

PRELIMINAIRE

Cet ouvrage d'initiation à l'Economie d'Entreprise propose une démarche analytique dont le point de départ est la définition suivante: *une entreprise produit et vend des biens ou des services moyennant une contrainte de rentabilité, une contrainte de concurrence, une contrainte de changement permanent.*

1. Une entreprise mobilise des ressources rares et les transforme en biens ou en services, ce qui engendre des coûts; elle vend ces biens ou ces services à des clients, ce qui lui procure des recettes. Dans la pratique des affaires, il y a toujours antériorité des coûts par rapport aux recettes puisque, même si une entreprise opère sur la base de commandes, elle doit engager des coûts irréversibles (les bâtiments, les équipements, le personnel permanent ...) avant que des recettes lui parviennent. Par suite, un chef d'entreprise doit anticiper (prévoir) des ventes, puis engager des coûts; ce n'est qu'ultérieurement, au vu des recettes effectivement perçues, qu'il pourra vérifier si sa contrainte de rentabilité est respectée. Ceci élimine du champ de l'étude divers organismes (les entreprises publiques, les associations) qui produisent des biens ou des services mais dont le déficit éventuel est systématiquement comblé par une source de financement externe.

2. Une entreprise vend son produit sur un marché où des clients se trouvent en position de choix puisqu'ils achèteront soit le produit de l'entreprise, soit un produit similaire qui leur paraîtra plus avantageux; le résultat sera un ensemble de parts de marché (celle de l'entreprise, celles de ses concurrents). Pour une entreprise particulière, ceci rend plus complexe l'anticipation de ses propres ventes qui, finalement, dépendront de la mise en œuvre de son propre projet, des actions entreprises par ses concurrents et des réactions de clients à convaincre. Ceci élimine du champ de l'étude les (rares) situations de monopole sur un marché.

3. Les innombrables modifications de l'environnement d'une entreprise transforment les modalités et les contenus de ses contraintes de rentabilité et de concurrence; il s'agit par exemple de l'instabilité des comportements des clients, des actions des concurrents et de divers éléments comme le changement technologique, l'évolution de la conjoncture économique ou celle de la réglementation. Ceci oblige en permanence une entreprise à entreprendre des initiatives puisque, à défaut, elle serait condamnée au déclin.

Par suite, l'objectif de cet ouvrage est de montrer comment une entreprise peut se créer des marges de manœuvre pour affronter ses propres contraintes en se dotant d'une relative autonomie non seulement pour survivre mais aussi pour prospérer. Il est aussi d'entrevoir comment une entreprise peut organiser son propre changement pour faire face à de nouveaux défis. La démarche analytique comprend cinq étapes (voir encadré page suivante). Chacune est structurée par des propositions qui facilitent une lecture rapide. Chacune comprend des encadrés qui apportent des cas concrets d'entreprises ou des compléments analytiques.

L'auteur est redevable de nombreuses contributions qui, depuis quelques dizaines d'années, ont marqué l'essor de la Nouvelle Economie Industrielle. L'intérêt porté aux comportements individuels et collectifs d'agents économiques dotés d'une rationalité limitée et en situation d'information incomplète, a donné lieu à un foisonnement de concepts et d'analyses et a ouvert la voie à de nouvelles interprétations des relations d'échanges au sein d'une entreprise et d'une entreprise à une autre. En particulier, on peut citer les théories des droits de propriété et de la détention privée d'actifs, les théories des coûts de transaction liés à la négociation et à l'exécution des échanges, les théories des contrats incomplets et des comportements opportunistes des agents (en particulier la théorie du principal-agent), les théories des conventions et des relations informelles, les théories des jeux et de l'interaction entre des agents et entre des entreprises Ceci a permis, entre autres, de percevoir une entreprise comme un nœud de contrats résultant de la mise en commun d'actifs spécifiques. D'utiles compléments seront trouvés dans des ouvrages avancés, en particulier MILGROM-ROBERTS, CARLTON-PERLOFF, TIROLE, KOENIG, (voir la bibliographie).

I. Produire

Pour produire un bien ou un service, une entreprise mobilise des composants qu'elle peut choisir de produire elle-même (intégration verticale) ou d'acheter auprès de fournisseurs (contrats d'échanges). La contrepartie est un ensemble de coûts; en particulier, les notions de coût fixe, de coût variable et de marge sur coût variable permettent de poser le problème de la rentabilité d'une entreprise.

II. Vendre

La vente de biens concurrents sur un marché repose sur les comportements d'achats de clients qui effectuent leurs choix en comparant les rapports qualités/ prix des produits qui leur sont proposés. Ceci débouche sur deux types de concurrence, l'un concerne exclusivement les prix, l'autre concerne à la fois les prix et les qualités des produits. Par suite, en fonction de leurs positionnements concurrentiels respectifs, les producteurs conçoivent des argumentaires appropriés en vue de conquérir des parts de marché. Toutefois, la prise en compte de distributeurs indépendants peut modifier sensiblement les modalités de la concurrence entre des producteurs.

III. Anticiper

La prise en compte des deux composantes d'une stratégie, à savoir la prospective et l'interaction, conduit à une ré-interprétation des exposés précédents. Ceci débouche sur la notion d'avantage compétitif. Dans un jeu concurrentiel en prix, il s'agit d'un avantage-coût qui place son détenteur en position de choix par rapport à un maintien ou à une baisse du prix de son produit. Dans un jeu concurrentiel en prix et en qualités, cet avantage concerne la création d'une innovation-produit. L'exploitation de ces avantages repose sur des modèles de diffusion de ventes anticipées permettant ou non de récupérer effectivement les coûts engagés.

IV. Croître

L'activité d'une entreprise étant assimilée à l'exploitation d'un portefeuille de "produits-marchés", un renouvellement permanent de celui-ci est la condition essentielle d'une croissance durable. En outre, cette croissance est soutenue par des investissements de natures différentes, d'où un impératif de financement. Enfin, la dynamique d'une entreprise repose sur un processus de création et de disparition et peut-être interprétée en termes de cycle de vie.

V. Organiser

Une entreprise est une organisation de métiers dont les éléments moteurs sont des compétences. Organiser, c'est mobiliser et insérer des compétences au sein d'une structure hiérarchique, conformément aux principes de la délégation et des contrats d'agence. Ceci permet de souligner le premier rôle d'un manager, le second étant de provoquer les changements rendus nécessaires par des contraintes d'environnement et par la découverte de nouvelles opportunités.

Le fichier SUSE (Système Unifié de Statistiques d'Entreprises) de l'INSEE comprend environ 2 500 000 entreprises employant 14 millions de salariés. Ces entreprises sont de tailles variables puisque la moitié d'entre elles sont sans salarié et que les 2 300 entreprises de plus de 500 salariés emploient 4,8 millions de salariés. Les statuts juridiques sont très divers: en particulier, on compte 156 000 sociétés anonymes, 188 000 sociétés à responsabilité limitée, 32 000 sociétés en nom collectif ... Par ailleurs, le fichier LIFI (liaisons financières) comprend environ 9 500 groupes (dont 2000 étrangers) contrôlant 62 000 filiales et employant 7 millions de salariés; on notera que chaque filiale est placée sous la tutelle d'une "tête de groupe", en sorte que son autonomie est restreinte en matière de fonctionnement.

Le contenu du fichier SUSE concerne des données comptables et financières qui proviennent de deux sources: les documents fiscaux adressés par les entreprises au Ministère des Finances d'une part, les Enquêtes Annuelles d'Entreprises effectuées par différents Ministères (100.000 questionnaires) d'autre part. La confrontation de ces deux sources permet d'établir des comptes de secteurs. Pour cela, chaque entreprise est classée en totalité dans l'un des 700 secteurs d'activités d'une nomenclature européenne et en fonction de son activité principale, qu'il s'agisse d'une entreprise mono-produit ou d'une entreprise multi-produits. Les données comptables et financières sont alors "consolidées", ce qui permet de calculer divers ratios de performance par secteur d'activité. En particulier, les 3.140 entreprises de plus de 20 salariés de l'Enquête Annuelle d'Entreprise des Industries Alimentaires (1999) ont été ventilées en une quarantaine de secteurs concernant des biens finals (la chocolaterie-confiserie, la champagnisation, l'industrie des eaux de table ...) ou des biens intermédiaires (la malterie, la meunerie ...). Les données "consolidées" ont permis d'identifier les performances d'ensembles d'entreprises "concurrentes" (ou plus exactement dont l'activité principale est la même) ainsi que des performances intersectorielles. Par exemple, le résultat courant avant impôts rapporté au chiffre d'affaires a été 10% pour la brasserie (14 entreprises) et 0,9% pour la production de viandes de volailles (188 entreprises). Bien entendu, les données individuelles sont soumises au secret statistique.