

Les stratégies de croissance externe



Croissance externe

Rapport Réalisé par : JAMAL
Mohamed

Plan :

Introduction.....	
.....	3
I)- Définition de la croissance externe.....	4
II)- Pourquoi la croissance externe ?.....	5
III)- Les formes de la croissance externe.....	6
IV)- Les avantages et les inconvénients.....	
.....	9
V)- Réussir sa croissance externe.....	10
Conclusion.....	
.....	11

Introduction :

L'évolution sans cesse des marchés et des secteurs a fait que la concurrence est devenue encore plus rude et très importante, on peut même dire que la capacité d'une entreprise à concurrencer est devenue une condition de survie.

De ce fait chaque entreprise cherche à atteindre une taille qui lui permet de survivre sur un marché et de faire face à cette concurrence, bien sûr cela diffère d'une entreprise à une autre selon son poids, une cherche à consolider sa position de leader, une cherche à détrôner le leader tandis que d'autres cherchent simplement la possibilité de survivre on parle dans ce cas d'une optique de recherche de la taille critique.

L'entreprise est alors confrontée à 2 choix la croissance en interne (recrutement, acquisition de machines de production...), cependant les bienfaits de cette croissance ne sont significatifs qu'après un long moment, face à cet inconvénient l'entreprise peut opter pour la croissance externe.

Qu'est ce que signifie la croissance externe ?

Pourquoi choisir la croissance externe ?

Quelles sont les formes de la croissance externe ?

Quels sont les avantages et inconvénients de cette croissance externe ?

Comment peut-on réussir une croissance externe ?

Ce sont les questions auxquelles nous allons essayer de répondre à travers ce rapport.

I)- Définition de la croissance externe :

La croissance externe peut être définie comme étant Processus par lequel des unités économiques croissent en acquérant, la propriété ou le contrôle, de capacités de production existantes et déjà en fonctionnement.

On peut aussi ajouter que la croissance externe recouvre les différents aspects du rachat d'une entreprise par une autre. L'entreprise acquise peut conserver son intégrité, ou bien, être fusionnée à l'entreprise acquérante.

La croissance externe est généralement choisie par les entreprises comme étant un outil dont le but est d'accroître les activités économiques et d'augmenter le profit.

Les motifs de la croissance externe peuvent nous conduire à parler d'autres stratégies :

- Opérations dont le but est l'intégration verticale (en amont (en acquérant un fournisseur), ou en aval (en acquérant un client), ce qui peut aboutir à un contrôle de tout le circuit.
- Opérations dont le but est l'intégration horizontale (l'entreprise peut acquérir une entreprise concurrente pour réduire l'effet de la concurrence).

C'est des stratégies entre autres, qui aboutissent à une croissance externe.

On peut donc voir que les motifs changent d'une entreprise d'une entreprise à une autre, cependant on peut regrouper les motivations générales qui peuvent conduire ou qui conduisent les entreprises à opter pour une croissance externe.

II)- Pourquoi la Croissance Externe ?

Les motivations peuvent être aussi vues comme étant les avantages recherchés à travers la croissance externe.

Ces motivations principales sont :

- **Accroître le pouvoir de négociation de l'entreprise** : l'entreprise peut chercher à avoir un pouvoir de négociation important sur le marché que ce soit vis-à-vis des fournisseurs ou vis-à-vis des clients, avec une taille et un poids plus important l'entreprise fait passer le rapport de force en sa faveur.
- **Obtenir facilement la taille critique** : la taille critique, est la taille minimale et suffisante pour que l'entreprise soit présente et survive sur un marché (c'est-à-dire d'être compétitive).
- **Augmenter ses parts de marché** : l'entreprise peut aussi chercher à augmenter ses parts de marché, les fruits de la croissance interne étant longs, l'entreprise se tourne donc vers la croissance externe pour pouvoir avoir de nouvelles parts de marché
- **Élimination d'un concurrent** : l'élimination d'un concurrent s'effectue généralement par le rachat de ce dernier cela permet à l'entreprise de réduire l'effet de la concurrence mais aussi d'augmenter sa taille sur le marché.
- **Profiter des effets de synergie** : l'effet de synergie est l'effet qui résulte de l'union de deux entités, dont la valeur d'union est plus importante que la somme de la valeur des deux séparées, ou plus facilement $1+1=3$

- **Avoir accès à de nouvelles technologies** : la croissance externe peut être choisie pour avoir la main sur de nouvelles technologies non encore détenues par l'entreprise, qui peuvent lui permettre soit de promouvoir ses offres soit innover et créer de nouveaux produits.
- **Implantation à l'étranger** : l'entreprise peut chercher à s'implanter à l'étranger, la manière la plus « facile », peut être d'acquérir une société locale.

III)- les formes de croissance externe :

La croissance externe peut être appréhendé de différentes manières on peut parler d'une acquisition d'un concurrent, l'acquisition d'une entreprise pour avoir un nouveau « savoir-faire », acquérir une entreprise pour s'implanter en étranger... Mais ce qui est plus facile est de partir de la vision générale et ainsi traiter les formes les plus communes : « regroupements complets, regroupements partiels, acquisition des titres d'une société cotée, alliances stratégiques ».

A) Regroupements complets :

Comme le nom l'indique c'est des regroupements qui conduisent un regroupement total des deux entités, il en résulte soit la disparition d'une seule entité (absorption), soit des deux qui laissent place à une nouvelle (fusion).

- **Fusion** : la fusion c'est la réunion de 2 ou plusieurs entreprises pour donner naissance à une nouvelle entreprise.

*Exemple: Banque Commerciale du Maroc avec Wafabank,
pour former Attijariwafa bank*

- **Absorption** : l'absorption induit qu'une société (absorbée) disparaît et est intégrée à une autre (absorbante) qui accroît son capital par fusion des 2 patrimoines.

Exemple: Mammouth par Auchan

B) Regroupements partiels :

La différence entre regroupements complets et regroupements partiels c'est que dans ces derniers les entreprises gardent leur intégrité et ne disparaissent pas.

- **Apport partiel d'actifs** : Une entreprise apporte à une autre une partie de ses actifs en échange de titres nouveaux de la société qui reçoit, aucune société ne disparaît.
- **Prise de participation** : Acquisition d'une partie du capital d'une société soit pour en tirer des revenus, soit pour participer à sa gestion et tenter de la contrôler.

Il est à noter que les regroupements partiels peuvent être un pont qui peut conduire par la suite à des regroupements complets.

C) Acquisition des titres d'une société cotée :

Comme le titre l'indique, c'est des opérations qui sont utilisés dans le domaine du marché boursier on distingue entre autres deux grandes formes : les OPA et les OPE.

- **OPA** : Offre Publique d'Achat : elle autorise une société A à s'adresser publiquement aux actionnaires d'une société B pour leur proposer le rachat d'une quantité déterminée de titres.

Exemple : Adidas avec Reebok

- **OPE** : Offre publique d'échange : une société A propose l'échange des actions de la société B contre ses propres titres.

Exemple: Echange d'action entre la CDG et Vivendi (vivendi acquiert 2% de plus dans le capital de Maroc telecom)

D) Alliances stratégiques :

Les alliances stratégiques sont des accords formels ou informels, conclus entre des entreprises, concurrentes ou non concurrentes, qui choisissent de mener à bien un projet ou une activité spécifique en coordonnant les compétences, les moyens et les ressources nécessaires.

- **Le portage** : Dans le contrat de portage, une grande entreprise (entreprise porteuse) soutient une PME exportatrice (entreprise portée) dans la commercialisation de ses produits sur le marché étranger où elle est implantée.

- **Partenariat** : une association active de différents intervenants qui, tout en maintenant leur autonomie, acceptent de mettre en commun leurs efforts en vue de réaliser un objectif commun. (En recherche et développement par exemple).

Exemple : Microsoft avec General Motors, pour introduire les NTIC dans les voitures.

- **La Joint-venture** : c'est une coentreprise constituée par deux ou plusieurs entreprises de nationalités différentes qui créent une filiale commune.

Exemple : LG-Hitachi, qui ont créé une joint-venture « Hitachi-LG data storage »

IV)- Les avantages et les inconvénients de la croissance externe :

A) Les avantages :

- Dégage des résultats rapidement : c'est la plus grande différence avec la croissance interne dont les fruits se font ressentir plus lentement.
- Elle permet d'être sur un marché rapidement.
- Avoir une place plus importante sur le marché : à travers la croissance externe l'entreprise acquiert un pouvoir de négociation plus important et des parts de marché encore plus importantes, donc elle a un statut plus significatif.
- Effet de synergie
- Utilise les compétences, les parts de marchés, les structures des entreprises achetées.

- Elle n'augmente pas l'offre du secteur (au cas où une entreprise achète un concurrent leur capacité de production reste changée pas et donc n'augmente pas celle du secteur.
- La croissance externe permet de contourner les barrières à l'entrée d'une activité.

B) Les inconvénients :

- Pose des problèmes d'intégration dans le nouvel ensemble (cultures, mode d'organisation du travail différentes...)
- Risque de perturber le climat social de la firme (restructurations, réorganisation...)
- Lourds investissements

V) Réussir sa croissance externe :

- Se poser la question clé : « quelle type d'entreprise a-t-on vraiment envie et besoin d'acheter » ?
- Définir la stratégie de croissance externe en partant des réalités exprimées par le terrain.
- Etablir une cartographie exhaustive des sociétés « idéales », en recensant leurs offres, leurs performances financières, leurs actionnaires.
- Contacter les entreprises et leur exposer le projet stratégique
- Faire un tri, des sociétés qui, ne veulent pas se vendre, ont des mauvais résultats, sont mal dirigées, n'apporteraient rien...

Conclusion :

On a pu voir que les stratégies de croissance externe permettent à l'entreprise de répondre à la problématique de croissance et de survie sur un marché, elle permet d'acquérir ou de participer dans une autre entreprise et ainsi dégager des résultats et mettre le pied dans un marché rapidement, des résultats qui peuvent être de la liquidité, des parts de marchés, l'acquisition de nouvelles technologies...

Mais tous ces avantages peuvent se perdre s'il ya un problème de culture qui surgie, l'un des grands exemples est celui de BMW qui avait acquis l'entreprise rover, au bout de 6ans les résultats étaient toujours infructueux du fait du choc de culture que l'entreprise avait négligé au début et qu'elle n'a pas pu surmonter par la suite et qui s'est solder par une revente de rover, donc on peut voir que la croissance externe peut conduire à des pertes considérables.

Par ailleurs la croissance externe regroupe plusieurs stratégies mais aussi conduit à d'autres stratégies tel que la diversification ou l'internationalisation donc on peut dire que c'est un ensemble de stratégies vastes et qu'avant toute idée de croissance externe l'entreprise doit bien choisir l'entreprise cible.