Comment crée-t-on des richesses et comment les mesure-t-on ?

Objectif : Savoir illustrer la diversité des producteurs (entreprises, administrations, économie sociale et solidaire) et connaître la distinction entre production marchande et non marchande.

Déroulement :
Les élèves se mettent par groupe de 5.
Chaque élève étudie une organisation productive en répondant aux questions.
Ensuite, les élèves, ayant étudié une même organisation, échangent sur leurs réponses afin d'en vérifier l'exactitude.
Finalement, les élèves retrouvent leur groupe de départ afin de restituer aux autres ce qu'ils ont appris sur l'organisation productive étudiée.
Synthèse : Les élèves doivent remplir un tableau permettant de récapituler les caractéristiques des organisations productives (nature de la production, objectif, nature du propriétaire, ressources de l'organisation).

Il est possible ensuite de faire travailler les élèves sur les organisations productives de leur ville en leur demandant de trouver une administration, une entreprise et une organisation faisant partie de l'économie sociale et solidaire).

Etude de cas d'une organisation productive : PSA Peugeot-Citroën.

Travail à réaliser :
PSA est un groupe qui comprend plusieurs entreprises ; lesquelles ?
Au regard du nombre de salariés, à quelle catégorie d'entreprises appartient PSA ?
Qu'est-ce qu'un actionnaire ? Qui est l'actionnaire principal de PSA ?
Combien vaut une action PSA le 5 janvier 2018 ?
Quelle est la production principale de PSA Peugeot-Citroën ? Est-ce une production de biens ou de services ? Est-elle marchande ou non marchande ? Donnez des chiffres pour apprécier cette production.
Quel est le montant du chiffre d'affaires en 2016 ?
Synthèse à faire

Documents :
Histoire du Groupe
De la production d'une des premières voitures à essence au XIXème siècle à l'invention des technologies nécessaires à l'avènement de la voiture intelligente, connectée et autonome de demain, l'histoire du Groupe PSA est marquée par un héritage industriel dynamique et vivace de plus de 200 ans. Alors que le Groupe amorce aujourd'hui une nouvelle phase de son histoire, marquée par une transformation profonde impulsée par le client, découvrez les grandes dates qui ont fait le Groupe PSA.
1976 : Citroën S.A. et Peugeot S.A. fusionnent pour former le groupe PSA Peugeot Citroën
2016 : PSA Peugeot Citroën devient Groupe PSA, symbole de la transformation du Groupe
Les chiffres clés du Groupe PSA en 2016
LE GROUPE PSA

- 54 Md€ de chiffre d'affaires en 2016
- Plus de 3 millions de véhicules vendus dans le monde en 2016
- 170 000 collaborateurs dans le monde en 2016
- 2ème constructeur automobile européen
- 102,4 g le Groupe est leader européen sur les émissions de CO2/KM

DES MARQUES FORTES

PEUGEOT — Motion & Emotion

CITROËN — Creative Technology

DS AUTOMOBILES — Spirit of Avant-garde

OPEL — The Future is Everyone's

VAUXHALL — Isn't Life Brilliant

FREE2MOVE — Unlimited Mobility

UN PORTEFEUILLE DE MARQUES ET SERVICES SUR TOUTE LA CHAÎNE DE VALEUR AUTOMOBILE

BANQUE PSA FINANCE

PSA POWERTRAIN

MISTER AUTO

INVESTISSEMENTS ET PARTICIPATIONS

GEFCO faurecia DONGFENG DONGFENG MOTOR CORPORATION

05/01/2018 17:05

Peugeot SA 18,11€ ▲ +4,35%

CAC 40 5 470,75€ ▲ +1,05%

Source : Site internet PSA

Dongfeng est désormais le premier actionnaire du groupe PSA

C'est une assemblée générale particulière qui s'est déroulée ce mercredi pour le groupe PSA. Le constructeur chinois Dongfeng est désormais le premier actionnaire du groupe automobile français en termes de droits de vote.

L'assemblée générale du mercredi 10 mai était historique pour **le groupe PSA** (Peugeot, Citroën, DS). Les actionnaires ont validé le rachat d'Opel et Vauxhall, les filiales européennes de General Motors, ce qui n'était pas une surprise. En revanche, à l'issue de cette assemblée générale, le constructeur chinois Dongfeng est devenu le premier actionnaire du groupe PSA... en termes de droits de vote.

Si les trois principaux actionnaires (l'État, la famille Peugeot et Dongfeng) détiennent toujours 12,9% chacun du capital de PSA, le poids de leur vote n'est pas le même. En effet, les investisseurs qui détiennent des titres depuis plus de deux années consécutives disposent de droits de vote doubles. Or, en 2016, Bercy a revendu les parts détenues par l'État à BPIFrance. La même année, la famille Peugeot a cédé puis racheté des titres. Dongfeng est donc le seul a avoir conservé la totalité de ses actions. L'État, comme la famille Peugeot, doit désormais patienter deux ans pour peser, à nouveau, le même poids que Dongfeng au sein de PSA.

Les synergies se multiplient

Cette montée en puissance de Dongfeng dans le processus décisionnel est avant tout symbolique. Sur le fond, rien ne change. Les relations entre les trois partenaires sont toujours excellentes.

Les deux groupes automobiles, qui travaillaient déjà ensemble dans le cadre de la coentreprise DPCA avant l'arrivée de Dongfeng au capital de PSA, multiplient les projets communs. Les constructeurs ont prévu de développer en commun "une plateforme mondiale destinée à la production de véhicules des segments B et C (citadines et berlines)" badgés Peugeot, Citroën, DS et Dongfeng.

Les premiers véhicules utilisant cette base technique devraient voir le jour à l'horizon 2019 et disposer de motorisations propres, la plateforme ayant été conçue pour bâtir un véhicule 100% électrique. Une technologie qui sera aussi bien utilisée par les marques de PSA en Europe que par Dongfeng en Chine.

Antonin Moriscot et Mathieu Sévin , 10/05/2017 à 15h40, **http://bfmbusiness.bfmtv.com/entreprise/dongfeng-est-desormais-le-premier-actionnaire-du-groupe-psa-1160969.html**

Etude de cas d'une organisation productive : les restaurants du cœur.

Travail à réaliser :

Qui a créé les restos du coeur ? Cette organisation a-t-elle un caractère privé ou public ?

Cette organisation est-elle une entreprise ? Comment appelle-t-on cette organisation ?

Les restos du cœur ont-ils des actionnaires ? Pourquoi ?

Les restos du cœur fonctionnent-ils principalement avec des salariés ?

La production réalisée par cette organisation est-elle marchande ou non marchande ? Donnez quelques chiffres qui illustrent cette production.

Les résultats présentés sont-ils de même nature que ceux présentés par PSA ? Pourquoi ?

D'où vient principalement l'argent qui permet à l'organisation de fonctionner ? Quelles sont les autres ressources financières ?

Synthèse à faire

Fondés par Coluche en 1985, les Restos du Cœur est une association loi de 1901, reconnue d'utilité publique, sous le nom officiel de « les Restaurants du Cœur – les Relais du Cœur ». Ils ont pour but « d'aider et d'apporter une assistance bénévole aux personnes démunies, notamment dans le domaine alimentaire par l'accès à des repas gratuits, et par la participation à leur insertion sociale et économique, ainsi qu'à toute action contre la pauvreté sous toutes ses formes ».

Les Restos aujourd'hui

32 ans plus tard, ce sont 135,8 millions de repas équilibrés* qui sont distribués par l'association (2016-2017). Les Restos du Cœur ont malheureusement largement franchi la barre d'un milliard de repas servis depuis leur création…

Aujourd'hui, les carences alimentaires les plus graves ont presque disparu, mais la pauvreté a pris un autre visage : accidents de la vie, contrats précaires et travailleurs pauvres, jeunes de moins de 25 ans ne disposant pas du RSA, retraités disposant du seul "minimum vieillesse"…

**Équivalents repas.*

En France, 8.8 millions de personnes vivent sous le seuil de pauvreté. Soit plus de 14% de la population.

Source : INSEE, septembre 2016.

L'aide alimentaire permet une aide d'urgence mais représente surtout le point de contact privilégié pour permettre un accompagnement vers l'autonomie. La relation de confiance tissée pendant l'accueil et l'engagement des bénévoles pour leur venir en aide permet de proposer les pistes d'une réinsertion sociale : ateliers et jardins d'insertion, lits hébergement d'urgence,camions et points repas chauds, Restos Bébés du Coeur, départs en vacances, ateliers d'accompagnement scolaire et de lutte contre l'illettrisme, initiation à l'informatique, conseils budgétaires, accès à la justice et aux droits, soutien à la recherche d'emploi (SRE) et microcrédit personnel…

Provenance des ressources

Les ressources des Restos sont diversifiées. Elles reposent essentiellement sur un triptyque : **la générosité du public, qui assure près de la moitié des recettes financières de l'association (47% du total), les**

subventions (33%), et les produits Enfoirés (8%). À cela s'ajoutent les mécénats ou partenariats d'entreprises et les autres fonds privés, les produits financiers, exceptionnels et les produits divers.

Frais généraux réduits

Les Restos du Cœur sont très soucieux d'utiliser au mieux ces fonds publics et privés : **les frais généraux* sont réduits** (7,5% en 2016-2017) et les dépenses superflues éliminées.

En conséquence, la quasi-totalité des fonds collectés auprès du public (99%) a servi à financer nos missions sociales.

**Frais généraux : frais de recherche de fonds, frais de fonctionnement et de communication.*

Périmètre d'action

L'activité de l'association ne s'exerce que sur le territoire français métropolitain. Il n'existe aucune association agréée en dehors de l'Hexagone, car cela nécessiterait des structures de gestion beaucoup plus lourdes et donc plus onéreuses. Et, parce que les législations et les règles fiscales sont différentes, aucune association basée ou opérant à l'étranger ne relève de l'association française.

L'action conduite par les Restos du Cœur, association nationale et associations départementales, associations de droit français, est limitée à un territoire national.

Cette action répond à des critères et des gestions spécifiques prédéfinis et contrôlés selon des normes qui ont fait l'objet d'une approbation sans réserve par les autorités de tutelle et, notamment, par la Cour des Comptes et le Conseil d'Etat.

Certaines associations françaises et/ou étrangères, notamment en Belgique, se revendiquent directement et/ou indirectement d'une filiation avec les Restos notamment en utilisant, dans leur dénomination et/ou leur communication, la marque « Restos du Cœur ».

Notre association tient à préciser que l'attitude de ces associations crée, volontairement ou non, une confusion dans l'esprit du public.

Notre association se doit de préciser qu'il n'existe aucune filiation avec ces autres associations dont, par ailleurs, le mode de fonctionnement, diffère de l'action conduite par les Restos.

S'agissant plus particulièrement de l'association de droit belge, elle répond, dans son mode de fonctionnement, à des critères qui sont très sensiblement différents des nôtres.

Sans que ces exemples soient exhaustifs, la charte de cette association belge n'interdit pas à ses administrateurs d'exercer des mandats politiques, ce qui n'est pas le cas en France.

On constate également que les repas chauds servis en Belgique sont payants, dans la mesure du possible, alors que la gratuité est un élément fondateur de l'aide alimentaire telle qu'elle est pratiquée par notre association en France.

On pourrait d'ailleurs citer d'autres exemples, notamment quant au mode de fonctionnement de cette association qui a recours, de manière significative, à du personnel salarié alors même que les Restos font principalement appel au bénévolat…

Dans ces conditions, notre association tient, à nouveau, à préciser qu'il n'existe aucun lien de filiation avec ces associations tierces et se doit de souligner qu'aucun amalgame ou confusion ne saurait être accepté.

Nos ressources humaines bénévoles et salariées

Le fonctionnement des Restos du Cœur s'appuie sur le travail au quotidien d'une équipe engagée.

En 2016-2017 nos 71 000 bénévoles ont continué à œuvrer au quotidien au sein des centres Restos et leur engagement nous a permis de répondre aux besoins sans cesse croissants des personnes accueillies.

Un pôle bénévolat AD, rattaché aux missions sociales a été créé en Janvier 2015 afin de prendre en compte l'animation du parcours des bénévoles de terrain, de leur accueil à la mise en place des formations adaptées et au suivi de leur engagement. Parallèlement, sur le terrain, quelques salariés sont embauchés au niveau de chaque association départementale car certaines fonctions spécifiques nécessitent un suivi quotidien et une technicité particulière (travail social dans les centres d'hébergement, accompagnement social dans le cadre de l'insertion, fonctions de comptabilité, de logistique, etc.).

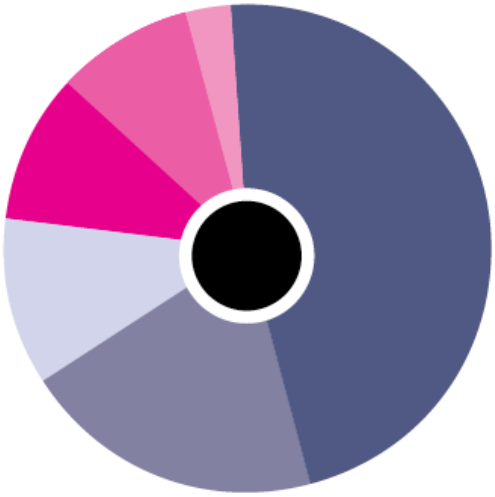
Il en est de même au siège et dans les antennes de l'association nationale où une équipe, composée de 256 bénévoles, d'une soixantaine de salariés et une quinzaine de jeunes étudiants en contrat d'alternance, travaille en étroite collaboration sur l'ensemble des missions. Au sein de chaque équipe, la complémentarité bénévole/salarié est une richesse pour notre structure. Le bon fonctionnement au quotidien passe par une définition claire des rôles et responsabilités. Homme ou femme, étudiant, actif ou retraité, chaque bénévole trouve la place qui correspond à sa disponibilité et à son savoir-faire. Les Restos ont en effet des besoins

extrêmement variés : logistique, distribution alimentaire, écoute et accompagnement mais aussi comptabilité, informatique, animation, etc. Une charte d'engagement du bénévole rappelle quelques principes éthiques et l'importance de poursuivre un but d'intérêt général.

Chiffres clés

2 085 centres et antennes
882 000 personnes accueillies l'hiver
402 000 personnes accueillies l'été 2016

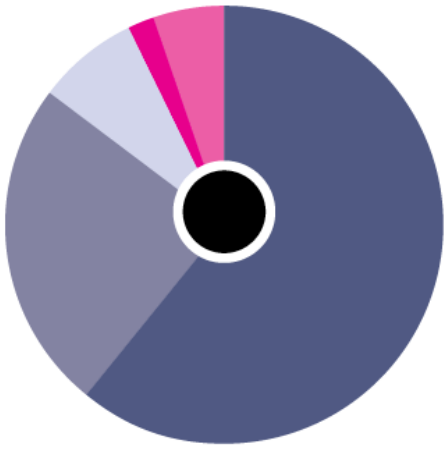
135,8 Millions de repas distribués
31 000 bébés de moins de 12 mois aidés
71 000 bénévoles
1 651 personnes en difficulté logées
625 logements en insertion
1 628 personnes hébergées en hébergements d'urgence
243 lits d'hébergement d'urgence
81 378 nuités
3 617 personnes accompagnées dans leur recherche d'emploi dans les 345 centres SRE
87,7 millions d'Euros de dons, legs et manifestations



D'OÙ PROVIENNENT 100 EUROS DE RESSOURCES ?

2016-2017

Générosité du Public	47%
Autres subventions	19,5%
Union Européenne	13,6%
Concerts des Enfoirés, ventes de CD/DVD, etc	8,2%
Autres Produits	8,2%
Mécénats, Partenariats et autres Fonds privés	3,5%



A QUOI ONT SERVI 100 EUROS DE RESSOURCES ?

2016-2017

Distribution alimentaire & actions d'accompagnements des centres	58,3%
Actions d'insertion, pilotage des actions, formation et animation des bénévoles	24,9%
Frais généraux	7,5%
Fonds Propres	7,1%
Charges liées aux Enfoirés	1,5%
Divers	0,7%

Source : https://www.restosducoeur.org/

Etude de cas d'une organisation productive : les pompiers de Paris.

Travail à réaliser :

Quelle est l'organisation(s) dont dépendent les sapeurs-pompiers de Paris ? Qui les dirige ?

Cette organisation a-t-elle un caractère public ou privé ?

Indiquez les effectifs et le statut des personnes qui composent cette organisation.

La production est-elle un bien ou un service ? Présentez-le.

Puis donnez quelques chiffres pour caractériser la production.

Vous ne trouverez pas de chiffres financiers en tant que résultat de cette organisation. Pourquoi ?

Les ressources ne sont pas indiquées : d'où viennent-elles ?

Synthèse à faire

Document :

Général Jean-Claude GALLET, Commandant la Brigade de sapeurs-pompiers de Paris

Né le 23 novembre 1964 à la Roche-Sur-Yon (85). En 1985, il intègre l'école spéciale militaire de Saint Cyr, puis l'école du Génie à Angers en 1988.

En 1989, à sa sortie de scolarité militaire, il choisit de servir à la brigade de sapeurspompiers de Paris. Jusqu'en 1996, il occupe successivement les fonctions de chef de garde incendie, de capitaine adjoint et de commandant d'unité à la 10e, puis à la 7e compagnie d'incendie et de secours.

Il rejoint ensuite les forces armées, où il alterne les postes d'analyste, chef de pôle régional de zones crisogènes et des missions opérationnelles de courte durée.

En 1999, il intègre le cours supérieur d'État-major, puis le collège interarmées de défense. En parallèle, il suit une scolarité à l'école pratique des hautes études (EPHE), où il obtient un DEA de stratégie. En outre, il est titulaire des stages « management disaster », au Commandement du Front Intérieur en Israël, et « leadership under pressure », à la Harvard Kennedy School.

En 2002, il occupe le poste de premier secrétaire à l'ambassade de France en Afrique orientale pendant trois ans, chargé du suivi des différentes crises régionales : RDC (notamment l'opération Artémis), Burundi, Soudan, LRA, etc.

Nommé colonel le 1er décembre 2005, il retrouve la BSPP, comme adjoint au chef de bureau études pilotage, avant d'en prendre la direction l'année suivante. Il reçoit le triple mandat d'optimiser les modes opératoires et les équipements des sapeurs pompiers face aux phénomènes thermiques, d'améliorer la sécurité des intervenants et de faire évoluer la doctrine de prise en compte des attentats, notamment en cas d'attaques simultanées et complexes. Il exerce ensuite les fonctions de chef de corps au 1er groupement d'incendie et de secours, en charge du Nord, de l'Est parisien et de la Seine-Saint-Denis de 2007 à 2009. Durant cette

période, il est amené à prendre plusieurs fois le commandement des opérations de secours sur des interventions majeures.

De 2009 à 2015, il occupe la fonction d'adjoint, puis de chef de service en charge de la gestion des crises géopolitiques, dans les forces armées. Outre la gestion des crises depuis Paris, il effectue plusieurs missions opérationnelles de courte durée. Il effectue ensuite un autre séjour de longue durée en Afghanistan, de 2011 à 2013.

Le 1er août 2015, il rejoint de nouveau la brigade de sapeurs-pompiers de Paris, en tant que commandant en second. Durant ces deux années, il est en charge des opérations, de la prospective, du pilotage, des relations internationales et de la coordination interministérielle. Il est nommé général de brigade en septembre 2016 et prend le commandement de la BSPP, le 1er septembre 2017.

Il parle couramment l'anglais et le russe.

Il est officier de la Légion d'Honneur et a reçu trois citations militaires. Il est titulaire de la médaille de la Défense nationale échelon argent, ainsi que de cinq médailles pour acte de courage et de dévouement (vermeil, deux argent de première classe et deux de bronze).

Missions de la BSPP :

- La brigade de sapeurs-pompiers de Paris est une unité militaire de l'armée de Terre, placée pour emploi sous l'autorité du préfet de Police.
- Elle est chargée de la protection des biens et des personnes et de la lutte contre les incendies sur son secteur d'intervention : Paris, Hauts-de-Seine, Seine-Saint-Denis, Val-de-Marne, aéroports de Paris-Orly et de Roissy-Charles-de-Gaulles.
- Elle constitue la plus importante unité de sapeurs-pompiers en Europe et la troisième dans le monde, après celles de Tokyo et de New York.

Statistiques 2016 de la BSPP :

- 8 500 hommes et femmes, dont 600 en détachements (CSG à Kourou, DGA à Biscarrosse, etc) ;
- 6 000 appels par jour à la plateforme des appels d'urgence ;
- 1 308 départs par jour, soit 1 départ toutes les minutes en moyenne ;
- 477 552 interventions ;
- 27 559 vies sauvées.

Source : http://www.pompiersparis.fr/fr

Etude de cas d'une organisation productive : La Poste.

Travail à réaliser :

Cette organisation est-elle une entreprise ?

La Poste a-t-elles des actionnaires ? Quelle est leur nature ? Cette organisation a-t-elle un caractère public ou privé ?

La production réalisée par cette organisation est-elle marchande ou non marchande ? est-elle un bien ou un service ? Donnez quelques chiffres qui illustrent cette production.

D'où vient principalement l'argent qui permet à l'organisation de fonctionner ? Quelles sont les autres ressources financières ?

Synthèse à faire

Document :

L'essentiel du Groupe La Poste

Le Groupe La Poste construit un modèle postal original et performant pour répondre aux défis de son temps. Resté multiactivité, il poursuit son développement pour continuer de servir tous ses clients, partout, tous les jours, et garantir l'avenir des postiers, dans un monde qui change.

Le Groupe La Poste, un groupe singulier

Grand groupe de services multiactivité, Le Groupe La Poste a développé une véritable proximité avec les Français en facilitant leur quotidien et en s'inscrivant durablement dans les territoires. Il réunit près de 260 000 postiers entrant chaque jour en relation avec 65 millions de personnes, partout en France, et animés par des valeurs citoyennes qui sont depuis toujours au cœur de l'identité postale.

Fort de sa présence territoriale et de ces valeurs, socles de la confiance des Français dans La Poste, le Groupe assure quatre missions de service public pleinement intégrées à ses activités : la distribution du courrier 6 jours sur 7 au domicile de tous les Français, la contribution à l'aménagement du territoire, le transport et distribution de la presse et l'accessibilité bancaire.

Conquérir l'avenir avec un nouveau plan stratégique

En 2014, Le Groupe La Poste s'est doté d'un nouveau plan stratégique, « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir », pour se donner les moyens d'accélérer son développement et de s'adapter aux nouveaux enjeux de son environnement. **Avec ce plan stratégique, il met le facteur humain et la confiance au cœur de la relation avec ses clients et fait des postiers les acteurs et bénéficiaires de sa transformation**. Alors que plusieurs postes européennes se sont spécialisées en logistique ou en bancassurance, le Groupe a choisi de conserver un modèle multiactivité et a réaffirmé son choix en mettant en place une nouvelle organisation en cinq branches. Chaque branche a sa priorité propre et son plan d'action, mais toutes sont amenées à coopérer pour faire avancer ensemble cinq projets prioritaires communs, accélérateurs de croissance pour le Groupe.

Une entreprise omnicanale

Pour permettre à chaque client d'accéder aux services adaptés à ses besoins, partout, tous les jours, **Le Groupe La Poste met en place une présence postale qui conjugue physique et numérique**. Services en ligne via les sites Internet, les applications mobiles et tablettes et les médias sociaux, réseau de 17 000 points de contact sur l'ensemble du territoire, 85 000 facteurs au domicile des Français 6 jours sur 7 : La Poste réinvente la proximité et simplifie la vie de tous ses clients en leur en offrant une expérience omnicanale.

La Poste, acteur public au service de l'intérêt général

La loi du 2 juillet 1990 a confié à La Poste quatre missions de service public qui forgent son identité. Les conditions et le cadre d'exercice de ces missions sont définis dans un contrat qui lie La Poste et l'État depuis 2001.

Des missions au cœur de l'identité postale

Composantes essentielles de l'identité du Groupe La Poste, **les missions de service public sont l'expression de sa contribution d'entreprise publique au développement des politiques d'intérêt général**. Service universel postal, contribution à l'aménagement du territoire, transport et distribution de la presse et accessibilité bancaire : ces quatre missions de service public confiées à La Poste contribuent au maintien et à l'amélioration des liens sociaux caractéristiques de la société française. Elles constituent un facteur de cohésions sociale et territoriale, ainsi qu'un socle sur lequel La Poste structure son organisation et son fonctionnement. Pleinement intégrées à ses activités, elles demeurent au cœur de la stratégie du Groupe et inspirent ses engagements.

Qu'entend-on concrètement par service universel postal ?

Le service universel postal comprend des offres de services nationaux et transfrontières d'envois postaux d'un poids inférieur ou égal à 2 kilogrammes, de colis postaux jusqu'à 20 kilogrammes, d'envois recommandés et d'envois à valeur déclarée. Il prévoit également des services de levée et de distribution 6 jours sur 7 sur tout le territoire.

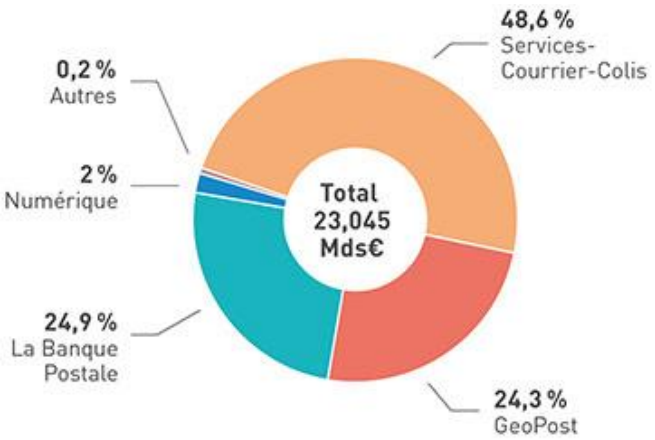
La Poste établit et tient à jour le catalogue des offres commerciales relevant du service universel postal. Ce catalogue décrit l'ensemble des prestations offertes à tous les usagers, particuliers comme entreprises, et les tarifs en vigueur, régulés par l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP).

Le cadre de l'engagement

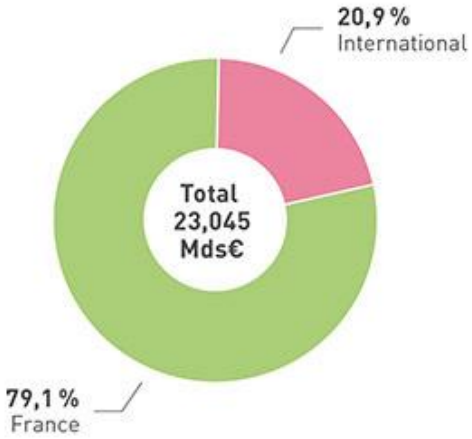
En mai 2001, La Poste et l'État ont conclu un premier contrat d'entreprise. Son rôle ? Définir les conditions et le cadre d'exercice des quatre missions de service public du Groupe grâce à un programme de travail, des engagements de principe et un calendrier pour chaque mission. Pour s'adapter aux évolutions de l'environnement économique, concurrentiel et juridique qui ont pu impacter l'exercice de ces missions, un nouveau contrat d'entreprise a été signé le 1er juillet 2013 pour la période 2013-2017.

Chiffres clés

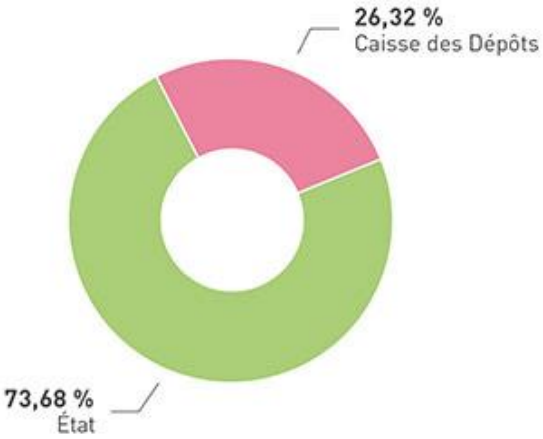
Un chiffre d'affaires de 23,045 milliards d'euros en 2015, en progression de 4%, plus de 17 000 points de contact, 26 millions de foyers desservis quotidiennement… Panorama du Groupe La Poste au travers de ses chiffres clés.



RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR BRANCHE



RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE



100 % D'ACTIONNAIRES PUBLICS

Près de
260 000
collaborateurs

4
missions de service public

17 111
points de contact [1]
(bureaux de poste,
agences postales
et relais poste)

10,8
millions
de clients actifs
à La Banque Postale

100 %
de facteurs équipés
de smartphones Facteo

560 M€
de chiffre d'affaires
généré par le numérique

1 milliard de colis
livrés sur les
cinq continents

1re
flotte de véhicules
électriques au monde

(1) Y compris les 28 points de contact à statut particulier.

Source : http://legroupe.laposte.fr

Etude de cas d'une organisation productive : Le Crédit Mutuel.

Travail à réaliser :

Cette organisation est-elle une entreprise privée ou publique ?

Le Crédit Mutuel a-t-il des actionnaires ?

A-t-elle le même fonctionnement qu'une entreprise dite « classique » ? Préciser.

La production réalisée par cette organisation est-elle marchande ou non marchande ? Est-elle un bien ou un service ? Donnez quelques chiffres qui illustrent cette production.

Quel est le montant du produit net bancaire consolidé au 31/12/2016 ?

Synthèse à faire.

Qu'est-ce qu'une coopérative ?

La coopérative est un modèle d'entreprise démocratique. Société de personne, elle se différencie des entreprises dites « classiques » par sa gouvernance fondée sur le principe « une personne, une voix » et la double qualité de ses membres qui sont à la fois associés et clients, producteurs, salariés.

Chiffres clés 2014

En France, les 23 000 entreprises coopératives emploient plus d'un million de salariés dans tous les secteurs d'activité. En 2014, elles représentent 307 milliards d'euros de chiffre d'affaires cumulé, filiales comprises, en hausse constante depuis 10 ans. Plus de 26 millions de sociétaires font vivre la gouvernances des entreprises coopératives. Elles participe à la construction et à la vitalité des territoires. 73% des sièges sociaux des grandes coopératives sont implantés en région

Parmi elles, nombreuses sont des références sur leur marché et leur secteur d'activité, en France et à l'international :

> 5 groupes coopératifs dans le Top 15 des entreprises de l'agroalimentaire
  >> TEREOS, TERRENA, SODIAAL, VIVESCIA, AGRIAL

> 2 groupes coopératifs dans le Top 6 des entreprises françaises de distribution
  >> LECLERC (4ème), SYSTÈME U (6ème)

> 3 groupe coopératifs dans le Top 5 des banques françaises
  >> CRÉDIT AGRICOLE, BPCE, CRÉDIT MUTUEL

http://www.entreprises.coop

LA BANQUE QUI APPARTIENT À SES CLIENTS

Face à la crise financière, la confiance des Français dans le système bancaire n'a jamais été aussi faible. Pourtant, le saviez-vous ? **Le Crédit Mutuel est une banque mutualiste, très différente des banques cotées.** Ce mode de fonctionnement, proche de la réalité et des attentes des clients est **plus que jamais d'actualité.**

LE CRÉDIT MUTUEL NORD EUROPE	LES BANQUES COTÉES
N'est pas coté en bourse	Sont soumises aux aléas du marché boursier
Est une coopérative qui appartient à ses clients, *sociétaires* de leur caisse locale : ils orientent la stratégie et élisent parmi eux des *administrateurs* qui les représentent et portent leurs attentes au cœur du groupe.	Sont des établissements qui peuvent être contrôlés par des actionnaires non clients. Elles sont gérées de façon centralisée.
Est exclusivement au service de ses clients, dont il cherche la satisfaction sur le long terme. Preuve de cet engagement : les chargés de clientèle ne sont pas commissionnés sur les produits qu'ils proposent.	Sont au service de leurs clients mais ont également pour but de fournir le meilleur rendement à leurs actionnaires, avec parfois la tentation du court terme.
« 1 homme = 1 voix » : 1 droit de vote par personne, quel que soit le capital qu'il détient.	« 1 action = 1 voix »: 1 droit de vote par action, que l'on peut donc cumuler.

ETRE SOCIÉTAIRE

QUELLE DIFFÉRENCE ENTRE UN CLIENT ET UN SOCIÉTAIRE ?

En choisissant le Crédit Mutuel Nord Europe, vous n'êtes pas devenu le simple "client" d'une banque comme une autre. Chaque client est invité à être sociétaire, ce qui fait de lui un « copropriétaire » associé du CMNE.

QU'EST-CE QUE CA CHANGE ?

Le sociétaire est informé individuellement des résultats de sa caisse et peut poser des questions, participer aux décisions.

Pour cela, il est convié chaque année, à l'Assemblée générale de sa Caisse

Il élit ses représentants selon le principe : '1 personne = 1voix' quelque soit le capital dont il dispose. Il peut d'ailleurs proposer sa candidature pour devenir administrateur de sa caisse.

QUI SONT LES SOCIÉTAIRES DU CRÉDIT MUTUEL AUJOURD'HUI ?

Au CMNE, environ 2/3 des clients majeurs sont sociétaires. A la base de l'organisation coopérative du groupe, ils détiennent sous forme de parts sociales le capital des Caisses locales et désignent chaque année leurs représentants.

Des chiffres qui prouvent que le Sociétariat est plus que jamais d'actualité : il répond à une demande de proximité, d'ancrage local.

COMMENT DEVENIR SOCIÉTAIRE ?

Il vous suffit de vous rendre dans votre agence. L'engagement se traduit par la souscription d'au moins quinze parts sociales A, d'un montant unitaire de 1€.

Pour plus d'information, n'hésitez pas à vous renseigner auprès de votre agence.

ETRE ADMINISTRATEUR

QUEL EST LE RÔLE DE L'ADMINISTRATEUR ?

Les administrateurs portent une importante responsabilité, celle de représenter les sociétaires et leur territoire, au sein d'une banque différente. Ils ont un véritable rôle de contrôle des activités de leur caisse. Ce sont des hommes et des femmes engagés dans la vie locale, qui font remonter les interrogations du terrain auprès des instances fédérales.

COMMENT LE DEVIENT-ON ?

Pour être désigné comme administrateur, il faut d'abord être sociétaire depuis au moins un an. L'administrateur est élu pour 3 ans par les sociétaires durant l'Assemblée Générale de leur Caisse locale, occasion privilégiée d'échanges et de rencontres qui a lieu 1 fois par an.

COMMENT SE CONCRÉTISE CET ENGAGEMENT ?

L'administrateur, bénévole, participe une fois par mois au conseil d'administration de sa Caisse Locale, au cours duquel sont présentés les résultats de la Caisse, les problématiques spécifiques au territoire et l'actualité du Groupe. Il s'assure ainsi de la bonne gestion et de la qualité du service rendu aux sociétaires. Dans ce cadre, il est soumis au secret professionnel et bancaire. Les administrateurs élisent le Président de Caisse Locale.

ET EN CONTREPARTIE DE CET ENGAGEMENT ?

Des sessions de formation soutiennent les administrateurs dans le développement de leurs compétences techniques, financières, d'animation et de prise de décision. Elles favorisent l'échange entre administrateurs de Caisses Locales.

LE CMNE, C'EST :

Un pionnier et un leader de la bancassurance, sur les marchés des particuliers, professionnels, entreprises, associations.

Une conception originale de la relation bancaire
une organisation coopérative qui associe étroitement administrateurs et collaborateurs.

Un groupe structuré autour de 3 métiers :
La banque, l'assurance et l'Asset Management.

Une banque de proximité présente dans 3 pays
France (7 départements : Nord, Pas-de Calais, Marne, Ardennes, Oise, Somme, Aisne), Belgique, Luxembourg.

LES CHIFFRES CLÉS*

543 points de vente

665 guichets automatiques

1525 administrateurs bénévoles

4434 collaborateurs

1129 M€ Produit Net Bancaire consolidé

* Chiffres au 31 décembre 2016

Source : https://www.creditmutuel.fr/