

# Environnement de l'Entreprise

Niveau: 3<sup>ème</sup> année

Responsables du module: Dhouha Melliti Ben Khedher & Insaf Riahi Tekaya

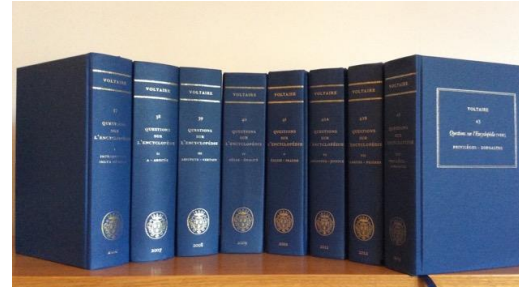
Cours élaboré par: Dhouha Melliti Ben Khedher & Insaf Riahi Tekaya



Les encyclopédies ,dont certaines avaient plus de deux siècles d'existence, ont été écartées par Wikipédia



Pour quelles entreprises WK a été une menace ?



Le succès de FB a été une source d'opportunités pour les entreprises de développement de jeux en ligne : Zynga (FV) et King (CC)



Pour quelles entreprises FB a été une opportunité ?





**L'environnement peut être une source d'opportunités et de menaces**



**Il est donc vital pour les entreprises d'analyser leur environnement , afin d'anticiper et -si possible- d'influencer ses évolutions**

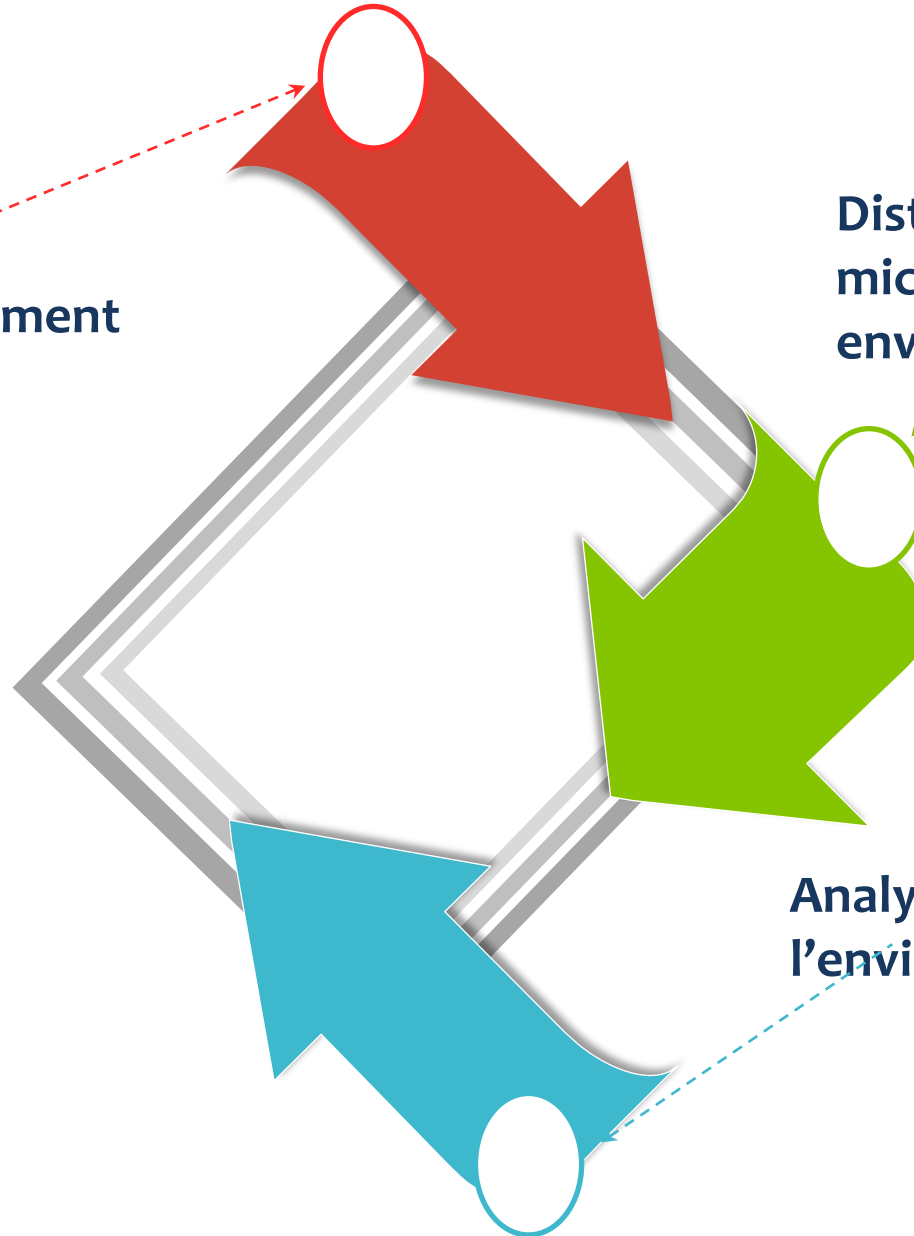


# Objectifs de la séance

Définir l'environnement

Distinguer entre le  
micro et le macro  
environnement

Analyser  
l'environnement



# Plan de la séance

Définition de l'environnement

01



Les strates de l'environnement:  
Macro environnement  
Micro environnement

02



Analyse de l'environnement:  
Macro Environnement  
(PESTEL)

03



Analyse de l'environnement :  
Micro environnement  
(5 forces de Porter)

04



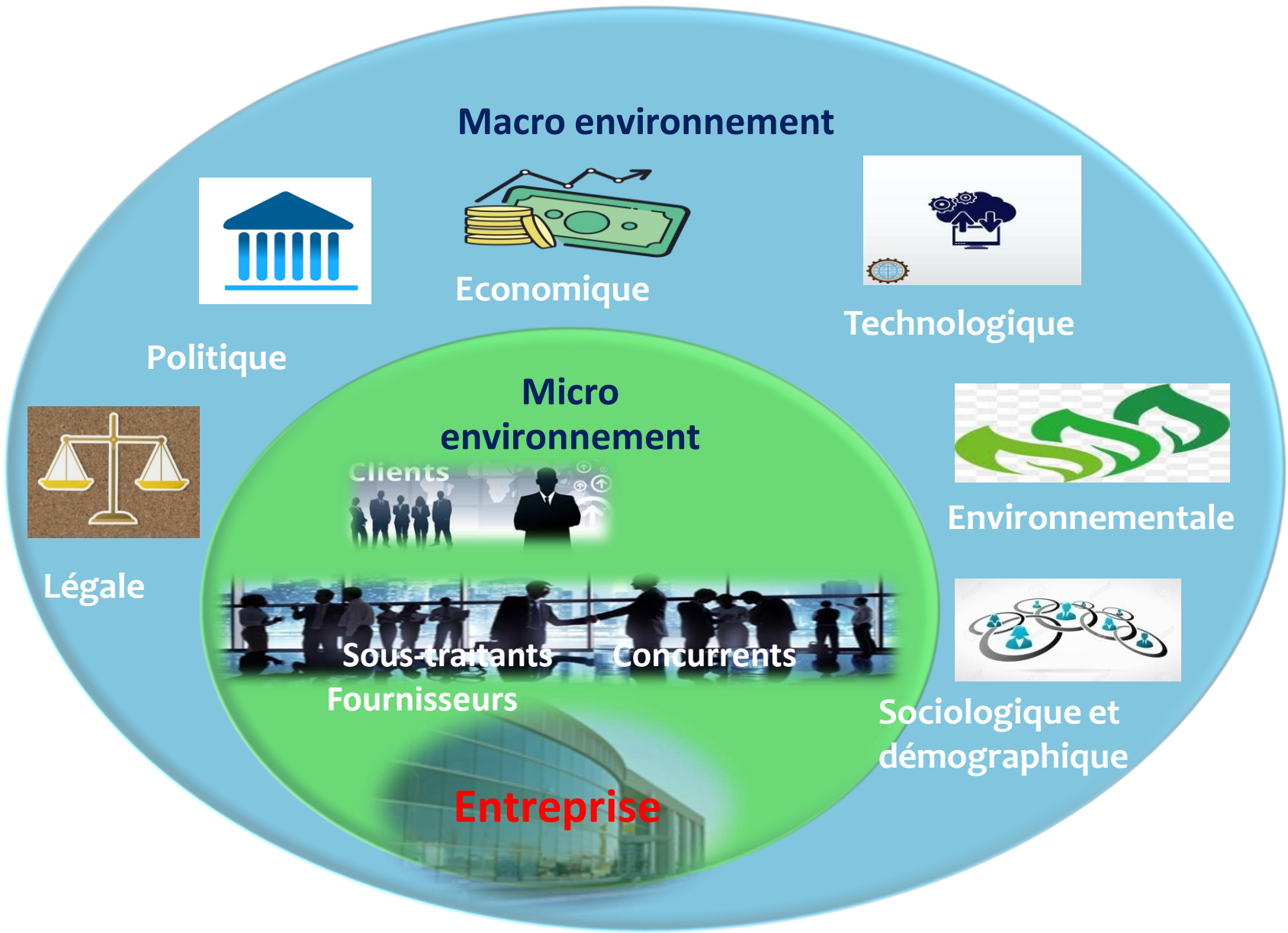


Environnement un **ensemble de facteurs**, de **forces**, de **situations** et **d'événements extérieurs** à l'entreprise qui affectent sa performance (Brulhart,2014)





# Strates de l'environnement





## Micro environnement

**Environnement spécifique** de l'entreprise constitué par ses clients, ses fournisseurs, ses sous-traitants et ses concurrents.



## Macro environnement

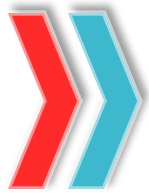
**Environnement général** de l'entreprise. Il intègre les aspects nationaux et internationaux qui encadrent son activité.



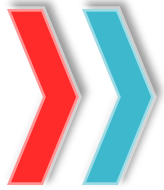
# Analyse de l'environnement

Est **l'analyse du contexte** au sein duquel **évolue** l'entreprise afin de déterminer les principaux **facteurs qui influencent** ou sont susceptibles **d'influencer, positivement ou négativement**, son développement et sa croissance.

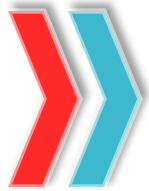




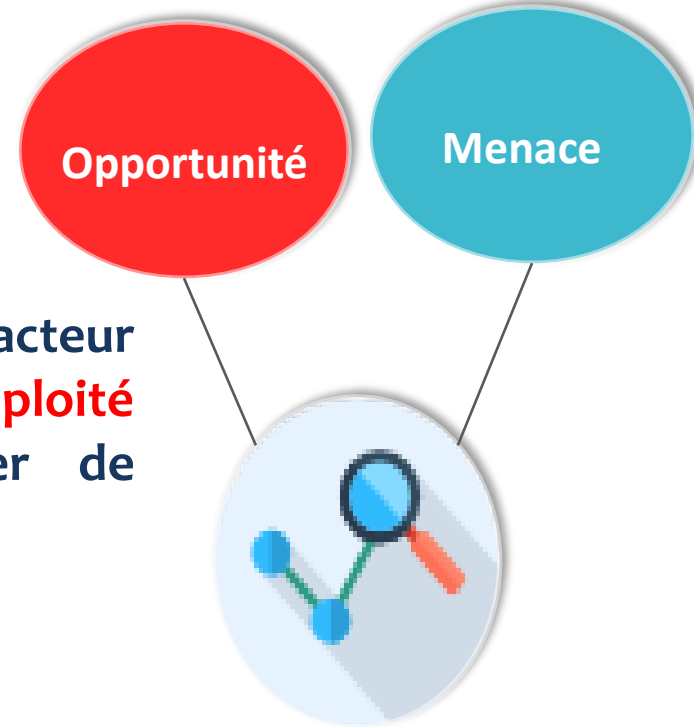
L'analyse de l'environnement externe permet à l'entreprise d'identifier les **opportunités** et les **menaces**



Une **opportunité** est un facteur environnemental favorable qui, **s'il est exploité** par l'entreprise, constitue un levier de **croissance et d'amélioration**



Une **menace** est un **élément externe** à l'entreprise susceptible d'avoir un **impact négatif** sur son **développement et sa compétitivité**





**Macro  
environnement**

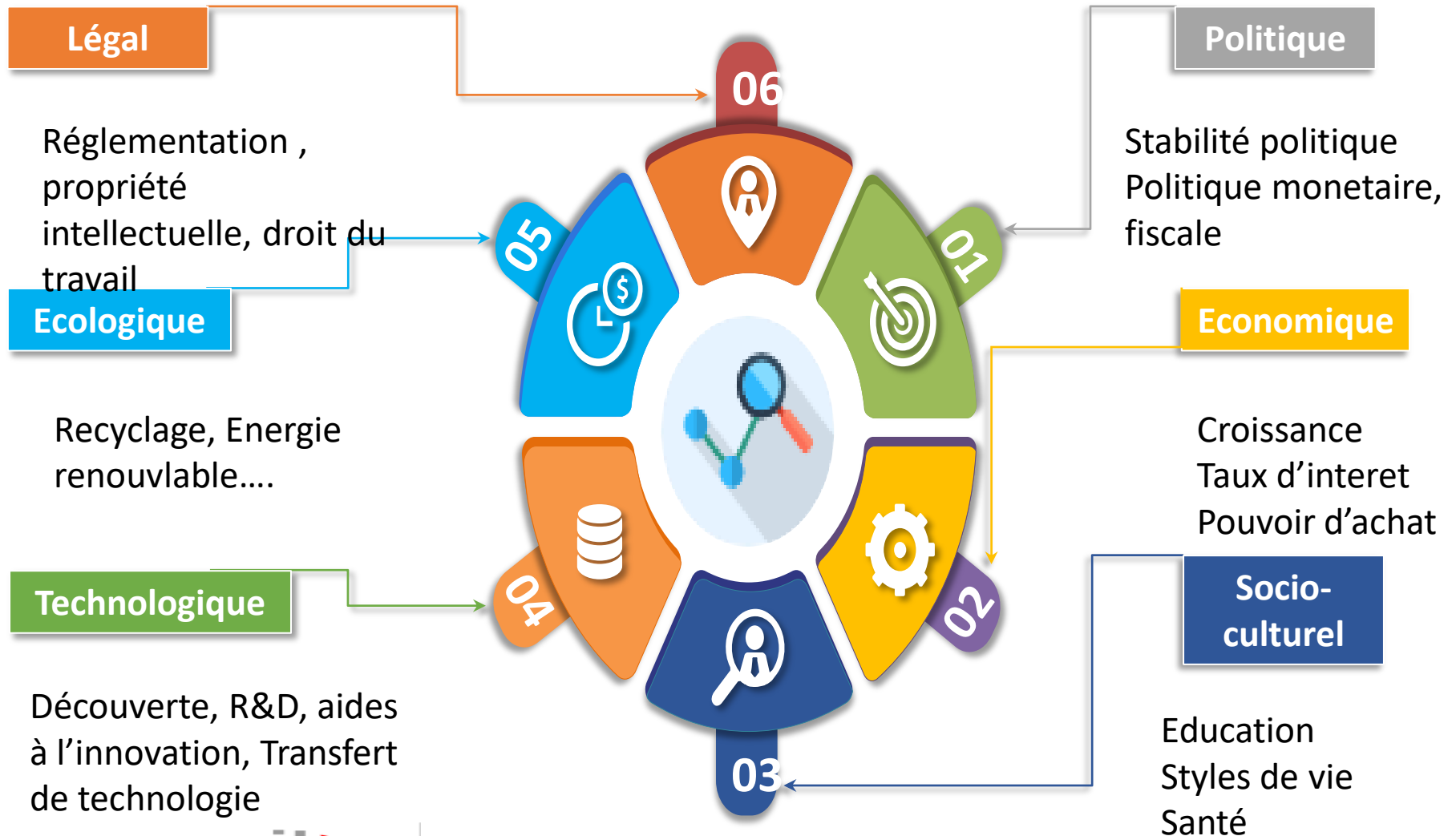
**Analyse PESTEL**



**Micro  
environnement**

**Analyse de la  
concurrence : 5  
Forces de Porter**

# A. Outil d'analyse du Macro environnement : L'analyse PESTEL



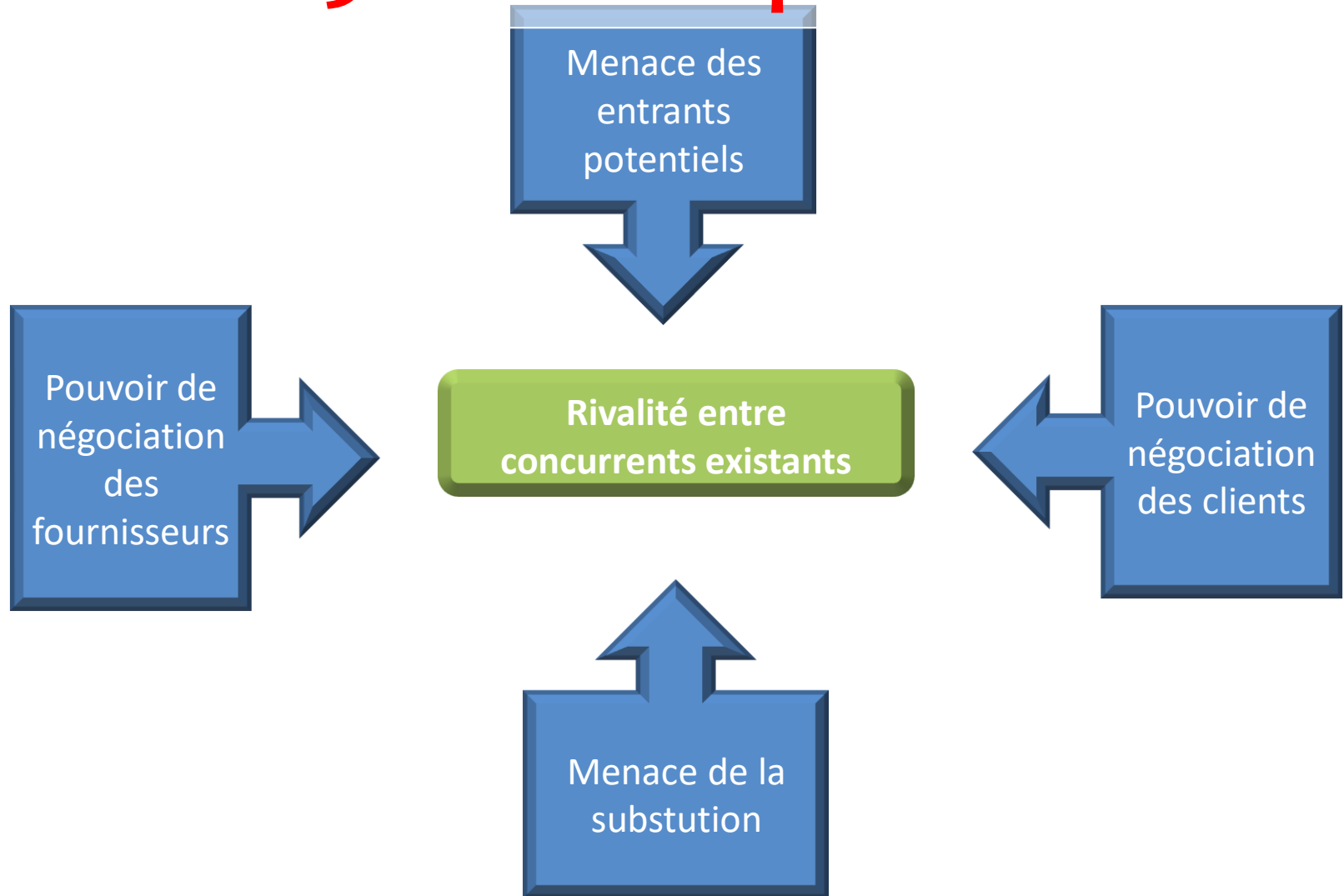
## B-Outil d'analyse du Micro environnement : L'analyse des 5 forces de PORTER

- Il est constitué par l'ensemble des partenaires sur le marché.
  - L'entreprise désirant connaître son environnement **spécifique** doit procéder à la bonne analyse de ses différents aspects.
  - L'étude de l'environnement spécifique constitue le contenu essentiel des études de marché réalisées par les entreprises.
-

- Porter dans son analyse, souligne les 5 forces déterminant **la position concurrentielle** de l'entreprise.
  - Cette stratégie vise à obtenir un avantage concurrentiel en agissant sur les forces qui conditionnent le jeu concurrentiel.  
La concurrence se transforme sous l'influence de 5 facteurs.
-



# Les 5 Forces de porter



## Les facteurs limitant la concurrence

➤ les barrières à l'entrée : Il s'agit d'obstacles qui gênent ou empêchent une entreprise nouvelle de pénétrer sur un marché (ex. technologie protégée par un brevet, accès difficile ou coûteux aux circuits de distribution, fidélité de la clientèle pour certains produits...).

➤ **les barrières à la sortie** : ce sont les éléments qui freinent le désengagement d'un secteur afin que les entreprises restent et assurent une cohérence et une stabilité du secteur.

## La masse critique

- Après son introduction sur le marché, afin qu'elle réussisse à s'y maintenir et à s'y développer, il faut qu'elle ait une taille minimale imposée par le marché. Elle permet à l'entreprise de **supporter les concurrents** sur le marché. Il existe 4 seuils de dimensions :
  - **seuil technique** : dégager une productivité suffisante.
  - **seuil commercial** : faire face à la concurrence.
  - **seuil financier** : acquérir une autonomie financière.
  - **seuil de puissance** : pouvoir de négociation, essentiellement par rapport aux fournisseurs

