

TD N°2 du Chapitre 2 Mme THABET / Mme LE GALLO

L'entreprise dans son environnement CORRIGEE

INTRODUCTION

1-Recherchez les motivations d'un créateur d'entreprise; est-il plus facile de créer une entreprise ou de la faire durer? Justifiez votre réponse.

- L'autonomie, l'indépendance, liberté d'action, d'organisation...sont les motifs premiers d'une création d'entreprise ;
- Dans le contexte de M. Abbes, le lien unissant le salarié à l'entreprise oblige les salariés à quitter l'entreprise s'ils développent une innovation en lien avec leur activité professionnelle (le contrat de travail rend l'employeur titulaire des innovations effectuées dans le cadre professionnel ; lien de subordination employé-employeur) ;
- La création d'entreprise est relativement aisée aujourd'hui (plusieurs formes juridiques existent : auto entrepreneur, entreprise individuelle...) ; les formalités administratives réduites ; les conditions fiscales et sociales les premières années sont incitatives à la création ;
- En revanche, la survie et le développement de ces nouvelles entreprises sont souvent difficiles et se traduisent par des faillites (1 entreprise sur 2 ne dépasse pas les 5 ans d'âge)

2-Listez les difficultés que l'entreprise peut rencontrer dans ses relations avec son environnement.

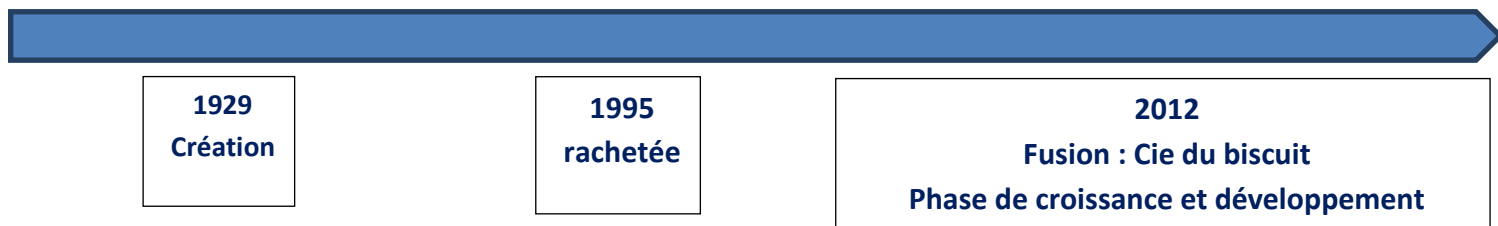
- Les concurrents ont déjà des parts de marché si le produit existe déjà ;
- Recherche de clientèle, prospection du marché ; étude de marché...pour savoir si le produit de l'entreprise a ses chances (débouchés ?) : parfois, cette prospection du marché a été mal ou insuffisamment faite ;
- Le manque d'enthousiasme des banques et organismes financiers pour prendre le risque de prêter des fonds à ces jeunes entreprises ;
- Relations avec les fournisseurs : ceux-ci ne prennent pas le risque d'octroyer un crédit client à cette nouvelle entreprise de peur de ne pas être payé. La nouvelle entreprise doit alors payer comptant...avant d'avoir pu vendre les produits fabriqués à crédit car les clients, eux, demandent voire exigent de payer avec des délais de 30 jours, 60 jours;
- Il faut réussir à tisser des relations commerciales avec les fournisseurs, connaître des fournisseurs de qualité, réussir à avoir les matières ou produits intermédiaires qui correspondent aux attentes, aux nouveaux produits proposés par la jeune entreprise ;
- Il faut également que le créateur soit un manager compétent, c'est un métier à part entière : très souvent, le déclenchement de la création d'entreprise se fait sur une idée nouvelle, sur un marché porteur...avec des compétences sur le cœur de métier du créateur. En revanche, la prise de conscience des compétences à avoir en gestion est souvent sous-estimée voire négligée ; les obligations comptables, fiscales, les travaux de gestion sur l'évaluation de la santé financière de la nouvelle entreprise, la fixation des prix, des marges commerciales...sont parfois peu maîtrisés ;
- La jeune entreprise doit trouver des locaux, des salariés (éventuellement)...les pépinières d'entreprises, les aides de l'Etat contribuent à faire face à ces besoins.

3-Montrez que l'activité de l'entreprise n'est pas neutre par rapport à son environnement.

- Elle crée des emplois donc elle a un impact sur le marché du travail, élément de l'environnement ;
- Elle peut polluer (air, eau...), déchets donc elle affecte la dimension écologique de l'environnement ;
- Elle apporte de nouveaux produits, cela peut modifier le marché concurrentiel, l'état de la concurrence...donc elle affecte l'environnement économique ;
- Elle utilise des aides de l'Etat, nécessairement limitées donc non disponibles pour d'autres,
- Elle peut déclencher des réactions de groupes de pression (associations de consommateurs, syndicats de travailleurs...) : ces réactions vont toucher l'environnement, faire évoluer les mentalités, dégager des exigences de la part des citoyens (non travail des enfants sur les produits vendus, non utilisation de solvants toxiques dans les produits fabriqués, déclenchement d'évolutions de lois...).

Activité 1 Documents 1 à 3

1. Retracez la vie de l'entreprise Délos. Indiquez dans quelle phase de son cycle de vie se situe l'entreprise Précyform. Justifiez votre réponse.



L'entreprise DELOS, Est Aujourd'hui Dans Une Situation Où Elle Fusionne Avec La Compagnie Du Biscuit. Inévitablement, Elle Vient Ainsi De Croître. Ses Effectifs Ont Donc Augmenté, Ainsi Que Ses Clients, Ses Fournisseurs, Son Marché. On Peut Ainsi Diagnostiquer Une Phase De Croissance Et Développement De Cette Entreprise.

Le Positionnement De Chaque Entreprise Au Sein De Son Cycle De Vie A Un Impact Indéniable Sur L'environnement, D'où Cette Illustration Au Sein De Cette Thématique Sur L'environnement :

- Une nouvelle entreprise qui arrive sur un marché ou qui crée ce marché impacte celui-ci en termes d'offres de produits, d'accroissement de la vivacité de la concurrence, de l'offre d'emplois, de l'utilisation d'aides de l'Etatqui ne seront plus disponibles pour d'autres, etc. ;
- Une entreprise dans une phase de croissance ou développement se traduit par un rapport de force avec les concurrents qui va impacter ceux-ci ; un rapport de force avec les distributeurs des produits ; avec les clients ; avec les actionnaires, etc....donc de nombreuses dimensions de l'environnement se trouvent impactées par cette phase au sein du cycle de vie de l'entreprise ;
- Une entreprise en phase de déclin ou de fin de vie va affecter l'environnement en faisant disparaître des emplois directs (l'entreprise) ou indirects (les sous-traitants, les fournisseurs) ; des ressources fiscales (TVA collectée, impôts territoriaux ou de l'Etat) ; des offres de produits (biens ou services).

2. A partir des trois documents, recherchez quelles peuvent être l'origine des idées ainsi que les motivations du créateur d'entreprise.

- Expérience professionnelle,
- Recherche et développement
- Idée qui a émergé suite à un changement, rupture professionnelle (licenciement)
- Formation

3. Expliquez pourquoi le créateur doit posséder autant de qualités. Illustrez ces qualités par des exemples

- Avoir des compétences techniques, conceptuelles sur le cœur de métier (emporte-pièce, biscuiterie, librairie) pour être en capacité de faire face à la réalisation des nouveaux biens et services au centre de la création d'entreprise ;
- Avoir les capacités de manager cette nouvelle entreprise (gestion, comptabilité, banque, relationnel, commercial) afin d'assurer sa survie, son développement et de respecter les obligations légales (vis-à-vis des impôts, du droit du travail, de la sécurité des personnes au travail (produits toxiques, aménagement des postes de travail...)).

4. Recherchez quelles peuvent être les causes de la disparition de jeunes entreprises.

- Manque de compétences en gestion,
- Pb de financement, de confiance des banques, des organismes financiers,
- Prise de risque sous évaluée par rapport au marché, aux clients, aux fournisseurs, aux concurrents,
- Exigence des clients et fournisseurs en matière de délais de paiement,
- Des barrières à l'entrée du marché insurmontables,
- Une démotivation du créateur d'entreprise face aux difficultés rencontrées,
- Une situation économique mal évaluée qui rend l'entreprise vulnérable et/ou non rentable.

Suite Activité 1 : Documents 4 et 5

1-Énumérez les variations de l'environnement dont Benetton n'a pas su tirer parti.

-**la cible des consommateurs a changé**, Benetton ne l'a pas perçu, ne l'a pas exploité : en effet, le document stipule que les acheteurs de vêtements sont situés en majorité sur des tranches d'âge jeunes. Or les articles proposés par Benetton sont conçus, imaginés, destinés à des tranches d'âge plus élevées (35-50 ans). Un décalage semble s'être installé entre la cible visée par Benetton et les consommateurs réels. Benetton n'a donc pas analysé les modifications de sa clientèle. Cette clientèle est un élément de l'environnement, négligé ou mal pris en considération par l'équipe dirigeante de Benetton ;

-**le lieu de fabrication est resté en Europe alors que les concurrents ont délocalisé en Asie pour profiter de coûts de main d'œuvre attractifs** : positionnement prix en défaveur de Benetton qui ne tire pas ainsi profit des réductions de coûts liées à des coûts de main d'œuvre. Il faut cependant souligner que, malgré une localisation européenne de la fabrication, des pays, tels que la Roumanie, la Slovénie peuvent néanmoins être forts attractifs sur le plan des coûts de main d'œuvre ...tout en étant effectivement situés en Europe ;

-**Benetton n'a pas communiqué ses atouts hors prix** : qualité, image de fabricant en Europe. L'argument de la fabrication en Europe pourrait être finalement exploité comme étant une sensibilité de l'entreprise à fabriquer au plus près de ses clients, d'avoir une attention sur les effets négatifs pour la planète de transports liés à des lieux de fabrication très éloignés des lieux de consommation, d'avoir une volonté d'être européen...Benetton pourrait retourner en sa faveur ses différents éléments et favoriser des achats de consommateurs citoyens ou sensibles à ce genre d'image d'entreprise ;

-**les produits sont dépassés dès leur arrivée sur le marché** : ceci est lié à un mauvais positionnement de la cible des consommateurs visée. Les études de marché, les analyses ne mettent pas suffisamment en évidence ces décalages entre l'entreprise et l'environnement des consommateurs, leurs attentes, leurs exigences ;

-**mauvaise exploitation de la situation vis-à-vis des concurrents** : Benetton copie (Zara H&M) et n'innove pas. L'environnement de ce marché du côté des concurrents est mal estimé. Cette mauvaise prise en compte de l'environnement nuit forcément à Benetton qui ne répond pas aux attentes des consommateurs, n'apparaît pas comme une entreprise porteuse d'innovations, tant sur ses produits que sur ses messages, peu renouvelés sur le plan commercial ;

-**mauvaise anticipation de la mode** : commandes passées 1 an à l'avance (référence au juste à temps). Produits trop centrés sur la maille, peu diversifiés. Cela témoigne d'un manque de réactivité face au marché, aux clients, à la mode...

2-Indiquez les raisons qui ont poussé Benetton à investir dans d'autres secteurs industriels que le textile. Recherchez des exemples d'entreprises qui ont disparu faute d'avoir su prendre en compte leur environnement.

-Diversification vers d'autres secteurs pour gérer les risques qui pourraient survenir au secteur central de Benetton : la maille, le textile

-Compensation des situations financières afin d'équilibrer l'ensemble du groupe entre entreprises florissantes et entreprises sur le déclin.

3-Recherchez, pour chacune des composantes de l'environnement, des exemples d'entreprises qui peuvent être particulièrement affectées.

1. Kodak : mal anticipé le passage à la photo numérique ; c'est ici la technologie et l'accueil par les consommateurs des potentialités offertes par le numérique ;
2. PSA : combinaison de plusieurs facteurs (crise économique, coût de la MO, fin des primes à la casse, dimension internationale mal exploitée, réduction sur les primes des véhicules « écologiques », normes écologiques contraignantes sur les prix, les augmentations des polices d'assurances pour les clients, des prix des carburants qui se renchérissent...)
3. Alcatel : mauvaise anticipation des exigences et attentes en termes de qualités, richesse des fonctionnalités des téléphones mobiles...et des retombées des contenus des produits et innovations des concurrents.
4. Nestlé, groupe Danone : diverses mesures destinées à l'entraide vers les enfants des pays d'Afrique ; image de développement durable, dimension culturelle, citoyenne dans l'acte d'achat des consommateurs.

Suite activité 1 Document 6

1-Décrivez la place et le rôle de l'entreprise dans les deux systèmes présentés.

-Dans le premier schéma, l'entreprise est certes impactée par les fournisseurs, mais c'est elle qui s'impose aux clients. Il s'agit d'une schématisation d'un contexte environnemental où il n'y a pas de pb de débouchés, donc l'entreprise a un rapport de force à son avantage vis-à-vis des clients et l'entreprise pourra vendre sans pb ses produits. La notion de marché n'est pas flagrante et les exigences des consommateurs peu prises en compte ;

-en revanche, dans le deuxième schéma, l'entreprise, toujours influencée par les fournisseurs, n'intervient qu'avec moins de virulence, de poids, de rapports de force au sein de l'environnement. Le marché est central et lieu de pouvoirs. C'est le marché qui va rassembler les forces qui vont s'exercer sur l'entreprise. L'entreprise se doit de maîtriser ce marché afin d'en saisir les opportunités et d'en éviter les menaces sous-jacentes.

2-Expliquez pourquoi le schéma traditionnel a progressivement évolué vers une vision nouvelle.

-une des explications que l'on peut mettre en avant, c'est que la demande des consommateurs a changé. Les consommateurs sont plus exigeants, savent se tourner vers des entreprises concurrentes en cas de non satisfaction, les consommateurs deviennent des consommateurs citoyens. Les réponses apportées à ces consommateurs doivent être en cohérence. L'immédiatisation des réponses attendues par les consommateurs impose une réactivité rapide des entreprises. On voit surgir alors une force qui émane du marché tout entier.

-la dimension internationale, la facilité des transports a rendu plus vive la concurrence. Les consommateurs savent en user tant sur des exigences en termes de prix que sur la qualité des produits. Les motifs d'achat de la part des consommateurs sont pluriels : prix, qualité, service après-vente, délai, garantie, extension de garantie, accueil, suivi des articles, innovations, facilités de paiement...

-Tous ces éléments émanant de l'environnement dans ses diverses dimensions ont modifié le schéma traditionnel et ont conduit à la vision nouvelle qui est celle de l'environnement des entreprises aujourd'hui.

3-Recherchez quelles sont, pour l'entreprise, les principales conséquences de ce changement.

-elles doivent s'adapter, transformer leur management ou...risquer de disparaître ;

-elles doivent être en situation de veille informationnelle afin d'être en capacité de capter, identifier, diagnostiquer les évolutions émergeant du marché ;

-elles doivent mettre en place un management des risques afin d'anticiper une situation qui pourrait mettre en péril leur pérennité : diversifier les produits, les gammes de produits, les pays d'implantation, créer des marques internes permettant de gérer les aléas des attitudes des consommateurs (par exemple les marques de lessives pour machine à laver appartiennent en fait à quelques groupes... et ces marques ne sont pas réellement en concurrence)

4-Situez Benetton par rapport à ces deux schémas : l'entreprise a-t-elle une vision traditionnelle ou une vision nouvelle?

Benetton serait plutôt dans un schéma traditionnel avec des produits pensés et fabriqués selon la vision de Benetton mais qui ne correspondent plus au marché...ou une politique commerciale mal conçue.

Activité 2 Documents 7 à 9

1- Décrivez l'influence des variations brutales du prix du pétrole sur l'activité d'une entreprise.

-le pétrole est un élément qui est incorporé dans la plupart des carburants (essence, diesel, kérosène, fioul...), des modes de chauffage à base de pétrole... Logiquement, la moindre modification du prix du pétrole se répercute très rapidement voire immédiatement sur les prix des carburants pour les consommateurs, les professionnels, les agriculteurs, les compagnies aériennes ainsi que sur tous les produits dérivés (plastiques...)

-les prix des carburants viennent se répercuter sur les coûts des produits fabriqués par les entreprises. Il est clair en effet que si elle-même doit payer plus cher la facture énergétique des voitures des commerciaux, le chauffage de ses locaux, les produits des fournisseurs ayant également répercuté la hausse du pétrole...elle va augmenter ses prix et/ou diminuer ses marges et impacter ainsi sa rentabilité et son attractivité aux yeux des clients, de plus en plus sensibles au prix des biens et services.

-la dimension brutale de ses variations conduit les entreprises à réagir en urgence, sans réflexion sur les conséquences probables sur leurs ventes ;

-l'activité des entreprises va dans de nombreux cas être ralentie. Ce ralentissement peut aller jusqu'à la mise en péril de l'entreprise. La fin de vie de l'entreprise se traduira alors par des impacts nombreux sur l'environnement de l'entreprise en question : salariés qui perdent leur emploi, pouvoir d'achat d'une ville, d'une région qui va être impacté, situation des sous-traitants qui vont subir cette baisse d'activités...

2- partir du document 8, donnez des exemples d'entreprises directement menacées par leur environnement.

-groupe PSA qui subit de plein fouet la baisse du pouvoir d'achat, le renchérissement du prix des carburants qui démotive l'achat de véhicules pour les consommateurs, les incitations collectives et étatiques à l'utilisation des transports en commun, la suppression des aides publiques sous forme de primes diverses ;

-les sous-traitants du secteur automobiles sont menacés par la situation actuelle des constructeurs automobiles : Faurécia, premier équipementier automobile.

3- Expliquez le principe du «pollueur-payeur» et ses conséquences pour les entreprises concernées. ▫ quelles composantes de l'environnement fait référence ce document?

Les entreprises doivent assumer l'impact de leurs productions et déchets futurs de ces productions. Des redevances, taxes sont alors imposées en conséquence.

Les directives européennes contribuent à faire évoluer ces retraitements dans les entreprises.

4- Décrivez le rôle du Lobbying.

Il s'agit d'un pouvoir que présentent certains acteurs sur le marché. Des entreprises peuvent certes présenter un tel pouvoir leur permettant de s'imposer, d'avoir un rapport de force en leur faveur, mais également des associations de consommateurs.

Suite activité 2 Documents 10 à 14

1- Identifiez les composantes de l'environnement concernées par ces documents.

- Les consommateurs, les ménages,
- Les activités liées aux mariages : listes de mariage, location de salles, hôtellerie, restauration, traiteur, photographes, vêtements,
- Les organismes internationaux et les Etats mettent en place de nouvelles normes fiscales et comptables : cela impacte les entreprises qui doivent modifier leurs réalisations de tenue comptable ; cela impacte également les investisseurs qui accèdent ainsi des informations nouvellement présentées mais qui doivent être actualisées dans leur exploitation ;
- De nouveaux produits adaptés aux personnes âgées (ascenseurs spécialisés, véhicules adaptés...) ainsi que des services pensés et proposés en cohérence avec le vieillissement de la population dans certains pays (aides aux personnes) ;
- Toute situation économique a des répercussions sur le pouvoir d'achat des ménages. Parmi ces ménages, les classes moyennes sont particulièrement touchées. L'environnement économique va ainsi influencer les consommateurs, leurs attitudes face aux achats, au marché, à la volonté d'épargner, de consommer, de créer une entreprise... Les mesures de répartition et redistribution des revenus permettent d'amortir des situations économiques qui se détériorent pour certains ménages. Ces redistributions et répartitions non seulement conduisent à protéger les situations individuelles mais permettent ainsi d'avoir des débouchés aux biens et services des entreprises. Un impact sur le marché se fait alors grandement sentir.
- Les obligations liées aux éthylotests vont impacter des laboratoires de recherche et développement qui vont innover et imaginer d'autres applications à ces obligations légales : éthylotest intégré à la clef de contact ;
- Les sensibilités des thématiques liées à la sécurité routière vont guider des recherches et développements en cohérence : capteurs d'infrarouge liés aux collisions ; régulateur de vitesse ; signes avant-coureur du sommeil ; surveillances des angles morts ; surveillance de trajectoires...

2- Illustrez avec des exemples les possibilités de réaction des entreprises.

- Les entreprises doivent déclencher la création de nouveaux produits (sécurité routière, vieillissement de la population, produits dérivés liés aux éthylotests...)
- Le renchérissement du prix du pétrole conduit également les entreprises à concevoir des produits plus économes en ressources énergétiques (véhicules, lave-vaisselle, lave-linge, ordinateur...)
- Les nouvelles normes écologiques environnementales conduisent les entreprises à mieux traiter leurs déchets, à les trier, à adopter des mesures conduisant à économiser les énergies au sein de l'entreprise.

3- Expliquez pourquoi les informations contenues dans ces documents sont importantes pour une entreprise.

Ces différents documents mettent en évidence des modifications de l'environnement. Une bonne information concernant ces évolutions de l'environnement vont permettre aux entreprises de savoir quelles décisions prendre pour s'y adapter. Leur développement et leur pérennité en dépendent.

4- Montrez à quelles conditions une entreprise peut tirer parti de l'évolution de son environnement.

L'entreprise peut tirer parti de l'évolution de son environnement si d'une part elle en a connaissance et d'autre part qu'elle exploite correctement ces connaissances. Cette exploitation se traduit par la possibilité de faire évoluer ses produits, de prendre rapidement les décisions relatives aux nouveaux produits...

Suite Activité 2 Document 15

1-Expliquez pourquoi une entreprise peut mettre à profit l'étude de son environnement.

Une bonne connaissance des évolutions du marché,

Une anticipation des progrès technologiques,

Une anticipation des modifications sociologiques ayant un impact sur le comportement d'achat des consommateurs,

Une mesure des niveaux de sensibilité des acteurs sur le marché sur les thématiques liées au développement durable,

→ permettent aux entreprises d'intégrer ces évolutions environnementales au sein de son management et des divers directions que peuvent prendre les politiques de gestion d'entreprise.

2-Montrez les différences entre contraintes, menaces et opportunités issues de l'environnement.

Contraintes	Menaces	Opportunités
Un texte juridique sur une modification des taux de TVA	Un concurrent qui s'installe sur un marché sur lequel l'entreprise était leader	Une nouvelle technologie liée aux carburants
Une loi sur les normes comptables IFRS	Un pays dans lequel une entreprise avait des usines, rentre en guerre	Un pays qui ouvre ses frontières
Une loi sur le droit du travail : durée du travail, rémunérations des heures supplémentaires ; aménagement des postes de travail en cas de TMS	Un changement de régime politique d'un pays , partenaire commercial	Une loi qui impose les éthylotests
Des aides de l'Etat qui disparaissent (primes dans le secteur automobile)	Un épuisement de ressources naturelles	Une sensibilité des consommateurs face aux dimensions du développement durable : opportunités des débouchés de produits dans ce domaine
Des normes ISO 14001 (environnement) 9001 (qualité) qui s'imposent à un groupe dans tous les établissements parce que la direction générale l'a décidé.	Une pollution environnementale qui impacte la qualité de l'eau utilisée dans une activité	

3-Recherchez quelle est la limite de l'intelligence économique.

-Toutes les modifications environnementales ne peuvent pas être anticipées : une nouvelle technologie, une situation politique d'un partenaire commercial, une disparition d'entreprise, l'arrivée d'un concurrent, la disparition d'un fournisseur avec lequel l'entreprise avait tissé des relations de longue date...

-il faut que l'entreprise garde des capacités de réaction face à une situation imprévisible. Seule cette souplesse lui permettra de dépasser une modification importante de son environnement, de surmonter des difficultés nouvelles qui surgissent, de prendre des décisions rapidement afin de maîtriser la nouvelle situation environnementale.

4-Construisez une définition de l'intelligence économique.

L'intelligence économique traduit l'aptitude d'une entreprise à s'entourer de compétences, d'informations, d'expériences lui permettant de guider sa prise de décision managériale. Cette capacité se matérialisera par une souplesse, une rapidité et une performance dans la conduite et la gestion de l'entreprise.

Activité 2 Documents 16 et 17

1-Répertoriez les composantes de l'environnement auxquelles est confrontée ST Microelectronics.

- Relations tissées avec l'environnement (fournisseurs, clients...)
- Evolutions des besoins du marché
- Progrès technologique
- Importance des montants des investissements à réaliser : partenariats indispensables avec d'autres entreprises, avec des laboratoires, avec des organismes financiers, avec des investisseurs
- Situation géographique, logistique

2- Recherchez les externalités positives décrites dans les documents 16 et 17.

- Les infrastructures d'une ville, d'une région, d'un pays, d'une mégalopole : routes, aéroports, voies ferrées, pépinières d'entreprises
- Le système financier, bancaire
- La stabilité d'un régime politique permettant de ne pas craindre des modifications drastiques de la fiscalité, de la tenue des comptes financiers...
- La qualité d'un système de formation de tous permettant de disposer de salariés formés et compétents

3-Trouvez, à partir de ces documents et en dehors, des exemples d'externalités négatives.

- Les rejets de fumées, eaux usées, solvants, déchets nombreux
- Un système social et économique mal équilibré qui fait craindre aux consommateurs des situations futures désastreuses. Leur comportement d'achat ira en conséquence.
- Des bruits d'usine, des odeurs, des toxicités des déchets non retraités en interne,
- Une fin d'entreprise peut avoir des répercussions bien plus larges que l'entreprise elle-même : son environnement est impacté. Le groupe PSA , actuellement en difficulté : pour un salarié de PSA, il faut greffer en fait de façon indirecte 9 autres salariés issus des fournisseurs, des sous-traitants, des services, en lien de façon complémentaire avec PSA. L'impact sur l'environnement d'une région est indéniable.

4-Expliquez pourquoi l'intervention des pouvoirs publics est nécessaire pour réguler les externalités.

- L'Etat, peut lisser voire gommer certaines situations économiques : amortissement social des mesures liées aux indemnités en cas de chômage...
- L'Etat peut guider les entreprises dans des choix sociétaux : diminution de l'utilisation de matières toxiques dans les sites industriels, diminution de la consommation d'eau dans les collectivités territoriales,
- Des mesures fiscales incitatives peuvent être déclenchées afin de guider les acteurs vers de nouvelles attitudes : réductions d'impôts pour des travaux d'isolation thermique,

5-Recherchez quels sont les apports et les limites de la théorie de la contingence.

La théorie de la contingence met en évidence le fait que selon certains critères (taille, âge, secteur), les entreprises vont avoir des choix de structures différents.

L'environnement, sous toutes ses formes va impacter l'entreprise et notamment sa structure, son organisation.

Selon Lawrence, Lorsch et Woodward, la structure de l'entreprise est liée donc aux contingences de celle-ci.

Cette approche permet d'expliquer les situations d'entreprises et de diagnostiquer les structures les plus adéquates dans un contexte donné.

En revanche :

Cette analyse des entreprises et leur structuration n'explique pas la diversité et l'absence de situation idéale pour que les entreprises fonctionnent de façon performante.