

CHAPITRE 1 :

ENTREPRISE ET MARCHÉ

DOSSIER DOCUMENTAIRE

I - ORGANISATION ET GOUVERNANCE DES ENTREPRISES

A – L’ORGANISATION DES ENTREPRISES

2. Le cycle de vie d’une entreprise

Doc : Les 5 étapes du cycle de vie d’une entreprise

Il existe cinq grandes phases dans la vie d’une entreprise. [...]

- L’amorçage : la société est en phase de création ou vient juste d’être créée, elle ne réalise pas encore de chiffre d’affaires.
- La création : cette phase dure environ deux ans pendant lesquels la société passe de la création à la post-crétion. À l’issue de cette étape, l’entreprise réalise du chiffre d’affaires, mais ses résultats peuvent néanmoins être déficitaires.
- Le développement : l’entreprise est en activité depuis environ trois ans, réalise du chiffre d’affaires et possède un véritable portefeuille de clients. Durant cette phase, elle doit également réaliser du profit.
- La maturité : il s’agit de la phase la plus longue, l’entreprise a généralement entre trois et cinq ans d’existence, elle a déjà fait ses preuves. Son chiffre d’affaires est solide et son endettement mesuré.
- Les difficultés : [...] cette période critique n’est pas nécessairement traversée par toutes les entreprises. La solution passe généralement par une augmentation de capital pour récupérer de l’argent « frais ». [...]

É. Picarle, « Le cycle de vie d’une entreprise », BDO.fr, 7 mars 2018.

QUESTIONS

1. **Rechercher.** Quelles entreprises correspondent à chacune des cinq phases du cycle de vie ?
2. **Expliquer.** Que devient une entreprise, en phase 5, qui ne trouve pas de solution à ses difficultés ?

NOTION

**Chiffre d’affaires :** Montant des ventes réalisées par une entreprise au cours d’une année.

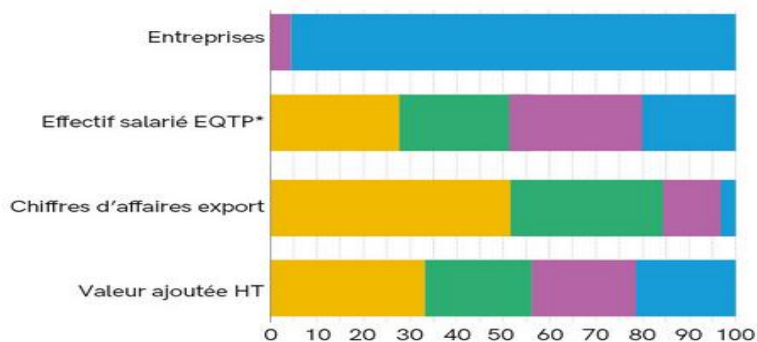
Exercice, doc3 p 247 : Quel statut juridique pour permettre la croissance d’une entreprise ?

Vous avez une idée très innovante d’application pour smartphone. Aidez-vous du tableau ci-dessous pour trouver le statut juridique qui permettra à votre entreprise de croître.

	Entreprise individuelle (ex : micro-entrepreneur)	Société			
		EURL (Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée)	SARL (Société à responsabilité limitée)	SAS (Société par actions simplifiées)	SA (Société anonyme)
Associés	0	1	2 à 100 Accord des autres associés pour une entrée ou sortie	1 ou plusieurs.	2 actionnaires minimum (7 pour les sociétés cotées en bourse)
Direction	L’entrepreneur	Le gérant (l’associé unique ou un salarié)	Un gérant (associé ou salarié)	Un président, élu par les actionnaires.	Les actionnaires élisent un conseil d’administration, qui nomme un président et un directeur général (PDG si c’est la même personne)
Responsabilité	Illimitée	Limitée aux apports	Limitée aux apports	Limitée aux apports	Limitée aux apports

- 1 Vous souhaitez développer l’application seul. Quel choix de statut faites-vous ?
- 2 L’application est un succès et une mise à jour est nécessaire. Il vous faut des capitaux. Quel statut choisissez-vous, sachant que vous voulez garder un contrôle sur l’entreprise ?
- 3 Il vous faut beaucoup de nouveaux capitaux pour développer l’entreprise à l’international. Quel statut juridique choisir ?

Exercice : caractéristique des entreprises françaises par taille



Lecture : Les micro-entreprises représentent 95,4 % des entreprises, 19,9 % en équivalent temps plein (EQTP), 3 % du chiffre d’affaires à l’export.

Champ : France, entreprises (y compris autoentrepreneurs) non agricoles, hors activités financières et assurances et hors administrations publiques.

\* Équivalent temps plein.

INSEE, 2017.

QUESTIONS

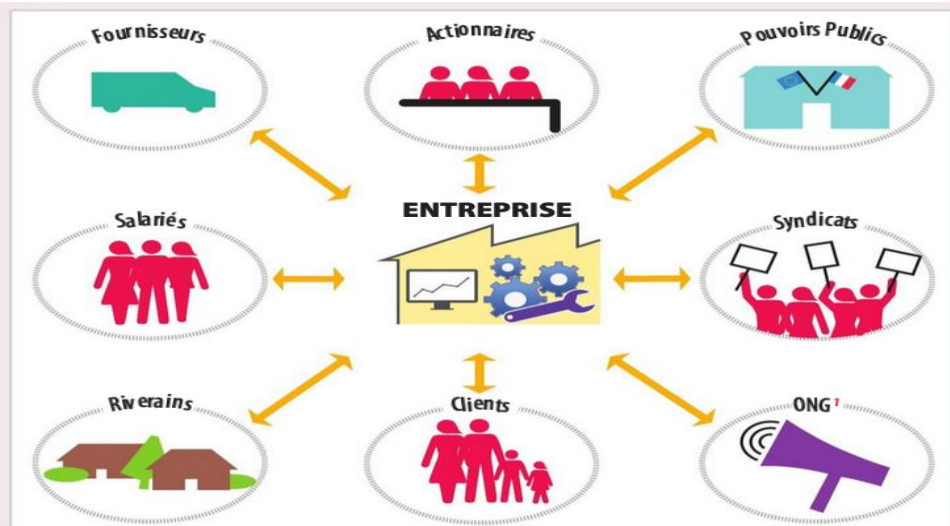
7. **Lire.** En fonction de quel(s) critères les entreprises sont-elles réparties ? Ces critères vous paraissent-ils significatifs ?
8. **Distinguer.** Quelle est la part des petites et moyennes entreprises dans l’économie française ?
9. **Lire.** Quelle part de leur chiffre d’affaires les grandes entreprises réalisent-elles à l’exportation ?
10. **Rechercher.** Choisissez puis recherchez les caractéristiques de trois grandes entreprises : leur statut, leur chiffre d’affaires, le nombre d’employés, etc.

- Grande entreprise (≥ 5 000 salariés)
- Entreprise de taille intermédiaire (entre 250 et 4 999 salariés)
- Petite ou moyenne entreprise (entre 10 et 249 salariés)
- Micro-entreprise (entre 1 et 9 salariés)

**B - LA GOUVERNANCE DES ENTREPRISES**

**2. L'évolution de la gouvernance des entreprises**

**Doc 1 p 242: Une entreprise, des parties prenantes**



1. ONG : Organisation non gouvernementale, c'est-à-dire indépendante des gouvernements, qui agit pour défendre des valeurs comme la protection de l'environnement, la santé publique, la lutte contre la pauvreté, etc.

**REPÈRE**

**Parties prenantes**  
Les parties prenantes sont les agents économiques qui jouent un rôle direct ou indirect dans l'entreprise, ou sont concernés par son activité.

**Par petits groupes, répondez aux questions suivantes :**

- 1 Pour chacune des parties prenantes de l'entreprise, indiquez quel est son objectif principal.
- 2 Imaginez une situation de divergences d'intérêts entre deux de ces parties prenantes.
- 3 Imaginez une situation de coopération entre deux de ces parties prenantes.

**Doc 3 p 241: Les mécanismes d'incitation au cœur de la gouvernance actionnariale**



D'après Philippe GATTET, « Comprendre la théorie de l'agence », Xerfi Canal, 13 juillet 2017.

1. Stock-options : un mode de rémunération des dirigeants, sous la forme d'un droit d'acheter des actions de l'entreprise à un prix préférentiel.

- 1 Pourquoi les propriétaires délèguent-ils la gestion de l'entreprise à des dirigeants ?
- 2 Les intérêts des dirigeants sont-ils forcément ceux des propriétaires (actionnaires, par exemple) ?
- 3 Comment les propriétaires peuvent-ils encourager les dirigeants à une gestion de l'entreprise qui soit favorable à leurs intérêts ?

**II – LE MARCHÉ CONCURRENTIEL**

**A – Marché et institution**

**1. Qu'est-ce qu'un marché ?**

**Doc 6 : Qu'est-ce qu'un marché ?**



1. Quels sont les points communs et les différences entre les 6 photos ci-dessus ?
2. Quel(s) « produit(s) » sont proposés ?
3. Qui sont les individus qui fréquentent ces lieux et quelles sont leurs motivations ?
4. A quelle condition peuvent-ils revenir satisfaits de leur « déplacement » ?
5. A partir des caractéristiques communes à ces différents marchés, quelle définition générale du marché pouvez-vous proposer ?

### 1. Le marché, un système d'échange marchand institutionnalisé

#### Doc : Le marché est institutionnalisé

Même un pur mécanisme de marché ne peut fonctionner spontanément, par simple mise en présence d'acheteurs et de vendeurs. Il faut toujours un minimum de règles et, par conséquent, d'organismes chargés d'en vérifier l'application et de sanctionner les acteurs qui ne les respectent pas. Ces organismes sont des institutions, pas nécessairement publiques. [...] Il ne peut exister de coordination économique sans institutions, sans systèmes de droit et de réglementation et sans pouvoir de type judiciaire et de police pour faire respecter le droit. L'État et le droit sont indispensables au fonctionnement des mécanismes de marché. [...] Il est des domaines, en particulier s'il s'agit d'exercer une contrainte perçue comme violente, où l'institution régulatrice des marchés ne peut être que l'État, ou un organisme privé agissant par délégation de la puissance publique.

P.-N. Giraud, *Principes d'économie*, © Éditions La Découverte, 2016.

#### QUESTIONS

- 11. Expliquer.** Pourquoi le fonctionnement du marché nécessite-t-il l'établissement de règles ?
- 12. Analyser.** Quel est le rôle des institutions dans le fonctionnement du marché ?
- 13. Justifier.** Montrez que dans certains cas, c'est l'État qui doit établir les règles de marché.
- 14. Illustrer.** Donnez des exemples de règles indispensables au bon déroulement des échanges sur le marché.

### B - Comment un marché concurrentiel fonctionne-t-il ?

#### 1. Les principes de la théorie des marchés concurrentiels

Les marchés concurrentiels sont régis par la concurrence: **Doc 3 p 15, Le modèle du marché en CPP**

Le marché concurrentiel est celui sur lequel un agent individuel ne peut pas influencer les prix (il est *price taker*). On continue souvent de nos jours à évoquer un marché de concurrence parfaite [...], satisfaisant cinq conditions [...]: les agents sont trop petits et trop nombreux pour pouvoir influencer sur les prix (propriété d'atomicité), les biens ne se distinguent que par leur prix (homogénéité), il est possible d'entrer et de sortir d'un marché sans coût (libre entrée et sortie), le travail et le capital circulent librement d'un secteur d'activité à l'autre (libre circulation) et tous les participants au marché disposent de toute l'information nécessaire (transparence de l'information). [...]

Dans la mesure où aucun marché concret ne fonctionne comme les marchés de concurrence parfaite décrits par la théorie, à quoi sert de les étudier ? C'est d'abord un modèle simple [...]. Or il n'est possible de raisonner facilement que sur un modèle simple. De plus, malgré cette simplicité, les économistes estiment que ce modèle capture des éléments importants du fonctionnement des marchés concurrentiels.

Arnaud PARIENTY, *Précis d'économie*, La Découverte, 2017.



#### DÉFINITION

##### Preneur de prix

Sur un marché concurrentiel, les acteurs sont preneurs de prix. Cela signifie que le prix du marché s'impose à chacun des offreurs et des demandeurs, qui ne peuvent l'influencer. Ils ne peuvent que décider de la quantité qu'ils souhaitent vendre ou acheter pour ce prix.

- 1** Prenez le marché de la baguette de pain dans le quartier où vous habitez. Les conditions de la concurrence parfaite y sont-elles respectées ?
- 2** Pourquoi les agents individuels ne peuvent-ils pas influencer les prix sur un marché en concurrence parfaite ?
- 3** Pourquoi ce modèle simple mais souvent irréaliste est-il malgré tout utilisé ?

#### 2. Le fonctionnement des marchés concurrentiels

##### L'équilibre du marché concurrentiel :

##### Exercice : Le marché de la fraise bio

L'offre prévisionnelle de fraises organiques cultivées sur le territoire français est présentée dans le tableau ci-dessous.

Prix du kilo de fraises (en euros)	Quantité de fraises offertes (en tonnes)
25	80
20	70
15	60
10	50
5	40

Les fraises organiques sont uniquement vendues sur le marché français. La demande prévisionnelle de fraises organiques est présentée dans le tableau ci-dessous.

Prix du kilo de fraises (en euros)	Quantité de fraises demandées (en tonnes)
25	20
20	40
15	60
10	80
5	100



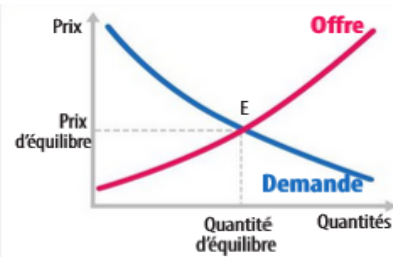
- 1.** Comment évoluent respectivement l'offre et la demande prévisionnelle de fraises organiques en fonction du prix ?
- 2.** Tracez sur un même graphique la courbe d'offre et la courbe de demande de fraises organiques et déterminez graphiquement le prix et la quantité d'équilibre sur ce marché.
- 3.** À partir du graphique, déterminez quelles sont les quantités offertes et demandées lorsque le prix du kilo de fraises sur le marché passe à 20 euros, à 10 euros.

**Exercice : L'équilibre du marché concurrentiel**

Le graphique ci-contre représente le marché du *hula hoop*. Supposons que la demande et l'offre de ce produit ont les propriétés suivantes :

- Une hausse du prix réduit la quantité demandée : courbe de demande décroissante.
- Une hausse du prix accroît la quantité offerte : courbe d'offre croissante.

L'intersection des courbes d'offre et de demande est le point d'équilibre (E) : les quantités demandées sont égales aux quantités offertes.



- 1 Sur le graphique, indiquez un prix supérieur au prix d'équilibre. L'offre serait-elle alors supérieure ou inférieure à la demande ?
- 2 Montrez qu'une baisse du prix permettrait de rétablir l'équilibre.
- 3 Complétez le tableau suivant :

Niveau du prix	Situation sur le marché	Conséquence sur le prix
Prix trop bas	>	
Prix d'équilibre	Équilibre : offre = demande	Prix stable
Prix trop élevé	>	

- 4 Dans chacune des deux situations suivantes, comment évoluent les quantités échangées et le prix ? Répondez à l'aide d'un graphique, en déplaçant la courbe de demande ou la courbe d'offre.
  - a) Le *hula hoop* devient à la mode ! La demande augmente.
  - b) Les coûts de transport et de fabrication des *hula hoops* augmentent. L'offre diminue.

**NE PAS CONFONDRE**  
**Déplacement sur la courbe et déplacement de la courbe**  
 Une modification du **prix** implique un **déplacement sur la courbe** de demande (ou d'offre). Une modification de la **quantité** demandée (ou offerte) pour un niveau de prix donné implique que la **courbe se déplace**.

**Exercice vidéo : surplus et gain à l'échange**

1. À quoi correspond le surplus du producteur ?
2. Sur la représentation graphique d'un marché, quelle aire correspond au surplus du producteur ?
3. À quoi correspond le surplus du consommateur ?
4. Sur la représentation graphique d'un marché, quelle aire correspond au surplus du consommateur ?
5. Qu'est-ce que le surplus total ?
6. À quel moment le surplus total est-il maximisé ?
7. Qu'entend-on par « gains à l'échange » ?

**C – L'entreprise face au marché concurrentiel**

**1. Les coûts de production**

**Exercice : L'entreprise de jus d'orange (les coûts de production)**

► Alix propose des bouteilles artisanales «100% jus d'orange sanguine». Elle observe que ses coûts fixes qui incluent le loyer de son bar à jus, son matériel (presseur, réfrigérateur...) s'élèvent à 3 euros de l'heure. Ses coûts variables composés notamment du coût des oranges sanguines et de bouteilles en verre évoluent comme l'indique le tableau ci-contre.

Nombre de litres de jus d'orange (par heure)	Coût fixe (par heure)	Coût variable (par heure)
0	3€	0€
1	3€	5€
2	3€	10€
3	3€	15€
4	3€	20€
5	3€	25€
6	3€	40€
7	3€	55€
8	3€	70€

**À SAVOIR** Le **coût moyen (CM)** mesure le rapport entre le coût total (CT) et la quantité produite (Q) :  $CM = CT / Q$ .  
 Le **coût marginal (Cm)** mesure l'augmentation du coût total ( $\Delta CT$ ) résultant de la production d'une unité supplémentaire ( $\Delta Q$ ) :  $Cm = \Delta CT / \Delta Q$ .

- 1 Reproduisez le tableau, rajoutez et complétez les colonnes suivantes : coût total, coût marginal, coût moyen.
- 2 Expliquez l'évolution des colonnes « coût variable » et « coût moyen ».
- 3 Si Alix vend son litre de jus d'orange sanguine à 6 euros, à partir de combien de litres le prix de revient de chaque litre supplémentaire devient-il trop élevé ?

## 2. De la recette aux bénéfices

### Exercice : l'entreprise de jet ski (maximisation du profit)

1

EXERCICE

## Une entreprise de jet skis qui fait des profits ?

POUR COMMENCER

Une entreprise fabrique des Jet skis qu'elle vend 13 000 euros pièce. L'année dernière, elle en a vendu 400. Calculez son profit sachant que ses coûts ont la structure suivante.

#### Coûts

Salaires (et cotisations sociales)	800 000 euros
Achat de consommations intermédiaires	3 000 000 euros
Eau, gaz, électricité, téléphone, télécopie...	100 000 euros
Loyer de l'usine	200 000 euros
Loyer des machines	80 000 euros
Autres dépenses (assurances...)	20 000 euros

Les recettes que l'entreprise obtient en vendant ses produits sont égales à la quantité vendue multipliée par le prix. Les coûts d'une entreprise sont égaux aux dépenses totales effectuées pour produire ces biens. Le profit correspond à la différence entre les recettes et les coûts.



? Quel profit cette entreprise de jet skis a-t-elle réalisé l'année dernière ?

2

EXERCICE

## Choisir le niveau de production qui maximise le profit

Pour une entreprise il n'est pas forcément rentable d'augmenter sans cesse sa production. L'entreprise n'a donc intérêt à augmenter sa production que si la recette marginale qui en résultera est supérieure ou égale au coût marginal engendré. Dans le cas contraire, elle n'a pas intérêt à produire davantage. En situation de concurrence, elle maximise son profit en choisissant le niveau

de production pour lequel le coût marginal est égal à la recette marginale.

**L'entreprise produisant les Jet skis présente la structure de coûts suivante. Le prix de vente est toujours de 13 000 euros par unité. Elle doit déterminer combien de séries de 100 Jet skis il est pertinent de produire.**

Nombre de séries de 100 unités de Jet ski	Quantités produites	Recette Totale (RT)	Recette marginale (Rm)	Coût total (CT)	Coût marginal (Cm)	Profit total (RT-Rm)	Gain net par série supplémentaire (Rm-Cm)
0	0	0	-	1 000 000	-	-	-
1	100	1 300 000		2 000 000			
2	200			2 800 000			
3	300			3 400 000			
4	400			4 200 000			
5	500			5 300 000			
6	600			6 600 000			
7	700			8 100 000			
8	800			9 800 000			

- ? 1. Quels sont les coûts fixes et variables de cette entreprise pour 1 unité (100 jet skis) ?  
 2. Reproduisez et complétez le tableau.  
 3. Quel est le niveau de production pertinent pour cette entreprise ?