

N.You. Borodoulina

ENTREPRISE FRANÇAISE

Édition UTET

Министерство образования Российской Федерации
Тамбовский государственный технический университет

Н.Ю. БОРОДУЛИНА
ФРАНЦУЗСКОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ

Учебно-методическое пособие

Тамбов
Издательство ТГТУ
2004

ББК Ш13 (Фр)-923
Б-834

Рецензенты:

Кандидат педагогических наук, доцент

М.В. Воропаев

Кандидат филологических наук, доцент

Т.Г. Попова

Бородулина Н.Ю.

Б-834 Французское предприятие: Учебно-методическое пособие. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2004. 44 с.

Учебно-методическое пособие для студентов 2 курса инженерных и экономических специальностей, аспирантов и всех тех, кто изучает деловой французский язык и интересуется организацией предпринимательской деятельности во Франции.

ББК Ш13 (Фр)-923

© Бородулина Н.Ю., 2004

© Тамбовский государственный
технический университет

(ТГТУ), 2004

Учебное издание

БОРОДУЛИНА Наталия Юрьевна

ENTREPRISE FRANÇAISE
ФРАНЦУЗСКОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ

Учебно-методическое пособие

Редактор М. А. Евсейчева

Компьютерное макетирование М. А. Филатовой

Подписано в печать 20.01.04

Формат 60 × 84 / 16. Бумага офсетная. Печать офсетная.

Гарнитура Times New Roman. Объем: 2,56 усл. печ. л.; 2,40 уч.-изд. л.

Тираж 100 экз. С. 34

Издательско-полиграфический центр

Тамбовского государственного технического университета,

392000, Тамбов, Советская, 106, к. 14

📖 Texte 1. ORGANISATION DE L'ENTREPRISE

L'entreprise est une unité économique jouissant de l'autonomie juridique et caractérisée par son patrimoine, d'une part, son activité, d'autre part. Une triple classification – *juridique, économique, organisationnelle* – permet de mieux comprendre la diversité des entreprises.

L'idée de l'organisation de l'entreprise est historiquement liée à l'économie capitaliste. En effet, c'est à partir du moment où un processus de production prend une certaine ampleur et demande des capitaux et de la main-d'œuvre qu'apparaît l'exigence d'une organisation. Celle-ci a pour but de rationaliser l'usage des facteurs (travail et capital), pour réaliser le profit maximal en économie capitaliste. L'organisation de l'entreprise moderne est subordonnée aux conditions du marché. Ainsi, la réduction de la demande sur les marchés, notamment dans un contexte économique de crise depuis 1973, a contraint les entreprises à développer leurs services commerciaux, afin d'organiser leurs ventes (gestion des stocks et distribution) et de promouvoir leur produits (publicité).

Au-delà de la fonction de production et de la fonction commerciale, une entreprise doit comprendre des départements qui assurent les fonctions financières (gestion de la trésorerie et des capitaux), de gestion et de comptabilité (inventaires, statistiques, coûts), administratives (gestion du personnel, information, questions juridiques et fiscales, etc.).

Les entreprises peuvent être organisées de trois manières différentes:

- par fonctions: direction de la production, direction commerciale, direction financière et administrative;
- par divisions: pour chaque type de produit, il existe une structure comparable à celle d'une entreprise, particulièrement justifiée dans le cas d'activités très dissemblables au sein d'une même entreprise;
- par matrices, lesquelles correspondent à une solution intermédiaire entre les deux précédentes. Dans une entreprise qui est organisée selon ce troisième mode, le service du personnel d'une division dépend de la division, mais coordonne ses actions avec les services du personnel des autres divisions, par exemple.

Les entreprises ont atteint aujourd'hui des tailles si considérables qu'une bonne organisation de l'activité est pour elles une condition nécessaire à leur survie.

🔔 Mots et expressions:

- | | |
|---|---|
| 1. la main-d'œuvre = les ouvriers | 6. contraindre à = forcer, obliger |
| 2. la gestion = l'administration | 7. la trésorerie = l'ensemble des capitaux liquides de l'entreprise |
| 3. la comptabilité = la science des comptes | 8. dissemblable = non semblable |
| 4. la publicité = la réclame | 9. au sein de = à l'intérieur de |
| 5. le stock = la quantité de marchandises disponible sur le | 10. intermédiaire = qui est entre deux |

marché

. **Exercice I.** Le monde des affaires obéit à un code relativement précis et il est bon de s'y conformer. L'entreprise est le reflet du comportement de ses employés et de son encadrement. Dites si vous êtes d'accord avec ces comportements:

	D'accord	Pas d'accord	Pourquoi ?
1. Utiliser le prénom			
2. Tutoyer ses collaborateurs			
3. Travailler en musique			
4. Offrir de nombreux cadeaux aux clients			
5. Critiquer ouvertement ses concurrents			

. **Exercice II.** Regroupez les mots qui ont un rapport avec:

L'organisation des companies	Le personnel	Les locaux

Un employé, un bureau, une implantation, l'encadrement, une compagnie mère, un technico-commercial, une secrétaire, une filiale, un groupe multinational, un ouvrier, un holding, un département, un ingénieur, un service, une entreprise.

Texte 2. ENTREPRISES PUBLIQUES, ENTREPRISES PRIVÉES

Selon leur forme juridique, on distingue les entreprises publiques et les entreprises privées. Les pouvoirs publics détiennent la majorité du capital des entreprises publiques, de telle sorte que celles-ci se trouvent placées sous la tutelle d'autorités administratives. Cette forme juridique ne préjuge d'ailleurs pas du type de gestion qui est pratiquée: si certaines entreprises publiques sont gérées dans le seul souci de l'intérêt général (c'est-à-dire sans considération exclusive de

leur rentabilité directe), les entreprises du secteur public concurrentiel, les services publics industriels et commerciaux ainsi que les sociétés d'économie mixte sont plus soucieux de la rentabilité de leur activité et ont pour objectif la recherche du profit.

La gestion, dans les entreprises privées, répond à un double objectif. Le premier est d'écouler sur le marché les produits ou les services qu'elles fournissent; elles visent, essentiellement, à la satisfaction des besoins solvables, c'est-à-dire à la satisfaction d'une demande résultant d'un certain pouvoir d'achat. Mais leur second objectif est le profit, c'est-à-dire la rentabilité la plus élevée, qui justifie la mobilisation du capital et garantit la poursuite de l'activité.

Les entreprises privées présentent elles-mêmes des caractères fort différents selon qu'elles revêtent la forme individuelle ou la forme sociétaire. Les entreprises individuelles sont la propriété d'une seule personne; comme elles n'ont pas de personnalité juridique distincte de celle du propriétaire, le patrimoine familial répond des dettes de l'entrepreneur propriétaire. Ces entreprises sont souvent artisanales ou commerciales, mais on en trouve aussi dans les branches industrielles où la grande dimension n'est pas nécessaire (mécanique, tôlerie, etc.). Leur durée de vie est liée aux capacités et à la vie même de leur chef. Bien plus, leur disparition est souvent la conséquence de leur succès: il arrive un moment où le chef d'entreprise ne peut plus financer l'expansion à l'aide de son seul patrimoine; l'entreprise est alors rachetée par une autre, ou doit se transformer en société.

Mots et expressions:

- | | |
|------------------------------------|--|
| 1. la tutelle = la protection | 4. solvables = qui peuvent être payés |
| 2. écouler sur le marché = fournir | 5. le patrimoine = les biens |
| 3. viser à = chercher à atteindre | 6. la disparition = la fin de l'activité |

. **Exercice I.** Vrai ou faux?

- Le capital des entreprises publiques appartient aux pouvoirs publics.
- Les entreprises publiques sont seulement industrielles.
- Les buts des entreprises privées sont: la saturation du marché par les produits ou les services, ainsi que le profit.
- Les entreprises privées sont toujours artisanales.

. **Exercice II.** Répondez aux questions:

1. Quelle est la différence entre les entreprises publiques et les entreprises privées?
2. Quelles sont les deux types des entreprises privées?

Texte 3. SOCIÉTÉS DE PERSONNES, SOCIÉTÉS PAR ACTIONS

Les entreprises sociétaires se définissent en fonction de la manière dont les capitaux ont été réunis et de l'étendue de la responsabilité qui est reconnue aux associés; on distingue ainsi les sociétés de personnes et les sociétés par actions. Les sociétés de personnes réunissent des capitaux provenant d'individus qui se connaissent personnellement. Trois formules sont possibles: la société en nom collectif, la commandite simple et la société à responsabilité limitée (SARL). Les sociétés ainsi constituées sont toutefois précaires, car elles survivent rarement à un désaccord intervenu entre les associés.

Les sociétés par actions, ou sociétés de capitaux, se caractérisent par la limitation de la responsabilité des associés à leur apport (comme dans les SARL), mais aussi par la division de leur capital en actions librement négociables, qui constituent les titres de propriété des associés ou actionnaires. Elles sont de deux types: les commandites par actions et les sociétés anonymes. Grâce à l'émission d'actions dans le public (les plus importantes sont cotées en Bourse), celles-ci permettent de réunir une masse plus importante de capital social en diluant la responsabilité de chaque actionnaire. Les sociétés par actions disposent, en outre, d'un pouvoir d'emprunt important auprès des banques ou du public. Dans ce dernier cas, la société anonyme émet des obligations. De plus, en raison de la passivité des petits actionnaires, le contrôle de la société appartient souvent, en fait, à des banques ou à des sociétés de bourse qui maintiennent de bonnes relations avec le conseil d'administration, composé de dirigeants choisis pour leurs compétences techniques. La dissociation ainsi réalisée entre la propriété et la direction permet d'arriver à une gestion plus rentable et de constituer, autour de l'entreprise dominante, un groupe économique; car les dirigeants seront moins soucieux de préserver l'indépendance de l'entreprise que d'assurer la croissance de son chiffre d'affaires et de ses profits.

Les sociétés de droit privé sont le plus souvent de type capitaliste. Pourtant, elles peuvent aussi être coopératives. Chaque associé dispose alors d'un pouvoir de décision identique et d'une participation aux excédents dégagés par la gestion, quelle que soit l'importance de son apport.

Mots et expressions:

1. en fonction de = compte tenu de
2. l'étendue = les dimensions
3. précaire = instable
4. les titres = les actions, les obligations
5. diluer = étendre
6. le chiffre d'affaires = le montant
7. l'excédent = le nombre, la quantité qui dépasse

. Exercice I. Terminez les phrases:

1. Pour les sociétés de personnes trois formules sont possibles: ...
2. Les sociétés de capitaux sont de deux types: ...

3. Le contrôle dans les sociétés par actions appartient souvent à ...
4. La société anonyme émet ...
5. Le conseil d'administration est composé de ...

. **Exercice II.** Vrai ou faux?

- Les sociétés de personnes sont fondées sur les capitaux des individus qui se connaissent personnellement.
- Les sociétés de capitaux se caractérisent par la limitation de la responsabilité des associés à leur apport.
- Dans les sociétés de capitaux le capital des associées est divisé en actions qui ne sont pas librement négociables.
- Les actions peuvent être cotées en Bourse.
- Les sociétés par actions ne peuvent jamais emprunter auprès des banques ou du public.
- Les sociétés de droit privé sont de type capitaliste ou bien coopérative.

Texte 4. ENTREPRISE PUBLIQUE EN FRANCE

L'histoire du secteur public français a connu quatre phases:

- nationalisations du gouvernement du Front populaire en 1937 (notamment celles de la Banque de France et de la SNCF);
- en 1945, l'État nationalise les principales entreprises d'énergie, de télécommunications, les banques et compagnies d'assurance et quelques entreprises sanctionnées pour acte de collaboration (Renault);
- en 1982, nationalisation de 11 groupes industriels, 36 banques et 2 compagnies financières (Paribas et Suez). Fin 1986, le secteur public comprenait près de 3 000 entreprises;
- en 1986, privatisation de 65 groupes; une nouvelle loi de privatisation (19 juillet 1993) concerne 21 groupes (dont Air France et Renault), soit 1 760 entreprises et 668 000 salariés.

Le secteur public est aujourd'hui confronté à une situation financière difficile, notamment en raison de son endettement: en 1995, pour un chiffre d'affaires d'environ 1 500 milliards de francs, les dettes représentaient 620 milliards et les fonds propres 535.

Après une phase de stabilisation (1985-1989), l'endettement a crû de nouveau depuis 1990, en raison du développement des entreprises à l'étranger, d'une part, et des difficultés des entreprises du secteur électronique et sidérurgique, d'autre part. Même si l'autofinancement a progressé, de 1981 à 1992, l'État a apporté aux entreprises du secteur public près de 170 milliards de francs, principalement au profit de la sidérurgie (38 %), de Renault (9,5 %) et de Bull (7,6 %). À partir de 1986, les concours budgétaires de l'État actionnaire ont diminué (subventions d'exploitation compensatrices de charges de service public, aides à l'investissement).

Le financement a évolué vers:

- des cessions d'actifs;
- des échanges croisés de participation à l'intérieur du secteur public (notamment entre banques et assurances) afin d'éviter d'ouvrir leur capital à un actionnariat privé;

- le recours aux marchés financiers (émission d'actions, de certificats d'investissement et de titres participatifs, ces derniers titres étant spécifiques aux entreprises publiques, compte tenu de leur statut).

Le secteur des entreprises publiques est aujourd'hui confronté aux impératifs de libéralisation des services publics nationaux au sein de l'Union européenne fondés sur les articles 30, 37 et 90 du traité de Rome qui fait de la Commission la gardienne des principes de concurrence.

L'article 37 prévoit notamment que les États membres "aménagent les monopoles nationaux présentant un caractère commercial", tandis que l'article 90 évoque les règles de concurrence applicables aux entreprises publiques et aux "entreprises auxquelles les États membres accordent des droits spéciaux ou exclusifs". Ce même article donne pouvoir à la Commission d'édicter des directives pour ouvrir des secteurs à la concurrence. Les principaux secteurs touchés sont:

- les télécommunications: un Livre vert de la Commission de 1987 prévoit notamment la libéralisation complète du secteur téléphonique en 1998;
- l'énergie: le principe de l'abolition des droits exclusifs de production d'électricité et de construction de lignes électriques et de gazoducs a été retenu;
- le secteur ferroviaire: une directive de 1991 prévoit une ouverture à la concurrence du secteur de la gestion des infrastructures;
- le secteur postal a fait l'objet d'un Livre vert en 1992 et de propositions de libéralisation.

À court et moyen terme, les entreprises publiques les plus soumises au contrôle et à la tutelle de l'État (les services publics à caractère industriel et commercial) seront touchées par un alignement au moins partiel de leurs statuts et de leurs méthodes de gestion sur ceux qui sont en usage dans le secteur privé.

Mots et expressions:

- | | |
|--|---|
| 1. l'endettement =
l'accumulation de dettes | 4. édicter (des directives) =
publier |
| 2. les cessions (d'actifs) = la
vente | 5. l'abolition (des droits) =
l'annulation |
| 3. l'impératif = ici: la
nécessité | |

. **Exercice I.** Répondez aux questions:

1. Combien de phases a connu l'histoire du secteur public français?
2. Comment est la situation financière actuelle du secteur public?
3. Vers quoi a évolué le financement?
4. A quoi est confronté aujourd'hui le secteur des entreprises publiques?
5. Quels sont les principaux secteurs touchés par les directives de la Commission?

. **Exercice II.** Composez le plan du texte et résumez le texte d'après ce plan.

Texte 5. CRÉER UNE ENTREPRISE EN FRANCE

Entreprise individuelle, SARL, société anonyme: quels statuts choisir? Chaque type d'entreprise ou de société a ses avantages et ses inconvénients. Si vous vous installez seul, vous avez le choix entre deux structures.

- **L'entreprise individuelle:** c'est la forme d'entreprise la plus simple, la moins onéreuse à créer, la plus facile à gérer. Pas de capital minimal à verser, pas de statuts à rédiger. Il suffit de se faire immatriculer au registre du commerce ou au répertoire des métiers.

L'entreprise individuelle présente deux inconvénients majeurs. Elle ne peut s'adresser qu'aux affaires de petite ou moyenne importance, les perspectives de développements étant limitées. L'exploitant, ensuite, est indéfiniment et solidairement responsable sur ses biens propres des dettes de l'entreprise. S'il vient à faire faillite, ses biens personnels peuvent donc être engagés. C'est pourquoi il est préférable d'adopter le statut d'associé unique d'EURL.

- **L'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL):** c'est une forme de SARL mais avec un associé unique dont la responsabilité commerciale est limitée au montant de son apport.

- **Créer à plusieurs: quel type de société?**

Les types de sociétés possibles, pour une entreprise commerciale, sont très nombreux. Pour créer une société de personnes (société en nom collectif), aucun capital minimal de départ n'est pas requis. Ces sociétés peuvent donc être constituées avec des apports personnels peu importants, deux associés étant suffisants. Au contraire, les sociétés de capitaux (SARL, société anonyme, société en commandite par actions) exigent une mise de départ plus élevée: deux associés et 50 000 francs de capital au moins pour une SARL, sept associés et 250 000 francs de capital pour une SA, par exemple.

Toutefois, la vraie différence entre les sociétés de personnes et sociétés de capitaux est que, dans les premières, tout nouvel associé doit être agréé par les autres membres et s'il ne l'est pas, celui qui veut céder ses parts ne peut pas partir. Dans les sociétés de capitaux, à l'inverse, la cession des parts ou des actions est libre. Ces sociétés sont donc "ouvertes" aux capitaux extérieurs, les sociétés de personnes ne l'étant que peu ou pas du tout.

Mots et expressions:

- | | |
|---|---|
| 1. onéreux, -euse = cher, chère | 6. engagés = ici: donnés en garantie |
| 2. verser = payer | 7. l'apport = la somme d'argent |
| 3. se faire immatriculer = s'inscrire | 8. requis = demandé |
| 4. solidairement (solidaire) = respon-sable l'un pour l'autre | 9. la mise de départ = l'argent mis pour créer une entreprise |
| 5. faire faillite = échouer | 10. être agréé = être accepté |

. **Exercice I.** A quoi correspondent les abréviations suivantes?

1. E.U.R.L., 2. S.A.R.L., 3. S.N.C., 4. S.A., 5. S.C.A.

a. Société anonyme, b. Société en commandite par actions, c. Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée, d. Société à responsabilité limitée, e. Société en nom collectif.

. **Exercice II.** Vrai ou faux?

- Une S.A.R.L. est constituée par un ou plusieurs associés.
- La responsabilité d'un entrepreneur individuel est total. En cas de dettes, il doit rembourser avec ses biens personnels.
- Le capital minimum d'une S.A. est de 50 000 F.
- Il faut être au moins sept associés pour créer une S.A.R.L.
- Dans une société de personnes, un associé ne peut quitter librement la société.

Texte 6. RENAULT

Entreprise française de construction automobile fondée en 1899 à Billancourt par Louis Renault (1877 – 1944).

Le démarrage de l'entreprise est lent, compte tenu de l'étroitesse du marché français. En 1902, elle n'emploie que 70 salariés. Mais, à la veille de la Première Guerre mondiale, Renault réalise 11 % de la production nationale, avec 4 000 salariés et une production de 5 000 voitures, ce qui correspond au premier rang européen. Durant la guerre, la construction de camions et de chars explique le quadruplement des effectifs. Par la suite, l'entreprise accroît sa production (130 000 voitures en 1935), mais guère sa productivité. Renault est nationalisé le 16 janvier 1945 (au motif de collaboration avec l'ennemi) et devient la Régie nationale des usines Renault (RNUR). De 1945 à 1984, elle représente le modèle de l'entreprise nationale. Forteresse syndicale de la CGT, elle est utilisée à des fins d'aménagement du territoire, comme pour la reconversion des "pays noirs" (implantations à Douai, Metz, Maubeuge). L'entreprise connaît alors un essor important avec le rachat de Berliet en 1967 et le développement de filiales communes avec Volvo. Son succès est lié à la vente de la 4CV, puis de la R4 (8 millions d'exemplaires).

Mais, pour faire face à une accumulation de pertes de 1980 à 1984, les dirigeants sont contraints d'adopter les principes de la gestion privée et de pratiquer des réductions de personnel à partir de 1985. L'usine de Billancourt est fermée en 1992. La gamme est entièrement renouvelée.

Le statut de régie est abandonné pour permettre en 1991 un échange de 20 % du capital avec Volvo. En 1993, un projet de fusion Renault-Volvo échoue et l'année 1994 voit la privatisation partielle de l'entreprise. En 1995, le chiffre d'affaires de l'entreprise s'élevait à 178 milliards de francs et le nombre de salariés à 138 000.

Mots et expressions:

- | | |
|--|--------------------------------------|
| 1. la régie = l'entreprise industrielle et commerciale de caractère public | 5. faire face à = s'opposer |
| 2. le quadruplement = la multiplication par quatre | 6. la perte = le dommage, l'insuccès |
| 3. l'effectif = le personnel | 7. être contraint de = être forcé |
| 4. guère = peu | 8. la fusion = la réunion |

¶ **Exercice I.** Lisez le dialogue et expliquez la raison de la nécessité d'achat d'une nouvelle voiture.

- Monsieur Lelarge?
- Oui.
- Bonjour, Monsieur Lelarge. Je suis Bernard Polux, le nouveau concessionnaire Renault de votre quartier.
- Bonjour.
- Savez-vous que notre Clio vient d'être élue voiture de l'année?
- Oui, oui, je sais.
- Qu'en pensez-vous?
- Oh, moi, vous savez, j'ai déjà une voiture et ça me suffit.
- Et quelle est votre voiture, Monsieur Lelarge?
- Une Super X. Pourquoi?
- Vous avez des enfants?
- Oui.
- Puis-je vous demander combien?
- Trois.
- Trois enfants! Et vous arrivez à tout caser dans votre Super X?
- C'est vrai que c'est un peu juste.
- Finalement, vous aimeriez une voiture plus spacieuse, n'est-ce pas?
- Si vous me la donnez!
- Eh bien je peux déjà vous la présenter...
- Si vous voulez...

. **Exercice II.** Complétez avec un nom correspondant aux mots soulignés:

1. La production de voitures a augmenté. _____ a fait chuter les prix.
2. Le gouvernement a décidé de baisser les impôts (налоги). _____ est favorablement accueillie.
3. Cette entreprise a eu un début de son activité difficile. A cause de _____ la production a été arrêtée.

📖 Texte 7. HISTOIRE DE LA S.A. CITROËN

Quelques années après sa sortie de l'École Polytechnique, en 1900, André Citroën fonde une fabrique d'engrenages en forme de chevrons* puis constitue, en 1913, la Société des Engrenages** Citroën et la Société des Carburateurs SM.

Il lance, le 28 mai 1919, la première voiture européenne construite selon les nouvelles méthodes américaines de production. Pour la première fois en Europe une voiture sort d'usine complète. Le 28 juillet 1924, la Société Anonyme André Citroën est officiellement constituée. Elle a pour but la construction en série et la vente de véhicules automobiles. Grâce à l'organisation de la production, le prix de vente du nouveau modèle est un défi*** à la concurrence. De ce nouveau modèle, André Citroën veut construire 100 exemplaires par jour. On lui dit que c'est impossible. En 1924, il sort pourtant des Usines Citroën 300 voitures chaque jour. En 1929, la production annuelle dépasse 100 000 véhicules.

Dans les années qui suivent, Citroën construit une nouvelle usine à Saint-Ouen, d'autres à Clichy et à Levallois, dans la banlieue parisienne. Bientôt l'étranger: Citroën croit en la vocation internationale de l'automobile. Il prouve qu'il peut conquérir le monde. En 1922 commencent les épopées, toutes placées sous la direction de Georges-Marie Haardt. C'est la première traversée du Sahara en automobile. En 1924, la "Croisière Noire", première liaison automobile transafricaine, d'Alger à Tananarive. En 1931-1932, la "Croisière Jaune", première traversée automobile du continent asiatique, de la Méditerranée à la Mer de Chine.

🔊 *стропило **зубчатая передача ***ВЫЗОВ

. **Exercice I.** Complétez le texte avec *qui*, *que* (*qu'*), ou *dont*.

André Citroën fonde une fabrique d'engrenage ... devient, en 1913, la Sté des Engrenages Citroën et la Sté des carburateurs SM. La première voiture ... il lance en 1919 est construite selon les méthodes de production à la chaîne ... Ford est l'initiateur. Cette rationalisation de la production permet un prix de vente ... est un défi à la concurrence. La réputation ... Citroën jouit est le résultat d'une stratégie publicitaire ... a démontré, sur le terrain, la qualité des autos Citroën. En 1922, la traversée du Sahara, ... tous les Français ont suivi sur les écrans de cinéma, est un exploit technique! C'est une aventure ... a fait rêver et ... le souvenir est, aujourd'hui encore, présent à la mémoire de tous.

. **Exercice II.** Transformez comme dans le modèle:

- Citroën commercialise un nouveau modèle de voiture.
 - Un nouveau modèle de voiture *est commercialisé* par Citroën.
1. L'entreprise lance un slogan publicitaire.

2. Un ingénieur y décrit les innovations techniques.
3. Les spécialistes ont découvert ce procédé unique.
4. Ils l'ont mis au point et ils l'ont testé.
5. L'équipe de publicité organisera une démonstration publique de la voiture.
6. On invitera le champion de Formule 1.

Texte 8. PORTRAIT DU CRÉATEUR D'ENTREPRISE

Les charges sont lourdes, la conjoncture est difficile, les banquiers peu compréhensifs... Et pourtant, malgré tous ces freins, certains se lancent encore dans la création d'entreprise.

Qui sont ces créateurs? Quelques chiffres nous permettent de mieux cerner le profil de ces nouveaux entrepreneurs français, de découvrir leurs motivations ainsi que les qualités qu'ils s'attribuent ou qu'ils considèrent comme indispensables pour se lancer dans cette aventure.

- Près de 70 % des créateurs sont des hommes et les trois quarts ont un âge compris entre 25 et 50 ans.
- 47 % sont ouvriers ou employés et 21 % cadres. Près du quart de ces créateurs étaient auparavant au chômage.
- **Qu'est-ce qui motive ces créateurs?** 32 % veulent devenir leur propre patron, 18 % échapper au chômage, 10 % tirer profit de leur savoir-faire... et seulement 5 % gagner de l'argent.
- **Les trois qualités principales** citées par plus de tiers de ces nouveaux patrons sont le savoir-faire, une forte motivation, le courage. Viennent ensuite les qualités de gestionnaire, une bonne connaissance du marché, une forte capacité de travail.
- **Et les créateurs ont le moral:** seulement 1 % pensent faire faillite dans 10 ans; les autres se voient toujours à la tête de leur entreprise (38 %), ou envisagent de créer une autre entreprise (29 %) ou de vendre leur entreprise (21 %).

Mots et expressions:

1. cerner = préciser 2. échapper = n'être pas perçu 3. faire faillite = échouer

. **Exercice I.** Reliez les mots ou expressions synonymes:

- a. la rémunération, b. la formation, c. le profit, d. une offre d'emploi,
 e. une demande d'emploi, f. l'expérience, g. une prime, h. un bénéfice, j. un curriculum vitae

1. la description de la personne type; 5. le résumé de la vie professionnelle d'une personne;

- | | |
|--|---|
| 2. l'entreprise propose un poste de travail dans une annonce; | 6. une personne propose ses services par annonce; |
| 3. un supplément de salaire: une récompense ou une compensation; | 7. la pratique professionnelle; |
| 4. le salaire; | 8. ce que gagne l'entreprise; |
| | 9. les études spécialisées. |

. **Exercice II.** A quelles définitions correspondent les mots suivants:

- | | |
|---|--|
| a. une usine | 1. type d'entreprise dans laquelle les associés ont une responsabilité financière limitée à leur apport initial; |
| b. une société à responsabilité limitée | 2. organisation de production de biens ou de services à caractère commercial; |
| c. une affaire | 3. lieu de production; |
| d. une entreprise | 4. type d'entreprise dont le capital est constitué par des actions vendues au public; |
| e. une société anonyme | 5. société commerciale. |

Texte 9. MARKETING OU MERCATIQUE


Le marketing est une façon de concevoir et d'exercer l'ensemble des activités ayant pour objet la création et l'adaptation des produits et services, la stratégie commerciale, la mise en œuvre des moyens nécessaires à l'application de cette stratégie en fonction des besoins reconnus ou pressentis du consommateur et des structures du marché.

L'application des principes du marketing implique que les décisions relatives aux activités mentionnées prennent en considération la demande par priorité à l'offre. Le marketing, comme science, repose sur quatre axes: la connaissance du marché, l'adaptation du produit à ce marché, le choix de canaux de distribution appropriés et le choix d'une campagne d'information adéquate.

L'étude de marché. *La connaissance d'un marché ou d'un segment de marché requiert une étude de marché, qui a pour but de fournir des renseignements qualitatifs: motivations d'achat, ou freins à l'achat, conditions d'utilisation du produit, décision et comportement d'achat, typologie de la clientèle en fonction de critères psychosociologiques, évolution des goûts et des habitudes, ainsi que des renseignements quantitatifs sur ce marché. Si elles apparaissent indispensables pour la vente de biens de consommation courante, les études de marché revêtent également une importance stratégique pour les biens industriels, car elles seules permettent de définir de nouveaux débouchés ou de nouveaux segments de marché, et de les quantifier.*

La théorie du produit. *La théorie du produit repose sur la notion de cycle de vie: avant le lancement d'un produit, une firme engage des frais de développement, d'étude et d'expérimentation, qui constituent la phase 0. La première phase touche au lancement et au décollage du produit; la publicité vise à faire connaître le produit, et les frais afférents à la campagne de publicité sont lourds. Ce n'est qu'au cours de la phase 2 de croissance et développement que ces frais – investissements initiaux ou frais de lancement – commencent à être amortis. En phase 3, dite de maturité, le produit devient rentable pour l'entreprise, et la publicité a pour objet de maintenir l'image de marque du produit. La phase 4 coïncide avec le déclin du produit, du fait de son obsolescence technique ou de la saturation du marché.*

Les types de produits. *Il existe différents types de produits: les produits leaders ou "locomotives", qui font le succès d'une entreprise et qui sont souvent le fruit d'une innovation technique; les produits tactiques, qui complètent les produits locomotives, par exemple l'ampoule pour la lampe électrique; et les produits d'appel, qui amènent une clientèle à s'intéresser à un type de bien. Tous ces produits s'insèrent dans des gammes qui peuvent être longues suivant que l'entreprise vise plusieurs segments du marché ou courtes si elle cherche à réaliser des économies d'échelle et à alléger les frais de gestion pour ce produit. Le nom du produit et les associations qu'il développera dans l'esprit du consommateur, les canaux de distribution qui lui sont adaptés tout comme au marché visé, son prix qui tient évidemment compte des coûts de fabrication, son conditionnement (présentation et emballage), la campagne de promotion et de publicité visant à le faire connaître, à influencer sur des habitudes de consommation ou à développer ou entretenir une notoriété, sont autant d'éléments qui relèvent de la science du marketing.*

 **Mots et expressions:**

1. requérir = demander
2. le débouché = le marché
3. le décollage = le lancement
4. engager les frais = commencer à dépenser de l'argent pour ...
5. afférent = qui se rapportent à
6. la maturité = l'état de ce qui a atteint son développement
 7. coïncider = arriver en même temps
 8. le déclin = la modification
 9. l'obsolescence = hors d'usage
10. la saturation du marché = le marché est plein de marchandises
11. s'insérer = s'introduire
12. la notoriété = ici: la marque

. **Exercice I.** Répondez aux questions:

1. Qu'est-ce que c'est que le marketing?
2. Sur quels axes repose le marketing comme science?
3. Quel est le but de l'étude de marché?
4. Comment peut-on caractériser la notion de cycle de vie sur laquelle repose la théorie du produit?
5. Quels types de produits est-ce qu'il existe?
6. Qu'est-ce qui fait connaître le produit?

. **Exercice II.** Complétez les phrases par les mots suivants: *montant, efficace, générale, responsable*:

1. Le développement des produits nouveaux est une manière ... de faire face à la conjoncture actuelle.
2. Notre société est à la recherche d'un ... administratif possédant de bonnes qualités d'organisation.
3. Je désire obtenir une information plus ... sur les services offerts par votre entreprise.
4. Nous pouvons effectuer les travaux pour un ... de 7000 euros.

Texte 10. LA STRATÉGIE DE LEGO

Le fabricant de jouets danois Lego, dont la devise est: "Les enfants sont des enfants et ce sont les mêmes partout dans le monde", est devenu une société vraiment internationale en commercialisant ses jouets éducatifs de manière identique dans plus de cent pays. Récemment, Lego s'est cependant trouvé confronté à une dure concurrence avec les produits similaires*, meilleur marché, en provenance du Japon, des États-Unis et d'autres pays. Aux États-Unis où la concurrence a été féroce, Tyco, l'un des principaux concurrents commença à emballer ses jouets dans les seaux** en plastique qui, après les jeux, pouvaient être utilisés pour le rangement. Cette approche utilitaire contrastait avec les élégants emballages transparents de Lego utilisés dans le monde entier. La direction américaine de Lego sollicita du Danemark l'autorisation d'emballer ses jouets dans des seaux. Le siège rejeta catégoriquement cette demande.

🔔 *похожий

**ведерко

. **Exercice I.** Similitude et différence:

Dans ce texte, il y a trois qualificatifs qui expriment la similitude et un verbe qui exprime la différence. Trouvez-les.

. **Exercice II.** Dites autrement:

Remplacez les mots ou groupes de mots soulignés dans le texte par certains mots de la liste suivante:

méchant
denrées
envelopper
conditionner
article
moins cher
demander à
employer
user
multinationale
fractionner
livrer
projeter
traficant
distribuer
vif
servir
onéreux
repousser
groupe

? Exercice III. Quelle stratégie?

- a. Quels ont été, selon vous, les arguments des dirigeants de Lego pour fonder leur refus?
- b. Cette décision pouvait-elle faire courir certains risques à la société danoise? Si oui, lesquels?

 **Texte 11. QUI A RAISON?**

Lors d'une table ronde, au Salon de l'exposition, l'un des intervenants a raconté l'histoire suivante:

Un fabricant de chaussures envoie trois commerciaux étudier le marché dans une île du Pacifique. Après quelques jours de présence dans une île, tous les trois envoient une télécopie à leur directeur export. Le premier écrit: "*Les gens ici marchent pieds nus: il n'y a pas de marché, je rentre par le prochain avion.*"

Le second dit: "*Les gens d'ici ne portent pas de chaussures, il y a un fantastique marché potentiel.*"


Le troisième note: "*Les gens ici ont les pieds abîmés* et pourraient être intéressés par des chaussures, mais il faut mettre au point un modèle spécial et investir en publicité pour expliquer le concept de chaussure. Il faut également obtenir le soutien des chefs de tribus et accepter d'être payés en ananas, que nous devons nous débrouiller pour revendre. Compte tenu de tout cela, nous pouvons faire un bénéfice de 20 %.*"

 *Abîme = malade

? A votre avis, lequel a raison. Justifiez votre réponse.

 **Texte 12. LOIN DE L'AGITATION PARISIEN**
COMMENT ATTIRER LES CADRES EN «PROVINCE»

Dijon: superbe, perle de la Bourgogne, une heure et demie de Paris par le TGV, dix trains par jours, le ski pas loin de là. À peine sorti de fac, Didier Liviot y fonde l'agence de publicité Synergie. Succès immédiat et développement au rythme de 50 % l'an. Jusqu'au moment où, avec un effectif de 30 personnes, il lui faut restructurer l'agence, engager une dizaine de personnes, recruter un directeur de personnel. Il passe des annonces dans "Stratégies", le journal de la profession. Douze annonces au total, sans succès. Le salaire est le même qu'à Paris, mais le poste est à Dijon: il ne reçoit que quatre réponses. Il appelle des demandeurs d'emploi: pas de succès. Finalement, il passe son annonce dans la presse britannique. Bonne idée: Il trouve Ralph Hutchings, douze ans de métier dans une agence de Londres. "Il a débarqué à Dijon avec sa femme et enfants, et s'est acheté une belle maison." Didier Liviot avait besoin d'un chef de création junior. C'est encore un Anglais qui a pris le poste. "Le snobisme prétend que notre métier ne peut s'exercer correctement qu'à Paris", déplore Liviot qui a pris sa revanche en se «décentralisant à Paris» pour assurer son développement. Puisqu'il n'a pas pu attirer à Dijon les cinq cadres qu'il cherchait, il a racheté une petite agence parisienne. "Finalement, sur les trente personnes à Dijon, trois seulement ont été recrutées de façon classique."

 **Mots et expressions:**

1. l'agitation = ici: la foule, le stress de la capitale
2. exercer un métier = travailler
3. attirer = ici: faire venir

. Exercice I. Complétez ce prospectus publicitaire:

VENEZ TRAVAILLER À DIJON

Capitale de

Distance de Paris

Moyens d'accès:

– Autoroute

–

Salaire moyen:

. Exercice II. Complétez la fiche d'identité de cette entreprise:

SYNERGENCE

Adresse

Activité

Fondateur

Effectif

FILIALE

Adresse

Effectif

Texte 13. LE NOUVEAU LANGAGE DE LA PUBLICITÉ

L'avarice, l'orgueil, la colère, la paresse, la gourmandise et surtout le sexe sont de très bons arguments de vente. Mais, déjà, les "créatifs" parient sur le retour de valeurs plus "morales".

Après avoir terminé avec les réclames "rêves et bons sentiments", la pub d'aujourd'hui, s'est adressée à la "transgression de l'interdit". L'orgueil est flatté dans de nombreux spots. Dans les pubs pour automobiles, par exemple, qui encouragent très souvent le sens de l'élitisme et du privilège.

Curiosité typiquement française, l'immoralité s'attaque particulièrement au rayon alimentaire. Les créatifs font de l'avarice un principe. La règle est de ne jamais partager ses bonbons: "Un Lutti de donné, c'est un Lutti de perdu", enseigne un petit garçon sur les affiches du métro parisien. Et mieux vaut tuer son voisin que partager son camambert. Un récent spot T.V. pour fromage "Caprice des dieux" montre un couple qui éjecte d'un téléphérique tous les autres passagers. Le slogan: "Un fromage si doux, si tendre qu'on ne veut le partager qu'à deux".

La paresse, c'est le réflexe de base sur lequel les publicitaires s'appuient pour vendre l'ensemble de l'électroménager.

Le sexe: Il faudrait une encyclopédie pour rendre compte de l'omniprésence dans la pub d'un "Deus Sexus". Le sexe est dans tout!

La colère est exploitée par Findus qui montre à l'affiche un gamin râleur avec un slogan: "Plus croustillant ou je boude". Tans pis pour les mamans.

"La publicité se moque aujourd'hui de l'ensemble des valeurs traditionnelles, estime Blanche Grüng, auteur du premier ouvrage sur les slogans publicitaires ("Les mots de la publicité", Éditions Plus de C.N.R.S.). Les limites des tabous sont chaque jour reculées.

Les créatifs ne vont-ils pas trop loin dans leur cynisme? La plupart d'entre eux expliquent ce choix de la manière suivante: La forte concurrence entre agence de publicité rend l'effort de différenciation de plus en plus difficile. À quoi s'ajoute une constante: le goût de l'interdit, du fruit défendu, reste le meilleur moyen pour faire acheter.

Mots et expressions:

1. parier sur = penser que quelque chose va arriver
2. la transgression (transgresser) = faire quelque chose qui est interdit
3. flatter = faire des compliments
4. enseigner = ici: informer

5. s'appuyer sur = se servir de
6. râleur (râler) = se plaindre
7. bouder = montrer du mécontentement
8. reculer = aller en arrière

. **Exercice I.** Répondez aux questions:

1. Dans la branche de la publicité, qu'est-ce qu'un "créatif"?
2. À partir de quels sentiments et de quels défauts les slogans publicitaires sont-ils créés?
3. Citez des publicités que vous connaissez et qui fonctionnent selon les principes expliqués dans ce texte.

. **Exercice II.** Complétez avec les mots suivants:

Cible, promotionnelle, créneau, spots, conditionnement, échantillons, annonces, lancer

1. On appelle une place disponible sur le marché un ...
2. Le client potentiel est une ...
3. Pour faire connaître le produit, on peut:
 - a. distribuer gratuitement de petites quantités de ce produit qui s'appellent des ...
 - b. vendre le produit à un prix réduit, c'est ce qu'on appelle une vente ...
 - c. faire passer des ... dans la presse.
 - d. faire passer des ... à la télévision.
4. ... un produit sur le marché consiste à le faire connaître par des moyens publicitaires.
5. La présentation d'un produit pour la vente et son emballage s'appelle le

. **Exercice III.** Associez chacun des termes ci-dessous à l'une des définitions proposées:

- brochure
- catalogue
- dépliant
- prospectus
- tarif

1. ... : liste de prix proposés par un fournisseur.
2. ... : imprimé publicitaire consistant en une feuille pliée plusieurs fois.
3. ... : livret publicitaire consacré, par exemple, à la présentation d'un nouvel article.
4. ... : feuillet publicitaire présentant un ou plusieurs articles.
5. ... : livret décrivant les articles proposés par le fournisseur.

Texte 14. LES TÉLÉCOMMUNICATIONS ET L'ENTREPRISE

Télécopie

La télécopie permet de transmettre ou de recevoir sur un terminal (télécopieur), à partir d'une simple ligne téléphonique, sans aucune installation particulière, des documents manuscrits, graphiques ou dactylographiés de format A4 maximum (210 × 297).

La transmission d'une page A4 s'effectue en une ou deux minutes.

Numéro vert

Le Numéro vert permet à l'entreprise abonnée d'offrir à ses correspondants la possibilité de l'appeler gratuitement, elle-même prenant à sa charge de coût de la communication. Ce nouveau mode de communication est destiné à faciliter les multiples contacts nécessaires au développement de l'entreprise. On attribue à l'abonné un numéro à 8 chiffres commençant toujours par 05.

La réunion-téléphone

Vos réunions se multiplient avec vos partenaires éloignés (réunions de concertation, de suivi, d'information). Gagnez du temps avec la réunion-téléphone: de n'importe quel poste téléphonique, vous dialoguez avec vos correspondants sans vous déplacer (de 3 à 20 personnes).

Téladresse

Avec Téladresse, les sociétés commerciales, services publics et associations à but humanitaire ont accès pour leurs actions à:


- des fichiers nationaux avec plus de 19 millions d'adresses d'abonnés au téléphone, dont 2,2 millions d'entreprises et 1,6 millions de détenteurs de Minitels (juin 1987);
- des adresses fiables, mises à jour quotidiennement.

Carte Télécom

Grâce à la Carte Télécom vous pouvez faire imputer automatiquement sur votre compte des communications téléphoniques ou télés passées par vous ou vos représentants à partir de n'importe quel poste ou cabine téléphonique en France (à l'exception des TOM). Les avantages de la carte Télécom: téléphoner de partout, n'importe où, sans paiement immédiat.

Minitel

Le Minitel est un petit terminal de fonctionnement simple qui se branche sur la ligne téléphonique. Il se compose d'un écran et d'un clavier et permet de communiquer avec de nombreux services (informations, renseignements, dialogues, etc).

 **Mots et expressions:**

1. prendre à sa charge = payer
2. attribuer = donner
3. la concertation = le travail en commun
4. se déplacer = voyager
5. avoir accès à = bénéficier de
6. le fichier = la liste de renseignements
7. le détenteur = le propriétaire
8. fiable = sûr
9. imputer = payer
10. se brancher sur = ici: mettre en communication par un fil électrique

. **Exercice I.** Vrai ou faux?

1. Un téléphone n'est pas nécessaire pour envoyer une télécopie.
2. Avec la carte Télécom, les employés en déplacement ne payent pas leurs communications téléphoniques avec l'entreprise.
3. Si vous désirez organiser une réunion-téléphone, il vous suffit d'appeler chaque participant à partir d'un téléphone spécial.
4. Le Minitel donne accès gratuitement à plus de 2 500 services professionnels.
5. Si vous appelez un numéro vert, vous ne payez pas la communication.
6. Télécom offre un service de fichiers pour les opérations de marketing.

‡ **Exercice II.** Problèmes au téléphone:

Dans quels cas entendez-vous ceci?

1. "Par suite d'encombrement, votre appel ne peut aboutir. Veuillez rappeler ultérieurement."
2. "Vous êtes bien au 42 23 23 30. Je suis absent pour le moment. Laissez votre message après le bip sonore."
3. "Le numéro que vous avez demandé n'est pas en service actuellement. Nous regrettons de ne pouvoir donner suite à votre appel."
4. "Allô... Allô? Je n'entends rien! Il y a de la friture sur la ligne!"

- a. Faux numéro*
- b. Mauvaise liaison*
- c. Trop d'appels: lignes bloquées*
- d. Répondeur automatique*

❗ Exercice III. Préparez un message:

Votre société est ouverte du lundi au vendredi, de 8 heures à 19 heures. Aux heures de fermeture des bureaux ou en cas d'absence, vous disposez maintenant d'un répondeur téléphonique. Préparez le message à enregistrer pour vos correspondants.

Modèle:

Bonjours! Vous êtes en communication avec la Société DEVANLAY. Nous sommes à votre disposition du lundi au vendredi, de 8 à 19 heures.

Si vous le souhaitez, vous pouvez nous laisser vos coordonnées et l'objet de votre appel. Nous vous rappellerons dès que possible. Parlez après le signal sonore.

📖 Texte 15. UNION EUROPÉENNE

L'Union européenne c'est une organisation régionale généraliste, instituée par le traité de Maastricht, regroupant dans une union économique et politique quinze États d'Europe occidentale, et considérée comme une étape dans un long processus encore inachevé de construction européenne.


L'idée d'une union entre les différents États européens a un long passé, de l'idéal médiéval d'une chrétienté régie par le pape et l'empereur germanique, jusqu'à la renaissance des mouvements européens au cours des années 1920. Quoiqu'elle se soit, elle aussi, édifiée sur un rejet explicite de l'usage de la force entre Européens, contrairement aux diverses tentatives impériales et révolutionnaires, la construction communautaire engagée après la Seconde Guerre mondiale, loin d'être utopique, se caractérise, à l'inverse, par ses très nombreuses réalisations concrètes. Parfois lente, mais toujours poursuivie, cette construction communautaire, comprenant à l'origine six membres, a profondément bouleversé le visage de l'Europe contemporaine.

Fruit d'une élaboration progressive, l'Europe communautaire fonde sa légitimité sur sa propre histoire, qui l'a conduite des différentes structures communautaires de l'après-guerre à l'Union européenne.

L'effondrement des régimes communistes de l'Europe de l'Est a suscité une accélération notable de l'intégration européenne. La Communauté souhaitait aider les Pays d'Europe centrale et orientale (PECO) à consolider leur démocratie naissante et à libéraliser leur économie, afin de leur permettre de rejoindre l'Europe occidentale. Parallèlement, ce rattrapage, à l'évidence très coûteux, risquait de compromettre la poursuite du processus communautaire lui-même. C'est pourquoi l'approfondissement a été préféré à l'élargissement dans le calendrier de la Communauté. La volonté d'arrimer solidement l'Allemagne réunifiée à la CEE a également joué dans ce sens. Pour autant, la Communauté ne s'est pas désintéressée du sort des PECO et a participé à des programmes d'aide à la restructuration économique (programme PHARE en 1989, création en 1990 de la BERD, Banque européenne de reconstruction et le développement). Des accords commerciaux favorables aux PECO (accords européens) ont également été mis en place. Dans la même perspective, le renforcement de la Communauté par l'Acte unique a poussé les pays européens membres de l'AELE (Association européenne de libre-échange) à négocier un accord commercial avec la CEE, accord qui a débouché sur la création, en 1993, de l'Espace économique européen (EEE). C'est cependant l'approfondissement de la Communauté qui a reçu la priorité, avec la signature en 1992 du Traité de Maastricht et la création de l'Union européenne.

Quoique périodiquement réaffirmées dans les déclarations officielles, les finalités politiques du processus communautaire ont été assez peu suivies d'effet, depuis l'échec de la CED (Communauté européenne de défense) en 1954 jusqu'au rejet des divers plans d'union politique. La chute du mur de Berlin, en

bouleversant la carte de l'Europe, allait accélérer de façon décisive le processus d'intégration communautaire. Créée en 1992 par le traité de Maastricht, l'Union européenne (UE) repose désormais sur trois piliers: outre la CEE, devenue Communauté économique (CE), l'UE englobe la Politique étrangère et de sécurité commune (PESC) et la coopération en matière de justice et d'affaires intérieures.

 **Mots et expressions:**

1. médiéval = du Moyen Age
2. régir = gouverner
3. l'effondrement = la destruction
4. le rattrapage = l'union
5. arrimer = joindre
6. l'échec = l'insuccès
7. le pilier = ici: la base

. **Exercice I.** Répondez aux questions:

1. Par quoi est instituée l'Union européenne?
2. Quand est née l'idée d'une union entre les différents États européens?
3. Qu'est-ce qui a suscité une accélération notable de l'intégration européenne?
4. Quand a été créé l'Espace économique européen?
5. Quand a été signé le Traité de Maastricht?
6. Nommez les trois piliers sur lesquels repose désormais l'Union européenne.

. **Exercice II.** Composez le plan du texte et résumez le texte d'après ce plan.

Texte 16. LE TRAITÉ DE MAASTRICHT ET SES SUITES


L'approfondissement de l'intégration européenne à l'occasion du traité de Maastricht a fait ressortir les divergences profondes qui continuent d'opposer les États membres. Maastricht représente donc un compromis associant un "pilier" économique, l'Union économique et monétaire (UEM), relevant de la méthode communautaire, et deux "piliers" politiques, moins ambitieux parce que dépendant de la coopération intergouvernementale, et donc du principe de l'unanimité.

Rendue tout d'abord nécessaire par la réalisation du Marché unique, dans lequel les fluctuations des monnaies nationales engendreraient des désordres économiques et des disparités concurrentielles, la création d'une monnaie unique, l'euro, constitue d'ailleurs un objectif communautaire ancien, puisque énoncé dès 1971. Cependant, la crise économique advenue en Europe au début des années 1990 et, plus encore, l'importance du transfert de souveraineté impliqué par la création d'une monnaie unique alimentent un débat continu entre partisans et adversaires de l'UEM. Le traité de Maastricht apparaît donc comme une étape tout à la fois importante et difficile d'un processus encore en cours de définition.

Le 2 octobre 1997, le traité d'Amsterdam est signé par les quinze États membres de l'Union européenne. Il modifie l'ensemble des traités sur lesquels est fondée l'Union européenne. En avril 1998, la Banque centrale européenne est créée et le passage à la monnaie unique est ratifié avec une large majorité par l'Assemblée nationale. Le 2 mai 1998, le Parlement européen a entériné la liste des pays qui participent à l'euro. Ces pays sont au nombre de onze: Allemagne, Autriche, Belgique, Espagne, Finlande, France, Irlande, Italie, Luxembourg, Pays-Bas et Portugal. Des Quinze, seule la Grèce qui ne remplit pas les critères définis par le traité de Maastricht n'a pas été retenue, alors que le Danemark, la Grande-Bretagne et la Suède ont choisi de rester pour un temps sur le bord du chemin. Après l'annonce des parités entre les monnaies de la zone euro, la monnaie unique européenne sera mise en circulation le 1^{er} janvier 1999.

L'enjeu majeur du passage de la Communauté européenne à l'Union européenne réside dans la perspective de l'unification économique et monétaire (UEM).

Le marché commun repose sur les principes de liberté de circulation des marchandises et des moyens de production (travailleurs salariés et capitaux), et de liberté d'établissement. L'Union européenne veille au respect de règles communes sur la concurrence, notamment en matière d'ententes, de positions dominantes et de fusions d'entreprises. Les politiques communautaires connaissent un développement croissant au sein de l'Union européenne.

 **Mots et expressions:**

1. l'unanimité = l'accord complet
2. la fluctuation = la variation
3. entériner = ratifier
4. l'enjeu = l'avantage
5. la fusion = la réunion

. **Exercice I.** Répondez aux questions:

1. Quel compromis représente le traité de Maastricht?
2. Pourquoi estime-t-on que la création d'une monnaie unique, l'euro, constitue un objectif communautaire ancien?
3. Quel est le rôle du traité d'Amsterdam de 1997?
4. Quand est créée la Banque centrale européenne?
5. Quels pays participent à l'euro dès 1998?
6. Quel est l'enjeu majeur du passage de la Communauté européenne à l'Union européenne?

. **Exercice II.** Composez le plan du texte et résumez le texte d'après ce plan.

. **Exercice III.** A la base des textes 15, 16 préparez le récit sur l'histoire de la création de l'Union européenne.


Texte 17. TOUT SAVOIR SUR L'EURO

La marche vers l'Union monétaire est aujourd'hui irréversible. L'euro est à la fois une nécessité économique et un enjeu politique.

– *Une nécessité économique*, puisque l'euro permettra de maximiser les avantages du grand marché en le libérant des entraves monétaires. Il autorisera ainsi le consommateur à faire jouer plus facilement la concurrence, en lui donnant la possibilité de comparer les prix. Il créera également un cadre propice à l'investissement, en permettant aux entreprises de libeller leurs factures dans la même monnaie que celle dans laquelle leurs coûts sont exprimés: leurs efforts de compétitivité ne risqueront plus d'être anéantis par des fluctuations monétaires indépendantes de leur volonté.

L'euro fera également disparaître les commissions de change, les coûts de transactions et de couverture, offrant ainsi au citoyen la possibilité de se déplacer à moindre frais en Europe, et aux entreprises une diminution des charges financières liées à leurs activités d'exportation. Monnaie stable, gérée par une Banque centrale dont l'objectif majeur sera de lutter contre l'inflation, l'euro sera, enfin, la meilleure garantie du maintien du pouvoir d'achat des Européens et de la préservation de leur modèle social, que l'accumulation des déficits met en danger.

– *Un enjeu politique*, car la monnaie unique est une étape importante sur le chemin à l'union politique. Elle matérialisera l'Europe comme elle ne l'avait encore jamais été, et incitera les gouvernements à coordonner leurs politiques économiques. La monnaie unique sera un formidable outil pour rapprocher les peuples européens.

 **Mots et expressions:**

1. irréversible = qu'on ne peut pas changer
2. les entraves = les obstacles
3. libeller = rédiger

4. la transaction = l'opération commerciale ou boursière
5. la couverture = la garantie fournie pour un achat
6. inciter = pousser à

. **Exercice I. A quelle définition correspondent les mots suivants?**

- a. Les coûts fixes:
- b. Le prix de revient:
- c. Le prix de vente:
- d. Le bénéfice:
- e. Le chiffre d'affaire:
- f. Le déficit

- 1. Prix de revient + profit;
- 2. Location du bâtiment, énergie, entretien, salaire du personnel administratif;
- 3. Coût des matières premières+ salaire du personnel productif;
- 4. Total des ventes;
- 5. Le contraire de profit;
- 6. Le profit.

. **Exercice II.** Chassez l'intrus: *un excédent, un bénéfice, un déficit, un surplus.*

. **Exercice III.** Complétez avec les mots suivants:

part, gamme, se partagent, détiennent

1. Le marché est entre les mains de trois concurrents qui ... le marché.
2. Leurs ventes représentent respectivement 20, 30 et 50 % du marché. Ils ... respectivement 20, 30 et 50% du marché.
3. La firme étrangère lance un nouveau produit. D'après les études, elle obtiendra une ... de 25% de ce marché.
4. C'est un produit nouveau qui ne fait pas partie de la ... offerte par les concurrents.

. **TEST:**

I. Ecrivez le mot ou l'expression qui vous paraît convenir:

1. La publicité contribue à l'... du prix de revient quand elle augmente les ventes d'un produit.

- A. abaissement
- B. élévation
- C. affaissement
- D. élargissement

2. Les relations ... ont pour objet de créer des liens entre l'entreprise et sa clientèle.

- A. sociales
- B. humaines
- C. publiques
- D. privilégiées

3. Chaque année, nous éditons une qui présente à nos clients l'ensemble de notre campagne publicitaire.

- A. couverture
- B. exposition
- C. participation
- D. brochure

4. Pour nos produits, nous faisons de plus en plus appel à la publicité.

- A. percevoir
- B. promouvoir
- C. acheter
- D. concevoir

5. Le but de la publicité est les clients à acheter.

- A. d'exciter
- B. d'inciter
- C. d'exposer
- D. d'imposer

6. C'est de Lyon qu'on expose les biens d'équipement.

- A. à la messe
- B. au salon
- C. au marché
- D. à la foire

II. Ecrivez si c'est vrai ou faux:

A. vrai

B. faux

1. Avec le numéro vert vous téléphonez gratuitement à l'entreprise.
2. Le capital minimum d'une S.A.R.L. est 7 fois moins important que celui d'une S.A.
3. La forme d'entreprise la plus facile à créer est l'entreprise individuelle.
4. Le Minitel permet de voir la personne avec qui vous communiquez.
5. Le secteur le plus publiphile à la télévision française est l'alimentation.

III. Mettez les phrases suivantes en ordre:

1. **a.**la, **b.**est, **c.**difficile, **d.**indispensable, **e.**mais, **f.**décentralisation.
2. **a.**l'Etat, **b.**doit, **c.**les entreprises, **d.**investir, **e.**inciter, **f.**à.
3. **a.**tous, **b.**vaincre, **c.**se demandent, **d.**le chômage, **e.**politiques, **f.**les hommes, **g.**comment.
4. **a.**l'industrie, **b.**couvre, **c.**une gamme, **d.**de, **e.**très, **f.**productions, **g.**diversifiées.
5. **a.**certaines, **b.**sont, **c.**en, **d.**industries, **e.**crise.

IV. Employez correctement les prépositions:

- a. à
- b. de
- c. sur

1. En Italie, le taux d'inflation dépasse plus ... 3 %.
2. La mise en place de l'euro ne signifie pas le renoncement ... la politique financière indépendante.
3. Votre entreprise doit profiter ... l'environnement fiscal favorable.
4. Le passage à l'euro exige que l'endettement public soit inférieur ... 60% du produit intérieur brut.
5. Pour s'implanter ... le marché international, il faut bâtir ... nouvelles compétences.

Textes supplémentaires

Texte I. Chômage

La catégorie statistique de chômeur apparaît pour la première fois en France en 1896. Aujourd'hui, l'Agence nationale pour l'emploi (ANPE), qui établit les statistiques du chômage, dénombre huit catégories de demandeurs d'emploi, dont la première (personne immédiatement disponible, à la recherche d'un emploi à temps plein et à durée indéterminée) constitue l'indicateur de suivi conjoncturel du chômage. Au-delà du fichier des demandeurs d'emploi inscrits à l'ANPE (DEFM: demandes d'emplois en fin de mois), il existe deux autres sources de dénombrement statistique du chômage: le recensement, qui s'appuie sur une notion de chômage extensive appréciée sur une base déclarative et qui ne fait pas référence au fait d'être ou non inscrit à l'ANPE; et l'enquête emploi de l'INSEE (Institut national de la statistique et des études économiques), réalisée chaque année depuis 1950 auprès d'un échantillon représentatif (65000 ménages sélectionnés de manière aléatoire), utilise la définition du BIT. Depuis 1992, une enquête trimestrielle permet de suivre les variations annuelles.

Au-delà du dénombrement des chômeurs, qui constitue un enjeu permanent du débat public sur la situation économique et sociale d'un pays, le chômage est une réalité économique multiforme. On distingue en effet quatre types de chômeurs:

- le chômage structurel traduit le désajustement durable entre l'offre et la demande de travail sur le marché du travail;
 - le chômage conjoncturel est lié aux évolutions de l'activité économique;
 - le chômage frictionnel reflète les inévitables délais d'ajustement entre l'offre et la demande d'emploi;
- le chômage saisonnier correspond au ralentissement de certaines activités en hiver ou en période d'intempéries.

Texte II. Commerce intérieur

Le commerce contribue pour une large part à la satisfaction des besoins. Il permet à la fois le transport dans l'espace des biens de consommation des producteurs aux consommateurs et le transport des biens de production – comme les matières premières – des producteurs à d'autres producteurs. Si les conditions du marché sont proches – en théorie – de celles d'une concurrence parfaite, le commerce contribue en outre à la stabilisation des prix et des revenus: en transférant les marchandises dans l'espace et dans le temps, les commerçants contribuent à l'adaptation de l'offre à la demande et assurent l'approvisionnement constant du marché; un tel équilibre dépend toutefois essentiellement de la structure et de l'efficacité des circuits de distribution.

Dans le système de distribution interviennent le commerce de gros et le commerce de détail. Le commerce de gros a pour objet les transactions sur de grosses quantités de marchandises; le grossiste achète à des producteurs des marchandises qu'il revend à d'autres producteurs ou à des détaillants, et non à des consommateurs. L'importance du commerce de gros varie selon les industries (son rôle est très important dans l'industrie alimentaire, par exemple, où l'éventail des produits est considérable). Dans certains secteurs, le commerce de gros est pratiqué par les producteurs eux-mêmes, qui vendent directement aux détaillants (et parfois au public). Les détaillants (ainsi, aux États-Unis et dans plusieurs pays d'Europe) ont aussi la possibilité de constituer des groupements d'achat, qui leur permettent de se fournir directement chez les producteurs et de bénéficier des avantages consentis aux acheteurs en gros.

Le commerçant de détail achète chez le producteur ou chez le grossiste et revend aux consommateurs. Le commerce de détail est l'apanage des petits magasins, qui ne nécessitent pas un gros apport de capital ni un stockage important de marchandises. Mais de grandes entreprises se sont également intéressées au commerce de détail: les grands magasins, les magasins à succursales multiples, les supermarchés. L'achat en grandes quantités, la répartition des marchandises sur de grandes surfaces, ainsi qu'une meilleure organisation leur permettent de réaliser des bénéfices élevés tout en pratiquant des prix plus bas que le peuvent faire les petits négoce. Ces derniers, pour survivre, doivent appliquer une méthode de vente plus souple et plus personnalisée et conserver au commerce de détail son caractère essentiel, le service du public. Les coopératives de consommateurs pratiquent, quant à elles, un commerce de détail sans but lucratif.

Texte III. Comptabilité nationale. Outil de planification ou outil de décision?

La comptabilité nationale a été utilisée aussi bien par les pays totalitaires (socialistes notamment) que par les démocraties, avec des finalités cependant différentes: planification impérative pour les premiers; outil d'analyse et d'aide à la décision macroéconomique pour les seconds. La Communauté économique européenne a élaboré, en 1970, un système européen de comptes économiques intégrés (SEC) destiné à permettre de comparer les économies de ses États membres. Il est inspiré du système élargi de comptabilité nationale français (SECN), en vigueur depuis 1976. Il faut également signaler l'existence d'un système normalisé de comptabilité (SNC) établi sous les auspices de l'ONU, qui s'applique aux organisations internationales depuis 1968.

Ces systèmes ont des caractéristiques de fond semblables, notamment le fait qu'il s'agit d'une comptabilité en partie simple en termes monétaires (même si des "comptabilités matières" sont envisageables); il s'agit de surcroît essentiellement d'une comptabilité de flux, qui décrit les variations d'une situation entre deux intervalles de temps, et non de patrimoine. La comptabilité nationale utilise enfin des agrégats qui permettent d'analyser la situation d'une économie sur une période donnée et d'anticiper les évolutions futures, à court terme grâce à la technique des budgets économiques, ou à moyen terme par le truchement des plans.

La comptabilité nationale française distingue:

- des acteurs (les six secteurs institutionnels: sociétés non financières, institutions de crédit, entreprises d'assurances, administrations publiques, administrations privées, ménages et "reste du monde");
- des types d'opérations (opérations sur biens et services, de répartition, financières);
- des comptes dont les soldes apparaissent dans un tableau.

Grâce à ces données, il est possible de schématiser le circuit économique. Le tableau économique d'ensemble (TEE) décrit ainsi l'origine et l'utilisation des ressources de chacun des six secteurs institutionnels, et constitue une représentation synthétique de la circulation de richesses entre les secteurs au cours d'une

année. Le tableau entrées-sorties (TES) décrit l'équilibre des opérations sur biens et services entre tous les secteurs économiques. Le tableau des opérations financières (TOF) décrit la manière dont les opérations économiques ont été financées.

Des données figurant dans les tableaux, il est possible de déduire des agrégats. Grâce au TEE, on peut notamment faire apparaître le produit intérieur brut (PIB = somme des valeurs ajoutées + TVA + droits de douane), le produit national brut (PNB = PIB + revenus des facteurs de production français situés à l'étranger – revenus des facteurs de production étrangers situés sur le territoire national) et le revenu national (RN = PNB – amortissements – impôts indirects + subventions des administrations publiques). Ce dernier agrégat mesure l'ensemble des richesses produites qui constituent un revenu pour les agents économiques résidents.

La comptabilité nationale permet enfin de faire apparaître deux équilibres fondamentaux indispensables à l'analyse et à la compréhension des équilibres macroéconomiques: l'équilibre emplois-ressources (mesuré par l'égalité PIB + importations = consommation + investissement + variations de stock + exportations) et l'équilibre épargne-investissement (revenu = consommation + investissement, ou bien revenu = consommation + épargne, d'où l'on tire que épargne = investissement). Le cadre comptable fournit logiquement des comptes équilibrés. Mais la comptabilité nationale montre comment et à quelles conditions les équilibres sont obtenus par exemple par la diminution des importations, par l'augmentation des investissements, par la variation des stocks.

Texte IV. Principales catégories d'impôts en France

L'impôt concerne à la fois l'ensemble des opérations économiques d'un pays et l'activité de chaque citoyen. Il assure dans sa diversité trois fonctions principales: financement des dépenses publiques, redistribution des richesses, grandes orientations de l'activité économique. La tâche à résoudre, pour le XXI^e siècle, est considérable: harmonisation de la fiscalité entre pays de même niveau économique – en particulier en Europe – et redéfinition des types de dépenses que l'impôt doit financer.

L'impôt sur les sociétés, créé par le décret-loi du 9 décembre 1948, s'applique aux personnes morales, dont les sociétés sont la principale catégorie. De nombreuses exemptions ont été prévues pour des raisons économiques et sociales, de même que pour éviter les doubles impositions. L'impôt n'atteint que les revenus de source française; il frappe le bénéfice net. Les amortissements sont déductibles, ainsi que les provisions, à certaines conditions. Le tarif était de 50% du bénéfice net imposable jusqu'en 1985. Il a été ramené à 33,3 % en 1993. Même en l'absence de bénéfice, les sociétés sont tenues de payer un impôt forfaitaire annuel (IFA), qui est différent de l'impôt sur les sociétés.

L'impôt sur le revenu, réformé en 1948 et 1959, produit 20 % des recettes fiscales. Il est dû par les personnes physiques, c'est-à-dire les ménages. En France, la moitié des foyers en est exonérée, contre un quart en moyenne dans les autres pays européens. L'imposition se fait par foyer fiscal, en cumulant, pour les soumettre à une imposition unique, l'ensemble des revenus de toutes catégories perçus par les personnes formant une unité familiale ou considérées comme étant fiscalement à la charge du chef de famille. L'imposition est établie l'année suivant celle de la réalisation du revenu; elle est donc annuelle. Tous les revenus sont imposables, qu'ils soient en espèces ou en nature. Les revenus sont classés en huit catégories: revenus fonciers; bénéfices agricoles; bénéfices industriels et commerciaux et gains assimilés; rémunération de gérants ou d'associés de société; bénéfices non commerciaux; traitements, salaires, pensions et rentes viagères; plus-values des particuliers; revenus des capitaux mobiliers. Le bénéfice ou revenu imposable est déterminé à part pour chacune de ces catégories. Seul le revenu effectif est pris en considération, c'est-à-dire le revenu net, le revenu réel et disponible.

L'impôt à acquitter est, en France, modulé par le quotient familial, qui traduit une politique fiscale favorable aux familles. Le nombre d'enfants à charge est rarement pris en compte dans les mêmes proportions dans le reste du monde.

La taxe sur la valeur ajoutée (TVA), impôt général sur la dépense, est une création moderne. Après une phase d'expérimentation, de 1917 à 1954, la loi du 10 avril 1954 l'appliqua aux marchandises industrielles. Elle fut étendue à toutes les activités des sociétés commerciales en 1968 et à toutes les activités lucratives (ensemble des services, création littéraire et artistique, professions libérales) en 1981. Seules des activités en partie assurées par l'État, comme les soins hospitaliers ou l'enseignement, en sont encore exonérées. Depuis 1992, les taux de TVA ont été ramenés à deux: un taux normal de 20,6 % et un taux réduit de 5,5 %. Il existe cependant un taux particulier de 2,1 %, applicable à certains produits (médicaments). Le régime des déductions est complexe. Chaque redevable facture la TVA à son client. Lorsqu'il la reverse au Trésor, il en déduit la taxe ayant frappé les éléments de son prix de revient et ne verse que la différence. Un forfait TVA concerne les petites entreprises, dont le chiffre d'affaires est faible. Au lieu de déclarations mensuelles, le redevable n'est alors tenu de fournir qu'une déclaration annuelle.

Les autres impôts sur la dépense sont la taxe spéciale sur les activités bancaires et financières, les impôts assis sur les salaires, les droits de douane, les contributions indirectes et les droits de timbre et d'enregistrement.

Les impôts sur le capital. Aux droits de succession et de donation est venu s'ajouter, en 1982, un autre impôt sur le capital, l'impôt sur les grandes fortunes (IGF); supprimé en 1986, il a été rétabli en 1988 sous la forme de l'impôt de solidarité sur la fortune (ISF). Il frappe les personnes physiques dont le patrimoine net imposable est supérieur à un certain barème.

Enfin, depuis 1991, un nouvel impôt, instauré par le gouvernement Rocard, la contribution sociale généralisée (CSG), a permis d'entamer une réforme du financement de la protection sociale.

Les impôts locaux, destinés à alimenter le budget des collectivités locales, ont fait l'objet d'une rénovation dont les principes ont été posés par l'ordonnance du 7 janvier 1959. Aux anciennes contributions ont été substituées quatre taxes: taxe foncière des propriétés bâties, taxe foncière des propriétés non bâties, taxe d'habitation et taxe professionnelle. Elles sont déterminées d'après les valeurs locatives actualisées, ce qui nécessita une révision générale des évaluations foncières

celle-ci ne fut achevée qu'en 1973 et mise en application en 1974. Une "taxe professionnelle" remplaça ainsi la patente, taxe que l'État prélevait jusqu'en 1917 en contrepartie du droit à l'exercice de toute activité située en France, et qui subsista après cette date au bénéfice des collectivités locales. Depuis les lois de décentralisation de 1982, qui élargirent les domaines de compétence des collectivités territoriales, les impôts locaux ont augmenté beaucoup plus vite que la fiscalité d'État. Aux communes et départements sont par ailleurs venus d'ajouter, à partir de 1982, les Régions et les organisations intercommunales comme les communautés urbaines ou intercommunales, qui lèvent leurs propres taxes. Les disparités de richesse entre les villes sont en partie compensées au niveau national par un système de redistribution entre communes, mais la pression fiscale locale varie de façon notable, dans un rapport de un à six entre Paris, ville riche, et, par exemple, Marseille, ville en difficulté.

Texte V. Produit intérieur brut *et* produit national brut

Agrégats de la comptabilité nationale mesurant la production de biens et services, le produit intérieur brut est égal à la production totale des biens et services produits sur le territoire national, diminuée de l'ensemble des consommations intermédiaires. Cette définition simple renvoie à une mesure statistique plus complexe. Le produit intérieur brut mesure l'ensemble des valeurs ajoutées des agents économiques résidents quelle que soit leur nationalité, évaluées aux prix de marché courants. La comptabilité nationale y ajoute le produit total de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) ainsi que les droits de douane grevant les produits, et en soustrait les services bancaires imputés non répartis entre les services utilisateurs. Ces corrections apportées à la somme des valeurs ajoutées sont dues à la nécessité de réaliser un équilibre avec la somme des emplois finals.

Le produit intérieur brut est ensuite ventilé entre un produit intérieur brut marchand (ensemble de la production donnant lieu à un paiement au prix du marché) et un produit intérieur brut non marchand (ensemble de la production donnant lieu à un paiement ne correspondant pas au prix du marché). En 1977, le produit intérieur brut français devrait atteindre 8170 milliards de francs.

Le produit intérieur brut est l'agrégat le plus fréquemment utilisé pour effectuer des comparaisons internationales. Ainsi, le calcul du produit intérieur brut rapporté à la population permet-il de dégager un produit intérieur brut par habitant qui sert de base aux comparaisons des niveaux de vie entre pays.

Les mesures statistiques divergent cependant sensiblement selon les comptabilités nationales, si bien que les comparaisons sont souvent peu réalistes. Par ailleurs elles ne tiennent en général pas compte de l'effet distordant des taux de change des monnaies.

Le produit national regroupe l'ensemble des produits des branches de l'économie nationale pendant une période déterminée, en général d'un an. Il fournit une mesure monétaire de l'activité économique de l'ensemble des agents économiques rattachés à l'économie nationale. Il mesure en effet le produit intérieur brut moins la valeur des biens et services produits en France par des entreprises étrangères (X), plus la valeur de biens et services produits par les entreprises françaises à l'étranger (Y): $PNB = PIB - X + Y$. Le produit national peut être calculé brut, c'est-à-dire sans amortissement économique, ou net, c'est-à-dire après amortissement économique. Il peut également être calculé soit au prix du marché, soit au coût des facteurs; dans ce dernier cas, la part imputable à la fiscalité dans le prix des produits n'est pas prise en compte.

Le produit intérieur brut, tout comme le produit national, est de moins en moins considéré comme un instrument pertinent de mesure des richesses produites par un pays, ou du bien-être de ses habitants. Les Nations unies et les institutions financières (Banque mondiale et Fonds monétaire international) et économiques

(Organisation de coopération et de développement économique) internationales tendent à recourir à des instruments de comparaison intégrant des variables plus représentatives. Ainsi, l'indice de développement humain (IDH) intègre-t-il des facteurs tels que le niveau de scolarisation, le degré de satisfaction des besoins alimentaires, l'état de l'environnement, etc.

Texte VI. Profit

Différence entre l'ensemble des recettes d'une entreprise et l'ensemble des charges liées à la rémunération de ses facteurs de production et à la vente de ses biens et services, le profit peut s'appréhender à travers différents ratios:

- la marge brute d'autofinancement ou *cash-flow*, qui est la somme du bénéfice net, de l'amortissement et des provisions;
- le bénéfice net, qui est le bénéfice après impôt, après mise en réserve de la participation des salariés et distribution des dividendes aux actionnaires;
- l'excédent brut d'exploitation, qui est le solde du compte d'exploitation de l'entreprise.

En outre, le profit pur peut s'obtenir en déduisant l'intérêt qu'aurait perçu le créancier s'il avait choisi de placer ses capitaux au lieu de les investir.

Le profit peut faire l'objet de divers emplois: il peut être reversé aux actionnaires sous forme de dividendes en rémunération du capital investi; il sert à la constitution de réserves additionnelles ou à financer une part d'investissements supplémentaires sous forme d'autofinancement (par rapport au financement externe par recours à l'emprunt).

Selon les analyses micro-économiques, la maximisation du profit de l'entreprise passe par la détermination d'un volume de production tel que le coût marginal soit égal à la recette marginale. En d'autres termes, l'entreprise doit produire jusqu'à ce que la réalisation d'une unité supplémentaire coûte autant qu'elle rapporte, si elle veut épuiser ses possibilités de profit.

À long terme, toutefois, les prix tendent à s'aligner sur les coûts moyens de production, de telle sorte que le profit moyen soit nul. Le profit n'est donc possible qu'à court terme, pour une firme possédant un avantage qui lui permette de produire à un coût inférieur au coût moyen.

Texte VII. Salaire

Le salaire est calculé proportionnellement à la productivité (salaire à la pièce) ou à la durée (mois ou heure). Les salaires représentent la part prépondérante des revenus des ménages. Ils sont un élément important de la redistribution vers les ménages des richesses créées dans l'économie (valeur ajoutée).

Différentes méthodes de calcul sont possibles.

- Le salaire peut être brut ou net. Le salaire brut correspond à la rémunération en espèces ou en nature versée aux ménages, à l'exclusion des suppléments familiaux et des indemnités de chômage, classés parmi les cotisations sociales. Le salaire net s'obtient après déduction de la part salariale des cotisations sociales.
- À la rémunération du travail s'ajoutent certains compléments et certains substituts. Les compléments incluent les primes et gratifications, les versements pour congés payés et les avantages en nature (logement). Les substituts sont fixés de manière législative ou par les conventions collectives. Ils comprennent le versement de prestations maladie ou incapacité, les suppléments familiaux, les indemnités de chômage ou de préavis.

- Le salaire peut être nominal ou réel. Le salaire nominal est le salaire mesuré à prix courants. le salaire réel est le salaire mesuré à prix constants, c'est-à-dire déduction faite de l'inflation Le salaire réel correspond au pouvoir d'achat.

Pour les économistes classiques et néoclassiques, le niveau du salaire résulte de la confrontation de l'offre et de la demande sur le marché du travail. Le mécanisme de marché implique l'absence de chômage, sauf à ce qu'il soit volontaire. Le niveau des salaires permet donc toujours un fonctionnement optimal de l'économie. Seules des rigidités à la baisse des salaires sont susceptibles d'éloigner l'économie du plein-emploi.

En théorie le niveau des salaires est déterminé sur le marché du travail, selon trois facteurs: la productivité marginale du travail l'offre et la demande de travail salarié, le niveau de qualification.

De manière plus générale, les pouvoirs publics mènent une politique salariale. Ils tentent d'influencer les salaires du secteur privé par la détermination des salaires du secteur public. Ils fixent un salaire minimum, qui est le salaire au-dessous duquel aucun salarié ne peut être payé. En France, la création du SMIG (salaire minimum interprofessionnel garanti) remonte à 1970. Il a été remplacé par le SMIC (salaire minimum interprofessionnel de croissance) en 1970.

Depuis 1945, les évolutions salariales sont contrastées. Puis la croissance économique et le plein-emploi ont entraîné une progression soutenue des salaires jusqu'en 1975. Les années 1980-1990 ont été celles d'une tendance au ralentissement, sous le double effet de la baisse de la croissance économique et de l'élévation du taux de chômage.

Néanmoins, le salaire ouvrier annuel a régulièrement augmenté de 1950 à nos jours: les prix ont été multipliés par 12 et les salaires par 40, soit un triplement des salaires en valeur constante.

