

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

Une entreprise évolue en permanence dans son environnement économique. Elle noue des relations avec d'autres agents économiques sur différents marchés. Ainsi, pour décrire l'environnement d'une entreprise, il convient de repérer les **acteurs avec lesquels elle est en relation**.

Ces relations de **concurrence** ou de **coopération, marchandes ou non**, peuvent être affectées par plusieurs paramètres (taille des entreprises, possibilités d'asymétrie d'information...).

Parmi les composantes environnementales, **le prix** fait l'objet d'une attention particulière, mais d'autres éléments relatifs à la **dynamique du marché** et à **l'évolution des conditions de concurrence ou de coopération** sont à prendre en compte.

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

### A. Les catégories d'agents économiques et leur rôle respectif

#### Les entreprises

L'entreprise est un agent économique qui a pour fonction de **produire des biens et des services en vue de leur vente pour obtenir un profit** (bénéfice). Les entreprises se différencient selon leur taille et par leur statut juridique, mais aussi par leur secteur d'activité.

#### Les ménages

Les ménages sont des agents économiques qui **achètent les biens de consommation et les services produits par les entreprises**. Les ménages disposent de revenu qu'ils tirent de leur travail ou de la détention d'un patrimoine (Ex : loyers perçus sur la location d'un bien immobilier). Ils dépensent une partie de leurs revenus afin d'acquérir des biens et des services pour satisfaire directement des besoins (Ex : se déplacer, se cultiver, voyager, les loisirs, ...).

**Le ménage** est une unité économique dont **l'activité principale est la consommation**.

#### L'administration publique

**L'Etat** fait partie de la catégorie « administration publique ». **L'Etat est l'agent économique qui est financé par les prélèvements obligatoires** (taxes, impôts et cotisations sociales) **et redistribue les revenus**.

En règle générale, les **organismes publics** produisent des **services non marchands** qui sont destinés à **satisfaire l'intérêt général** et la gestion du domaine public.

⇒ On considère qu'un **service est non marchand** lorsqu'il est fourni **gratuitement** ou à des prix qui sont économiquement peu significatifs (Ex : la santé, la justice, un parc, ...).

**L'Etat** est un agent économique dont les fonctions sont les suivantes :

- L'encadrement du fonctionnement du marché ;
- La redistribution des revenus pour lutter contre les inégalités ;
- La régulation de l'activité économique par sa politique économique (Ex : favoriser la croissance, lutter contre le chômage).

**NB :** L'Etat **n'est pas le seul** agent économique **appartenant à la catégorie « Administration publique »**. On y trouve également :

- Les administrations publiques locales : l'ensemble des collectivités territoriales (régions, départements, communes et groupement de communes)
- Les organismes divers d'administration locale (centres communaux d'action sociale, caisses des écoles, services départementaux d'incendie et de secours, collèges, lycées, syndicats de collectivités, chambres consulaires...) ;
- L'administration de sécurité sociale, qui regroupent principalement les hôpitaux et l'ensemble des régimes d'assurance sociale.

### Les banques

La Banque est l'agent économique qui **crée la monnaie**, **collecte l'épargne** des autres agents économiques et **finance par des crédits/prêts** d'autres agents qui ont besoin d'emprunter.

**Les banques exercent donc un rôle essentiel dans le financement de l'activité économique en accordant des crédits aux ménages et aux entreprises.**

### B. La nécessité des échanges entre l'entreprise et les autres agents économiques

**L'échange est nécessaire à la satisfaction des divers besoins des agents économiques.** En effet, les agents économiques ne peuvent produire eux-mêmes tous les biens et services dont ils ont besoin.

Ainsi, lorsqu'une **entreprise** se spécialise dans une activité elle **fait des ventes et génère des revenus**. Les revenus perçus **permettent d'acheter les biens et les services** dont elle a besoin. Selon la nature des biens achetés, on distinguera :

- **Les biens de production** (destinés à la fabrication d'autres biens : matières premières, produits intermédiaires...) ;
- **Les biens de consommation** (biens de production durables ou non : mobilier, outils..., destinés aux ménages) ;
- **Les services marchands ou non marchands** (transports, hôpitaux, immobiliers...) ;

Une **collaboration réussie** entre une entreprise et ses fournisseurs ou d'autres partenaires, est un **facteur de performance** : cette collaboration permet de créer de la valeur et permet à l'entreprise de proposer des offres différenciées.

Généralement lors de **transactions qui s'opèrent sur différents marchés**, les agents économiques sont amenés à nouer des relations qui génèrent **deux types de flux** :

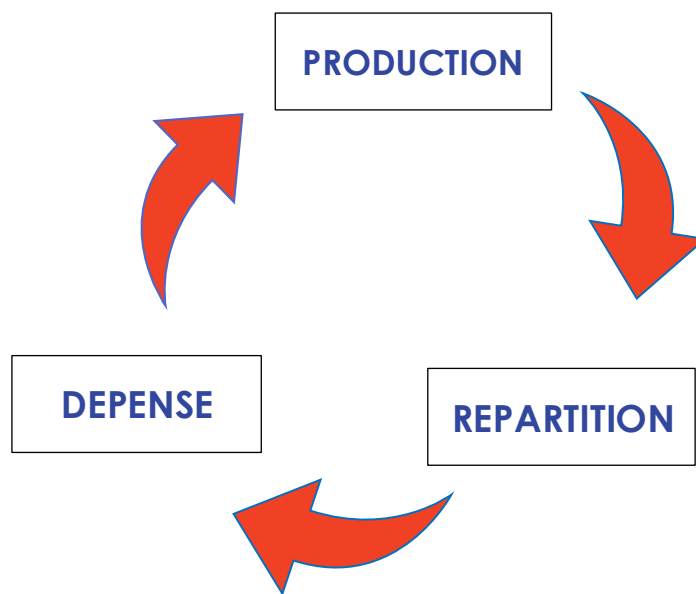
- **Les flux réels** (*biens ou de services marchands<sup>1</sup> ou non marchands*) : il s'agit d'un transfert de biens ou de services qui se matérialisent par **un achat ou une vente**.
- **Les flux monétaires** : sont en règle générale la **contrepartie du flux réel**. Ce sont en principe les **paiements effectués entre les agents économiques**.

Les agents économiques réalisent ainsi des échanges qui peuvent être représentés de façon schématique et simplifiée sous forme de **circuit économique**.

---

<sup>1</sup> **Service ou production marchand(e)** : est destiné à être vendue sur un marché contre un prix

Le circuit économique met en évidence **trois étapes : la production, la répartition et la dépense.**



- **La production** : l'entreprise produit et crée des richesses.
- **La répartition** : l'entreprise distribue des revenus aux personnes en fonction de leur participation au processus productif ou à leur situation personnelle (salaires aux salariés, impôts à l'État...).
- **La dépense** : les ménages utilisent leurs revenus pour consommer des biens et services/les autres agents économiques investissent dans l'économie.

Le circuit économique représente les principales relations entre les agents économiques et donne une idée des flux qui circulent entre ces agents.

**A quoi sert le circuit économique ?** Le circuit économique permet de comprendre les interdépendances entre les agents économiques et de mesurer l'impact de leur comportement.

**Ex :** une baisse des impôts pour les ménages va avoir un impact sur leur manière de consommer (ils vont acheter plus) et cela va nécessairement impacter la production des entreprises (plus de production, nécessité de plus de matière première sur une plus courte période pour une mise à disposition rapide du produit auprès des ménages...).

## II. Le fonctionnement du marché économique

La très grande majorité des opérations, dans une économie, est réalisée sur un marché où offreurs et demandeurs se rencontrent.

**Le marché est un lieu physique ou virtuel où les agents économiques échangent.**

### A. Les différents marchés et leur rôle respectif

- Le **marché des biens et services** (lieu où s'échangent les **biens et les services marchands**)  
L'offre émane des entreprises qui produisent les biens et services et la demande provient des ménages qui consomment les biens et services.

- Le **marché du travail** (lieu où s'échangent **offres et demandes de travail**)

L'offre de travail émane des ménages (offre de main d'œuvre/savoir-faire/compétences intellectuelle) et la demande de travail provient des entreprises en recherche de main d'œuvre. (**Attention** : sur le marché de l'emploi, l'offre d'emploi provient des entreprises et la demande d'emploi provient des ménages).

- Le **marché financier** (lieu où s'échangent une **offre et une demande de capitaux**)

Ce marché met en relation des agents économiques détenant un excédent de capitaux (provenant de l'épargne) et ceux qui ont des besoins de capitaux.

- Le **marché des changes** (lieu où se rencontrent **la demande et l'offre de devises**)

La confrontation entre l'offre et la demande va déterminer le prix des devises concrétisés par un **taux de change**.)

### Qui sont les acteurs du marché ?

- Les **demandeurs** sont les acheteurs/consommateurs de biens et services sur le marché (ce sont les ménages et les entreprises).
- Les **offreurs** sont les producteurs/fabricants/détaillants qui produisent et vendent les biens et services (ce sont les entreprises).

Les lois de l'offre et de la demande ne peuvent véritablement fonctionner **que sur un marché parfaitement concurrentiel**.

Un marché parfaitement concurrentiel se caractérise par le fait qu'**aucun agent en particulier ne peut à lui seul influencer la fixation des prix**.

Des échanges réalisés dans une économie de marché découlent la détermination d'un **prix de marché**.

**Le prix de marché** est une information essentielle qui permet d'assurer **une coordination entre la consommation, la production et l'investissement**. **Ce prix de marché peut varier et la variation du prix a des conséquences**.

#### ➤ **Conséquences du côté des offreurs :**

- Si l'offre est supérieure à la demande : le prix diminue ;
- Si l'offre est inférieure à la demande : le prix augmente ;

#### ➤ **Conséquences du côté des demandeurs :**

- Si le prix augmente, la demande a tendance à baisser car les acheteurs sont moins disposés à acheter plus cher ;
- Si le prix baisse, la demande a tendance à augmenter et les producteurs sont incités à proposer plus de biens.

Lorsque l'offre est égale à la demande, le prix reste inchangé, on parle alors de **prix d'équilibre**.

### B. Focus sur le marché financier

Le **marché financier** est le lieu d'émission et d'échange des valeurs mobilières (émission et échange d'actions et d'obligations). Il participe au financement de l'économie.

**Pour info : Une action** est un titre de propriété assorti de dividendes. C'est une part du capital d'une entreprise. **Une obligation<sup>2</sup>** est un titre utilisé par les entreprises et les États pour emprunter de l'argent sur les marchés financiers. Ce titre est assorti d'intérêts.

<sup>2</sup> L'**autorité des marchés financiers (AMF)** définit l'obligation comme « un morceau de dette émis par une entreprise, une collectivité territoriale ou un État sur les marchés financiers ».

Il existe plusieurs types de financement possibles pour une entreprise qui ne peut pas se financer seule :

- **L'entreprise fait appel à un autre agent pour la financer** : c'est le **financement externe indirect**. Dans ce cas, la banque prête de l'argent à l'entreprise en lui octroyant un crédit.
- **L'entreprise fait appel au marché financier pour se financer et émettre des titres** : c'est le **financement externe direct**. Dans ce cas, les banques jouent un rôle important sur le marché financier car elles interviennent comme intermédiaires entre les offreurs et les demandeurs de capitaux.

Le marché financier se divise en deux parties :

- Le **marché primaire** (émission de nouveaux titres) ;
- Le **marché secondaire** (achat et vente de titres déjà émis).

### A quoi sert le marché financier pour les entreprises ?

Le marché financier :

- Est un accélérateur de croissance car il permet aux entreprises de trouver les capitaux nécessaires à leur développement. En s'introduisant en Bourse, la société s'ouvre de nouvelles perspectives de croissance en se faisant connaître auprès d'un plus large public ;
- Permet une levée de fonds plus facilement et à moindre coût (rencontre directe entre prêteurs et emprunteurs sans intermédiaires) ;
- Permet plus de transparence financière, ce qui est apprécié par les banques et les partenaires ;
- Il accroît la notoriété des entreprises du fait des informations publiées dans les médias.

## III. La concurrence et les relations de coopération

### A. Des relations particulières entre entreprises : concurrence et/ou coopération

La **concurrence** désigne le **processus par lequel les entreprises rivalisent entre elles sur le marché pour satisfaire au mieux les attentes des clients**.

*Cette dynamique peut prendre différentes formes =>* les entreprises peuvent **s'affronter sur le terrain des prix** ; elles peuvent aussi tenter de **se différencier** les uns des autres **par l'innovation ou la différenciation des produits** (qualité, variété).

*Point positif de la concurrence =>* La concurrence **incite les entreprises à innover en permanence et à améliorer leur productivité**, ce qui participe à l'objectif d'une croissance soutenue.

- On distingue plusieurs formes de concurrence économique : elle peut être **pure, parfaite ou imparfaite**.

Mais, à côté de relations dites de concurrence, il existe des relations de **coopération**. Il y a coopération lorsque les agents économiques ayant **des intérêts communs** peuvent coopérer (travailler ensemble) sur tout ou partie de leurs activités.

Une **relation de coopération réussie** va permettre aux entreprises qui collaborent de connaître une **croissance de leur production/activité/chiffre d'affaires**, tout **en restant juridiquement indépendante**.

Cette coopération peut se faire entre **entreprises concurrentes (alliance)** ou **non concurrentes (partenariat)**. De nombreuses raisons peuvent expliquer que des entreprises recourent à la coopération, comme :

- Mettre en commun des coûts de recherche et de développement ;
- Réduire les coûts de production ;
- Améliorer la qualité d'un produit...

De même, la **coopétition** est un processus né de l'association des termes coopération et compétition. Il y a coopétition lorsque deux entreprises concurrentes coopèrent sur une ou plusieurs de leurs activités. **Ex** : C'est le choix qu'a fait Burger King et KFC avec le BFF Burger. Burger King apporte son expertise en matière de burgers, tandis que KFC met en avant son incontournable poulet frit.

## B. Le modèle de la concurrence pure et parfaite

En **concurrence pure et parfaite**, le prix est le mécanisme régulateur du marché, car il égalise l'offre et la demande, ce qui permet de satisfaire au mieux des agents économiques à objectifs contradictoires.

**La concurrence pure et parfaite est un concept économique qui décrit la situation d'un marché idéal** qui réunit simultanément les cinq conditions suivantes :

- **L'atomicité du marché** : une multitude d'offreurs et de demandeurs se rencontrent sur le marché ;
- **La transparence de l'information sur le marché** : tous les agents peuvent disposer de toutes les informations souhaitées/du même niveau d'information ;
- **L'homogénéité des produits** : sur le marché les produits échangés sont semblables et peuvent être comparables ;
- **La libre entrée et sortie du marché** : il n'existe pas d'obstacles à l'entrée ou à la sortie du marché ;
- **La mobilité des facteurs de production** : les facteurs de production comme le travail et le capital se déplacent pour que chaque entreprise puisse profiter des mêmes conditions de production.

La concurrence pure et parfaite est un **modèle théorique** qui est **démenti par la réalité**.

**Dans la réalité, le système de prix peut être perturbé du fait de l'imperfection des marchés**, ce qui entraîne des déséquilibres. Il peut y avoir :

- Une situation de **monopole** lorsque sur un marché il y a de nombreux acheteurs et un seul producteur libre de fixer ses prix (**Ex** : France télécom (devenu orange) ;
- Une situation d'**oligopole** lorsque sur un marché il y a un petit nombre de producteurs et un nombre important d'acheteurs (**Ex** : Orange, Free, SFR et Bouygues Télécom face aux millions de français ayant une ligne téléphonique).

Le fonctionnement du marché repose donc sur un certain nombre de règles qui déterminent un cadre institutionnel imposé par l'État. Bien entendu, les règles de concurrence sont essentielles.

## IV. Les imperfections du marché économique

En principe, le marché fonctionne selon le **libre jeu de la concurrence**. Mais en pratique, le plus souvent, le **non-respect des règles de concurrence** entraîne des **dysfonctionnements qui réduisent l'efficacité du marché**.

Les entreprises souhaitant se positionner sur un marché font souvent face aux **barrières à l'entrée** de ce marché et doivent s'adapter au regard de **l'asymétrie de l'information** disponible.

## A. Les barrières à l'entrée d'un marché

Les barrières à l'entrée sont des obstacles qui **rendent difficile ou impossible l'implantation d'une entreprise sur un marché**. Ces barrières sont des **limites au libre accès au marché** et donc des **limites à la concurrence**. Il existe plusieurs types de barrières :

- **Les barrières technologiques** : cela peut être l'avance technologique des entreprises présentes sur le marché, les connaissances et savoir-faire acquis, la nécessité de la mise en place d'un système de sécurité indispensable... ;
- **Les barrières financières** : comme par exemple les coûts d'accès à l'infrastructure, les coûts liés à la nécessité d'une licence (comme pour le marché de la téléphonie), les coûts liés à la recherche et développement... ;
- **Les barrières réglementaires** : Ce sont les mesures environnementales à respecter (comme pour le marché de l'automobile) ou encore les autorisations pour réaliser une activité (comme pour ouvrir une pharmacie, exercer le métier de buraliste, ...) ....

Certaines entreprises tentent de réduire la concurrence par un **abus de position dominante**. Cela consiste pour l'entreprise, à abuser de son excellente position sur le marché. Ce n'est pas sa position dominante qui est mise en cause mais l'abus qui en est fait. D'autres entreprises vont réaliser des ententes, c'est-à-dire un accord ou une action concertée qui a pour objet ou pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence sur un marché de biens ou de services déterminé. Cette pratique est appelée **entente anticoncurrentielle**.

Les barrières à l'entrée sont donc établies par les acteurs déjà en place sur le secteur en question ou par la réglementation/la loi.

## B. L'asymétrie de l'information

L'asymétrie de l'information c'est lorsque **tous les participants à un marché ne disposent pas de la même information**. Cette situation se retrouve sur la grande majorité des marchés car les acheteurs et les vendeurs ne disposent que rarement de la même information.

De telles inégalités d'informations peuvent être retrouvées dans diverses situations économiques (vendeur/acheteur, employeur/candidat, assureur/assuré, etc.).

L'un des exemples les plus connus est celui du marché des voitures d'occasion sur lequel l'asymétrie d'information entre les acheteurs et les vendeurs rend les transactions difficiles.

Les agents économiques mettent alors en place des **stratégies pour contrer cette asymétrie d'information** : ils utilisent des contrats pour se protéger contre le manque d'information. **Ex** : les assureurs établissent des clauses dans les contrats d'assurance pour limiter les cas d'indemnisation en fonction du comportement des assurés.

## C. Les externalités

Certaines activités (de consommation ou de production) d'agents économiques ont des effets positifs ou négatifs sur le **bien-être** d'autres agents sans qu'il y ait transaction entre eux (aucun ne reçoit ou ne verse une compensation). Ces effets sont des **externalités**.



L'externalité c'est lorsqu'un agent **reçoit un avantage d'un autre agent sans payer** en échange ou, à l'inverse, il **subit un dommage sans que sa perte soit compensée**. On distingue deux types d'externalité qui sont les externalités positives et les externalités négatives.

**Les externalités positives** : Les effets externes peuvent être **positifs s'ils causent un bienfait à d'autres agents économiques**. C'est par exemple le cas de l'agriculture biologique, le financement de recherche et développement par une entreprise... ;

**Les externalités négatives** : Les effets externes peuvent être **négatifs s'ils diminuent le bien-être d'autres agents économiques**. C'est par exemple le cas de l'agriculture intensive, des nuisances d'une usine implantée en périphérie d'une ville...

**Ces externalités révèlent les défaillances du marché**, car les agents économiques ne sont pas incités à prendre en compte les conséquences de leurs activités sur le bien-être des autres agents économiques. C'est notamment le cas des externalités négatives engendrées par l'activité des entreprises.

Toutefois, il existe des solutions pour **inciter les entreprises à corriger les externalités négatives et à créer des externalités positives**. Dans la mesure où les marchés sont impuissants face aux externalités négatives, l'Etat a décidé d'intervenir. Il peut :

- **Encourager les activités à externalités positives** grâce aux subventions, crédits d'impôts, protection des brevets (pour encourager la recherche), déductions fiscales... ;
- **Décourager les activités à externalités négatives** : taxes, écotaxes, interdictions, contraintes diverses... bonus/malus pour les voitures... ;
- **Créer un marché des droits à polluer**. L'État alloue aux entreprises polluantes des permis d'émission de CO<sub>2</sub> et les entreprises qui polluent moins que prévu peuvent par la suite revendre leurs droits à polluer à celles qui polluent plus que prévu, sur ce marché.

Les dysfonctionnements des marchés et l'imperfection de ceux-ci sont coûteux pour les consommateurs en termes de prix et de choix du produit de meilleure qualité. Il faut donc rétablir l'équilibre entre les consommateurs et les entreprises en contraignant ces dernières à respecter des règles en matière de concurrence.