bien », explique aux « Echos » Laureline Serreys,

directrice générale d'Uber France.

### Un choc d'offre

« Rétrospectivement, tout cela a été très impressionnant comme changement, avec un choc d'offre sans précédent : je ne suis pas sûr qu'il y ait un autre secteur comparable », estime l'économiste Jean-Charles Simon, président de Stacian et auteur de plusieurs études sur le marché du « T3P », ou transport public particulier de personnes, qui regroupe tous ces acteurs. « Il y a eu à la fois un effet substitution et un effet croissance. Le marché national du taxi a reculé, mais le marché global du T3P a progressé en volume. Et en définitive, l'effondrement des taxis a été moins impressionnant en France que dans des villes comme New York, sous la double concurrence d'Uber et Lyft. »

Selon les études d'Uber, VTC et taxis ne se partagent pas exactement la même clientèle. Les deux tiers des passagers du premier (67 %) ont moins de 34 ans, la moitié sont des femmes, et 40 % utilisent la plateforme pour sortir le soir (restaurants, soirées, etc.), autrement dit un usage privé, moins professionnel que les clients des taxis, qui ont souvent un abonnement. Néanmoins au démarrage de la cinquième vague de Covid, les uns et les autres souffrent de la conjoncture. Au troisième trimestre 2021, Uber est certes remonté à 90 % de son activité de 2019, mais regagner les dix derniers pour cent ne s'avère pas si facile, tant en raison du télétravail que de la désaffection durable des visiteurs étrangers.

Le géant américain se prévaut, étude du cabinet Asterès à l'appui, d'une « contribution à l'économie française » de 865 millions d'euros par an (via les achats de véhicules par les chauffeurs, les assurances, etc.). Mais un sujet d'interrogation récurrent reste ses relations ambivalentes avec les chauffeurs. Voir ce que certains dénoncent comme une opacité délibérée et entretenue, de la part d'un groupe qui ne détaille pas ses résultats en France.

Sur le premier point, Laureline Serreys souligne que 80 % des chauffeurs tiennent à garder un statut d'indépendant, même si la moitié d'entre eux travaillent à 100 % avec Uber, sans compléter leur planning avec une autre plateforme. Mais la question du « lien de subordination » revient périodiquement devant les tribunaux, et il a fallu une loi récente (LOM) pour que la bride sur le cou des chauffeurs s'assouplisse. Avant chaque course, le chauffeur qui devra verser une lourde commission de 25 % à la plateforme, connaît désormais son prix, son temps d'approche et la distance parcourue, et peut ainsi décliner la course en vertu d'un « droit à la déconnexion ».

### Sous-déclaration

Restent les mœurs assez opaques des travailleurs « uberisés ». Depuis 2020, la plateforme doit transmettre à l'administration les informations dont elle dispose sur les revenus des chauffeurs, et de toute

# Méthodologie, outils

---

## Etude de cas

- ✓ Pas de copier – coller : identifier les données clés et reformuler (**autant que possible**)
- ✓ Commencer par **définir** les termes (donner les définitions des mots importants, « de quoi parle-t-on? »)
- ✓ Présenter sous forme de tableau, graphique, mindmapp (si adapté)
- ✓ Argumenter vos réponses : démontrer (connaissances théoriques appliquées au cas pratique)
- ✓ Veiller à la qualité de la copie : orthographe & grammaire, soin (écriture, rayer « proprement », ...)