

TD 2 – L'activité économique

Travail à faire

A partir des annexes, du cours, des ressources complémentaires sur Moodle et de vos connaissances répondez aux questions suivantes :

- 1) En vous appuyant sur les annexes 1 et 2 définir les notions de « circuit économique » et « d'acteur économique ». Puis quels sont les différents secteurs institutionnels ?
- 2) A partir de la vidéo (« le circuit économique » sur Moodle) : indiquez les différentes fonctions du circuit économique et retrouver les différents acteurs institutionnels.
- 3) Présenter les ménages :
 - a. Définition
 - b. Que constatez-vous et quelles en sont les causes ?
- 4) Présenter les banques : vous préciserez ses rôles, les avantages de recourir à l'intermédiation financière et la rémunération qui en découle.
- 5) Selon vous à quel type de biens et de services le consommateur peut-il prétendre ?
- 6) Justifier le titre de l'annexe 3 « Voyage au paradis de la consommation » et préciser les causes.
- 7) Retrouvez et présentez les différents acteurs avec Val d'Europe.
- 8) Illustrez les différentes fonctions du circuit économique à travers Val d'Europe.
- 9) Quels est l'objet social de Rexel ?
- 10) Identifier les partenaires qui participent à l'activité économique de Rexel.
- 11) En déduire les différents types de marchés sur lesquels intervient le groupe Rexel lorsqu'il échange avec ses partenaires.

Critères d'évaluation

Ce qui compte dans chacune de ces questions est (1) votre capacité à mobiliser ce que nous avons vu en cours (2) la qualité de votre argumentation. Chacune de vos réponses doit être argumentée.

Organisation (approximative) de votre temps de travail

Lecture des annexes – 15 min

Travail de réflexion individuel – 30 min

Mise en commun avec les autres membres du groupe et rédaction – 45 min

Ceci n'est qu'une proposition. Vous pouvez tout à fait vous organiser différemment (ex : travailler question / question). Evitez en revanche de vous répartir les questions car l'enjeu est avant tout de produire une réflexion collective.

Le travail de rédaction à proprement parler peut dépasser un peu... Dans ce cas, le compte rendu devra être finalisé pour la séance de cours suivante au plus tard.

ANNEXE 1**À QUOI CORRESPOND L'INTERMÉDIATION FINANCIÈRE ?**

L'intermédiation correspond à la situation dans laquelle une institution financière (une banque) collecte des ressources auprès de ceux qui ont des excédents et effectue des prêts au profit de ceux qui ont des déficits. Ainsi, les banques collectent des ressources auprès des agents à excédents sous forme de dépôts et accordent des crédits aux entreprises et aux ménages. Il y a intermédiation dans la mesure où la créance détenue par les agents à excédents (compte bancaire, compte sur livret) est différente de la dette des agents à déficit (emprunt bancaire).

J. P. Faugère et C. Voinin, Le Système financier français, Nathan

H. Le recours à l'emprunt et l'intermédiation bancaire

Dans le cas de la finance indirecte ou « intermédiée », les intermédiaires financiers (IF) s'interposent entre les agents à besoin de financement et les agents à capacité de financement. Les banques constituent la principale catégorie d'IF ; leur spécificité est d'émettre une dette monétaire (les dépôts) en contrepartie de leur financement. L'existence des IF et de la finance indirecte est expliquée par trois séries de facteurs :

1. La réalisation d'économies d'échelle : en travaillant sur des montants élevés et avec un grand nombre de clients, les IF peuvent obtenir des coûts unitaires plus bas que dans le cas où les opérations financières sont effectuées par des agents individuels.
2. La réduction des asymétries d'information : la relation entre prêteur et emprunteur, qui est au centre de la finance, est souvent frappée d'asymétries d'information au sens où l'emprunteur a généralement plus d'information sur le projet à financer que le prêteur. Les IF permettent de réduire ces asymétries d'information [...]. Par exemple, lorsqu'une entreprise demande un financement à sa banque, cette dernière est bien placée pour évaluer la solvabilité de son client car elle gère ses comptes et connaît l'état de sa situation financière.
3. Le rôle des IF est de rendre compatibles les demandes des agents prêteurs et emprunteurs qui n'ont pas en général les mêmes préférences. Ainsi, un épargnant cherche souvent des placements liquides et peu risqués tandis qu'une entreprise emprunteuse peut avoir besoin d'un financement à long terme pour un projet comportant des risques.

Pour réaliser cette « interface » entre prêteurs et emprunteurs, les banques « transforment » les trois caractéristiques principales des dettes et des créances des agents non financiers (le terme, le taux d'intérêt et le risque).

D. Pillion, La Monnaie et ses mécanismes, Éditions La Découverte, Collection « Repères », 2004

I. Elles transforment des prêts à court terme en prêts à long terme

La rencontre directe entre emprunteurs et prêteurs ne suffirait pas à régler le problème du financement de l'économie. En effet, la majeure partie de l'épargne nationale provient des ménages, qui placent une bonne partie de celle-ci à court terme, tandis que l'essentiel des demandes de fonds prêtés émane des entreprises, qui recherchent des financements à moyen et long terme pour assurer leurs investissements. Les institutions financières assurent ainsi la nécessaire transformation des ressources à échéance courte en emplois à échéance longue, transformation sans laquelle une part essentielle des investissements ne pourrait être réalisée.

J. Généreux, Introduction à l'Économie, op. cit

J. Comment les banques gagnent-elles de l'argent ?

Le rôle traditionnel d'une banque est d'être un intermédiaire entre ceux qui ont de l'argent à prêter et les ménages et les entreprises qui veulent en emprunter. Concrètement, elle reçoit des dépôts de ses clients et emprunte au taux d'intérêt à court terme du moment, pour prêter, à moyen et long terme, à un taux d'intérêt

supérieur. La différence lui sert de rémunération. Elle gagne aussi de l'argent en faisant payer les cartes de crédit, les virements à l'étranger ou bien en proposant à ceux qui ont des revenus élevés la gestion de services financiers (assurance-vie, porte-feuille de placements, etc.). Les commissions diverses que se font ainsi payer les banques françaises représentent aujourd'hui plus de la moitié de leurs revenus. [...]

De nombreux analystes considèrent que c'est le rôle croissant des commissions qui permet aux banques d'afficher de bons résultats ces dernières années. En fait, ce n'est pas le cas. [...].

Aux États-Unis, toutes les études récentes montrent que, au total, les revenus tirés des commissions sont en fait plus instables que les marges d'intermédiation : emprunter et re-prêter plus cher reste la principale source de profit des banques. C'est vrai également en Europe. Par exemple, « en Espagne et au Royaume-Uni, les banques les plus rentables sont celles qui affichent les marges d'intermédiation les plus élevées », confirme Laurent Quignon, économiste à BNP Paribas.

Conclusion : si vous voulez savoir comment se porte votre banquier, regardez la différence entre les taux à court terme du moment et ceux auxquels il vous prête, et vous continuerez à avoir une bonne idée de son état de santé.

Alternatives économiques, n° 254, Janvier 2007

Évolution des sources des revenus des banques françaises



<http://www.20minutes.fr/economie/>, 16/11/2017

ANNEXE 2

LES MÉNAGES

Le secteur des ménages est constitué des personnes physiques de la population totale résidente. Elles sont, pour la plupart, regroupées dans des « ménages ordinaires » au sens du recensement de la population constitués de l'ensemble des occupants d'une même résidence principale. Les membres d'un même « ménage ordinaire » partagent un logement, mettent en commun une partie ou la totalité de leurs revenus et de leur patrimoine et consomment collectivement certains biens et services. Un « ménage ordinaire » peut ne compter qu'une seule personne.

Les individus, ou groupes d'individus, appartenant au secteur des ménages ont pour fonction principale de consommer, mais ils peuvent aussi produire des biens ou des services et épargner. Les ressources des ménages sont principalement constituées des salaires perçus, des revenus de la propriété (intérêts, dividendes, revenus fonciers, etc.), de recettes provenant de leur production marchande et de prestations sociales.

A. Les nouveaux comportements de consommation des Français

La crise mondiale a modifié le mode de consommation des Français qui devraient adopter des comportements jugés plus responsables dans les années à venir.

La crise serait-elle derrière nous ? Après une année morose en 2009, le moral et la consommation des Français devraient repartir à la hausse en 2010. À l'aide d'une étude menée en octobre 2009 auprès des consommateurs de douze pays européens, l'observatoire Cetelem décrypte les comportements actuels et à venir.

Premier constat : si l'indice de confiance des ménages reste faible en raison de la montée du chômage, il s'améliore partout en Europe. Les intentions d'épargne en France dépassent les intentions de consommation (30 % contre 28 %). C'est une première depuis 10 ans. Pour l'observatoire, « la crise mondiale a engendré chez les Français des comportements rationnels : prudence dans les achats, arbitrages dans les dépenses et reconstitution d'une épargne de précaution. »

Mais il y a un désir de mieux consommer.

C'est ainsi que la fibre verte du consommateur s'est éveillée avec l'implantation durable de l'achat bio. On achète pour manger mieux, pour son bien-être personnel. Pas de différenciation selon le revenu des ménages : les Français qui achètent bio sont également ceux qui achètent les produits de consommation courant chez les hard discounters.

Le phénomène du conso-vendeur

Autre tendance, qui échappe celle-ci partiellement aux distributeurs traditionnels, le marché de l'occasion. Il concerne bien plus que le seul secteur automobile et les produits culturels (livres, CD, jeux vidéo) et les vêtements occupent une place de plus en plus importante. L'achat d'occasion est un bon moyen de privilégier des produits de gammes supérieures pour 63 % des Français interrogés.

Le conso-vendeur est un phénomène récent, où la France est en pointe sur ce sujet par rapport au reste des pays européens. Le potentiel de croissance est significatif grâce à Internet et de nombreux ménages ont ainsi pu augmenter leur pouvoir d'achat par ce biais.

Par V-Legrès, le 21/01/2010 à 14 h 03 - l'Express

B. Trois idées reçues sur l'épargne record des Français

Selon l'Insee, le taux d'épargne des ménages français a atteint 16,8 % de leur revenu disponible brut en 2011. Il s'agit d'un point haut historique. Jamais depuis 1983, les Français n'avaient eu une épargne aussi importante.

Les Français se jettent-ils sur les produits d'épargne ?

Non. Ce qui est mesuré par l'institut statistique français, c'est la part du revenu des ménages non consommé, pas l'épargne détenue en banque par nos concitoyens. On peut donc avoir en même temps un taux d'épargne élevé et un marché des placements en berne, note Cyril Blesson, associé chez PAIR Conseil, qui édite Les Cahiers de l'Épargne. Or c'est justement le cas de la France. Les nouveaux placements financiers des ménages (le total des collectes des différents produits financiers, de la monnaie jusqu'aux actions, en direct en passant par les comptes courants, le livret A, le PEL, l'assurance vie, les OPCVM, etc.) sont déprimés puisqu'ils n'auraient atteint que 105 milliards d'euros en 2011 contre 132,7 milliards en 2010. Plus de la moitié du taux d'épargne en France correspond en effet à des remboursements d'emprunts immobiliers, note Philippe Crével, économiste et secrétaire général du Cercle des Épargnants. L'épargne financière, elle, ne représente que 7,4 % du revenu des Français.

Le taux d'épargne élevé de la France s'explique-t-il par la crise économique ?

Non, l'argument de la constitution d'une épargne de précaution en temps de crise n'explique pas tout. Certes, on observe bien des petites pointes du taux d'épargne en période de ralentissement économique. Cependant, si le taux d'épargne est très élevé en France, c'est aussi parce que le crédit y est relativement peu développé, note Cyril Blesson. Dans les pays anglo-saxons (États-Unis, Royaume-Uni, Australie), le recours au crédit est historiquement plus important, ce qui se traduit par des taux d'épargne plus faibles (aux États-Unis, le taux d'épargne était même tombé à 1 % en 2005 !). La démographie et le mode de financement de la sécurité sociale jouent aussi sur le niveau du taux d'épargne. En France, les tranches de populations les plus âgées ont un taux d'épargne élevé, ce qui est contraire à la théorie économique. Cette anomalie s'explique par la générosité de notre système de retraite par répartition. Dans l'ensemble, les retraités n'ont pas besoin de puiser dans leur épargne pour maintenir leur consommation au niveau désiré.

Mais alors, avoir un taux d'épargne élevé, c'est bien ou mal pour l'économie ?

Cela dépend. La consommation est déjà le principal moteur de la croissance française et il surprend même par sa résistance en temps de crise. De plus, avoir un taux d'épargne élevé a aussi ses avantages. Si les ménages épargnent, ils peuvent financer la dette publique, ce qui rend le pays moins dépendant des capitaux internationaux. Enfin, sans épargne élevée, il y aurait moins de solidarité intergénérationnelle. Or celle-ci joue un rôle de plus en plus important dans l'achat d'un bien immobilier vu la flambée du prix de la pierre ces dernières années.

Par S-Julian, le 28/03/2012 - l'Expansion.com

ANNEXE 3**QUE CONSOMME-T-ON ?**

La consommation est un acte économique essentiel. À travers lui nous satisfaisons la majeure partie de nos besoins en achetant les biens et services nécessaires sur un marché.

D'autres biens et services sont essentiels pour vivre dans une société, pourtant ils ne sont pas vendus sur un marché. Ainsi en va-t-il de la plupart des routes, de l'enseignement, des équipements sportifs. L'État et les collectivités locales produisent ces services non marchands à partir des impôts qu'ils collectent. On parle de biens et services collectifs. Ces biens et services ne peuvent faire l'objet d'une appropriation personnelle mais les usagers peuvent les utiliser gratuitement ou moyennant une participation minimale.

Extrait de L'Économie en Schémas, J.- M-Albertini, Éditions de l'Atelier

VOYAGE AU PARADIS DE LA CONSOMMATION

Val d'Europe, l'un des plus grands centres commerciaux de France, a vu ses ventes exploser, dopées par la hausse du pouvoir d'achat et le retour de la confiance.

En ce samedi matin pluvieux de janvier, elle arpente les allées luisantes de propreté, la démarche énergique et l'air enjoué, laissant éclater son immense fierté. « Je suis la directrice de centre commercial la plus heureuse de France », s'exclame Anne-Catherine Bueb, patronne de Val d'Europe, l'un des temples de la consommation le plus fréquenté de l'Hexagone, avec 18 millions de visiteurs en 2017.

Certes, une semaine avant les soldes, l'affluence n'est pas au zénith. Mais, dans cet établissement du groupe Klépierre situé à Mame-la-Vallée (Val-de-Marne), qui abrite 190 magasins (Auchan, Zara, H&M, Fnac, Apple, Primark, etc.), l'heure est à l'optimisme : depuis le printemps dernier, les clients défilent, les ventes explosent (+ 9 % en un an), notamment grâce à l'extension de la surface commerciale en avril, et les propositions d'embauche se multiplient. Un cercle vertueux dopé par le moral en hausse des Français et leur envie de consommer.

Le vendredi 24 novembre fut le jour le plus chargé de l'année 2017. À la surprise générale, une foule dense s'est précipitée pour fêter le « Black Friday », une opération de promotion avant Noël venue des États-Unis. De 10 à 21 heures, des hordes d'acheteurs en délire n'ont pas hésité à faire la queue devant les magasins, du joaillier Pandora à Sephora ou Nocibé, de Zara à H&M, de Go sport à Quicksilver, en passant par Kiko, Nyx et Yves Rocher. « Il y avait un monde dingue. On pouvait à peine circuler. Ces vingt-quatre heures, la fréquentation a grimpé de 25 %, et le chiffre d'affaires, de 17 % ! » raconte Anne-Catherine Bueb.

Val d'Europe est en effet l'un des centres commerciaux les mieux placés de France pour récolter les fruits de la croissance : proche des parcs Disney (15 millions de visiteurs) et de la Vallée Village (marques dégriffées), il accueille bien sûr des touristes (de 20 à 30 % du total), mais surtout des milliers de banlieusards et de Parisiens

qui arrivent le weekend par le RER A pour s'offrir une après-midi shopping. « Notre clientèle est un bon reflet de la population française. On y croise autant de visiteurs de milieux populaires que de cadres supérieurs. Ce qui nous permet d'élargir notre offre au maximum », observe Anne-Catherine Bueb. L'ouverture le dimanche, autorisée depuis juin 2016, a encore donné un coup de fouet à l'activité. « Après le samedi, c'est le jour le plus prisé de la semaine », affirme la directrice.

Un dynamisme qui incite les marques premium à venir s'installer.

À côté d'Apple, de Bose, d'Adidas ou de Nike, des enseignes comme Kusmi Tea, Mauboussin ou Lipault sont arrivées récemment. Du côté du « food court », où sont réunis la plupart des 30 restaurants du complexe toujours remplis à craquer, le haut de gamme à la côte. Big Fernand, le roi du « hamburger » à la française, a vu les consommateurs changer d'habitude. « Certains clients délaissent désormais McDo pour déjeuner chez nous, malgré nos prix plus élevés », affirme un jeune serveur jovial, habillé d'un tablier gris et d'une casquette à l'ancienne, qui fait patienter, dans la bonne humeur, ses clients en file indienne. Le luxe, lui aussi, tente une percée au pays de la consommation de masse. Présent à Val d'Europe depuis son ouverture, le joaillier Borromée ne vendait jusqu'ici que des médailles, des bagues de fiançailles et des petits bracelets pour la Saint-Valentin. En 2017, il décide d'accueillir les grands noms de la place Vendôme, comme Fred, TAG Heuer ou Dinh Van. « Il existe ici un potentiel pour ce type de produits. Le succès est déjà au rendez-vous », se réjouit Joël Belogi, directeur général de la boutique.

À l'autre extrémité, la clientèle populaire a, elle aussi, grossi. Auparavant, elle faisait ses courses chez Auchan pour repartir aussitôt après. Depuis l'installation de Primark, elle se presse pour se faire plaisir à peu de frais, ressortant avec de gros sacs boursoufflés, épuisée mais satisfaite. « Nous ne pouvions pas résister », s'amuse une jeune femme aux longs cheveux blonds et aux piercings multiples escortée par son compagnon, avouant « n'acheter que des produits discount ou soldés ». Autour de cette locomotive, d'autres enseignes à bas prix profitent elles aussi de ce retour de flamme, comme Kiabi, qui a vu ses ventes bondir de 40 % en un an. « Le changement est très net. Auparavant, la consommation grimpait en début de mois, au moment du versement du salaire, pour redescendre pendant les trois semaines suivantes. Aujourd'hui, elle ne faiblit jamais », se félicite Anne-Catherine Bueb.

Conséquence de l'appétit croissant des consommateurs : les enseignes embauchent et pas seulement à temps partiel. Val d'Europe compte 3 500 salariés, auxquels se sont ajoutés 1 000 emplois depuis neuf mois. « On n'arrête pas d'étoffer notre personnel », affirme un commerçant. Le besoin est tel que les patrons font tout pour stabiliser leur personnel : contrairement aux conditions observées au niveau national, la plupart des nouveaux employés sont en contrat à durée indéterminée. « Chez Primark, explique un vendeur, on nous teste d'abord pendant deux mois, après lesquels on passe en CDI. » Même si ces jeunes franciliens débutent tous au smic. Assis à l'arrière de son restaurant pour profiter de sa pause, un cuisinier pakistanais s'estime lui aussi plutôt chanceux d'avoir la sécurité de l'emploi, malgré des horaires extensibles et un salaire minimal. La croissance du centre commercial, qui affiche déjà 600 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2017, suscite les convoitises. Beaucoup d'enseignes frappent à sa porte. « Je reçois de nombreuses demandes, mais je n'ai plus aujourd'hui un seul local vacant », regrette la directrice, qui ne peut pas non plus satisfaire les demandes d'extension venues, notamment, de la Fnac. Optimistes, tous les commerçants font des plans sur la comète. En cette fin de journée, alors que le ciel s'obscurcit, laissant s'illuminer le lustre de la place des Étoiles, ils se préparent avec crainte et délice aux prochains soldes, qui débiteront le mercredi suivant. Avec l'espoir de battre, encore une fois, de nouveaux records.

Corinne Scemama – l'Express/l'Expansion – 19/01/2018

ANNEXE 4**REXEL GROUPE****A. Son activité économique**

Distributeur de produits et services pour le monde de l'énergie, Rexel met son leadership au service d'un progrès durable. En tant qu'acteur mondial de la distribution de matériel électrique, Rexel a pour mission d'accompagner ses clients partout dans le monde, leur permettant d'optimiser leurs activités tout en créant de la valeur.

B. Rexel dans le monde

13,2 MDE	32	2 000	115	+ 1 M
de chiffre d'affaires	pays	agences	structures logistiques	références

C. Véhicules électriques

En Suède, Rexel a importé un marché d'un demi-millier de bornes de recharge pour véhicules électriques dans plusieurs aéroports locaux gérés par Swedavia, l'un des principaux opérateurs aéroportuaires du pays. Destinées aux véhicules des personnels aéroportuaires, ainsi qu'à ceux des passagers, elles permettront de réduire de 20 kg le poids moyen de CO₂ émis par les véhicules effectuant des allers-retours vers ces aéroports.

D. Un approvisionnement durable et responsable

La responsabilité environnementale et la performance logistique du Groupe sont indissociables. En 2016, Rexel a poursuivi, avec EcoVadis, l'évaluation des pratiques environnementales et sociales de ses fournisseurs. Près de 43 % du volume d'achat direct du Groupe a été évalué sur la base de 21 critères répartis en quatre thèmes : environnement, social, éthique et chaîne d'approvisionnement. Le Groupe s'est fixé un objectif de couverture de 80 % de son volume d'achat direct (en valeur) pour ces évaluations en matière de performance RSE d'ici à 2020.

E. Ses clients

Rexel compte plusieurs milliers de clients publics en France (plusieurs centaines de villes, collèges, lycées et établissements de Santé), dont les plus importants ont signé un marché public. Rexel gère actuellement environ 500 clients publics sous marché régional ou local (par exemple la ville de Paris, la ville de Brest ou encore la RATP) et certains accords nationaux ou multirégionaux, notamment avec le Ministère de la Défense (ESID).

The screenshot shows the Rexel France website. At the top, there is a navigation bar with the following items: 'Actualités', 'Nous connaître', 'Notre offre', 'Nos clients', and 'Nous trouver'. A search icon and the text 'Rechercher' are also present. Below the navigation bar, there is a grid of client categories:

- Installateurs**
 - Artisans électriciens
 - Artisans plombiers chauffagistes
 - Entreprises générales
 - Grands installateurs nationaux
- Installateurs spécialistes**
 - Chauffage ventilation climatisation
 - Réseaux VDI - voix données images
 - Sécurité communication
- Intégrateurs**
 - Tableautiers
 - Pleuristes
- Industriel**
 - Utilisateurs constructeurs de machines
 - Revendeurs
 - Export
- Prescripteurs**
 - Architectes et bureaux d'études
 - Constructeurs et promoteurs
- Utilisateurs**
 - Marchés publics
 - Hôtellerie et hôtellerie de plein air
 - Commerces de proximité

F. Structure de la dette de Rexel

Au 30 septembre 2017, la dette financière nette du groupe s'élève à 2 353,3 millions d'euros, soit 2 783,8 millions d'euros de dette financière brute moins 396,6 millions d'euros de trésorerie et équivalents de trésorerie, moins 33,9 millions d'euros autres.

G. Description du projet

La Fondation Rexel a fait un don de matériel via Bizline, filiale du groupe Rexel spécialisée dans l'outillage et les consommables professionnels, pour équiper l'outil-thèque de l'atelier de quartier de la Coumeuve lors de son ouverture en septembre 2015. Ouverts à tous, les ateliers de bricolages des Compagnons bâtisseurs favorisent l'apprentissage, l'entraide et l'ouverture. Les bénéficiaires se réapproprient leur lieu de vie et reprennent confiance en eux en y apprenant à améliorer leur logement.

www.rexel.fr et site www.rexel.com