

Module : Environnement de L'entreprise

Enseignante : Amina Amri, Ines Chouchane, Rafika Khabbouchi, Houcine Khémiri, Ines Mhaya et Dhouha Mellitti

Classe(s) : 3^{ème} année et 4^{ème} Année

Partie I : 8 points

1. Remplir les champs vides avec les mots clés respectifs :

Note	0,5 pt	0,25 pt
Réponses	a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k & l	m, n, o, p, q, r, s, & t

- Le Toyotisme repose sur le principe d'application des cinq zéros :
Zéro (a) **stock**, Zéro (b) **panne**, Zéro (c), Zéro **papier** (d) **délai** et Zéro (e) **défait**
- Le marché est le (f) **lieu** de (g) **rencontre** où les (h) **offres** des vendeurs rencontrent les (i) **demandes** des acheteurs qui s'ajustent à un certain (j) **prix**.
- (k) **Le marché principal** représente l'ensemble des produits semblables au produit étudié et directement concurrents.
- Parmi les acteurs du micro-environnement on trouve les (l) **bailleurs de fond**. Ils peuvent être des actionnaires ou des institutions financières et bancaires.
- Les « Cinq forces de PORTER » est un outil d'analyse qui permet de mettre en évidence (m) **la nature** des relations qu'entretient la firme avec son environnement direct. Il met en exergue les (n) **jeux** de (o) **pouvoir** qui se nouent dans ce microenvironnement et qui ont un impact sur (p) **les stratégies** de l'entreprise.
- Les clients peuvent représenter une menace pour l'entreprise lorsque (q) **l'offre** est supérieure à (r) **la demande**.
- La menace des produits de substitution devient plus importante lorsque (s) le **transfert** de (t) **coût** supporté par le consommateur pour changer de solution est faible.

Partie II : 12 points

TEXTE « GOOGLE : Pourquoi Google construit sa Babel [...] un succès fulgurant ».

QUESTIONS :

1- Définir l'entreprise et classer la selon les différents critères de classification.
(2 pts)

a. **Définition Entreprise : (1pt)**

- une Structure **Economique** et **Sociale** comprenant une ou plusieurs personnes travaillant de manière **organisée** et fournissant des **Biens** ou des **Services** à des **Clients** dans un environnement concurrentiel ou non concurrentiel.
- L'entreprise peut être également définie en tant qu'unité de répartition des richesses : les richesses créées appelées valeurs ajoutées servent par la suite à rémunérer l'ensemble des agents économiques ayant participé à l'activité de production de l'entreprise.

b. **Classification GOOGLE : (1pt)**

- Secteur d'activité : NTIC
- Taille : Groupe (société mère et filiale)
- Statut juridique : privée

2- Quelles sont les stratégies de croissance adoptées par l'entreprise GOOGLE ?
(3 pts)

Réponse	Stratégie	Explication
Note	<ul style="list-style-type: none">- Stratégie N°1: 0,5 pt- Stratégie N°2: 0,25 pt- Stratégie N°3: 0,5pt- Stratégie N°4: 0,25 pt	<ul style="list-style-type: none">- Stratégie N°1: 0,5 pt- Stratégie N°2: 0,25 pt- Stratégie N°3: 0,5pt- Stratégie N°4: 0,25 pt

- **Stratégie N°1 : croissance interne** : La révolution des liens sponsorisés, ces liens commerciaux qui apparaissent à côté de la liste des résultats d'une recherche. Les sites souhaitant attirer du trafic achètent des mots-clés aux enchères, afin d'apparaître à côté des résultats des recherches des internautes portant sur leur activité : La possibilité de procéder à un marketing ciblé explique le développement rapide de ces liens sponsorisés en l'espace de cinq ans.
- **Stratégie N°2 croissance interne** : Google a créé ses propres services de courrier électronique (GMail) et de messagerie instantanée (Hello).
- **Stratégie N°3 croissance externe** : Google a fait aussi quelques acquisitions pour occuper les créneaux sur lesquels il était absent : en 2004, il a ainsi acheté Keyhole, le spécialiste de l'imagerie par satellite, et le logiciel de gestion de photos en ligne

Picasa.

- **StratégieN°4 croissance interne :** Un projet de bibliothèque numérique Google Print : l'ampleur du projet (quinze millions d'ouvrages numérisés, soit 4,5 milliards de pages), l'importance des investissements (entre 150 et 200 millions de dollars), la nouveauté de la technologie de numérisation (un hybride entre mode image et mode texte), ainsi que l'aspect inédit du partenariat avec les grandes bibliothèques et les éditeurs. Les internautes auront accès à l'intégralité du texte des livres s'ils sont tombés dans le domaine public, et seulement à quelques extraits s'ils sont encore protégés par le droit d'auteur.

3- Analyser et discuter de la position concurrentielle de l'entreprise GOOGLE. (3,5 pts)

- L'entreprise est principalement connue par sa situation monopolistique de son moteur de recherche **(1,5 pt)**
- Structure de marché : oligopole **(1 pt)**
- Explication : Deux gros challengers disputent à Google sa position :
 1. le portail Yahoo qui a lancé l'année dernière son moteur maison, Yahoo a même pris de court Google en lançant un service de recherche locale - l'équivalent des pages jaunes - avant lui : un coup dur pour ce dernier tant le marché de la publicité locale représente un enjeu financier important. **(0,5 pt)**
 2. Le géant des logiciels, Microsoft, a lui aussi lancé son propre moteur de recherche, MSN Search, puis son système de liens sponsorisés. **(0,5 pt)**

4- Analyser l'environnement global de l'entreprise GOOGLE en utilisant la méthode PESTEL. (3,5 pts)

L'analyse PESTEL permet d'étudier de l'ensemble des ces composantes et de surveiller les risques et les opportunités que pourraient rencontrer l'entreprise et son marché.

Réponses	Environnement	Explication
Note	0,5 pt /environnement	<ul style="list-style-type: none">- si l'étudiant cite l'environnement et donne une fausse explication la note ne sera pas attribuée. (exp : envt politique, explication : envt technologique)- Si l'étudiant se contente de citer uniquement l'intitulé de

		l'environnement sans explication, l'intégralité de la note sera attribuée (0,5pt par envt)
--	--	---

1. Environnement politique : (0,5 pt)

- ➔ Google subit fréquemment des menaces à cause de sa position dominante et de son potentiel à s'accaparer d'un marché.
- ➔ Google est concernée par l'instabilité politique des pays et se trouve parfois censurée.

Texte : « Mais ses deux grands concurrents s'étaient lancés bien avant lui dans une frénésie d'acquisitions, avec le même objectif.. »

2. Environnement économique : (0,5 pt)

- ➔ Yahoo est un moteur de recherche grandissant et Google doit faire attention qu'il ne lui prenne pas trop d'utilisateurs.
- ➔ La stabilité économique de la majeure partie des marchés est une opportunité immense pour Google pour développer de nouveaux marchés, dans de nouveaux pays.

Texte : Six ans après ses débuts, Google est devenu le premier moteur de recherche dans le monde, avec des parts de marché oscillant entre 40 % et 50 % aux États-Unis, selon les estimations, entre 55 % et 60 % en France et entre 45 % et 65 % au niveau mondial.

Texte : Mais cette réussite est fragile. Deux gros challengers disputent à Google sa position.

D'abord, le portail Yahoo qui, après avoir longtemps eu recours au service du moteur de recherche de Google sur ses propres pages, a lancé l'année dernière son moteur maison.

« Il a réalisé un chiffre d'affaires de 3,1 milliards de dollars en 2004, rien qu'avec ses services de liens promotionnels. Soit 98 % de l'ensemble de ses revenus. Et cela principalement aux États-Unis : les deux tiers du chiffre d'affaires de Google sont réalisés sur le territoire américain, alors que plus de la moitié du trafic sur ses pages provient d'internautes du reste du monde. »

3. Environnement technologique : (0,5 pt)

- ➔ Google est le leader et possède des avancées technologiques que nul ne possède
- ➔ Google ne cesse d'innover et de trouver de nouveaux moyens et de nouvelles applications pour révolutionner le monde.

Texte : Six ans après ses débuts, Google est devenu le premier moteur de recherche dans le monde,

« C'est précisément le cas de Google, selon Olivier Bomsel, économiste au Cerna-École des Mines de Paris : « Les moteurs de recherche sont les outils fondamentaux des échanges sur le Net. C'est grâce à eux que se déploient les effets de réseau d'Internet : avec, les moteurs, davantage de contenus peuvent être assurés d'attirer davantage de trafic. » »

4. Environnement écologique : (0,5 pt)

- ➔ Google tente de respecter l'environnement en mettant en place des solutions écologiques. (pas d'explication dans le texte mais 0,5 pt sont attribués à l'étudiant s'il cite déjà l'environnement écologique comme élément de l'analyse PESTEL)

5. Environnement social+ culturel + démographique : (1 pt = 0,5 +0,5)

- ➔ La société vit aujourd'hui dans un monde numérique et virtuel
- ➔ Les réseaux sociaux représentent une vraie menace pour Google car ceux-ci représentent de nouveaux canaux de communication.

Texte : « La réussite de Google n'est pas un cas exceptionnel : le secteur des nouvelles technologies a très vite été dominé par des entreprises de grande taille. « La nouvelle économie n'a pas développé des modèles de croissance fondamentalement différents de ce qu'on observait dans l'économie traditionnelle, »
« Grâce aux effets de réseaux propres à ce secteur : les services rendus sont d'autant plus utiles aux consommateurs que ces derniers sont nombreux. »

6. Environnement légal : (0,5 pt)

- ➔ Google doit faire face aux contraintes légales en termes de protection des données et en termes de concurrence.

Texte : « Quand on se souvient comment Microsoft a imposé la domination quasi exclusive de son navigateur Web Internet Explorer en lieu et place de l'infortuné Netscape, les deux compères de Google ont du souci à se faire. »