

Cours de Mr DIEMER Arnaud

---

IUFM d'Auvergne  
Préparation : CAPET, PLP

---

## **ECONOMIE D'ENTREPRISE**

---

### **Partie I : Définition et analyse des entreprises**

*Chapitre I : L'entreprise, création, forme et typologie*

#### **Mots clés :**

- Bénéfice net
- Branche
- Chiffre d'affaires
- Commerce associé, indépendant, intégré
- Concession
- Economie sociale
- Entreprise publique, individuelle, commerciale
- Essaimage
- Franchise
- Marge brute d'autofinancement
- Secteur primaire, secondaire, tertiaire
- Société (SA, SARL, SNC)
- Sous-traitance
- Technique d'impartition
- Valeur ajoutée

|   |
|---|
| <b>CHAPITRE I : L'ENTREPRISE<br/>CREATION, FORME ET TYPOLOGIE</b> |
|---|

I) Les Etapes de la vie de l'entreprise

**A) La Création**

- 1) Trouver l'idée
- 2) Monter le projet
- 3) Réalisation du montage
- 4) Les formalités
- 5) Le démarrage de l'activité
- 6) Les obligations fiscales, sociales et comptables

**B) La croissance de l'entreprise**

**C) La disparition de l'entreprise**

II) L'environnement de l'entreprise

**A) Les caractéristiques de l'environnement**

**B) La relation environnement-entreprises**

- 1) L'environnement économique
- 2) L'environnement technologique
- 3) L'environnement sociologique
- 4) L'environnement institutionnel
- 5) L'environnement international

**C) Les relations d'entreprises à entreprises**

- 1) Les relations de concurrence
- 2) Les relations de complémentarité

III) Classification des entreprises

**A) La classification économique**

- 1) Le type d'activité
  - a) La classification de l'INSEE
  - b) La classification de Colin Clark
  - c) La classification par la nature de l'activité
- 2) La dimension de l'entreprise
  - a) L'effectif
  - b) Les capitaux propres
  - c) Le chiffre d'affaires
  - d) La valeur ajoutée
  - e) Le bénéfice net
  - f) La MBA

**B) La forme juridique**

- 1) La propriété de l'entreprise
- 2) La personnalité morale

## CHAPITRE I : L'ENTREPRISE, CREATION, FORMES ET TYPOLOGIE

Qu'est ce qu'une entreprise ? La législation allemande répondait à cette question en précisant que « *l'entreprise est le lieu où travaillent en commun l'entrepreneur comme chef d'entreprise, les employés et les ouvriers comme personnel, en vue d'atteindre les buts de l'entreprise et pour le bien commun du peuple et de l'Etat* ». Cette loi du 20 janvier 1934 insistait sur trois dimensions : le statut des personnes (l'entrepreneur est présenté comme une figure emblématique de l'esprit d'entreprise) ; les finalités de l'entreprise et les aspirations des différents protagonistes (la finalité de l'entreprise ne pouvant se réduire à une simple « maximisation » du profit). Une définition communément admise en économie consiste à définir l'entreprise comme une *"unité économique dotée d'une autonomie juridique qui combine des facteurs de production (capital et travail) pour produire des biens ou des services destinés à être vendus sur un marché"* (Beitone et ali, 2001). Aux yeux des économistes, l'entreprise serait ainsi l'unité fondamentale de l'économie de marché et du capitalisme. Au-delà de ces qualificatifs, il convient de rappeler que l'entreprise est une réalité économique et sociale. Par analogie avec le monde biologique et organique, l'entreprise transite par une succession de phases que nous associerons à des étapes de la vie (naissance, croissance et développement, mort). Dans ce « combat » pour la vie, l'entreprise doit faire face à un environnement à la fois économique, technologique, sociologique, institutionnel, international... A cette occasion, elle se trouvera insérer dans un réseau socio-économique qui la poussera à rechercher des relations de complémentarité ou à développer des relations de concurrence. Enfin, les entreprises forment aujourd'hui un ensemble hétérogène que l'on appréhende à partir de deux clés d'entrée : la dimension économique (activité, effectif, valeur ajoutée...) et la dimension juridique (propriété et personnalité morale).

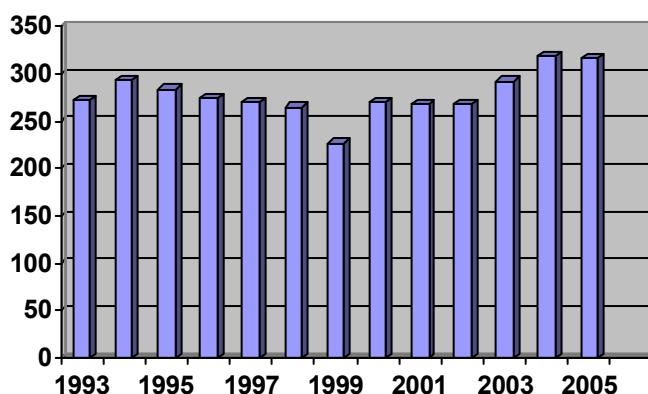
### I. LES ETAPES DE LA VIE D'UNE ENTREPRISE

Les étapes de la vie d'une entreprise nous renvoient à deux ordres de comparaison. D'une part, l'entreprise a souvent été associée au monde biologique et organique (Marshall, 1890). Telle une ruche ou une fourmilière, elle constitue le théâtre d'une activité palpable et mesurable. D'autre part, eu égard à son activité et à ses produits, elle pourrait être soumise à un cycle de vie dans lequel se succèderaient les phases de création, croissance et disparition.

## A. La création

Selon l'INSEE, 250 000 à 320 000 entreprises sont créées chaque année. La création d'entreprise - qui se matérialise par l'immatriculation de l'unité au répertoire Sirene - prend la forme de **créations pures**, de créations par **reprise** ou de **réactivations**. La création pure concerne la création d'un établissement économiquement actif jusqu'alors inexistant, ayant pour conséquence l'exploitation de nouveaux moyens de production. La reprise caractérise l'unité légale qui prend l'activité d'un ou plusieurs établissements économiques d'une autre unité légale. Enfin, la réactivation est le fait pour une entreprise qui avait cessé son activité de la reprendre. Ce mouvement concerne surtout les personnes physiques, en particulier les artisans et les commerçants.

*Fig 1 : Evolution des créations d'entreprise depuis 1993 (en milliers)*



*Source : Insee (2006)*

L'année 2005 a été marquée par un léger ralentissement du nombre de créations – réactivations – reprises (- 1.1%). Cependant le second semestre 2005 a enregistré une évolution plus favorable (+ 1.7% comparé au second semestre 2004), confirmée par les bons résultats du 1<sup>er</sup> semestre 2006. La diminution des réactivations et des reprises sont à l'origine de la tendance générale pour 2005 (respectivement - 5.2% et - 3.4%). Les créations pures ont enregistré une légère augmentation (+ 0.4%). La période 2002-2005 aura ainsi été une période faste avec une croissance de 26.3% des créations pures. Bien que 86% des créations nouvelles se fassent sans salariés (Fabre, 2006), ce dynamisme économique a permis de créer près de 623 000 emplois (il faut noter que

le nombre de chômeurs créateurs aidés a plus que doublé depuis 2002). Trois secteurs ont enregistré une augmentation des créations totales : les services aux personnes (+7%, il s'agit principalement des soins de beauté et autres soins corporels), les activités immobilières (+7%) et les activités informatiques (+ 5%). En revanche, quatre secteurs ont vu leur nombre diminuer : le commerce hors commerce de détail (-12%), l'industrie (- 6%), des hôtels, cafés et restaurants (- 6%, confirmation d'une tendance amorcée depuis 2003) et les activités récréatives, culturelles et sportives (- 5%). On doit ajouter à ce constat, la forte progression depuis une dizaine d'années, du nombre de créations/reprises sous forme sociétaire (les SARL représentent 91% de l'ensemble des sociétés créées).

*Tableau 1 : Typologie des créations d'entreprises*

|                                     | 2002    | 2003    | 2004    | 2005    |
|-------------------------------------|---------|---------|---------|---------|
| Créations d'entreprises             | 268 459 | 293 840 | 320 265 | 316 829 |
| <b>Selon l'origine (%)</b>          |         |         |         |         |
| Créations pures                     | 65.7    | 67.9    | 69.9    | 71      |
| Reprises                            | 15      | 13.6    | 13.2    | 12.75   |
| Réactivations                       | 19.3    | 18.5    | 16.9    | 16.25   |
| <b>Par secteur (%)</b>              |         |         |         |         |
| Commerce                            | 26.6    | 27.2    | 26.9    | 26      |
| Services aux entreprises            | 18.3    | 18.5    | 19.2    | 20      |
| Services aux particuliers           | 19.8    | 19      | 18      | 17.7    |
| Construction                        | 14.1    | 14.5    | 15.6    | 16      |
| Education/santé                     | 8       | 7.7     | 7.1     | 7.1     |
| Industries                          | 5       | 4.7     | 4.6     | 4.7     |
| Immobilier                          | 3.5     | 3.7     | 4.1     | 4.4     |
| Transports                          | 2.5     | 2.5     | 2.2     | 2.2     |
| IAA                                 | 2.3     | 2.2     | 2.3     | 1.9     |
| <b>Par taille (%)</b>               |         |         |         |         |
| 0 salariés                          | 77.2    | 78.3    | 67.65   | 76.5    |
| 1-2 salariés                        | 15.1    | 13.8    | 12.25   | 11.7    |
| 3-5 salariés                        | 4.3     | 3.8     | 2.9     | 3.2     |
| 6-9 salariés                        | 1.3     | 1.1     | 0.8     | 0.9     |
| 10 et plus                          | 1.4     | 1.2     | 1       | 1       |
| non déterminé                       | 0.7     | 1.6     | 15.4    | 6.7     |
| <b>Selon la catégorie juridique</b> |         |         |         |         |
| Personnes morales                   | 40.7    | 42      | 45      | 46      |
| Personnes physiques                 | 59.3    | 58      | 55      | 54      |

Au-delà de ces chiffres, il faut rappeler que la création d'entreprise repose sur un projet qu'il convient de finaliser avec méthode et discernement (APCE, 2005). Il s'agit tout d'abord de trouver une **idée** de création d'entreprise, puis de vérifier la bonne adéquation entre le **projet personnel** et les exigences liées à l'exploitation de cette idée. L'idée se transformera ainsi progressivement en projet, puis en entreprise si elle est susceptible d'intéresser une **clientèle** suffisante. Une bonne analyse de la

clientèle visée permet de vérifier la faisabilité du projet et de déterminer le chiffre d'affaires prévisionnel de la future entreprise. L'élaboration de **comptes prévisionnels**, est indispensable pour s'assurer de la rentabilité du projet de création et éviter de naviguer à vue. Rédiger ces comptes et les intégrer dans un plan d'affaires facilite la recherche de **financement**, l'obtention d'**aides** et la gestion future de l'entreprise. Le choix d'un **statut juridique** est nécessaire pour permettre à l'entreprise d'exercer son activité en toute légalité. Il détermine les **formalités administratives** d'immatriculation à effectuer pour donner vie à l'entreprise. L'installation de l'entreprise et le **démarrage** de l'activité constituent les dernières étapes de la création de l'entreprise. Bien entendu, une excellente connaissance du métier, du secteur d'activité, et des **obligations fiscales, comptables et sociales** de la nouvelle entreprise sont des facteurs-clés pour la réussite du projet.

### 1. Trouver l'idée

Qu'elle naisse de l'expérience, du savoir-faire, de la créativité ou d'un simple concours de circonstance, l'idée prend souvent la forme d'une intuition ou d'un désir qui s'approfondit et mûrit avec le temps. Il n'y a pas de bonnes idées en soi, mais seulement des idées qui peuvent être opportunément développées par les personnes qui les ont conçues et d'autres qui resteront de simples velléités. L'appréciation du bien-fondé d'une idée est donc inséparable du **projet personnel** de celui ou celle qui l'exprime. Cette idée doit correspondre à un besoin à satisfaire, c'est à dire à un marché (il faut donc procéder à une étude du produit, du prix, de la distribution...). Il faut y avoir un ou plusieurs mobiles (recherche du profit, volonté de produire des revenus en l'absence d'un travail, rendre un service...). La personne qui crée l'entreprise, doit posséder un capital, avoir le goût du risque et du pouvoir, le désir d'autonomie, mais également la capacité managériale, c'est à dire le savoir entreprendre. Six qualités essentielles révèlent un bon créateur :

- Un esprit de combativité qui incite l'individu à rivaliser avec d'autres
- Une capacité à mobiliser les volontés et à convaincre
- Une capacité à déléguer les responsabilités
- Une capacité à analyser toute situation délicate
- Une capacité à communiquer avec (les employés, banques, clients, administrateurs)
- Une capacité à se remettre en question lorsque la solution apportée se traduit par un échec.

## 2. Monter le projet

Cette seconde étape doit permettre de vérifier le *réalisme du projet*, c'est-à-dire la cohérence entre 1° la personnalité, les motivations, les objectifs, le savoir-faire, les ressources et les contraintes personnelles du créateur ; et 2° les contraintes propres au produit, au marché, aux moyens qu'il faut mettre en place, qui doivent s'avérer maîtrisables. Pour cela, il faut recueillir de la documentation, des avis et conseils, analyser les contraintes et définir les grandes lignes de son projet. Au terme de cette première approche, si des incompatibilités apparaissent entre les exigences du projet et sa situation personnelle, un certain nombre d'actions correctrices doivent être engagées : modifier ou différer son projet, se former ou encore rechercher des partenaires. Il est généralement recommandé au créateur de présenter à ceux dont il sollicite l'aide un tableau de son projet en cinq volets :

- Le premier volet concerne **le marché**. Il est nécessaire ici de définir le plus précisément possible sa clientèle : sa répartition (entreprises, associations, institutions, collectivités, individus, couples, familles...), s'agit-il d'une clientèle homogène ou hétérogène ? Quelles sont ses caractéristiques ? (taille, activité, chiffre d'affaires pour les entreprises ; âge, catégorie socioprofessionnelle pour les particuliers, etc.), quel est son niveau de consommation ou taux d'équipement ? Est-elle concentrée, dispersée, de passage, de proximité... ? Quelles sont les attentes des futurs clients ? (gain de temps, de place, d'argent, besoin de sécurité, de confort, de nouveauté, etc.), quels avantages l'entreprise va-t-elle leur apporter ? (garantie de qualité, de technicité, de ponctualité, de souplesse, de délais d'exécution, horaires, étendue du choix, etc....).

- Le second volet concerne **le produit**. Celui-ci doit avoir une définition, une rentabilité prévue à plus ou moins long terme. Le consommateur doit être capable d'identifier et de le distinguer facilement par rapport aux produits en concurrence. Le créateur doit pour cela affiner au maximum les caractéristiques de ses produits ou de ses services : spécialisation, niveau de qualité, avantages, gamme, présentation, finition, conditions d'emploi, prestations complémentaires... Et rechercher l'origine de son idée : pourquoi vendre tel produit ou proposer tel service et pas autre chose ?

- Le troisième volet met en avant **le prix**. Le prix doit intégrer le coût de production plus les coûts de commercialisation. S'il s'avère que ce prix est supérieur aux prix des concurrents, le créateur devra renoncer à vendre son produit.

- Le quatrième volet introduit **la distribution**. C'est peut-être l'un des plus gros problèmes rencontrés par le créateur. L'instauration et la maîtrise d'un système de commercialisation nécessitent un investissement en relations et en temps. La notoriété du créateur repose largement sur sa capacité à s'engager auprès de ses clients (délai d'approvisionnement, prix, état de la marchandise...).

- Le cinquième volet concerne **la publicité et la promotion des ventes**. Ce sont des investissements de long terme, qui doivent être pensés dès la création du produit. Il s'agit d'utiliser tous les outils de marketing disponibles. Les sommes investies sont généralement très importantes, et le vendeur les amortira lors de la phase de croissance du produit.

Grâce aux connaissances acquises précédemment, cette nouvelle étape doit permettre de construire l'offre de son entreprise en validant ou ajustant certains points-clés de son projet, on parle alors de **stratégie commerciale**. Pour cela, le créateur devra analyser les caractéristiques de la demande (pour répondre au plus près aux exigences du marché) et de l'offre de la concurrence (pour se distinguer et mettre en avant ses atouts).

Une fois l'offre construite, il est temps d'envisager l'organisation de la force de proposition de l'entreprise, c'est à dire prévoir les relations avec ses futurs clients et **choisir des actions commerciales** à mener pour favoriser ces relations. Cette réflexion permettra notamment de prévoir les coûts inhérents à ces actions de manière à les prendre en compte dans l'étude financière. Les moyens permettant d'agir sur un marché peuvent être classés en trois catégories :

- Ceux qui visent à « *attirer le consommateur vers le produit* ». Ils relèvent de l'action publicitaire. En fonction du budget, de l'étendue du rayon d'action et du type de support le plus efficace, pourront être choisis : l'insertion dans les « pages jaunes », la signalétique et/ou publicité sur le lieu de vente, la distribution de prospectus, de cartes de visite, la publication d'encarts publicitaires dans la presse locale ou spécialisée ainsi que dans les annuaires professionnels, la diffusion d'annonces sur les radios locales...

- Ceux qui visent à « *pousser le produit vers le consommateur* ». Ils relèvent de l'action promotionnelle. Elle permet d'inciter ponctuellement à l'achat en accordant un avantage exceptionnel : journées portes ouvertes, petits évènements, dégustations, démonstrations, participation à des foires, cartes de fidélité...



- Ceux qui visent à « *établir un contact direct avec le consommateur* ». Ils relèvent des actions de prospection ou de relance : porte à porte, prospection téléphonique, par courrier, fax avec coupon-réponse...

### 3. Réaliser le montage économique, financier et juridique

Lorsque le projet est retenu, le créateur devra s'assurer de sa viabilité et de sa cohérence :

\* **Les comptes prévisionnels** devront pour l'essentiel répondre à 5 grandes questions :

- quels sont les capitaux nécessaires pour lancer le projet ? Est-il possible de les réunir ? Elaboration du *plan de financement initial*.

- l'activité prévisionnelle de l'entreprise va-t-elle sécréter un montant de recettes suffisant pour couvrir les charges entraînées par les moyens humains, matériels et financiers mis en œuvre ? En d'autres termes, le projet sera-t-il rentable ? Elaboration du *compte de résultat* prévisionnel.

- les recettes encaissées par l'entreprise tout au long de l'année permettront-elles de faire face en permanence aux dépenses de la même période ? Le *plan de trésorerie* permettra de mettre en évidence, mois par mois, l'équilibre ou le déséquilibre entre encaissements et décaissements.

- quel montant minimal de ventes ou de prestations de services faudra-t-il impérativement atteindre au cours de la première année pour pouvoir au moins faire face à toutes les charges de l'exercice (c'est le *calcul du point mort* ou *seuil de rentabilité*).

- enfin, la solidité financière de l'entreprise prévue grâce au plan de financement initial se poursuivra-t-elle au fur et à mesure du développement de l'affaire ? Le *plan de financement à 3 ans* permettra de vérifier si, effectivement, la structure financière de la nouvelle entreprise se maintient et même s'améliore, malgré de nouveaux besoins durables de financement apparaissant dans le temps. Une bonne structure financière est une des conditions de longue vie pour les nouvelles entreprises. Cette démarche doit conduire à la construction d'un projet cohérent et viable puisque chacune des options prises trouve sa traduction financière et sa répercussion sur les équilibres financiers. Si le déséquilibre est trop important, le projet doit être remanié et sa structure financière réadaptée.

\* **Le financement correct d'un projet** est l'une des conditions de réussite du projet. Il convient de réunir suffisamment de capitaux pour que tous les *besoins durables de l'entreprise* (frais d'établissement, investissements, dépôts et cautionnements, besoin de fonds de roulement) soient financés intégralement par des *ressources financières adaptées* à la

durée de ces besoins (capitaux propres, emprunts, prêts personnels, prêts à l'entreprise, aides, subventions, capital risque, comptes-courants, crédit-bail). Après avoir effectué le recensement de ces besoins et des ressources financières disponibles, il sera nécessaire de rechercher une ou plusieurs solutions pour les capitaux manquants.

\* **Les aides à la création d'entreprise** constituent des dispositifs publics, mis en place à l'initiative de l'Etat ou des collectivités locales pour favoriser l'implantation d'entreprises dans des territoires prioritaires en matière d'aménagement du territoire, la réinsertion professionnelle de personnes en difficultés, la réalisation d'investissements et la création d'emplois. Elles peuvent prendre différentes formes, les principales étant : *les aides financières* (primes d'aménagement du territoire accordée par la DATAR, prime d'orientation agricole ) ; *les allègements fiscaux* (réduction d'impôts pour souscription au capital de nouvelles entreprises, exonération de taxe professionnelle et d'impôts fonciers pour les entreprises qui s'installent dans certaines zones) ; *les exonérations de charges sociales* (pendant 1 an pour les demandeurs d'emploi qui créent ou reprennent une entreprise, ACCRE) ; *l'aide au conseil* (attribution de chèques conseils, financement d'opérations de conseils en entreprises) ; *la mise à disposition de locaux* (location ou vente de bâtiment...)

Parallèlement à ces dispositifs publics, de nombreuses initiatives privées ont été prises pour aider les créateurs à boucler financièrement leurs projets. Ces aides sont dispensées par des associations (ANVAR), fondations (Rockefeller), clubs (Rotary), grandes entreprises (Renault, Rhône Poulenc...), chambres de commerce... *L'Essaimage* donne la possibilité aux salariés de créer leurs propres structures avec l'appui de l'entreprise. L'essaimeur apporte aide, écoute et conseil (aide pour l'examen et l'évaluation du projet, aide logistique). L'essaimé apporte une idée, un projet, une volonté et une capacité à réaliser ce projet. Cette pratique a été développée en France puis favorisée par la loi du 4 janvier 1984 relative au congé pour la création d'entreprise (tout salarié dont l'ancienneté est supérieure à trois ans, peut prendre un congé d'une durée d'un an renouvelable).

\* **Le cadre juridique** permettra à l'entreprise de voir le jour en toute légalité. Quelle que soit l'activité qui sera exercée, industrielle, commerciale, artisanale, ou libérale, le choix d'une forme juridique se fera entre : demander son immatriculation en tant qu'*entrepreneur individuel* ou créer une *société*. Le choix d'une structure repose sur les critères suivants :

- **la nature de l'activité** (les débits de boissons doivent obligatoirement être exploités en entreprise individuelle ou en Société en nom collectif).
- **la volonté de s'associer** (on peut être tenté de créer une société à plusieurs pour des raisons diverses : patrimoniales, économiques, fiscales, sociales). On peut également chercher à rester indépendant (entreprise individuelle ou EURL) tout en s'associant avec d'autres pour ne partager que certaines charges et ainsi réaliser des économies. C'est le cas de la Société Civile de Moyen (SCM) ou du Groupement d'Intérêt Economique (GIE), dans lesquelles chaque associé reste indépendant au niveau de l'exercice de son activité professionnelle.
- **l'organisation patrimoniale** : lorsque l'on a un patrimoine personnel à protéger et/ou à transmettre, le choix de la structure juridique prend toute son importance. Le fait de constituer une société permet de différencier son patrimoine personnel de celui de l'entreprise, et donc de protéger ses biens personnels de l'action des créanciers de l'entreprise.
- **les besoins financiers** : ils ont été déterminés lors de l'établissement des comptes prévisionnels. Lorsqu'ils sont importants, la création d'une société de type SA (société anonyme) ou SAS (société anonyme simplifiée) peut s'imposer.
- **Le fonctionnement de l'entreprise** : selon la structure choisie, les règles de fonctionnement seront plus ou moins contraignantes. Dans l'entreprise individuelle, le dirigeant est le seul maître à bord. Il prend les décisions, seul, et engage en contrepartie sa responsabilité. Dans les sociétés, le dirigeant n'agit pas pour son propre compte, mais au nom et pour le compte de la société. Il doit donc observer un certain formalisme et requérir l'autorisation de ses associés pour tous les actes importants qui touchent la vie de l'entreprise.
- **La crédibilité vis à vis des partenaires** (banquiers, fournisseurs...).
- **le régime social, fiscal de l'entrepreneur et de l'entreprise** : selon le type de structure choisi, les bénéfices de l'entreprise seront assujettis à l'impôt sur le revenu ou à l'impôt sur les sociétés. Ce critère est cependant rarement déterminant lors de la création de l'entreprise car il est toujours difficile d'évaluer précisément le chiffre d'affaires prévisionnel de la future entreprise.

#### 4. Les formalités des entreprises

Après avoir achevé l'élaboration du projet sur le plan commercial, financier et juridique, on est en mesure d'effectuer les formalités imposées par la nature de l'activité et/ou la structure juridique choisie. L'entreprise peut alors obtenir une existence juridique par le dépôt d'une demande d'immatriculation auprès du *Centre de formalités des entreprises* (CFE). Le CFE centralise les pièces du dossier de création et les transmet auprès des différents organismes et administrations intéressés par la création.

*Tableau 2 : Les Centres de Formalité des Entreprises*

|  |  |
|--|--|
| Commerçants, Sociétés commerciales (SARL, SA, EURL, SNC...), n'ayant pas un objet artisanal.   | <b>Chambre de commerce et d'industrie</b>            |
| Personnes physiques et sociétés assujetties à l'inscription au Répertoire des métiers (entreprises artisanales).   | <b>Chambre de métiers</b>                            |
| Entreprises immatriculées au Registre de la batellerie artisanale.   | <b>Chambre nationale de la batellerie artisanale</b> |
| Sociétés civiles (SCI, SCM, SCP...) ; sociétés d'exercice libéral (SELARL, SELAFA, SELCA), agents commerciaux (personnes physiques) ; établissements publics industriels et commerciaux (EPIC) ; Groupements d'intérêt économique. | <b>Greffe du Tribunal de commerce</b>                |
| Membres d'une profession libérale (réglementée ou non) ; employeurs dont l'entreprise n'est pas immatriculée au Registre du commerce et des sociétés ou inscrite au Répertoire des métiers (ex : Syndicats professionnels).        | <b>URSSAF</b>  |
| Artistes-auteurs assujettis à la TVA, à l'impôt sur le revenu au titre des BIC ou l'IS et qui ne relèvent pas des catégories ci-dessus (Sociétés en participation, associations, loueurs en meublé...)                             | <b>Centre des impôts</b>                             |
| Personnes physiques et morales exerçant, à titre principal, des activités agricoles  | <b>Chambre d'agriculture</b>                         |

*Source : APCE (2005)*

- L'**INSEE** inscrit l'entreprise au Répertoire national des entreprises (RNE) et lui attribue un numéro SIREN, un numéro SIRET et un code d'activité : le code APE. Le numéro SIREN est utilisé par les organismes publics et les administrations avec lesquels l'entreprise est en relation. Il se décompose en 3 groupes de 3 chiffres attribués en fonction de l'ordre d'inscription de l'entreprise. Le numéro SIRET identifie l'établissement : une même entreprise peut donc en avoir plusieurs. Il est demandé notamment par les organismes sociaux, les services fiscaux, l'Assedic. Il se compose de 14 chiffres : le numéro SIREN auquel sont adjoints 5 chiffres complémentaires. Le code APE identifie le secteur d'activité de l'entreprise.

- **Les services fiscaux,**

- **Les organismes sociaux** : URSSAF, caisse d'assurance maladie, caisse de retraite.

- **Le Greffe du tribunal de commerce**, si l'activité est commerciale ou s'il s'agit d'une société. Le greffier du tribunal adressera par la suite à

l'entreprise, un document attestant de son immatriculation au Registre du commerce et des sociétés (RCS), nommé "extrait K" pour les entreprises individuelles et "extrait Kbis" pour les sociétés.

- **Le Répertoire des métiers**, si l'activité est artisanale.

- **Les caisses sociales** concernant les salariés ainsi que **l'Inspection du travail**, si la déclaration indique que l'activité démarre avec des salariés.

#### 5. Le démarrage de l'activité

Le **démarrage de l'activité** consiste à passer de la situation de porteur de projet au métier de chef d'entreprise. Cela suppose de s'impliquer dans quatre fonctions essentielles : vendre, s'organiser, planifier, gérer.

- *vendre* : cette fonction représente le premier objectif de l'entreprise. Il s'agit de mettre en place les actions commerciales (respecter par exemple les quelques principes avant de lancer une action de communication), d'établir le prix de vente et de vérifier le prix de revient, de définir les conditions de vente, de concevoir les outils et documents commerciaux, de procéder aux achats et de constituer la gamme de produits

- *s'organiser* : il s'agit tout d'abord de mettre en place de manière concrète les moyens nécessaires à la réalisation du chiffre d'affaires (procéder aux embauches, choisir des prestataires, répartir les tâches et l'organisation du travail, s'équiper en achetant du matériel...); de pratiquer ensuite une veille permanente de l'évolution de ses produits, de son marché, de sa concurrence; d'adopter enfin des systèmes de classement et d'archivage des dossiers prospects, clients, fournisseurs...

- *planifier* : il est nécessaire d'établir une organisation dynamique permettant d'identifier les temps consacrés à chaque tâche du chef d'entreprise (produire – vendre – gérer). Des outils tels que l'agenda, le plan de travail hebdomadaire... sont indispensables.

- *gérer* : consiste à contrôler que les réalisations sont conformes aux prévisions (comptes prévisionnels); à répondre en temps et en heure aux échéances diverses (administratives, financières, sociales, fiscales, contractuelles, etc.); à mettre en place des outils qui permettront à la fois de suivre l'activité et d'effectuer sa comptabilité; et à préparer l'avenir en prenant des décisions de stratégie qui permettront soit de corriger la trajectoire, soit de développer son activité.

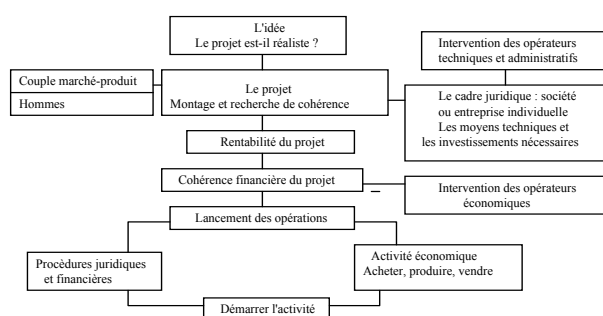
#### 6. Les obligations fiscales, comptables et sociales

Le métier de chef d'entreprise suppose de prendre à tout moment un certain nombre de décisions d'ordre fiscal, social et comptable, à commencer par le choix de son propre statut. Pour éviter de se laisser

surprendre et être mesure de dialoguer avec les administrations concernées, il est indispensable de connaître et comprendre les principes de base qui régissent **la fiscalité** (imposition des bénéfices, taxe professionnelle, TVA), la **comptabilité** des entreprises (le bénéfice imposable peut être déterminé de manière forfaitaire par l'administration fiscale ou par le chef d'entreprise) ainsi que les **obligations sociales** des dirigeants (rattachement au régime général des salariés ou au régimes des travailleurs non salariés).

La création n'est en fait rien d'autre que l'établissement de l'acte de naissance de l'entreprise. C'est l'aboutissement d'un long processus qui a trouvé son origine dans une idée et qui se matérialisera par la conquête d'un nouveau marché.

*Fig 2 : Démarche de la création d'entreprise*



## B. La croissance de l'entreprise

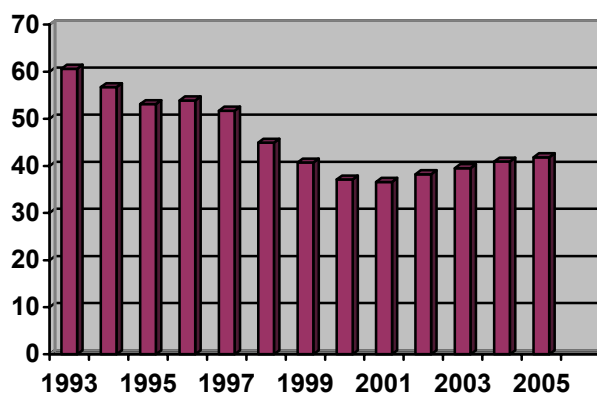
Pendant longtemps, la croissance de l'entreprise a été associée à la croissance de l'économie. C'était donc un phénomène naturel. Il fallait constituer de grands groupes pour pouvoir rivaliser avec la concurrence étrangère. La croissance des entreprises était donc l'objectif tant des pouvoirs publics que des chefs d'entreprises. Les mérites de la grande firme étaient alors reconnus, et les petites entreprises étaient qualifiées "*d'archaïques et périmées*". Depuis la fin des années 80, un revirement s'est opéré. La croissance de la petite et moyenne entreprise (PME) s'avère indispensable pour construire le tissu industriel d'une économie. En outre, la croissance de l'entreprise correspond à l'augmentation de la taille de celle-ci dans le temps. Mais cette taille ne peut être appréciée par un critère unique. Certains indicateurs, comme la production ou l'effectif, évaluent la taille en valeurs physiques, alors que le chiffre d'affaires et le bénéfice l'estiment en valeurs monétaires. Enfin, les modalités de la

croissance peuvent être aussi bien interne qu'externe. Lorsque la croissance se réalise par l'achat de firmes déjà existantes, on parle de *croissance externe*. Par contre, si la firme croît par ses propres moyens, on parle de *croissance interne*.

### C. La disparition de l'entreprise

Contrairement aux personnes physiques, la disparition des entreprises n'est pas inéluctable. Certaines firmes (Dupont de Nemours, Rockefeller, Danone...) ont ainsi passé les âges en procédant à des changements d'activité. D'autres ont changé de nom sous l'effet d'une opération de fusion, de scission ou d'absorption. La BNP fût ainsi le fruit de la fusion de deux banques : la Banque nationale pour le Commerce et l'Industrie (BNCI) et le Comptoir National d'Escompte de Paris (CNEP). La disparition d'une entreprise est toutefois constatée lorsque la situation de défaillance ou de dépôt de bilan est prononcée. Au sens de l'INSEE, une entreprise est en situation de défaillance ou de dépôt de bilan « à partir du moment où une procédure de redressement judiciaire est ouverte à son encontre ». Cette procédure intervient lorsqu'une entreprise est en état de cessation de paiement, c'est-à-dire qu'elle n'est plus en mesure de faire face à son passif exigible avec son actif disponible<sup>1</sup>.

*Fig 3 : Défaillances des entreprises (en milliers)*



*Source : Insee (2006)*

<sup>1</sup> Il ne faut pas confondre la notion de jugement d'ouverture de procédure de défaillance (dépôt de bilan d'une entreprise inscrite dans le cadre d'une procédure judiciaire) et la notion plus large de cessation (arrêt total de l'activité économique d'une entreprise).

Si la fin des années 90 a été marquée par une diminution de 41% des défaillances d'entreprises (35000 en 2001 contre 59231 en 1993), on assiste depuis quelques années à une recrudescence des défaillances. L'année 2005 comptait près de 41 900 défaillances (contre 40 736 en 2004 et 39 550 en 2003).

Afin de lutter contre cette augmentation des défaillances d'entreprises, le gouvernement Raffarin, à travers la loi Perben (mai 2004), a mis en place un plan de sauvegarde des entreprises. Cette loi cherche avant tout à dédramatiser le dépôt de bilan, en posant deux postulats : 1° il n'est pas infamant d'échouer dans la création d'une entreprise ; 2° tout doit être fait pour que l'entrepreneur soit en mesure de repartir. Dès lors, le régime des sanctions appliquées en cas de liquidation judiciaire se trouve adouci<sup>2</sup> : si le passif est un jour remboursé par le chef d'entreprise, l'interdiction de gérer qu'il se sera vu infliger, pourra être levée. En outre, les liquidations judiciaires (90% des entreprises en difficulté) ne devraient plus traîner en longueur (la loi fixe désormais à un an, le délai maximum pour une liquidation)<sup>3</sup>. Mais le principal volet de la réforme revient à intervenir en amont des difficultés en vue d'éviter que les entreprises ne déposent leur bilan et provoquent des licenciements secs. La loi ouvre en effet deux nouvelles pistes.

- D'une part, celle de la conciliation. C'est à la demande d'une entreprise dont les difficultés juridiques, économiques ou financières sont « *avérées ou prévisibles* » que la procédure est ouverte. Un conciliateur désigné par le président du tribunal de commerce disposera de quatre mois pour rechercher un accord avec les principaux créanciers. Une fois l'accord trouvé, le tribunal devra l'homologuer. Cette faculté sera offerte aux entreprises en cessation de paiements depuis moins d'un mois.

- D'autre part, celle de sauvegarde<sup>4</sup> qui avant la cessation des paiements, permet aux entreprises de mettre un plan de sauvetage complet sur pied. C'est sous l'autorité d'un juge que sont entamées la négociation avec les créanciers (fournisseurs, banques...) et la réorganisation de l'entreprise (par voie de cessions d'actifs). Afin d'inciter les dirigeants des entreprises les plus modestes à se lancer dans cette voie, les détenteurs de caution personnelles bénéficient des mêmes avantages que l'entreprise elle-même (suspension des poursuites et rééchelonnement du remboursement des dettes dans le plan de sauvegarde). Pour les

---

<sup>2</sup> Seuls les dirigeants malhonnêtes seront à l'avenir soumis à des sanctions qui pourront être aussi lourdes que l'interdiction de gérer, la faillite personnelle et l'interdiction d'exercer un mandat électif.

<sup>3</sup> Dans tous les cas, le tribunal de commerce ne pourra plus s'autosaisir en matière de sanctions. Il ne pourra en effet se prononcer qu'à la demande du parquet ou d'un créancier.

<sup>4</sup> Certains l'assimilent à la procédure américaine du chapitre 11.



entreprises de plus de 300 salariés et dont le niveau de chiffre d'affaires est fixé par décret, deux comités de créanciers seront créés regroupant les fournisseurs et les banques. Avant d'être validé par le tribunal de commerce, le plan devra être adopté à la majorité qualifiée des créanciers représentant les deux tiers des créances. En validant le projet, le tribunal en élargit l'application aux créanciers qui n'ont pas participé au vote.

## II. L'ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE

L'environnement peut se définir comme l'ensemble des forces extérieures qui agissent et qui réagissent au profit ou à l'encontre de l'entreprise. Trois grands types d'environnement sont généralement évoqués : le macro, le micro et méso. L'entreprise doit tenir compte des relations qu'elle entretient avec son environnement (il s'agit principalement de faits qui lui échappent) et les autres acteurs (principalement des entreprises).

### **A. Les trois grands types d'environnement**

Le *macro-environnement* est constitué d'un ensemble de facteurs économiques (la croissance, l'évolution des prix, de la politique économique du pays...), techniques (le concept du produit, le mode de production, l'évolution des connaissances...), culturels (le niveau d'éducation, la classe sociale, les croyances...), juridiques (la réglementation en vigueur, les sanctions qui peuvent être infligées, la législation existante pour la production des produits, les normes...), et démographiques (la pyramide des âges, le taux de mortalité et de natalité du pays...) qui s'imposent à l'entreprise en définissant ainsi son cadre d'action. Le *micro-environnement* de la firme est constitué par ses partenaires sur le marché. Celle-ci peut aussi bien subir qu'influencer les variables qui caractérisent ce micro-environnement. On peut distinguer le micro-environnement sous la forme de plusieurs structures : structure concurrentielle (nombre, taille et comportement des concurrents), structure sociale (degré de syndicalisation, existence des conventions), structure technologique (importance des économies d'échelle, du nombre de brevets), structure commerciale (rôle des circuits de distribution, pratique de la segmentation des marchés)... Le *méso-environnement* précise que les décisions des acteurs sont susceptibles d'influencer spécifiquement les relations économiques dans un secteur, une branche, une filière. Une entreprise peut ainsi exercer des activités de lobbying, développer des stratégies de prise de participation ou chercher à constituer un grand groupe.

## B. La relation environnement-entreprises

Il est important pour l'entreprise de prendre en compte l'évolution de l'environnement pour définir sa stratégie. Il s'agit donc d'étudier toutes les faits et les événements susceptibles d'influencer son comportement.

### 1. L'environnement économique

Les entreprises ont subi pendant longtemps les effets de la crise économique et de la concurrence internationale. Les contraintes sont en général, fixées par la politique économique nationale. Dans une économie dite décentralisée, les objectifs (plein emploi, stabilité des prix, équilibre de la balance extérieure, croissance...) de la politique économique de l'Etat doivent être atteints par l'intermédiaire des décisions des agents économiques et en particulier des entreprises.

*Tableau 3 : Politique économique et actions de l'entreprise*

| <b>Objectifs de la politique économique</b> | <b>Actions de l'Entreprise</b>  |
|---|---|
| Lutter contre le chômage                    | Création d'emplois<br>Formation du personnel<br>Reconversion pour éviter le licenciement  |
| Lutter contre l'inflation                   | Mise en place de stratégies de baisse des prix.<br>Limitations des marges et des hausses de prix en cas d'augmentation du coût de revient |

Dans ce sens, on peut dire qu'il existe un lien étroit entre objectifs de l'Etat et actions des entreprises. La maîtrise de l'inflation (gérée par les mouvements des taux d'intérêt) qui reste une priorité dans les orientations nationales s'est accompagnée d'une lutte contre le chômage. L'insertion dans le tissu économique signifie également une intégration de l'entreprise dans un environnement local et régional. Les collectivités locales (Communes, Départements, Régions) essaient bien souvent de favoriser l'implantation d'entreprises, créatrices d'emplois.

*Tableau 4 : Les actions des collectivités territoriales*

| <b>ACTIONS DES COLLECTIVITES TERRITORIALES</b>  |
|---|
| Subventions, crédits à taux préférentiels octroyés à l'entreprise qui s'installe<br>Aménagement de la fiscalité et de la réglementation administrative (Permis de construire délivrés avec une certaine désinvolture)<br>Mise à disposition de terrains à des prix très faibles |

## 2. L'environnement technologique

On assiste depuis la fin des années 80, à une course à la technologie. Les procédés de production sont de plus en plus sophistiqués (l'assistance par ordinateur a généré une véritable révolution industrielle). L'environnement technologique évolue rapidement, ce qui peut perturber le fonctionnement de l'entreprise (celle-ci doit en effet toujours innover).

## 3. L'environnement sociologique

Les firmes se doivent de prendre en compte l'évolution des mentalités et des nouvelles priorités qui s'imposent à elles. L'élévation du pouvoir d'achat qui s'est accompagnée d'une exigence accrue des consommateurs (qualité) et l'engouement pour l'écologie sont deux éléments de poids dans la stratégie de l'entreprise.

## 4. L'environnement institutionnel

Le législateur s'est donné les moyens pour tenter de contrôler l'évolution de l'environnement social et économique. Le Droit des Affaires (Droit de la Concurrence et Droit de la Consommation) a été instauré pour protéger les consommateurs et assurer la libre concurrence entre les entreprises.

## 5. L'environnement international

La nouvelle configuration des relations internationales n'est pas sans incidence sur les firmes. On assiste en effet depuis le début des années 80 à une mondialisation des échanges. La concurrence (Les NPI tels que Taiwan, Corée du Sud...; le Japon) est devenue de plus en plus âpre. La construction européenne (libre circulation des hommes, des marchandises et des capitaux depuis 1993), la chute du mur de Berlin et l'ouverture des pays de l'Est (certains pays ont déjà fait acte de candidature pour entrer dans l'UE) donnent une nouvelle dimension à la notion d'espace économique. Certaines firmes (généralement des grands groupes industriels), conscientes de l'importance de l'environnement, ont créé au

sein de leur structure des "**Directions de l'environnement**". Ces Directions ont un rôle d'étude, de communication et de réflexion. Elles se doivent d'anticiper les contraintes qui s'imposeraient à l'entreprise. Les relations environnement-entreprises sont reproduites dans le schéma ci-dessous :

|   |
|---|
| Environnement → modification du comportement de l'entreprise → changement de la Stratégie |
|---|

Toutefois, comme nous l'avons signalé ci-dessus, les entreprises sont également capables d'influencer l'environnement. Les décisions qu'elles prennent quotidiennement, peuvent donc avoir un impact sur le milieu économique. Ces décisions auront des effets positifs ou négatifs (on parle généralement d'externalités). Exemple d'une entreprise chimique qui s'installe en amont d'une rivière.

|  |
|--|
| Comportement de l'entreprise → Fixe sa stratégie → modification de l'Environnement |
|--|

### C. Les relations d'entreprises à entreprises

Les relations entre les firmes industrielles constituent un élément essentiel de leur environnement. Ces relations peuvent être aussi bien des relations de concurrence que des relations de complémentarités

#### 1. Les relations de concurrence

Les entreprises qui produisent les mêmes biens et services, entrent directement en compétition sur **le marché aval** (l'écoulement de leur propre production). Il est donc possible de déterminer la stratégie de chaque entreprise en étudiant la structure de marché sur lequel elle écoule sa production. Toutefois, à côté du marché aval, la concurrence peut également se manifester sur **le marché amont**. En effet, les entreprises doivent se procurer les capitaux, la main d'oeuvre, les matières premières et la technologie qui vont lui permettre de produire. On constate généralement deux caractéristiques importantes du jeu de la concurrence :

- Il est par nature **évolutif**. La qualité des produits, l'innovation, la publicité et la mercatique, constituent les principales variables qui influencent directement la demande. Les prix ne seraient plus la seule variable qui régule le marché.

- Il est souvent **limitatif**. Les processus de concentration et les nombreux accords de coopération tendent à limiter le champ concurrentiel de

l'entreprise. La montée des dépenses de recherche-développement est un facteur qui peut expliquer les tentatives de rapprochement des entreprises (exemple la volonté de Airbus Industrie de se rapprocher Boeing pour construire un gros porteur). Les entreprises évolueraient donc dans un environnement qui serait loin d'être imparfait.

## 2. Les relations de complémentarité

La mise en oeuvre de relations de complémentarité peut répondre à des préoccupations très diversifiées. La maîtrise d'un marché et des coûts de production, la recherche d'une complémentarité entre entreprises, la possibilité de diversifier ses activités, et la spécialisation peuvent être une motivation à des accords interindustriels (cette motivation peut déboucher sur un processus de concentration). On distingue généralement trois types d'accords de coopération : la **coopération en recherche-développement**, les **accords de coproduction**, et la **coopération de programme**. La forme la plus achevée d'accords industriels est le **Groupe d'Intérêt Economique (GIE)**. La création du GIE permet une coopération suivie entre plusieurs entreprises qui décident, pour améliorer leurs résultats, de rassembler une partie de leurs moyens au sein d'une personne morale (exemple d'Airbus). A l'inverse, certains contrats peuvent entraîner une domination ou un contrôle de l'une des entreprises associées. On parle alors de **techniques d'impartition**. Celles-ci peuvent prendre la forme :

- De la **sous-traitance** (contrat entre un donneur d'ordres et un sous-traitant)
- De la **concession** (contrat par lequel une entreprise, le concédant, s'engage à approvisionner une autre entreprise, le concessionnaire, en produits de sa marque et à lui apporter l'assistance requise moyennant le respect de certaines conditions)
- Du **franchisage** (contrat par lequel une entreprise, le franchiseur, met à la disposition d'une autre entreprise, le franchisé, une gamme de produits et une assistance technique moyennant le paiement d'une redevance)
- De la **concession de Licence** (contrat par lequel une entreprise, la cédante, autorise une autre entreprise, le concessionnaire, à utiliser le brevet d'invention ou le savoir-faire en échange d'une rémunération).

## III. CLASSIFICATION DES ENTREPRISES

Comme une petite entreprise ne se gère pas comme une grande entreprise, et que chaque entreprise a sa propre originalité, il est nécessaire de les regrouper en catégories homogènes afin d'effectuer des comparaisons entre entreprises d'un même secteur, de décrire les entreprises en observant leurs structures et leurs comportements,

d'évaluer les performances des entreprises ou encore de mettre en place une politique économique adaptée à leur spécificité. Deux classifications seront retenues : l'une s'appuie sur le caractère économique de l'entreprise, l'autre sur sa forme juridique.

## **A. La classification économique**

Deux critères économiques permettent de classer les entreprises : le type d'activité de l'entreprise et la dimension de l'entreprise.

### 1. Le type d'activité

#### *a) La classification de l'INSEE*

Elle étudie l'entreprise sous les termes secteur et de branche, et de filière. La classification par **secteurs** rassemble les entreprises ayant la même activité principale (celle-ci est appréciée soit en fonction des effectifs par activité, soit en fonction des ventes par activité), alors que la classification par **branches** privilégie une logique de produits et regroupe les fractions d'entreprise fabriquant la même famille de produits (exemple de la firme Renault qui compte quatre branches, les autos, les tracteurs, les camions, les machines outils). Les **filières** regroupent un ensemble d'activités complémentaires partant des matières premières jusqu'à l'utilisateur final, en passant par les transformations successives (exemple du pétrole).

#### *b) La classification de Colin Clark*

Cette classification traditionnelle regroupe les entreprises en trois secteurs

- **Le secteur primaire** : intégrant l'ensemble des entreprises productrices de matières premières (Agriculture, Pêche, Sylviculture...)
- **Le secteur secondaire** : comprenant les industries extractrices et de transformation. Il est relativement hétérogène. On peut distinguer en fonction du stade d'élaboration du produit :
  - . Les industries extractrices (minerais, carrières)
  - . Les industries énergétiques
  - . Les industries de base qui effectuent les premières transformations
  - . Les industries de transformation qui agissent à un stade plus élaboré
- **Le secteur tertiaire** : regroupant toutes les activités de service publiques ou privées

Cette classification de Clark, très largement utilisée, demeure cependant relativement imprécise et peu opérationnelle en raison de l'hétérogénéité des secteurs d'activité.

**c) La classification par la nature de l'activité**

Cette classification repose sur le découpage des entreprises en six catégories plus ou moins hétérogènes :

. *Les entreprises agricoles*

. *Les entreprises industrielles*

. *Les entreprises commerciales* assurent la distribution des produits. Elles sont réparties en trois catégories : Le commerce intégré (grossistes et détaillants s'unissent pour créer des centrales d'achat, exemples des grands magasins, sociétés de vente par correspondance). Le commerce associé (détaillants créant des groupements d'achats sous forme de coopération, grossistes et détaillants s'unissant pour créer des chaînes volontaires, le franchisage : association au sein d'un contrat entre un franchiseur et un franchisé; exemple de Benetton, Y. Rocher). Le commerce indépendant (le vendeur assure simplement la fonction de détaillant).

. *Les entreprises prestataires de service* : elles fournissent des services de production (logiciels des sociétés d'informatique) et de consommation (transport, hôtellerie...).

. *Les établissements de crédit* : elles effectuent des opérations de Banque (Réception des dépôts, l'octroi de crédits, les transactions sur les marchés...).

. *Les entreprises d'assurance* : elles couvrent leurs clients pour certains risques (assurances-vie, assurances dommages) et effectuent des opérations financières.

*Tableau 5 : l'activité des entreprises françaises (INSEE)*

| Activités                        | Nombre d'entreprises |               |
|----------------------------------|----------------------|---------------|
|                                  | En milliers          | Dont PME      |
| Industries IAA                   | 65.09                | 7.27          |
| Industries hors IAA              | 183.60               | 33.5          |
| Constructions                    | 353.93               | 25.5          |
| Commerce                         | 644.40               | 43.2          |
| Transports                       | 88.94                | 10.91         |
| Activités immobilières           | 83.22                | 2.44          |
| Services aux entreprises         | 445.44               | 27.18         |
| Services aux particuliers        | 410.76               | 18.65         |
| Education, Santé, Action sociale | 342.5                | 6.02          |
| <b>Total</b>                     | <b>2 617.87</b>      | <b>174.67</b> |

*Source : INSEE (2005)*

## 2. La dimension de l'entreprise

La taille de l'entreprise peut être appréhendée à partir des effectifs, des capitaux propres, du chiffre d'affaire, de la valeur ajoutée, du bénéfice net ou encore de la marge brute d'autofinancement.

### *a) L'effectif*

Le nombre de salariés constitue le principal critère de classification entre petites, moyennes et grandes entreprises. C'est un critère simple et facile à mesurer. Le tissu économique français est composé de près de 99% d'entreprises de moins de 50 salariés.

*Tableau 6 : Répartition des entreprises par nombre de salariés*

| 0            | 1 – 9   | 10 – 49 | 50 – 99     | 100 - 249 | + 250 | Total       |
|--------------|---------|---------|-------------|-----------|-------|-------------|
| 1530 110     | 908 180 | 151 010 | 15 050      | 8 600     | 4 910 | 2 617 870   |
| 58,4%        | 34,7%   | 5,8%    | 0,6%        | 0,3%      | 0,2%  | 100%        |
| <b>98,9%</b> |         |         | <b>1,1%</b> |           |       | <b>100%</b> |

*Source : INSEE (2005)*

L'évolution de l'effectif a des conséquences importantes sur la structure juridique (ainsi les entreprises d'au moins 50 salariés doivent créer un comité d'entreprise) et l'organisation de l'entreprise (les besoins de communication augmentent, existence d'une véritable direction des ressources humaines). Avec le développement de l'automatisation, le critère de l'effectif est toutefois devenu un critère de classification moins significatif (une entreprise peut être grande et fortement automatisée, sans avoir un effectif important).

*Tableau 7 : Effectifs des 10 plus grandes entreprises françaises*

| Rang | Société             | Secteur              | Effectif |
|------|---------------------|----------------------|----------|
| 1    | CARREFOUR           | Distribution         | 396 662  |
| 2    | LA POSTE            | Courrier, services   | 315 445  |
| 3    | SODEXHO ALLIANCE    | Restauration         | 315 141  |
| 4    | VEOLIA ENVT         | Services             | 257 177  |
| 5    | FRANCE TELECOM      | Télécoms             | 240 145  |
| 6    | SUEZ                | Eaux, BTP...         | 198 750  |
| 7    | PSA PEUGEOT CITROEN | Automobile           | 198 600  |
| 8    | SNCF                | Transports           | 182 815  |
| 9    | EDF                 | Electricité          | 171 995  |
| 10   | SAINT GOBAIN        | Matériaux, emballage | 171 256  |

*Source : Rapport d'activité des entreprises (2005)*



La répartition sectorielle des entreprises en fonction de leur taille permet de dresser une typologie encore plus fine du système de production français. On constate ainsi que les entreprises sont d'autant plus représentées dans l'industrie qu'elles sont grandes (en même temps, elles sont destructrices d'emploi depuis le début des années 80). A l'opposé, les PME (en particulier les plus petites d'entre elles) sont très présentes dans les services et le commerce (secteurs créateurs d'emplois).

*Tableau 8 : Répartition sectorielle des entreprises (en %)*

| Secteurs d'activité*      | 0               | 1 à 9         | 10 à 49       | 50 à 99      | 100 à 249   | + 250       | Total           |
|---------------------------|-----------------|---------------|---------------|--------------|-------------|-------------|-----------------|
| IAA                       | 20,52           | 36,98         | 6,13          | 0,66         | 0,48        | 0,32        | 65,09           |
| Industrie hors IAA        | 82,77           | 65,62         | 26,79         | 3,97         | 2,75        | 1,71        | 183,60          |
| Construction              | 178,71          | 149,46        | 23,46         | 1,40         | 0,64        | 0,26        | 353,93          |
| Commerce                  | 347,61          | 252,76        | 37,73         | 3,67         | 1,81        | 0,83        | 644,40          |
| Transports                | 52,74           | 24,92         | 8,98          | 1,20         | 0,73        | 0,37        | 88,94           |
| Activités immobilières    | 58,26           | 22,50         | 2,31          | 0,09         | 0,04        | 0,02        | 83,22           |
| Services aux entreprises  | 295,25          | 121,97        | 23,37         | 2,43         | 1,39        | 1,04        | 445,44          |
| Services aux particuliers | 226,73          | 165,15        | 17,25         | 1,03         | 0,37        | 0,23        | 410,76          |
| Education, santé...       | 267,52          | 68,81         | 5,01          | 0,62         | 0,39        | 0,14        | 342,50          |
| <b>Total</b>              | <b>1 530,11</b> | <b>908,18</b> | <b>151,01</b> | <b>15,05</b> | <b>8,60</b> | <b>4,91</b> | <b>2 617,87</b> |

*Source : INSEE (2005)*

#### ***b) Les capitaux propres***

Les capitaux propres représentent l'ensemble des moyens financiers (capital social plus réserves) qui appartiennent aux propriétaires de l'entreprise. Cet indicateur permet d'apprécier la solidarité de l'entreprise, son aptitude à se développer ainsi que son autonomie financière (les capitaux propres doivent en effet être plus importants que les capitaux étrangers : dettes et emprunts). Il sert à établir des comparaisons à l'intérieur d'une même branche.

#### ***c) La valeur ajoutée***

Elle permet de mesurer la richesse créée par une entreprise ou une branche de l'économie au cours d'une période donnée. C'est la différence entre la production (sortie de l'entreprise) et les consommations intermédiaires (entrée dans l'entreprise).

*Tableau 9 : valeurs ajoutées par branche en volume*

| Branches                                | Valeur ajoutée brute |             |
|---|----------------------|-------------|
|   | Milliards d'€        | En %        |
| <b>Agriculture, Sylviculture, pêche</b> | <b>34</b>            | <b>2.5</b>  |
| <b>Industries dont</b>                  | <b>248.3</b>         | <b>17.9</b> |
| Industries agricoles et alimentaires    | 28.2                 |             |
| Industries de biens de consommation     | 39.9                 |             |
| Industrie automobile                    | 15.9                 |             |
| Industries de biens d'équipement        | 48.1                 |             |
| Industries de biens intermédiaires      | 83.6                 |             |
| Energie                                 | 32.5                 |             |
| <b>Construction</b>                     | <b>69.7</b>          | <b>5</b>    |
| <b>Services marchands dont</b>          | <b>752</b>           | <b>54.2</b> |
| Commerce                                | 143.2                |             |
| Transports                              | 56.2                 |             |
| Activités financières                   | 73.2                 |             |
| Activités immobilières                  | 177.5                |             |
| Services aux entreprises                | 228.4                |             |
| Services aux particuliers               | 73.6                 |             |
| <b>Services administrés dont</b>        | <b>283.5</b>         | <b>20.4</b> |
| Education, santé, action sociale        | 178.5                |             |
| Administration                          | 105                  |             |
| <b>TOTAL</b>                            | <b>1388.5</b>        | <b>100%</b> |

*Source: INSEE-Comptes de la nation, mai 2006, base 2000, champ ICS*

La valeur ajoutée sera répartie entre tous les agents qui ont participé à la production :

*Tableau 10 : Les étapes de la répartition de la valeur ajoutée*

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| Production                     | ← Clients                               |
| - Consommations intermédiaires | → Fournisseurs                          |
| = Valeur Ajoutée brute         |   |
| - Rémunérations du personnel   | → Salariés                              |
| - Charges sociales             | → Organismes sociaux (Sécurité Sociale) |
| - Impôts et taxes              | → Etat, Collectivités locales           |
| = Excédent Brut d'exploitation |   |
| - Intérêts versés              | → Prêteurs et Banquiers                 |
| = Résultat                     |   |
| - Dividendes                   | → Associés (actionnaires)               |
| - Résultat non distribué       | → Entreprise (autofinancement)          |

- **Les apporteurs de capitaux** : les prêteurs et banquiers (intérêts) et les associés (dividendes)
- **Les administrations** : les impôts et les taxes pour les collectivités locales et l'Etat, les cotisations sociales pour les organismes sociaux.
- **L'entreprise** elle-même, pour financer ses futurs investissements (autofinancement). Plus celui-ci sera élevé, plus la marge de manoeuvre de l'entreprise sera grande.
- **Les salariés** : c'est le versement des salaires ainsi qu'une participation aux résultats de l'entreprise.

*d) Le chiffre d'affaires*

Il représente le montant des ventes de produits ou de services effectués par l'entreprise au cours d'une année. Ce critère est fortement utilisé dans la presse nationale et internationale pour comparer toutes les entreprises. Il permet également de mesurer le degré de concentration du tissu industriel.

*Tableau 11 : Chiffre d'affaires des 20 premières entreprises françaises*

| Rang | Société           | Secteur      | CA<br>(en milliers d'€) |
|------|-------------------|--------------|-------------------------|
| 1    | TOTAL             | Pétrole      | 122 700 000             |
| 2    | CARREFOUR         | Hypermarchés | 72 668 000              |
| 3    | AXA               | Assurances   | 72 200 000              |
| 4    | PSA               | Automobiles  | 56 797 000              |
| 5    | EDF               | Energie      | 46 928 000              |
| 6    | FRANCE TELECOM    | Télécoms     | 46 160 000              |
| 7    | SUEZ              | Energie      | 40 739 400              |
| 8    | RENAULT           | Automobiles  | 40 715 000              |
| 9    | LES MOUSQUETAIRES | Distribution | 38 000 000              |
| 10   | SAINT GOBAIN      | Matériaux    | 32 025 000              |
| 11   | AUCHAN            | Distribution | 30 046 000              |
| 12   | LECLERC           | Hypermarchés | 28 370 000              |
| 13   | SANOFIS AVENTIS   | Pharmacie    | 25 418 000              |
| 14   | VEOLIA            | Services     | 24 700 000              |
| 15   | CREDIT AGRICOLE   | Banques      | 24 320 000              |
| 16   | PPR               | Distribution | 24 212 700              |
| 17   | RALLYE            | Distribution | 23 835 000              |
| 18   | BOUYGUES          | Bâtiment     | 23 402 000              |
| 19   | CASINO            | Hypermarchés | 23 169 500              |
| 20   | SNCF              | Transport    | 22 059 000              |

*Source : L'Expansion, Edition 2006*

### ***e) Le bénéfice net***

C'est le résultat net de l'activité économique de l'entreprise. Il met en avant la capacité de l'entreprise à distribuer des dividendes, à s'autofinancer.

*Tableau 12 : Les bénéfices des entreprises françaises*

| <b>Rang</b> | <b>Sociétés</b>  | <b>Secteur</b>        | <b>Bénéfice (en €)</b> |
|-------------|------------------|-----------------------|------------------------|
| 1           | TOTAL            | Pétrole, chimie       | 12 273 000 000         |
| 2           | SANOFI           | Pharmacie, Cosmétique | 6 335 000 000          |
| 3           | BNP PARIBAS      | Banque                | 5 552 000 000          |
| 4           | FRANCE TELECOM   | Téléphonie            | 5 709 000 000          |
| 5           | SOCIETE GENERALE | Banque                | 4 446 000 000          |
| 6           | AXA              | Assurances            | 4 173 000 000          |
| 7           | EDF              | Electricité           | 3 242 000 000          |
| 8           | GAZ DE FRANCE    | Distribution de gaz   | 1 560 000 000          |

*Source : Le Figaro, le 16 mars 2006*

### ***f) La marge brute d'autofinancement (MBA)***

La MBA est la part des ressources que l'entreprise affectera aux investissements. Cet indicateur permet d'évaluer la dimension potentielle de l'entreprise. Il se calcule de la façon suivante :  $MBA = \text{Bénéfice net après impôt} + \text{Dotation aux amortissements} + \text{Dotations aux provisions pour dépréciation}$ .

#### **REMARQUES :**

→ Le critère de la taille est intéressant cependant il présente certaines limites. Ainsi la publication des informations chiffrées n'est obligatoire que dans les sociétés anonymes et les SARL.

→ Selon le critère retenu, le chiffre d'affaires ou le bénéfice net, l'entreprise ne sera pas située au même rang.

→ La combinaison de plusieurs critères donne des indications plus précises et pertinentes sur le panorama des entreprises françaises.

## **B. La forme juridique**

Choisir sa structure juridique est une des premières décisions de l'entrepreneur. De ce choix, découlent les régimes social et fiscal, ainsi que les conditions dans lesquelles il sera ultérieurement possible de céder tout ou partie de l'entreprise. C'est donc une décision essentielle. Les critères de la **propriété de l'entreprise** et de la **personnalité juridique** permettent d'effectuer une classification des entreprises.

### 1. La propriété de l'entreprise

Les entreprises peuvent appartenir à une seule personne (entreprises individuelles), à plusieurs associés (sociétés commerciales), à l'Etat (entreprises publiques) ou à leurs adhérents ou salariés.

#### *a) L'entreprise individuelle*

L'entreprise individuelle regroupe généralement les entreprises agricoles, artisanales, et commerciales personnelles. L'entreprise individuelle peut adopter la forme sociétaire en constituant une entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL). L'entreprise individuelle est celle qui n'a qu'un seul propriétaire, l'exploitant. Il n'existe pas de définition juridique de l'entreprise. Celle-ci n'est pas « sujet » de Droit. Pour devenir sujet de Droit, l'entreprise doit se fondre dans une personne juridique reconnue par le droit, qui est l'entrepreneur. L'entreprise n'a pas de patrimoine, elle n'est pas l'employeur de ses salariés. C'est l'employeur qui est titulaire des droits et des obligations attachés à l'entreprise.

#### Les conséquences juridiques :

- Les formalités de création de l'entreprise sont réduites au minimum. Il suffit de demander son immatriculation, en tant que personne physique, auprès du centre de formalités des entreprises dont relève l'activité.
- c'est l'entrepreneur qui a la qualité de commerçant
- c'est l'entrepreneur qui est inscrit au Registre du Commerce et des Sociétés
- c'est l'entrepreneur qui effectue les opérations commerciales en son nom. L'entreprise porte officiellement le patronyme de son dirigeant, auquel il est possible d'adjoindre un nom commercial.
- les patrimoines professionnel et personnel sont juridiquement confondus. L'entrepreneur est responsable des dettes de l'entreprise sur l'ensemble de ses biens y compris ceux qu'il a acquis avec son conjoint, s'il est marié sous le régime légal de la communauté réduite aux acquêts.

- Les bénéfices de l'entreprise seront portés dans la déclaration des revenus de l'entrepreneur, dans la catégorie correspondant à son activité : Bénéfices industriels et commerciaux (BIC) ou Bénéfices non commerciaux (BNC).

L'exploitant est soumis à des obligations comptables (tenue d'une comptabilité régulière), sociales (l'exploitant individuel n'a pas le statut de salarié, pour la couverture des risques maladies, invalidité, vieillesse, il cotise à une Caisse spéciale des commerçants), fiscales (l'entrepreneur est imposé sur les bénéfices qu'il a réalisés, sa rémunération n'est pas déductible de ses impôts, seules peuvent l'être ses cotisations sociales, et il ne peut pratiquer les abattements de 10 et 20% octroyés aux salariés). L'exploitant est la seule personne qui dirige, fournit travail et capital. C'est le seul maître à bord et n'a de compte à rendre à personne (la notion d'abus de bien social) n'existe pas dans l'entreprise individuelle.

#### ***b) L'entreprise sociétaire***

Créer une société revient à donner naissance à une nouvelle personne, juridiquement distincte du ou des associés fondateurs. Par conséquent :

- L'entreprise dispose de son propre patrimoine. En cas de difficultés de l'entreprise, en l'absence de fautes de gestions graves qui pourraient être reprochées aux dirigeants, les biens personnels de ces derniers - et naturellement des associés - seront à l'abri de l'action des créanciers de l'entreprise, à l'exception de la société en nom collectif dans laquelle chaque associé est solidairement et indéfiniment responsable avec la société.

- L'utilisation des biens de la société à des fins personnelles peut entraîner des poursuites au titre de l'« **abus de biens sociaux** ».

- S'agissant d'une « nouvelle personne », la société a un nom (dénomination sociale), un domicile (siège social) et dispose d'un minimum d'apports constituant son patrimoine initial pour faire face à ses premiers investissements et premières dépenses (capital social).

- Le dirigeant désigné pour représenter la société vis à vis des tiers n'agit pas pour son propre compte, mais au nom et pour le compte d'une personne morale distincte. Il doit donc respecter un certain formalisme lorsqu'il est amené à prendre des décisions importantes. De même, il doit périodiquement rendre des comptes aux associés sur sa gestion.

- Au niveau fiscal, la société peut être imposée personnellement au titre de l'impôt sur les sociétés (IS) soit de plein droit, soit sur option.

- La création de la société donne lieu à des formalités complémentaires : rédaction et enregistrement des statuts, parution d'une annonce dans un journal d'annonces légales...

La forme sociétaire regroupe les sociétés de personnes, les SARL et les sociétés de capitaux. Il y a séparation des apporteurs de travail et de capital. La direction est assurée par les apporteurs de capitaux ou leurs mandataires.

Les conditions de formation de l'entreprise sociétaire sont les suivantes :

- une manifestation de volonté dans le cadre du contrat sauf pour l'EURL
- Le contrat de société doit respecter **des conditions de fond** (il faut que le consentement des associés soit libre, que les associés soient capables, que l'objet et la cause du contrat soient licites, c'est à dire permis) et **de forme** (les parties doivent rédiger un écrit, c'est à dire élaborer les statuts de la société, en faire la publicité dans un journal d'annonces légales, procéder à l'enregistrement de la société au Registre du Commerce et des Sociétés).
- des apports faits par les associés
  - la recherche d'un but commun

Ajoutons que dans le cadre européen, le choix juridique se résume au statut de la SE et à celui du GIEE. Le règlement définissant le statut de **Société européenne** (SE) a été adopté le 8 octobre 2001, et est entré en vigueur le 8 octobre 2004. La (SE) peut exercer ses activités sur tout le territoire de l'Union Européenne, elle est régie par une législation communautaire directement applicable dans tous les Etats membres. Toute société européenne est immatriculée dans l'Etat membre de son siège statutaire. Le capital minimum de la SE a été fixé à 120 000 euros, pour permettre aux entreprises de taille moyenne établies dans divers Etats membres d'opter pour ce régime. La société européenne peut se constituer selon 4 procédures : (i) par la fusion de deux sociétés anonymes ou plus, situées dans au moins deux Etats membres différents ; (ii) par la constitution d'une société holding, à l'initiative de sociétés anonymes ou à responsabilité limitée situées dans au moins deux Etats membres différents ; (iii) par la constitution d'une filiale commune par des sociétés situées dans au moins deux Etats membres différents ; (iv) par la transformation d'une société anonyme possédant une filiale dans un autre Etat membre depuis au moins deux ans. Sur le plan fiscal, les sociétés européennes seront traitées comme n'importe quelle autre multinationale, c'est-à-dire qu'elles seront soumises à la législation fiscale nationale applicable au niveau de la société comme de ses succursales.

**Le Groupement d'intérêt économique européenne** (GIEE) peut-être constitué dans tout secteur. Il doit être composé d'au moins deux membres ayant leur activité principale (personnes physiques) ou leur administration centrale (sociétés ou personnes morales) dans des Etats membres de l'Espace économique européen (EEE) différents. Le GIEE

peut contracter des engagements ayant des conséquences financières. Il est tenu d'honorer ces engagements sur ses avoirs propres. En cas de défaillance du groupement, ses membres sont tenus solidairement et indivisiblement par les dettes contractées vis-à-vis de tiers. Pour créer un GIEE, les futurs partenaires doivent tout d'abord conclure un contrat écrit indiquant : la dénomination de leur groupement, suivie ou précédée des termes "Groupement Européen d'Intérêt Economique" ou du sigle "GIEE", le siège social du groupement, son objet, des informations sur ses membres et sa durée. Puis ils doivent faire immatriculer leur GIEE au registre du commerce et des sociétés, auprès du greffe du tribunal de commerce où le GIEE aura son siège.

### *c) Les entreprises du secteur public*

L'analyse des modes d'organisation du service public confirme la distinction entre deux notions. D'un côté, il y a des entreprises publiques qui opèrent dans des domaines relevant des mécanismes du marché et non de la prise en charge par les pouvoirs publics: construction automobile, aéronautique, acier, banques, assurances. Elles sont clairement hors du champ du service public. De l'autre, bon nombre d'entreprises privées assurent des missions de service public et, avec le mouvement de privatisation actuel, le cas devient même de plus en plus fréquent. La notion à retenir est donc celle d'"**entreprise de service public**" ou d'"**opérateur de service public**".

→ Quoique l'expression elle-même soit principalement employée dans les pays européens continentaux, la notion existe ailleurs sous des appellations différentes comme celles de "*public utility*" ou "*public interest*". Elle est connue du traité de Rome sous le nom de "service d'intérêt économique général". On peut donc la considérer comme commune à l'ensemble des pays de l'Union.

Le service public est une activité économique d'intérêt général définie, créée et contrôlée par l'autorité publique et soumise à des degrés variables à un régime juridique spécial, quel que soit l'organisme, public ou privé, qui a la charge de l'assurer effectivement.

- **Comme activité**, le service public se distingue des autres formes d'intervention publique dans l'économie qui ne sont pas des activités de production. Il se distingue en particulier de la réglementation, qui consiste à soumettre l'activité économique à certaines règles, pour préserver par exemple la sécurité, la santé, l'environnement, sans se préoccuper des moyens d'assurer cette activité. Le propre du service



public, au contraire, est de faire en sorte qu'une activité soit toujours assurée parce qu'elle est considérée comme nécessaire à l'intérêt général: il est donc en quelque sorte extérieur à la sphère de la liberté d'entreprise puisqu'il procède non de l'initiative privée mais de la volonté de l'autorité publique. Il se distingue aussi des interventions d'intérêt général qui ne sont pas des activités de production: notamment la préservation des grands équilibres et l'aide aux secteurs en difficulté.

- **Comme activité économique**, le service public fournit des valeurs (biens ou services) moyennant un prix et diffère ainsi des prestations d'intérêt général de type administratif, social ou culturel que la collectivité assure le plus souvent gratuitement.

- **Le service public est fondé sur un besoin d'intérêt général** c'est-à-dire à la fois commun et essentiel à tous, mais que l'initiative privée n'a pu ou voulu satisfaire ce qui amène l'autorité publique à le prendre en charge. Même quand cette autorité n'assure pas le service elle-même et le confie à un organisme extérieur, une entreprise publique ou privée, elle garde en permanence la responsabilité de sa définition, de son contenu et de son existence car elle peut le supprimer lorsque le besoin correspondant a disparu.

- **Quand l'autorité publique confie la mission d'assurer le service public à un organisme extérieur**, elle lui impose généralement des obligations précises et lui accorde souvent en contrepartie des droits particuliers jugés nécessaires à l'accomplissement de sa mission: notamment l'exclusivité du service, le droit d'exproprier les terrains privés, un accès privilégié au domaine public.

De cette définition du service public se déduisent des principes fondamentaux que l'on ramène généralement à trois : 1° *égalité ou universalité* ; tous les usagers doivent avoir accès au service dans les mêmes conditions, ce qui se traduit habituellement par une obligation de desserte universelle et de prix uniformes ; 2° *continuité*: le service doit être fourni en permanence et de manière régulière (obligation de fourniture); 3° *adaptation* : le service doit s'adapter à l'évolution du besoin qui l'a fait naître et être supprimé si ce besoin disparaît.

Si la notion de service public est à peu près univoque, son contenu est essentiellement variable. Ce que l'on entend par intérêt général, ou plus exactement les activités que l'on qualifie ainsi, varie dans l'espace et le

temps selon la conception (plus ou moins libérale ou collectiviste<sup>5</sup>) que l'on se fait de la société. Le contenu du service public varie aussi en fonction du niveau économique de la société, une société donnée répondant aux besoins de ses citoyens en leur offrant des prestations proportionnées à ses ressources. Le service public est par ailleurs tributaire de l'évolution technique. D'un côté le progrès technique entraîne la création de services publics nouveaux: ainsi les exemples historiques du chemin de fer et du téléphone qui n'ont pas cependant été tout de suite perçus comme d'intérêt général. Mais le phénomène inverse existe: c'est ainsi que les nouveaux services de télécommunications, fournis massivement et à faible coût par le marché, ne sont pas considérés comme requérant une intervention publique. Enfin les principes du service public s'appliquent aux secteurs concernés de manière différenciée. En général la détermination des activités qui constitueront des services publics appartient exclusivement à l'Etat et précisément au législateur. Mais dans une fédération, les Etats fédérés peuvent disposer d'un certain pouvoir initial. La compétence pour faire exister effectivement le service (création, organisation, contrôle) peut être confiée à différentes autorités: Etat central pour les services publics "nationaux"; les Etats fédérés; les autorités locales (régions, provinces, districts, communes) pour les services publics "locaux".

→ Parmi un certain nombre de tentatives de définition de l'entreprise publique, on retiendra celles de l'OCDE et de la Commission européenne dans la directive 80/723 du 25 juin 1980 relative à la transparence des relations financières entre les Etats membres et les entreprises publiques, qui est maintenant la référence de toute législation communautaire applicable à ces entreprises.

- **Le texte de la Commission Européenne** définit l'entreprise publique comme « *toute entreprise sur laquelle les pouvoirs publics peuvent exercer directement ou indirectement une influence dominante du fait de la propriété, de la participation financière ou des règles qui la régissent* ». Il résulte de cette définition que c'est l'influence dominante d'une autorité publique, et non la propriété publique, qui est maintenant considérée comme le principal critère de l'entreprise publique, cette influence s'exerçant, avec ou sans propriété, par le pouvoir de nommer les

---

<sup>5</sup> On peut concevoir ainsi deux extrêmes théoriques. Le libéralisme pur dans lequel l'intérêt général, et en conséquence le service public, est réduit à presque rien; les intérêts individuels et l'initiative privée tendent à occuper tout l'espace économique; le collectivisme pur où, à la limite, tout besoin humain est considéré comme d'intérêt général et justifie donc la création d'un service public. Entre ces deux limites, la réalité est naturellement faite de toutes sortes de situations intermédiaires.

principaux dirigeants de l'entreprise ou par la capacité à contrôler les grandes décisions de celle-ci par l'intermédiaire de droits spéciaux des représentants de l'autorité publique. En même temps, l'entreprise publique ne saurait exister sans: un certain degré d'autonomie à l'égard des autorités publiques; un objectif économique (produire et vendre des biens ou des services); un mode de fonctionnement proche de celui des entreprises privées. Le tableau ci-après donne pour chaque Etat membre le pourcentage (obtenu par la moyenne de trois paramètres : effectifs salariés, valeur ajoutée, formation brute de capital fixe) des entreprises publiques dans l'ensemble de l'économie marchande non agricole. On retiendra de ce tableau que dans l'ensemble de l'Union les entreprises publiques représentent environ 10% de l'économie mais que les différences nationales sont fortes avec moins de 3% seulement au Royaume-Uni, quelque 6% aux Pays-Bas et au Luxembourg et autour de 15% en Finlande, en Grèce, en France et en Italie, les autres pays se situant à peu près à la moyenne générale.

*Tableau 13 : Les entreprises publiques européennes (en %)*

|                         |             |
|-------------------------|-------------|
| FINLANDE                | 17.6        |
| GRECE                   | 15.4        |
| FRANCE                  | 14.7        |
| ITALIE                  | 14.2        |
| AUTRICHE                | 13.3        |
| SUEDE                   | 12.9        |
| PORTUGAL                | 12.3        |
| IRLANDE                 | 11.8        |
| BELGIQUE                | 10.9        |
| ALLEMAGNE (SANS<br>RDA) | 10.7        |
| DANEMARK                | 8           |
| ESPAGNE                 | 6.4         |
| LUXEMBOURG              | 5.7         |
| PAYS-BAS                | 2.7         |
| ROYAUME-UNI             |             |
| <b>TOTAL</b>            | <b>10.4</b> |

*Source : Commission Européenne (Eurostat)*

- Selon l'OCDE, « ce sont des entreprises qui comme les entreprises commerciales, produisent des biens et des services en vue de leur vente à un prix qui doit couvrir approximativement le prix de revient, mais qui sont propriété de l'Etat, ou placées sous son contrôle ». La finalité de ces entreprises est un service rendu à la collectivité. L'entreprise publique est en général le point de rencontre de trois éléments (un monopole, une subvention, une mission de service public). Toutefois, toutes les

entreprises publiques sont aujourd'hui soumises à un environnement de plus en plus concurrentiel.

*Tableau 14 : Les entreprises publiques françaises*

| Sociétés            | Secteur                 | Participation de l'Etat (2003) | Participation de l'Etat (2006) |
|---------------------|-------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| ASF                 | Autoroutes              | 50.37                          | 50.37                          |
| APPR                | Autoroutes              | 99                             | 70                             |
| SANEF               | Autoroutes              | 99.7                           | 75.7                           |
| Air France- KLM     | Transport aérien        | 55.90                          | 18.57                          |
| Bull                | Informatique            | 16.30                          | 0                              |
| CNP Assurances      | Assurances              | 1.2                            | 0                              |
| Crédit Lyonnais     | Banque                  | 9.5                            | 0                              |
| Dassault Systèmes   | Logiciels               | 15.6                           | 0                              |
| EADS                | Aéronautique-Défense    | 15.1                           | 15.1                           |
| EDF                 | Energie                 | 100                            | 100                            |
| France Telecom      | Télécommunications      | 55.5                           | 34.92                          |
| GDF                 | Energie                 | 100                            | 82.53                          |
| Renault             | Automobile              | 25                             | 15.65                          |
| Snecma (sagem 2005) | Aéronautique            | 100                            | 31.3                           |
| Thalès              | Electronique de défense | 32.6                           | 31.28                          |
| Thomson Multimedia  | Electronique            | 20.99                          | 2.04                           |

*Source : Rapport « L'Etat Actionnaire » (2006)*

#### *d) Les entreprises du secteur de l'économie sociale*

Elles regroupent les **sociétés coopératives** (de production, de distribution) **et les mutuelles**. Ces entreprises s'appuient sur des principes de solidarité et non sur une recherche exclusive du profit. L'objectif des coopératives, est de rendre service aux adhérents. Les résultats sont affectés, soit aux investissements, soit à des services collectifs, soit sous forme de ristournes aux coopérateurs. L'objectif des mutuelles, est d'éliminer du capital et du profit. Le principe de fonctionnement repose sur le principe de répartition (prélèvements de cotisations ou de primes et distributions de prestations ou indemnités). Exemple dans le secteur des assurances (MAAF, MAIF, MACIF...). Ajoutons que l'exercice du pouvoir dans une entreprise ne se limite pas toujours à celui d'une société, mais également à celui de sociétés regroupées. Il peut s'agir de groupes de sociétés (Holding) qui n'ont plus entre elles que des liaisons financières, de sociétés regroupées dans le cadre de contrats particuliers (concession, franchisage).

#### 2. La personnalité juridique

La plupart des sociétés commerciales sont dotées de la personnalité morale, et réglementées depuis la Loi du 24 Juillet 1966. Elles sont

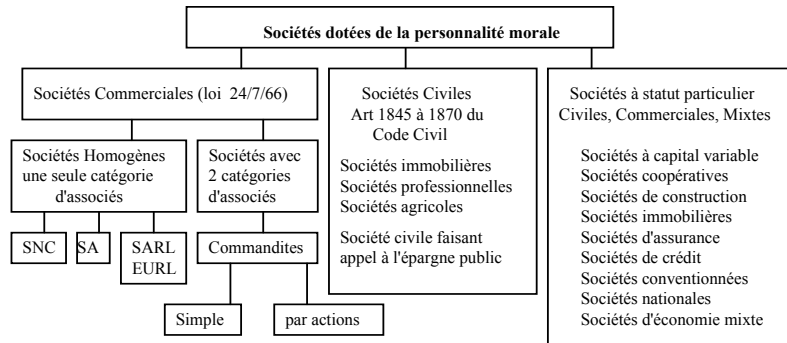
constituées en fonction de la personne des associés (Société en Nom Collectif), en considération des capitaux apportés (Société Anonyme ou Société Anonyme Simplifiée), ou dotées d'une nature juridique mixte (Sociétés à Responsabilité Limitée).

*Tableau 15 : Les sociétés commerciales*

|                               | <b>SNC</b>   | <b>SARL</b>  | <b>SA</b>   | <b>SAS</b>   |
|-------------------------------|--|--|---|--|
| <b>Nombre d'associés</b>      | 2 minimum  | 2 minimum (1 EURL) et 100 maximum                                      | 7 minimum, pas de maximum<br><br>Appel public à l'épargne       | 2 minimum<br>1 pour une SASU<br>Pas d'appel public à l'épargne |
| <b>Leur responsabilité</b>    | Illimitée  | limitée aux apports  | limitée aux apports   | Limitée aux apports  |
| <b>Capital minimum</b>        | Pas de capital minimum exigé                               | Fixé librement un € symbolique   | 37 000 €  | 37 000 €   |
| <b>Nature des apports</b>     | Espèces, nature et industrie                               | Espèces, nature et industrie   | Espèces   | Espèces  |
| <b>Nature des titres</b>      | Parts sociales   | Parts sociales   | Actions   | Actions  |
| <b>Cessibilité des titres</b> | Accord Unanime des associés                                | Accord à la majorité des associés représentant la ½ des parts sociales | Librement cessibles   | Librement cessibles<br>Clauses d'agrément et d'exclusion       |
| <b>Organes de direction</b>   | Gérant   | Gérant (majoritaire ou minoritaire)                                    | Président, Conseil d'administration, et conseil de surveillance | Président, Statuts librement adaptés                           |
| <b>Régime fiscal</b>          | IR au titre de chaque associé pour la part qui lui revient | IS   | IS  | IS   |

**Les sociétés en commandite simple ou par actions** qui sont également des sociétés commerciales, présentent la caractéristique de faire apparaître deux catégories d'associés. Règles communes aux sociétés civiles et commerciales : immatriculation au RCS, tenue de livres comptables, elles peuvent faire l'objet d'une procédure de règlement judiciaire ou de liquidation de biens.

Fig 4 : Les sociétés dotées de la personnalité morale



Certaines sociétés ont un statut particulier (exemple des sociétés civiles de droit commun...). D'autres, cependant, ne bénéficient pas de la personnalité morale (exemple des sociétés en participation). Selon les articles 1871 à 1873 du Code Civil, **les sociétés de participation** correspondent à toutes les situations informelles dans lesquelles deux ou plusieurs personnes mettent des biens en commun pour réaliser des profits ou des économies sans accomplir les formalités administratives requises pour doter leur groupement de la personnalité morale. Elles n'ont pas la personnalité morale, et ne sont pas inscrites au RCS. On distingue par exemple, les ventes en commun faites par les commerçants, le groupement entre plusieurs entreprises titulaires de marchés publics.

### Quelques repères bibliographiques

- Beitone A., Cazorla A., Dollo C., Draï A-M (2001), *Dictionnaire des sciences économiques*, Armand Colin.
- Fabre V. (2006), « En 2005, les créations d'entreprises se maintiennent à un haut niveau », *Insee première*, n° 1063, janvier, 4 p.
- Insee (2005), *Tableaux de l'économie française 2005-2006*.
- Sénat (2006), « *L'Etat actionnaire* », rapport d'activité 2005.