# Mission 1 : Les relations entre l’entreprise et les autres agents économiques

**Situation :**

La Société Alsacienne d’Importation de Café (SATI), emploie une cinquantaine de salariés sur son site strasbourgeois afin de sélectionner, torréfier et commercialiser ses cafés auprès d’une clientèle composée de professionnels (Cafés, Hôtels-Restaurants et grande distribution alimentaire), et de particuliers via sa boutique de vente en ligne (cafesati.com). Parmi ses collaborateurs, les Cafés SATI comptent un triple champion de France de la dégustation de café (cup tasting), Sébastien Maurer, 39 ans. Il travaille dans l’entreprise depuis 19 ans et a gravi les échelons. Depuis 10 ans, il est responsable qualité et s’occupe également du laboratoire.

Les grains de cafés proviennent de plantations de caféiers sélectionnées dans les principaux pays réputés pour leur qualité et robustesse. Les Cafés SATI disposent d’une palette de 40 variétés de café d’origine. L’entreprise s’approvisionne au Brésil, premier pays producteur de caféiers et également en Colombie, en Éthiopie, au Vietnam ou encore au Mexique, auprès de fermes ayant des projets écologiques (reforestation, formation des enfants). Cela lui permet de proposer un café « équitable » que le torréfacteur commercialise principalement en Marque De Distributeur Système U.

**Depuis les années 2000, plusieurs tournants ont marqué l’entreprise strasbourgeoise.** En premier, la modernisation complète de l’usine et des installations du Port du Rhin a été réalisée. Les travaux ont duré cinq ans et représenté un investissement total de près de 5 millions d’euros. Pour concrétiser ce projet, l’entreprise a pu notamment s’appuyer sur ses partenaires bancaires.Dans le déploiement de ses innovations, l’entreprise et également accompagnée par Bpifrance, la banque publique d’investissement chargée de soutenir les Petites et Moyennes Entreprises et les entreprises innovantes.

Ensuite, l’entreprise a adhéré à l’association « Max Havelaar France », dont les standards du commerce équitable assurent aux producteurs et travailleurs du Sud, de meilleures conditions commerciales et/ou de travail et leur donne la possibilité d’investir dans un futur plus durable.

**L’entreprise peut être considérée comme un écosystème, en interrelation constante avec des individus ou des groupes d’individus afin de réaliser les objectifs qu’elle se fixe.**

**Questions**

1. **Identifier les différents agents économiques avec lesquels l’entreprise SATI est en interrelation**(Ressource 1 et Document 1). **Il vous sera demandé également de définir la notion d’agent économique. (2 points)**

**Cette question vise d’une part à vérifier si l’étudiant sait reconnaître les agents économiques avec qui l’entreprise est en lien et interagit et d’autre part à évaluer si l’étudiant sait définir la notion d’agent économique**

**Un agent économique est une personne ou un groupement de personnes qui impacte de son comportement l’économie. On parle de comportement économique dès lors qu’on interagit avec l’économie par la consommation ou la production. Afin de faciliter les analyses économiques, on opère généralement une typologie d’agents en les regroupant suivant leur fonction principale.**

**Ici, SATI est en lien avec une multitude d’acteurs/d’agents économiques.**

* **La banque, qui permettra à SATI de pouvoir financer ses investissements et sa trésorerie**
* **D’autres entreprises concurrentes ou de type fournisseurs/clients (les entreprises sont classées dans la catégorie société non financière).**
* **Des ménages aussi bien salariés que clients dont le rôle économique est la consommation.**
* **Des associations que l’on regroupera dans la catégorie ISBLSM (institutions sans buts lucratifs au service des ménages) notamment Max Havelaar France évoquée dans le document 1.**
* **L’Etat, est aussi un acteur économique avec qui SATI interagira notamment à travers le paiement d’impôts.**

1. **Analyser les fonctions principales et les ressources de chaque agent économique ainsi identifié en les représentant sous la forme d'un tableau synthétique**(Ressources 1 à 3). **(2 points)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Agents** | **Fonction** | **Ressource** |
| **Société financière (banque)** | **Rôle de facilitateur économique, intermédiaire aux échanges …** | **L’épargne des agents économique par exemple** |
| **Société non financière (entreprise)** | **Production de biens et services marchands** | **Ressources financières générées par les ventes par exemple, ressources humaines, technologiques, matérielles** |
| **Etat (administrations publiques)** | **Production de services non marchands publics** | **Impôts prélevés/taxes, cotisations salariales** |
| **Ménages** | **Consommation** | **Revenus du travail (salaire), revenus du patrimoine (loyer, etc)** |

1. **Après avoir repéré le poste de dépense des ménages concerné par les cafés SATI, analyser son évolution depuis 50 ans. Que peut-on déduire des autres postes représentés ?** (Document 2) **(1 point)**

**Les ménages dépensent leur revenu dans différents postes de consommation. Un poste de consommation ou de dépense est une catégorie de dépense. On peut citer l’alimentation, l’habillement mais aussi le transport par exemple. Ici, le poste de dépense des ménages concerné par le café est celui de l’alimentation.**

**Le document 2 nous donne une répartition des dépenses des ménages sur une cinquantaine d’années. Nous pouvons voir les différents coefficients budgétaires pour chaque poste de dépense. Nous constatons que l’alimentation est passé de 38 à 25 ce qui signifie qu’un ménage dépensait en 1960, 38 euros pour l’alimentation sur 100 de dépenses totales alors qu’aujourd’hui il n’en dépense plus que 25. Forcément si la répartition des dépenses sur cette période n’est pas la même cela signifie que certains postes ont augmenté et d’autres ont diminué.**

**On peut, en sa basant sur le document 2 toujours, s’apercevoir que les autres postes de dépenses (hors alimentation) ont tous augmenté au détriment donc de l’alimentation qui elle a baissé. Cela est du notamment aux évolutions de pensées, aux évolutions sociétales mais également aux progrès techniques qui est venu créer de nouveaux besoins.**

1. **Présenter les options de financement des investissements pour les cafés SATI ? Opérer une classification des options de financement.** (Ressource 4 et Documents 3 et 4). **(1 point)**

**Pour se financer, plusieurs modes existent. Soit on se finance de manière interne en s’autofinançant donc à l’aide de ses propres ressources. Soit de manière externe par les crédits (mode de financement indirect : banque) ou par le marché financier sur lequel les entreprises vont vendre des actions/obligations.**

1. **Représenter par un schéma, un circuit économique simplifié faisant apparaître trois agents économiques de votre choix. Vous prendrez soin de bien montrer les différents flux et de les nommer. (2 points)**

**Entreprise >>>> Ménages : flux réel : délivrance du bien ou du service**

**Entreprise<<<< Ménages : flux monétaire : paiement du prix de vente**

**Ménages <<<<< banque : flux monétaire : prêt**

**Ménages <<<<< banque : flux monétaire également : remboursement du prêt + intérêt.**

1. **Pourquoi SATI est-il spécialisé ? (Pourquoi les agents se spécialisent ?) (2 points)**

**La spécialisation est un processus économique visant à se restreindre à une activité dans laquelle je détiens des compétences précises, propres un certain savoir-faire. Ainsi, lorsque tous les agents d’une économie sont spécialisés dans un domaine précis cela rend possible une économie basée sur l’échange et les relations multiples entre agents. L’échange facilite l’économie : il permet un gain de temps (je n’ai pas à produire l’ensemble des biens pour satisfaire mes besoins), un gain d’argent (chaque agent spécialisé réalisera des économies d’échelles), etc.**

1. **Quels sont les trois temps d’une économie ? (Question bonus)**

**Production, répartition, consommation**

# 

# Mission 2 : Le fonctionnement des marchÉs

**Situation :**

En 2012, les cafés SATI ont à nouveau investi entre 10 et 15 millions d’euros dans leur outil de production, cette fois afin de se diversifier dans les capsules compatibles avec les machines Nespresso.

Enjeu et opportunité de taille car après avoir protégé sa capsule avec 1700 brevets, le principal brevet de Nespresso est entré dans le domaine public en 2012, ce qui signifie que les entreprises ne sont plus tenues de demander une autorisation d'exploitation du brevet à Nespresso.

En effet, la protection d’une durée de vingt ans expirait à cette date et les principaux acteurs du marché du café attendaient de pouvoir rentrer sur le segment des capsules et plus particulièrement de pouvoir concurrencer les fameuses capsules Nespresso.

Côté prix, si le prix de base est relativement serré entre les concurrents (à titre d’exemple, en vente directe sur le site cafesati.com, le paquet de 10 capsules est vendu 3,39 € TTC et ce prix est unique pour chaque café de la gamme, y compris pour les capsules bio certifiées Max Havelaar, tandis que du côté de Nespresso, les prix démarrent à 3,35 € TTC les 10 capsules jusqu’à 4,45 € TTC), Nespresso joue sur la différenciation et le haut de gamme. La concurrence sur le marché des capsules est dense et les parts de marché se répartissent entre les principales marques.

Si les cafés SATI ne couvrent pas l’ensemble du territoire national sous leur marque propre, leur présence s’étend néanmoins sur l’ensemble du territoire du Grand Est. Par ailleurs, son partenariat avec Système U concerne l’ensemble de l’hexagone, mais sous marque distributeur. Cela permet à l’entreprise strasbourgeoise d’augmenter ses volumes de production.

**Questions**

1. **Repérer les facteurs pouvant influencer les prix de vente des cafés SATI et de Nespresso** (Ressources 5 et 6). **(1 point)**

**Comment se forment les prix ? Alors il s’agira de répondre par la rencontre entre une quantité d’offre et une quantité de demande. C’est bien le niveau de l’offre et le niveau de la demande qui va permettre de former le prix d’équilibre du marché.**

1. **Dans quel sens les prix de vente des cafés SATI évolueraient-ils si la demande doublait ? Et si au contraire, l’entreprise SATI n’arrivait pas à vendre son café, faute de demande ? Que peut-on en conclure ?** (Ressources 5 et 6). **(1 point)**

**S’agissant de la loi de l’offre et de la demande, toute évolution positive de la demande à niveau d’offre constant entraîne une rarification de l’offre et par conséquent une augmentation des prix. A l’inverse, si la demande diminue à niveau d’offre constant les prix baisseront. On peut donc en conclure qu’il existe une relation étroite entre l’évolution de l’offre et le demande et celle des prix. On parlera alors de loi de l’offre et de la demande.**

1. **Peut-on dire que le marché du café en capsules est en situation de concurrence pure et parfaite ? *Justifier votre réponse*. (**Ressource 7 et Document 5)**. (2 points)**

**Pour répondre à cette question il faut tout d’abord expliquer ce qu’est un marché en situation de concurrence pure et parfaite. Un marché est dit de la sorte lorsque :**

**Multitude d’offreurs et de demandeurs de taille réduite de telle sorte qu’aucun ne puisse influencer le marché ;**

**Tous les produits échangés sont identiques et il ne peut y avoir de marques distinctives, la concurrence ne porte que sur le prix ;**

**La libre entrée (et sortie) sur le marché où la fluidité du marché : il n’y a pas de restrictions à l’entrée du marché (pas de réglementation trop contraignante ou d’investissement trop importants), le marché est ouvert à la concurrence de toute entreprise qui souhaiterait s’y implanter et de tout nouvel acheteur qui souhaiterait participer à l’échange.**

**La transparence du marché : un marché est « transparent » lorsque toutes les informations sont disponibles et peuvent être connues des agents économiques : qualité des B&S, quantités offertes et demandées ainsi que les prix.**

**La mobilité des facteurs de production (travail et capital) : les facteurs doivent pouvoir se déplacer librement et sans obstacle, afin que chaque entreprise bénéficier des mêmes conditions de production.**

**Le marché du café semble respecter l’ensemble de ces critères et est donc en situation de concurrence pure et parfaite.**

1. **Préciser dans quelle situation de concurrence se trouve le marché de l’entreprise SATI. (**Ressource 8). **(1 point)**

|  |  |
| --- | --- |
| Offre  Demande | Grand nombre d’offreurs |
| Grand nombre de demandeurs | Concurrence parfaite |

1. **En déduire les principaux avantages attendus par une entreprise lorsqu’elle souhaite établir une relation de coopération avec l’un de ses concurrents ?** (Ressource 9 et Document 6). **(1 point)**

**Question de cours pur : les principaux avantages qu’une entreprise retire de la coopération sont :**

**Réduction des coûts liés à l’investissement, mutualisation des compétences et des connaissances, innovation, gain de temps.**

# MISSION 3 : Les dÉfaillances et les dysfonctionnements des marchÉs

**Situation :**

Pour torréfier son café, SATI utilise le gaz comme énergie. Pour l’entreprise, il est important que la relation avec l’Électricité de Strasbourg soit établie dans une vision « proactive » et partenariale. En leur proposant des contrats à prix fixes, les Cafés SATI ont pu ainsi garder la maitrise de leurs coûts, voir même de réaliser des économies à l’achat de l’énergie.



Électricité de Strasbourg envoie chaque jour à son client, une newsletter le renseignant sur la variation des prix du marché afin que les Cafés SATI puissent se positionner (<https://youtu.be/ZCB8go5TznY>).

L’entreprise SATI est sensible au développement durable et entretient des partenariats durables avec les acteurs associatifs locaux.

En effet, depuis 2010, les 0,5% à 1% d’emballages vides non conformes (dates qui ne sont pas bien marquées, soudures mal faites, etc.) sont récupérés par l’association strasbourgeoise « Libre Objet » afin de leur donner une seconde vie sous forme de sacs-cabas.

Ces emballages étant constitués de plastique et d’aluminium, il aurait été coûteux de payer pour leur destruction, car ils ne sont pas recyclables. Les Cafés Sati fournissent ainsi les emballages à l’association Libre Objet, puis leur rachète, afin de les distribuer lors d’évènements organisés pour leurs clients et fournisseurs. Ces emballages sont ainsi devenus un outil marketing apprécié !

De plus, côté image, ce partenariat association-entreprise est un réel atout ! Du côté des salariés, une plus grande implication et motivation ont été notables car ils ont trouvé du sens dans leurs actes et ressentent de la fierté de travailler au sein d’une entreprise qui tient non seulement compte des impératifs économiques mais également de l’impact écologique et de l’aspect sociétal.

Nicolas Schulé, le dirigeant de SATI poursuit son engagement écologique avec, dernière innovation durable en date, le développement de capsules de café bio, fabriquées à base de fibres végétales biodégradables. Celles-ci se transforment en compost industriel au bout de trois mois. Cette innovation a été sélectionnée au salon international de l’alimentation en 2017.

**Questions**

1. **Définissez de manière simple « l’asymétrie d’information » (1 point)**

**L’asymétrie d’information est une situation dans laquelle les agents économiques ne disposent pas de la même quantité d’information dès le départ. Certains leviers existent notamment juridiques.**

1. **Expliquer la phrase soulignée** (Ressource 10).

**Pas à faire ou bonus**

1. **Repérer les principales barrières à l’entrée sur le marché du café** (Ressource 11 et Document 7). **(1 point)**

**Obstacle de caractère réglementaire, économique, financier ou technologique, qui rend difficile l’entrée de nouvelles entreprises sur ce marché.**

**La principale barrière à l’entrée évoquée dans le document est le brevet.**

1. **Repérer les externalités générées par la torréfaction du café puis montrer que la récupération des emballages non conformes par l’association Libre Objet permet de générer des externalités positives** (Document 8). **(2 points)**

**La pollution de l’environnement est un exemple d’externalités négatives liées à la production de café.**

**La récupération des emballages non conformes par l’association Libre Objet permet de créer de l’emploi, permet également de donner une seconde vie à ces emballages, etc.**

# 