

EDE ECO 2

SESSION 2021

**CAPET
CONCOURS EXTERNE
ET CAFEP**

Section : ÉCONOMIE ET GESTION

**Options : - COMMUNICATION, ORGANISATION ET GESTION DES
RESSOURCES HUMAINES
- COMPTABILITE ET FINANCE
- GESTION DES ACTIVITÉS TOURISTIQUES
- INFORMATIQUE ET SYSTÈMES D'INFORMATION
- MARKETING**

ÉPREUVE DE SYNTHÈSE

Durée : 5 heures

L'usage de tout ouvrage de référence, de tout dictionnaire et de tout matériel électronique (y compris la calculatrice) est rigoureusement interdit.

Si vous repérez ce qui vous semble être une erreur d'énoncé, vous devez le signaler très lisiblement sur votre copie, en proposer la correction et poursuivre l'épreuve en conséquence. De même, si cela vous conduit à formuler une ou plusieurs hypothèses, vous devez la (ou les) mentionner explicitement.

NB : Conformément au principe d'anonymat, votre copie ne doit comporter aucun signe distinctif, tel que nom, signature, origine, etc. Si le travail qui vous est demandé consiste notamment en la rédaction d'un projet ou d'une note, vous devrez impérativement vous abstenir de la signer ou de l'identifier.

Tournez la page S.V.P.

A

INFORMATION AUX CANDIDATS

Vous trouverez ci-après les codes nécessaires vous permettant de compléter les rubriques figurant en en-tête de votre copie

Ces codes doivent être reportés sur chacune des copies que vous remettrez.

► Concours externe du CAPET de l'enseignement public :

- **option communication, organisation et gestion des ressources humaines :**

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
EDE	8010E	102	7393

- **option comptabilité et finance :**

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
EDE	8010F	102	7393

- **option informatique et systèmes d'information :**

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
EDE	8031E	102	7393

- **option marketing :**

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
EDE	8010G	102	7393

► Concours externe du CAFEP/CAPET de l'enseignement privé :

- **option communication, organisation et gestion des ressources humaines :**

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
EDF	8010E	102	7393

- **option comptabilité et finance :**

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
EDF	8010F	102	7393

- **option informatique et systèmes d'information :**

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
EDF	8031E	102	7393

- **option marketing :**

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
EDF	8010G	102	7393

Partie 1 : Synthèse

À partir du dossier documentaire ci-joint, vous rédigez une note de synthèse relevant du management des organisations et relative à la problématique suivante :

« Les enjeux actuels de l'entrepreneuriat »

Votre note de synthèse comportera 1300 mots (+/- 10%)

Rappel :

La note de synthèse reprend les différents éléments du dossier sans ajouter de données supplémentaires et sans refléter l'avis du rédacteur.

Partie 2 : Questions dans le domaine économique ou juridique

Le candidat choisira la série de questions économiques ou juridiques, sans possibilité de panachage, **en indiquant clairement sur sa copie la nature de son choix.**

Choix n°1 : Questions dans le domaine économique

- 1.1 La recherche de la maximisation du profit est-elle toujours l'objectif principal des entreprises ?
- 1.2 La banque est-elle encore le principal acteur du financement des entreprises en France ?
- 1.3 Les économies développées sont-elles condamnées à une croissance économique faible ?

Choix n°2 : Questions dans le domaine juridique

- 2.1 Quels sont les modes de résolution de conflits auxquels peut recourir une personne juridique ?
- 2.2 Dans quelle mesure l'engagement de sa responsabilité civile est-il un frein pour l'entrepreneur ?
- 2.3 Dans quelle mesure le législateur protège-t-il le patrimoine de l'entrepreneur individuel ?

Ressources documentaires :

N°	Titre
1	Entreprendre, une problématique qui n'est pas récente <i>www.economie.gouv.fr/facileco/joseph-schumpeter</i> et https://d1n7iqsz6ob2ad.cloudfront.net/document/pdf/532361d2741f3.pdf
2	Intrapreneuriat et essaimage http://www.institut-numerique.org/section-4-intrapreneuriat-vs-essaimage-52b2ffe31f3cd
3	Statistiques sur la création d'entreprises <i>INSEE, répertoire des entreprises et des établissements (Sirene)</i> et <i>Le Figaro - Jean-Baptiste de la Torre – Le 16/01/2020</i> et <i>Traitement Quadrat - études sur données Insee Enquête Emploi</i>
4	L'entrepreneur(s) au XXIème siècle <i>Catherine Léger - Jarniou Revue Économie et Management N°169 - Octobre 2018</i>
5	L'entrepreneuriat possible pour tous <i>www.100000entrepreneurs.fr</i> et <i>BRUNO ASKENAZI LES ÉCHOS - Le 21/02/2019</i>
6	Comment Octave Klaba est devenu pionnier du cloud <i>OLIVIER DUCUING - LES ÉCHOS - Le 18/10/2017</i>
7	Le développement de l'Économie Sociale et Solidaire http://www.jetrouveunjobsolidaire.fr/devenez-un-patron-solidaire/detail/article/comment-creer-une-entreprise-sociale-et-solidaire.html
8	Loi PACTE : les 5 mesures qui vont simplifier la création d'entreprise https://www.vie-publique.fr/actualite/panorama/texte-discussion/projet-loi-relatif-croissance-transformation-entreprises.html - <i>Le 23/05/2019</i>
9	Une mobilisation de "plusieurs milliards" d'euros pour les start-up <i>Marine Pennetier www.usinenouvelle.com – Le 16/09/2019</i>
10	Le rôle d'accompagnement de BPIFrance <i>Sharon Wajsbrot, Guillaume Maujean - Les Échos - Le 01/02/2018</i>
11	Le rôle des business angels https://www.bpifrance.fr/A-la-une/Actualites/Qu-est-ce-qui-seduit-un-business-angel-31991
12	De bonnes raisons d'investir en crowdfunding https://www.boursorama.com/patrimoine/actualites/le-crowdfunding-un-moyen-de-diversifier-son-epargne-951c3de7215f99d5936f0c915550604c
13	Gouvernance et organisation : les analyses de la grande entreprise moderne https://www.cairn.info/revue-idees-economiques-et-sociales-2012-4-page-6.htm
14	La gouvernance un levier essentiel pour se développer https://business.lesechos.fr/entrepreneurs/ressources-humaines/0302036761917
15	Le Modèle de Greiner- Vers une courbe de vie du management ? <i>Le modèle de Greiner : Anticiper les crises et booster la croissance de Jean- Blaise Mimbang (2015)</i>
16	Lever les freins à l'entrepreneuriat individuel https://www.economie.gouv.fr/files/files/PDF/Rapport_sur_les_freins_a_lentrepreneuriat_individuel.pdf
17	Danone, désormais propriétaire de Michel et Augustin <i>Adrien Lelièvre - Les Échos – Le 18/04/2019</i>

Document 1 : Entreprendre, une problématique qui n'est pas récente

Jean Baptiste Say (1767-1832) :

- 1- « La société, pris en masse, ne peut s'enrichir que par la production; car ce qui n'enrichit un individu qu'aux dépens d'un autre, n'augmente pas les richesses de la masse. »
- 2- « La création d'un produit est une pensée unique où une multitude de moyens concourent à une seule fin. Aussi vient-elle en général dans une seule tête, celle de l'entrepreneur et c'est lui qui rassemble les moyens nécessaires. Il fait concourir à son but jusqu'aux volontés des hommes, telles que celles des travailleurs qu'il emploie ou des prêteurs qui lui confient des fonds. »

Joseph Schumpeter (1883-1950) :

C'est grâce à un « entrepreneur innovateur » que la dynamique économique se fait sentir à travers des progrès aussi bien quantitatifs (avec l'augmentation du niveau de production) que qualitatifs. L'entrepreneur est donc l'acteur fondamental de la croissance économique. Il aime le risque et est à la recherche du profit maximal. L'innovation lui permettra d'obtenir un monopole temporaire sur le marché. Il sera donc le seul pendant un certain temps à pouvoir produire cet objet qui lui rapportera donc gros.

Aussi, Schumpeter explique que l'économie est gouvernée par un phénomène particulier : la « destruction créatrice ». C'est « la donnée fondamentale du capitalisme et toute entreprise doit, bon gré mal gré, s'y adapter ». La croissance est un processus permanent de création, de destruction et de restructuration des activités économiques. En effet, « le nouveau ne sort pas de l'ancien, mais à côté de l'ancien, lui fait concurrence jusqu'à le nuire ». Ce processus de destruction créatrice est à l'origine des fluctuations économiques sous forme de cycles.

Source : <https://www.economie.gouv.fr/facileco/joseph-schumpeter>

Peter Drucker (1909-2005) :

Dans la pratique du management, Peter Drucker considère dès 1954 que la question fondamentale pour une entreprise n'est pas de savoir ce qu'elle produit mais quel sera son client : « ce que le consommateur pense qu'il achète et ce qu'il estime être la valeur qu'il retire de cet achat est décisif ». Dans cette perspective, l'entreprise a deux fonctions de base : le marketing et l'innovation, le marketing étant considéré dans la période de croissance des années 1950 comme le moyen de répondre aux attentes des clients et de les satisfaire. Dans l'esprit de Drucker, le marketing n'est pas une fonction séparée dans l'entreprise mais une philosophie de gestion, un ensemble de croyances et de valeurs destinées à guider l'organisation.

Source : <https://d1n7iqsz6ob2ad.cloudfront.net/document/pdf/532361d2741f3.pdf>

Document 2 : Intrapreneuriat et essaimage

Essaimage	Intrapreneuriat
La finalité est le départ volontaire des employés	La finalité est la croissance et l'innovation
Les employés sont encouragés à créer une activité ou micro-activité sans lien avec l'entreprise ou avec un lien de type client/fournisseur	Les salariés sont encouragés à créer des activités alignées stratégiquement ou permettant une meilleure exploitation des actifs de l'entreprise
Outil de réduction des salariés	Outil de développement interne

Source : <http://www.institut-numerique.org/section-4-intrapreneuriat-vs-essaimage-52b2ffe31f3cd>

Document 3 : Statistiques sur la création d'entreprises

Évolution du nombre de créations d'entreprises en France (en milliers)

Année	Sociétés	Entreprises individuelles hors micro-entrepreneurs	Micro-entrepreneurs	Total
2009	152,3	107,9	320,0	580,2
2010	163,7	99,8	358,6	622,1
2011	166,7	91,3	291,8	549,8
2012	159,5	83,0	307,5	550,0
2013	158,9	104,4	274,9	538,2
2014	165,7	101,6	283,5	550,8
2015	172,0	129,7	223,4	525,1
2016	188,8	142,4	222,8	554,0
2017	197,9	151,6	241,8	591,3
2018	201,1	181,9	308,3	691,3

Champ : ensemble des activités marchandes non agricoles.

Source : Insee, répertoire des entreprises et des établissements (Sirene)

Et un record en 2019....

Guerre commerciale, tensions géopolitiques, conflits sociaux, ralentissement allemand : les raisons de s'inquiéter pour la santé de l'économie française ne manquent pas... et pourtant l'envie d'entreprendre des Français ne se dément pas. Selon les statistiques publiées par l'Insee, le nombre de créations d'entreprises en France a augmenté de 17,9% en 2019, tiré par une hausse de plus d'un tiers dans l'industrie et d'un quart pour les microentreprises.

Au total, 815.257 entreprises nouvelles ont été enregistrées l'an passé, contre 691.283 en 2018. En 2019, 386.326 microentreprises ont vu le jour (+25,3% sur un an). La microentreprise est, comme toujours depuis la création de ce statut en 2008, la forme juridique la plus prisée par les entrepreneurs. Cette année, 210.505 entreprises individuelles classiques (+15,7%) et 218.426 sociétés (+8,6%) sont également nées.

Source : Le Figaro - Jean-Baptiste de la Torre – Le 16/01/2020

Élévation du niveau général des dirigeants d'entreprise

	1995	2000	2005	2010	2015
Aucun diplôme ou certificat d'études primaires	30%	24%	21%	16%	12%
Brevet des collèges	9%	8%	9%	8%	6%
CAP,BEP ou autre diplôme de ce niveau	38%	40%	36%	35%	32%
Baccalauréat ou brevet professionnel	13%	14%	17%	20%	23%
Baccalauréat + 2 ans	6%	7%	8%	11%	12%
Diplôme supérieur à baccalauréat + 2 ans	5%	7%	8%	10%	16%

Source : Traitement Quadrat-études sur données Insee Enquête Emploi

Document 4 : L'entrepreneur au XXIème siècle

La France connaît un taux de création d'entreprise très important, qui la classe parmi les meilleurs élèves européens, et ce, depuis plusieurs années. À leur création, les entreprises sont toujours de petite taille et leur croissance est plus limitée que dans d'autres pays comme les États-Unis ou l'Allemagne, si bien que la France manque sérieusement d'entreprises de taille intermédiaire (ETI).

Ces dernières années ont été marquées par des transformations technologiques mais aussi sociétales, les individus ont des aspirations nouvelles, variées et parfois contradictoires que l'on retrouve lorsqu'ils deviennent entrepreneurs. Aussi, après la figure héroïque de l'entrepreneur des Trente Glorieuses, puis sa disgrâce empreinte de critiques, on assiste à un retour en force de cette figure depuis les années 1980, avec une intensification depuis les années 2000. Face à ce phénomène, une question est légitime : parle-t-on du même entrepreneur ? ou plus simplement, quelle est la figure de l'entrepreneur du XXIe siècle ?

À cette question, on répondra qu'il est désormais impossible de parler « d'entrepreneur » au singulier, mais qu'il est indispensable d'envisager différentes postures d'entrepreneurs, qui font éclater les repères habituels et se réinventent sans cesse (...)

Tous les pays à travers le monde ont mis en place des dispositifs en faveur de l'entrepreneuriat et/ou de la création d'entreprise. L'Europe n'est pas en reste : la charte de Bologne (2000) reconnaît l'importance grandissante des PME pour la croissance des économies, le traité de Lisbonne (2002) prône la mise en place d'un cadre de développement afin que l'Europe devienne une économie de la connaissance compétitive et dynamique, The Oslo Agenda for Entrepreneurship Education (2003) détaille des mesures en faveur de l'éducation entrepreneuriale, le Small Business Act de 2008 et le plan Entrepreneurship 2020 complètent le tout.

En France, l'engagement de l'État en faveur de la création d'entreprise a été très positif. Deux mesures phares ont particulièrement changé la donne ces dix dernières années : la création du régime auto-entrepreneur en 2009 (devenu micro-entrepreneur en 2014) et la création des Pépites en direction des jeunes ; sans oublier les nombreuses aides aux entreprises (1 654 dispositifs recensés), l'augmentation du nombre de business angels (...) et le développement du crowdfunding qui permettent de financer l'amorçage des jeunes entreprises. Conséquence : l'émergence d'un nouvel engouement pour la création d'entreprise qui se traduit par une vision globale positive des Français à l'égard des entrepreneurs, même si leur image demeure plus ambivalente qu'elle ne l'est à l'étranger. Les Français survalorisent en effet la liberté et l'autonomie de l'entrepreneur, tout en ayant peur de l'échec. L'image de la start-up fait rêver, même si leur nombre reste marginal (entre 10 000 et 30 000 selon les sources). D'ailleurs, 36 % des Français ont envie d'entreprendre dont 12 % qui ont un projet concret. La future loi Pacte (Plan d'action pour la croissance et la transformation des entreprises) devrait renforcer cette évolution.

Mais aussi des évolutions sociétales

À côté de ces transformations de l'environnement, on assiste à de nombreuses évolutions sociétales qui touchent les personnes et donc les entrepreneurs. L'autonomisation de l'individu, portée par l'évolution technologique, constitue une tendance lourde de l'évolution des modes de vie et transforme l'ensemble des modèles sociaux. L'enseignement de l'entrepreneuriat s'est fortement développé depuis, ce qui donne l'envie aux plus jeunes. Les statistiques montrent qu'un étudiant ayant suivi une formation à l'entrepreneuriat a quatre fois plus de chance de créer une entreprise qu'un individu n'en ayant pas suivi. (...) Les médias font plus état, et de manière positive, de belles réussites entrepreneuriales sans oublier les reportages sur le mode de fonctionnement des start-up et des nouveaux espaces de travail (coworking, fab lab et autres). (...)

Source : Catherine Léger-Jarniou Revue Économie et Management - N°169 Octobre 2018

Document 5 : L'entrepreneuriat possible pour tous

A. Semaine de sensibilisation des jeunes à l'entrepreneuriat féminin

100 000 entrepreneurs est initiateur et organisateur de la Semaine de sensibilisation des jeunes à l'entrepreneuriat féminin lancée en partenariat avec le secrétariat d'état chargé des Droits des femmes, le ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, PÉPITE France, le ministère de l'Économie et des Finances (...) L'objectif est de promouvoir la culture entrepreneuriale et la réussite au féminin auprès des jeunes hommes et des jeunes femmes de 13 à 25 ans.

C'est en sensibilisant les jeunes en amont que nous pourrons faire évoluer les mentalités et cesser de véhiculer une image masculine de l'entrepreneuriat.

Depuis 2013, plus de 2500 femmes ont partagé leur expérience dans le cadre de cette opération et ainsi sensibilisé plus de 60 000 jeunes à l'esprit d'entreprendre.

Source : www.100000entrepreneurs.fr

B. Bpifrance veut booster l'entrepreneuriat dans les banlieues

La banque publique va présenter trois programmes d'accompagnement pour favoriser la création d'entreprises dans les quartiers. Elle s'appuiera sur les associations déjà actives dans ce domaine.

Après plusieurs mois de gestation, bpifrance dévoile ses plans pour stimuler l'entrepreneuriat dans les banlieues. A l'ordre du jour de la banque publique qui vient d'absorber l'AFE (Agence France Entrepreneur), la création de programmes d'accélération destinés aux créateurs des quartiers populaires.

3.000 entrepreneurs accompagnés en cinq ans

Trois types de dispositifs ont été conçus en fonction du profil de l'entrepreneur. Le premier, **Cap pas Cap**, s'adressera à des personnes qui veulent passer de l'idée à un projet structuré. L'aide se déroulera entre six et douze mois. Pour cette cible de néophytes, l'un des objectifs du programme consistera à lever un frein psychologique. *« Dans les quartiers prioritaires Politique de la ville, s'autoriser à se projeter dans le rôle d'entrepreneur n'est pas évident. Il y a beaucoup d'autocensure, estime Philippe Oddou, directeur général cofondateur de l'association Sport dans la Ville, une association qui pilote un incubateur d'aide à la création d'entreprise pour les jeunes issus de banlieues défavorisées. Cela s'explique : l'accès à l'emploi salarié est déjà difficile. Alors, de manière spontanée, les jeunes écartent la création d'entreprise, perçue comme un chemin encore plus complexe. »*

Sur une période de douze à dix-huit mois, le deuxième dispositif sera axé sur la création d'une activité en reprenant les recettes des incubateurs classiques (formation, conseil, mise en relation) avec ou sans hébergement. Un troisième programme ciblera des petites entreprises existantes dans les quartiers. Pour cette catégorie, sera mise en œuvre, sur dix-huit à vingt-quatre mois, une **aide à la carte en fonction des enjeux du moment** : transmission, développement international, digitalisation de l'offre... *« La première année, il est prévu d'accompagner environ 400 porteurs de projet ou entrepreneurs, précise Marie Adeline-Peix, directrice exécutive partenariats régionaux et action territoriale de bpifrance. Sur cinq ans, nous visons environ 3.000 bénéficiaires, 1.000 pour chaque programme. »*

Microcrédits et prêts d'honneur

Outre de la formation aux fondamentaux du business et du conseil personnalisé, les nouveaux accélérateurs de la banque publique mettront à disposition des porteurs de projet les réseaux qui leur font généralement défaut. Indispensable pour trouver les premiers

clients mais aussi des fonds. Selon une étude Terra Nova/bpifrance, 43 % des entrepreneurs de zones urbaines sensibles (ZUS) placent l'accès au financement comme le premier des obstacles à surmonter. Ce sera aussi l'un des objectifs de ces programmes estampillés bpifrance : connecter les entrepreneurs aux dispositifs de microcrédit ou de prêts d'honneur (à taux zéro) proposés par les réseaux d'accompagnement existants (Adie, Initiative France, France Active, BGE...).

Source : BRUNO ASKENAZI Le 21/02/2019 - Les Échos

Document 6 : Comment Octave Klaba est devenu pionnier du cloud

« Peut-être que la prochaine lettre dans Gafa sera un 'o'. 'Gafao', c'est pas mal. Le mot est de Xavier Niel, rapporté par le journal financier belge L'Écho. Le « o » est pour OVH, fondé par Octave Klaba en 1999 dans l'hébergement Internet. Et que Xavier Niel, qui lui loua à ses débuts une cave dans le quartier Bastille pour installer quelques centaines de serveurs, n'hésite pas à qualifier de « génie ». Dix-huit ans plus tard, l'entreprise familiale, devenue leader européen du cloud computing, emploie 2.100 salariés, part à l'assaut des États-Unis et annonce un plan d'investissement de 1,5 milliard d'euros d'ici à 2020 et l'embauche de 1.000 personnes. (...)

Saga familiale et collaborative : l'aventure OVH démarre pendant les études d'Octave à l'Icam, école d'ingénieur de la Catho de Lille. Il y développe des activités Web gourmandes en ressources et manque vite de capacités. Il se rend compte lors d'un voyage chez son fournisseur américain de la grande faiblesse des coulisses du Net. Son destin est tracé. Né comme hébergeur plutôt bon marché et adapté aux petites entreprises à ses débuts, OVH muscle son offre pour répondre aussi aux grands comptes. Les data centers s'enchaînent, avec des technologies disruptives, comme le refroidissement par eau, les ouvertures internationales aussi. OVH se dote de son propre réseau de fibre optique, pour garantir son indépendance.

Accompagné de son père, sa mère, son frère et désormais de sa femme, il pilote OVH avec toujours le même ADN de start-up, et des moyens dopés par des levées de fonds massives : 250 millions d'euros en capital en 2015, 400 millions d'euros d'emprunt en juin dernier. La recette d'Octave Klaba ? Un rythme de travail énorme, une organisation de l'entreprise en "verticales" métier, mais dans un mode collaboratif complet, et une capacité à se remettre en question sans cesse. « *C'est tous les jours comme si je démarrais l'entreprise aujourd'hui* », lance ce quadra en jean-tee-shirt aux airs toujours juvéniles, malgré les 18 kilos perdus en honneur des 18 ans de l'entreprise. Celui qui n'hésite pas à démarrer ses keynotes par un duo à la guitare pour interpréter AC/DC avec son directeur, Laurent Allard, n'a pas changé avec l'envol d'OVH. « *Les Klaba gardent une simplicité et une humilité tout à fait remarquables, les pieds dans l'action* », note Guillaume Delbar, maire de Roubaix, qui reste bluffé de la capacité d'Octave, de retour du CES de Las Vegas, à lui décrire en dix minutes les évolutions technologiques majeures. « *On a non seulement un chef d'entreprise hors du commun, mais aussi un visionnaire.* »

Source : OLIVIER DUCUING - LES ÉCHOS - Le 18/10/2017

Document 7 : Une mobilisation de "plusieurs milliards" d'euros pour les start-up

Elles s'appellent OVH, Sigfox, BlaBlaCar ou Veepee, pour les plus connues, et font partie des 40 start-up et jeunes entreprises que le gouvernement a désignées comme les plus prometteuses de l'Hexagone.

Pour les faire grandir, Emmanuel Macron a annoncé mardi la première édition d'un nouvel indice, le Next 40 et la mobilisation de 5 milliards d'euros. Avec un nom en forme de clin d'œil à son aîné le CAC 40, balaira-t-il un jour ses entreprises, dont l'âge moyen affiche 105 ans ? Ce n'est pas l'objectif revendiqué mais plutôt celui de faire peser la French Tech à l'échelle mondiale.

Dans l'année à venir, elles devraient générer 25.000 emplois, soit 10 % des emplois en net qui devraient être créés en France en 2019. Une proportion qui est appelée à grandir très fortement dans les années à venir, puisque le gouvernement table sur un total de 220.000 emplois à pourvoir dans les métiers du numérique en 2022.

Emmanuel Macron va annoncer mardi 17 septembre (2019-ndlr) la mobilisation à hauteur de "plusieurs milliards d'euros" d'une vingtaine d'investisseurs français en faveur de la French Tech. Ce financement doit permettre d'épauler les start-up tricolores dans leur phase cruciale de développement, a-t-on indiqué lundi 16 septembre à l'Élysée. La question du financement des pépites technologiques françaises sera au cœur du France Digitale Day et de la deuxième édition du "Scale-up Tour" qui réunira à l'Élysée autour du chef de l'État investisseurs français (Société générale, Axa, AG2R La mondiale...) et internationaux.

Les annonces d'Emmanuel Macron devraient s'inspirer largement du rapport rendu en juin par Philippe Tibi sur le financement des entreprises technologiques françaises, rapport qui préconisait notamment la mise en place d'une dizaine de fonds d'investissement en capital innovation ayant vocation à gérer plus de "1 milliard d'euros".

"On s'est donné comme objectif d'avoir plus de 'licornes' en France, d'avoir des entreprises qui parviennent à atteindre des tailles suffisantes voire de leadership européen, voire de taille mondiale, cela suppose donc qu'elles aient, au moment critique de leur développement, des financements à leur disposition", explique-t-on à l'Élysée. (...)

Parallèlement à cette annonce, le gouvernement doit dévoiler mercredi 18 septembre la liste des 40 entreprises technologiques prometteuses qui seront réunies dans le "Next 40" - sorte de Cac 40 des start-up - et qui auront droit, à ce titre, à une plus grande visibilité et à un programme d'accompagnement public plus poussé.

Après avoir longtemps été en queue de peloton, la French Tech a décollé ces dernières années à la faveur d'un meilleur accès au financement, de mesures gouvernementales favorables et des incertitudes liées au Brexit au Royaume-Uni, longtemps leader incontesté de la place.

À l'heure actuelle, la France revendique sept licornes - nom désignant des entreprises non cotées valorisées plus de 1 milliard de dollars - dont Meero, Doctolib, Deezer ou encore Blablacar. Le gouvernement espère franchir la barre des 20 d'ici 2025.

Source : Marine Pennetier www.usinenouvelle.com – Le 16/09/2019

Document 8 : Le développement de l'Économie Sociale et Solidaire

La création d'une entreprise sociale et solidaire diffère peu d'un projet de création d'entreprise classique. Les étapes sont similaires mais des nuances existent.

Commerce équitable, développement durable, services aux personnes, recyclage... l'entrepreneuriat social est depuis quelques années en plein développement. Répondant à des nouvelles tendances de consommation, ces entreprises partagent trois caractéristiques communes : à côté d'un projet économiquement viable, elles possèdent une finalité sociale (lutte contre l'exclusion, insertion, prise en compte de l'environnement...) et bien souvent une gouvernance participative. Les jeunes diplômés et les cadres en reconversion, à la recherche de sens, sont de plus en plus réceptifs à cette forme de création atypique.

La finalité est sociale, la modalité économique : Étude de marché, business plan, recherche de financement, choix de la forme juridique... les créateurs d'entreprise sociale et solidaire n'échappent pas au parcours du créateur lambda. *« C'est une forme de création comme une autre mais le business model est inversé. Dans ce type de projet, la finalité sociale dépasse la finalité économique. L'entreprise va créer de l'argent mais celui-ci est mis au service d'une cause »*, affirme Thierry Sibieude, professeur à l'Essec et directeur général de l'institut de l'innovation et de l'entrepreneuriat social.

Il est donc capital de réaliser dès le départ une étude de marché poussée pour savoir si le projet répond à un besoin économique tout en apportant une réponse sociale (lutter contre l'exclusion, maintenir des emplois durables, développer un lien social...).

Parmi les secteurs les plus représentés dans l'économie sociale et solidaire, les services à la personne arrivent en tête de liste mais toutes les activités liées à l'environnement (collecte, tri, recyclage), à l'alimentaire (circuits courts), au transport (mobilité durable, auto-partage) ou au commerce équitable occupent également une place conséquente. (...)

Des freins demeurent : Mais attention toutefois, si certaines aides existent, la recherche de financements reste un obstacle de taille pour les entrepreneurs sociaux. *« Il est plus difficile de convaincre les investisseurs avec un projet social et solidaire car la prise de risque est plus élevée et les perspectives de rentabilité sont moins importantes »* prévient Thierry Sibieude.

Il ne faut donc pas hésiter à aller frapper à la porte des réseaux d'accompagnement à la création d'entreprise comme France Initiative, France Active ou le Réseau Entreprendre pour obtenir des prêts d'honneur. *« Ces réseaux sont généralistes mais ils sont sensibles aux projets sociaux et développent des programmes spécifiques »*, explique Élise Depecker. Quant aux banques, déjà frileuses pour financer des projets classiques, mieux vaut se tourner vers le Crédit coopératif, le Crédit mutuel ou la Nef, une coopérative de finances solidaires.

Source : <http://www.jetrouveunjobsolidaire.fr/devenez-un-patron-solidaire/detail/article/comment-creer-une-entreprise-sociale-et-solidaire.html>

Document 9 : Loi PACTE les 5 mesures qui vont simplifier la création d'entreprise

Promulguée le 22 mai 2019, la loi relative à la croissance et la transformation des entreprises (PACTE) est le résultat d'une démarche de co-construction engagée avec les entreprises, les parlementaires et les collectivités territoriales en octobre 2017. Les entreprises, particuliers et fédérations professionnelles se sont ensuite exprimés début 2018 lors d'une consultation publique en ligne qui a recueilli plusieurs milliers de contributions et comptabilisé 65 000 votes. La loi poursuit deux objectifs : faire grandir les entreprises pour qu'elles créent plus d'emplois et redéfinir la place de l'entreprise dans la société.

Le premier volet du texte présente des mesures pour alléger les contraintes qui pèsent sur les PME :

1- **Création d'une plateforme unique** remplaçant les sept réseaux de centres de formalités pour simplifier les formalités lors de la création d'une entreprise à compter du 1er janvier 2021.

2- **Création d'un registre général dématérialisé** centralisant les informations des entreprises.

3- **Suppression de l'obligation pour les artisans de suivre un stage de préparation à l'installation** avant l'exercice de leur activité.

4- **Allègement et simplification des obligations liées aux seuils d'effectifs.** Le seuil de 20 salariés sera supprimé à l'exception du seuil d'obligation d'emploi de travailleurs handicapés. Les modes de calcul des effectifs seront harmonisés sur celui du code de la sécurité sociale. Les obligations sont effectives uniquement lorsque le seuil est franchi pendant cinq années civiles consécutives.

5- **Création d'un guichet unique, en région,** pour aider les PME à trouver des débouchés à l'international.

Source : <https://www.vie-publique.fr/actualite/panorama/texte-discussion/projet-loi-relatif-croissance-transformation-entreprises.html> – Le 23/05/2019

Document 10 : Le rôle d'accompagnement de BPIFrance

Renouvelé à la direction générale de bpifrance, Nicolas Dufourcq détaille son projet pour la banque publique. Anticipant un retournement de cycle économique, il veut mieux accompagner les entrepreneurs.

Vous achevez votre mandat à la tête de Bpifrance. Quel bilan faites-vous des cinq dernières années ?

Collectivement, avec les équipes de bpifrance, nous avons réussi à installer cette banque dans le paysage. Depuis le printemps 2013, le bilan de bpifrance a plus que doublé sur la partie financement, en fonds de fonds (*ndlr : qui est un type particulier de fonds d'investissements investissant dans d'autres fonds pour réduire la prise de risque*) nous avons largement contribué à motoriser le capital investissement français, tandis que le financement de l'innovation a considérablement augmenté. En parallèle, la satisfaction de nos clients n'a cessé de croître. On a conçu une boîte à outils formidable pour nos clients ! Nous voulions aussi agir en consolisateur pour les PME et leur permettre de devenir des ETI, ce qui a conduit à faire de l'accompagnement des entrepreneurs une priorité stratégique. Nous avons également fait respirer le portefeuille de société cotées et non-cotées car nous devons un rendement aux Français qui nous ont confié 20 milliards d'euros. Au total, bpifrance a déclenché une dynamique vertueuse, sans être prédateur ou « plombant » pour le marché privé.

Quelles sont vos priorités pour votre prochain mandat ?

L'abondance des liquidités rend moins nécessaire la croissance de notre activité de prêteur. Nous allons cependant intensifier nos efforts de financement sur les secteurs prioritaires : la transition énergétique, le tourisme, l'innovation, l'internationalisation et la modernisation des usines. La French Fab doit s'imposer comme une marque à l'instar de la French Tech. Nous

devons aussi faire émerger les leaders de services de demain, dans les établissements hospitaliers, les écoles privées, les crèches... Nous allons aussi pousser les feux sur l'accompagnement : nous voulons couvrir le territoire de centres de formation pour chefs d'entreprise afin que ceux-ci bénéficient d'un véritable coaching. Il ne fait aucun doute que le cycle économique va se retourner d'ici à cinq ans. Le rôle de bpifrance c'est de permettre aux entreprises d'accumuler un maximum de puissance, financière et en capital humain, pour encaisser les chocs à venir. (...)

Lors de votre premier mandat, vous avez mis sur orbite une nouvelle banque. Ce nouveau mandat relève davantage de la consolidation de l'existant. Vous anime-t-il autant ?

J'ai la conviction forte que le capital seul ne peut pas suffire à transformer les entreprises françaises : on ne peut pas changer l'économie française en inondant les PME et les ETI de liquidités. En parallèle du financement, nous devons mener une action d'accompagnement de masse pour aider nos entreprises à se professionnaliser. C'est une mission passionnante. A l'international et dans la promotion de la French Fab nous avons beaucoup à faire !

Source : Sharon Wajsbrot, Guillaume Maujean – Les Échos – Le 01/02/2018

Document 11 : Le rôle des business angels

Les start-up en phase d'amorçage ont souvent besoin de fonds. Certaines se tournent vers des *business angels*. Comment choisir ceux à qui s'adresser et comment les aborder au mieux ?

Tanguy de la Fouchardière (TF) : Il existe trois types de business angels : ceux qui sont très médiatiques, comme Xavier Niel ou Jacques Antoine Granjon, les investisseurs « cachés » (qui s'en tiennent à leur propre réseau) et ceux qui appartiennent à un réseau de *business angels*. France Angels est une fédération qui regroupe 4 500 réseaux d'investisseurs français. Pour les sélectionner, un porteur de projet peut fonctionner par zone géographique ou par spécialité.

Pour prendre contact, le mieux est de soumettre un dossier *via* la plate-forme numérique de chaque réseau. Dans ce dossier est demandé un *executive summary* et un résumé du business plan sur dix-huit mois contenant des données chiffrées, mois par mois. Ce dossier résume l'offre, le marché, l'innovation, la maturité du projet, le plan de développement envisagé et le montant de fonds souhaité.

Une fois les discussions engagées, comment s'opère la sélection des dossiers ?

TF : Il y a trois niveaux de sélection. Le premier est basé sur des critères objectifs : le montant recherché (minimum 150 000 euros, maximum 1 million d'euros), le domaine (nous n'intervenons pas dans le domaine cinématographique, ni dans la promotion immobilière), et le degré de maturité. À ce stade, un dossier sur dix est retenu. Puis, quelques *business angels* - les plus actifs -, se réunissent et forment un comité de sélection et d'étude. Ils rencontrent les porteurs de projets pendant environ un quart d'heure. L'entretien peut être mené en ligne *via* une plateforme mise de mise en relation. Le « pitch » est un exercice difficile. Pour éveiller l'intérêt d'un *business angel*, l'offre doit être clairement énoncée, en quelques phrases seulement. Il faut démontrer que le produit ou le service peut intéresser des consommateurs. Environ deux tiers des dossiers passent à l'étape suivante, celle de l'instruction. Les *business angels* et les porteurs de projets se réunissent pendant deux heures, 3 ou 4 fois au minimum, afin de tester la solidité du dossier. On va par exemple appeler l'un des premiers clients pour avoir son ressenti.

Depuis que vous investissez, quelle a été la start-up qui vous a le plus rapidement séduit ? Comment s'y est-elle prise ?

TF : J'ai investi pour la première fois il y a dix ans. Je n'ai pas d'exemple précis, mais en tous cas, c'est l'équipe entrepreneuriale qui fait la différence. Elle doit être à l'écoute, capable de pivoter. En effet, le rôle des *business angels* est de trouver des projets et de les co-construire afin qu'ils soient prêts à recevoir un investissement. Les *business angels* souhaitent voir qu'ils vont tisser une relation de confiance avec les porteurs de projets. C'est la clé. D'ailleurs, le fait qu'un dossier soit financé par des *business angels* (qui vont sélectionner et instruire un projet) fait que la confiance s'installe. Qui donne souvent lieu ensuite à un effet de levier de 1 pour 3. Autrement dit, pour un réseau qui investit 1 euro, la start-up peut espérer en recevoir 3 *in fine*, car un investissement d'un fonds d'amorçage ou régional et un prêt par une banque locale ou par Bpifrance peuvent s'y ajouter.

Source : <https://www.bpifrance.fr/A-la-une/Actualites/Qu-est-ce-qui-seduit-un-business-angel-31991>

Document 12 : De bonnes raisons d'investir en crowdfunding

Le crowdfunding séduit de plus en plus les particuliers soucieux de soutenir l'économie réelle tout en diversifiant leur épargne. (...)

Le crowdfunding, qu'est-ce que c'est ? Le crowdfunding, littéralement « financement par la foule », aussi appelé finance participative, est une nouvelle forme de financement des entreprises qui se tournent vers le particulier, via des plateformes spécialisées, pour lever des fonds.

Le financement participatif : quels objectifs pour une levée de fonds ? Le plus souvent, la levée de fonds a lieu en « early stage », c'est-à-dire concomitante avec la création de l'entreprise. Il s'agit de financer le lancement de la société. Les particuliers, séduits par le produit ou le service proposé, financent la phase d'amorçage. On parle alors de capital risque. Mais les entreprises peuvent aussi avoir recours au financement participatif, au cours de leur existence, pour se développer (lancement d'un nouveau produit, installation sur de nouveaux marchés étrangers, etc.).

Le financement participatif est le plus souvent utilisé en complément d'un financement bancaire. Mais une société peut aussi en faire un mode de financement exclusif *réduisant ainsi sa dépendance à l'égard des banques (ndlr)*. (...)

Les avantages du financement participatif pour l'investisseur particulier : le financement participatif a trouvé un écho favorable auprès des particuliers pour de nombreuses raisons.

Un investissement accessible : D'abord, le crowdfunding permet d'investir avec de faibles montants. En effet, le financement participatif est possible à partir de quelques centaines d'euros.

Un moyen d'investir dans l'économie réelle : Le crowdfunding est véritablement un soutien à l'économie réelle. Les particuliers sont généralement très investis dans ce projet, suivent la société (ses produits et services, ses ambitions, etc.), ont à cœur de participer à leur façon au développement de l'économie productive, parfois même au sein de leur territoire, en prêtant de l'argent ou en prenant une participation dans une société implantée à côté de chez eux.

Un rendement et des avantages fiscaux attrayants : le financement participatif, dans ses formes de prêt et de prise de participation, est un investissement, c'est-à-dire que l'argent ainsi placé est censé en rapporter et cet investissement délivre un rendement, idéalement intéressant. La rétribution peut se faire sous différentes formes et notamment sous forme de plus-values (les actions sont revendues plus chères qu'elles n'ont été acquises) dans le cas de l'equity-based crowdfunding, sous forme d'intérêts dans le cas du crowdlending, ou encore de cadeau en nature dans le cas du financement participatif de dons. À noter que dans le cas du crowdfunding avec prise de participations, l'investisseur peut aussi bénéficier d'une réduction d'impôt sur le revenu correspondant à 18 % des sommes investies dans le capital

de PME françaises et européennes, à condition que les actions soient conservées pour une durée minimale de 5 ans (...)

Source : <https://www.boursorama.com/patrimoine/actualites/le-crowdfunding-un-moyen-de-diversifier-son-epargne-951c3de7215f99d5936f0c915550604c>

Document 13 : Gouvernance et organisation : les analyses de la grande entreprise moderne

À partir de la deuxième moitié du XIXe siècle, la grande entreprise, organisée en société par actions, s'impose comme la forme d'organisation dominante de l'entreprise et comme une institution centrale du capitalisme moderne. Il y a là une rupture radicale dans les caractères de l'entreprise – une « métamorphose dans la nature de la firme » comme le dit Édith Penrose. Cette rupture va susciter des commentaires et des analyses multiples ; (...)

Une des premières analyses majeures de la grande entreprise, et la plus influente, se trouve chez Adolf Berle et Gardiner Means. Leur ouvrage publié en 1932, *L'Entreprise moderne et la Propriété privée*, a eu une influence considérable. La thèse centrale qui a été retenue du livre, expression de ce que l'on a appelé la « révolution managériale », est que le développement de la grande société par actions et la dispersion de la propriété entre un grand nombre d'actionnaires tendent à entraîner la séparation de la propriété et du contrôle de l'entreprise ; le pouvoir de décision passe des actionnaires aux « managers ». Cette thèse a eu un impact majeur en raison de ce qu'elle disait sur l'évolution de la société capitaliste et ce qui pouvait apparaître comme un déclin du rôle de la propriété privée. (...)

Source : <https://www.cairn.info/revue-idees-economiques-et-sociales-2012-4-page-6.htm>

Document 14 : La gouvernance un levier essentiel pour se développer

Le sujet de la gouvernance est encore trop peu pris en compte dans les PME, assure Frédérique Jeske, la directrice générale de Réseau Entreprendre.

Une gouvernance est nécessaire lorsque l'entreprise croît. Grandir seul n'est pas possible : le dirigeant est limité parce qu'il n'est pas challengé. Il n'a personne pour l'aider à prendre les bonnes décisions ou pour l'avertir quand il fait des erreurs. Il risque de s'enfermer dans ses convictions. Un comité consultatif ou un conseil d'administration, c'est quelqu'un qui vous signale si vous vous égarez. C'est aussi un bon moyen de rompre l'isolement.

Vous estimez qu'il y a encore trop peu d'instances de gouvernance d'entreprise dans les PME (comités stratégiques, conseils consultatifs, etc.). Comment l'expliquez-vous ?

Lorsque la PME grandit, il faut que le dirigeant change de posture. Dans une petite entreprise, il fait tout lui-même et contrôle tout. Or, quand la société commence à croître, il faut apprendre à déléguer et à animer une équipe, à piloter et diriger, et ne plus être dans l'action permanente. Mais il est difficile de lâcher prise ! Le chef d'entreprise craint parfois de perdre le contrôle s'il n'est plus le seul maître à bord. Certains ont d'ailleurs peur de grandir et ne veulent pas faire entrer au capital des investisseurs qui pourraient un jour les écarter de leur propre conseil d'administration parce qu'ils n'auraient plus assez de compétences ou qu'ils ne seraient plus à leur place. (...)

Source : <https://business.lesechos.fr/entrepreneurs/ressources-humaines/0302036761917>

Document 15 : Lever les freins à l'entrepreneuriat individuel

L'identification des freins et des besoins des entrepreneurs individuels est plus malaisée qu'on pouvait le penser, les obstacles ou les difficultés étant surtout connus de façon très générale, plus que par nature de projet ou en fonction des caractéristiques des porteurs.

En effet, il est souvent difficile de retirer des sondages disponibles une idée claire des vrais besoins ou des points sur lesquels une action pourrait être déterminante selon des modalités précises. Outre le biais inhérent à la manière de poser la question, il est nécessaire de faire la part de choses entre les obstacles réels (rencontrés effectivement par ceux qui portent un projet avancé ou qui ont créé une entreprise) et les obstacles ressentis ou supposés (en particulier pour les créateurs potentiels ou ceux qui sont seulement au stade de l'intention ou de l'idée). Il faut donc nuancer des opinions fondées souvent sur des craintes plutôt que sur des faits générateurs de blocages à la création ou pour la croissance.

Néanmoins, une certaine convergence apparaît tant dans la nature de freins que dans leur hiérarchie, et également dans les ressorts des démarches entrepreneuriales, ce qui pourra donc inviter à agir prioritairement sur les facteurs décourageants ou facilitateurs ainsi mis en avant.

Le Baromètre « Envie d'entreprendre » hiérarchise ainsi les principaux facteurs dissuasifs, présentés par ordre d'importance décroissante : le manque de fonds personnels, la conjoncture économique, la complexité des démarches administratives, le manque d'expérience professionnelle, la crainte de pertes de revenus, le manque d'informations, la crainte de sacrifices dans la vie personnelle, le manque de réseau professionnel.

Source : Catherine Barbaroux, Rapport au Ministre de l'économie, de l'industrie et du numérique
https://www.economie.gouv.fr/files/files/PDF/Rapport_sur_les_freins_a_l'entrepreneuriat_individuel.pdf

Document 16 : Le Modèle de Greiner- Vers une courbe de vie du management ?

Selon Larry E. Greiner, une entreprise connaît, durant son existence, cinq phases de croissance bien définies entrecoupées de cinq moments-clés appelés « crises ». Le passage d'une phase à l'autre est réalisé grâce à des adaptations structurelles qui marquent le caractère évolutif du système organisationnel.

Les phases de changement dépendent de facteurs internes (âge, taille, étape d'évolution et de révolution, etc.) et externes (concurrence, localisation géographique, taux de croissance de l'industrie, etc.) de l'organisation.

Le modèle de Greiner



(...) Une direction, consciente du passé de son organisation, peut donc prévoir la crise à venir, s'y préparer en prenant des mesures appropriées au stade de développement atteint, et transformer ainsi une situation critique en point de départ d'une nouvelle phase de croissance.

Source : Le modèle de Greiner : Anticiper les crises et booster la croissance de Jean- Blaise Mimbang (2015)

Document 17 : Les trublions Michel et Augustin se réorganisent

Danone croque encore un peu plus dans les produits de Michel et Augustin. Le géant de l'agroalimentaire détient désormais 95 % des parts des autoproclamés « trublions du goût », a annoncé Augustin Paluel-Marmont, cofondateur de l'entreprise. Danone avait jusqu'à présent une participation de 40 %. Le montant de la montée au capital n'a pas été dévoilé.

Le géant mondial des produits laitiers ne prend personne par surprise. Dès 2016, il avait racheté, via le fonds Danone Manifesto, les parts détenues par Artémis - le holding de la famille Pinault - et promis de monter au capital de l'entreprise façon progressive.

Concurrence sur le marché des gâteaux gourmands

« On reste indépendant quant à la façon de vivre notre aventure. C'est le soutien d'un actionnaire qui nous assure la pérennité. On est sur un marché très compliqué. Il nous assure une certaine indépendance de gestion », a précisé Augustin Paluel-Marmont au micro de BFM Business.

Le rêve américain de Michel et Augustin

Créé en 2004 par Augustin Paluel-Marmont et Michel de Rovira, deux amis d'enfance passés par les bancs de l'école de commerce ESCP, Michel et Augustin s'est rapidement fait un nom dans les biscuits et les recettes gourmandes - de la mousse au chocolat aux yaourts à boire, en passant par les cookies.

Mais les produits et la stratégie de communication de la PME n'ont pas manqué de donner des idées à leurs concurrents, qui sont partis à sa poursuite sur le segment des desserts gourmands.

En 2017, la PME parisienne La petite Fabrique a ainsi évincé Michel et Augustin des rayons de chez Monoprix, qui détenait le marché depuis dix ans. Un coup dur. L'épicerie sucrée est devenue un marché très compliqué et concurrentiel, la mousse au chocolat et le yaourt à boire se portant mieux.

Dans un souci de diversification et pour compenser le déclin des ventes des produits laitiers, Michel et Augustin s'est lancé voilà près d'un an sur le marché des produits végétaux. La société commercialise désormais un lait de coco à boire et des desserts à la mangue et à la framboise (Les Perles du Japon). Même sa célèbre mousse chocolat a été déclinée en végétal!

Des ambitions à l'international

L'entreprise réalise 85 % de son chiffre d'affaires (50 millions d'euros en 2018) en France, en Suisse et en Belgique. Mais elle a également des ambitions aux États-Unis. Ses produits ont brièvement garni les présentoirs du géant du café Starbucks. Un autre accord du même type a été passé avec Delta Airlines et des restaurants. Evan Holod, le représentant de l'entreprise au bureau de New York, a pour mission de continuer à y développer la marque.

En 2018, Michel et Augustin a également nommé François Roche Bayard, passé par Andros, au poste de directeur général. Une nomination censée permettre aux cofondateurs de prendre du champ et qui annonçait déjà la montée en puissance de Danone.

Source : Les Échos - Par Adrien Lelièvre – Le 18/04/2019