

LES PETITS PRODUCTEURS FACE AUX CHANGEMENTS DE CONTEXTE DU MARCHÉ : STRATÉGIES D'ADAPTATION, ENTRE SÉCURITÉ ET PRISES DE RISQUES.



Prévision des risques et adaptation au marché

Une **stratégie d'adaptation** est un **changement** dans l'organisation de l'entreprise ou de ses actions commerciales dans un marché.

Les entreprises les emploient pour faire face aux changements dans un marché.

- Il existe deux types de stratégies d'adaptation :
- Les **stratégies réactives** : on subit le marché et on s'adapte à celui-ci
 - Les **stratégies proactives** : on crée une nouvelle tendance dans le marché dans notre intérêt.

Les **stratégies d'adaptation** permettent d'**accélérer le développement** d'une entreprise ou d'**éviter son déclin**.

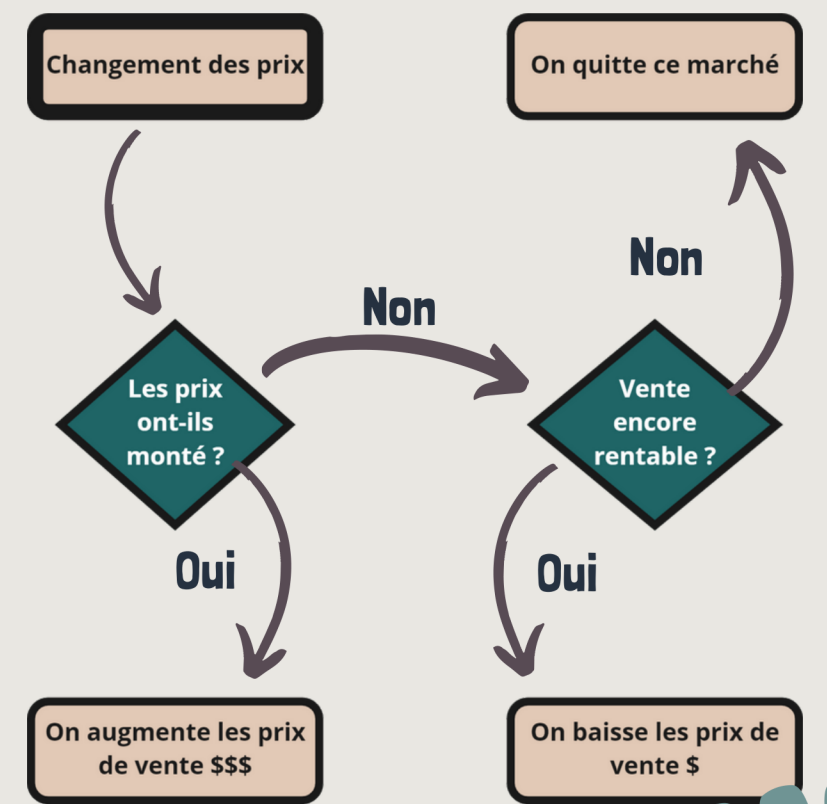


Figure 2: Diagramme synthétisant le principe d'adaptation du marché

Loi de l'Offre et de la Demande

La loi de l'Offre et la Demande désigne les biens achetés sur le marché, et toutes les relations qui en découlent.

L'**Offre** représente la quantité de biens ou de services que les producteurs sont prêts à vendre sur le marché. La **Demande** représente la quantité de biens et de services que les clients sont prêts à acheter.

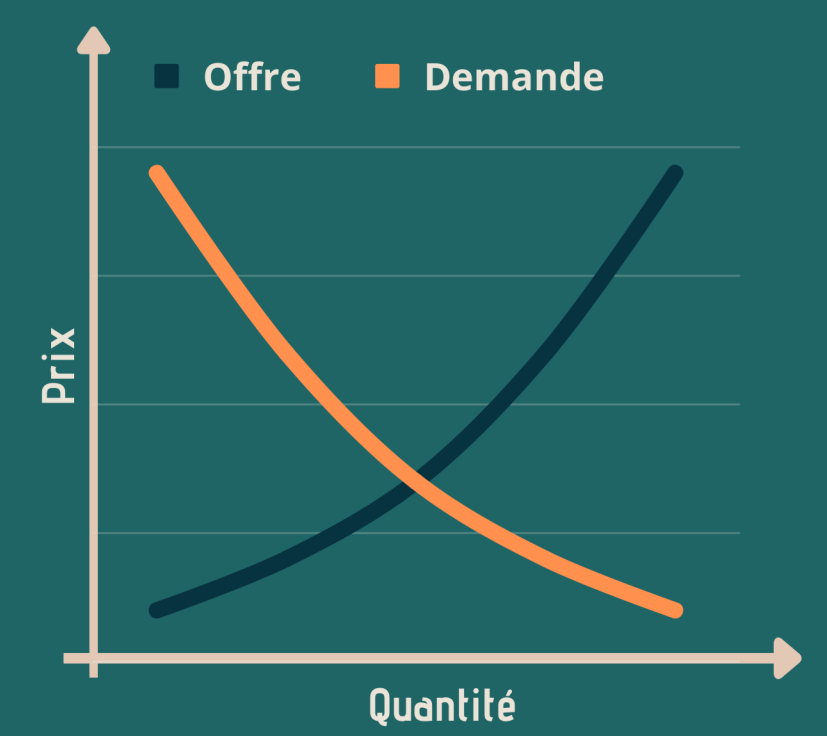


Figure 1: Graphique illustrant la dynamique entre l'offre et la demande

Les fonctions de l'offre et la demande font évoluer les prix: lorsque la **demande d'un bien est supérieure** à son offre, le **prix augmente**, et **vice-versa**, comme vu sur le schéma ci-contre.

Les facteurs susceptibles d'influencer le marché sont :

- **Les facteurs stratégiques** : l'équilibre du marché affecté par le gouvernement, les facteurs politiques et juridiques, le climat, la nature de la demande, le changement de goût des personnes
- **Changement de l'offre et de la demande à la fois** : affectées par : le changement de gouvernement, les lois, les catastrophes naturelles, ...
- **Les facteurs concurrentiels** : la concurrence affecte souvent le prix, donc l'équilibre du marché
- **Offre excédentaire** : (quand la quantité fournie par les producteurs > à la quantité demandée par les consommateurs)
Les prix baissent => plus de profit sur les produits
- **La demande excédentaire** : entraîne une instabilité, un déséquilibre

L'investissement

En économie, un **investissement** est une dépense immédiate destinée à augmenter, à long terme, la richesse de l'entreprise.

- Une entreprise peut investir pour:
- augmenter sa productivité
 - pour gagner du temps
 - baisser les coûts
 - augmenter son bénéfice

Si la situation de l'entreprise n'est pas stable, il est très risqué d'engager un investissement.

Exemple : un menuisier fabrique 5 chaises par heure; dès qu'il investit sur les outils correctes, il fabrique le double. Cet investissement sera rentable à long terme.

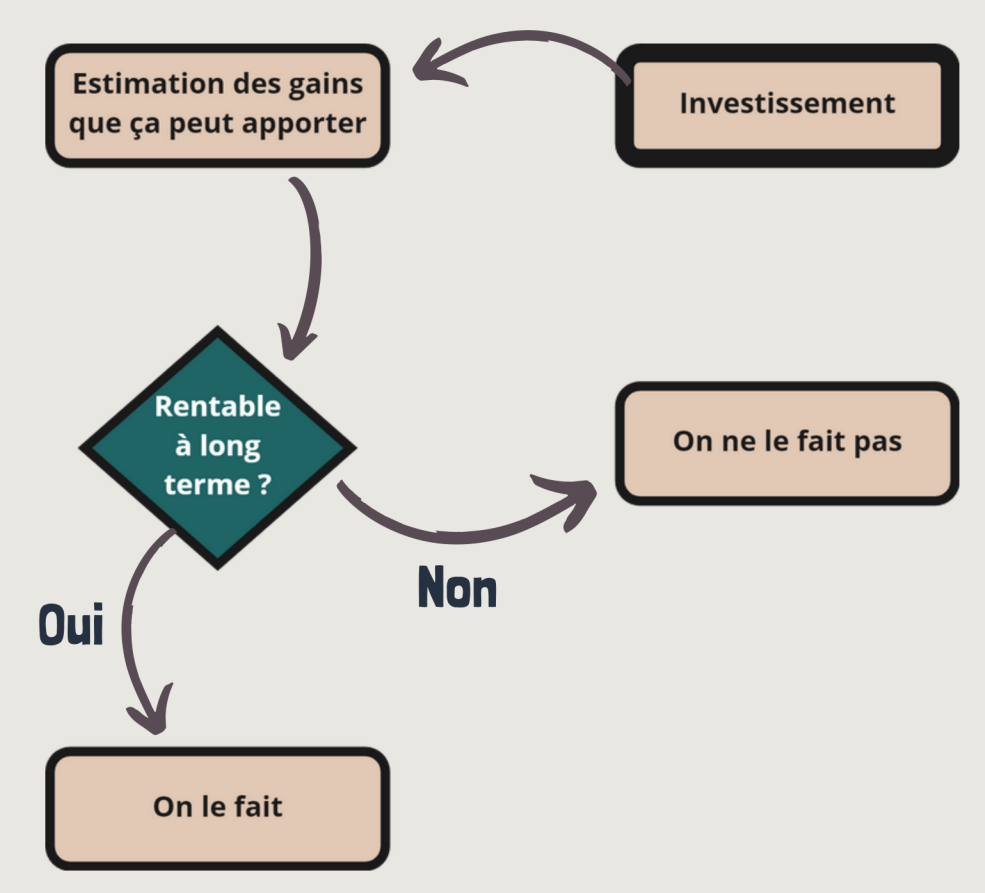


Figure 3: Diagramme synthétisant le principe d'investissement

Diversification économique

La **diversification économique** consiste à posséder une **large gamme de produits**, pour distinguer en tirer plusieurs bénéfices.

Cela confère une certaine **sécurité en cas d'effondrement** du marché d'un des produits (exemple: une maladie atteint le blé; cependant, le producteur n'a pas un autre produit à vendre).

Ne pas se diversifier et se focaliser sur **un seul produit**, constitue un **grand risque**, car si le **marché** du dit **produit s'effondre**, le joueur **perdra gros**.

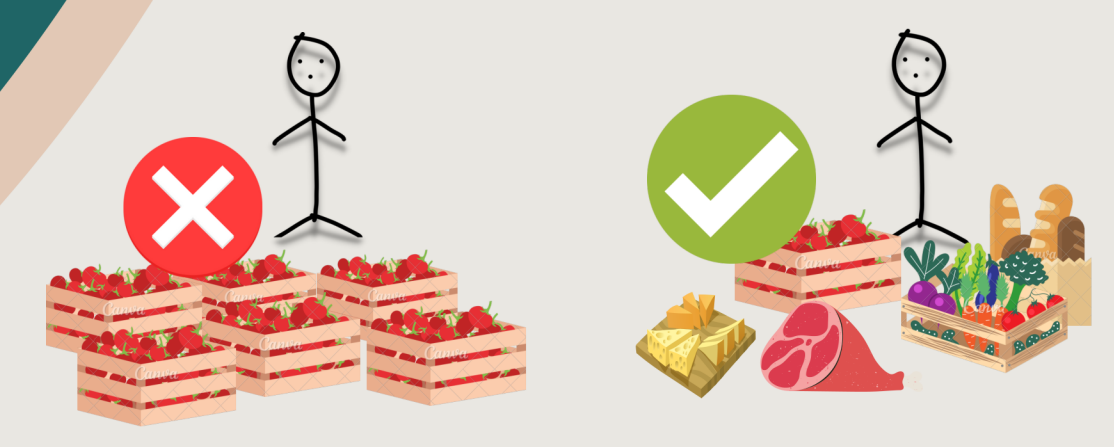


Figure 4: Schéma représentant le principe de diversification économique

De même, une grande diversité des produits attire une clientèle plus large