

Les relations entre l'entreprise et son environnement économique

Thème 1 du programme : l'intégration de l'entreprise dans son environnement. Première question : comment s'établissent les relations entre l'entreprise et son environnement économique ? L'entreprise n'agit jamais seule : elle achète, vend, embauche, emprunte et paie des impôts. Ce chapitre présente les agents économiques, le circuit qui les relie, le fonctionnement du marché et ses limites, puis les voies de financement de l'entreprise, à partir des trois entreprises fil rouge du site : Vélocité, Les Jardins de Tessier et Kooma.

Les agents économiques et leurs fonctions

Un **agent économique** est un acteur qui prend des décisions économiques : produire, consommer, épargner, investir, prélever. La comptabilité nationale regroupe les agents en cinq grandes catégories selon leur fonction principale et leurs ressources. Une entreprise comme Vélocité est en relation permanente avec chacune d'elles.

Agent	Fonction principale	Ressources principales	Relation avec Vélocité
Ménages	Consommer ; fournir le travail	Salaires, revenus de la propriété, prestations sociales	Clients de la boutique en ligne, salariés de l'atelier
Entreprises (sociétés non financières)	Produire des biens et des services marchands	Chiffre d'affaires	Magasins clients, fournisseurs de composants, concurrents
Sociétés financières (banques, assurances)	Financer, assurer, gérer les moyens de paiement	Intérêts, primes, commissions	Banque prêteuse, assureur de l'atelier
Administrations publiques (État, collectivités, sécurité sociale)	Produire des services non marchands, redistribuer	Impôts et cotisations	Impôts et cotisations versés, aides reçues, routes et pistes cyclables
Reste du monde	Échanger avec l'extérieur	Exportations et importations	Batteries importées d'Asie, vélos exportés en Suisse

Une même personne peut relever de plusieurs catégories : un salarié de Vélocité est un ménage quand il consomme, mais son entreprise est une société non financière. Les associations à but non lucratif forment une catégorie à part (institutions sans but lucratif au service des ménages).

Le circuit économique et les flux

Le **circuit économique** représente les relations entre les agents sous forme de **flux**. Un **flux réel** est un mouvement de biens, de services ou de travail ; un **flux monétaire** est le paiement qui lui correspond en sens inverse. Quand un ménage achète un VAE, le vélo va du producteur au ménage (flux réel) et le paiement va du ménage au producteur (flux monétaire).

Agent	Flux reçus par Vélocité (entrées)	Flux versés par Vélocité (sorties)
Ménages	achats de VAE en ligne (3,4 M€)	salaires nets (2,6 M€)
Entreprises	ventes aux magasins (10,8 M€)	achats de composants et de batteries (7,1 M€)
Administrations publiques	subvention à l'innovation (0,2 M€)	cotisations sociales, TVA, impôt sur les sociétés (1,9 M€)
Sociétés financières	emprunt reçu (1,5 M€)	intérêts et remboursements (0,4 M€)
Reste du monde	exportations vers la Suisse et l'Italie (1,2 M€)	importations de batteries (3,8 M€)

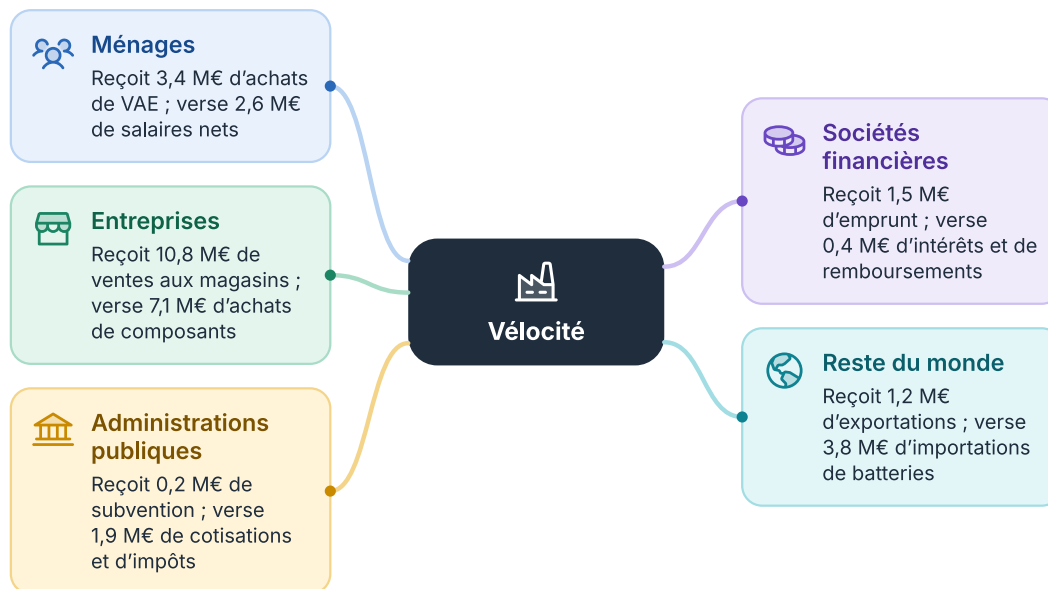


Schéma 1. Vélocité au cœur du circuit économique : les flux monétaires reçus et versés avec chacun des autres agents (exemple 2026 simplifié).

Les flux de Vélocité avec les ménages, les entreprises, les administrations, les banques et le reste du monde (exemple 2026 simplifié) montrent que l'entreprise est au cœur du circuit : elle transforme des achats et du travail en ventes, et répartit la valeur créée entre salariés, fournisseurs, État, banques et actionnaires. Le circuit illustre aussi l'**interdépendance** des agents : une baisse du pouvoir d'achat des ménages réduit les ventes, donc les achats aux fournisseurs et les recettes de l'État.

Le marché : offre, demande et prix d'équilibre

Un **marché** est le lieu, réel ou virtuel, de rencontre entre une **offre** (les vendeurs) et une **demande** (les acheteurs) d'un bien ou d'un service ; cette rencontre fixe un prix et une quantité échangée. On distingue le marché des biens et services, le marché du travail, le marché des capitaux. Sur un marché concurrentiel, la **loi de l'offre et de la demande** s'applique : quand le prix monte, la quantité demandée baisse et la quantité offerte augmente ; quand le prix baisse, c'est l'inverse.

Prix d'un plant de tomate	Quantité demandée (plants)	Quantité offerte (plants)	Situation
2,50 €	9 000	5 000	pénurie (demande > offre)
3,00 €	8 000	6 500	pénurie (demande > offre)
3,50 €	7 000	7 000	équilibre
4,00 €	6 000	8 000	excédent (offre > demande)

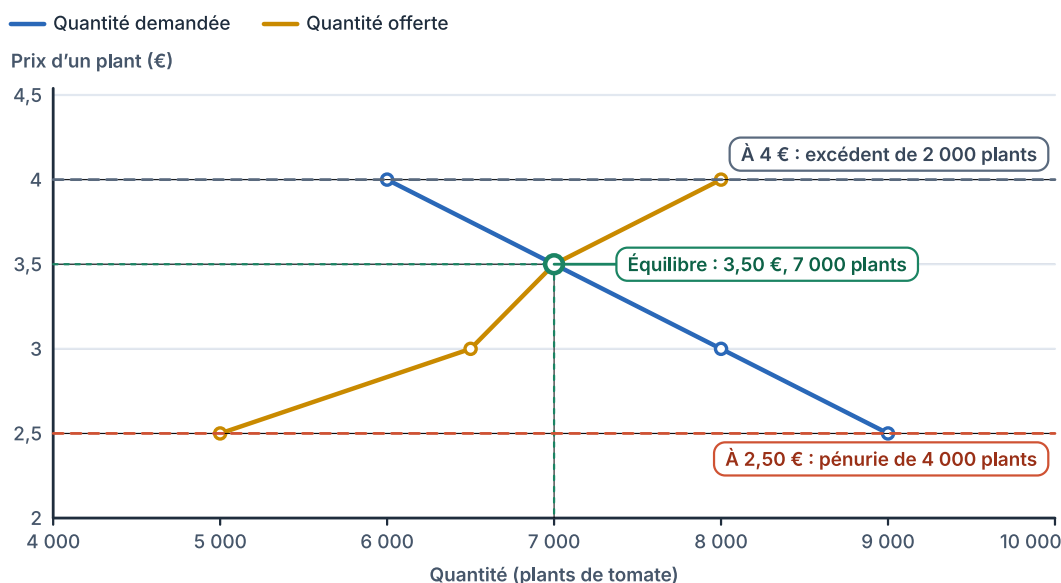


Schéma 2. Le marché local des plants de tomates : la demande baisse et l'offre monte avec le prix ; elles se croisent au prix d'équilibre de 3,50 €.

Exemple. Sur le marché local des plants de tomates, Les Jardins de Tessier observent les quantités ci-dessus. Le **prix d'équilibre** est de 3,50 € : à ce prix, 7 000 plants sont offerts et demandés. À 2,50 €, 4 000 plants manquent : les clients acceptent de payer plus et le prix monte. À 4 €, 2 000 plants restent invendus : les pépiniéristes baissent leurs prix. Le prix d'équilibre se déplace lorsque l'offre ou la demande change : une canicule qui détruit des semis déplace l'offre vers la gauche et fait monter le prix ; une mode du potager déplace la demande vers la droite et fait monter le prix et la quantité.

Le marché réel s'éloigne souvent de ce modèle : les prix sont affichés par les vendeurs, les produits sont différenciés (marque, service), les acheteurs sont mal informés. Le modèle reste utile pour prévoir le sens des variations.

L'élasticité-prix de la demande

L'**élasticité-prix de la demande** mesure la sensibilité de la quantité demandée à une variation du prix : $\text{élasticité} = \text{variation en \% de la quantité demandée} \div \text{variation en \% du prix}$. Elle est en général négative (la quantité baisse quand le prix monte) ; on raisonne sur sa valeur absolue.

Valeur absolue de l'élasticité	Qualification	Conséquence d'une baisse de prix sur le chiffre d'affaires	Exemples
Supérieure à 1	Demande élastique	Le chiffre d'affaires augmente (la quantité progresse plus que le prix ne baisse)	Produits avec substituts nombreux : VAE d'entrée de gamme, plants courants
Égale à 1	Élasticité unitaire	Le chiffre d'affaires est inchangé	—
Inférieure à 1	Demande rigide (inélastique)	Le chiffre d'affaires diminue	Produits indispensables ou sans substitut : carburant, médicaments, abonnement professionnel

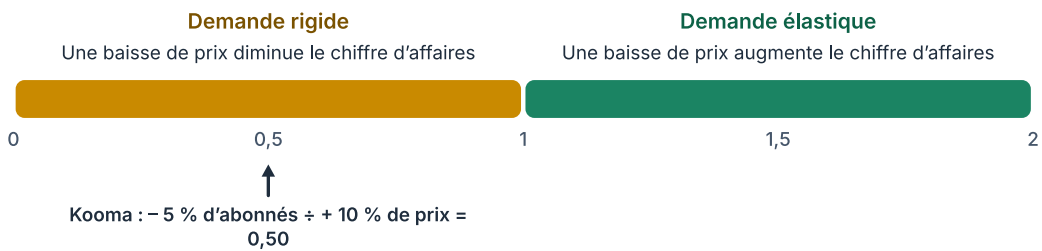


Schéma 3. Lire l'élasticité-prix en valeur absolue, avec l'exemple de l'abonnement Kooma : $- 5 \% \div + 10 \% = - 0,50$, demande rigide.

Exemples calculés. Plants de tomates : quand le prix passe de 3,50 à 4 € (+ 14,29 %), la demande passe de 7 000 à 6 000 plants (-14,29 %) : $\text{élasticité} = -1,00$, demande élastique. Abonnement entreprise de Kooma : quand le prix mensuel par salarié passe de 10 à 11 € (+ 10 %), le nombre d'abonnés passe de 10 000 à 9 500 (- 5 %) : $\text{élasticité} = -0,50$, demande rigide ; la hausse de prix augmente les recettes. L'**élasticité-revenu** mesure de même la réaction de la demande à une variation du revenu des ménages : elle est forte pour les biens de loisir (VAE) et faible pour les biens de première nécessité.

Concurrence, coopération et barrières à l'entrée

La **concurrence** est la rivalité entre offreurs pour conquérir la même demande ; elle pousse à baisser les prix, à innover et à améliorer la qualité. Son intensité dépend du nombre d'offreurs, de la différenciation des produits et des **barrières à l'entrée**, c'est-à-dire des obstacles qui empêchent de nouvelles entreprises d'arriver sur le marché.

Structure de marché	Nombre d'offreurs	Exemple
Concurrence (atomicité)	Très nombreux, aucun n'influence le prix	Pépinières et jardineries d'une région
Oligopole	Quelques offreurs qui s'observent	Fabricants de batteries de VAE, opérateurs téléphoniques
Monopole	Un seul offreur	Réseau de distribution d'électricité, brevet exclusif

Barrière à l'entrée	Exemple
Financière	Investissement initial lourd : usine de batteries (plusieurs dizaines de millions d'euros)
Technologique et juridique	Brevets, normes de sécurité, agréments
Commerciale	Notoriété des marques installées, réseau de magasins, fidélité des clients
Effets de réseau	Une application de covoiturage vaut d'autant plus qu'elle a d'utilisateurs : un nouvel entrant part de zéro

Les entreprises ne font pas que se concurrencer : elles **coopèrent** (achats groupés, recherche commune, normes partagées, sous-traitance, franchise) quand l'intérêt commun l'emporte. La **coopétition** désigne la coopération entre concurrents sur un maillon (production d'un composant) tout en restant rivaux sur la vente. La limite est fixée par le droit : les accords qui fixent les prix ou se partagent les clients sont des ententes interdites.

Les défaillances du marché : asymétrie d'information et externalités

Le marché ne conduit pas toujours à la meilleure situation collective : on parle de **défaillances du marché**. Deux d'entre elles sont au programme.

Défaillance	Définition	Exemple	Réponse possible
Asymétrie d'information	L'une des parties à l'échange sait ce que l'autre ignore	L'acheteur d'un VAE d'occasion ignore l'état réel de la batterie ; l'assureur ignore la prudence du conducteur	Garanties, labels, notes et avis, contrôles, contrats incitatifs
Externalité négative	Effet défavorable subi par un tiers sans compensation	Rejets d'une usine de batteries dans une rivière ; bruit d'une jardinerie pour les voisins	Taxe, norme, interdiction, droit à polluer
Externalité positive	Effet favorable reçu par un tiers sans paiement	Haies plantées par la pépinière qui abritent les cultures voisines ; covoiturage qui réduit le trafic	Subvention, aide publique, commande publique

L'asymétrie d'information prend deux formes : avant le contrat, la **sélection adverse** (les mauvais produits ou les mauvais risques chassent les bons, car l'acheteur ne sait pas distinguer) ; après le contrat, l'**aléa moral** (une partie change de comportement parce qu'elle n'est plus contrôlée). Face aux externalités, l'État peut **internaliser** l'effet : faire payer le pollueur (taxe) ou récompenser celui qui crée un bénéfice collectif (subvention), de façon à rapprocher la quantité produite de l'optimum social.

Le financement de l'entreprise : banques et marché financier

Pour investir et financer son cycle d'exploitation, l'entreprise a besoin de ressources qu'elle trouve auprès des autres agents. Les ménages épargnent plus qu'ils n'investissent : ils ont une **capacité de financement** ; les entreprises investissent plus qu'elles n'épargnent : elles ont un **besoin de financement**. Deux circuits relient les uns aux autres.

Mode de financement	Mécanisme	Exemple	Avantages et limites
Financement indirect (intermédié)	Une banque collecte l'épargne et accorde des crédits ; elle supporte le risque et se rémunère par l'intérêt	Emprunt de 1,5 M€ de Vélocité pour l'usine ; découvert des Jardins de Tessier au printemps	Accessible aux PME ; dépend du taux d'intérêt et des garanties exigées
Financement direct (marché financier)	L'entreprise émet des titres (actions, obligations) achetés par des investisseurs	Levée de fonds de Kooma auprès de fonds d'investissement ; grandes entreprises cotées en Bourse	Montants importants, pas de remboursement pour les actions ; dilution du contrôle, exigence de rentabilité

Le **taux d'intérêt** est le prix du financement : il se forme sur le marché des capitaux sous l'influence de la banque centrale. Quand il baisse, les projets d'investissement deviennent plus rentables et les entreprises empruntent davantage ; quand il monte, elles reportent leurs investissements. **Exemple.** Un emprunt de 1 500 000 € sur 10 ans coûte, en intérêts la première année, $1\,500\,000 \times 3\% = 45\,000$ € à 3 %, mais 75 000 € à 5 % : la rentabilité attendue de l'usine doit dépasser ce coût.

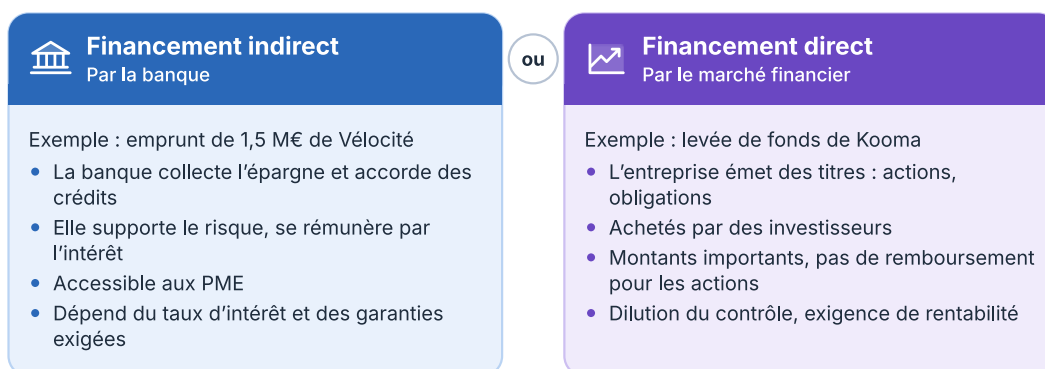


Schéma 4. Deux circuits relient l'épargne des ménages au besoin de financement des entreprises.

Méthode : répondre à une question de CEJM

Une question de CEJM demande une réponse construite, jamais une simple affirmation. Pour les questions d'économie, la structure attendue est la suivante.

- Identifier et qualifier** : nommer la notion du programme en jeu (marché, élasticité, externalité, asymétrie d'information, barrière à l'entrée) et la définir en une phrase.
- Expliquer le mécanisme** : décrire comment la notion fonctionne (cause → conséquence), si possible avec un chiffre du dossier.
- Appliquer au cas** : montrer en quoi la situation de l'entreprise du dossier correspond au mécanisme, en citant les documents.
- Conclure** : répondre à la question posée (conséquence pour l'entreprise, décision ou recommandation).

Exemple de question. « Expliquez pourquoi la métropole subventionne les trajets de Kooma. » **Réponse rédigée.** Le covoiturage produit une externalité positive, c'est-à-dire un avantage reçu par des tiers (les habitants, qui subissent moins de trafic et de pollution) sans qu'ils paient la plateforme. Laissé au seul marché, un bien à externalité positive est produit en

quantité insuffisante, car les utilisateurs ne tiennent compte que de leur avantage personnel. Dans le dossier, les 38 000 trajets mensuels de Kooma réduisent le trafic sur deux axes ; la métropole en bénéficie sans contrepartie. En versant 1 € par trajet, elle internalise l'externalité : le prix payé par les usagers baisse, la demande se déplace vers la droite et le nombre de trajets augmente, ce qui rapproche l'activité de l'optimum collectif. La subvention est donc économiquement justifiée.

Erreurs à éviter : répondre sans définir la notion ; décrire le document sans l'analyser ; confondre externalité (effet sur un tiers) et asymétrie d'information (information inégale entre les deux parties à l'échange).

L'essentiel à retenir

- Cinq agents économiques (ménages, entreprises, sociétés financières, administrations publiques, reste du monde) sont reliés par des flux réels et monétaires dans le circuit économique.
- Sur un marché, le prix d'équilibre égalise offre et demande ; l'élasticité-prix (variation en % de la quantité ÷ variation en % du prix) dit si une baisse de prix augmente le chiffre d'affaires (demande élastique) ou le réduit (demande rigide).
- La concurrence est limitée par les barrières à l'entrée et complétée par la coopération ; les ententes sur les prix sont interdites.
- Le marché est défaillant en cas d'asymétrie d'information ou d'externalités ; l'entreprise se finance de façon indirecte (banques) ou directe (marché financier), au prix du taux d'intérêt.