

LA VIE DE L'ENTREPRISE

L'objectif est de comprendre le cycle de vie de l'entreprise (vie, naissance, croissance et mort) devant la diversité des organisations productives. Ce modèle permet d'analyser plus simplement les entreprises afin de définir les stratégies de développement à adopter.

1. Choisir une entreprise

2. La genèse de l'entreprise : l'idée et la motivation de l'entrepreneur

L'entrepreneur (et éventuellement les associés) a une idée, qui doit être associée à une motivation :

- Une idée de bien
- Une idée de services
- Un concept

3. La zone géographique de base, les concurrents sur le marché

L'entrepreneur doit étudier la demande potentielle afin d'examiner si son projet est viable (estimation des clients potentiels de la zone géographique visée, les concurrents présents sur le marché).

4. Le produit de l'entreprise, les objectifs commerciaux, les moyens de production utilisés

L'entrepreneur doit étudier les produits des concurrents pour positionner son produit et déduire sa part de marché (théorique). Il doit donc estimer la quantité de produits qu'il souhaite vendre et le prix envisagé, afin de déduire le chiffre d'affaires prévisionnel.

Il doit préciser les conditions matérielles nécessaires au démarrage de l'activité :

- Apport de capital
- Apport d'actifs immobiliers
- Apport de capital physique
- Le personnel

FOCUS : Le Business Plan

Il s'agit d'estimer un seuil de rentabilité (à partir de quel chiffre d'affaires minimal l'entreprise devient rentable ?).

C'est donc une étude économique qui détaille l'ensemble des aspects du projet de l'entrepreneur afin de vérifier la cohérence du projet.

Le plan d'affaires est aussi important pour la négociation avec les banques ou autres investisseurs. Il comprend :

- Le produit de l'entreprise
- L'analyse du marché
- Les objectifs commerciaux
- Les moyens de production utilisés
- L'organisation de l'entreprise
- Les équipes
- Une étude financière (budget prévisionnel : plan financier prévisionnel complet d'au moins 3 ans, et besoins de financements)

5. Le choix de la structure juridique

Le cadre légal de l'entreprise détermine les règles de fonctionnement, les droits et obligations des personnes qui la composent (employeur et salariés principalement).

La structure juridique correspond au stade de développement de l'entreprise mais il doit décider du premier statut lors de la création de l'entreprise.

Il a le choix entre l'**entreprise individuelle** :

- Entreprise individuelle (EI)
- Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL)

Et le statut de **société** :

- Société anonyme à responsabilité limitée (SARL)
- Société par actions simplifiée (SAS)
- Société anonyme (SA)
- ...

Dès qu'au moins deux personnes s'associent, elle prend la forme d'une société, qui permet de réunir plus de capitaux. Les apports de chaque associé constituent le capital social de l'entreprise. **La société** dispose d'une personnalité morale propre (elle a donc des droits et des obligations), de moyen d'action propre (action en justice) et d'un patrimoine propre.

Focus : Dossier de constitution de l'entreprise et financement du démarrage

Le dossier de constitution de l'entreprise est disponible auprès de la Chambre de Commerce et de l'Industrie.

Mobiliser les aides et les finances est une étape indispensable pour compléter l'apport personnel de l'entrepreneur.

- S'agissant des prêts d'un montant inférieur à 45 000€, ils sont accordés sans garantie ni caution personnelle – certains organismes accordent des prêts d'honneur (France active).
- Le financement participatif (*crowdfunding*) est en plein essor via les plateformes numériques.

6. La recherche de la croissance : quelles stratégies ? quelles difficultés rencontrées ? croissance interne ? croissance externe ?

FOCUS : La croissance interne et externe de l'entreprise

La croissance de l'entreprise est un processus quantitatif d'augmentation :

- De la taille de l'entreprise
- De ses dimensions en matière de produits et de résultats

Attention : certains entrepreneurs n'ont pas pour objectif de faire croître leur entreprise !

Le « syndrome de Peter Pan » (des PME françaises) et la crainte de l'avenir.

Les entreprises familiales et la transmission d'un patrimoine à sa descendance.

Des petites entreprises incapables d'accéder à un financement (marché bancaire et marché financier).

Les indicateurs quantitatifs de la mesure de la croissance de l'entreprise (par rapport à sa taille d'origine, ou par rapport à ses principaux concurrents) :

- L'augmentation de sa production (chiffre d'affaires et valeur ajoutée)

- L'accroissement de ses effectifs salariés, de ses implantations, de ses filiales
- Les indicateurs qualitatifs de la mesure de la croissance de l'entreprise :
- L'évolution de l'image de marque (recours à des sondages et études d'opinion)
 - Le climat social (étude des chiffres de grèves, de l'absentéisme, du turnover)
 - La qualité des produits (retour en service après-vente)

La croissance de l'entreprise est supposée engendrer de nombreux avantages (**un avantage concurrentiel**) :

- L'augmentation de la production peut entraîner la diminution du coût unitaire total du produit grâce à des économies d'échelle ;
- L'augmentation du pouvoir de négociation de l'entreprise (approvisionnement en matières premières à moindre coût, meilleures conditions bancaires et financières, avec les pouvoirs publics) ;
- La pérennité sur un marché (atteinte de la masse critique, c'est-à-dire la taille minimale pour se maintenir face à la concurrence).

a. La croissance interne

L'entreprise s'agrandit sans effectuer de regroupement avec d'autres entreprises.

b. La croissance externe

L'entreprise s'agrandit en se regroupant avec d'autres entreprises :

- Fusion
- Absorption
- Apport partiel d'actif
- Prise de participation

c. La croissance conjointe

C'est une stratégie d'alliance et de coopération (temporaire ou durable) entre entreprises.