

## **I) Définition de l'environnement :**

Le Robert définit l'environnement : « ensemble des conditions naturelles et culturelles susceptibles d'agir sur les organismes vivants et les activités humaines appliqué à l'entreprise, en parvient à l'analyse suivante :

- l'environnement est constitué de tous les éléments extérieurs à l'entreprise qui ont une influence sur elle, de ce fait elle est soumise à des contraintes et des influences d'origine diverse.

Donc on peut dire que l'environnement a la fois une source de menace et d'opportunité pour l'entreprise pour l'entreprise on distingue le micro environnement et le macro environnement.

## **II) le micro environnement**

Correspond à l'ensemble des agents économiques proches de l'entreprise ayant une influence plus ou moins directe sur son comportement en distingue les composantes situées directement en amont de l'entreprise : elle représente les individus ou organisations qui procurent à l'entreprise de ressources nécessaires à son activité.

- les composantes situées en aval de l'entreprise : elle représente les acteurs intervenant sur le marché exemple : les concurrents.
- Les composantes qui n'appartiennent ni aux ressources ni au marché mais qui peuvent influencer le comportement de l'entreprise.

**EXP** : les médias

## **A- Les composantes amont ressources**

### **1- Les apporteurs de capitaux :**

Cette rubrique décrit l'origine des ressources financières on trouve notamment les actionnaires « capitaux propres », les organismes de financement, les capitaux empruntés, les pouvoirs publics « les subventions, les aides ».

### **2- Les apporteurs de biens :**

Cette rubrique décrit l'origine des biens utilisés

**EXP** : les fournisseurs

### **3- Les apporteurs du travail et du savoir faire :**

La situation du marché de l'emploi est un élément important du micro environnement parallèlement aux salariés qui apportent leurs forces de travail et leurs savoir-faire

## **B- Les composantes aval « marché »**

Dans toute approche marketing l'étude de marché aval de l'entreprise est d'une importance fondamentale.

### **1- Les intermédiaires**

Toute institution qui participe à la distribution à la vente ou à la promotion des produits de l'entreprise auprès du marché final est un intermédiaire

## **2- La clientèle**

L'un des éléments essentiels de l'environnement de l'entreprise est évidemment sa clientèle.

## **3- La concurrence**

L'environnement concurrentiel ne se compose pas seulement des entreprises qui fabriquent la même et produit celle-ci doit faire l'objet d'une étude attentive si l'entreprise veut gagner et conserver la fidélité du marché.

### **Les autres composantes :**

#### **1- Les administrations**

Elles représentent le lien entre le macro environnement institutionnel et l'entreprise.

#### **2- Les groupes d'intérêts :**

Ils correspondent à des associations plus ou moins structurées ayant pour but de défendre les intérêts des personnes « physiques et morales » qu'elle représente. Parmi les groupes d'intérêts on trouve en première ligne les associations de consommateurs.

### **III) Le macro environnement :**

C'est un environnement général de l'entreprise qu'il lui représente un ensemble de facteurs de contrainte et d'influence beaucoup plus que ceux de son micro environnement. Parmi les facteurs on trouve :

L'environnement démographique.

L'environnement économique.

L'environnement technologique.

L'environnement institutionnel.

L'environnement socioculturel.

