Entreprise, Entrepreneur et Entrepreneuriat

A/° Entreprise., Définitions, caractéristique contexte et finalités :

I/° Définition :

L'entreprise peut-être Définie Du Différentes manières

* est une entité productrice de Biens et des services marchands. (Des Biens et Des services d'être vendu sur un marché en contre partie D'un prix qui couvre au moins le Coût unitaire de production.
* il s'agit D'un projet, D'une action ou D'une réalisation plus ou moins Complexe Tentative, essai, aventure, manoeuvre,...

La notion d'entreprise est Constamment liée à celle Du risque ; l'initiative. et à celle De l'utilisation nouvelle Des ressources et Des capitaux (machine et équipement).

- L'entreprise est considérée comme un système ouvert, complexe,.. autonome, agissant sur un marché Dynamique et productif.
- L'entreprise est un système ouvert à son environnement. étant Donnée qu'elle est tenue de rendre Compte. de tout les changements à niveau de son environnement En d'autre mot elle doit agir et interagir avec toute les Composantes de son environnement.

L'entreprise est un système Complexe étant donnée la multitude des relations à entretenir avec; sein d'elle même avec son environnement;

Ex. relation avec les clients, les Camquinons, les banks....

- L'entreprise est un système autonome. signifie qu'elle doit prendre toute les décisions sans être influencer par aucune autre partie; (autonomie décisionnelle) elle doit utilisée librement tout les ressources dont elle dispose

* L'entreprise est un système ~~ouvert~~ axé sur un marché étant donné que la raison d'être D'une entreprise et la présence D'un marché., ~~un produit~~

=> un produit qui ne répond pas à un besoin du marché. ne présente pas aucun intérêt

* L'entreprise signifie une evolution continue, autrement dit, tout information provenant D'un milieu extérieur aura certainement des effets direct ou indirect. De l'entreprise.

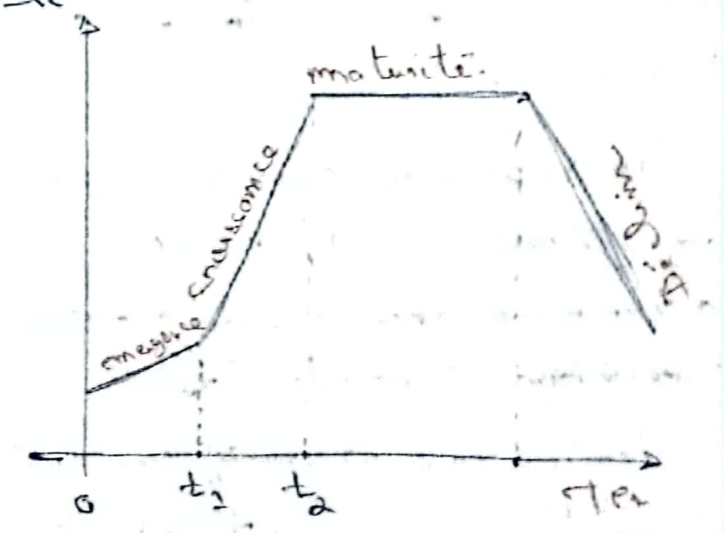
exp: la

la Compétence, l'évolution technologique l'amélioration de la qualité du produit, ou de service, me suivie permanent de la demande. et Des attentes. et client actuel et potentiel.

* L'entreprise est un système productif. c-àd la fonction principale est la production. ou encore la transformation des inputs.

la production réalisée doit finalement répondre aux besoins du marchée. qui sont instable, en effet si les besoins de marchée se modifie alors l'entreprise devra suivre ces changement qualitativement et quantitativement. afin de pouvoir suivre convenablement la demande. En d'autre mot. elle doit introduire des nouvelle caractéristiq pour produit. afin de pouvoir afin de pouvoir remonter la un cycle de vie.

Le cycle de vie d'un produit est schématisée par un graphe représentatif de révolution de la demande Du produit dans le Temps. ce graphe est Composée de 4 phase. à savoir. la phase de l'émergence, au bord de laquelle la demande de produit croit lentement, la phase de croissance où la demande de produit croit exponentiellement la phase de maturité caractérisée par une stabilité de la demande de produit dans le Temps. et la phase de déclin au bord de laquelle la demande du produit Diminue Tendentiellement Dans le



Scanné avec CamScanner

* L'entreprise est conçue comme étant un groupe humaine de production autonome, Disposant d'un patrimoine, exerçant un effet d'attraction sur son environnement et dont la survie et conditionner par la vente des produits de son activité.

est un grp humain, étant donnée qu'elle est crée par l'être humain et elle ne peut survivre sans la participation dans l'exercice de son activité

⇒ d'où l'output est une offre collective.

l'entreprise est un groupe de production par définition, car la fonction principale de toute entreprise economique et de produire. (transformer) ou commercialiser un produit ou un service donnée.

l'entreprise dispose d'un patrimoine. c.à.d qu'elle dispose des moyens physique (usine, batiment, machine et équipement...) et des moyens financier (l'argent, la monnaie...)

l'entreprise exerce un effet d'attraction sur le client qui veulent acheter ses produits.

les fournisseurs qui veulent lui vendre leur produits, les chercheurs d'emploi qui veulent y travailler et les actionnaires qui veulent participer à Leur capitale.

- ils existe une relation d'echange entre l'entreprise et son environnement c.à.d un flux physique ou réelle en contre partie du quelle un flux monétaire ou financier à travers les actions quelle même les entreprise économique cherche à realiser des gains, augmenter leur chiffre d'affaire, et proposer du nouveau produit en vue de garantir leur survie

II - Approche économique :

l'entreprise est une unité de production et de répartition, les entreprises jouent un rôle primordiale dans une economie de marché, notamment celui de produire du Bien le services, Distribuer des revenues et créer de l'emploi. pour survivre l'entreprise aura être besoin rentable, de ce faite, elle doit remplir convenablement sa fct principale à savoir la production des Biens et des services marchands.

Scanné avec CamScanner

pour remplir convenablement cette
fact, l'entreprise aura besoin de
différe facteur de la production
notamment le travail (le capital,
les matières premières, produit semi-
finie, l'energie ... elle aura
également besoin de l'information
brevet de fabrication, les recherches
et développement, des ressources
financières. l'entreprise peut se
pro de tout les elts sur les
différent marchés des facteurs en
contre partie des ~~retenus~~ revenus
distribués. il est à signaler que
l'entreprise a besoin de recevée
son equilibre financier pour
eviter la cessation de payement.
Dans laquelle l'entreprise ne
parvient plus à couvrir son
passif exigible par son actif disponible
Caisse et bank.

⇒ pour tout entreprise d'être comptable y compris les entreprises à but non lucratifs notamment les entreprise publique ainsi que ~~les~~ pour assurer leur pérennité (bonne santé financière).

l'exercice de l'activité de l'entreprise génère une valeur ajoutée (la valeur nouvellement créée - La valeur détruite ou encore La valeur de Consommation intermediaire)

- La valeur ajoutée noté "V_a" est équivalente à La valeur de La production noté "V_p" — la valeur des Consommation intermediaire "V_{ci}" ⇒ $V_a = V_p - V_{ci}$

Rque:
Dans le cadre de La production des services, il n'y a pas de stock. une valeur de la production correspond exactement au chiffres d'affaire. ou encore totale des ventes.

$VP = CA = \underbrace{P}_{\text{prix unitaire de vente}} \times \underbrace{Q}_{\text{la quantité vendue}}$

$$VA = CA - VCI.$$
$$= P \times Q - VCI$$

Rque:
Dans Le cas d'une production matériel (production des Biens), la valeur de la production correspond aux chiffres d'affaires Corrigés de la variation du stock de produit finie. Dans ce cas on tient Compte du fait que'une partie de la production réalisé à pu être stockée au lieu d'être vendue ou inversement une partie de la vente réalisé correspond à une réduction du stock.

$VP = CA \pm \Delta S$ / variation du stock

$VA = (CA \pm \Delta S) - VCI$

$= (P \times Q \pm \Delta S) - VCI.$

Rque:
un Cas particulier est celui des entreprise Commerciale
Dans ce cas la valeur ajouté est équivalente à La différence entre la marge Commerciale et la valeur des Consommations intermediaires.
- La marge Commerciale est égale à la différence entre le montant des ventes des marchandises et Le Cout d'achats des marchandises vendu

Une très grande partie de la valeur ajoutée (Impôt et taxes) + charge de personnel + charge financière + amortissement et provisions) va être distribuée sous forme de revenus aux autres agents économiques et ceux comme suit :

- les impôts et les Taxes notamment ; la TVA versée au profile de l'état et les Collectivité locale, les charges de personnels (salaire et charge sociale) au profit de la famille et des organismes de protection sociale
- Les charges financières au profit des prêteurs des fonds notamment les Banks ou autres organismes de financement.
- Les amortissements, il est prévisum au profit de l'entreprise elle même sensé permettre le renouvellement des équipements productifs usées dans la production equipement totalement amortie.
- Le reste de cette valeur ajouté appelle le Bénifices qui a son tour sujet à des impôts sur le bénifices aux profits de l'état et le collectivité locale
- L'autre partie de ce bénifices sera distribuée aux profits de propriétaire de l'entreprise.
- le cas échéant, un bénifice mis en reserve au profit de l'entreprise elle-même sensé permettre le'augment et mise au l'amélioration.

Rque

les amortissements et les provisions plus...
+ les bénifice pris en reserve constitue
Le taux

Scanné avec CamScanner

2- L'impératif de création de valeur supplémentaire :

Dans ce paragraphe nous essayons d'apporter les éléments de reponse à la question principale suivante : Pour quoi est-il impératif pour toutes entreprise économique de créer de la valeur supplémentaire ?

L'impératif de création de valeur concerne en fait la création de la valeur "actionnariale", économiquement, l'entreprise est plus facilement viable si elle se développe c-à-d elle accroît la valeur ajoutée créer et par voie de conséquence le moyen de financement dont elle peut disposer (l'autofinancement NET). cela se traduit d'ailleur, pour les sociétés cotées en bourse, par une appréciation de la cotation de leur actions ; en s'appuyant sur cette réalité, les actionnaires des grands entreprises imposent aux entreprise aux quelle ils participent pour des placements des objectifs plus ou moins implicites de création de valeur c-à-d, des objectifs de rentabilité et de profitabilité à terme,

de ce fait les entreprises économique se trouve obligée de créer de la valeur supplémentaire pour se développer ; cette impératif de création de valeur conduit à développer une méthode de gestion en introduisant de nouvelle régle de gouvernement de l'entreprise visant à garantir la réalisation des objectifs de création de valeur attendue,

La création de valeur supplémentaire n'intéresse pas uniquement les actionnaires, mais aussi et surtout, les clients à travers l'amélioration de la qualité de produit au service au la baisse prix (économie d'échelle) elle peut aussi intéresser les salariés et attiner les chercheurs d'emploi par la mise en place des meilleurs conditions de travail par ou l'augmentation du salaire.

⇒ En créons

d'information et par le recours aux diverse technique dite technique d'aide à la décision.

exemple:

- l'entreprise peuvent faire appelle au modèle de wilson (modèle d'optimisation) pour prendre la décision concernant La quantité économique accommandée (matière première) ou elle doit concerne la quantité économique à fabriquer (produit finie)

Rque

La quantité accommandée ou à fabriquer sera qualifiée de d'économique si à laquelle correspond le minimum des coût associée aux stocks. 3 catégories de décision peut être distinguer

a)° les décisions stratégiques:

ce type de décision engage l'entreprise sous le long Terme puisqu'il conditionne la manière avec laquelle elle va se positionner sur Le marché donnée

exemple:

la fusion entre deux entreprises

b)° décisions Tactiques:

il s'agit des décisions que engage L'entreprise sur le moyen Terme puisqu'elle permettent de définir

les plus efficacement possible ses objectif et se en s'appuyant sur un calcul économique via une comparaison entre avantage et coût qui passe nécessairement par une collecte

la manière avec laquelle les ressources disponible doivent être utilisée afin d'arriver à réalisé les objectifs escomptés (décision de demande de crédit) - de changement de fournisseur

c- décision opérationnelles :

Scanné avec CamScanner

c/° la décision opérationnelle :
c'est décision q engage l'entreprise
sur le court terme et concerne
essentiellement, la gestion courante
de l'entreprise ~~by~~ l'utilisation
optimale des ressources disponibles
exp: changement de poste au sein des
ateliers, entretien de machine
affectation des primes et

4- l'information un nouveau
facteur de production :

Depuis la fin des années 80, les
mesures importants ont été prise
au vide quant à une information
nécessaire pour l'économie en
générale et pour l'entreprise en
particulier. parmi ces mesures, on
cite la plus importante, notamment
celle relative à l'obtension et à la
labortion de informations à
savoir :

- la généralisation de la
Connexion au réseaux internet
et la promotion de l'initiative
nationale des statistique, il
est différente structures liés a
ce domaine.
- la 2ème mesure est relatif
à l'obtension en temps réels.

[illegible] est relative à la labortions
de l'information et à sa mise
à la disposition
c/° l'obtention de l'information :
- L'information économique et
financière est devenue en
aujourd'hui un instrument de
gestion de 1ère choix.
La libéralisation du Commerce
des biens et des services et la
libre circulation des capitaux
exigent une information rapide
et précise et constamment
disponible pour les utilisateurs
(agent économique, entreprise
chercheur etc..)
- la Connexion au réseaux internet
l'ouverture de nouveau horizons
par conséquent l'entrée en
rapport direct avec les hommes
étranger et obtenir aussi plus
rapidement au paravant. le
résultat de nouvelles recherche
ainsi que de nouvelle méthode
scientifique, relative à la
recherche.

Scanné avec CamScanner

celle-ci conditionne la compétitivité des entreprises car elle est la principale source d'innovation technologique que ce n'est

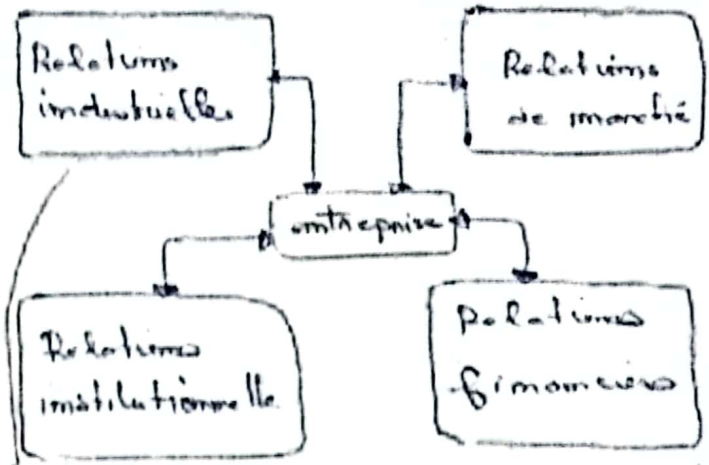
- l'internet permet le travail à distances et est devenu un instrument de contact et de travail. « L'echelle planétaire : c'est un supermarché planétaire d'information qui garanti une information objective et rapide et de ce point de vue conditionne de plus en plus la compétitivité des entreprises (compétitivité commerciale, culturelle, ...).

L'échange d'information entre l'entreprise implique que l'entreprise soit en mesure de livrer une information fiable et rapide à ce monde extérieur, la publication d'une information fiable attire de nouveau, investisseurs et et contribue en conséquence en développement économique en général et au développement de l'entreprise en particulier.

celé exigent de l'autre part les laboratoires de cette information dans des conditions qu'ont n'atteint pas sa mâture,

on peut aussi distinguer la Concurrence sur les autres marchées avec d'autre entreprise que d'a provisoirement sur le m marchée ensuite que antérieurement sur le m marchée ancienne la:
l'importance des Concurrent réside dans le faite qu'il peuvent augmenter leur part de marchée en proposant de nouveau produit moins chers et ceux moins spécifie

$$\text{part de marchée} = \frac{\text{Réalisation d'affaires de la marque}}{\text{chiffre d'affaire de tout la marques}} \times 100$$



Titre: Relations sur le marché environnement

* exple :
  - les acheteurs.
  - les fournisseurs.
  - les sous traitants ...

* exple :
  - les agences nationales
  - les associations ...

exple :
- les prêteurs (les banques)
- les autres organismes de financement

* les syndicats : le principale de syndicats est de défendre des intérêts des salariés en vue d'obtenir le max d'avantage.
* les partenaires financiers : il désigne de toutes capitaux qui intervienne dans le financement de l'activité de l'entreprise on distingue à titre d'exemple, les banques, les actionnaires
* les autres organismes : notamment les agences nationales, les associations ...

→ les relations entre l'entreprise et les faits que l'on puisse sont moins immédiat et interactive.

Scanné avec CamScanner

	- loi de spécification - recyclage et retraitement des déchets de la production
Légales	- loi de Travail - loi fiscale - règle de la protection de Concurrence et de commercialisation - norme de sécurité - les gestation sur la santé

- les évolutions sont généralement très visible, Toute fois elle peuvent apparaître Brutalement comme une crise politique et le crise boursière, une révolution technologique... dans la plupart des cas les évolutions sont lentes et très visible en particulier lorsqu'il s'agit d'une mise en place des normes ou d'évolution sociaux culturelles. tq le vieillissement de population. les évolutions peuvent constituer des sources d'opportunité pour les entreprises notamment en Terme de ~~exact~~ couverture du marché dans le cas de la déréglementation. et en Terme de coût. dans le cas de la délocalisation. toute fois elles peuvent être considérées comme sources contraintes (menaces) qui pèse sur les entreprises déjà existentes. celles-ci cherchent à s'en protéger ou s'y adapter.

b/° le micro environnement :

l'environnement microéconomique constitue l'environnement proche ou encore une media de l'entreprise il est principalement composée d'acteurs avec lequelle est en contact direct.

* les clients : ils sont tout ceux qui désir acheter les produits de l'entreprise

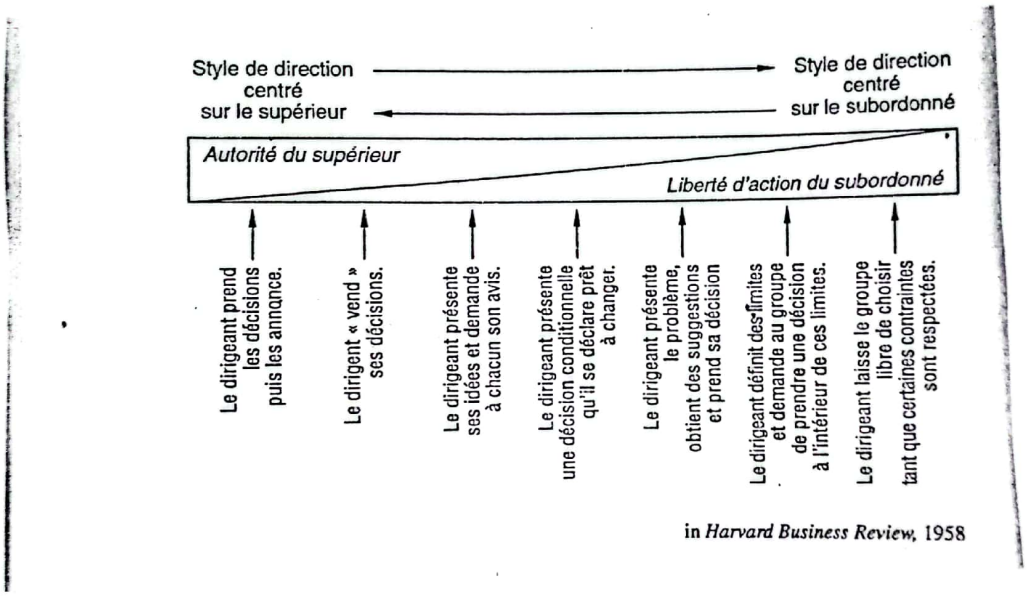
* le moyen de production (matière première, machines ...).

le choix du fournisseur est important étant donnée qui détermine la capacité de l'entreprise à produire et ou à commercialisée ces produits.

* les concurrents : ce sont les entreprises qui fabriquent des produits similaires : il s'agit d'une concurrence direct avec les entreprises productrices des mêmes biens y services. et s'adressant à une même clientèle La concurrence

Scanné avec CamScanner

Certains auteurs notamment B. Tanenbaum et W. H. Schmidt (1958 - 1973) proposent une palette plus nuancée de styles de direction, selon le schéma suivant :



in *Harvard Business Review*, 1958

Scanné avec CamScanner

FICHE SYNTHETIQUE RECAPITULATIVE DES PRINCIPALES FONCTIONS DE L'ENTREPRISE :

La fonction « Ressources Humaines »

Mission	Procurer à l'entreprise la quantité et la qualité requise de compétences humaines afin de lui permettre de réaliser ses objectifs à court, moyen et long terme.
Attributions	-Recruter et combler le manque d'effectif. -Intégrer et encadrer le personnel. -Rémunérer, motiver et intéresser. -Evaluer et promouvoir le personnel. -Former et développer les compétences.
Principales sous fonctions	***Activités à dominante administrative et légale** : paie, assurance et sécurité du personnel, promotion et gestion des carrières. ***Activités à dominante gestionnaire et prospective** : diagnostic des compétences, recrutement, encadrement et formation, prévision des effectifs et des profils d'emploi.
Indicateurs de performance (essentiellement qualitatifs)	-Structure et équilibre des effectifs. -Efficacité et efficience de la formation. -Evolution des compétences. -Satisfaction du personnel et du client.
Contraintes spécifiques	-Législation et règlementation du travail. -Coordination avec les autres départements ou fonctions. -Condition du travail et climat social général. -Culture de l'entreprise et des dirigeants. -Coût de la main d'œuvre.
Evolution récente	Au cours des dernières années, la fonction ressources humaines a évolué dans un sens accordant une importance capitale **aux pratiques de développement des hommes et des compétences.** Les systèmes de gestion des ressources humaines intègrent de plus en plus **la gestion prospective des ressources humaines et des compétences.** La fonction gestion des ressources humaines devient ainsi **de moins en moins administrative et de plus en plus gestionnaire.** La mise en place d'une gestion active des ressources humaines, par opposition à une gestion minimaliste de type administration du personnel, dépend largement de la culture des dirigeants.

Scanné avec CamScanner

La fonction de production

Mission	Concevoir et réaliser des produits ou services répondant aux besoins actuels et potentiels du marché, et ce en collaboration avec les commerciaux.
Attributions	-Assurer la réalisation des produits dans les meilleures conditions de quantité, de qualité, de coût et de délai. -Planifier la production et optimiser le rendement des équipements. -Concevoir les procédés et les méthodes de fabrication. -Innover et développer de nouveaux produits.
Principales sous fonctions	***Activités de conception** (recherches, études et méthodes). ***Activités de réalisation** (ordonnancement, fabrication). ***Activités de support** (entretien, contrôle de la qualité).
Indicateurs de performance	*Volume de la production et son évolution. *Taux d'utilisation de la capacité de production. *Valeur ajoutée. *Taux des déchets et taux des non-conformités.
Contraintes spécifiques	-Technologie (performances et capacité). -Système de production (commande, série, unitaire). -Organisation des ateliers et des moyens de production. -Stabilité des paramètres de la production, d'où une tendance à la standardisation. -Coordination avec les commerciaux.
Evolution récente	Au cours des dernières années, la fonction de production a évolué dans un sens accordant une importance capitale aux **technologies de l'information.** Les systèmes de production les plus performants intègrent de plus en plus le Dessein assisté par ordinateur (DAO), la fabrication assistée par ordinateur (FAO)... Grâce à ces évolutions, les systèmes de production peuvent désormais contourner **la contrainte de la standardisation** et jouer la carte de **la personnalisation** (MASS CUSTOMIZATION).

Scanné avec CamScanner

La fonction commerciale

Mission	Assurer les débouchés et veiller à l'écoulement des produits de l'entreprise.
Attributions	*Analyser et anticiper la demande et les besoins du marché. *Identifier les différents segments du marché (segmentation). *Equilibrer l'offre des produits ou services en fonction des besoins du marché. *Administrer et développer les ventes. *Maintenir et faire progresser la part de marché de l'entreprise. *Veiller à l'image de l'entreprise.
Principales sous fonctions	***Activités de soutien à la vente** (Marketing, Promotion, Etudes). ***Activités de réalisation et d'administration des ventes.** ***Service après vente.**
Indicateurs de performance	-Evolution des ventes. -Part de marché. -Notoriété de l'entreprise et des produits. -Efficacité et efficience des dépenses commerciales et Marketing.
Contraintes spécifiques	-Ecoute permanente du marché. -Rapidité de réaction, flexibilité. -Nature changeante et instable des différents segments du marché. -Coordination avec les autres fonctions notamment la fonction de production.
Evolution récente	Au cours des dernières années, la fonction commerciale a évolué dans un sens accordant une importance capitale **aux activités commerciales amont à savoir le Marketing.** Ce dernier qui se présentait souvent comme une sous fonction ou un service lié à une grande direction commerciale devient aujourd'hui le cœur et le centre de gravité de la fonction. On observe de plus en plus **des « directions marketing » avec des services ou des sous directions commerciales.**

Scanné avec CamScanner

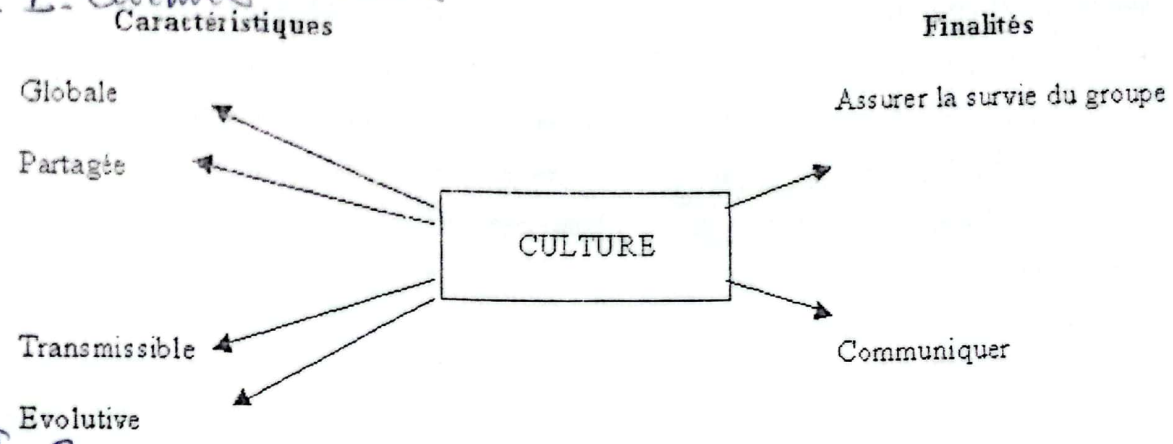
La fonction financière

Mission	Veiller aux équilibres financiers de l'entreprise : financement, liquidité et rentabilité.
Attributions	*Réunir, *à moindre coût*, les capitaux nécessaires à l'exploitation. *Gérer les engagements financiers de l'entreprise. *Gérer et anticiper les flux de trésorerie en en assurer l'équilibre (équilibre entre encaissements et décaissements). *Etudier l'opportunité des investissements *dans une perspective de création de valeur pour l'actionnaire.* *Suivre la comptabilité et les coûts et assurer l'interface avec les partenaires financiers (Banques, Etat, Administration fiscale).
Principales sous fonctions	***Comptabilité et suivi des coûts.** ***Budgets et gestion de la trésorerie.** ***Projection, évaluation et financement des investissements.**
Indicateurs de performance	-Rentabilité globale et par activité (ou par produit). -Equilibres financiers. -Dividendes distribués. -Evolution du cours (prix) de l'action de l'entreprise en bourse.
Contraintes spécifiques	*Coûts du crédit et loyer de l'argent (taux d'intérêt). *La qualité des systèmes d'information comptable, notamment pour le suivi des coûts et des marges par produit et par activité. *Conditions de paiement et liquidité générale sur le marché (problème aigu en Tunisie). *Collaboration souvent difficile avec les autres fonctions de l'entreprise.
Evolution récente	Au cours des dernières années, la fonction financière a évolué dans un sens accordant une importance capitale **aux marchés financiers.** Les entreprises les plus performantes intègrent de plus en plus **les possibilités de recours à la bourse et à l'appel public à l'épargne.** Pour cela, elles ont besoin de développer des **systèmes d'information comptables et financiers transparents et fiables** d'où **l'importance de l'information financière.**

Scanné avec CamScanner

Thème 1 : Les 3C, Culture d'entreprise, la culture entrepreneuriale

- I. Culture



- II. L'entreprise a-t-elle une culture ?

L'entreprise a-t-elle une culture ?

Toute entreprise, quelle que soit sa taille, forme un sous-groupe social composé d'individus appartenant à une ou plusieurs cultures nationales, régionales et professionnelles. Pour assurer la cohérence de cette mosaïque l'entreprise a besoin de créer une identité collective, qui deviendra le point de repère de tous ses membres. Au fur et à mesure que l'entreprise se transforme en institution, elle tend à développer une culture d'entreprise qui est l'élaboration d'un système à la fois culturel, symbolique et imaginaire. Toute entreprise a une culture spécifique, élaborée au long de son histoire.

Culture d'entreprise : définition

La culture d'entreprise peut être définie comme un ensemble de valeurs, de mythes, de rites, de tabous et de signes partagés par la majorité des salariés. La culture d'entreprise est une variable essentielle pour expliquer le vécu quotidien et les choix stratégiques réalisés par un groupe social.

- ***Les valeurs*** : sont les préférences collectives qui s'imposent au groupe, les croyances essentielles, les normes qui définissent les façons d'agir et de penser. Plus concrètement, les valeurs forment la philosophie de l'entreprise. Elles déterminent sa charte de conduite exprimée par le règlement intérieur, les descriptifs des postes, ainsi que par le système de récompense et de sanctions adopté. Les valeurs établissent les interdits, les tabous, les marges de liberté qui ne doivent pas être violées.

- ***Les mythes*** : sont les légendes, les histoires associées au passé de l'entreprise. Ils servent à renforcer les valeurs communes. Ils peuvent être liés aux personnalités qui marquent ou qui

Scanné avec CamScanner

ont marqué la vie de l'entreprise. Le mythe du fondateur, du père de l'entreprise, est très exploité, en particulier dans les PME. Certains chefs d'entreprises deviennent des mythes dont la réputation dépasse le cadre de leur entreprise. Certaines entreprises créent des musées (Philips ou BMW) pour rappeler leur passé et les progrès accomplis par l'entreprise. Saint-Gobain et Alcatel-CIT ont fait appel à des historiens pour retracer leur passé. Pour que les salariés soient mobilisés, pour qu'ils s'identifient à leur entreprise, ils doivent s'approprier son histoire.

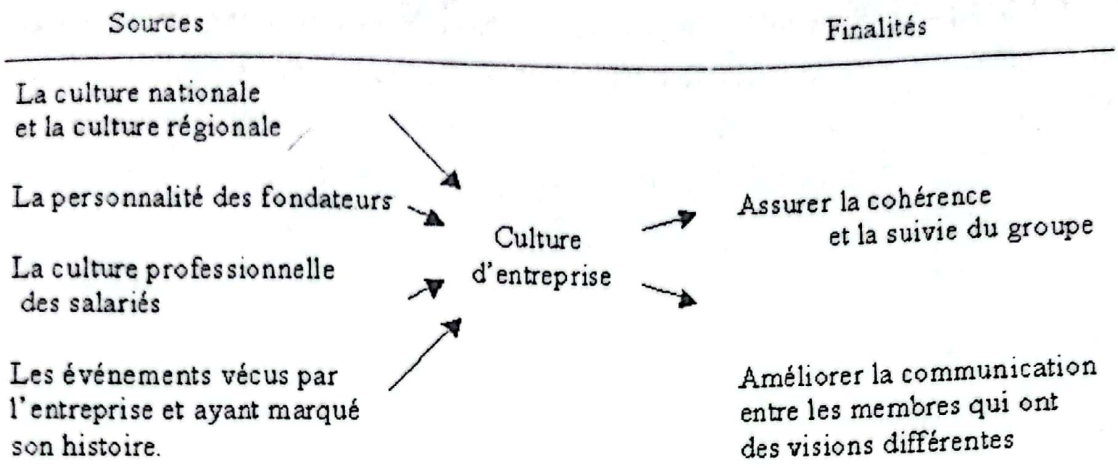
- ***Les rites*** : sont des pratiques qui découlent des valeurs partagées. Le recrutement, les réunions de travail, les réceptions, l'évaluation du personnel sont des exemples de ces pratiques. Le recrutement apparaît comme un rite d'initiation, de passage. De plus en plus, les entreprises cherchent des candidats techniquement capables, mais surtout ayant des valeurs et des aspirations correspondant à la culture en place. Si cette procédure favorise l'intégration de l'individu, elle freine néanmoins l'évolution de la culture interne dans la mesure où celle-ci n'est pas contestée et ne peut s'enrichir par un rapport externe. Le regard critique d'un nouveau salarié peut contribuer à la remise en cause de certaines pratiques.

- ***Les symboles*** : La culture regroupe également les symboles tels que le port de l'uniforme ou d'un badge qui permet de distinguer les membres de l'organisation de ceux qui lui sont extérieurs. De façon plus subtile, le langage apparaît comme le symbole le plus expressif de la culture. La mise en place d'un langage commun facilite la circulation de l'information, la communication sociale et la prise de décision. Ce langage unique se manifeste non seulement par un vocabulaire spécifique, mais également par les formulaires adoptés, le style de communication retenu (lettres, rapports, ordres écrits), ainsi que par les procédures de contrôle. Exemple : Le groupe l'Oréal est fier de sa culture. Selon sa direction, celle-ci regroupe quatre valeurs fondamentales : la qualité maximale (respect des clients) ; la passion du produit (défi de l'innovation) ; la culture de la performance et un climat d'harmonie humaine, qui passe par le respect de la différence. Un salarié doit connaître et épouser ces valeurs pour être " Oréalien ".

Comment se forme la culture d'entreprise ?

La culture d'entreprise est la combinaison de différents matériaux culturels, chacun ayant ses caractéristiques propres. Le schéma ci-dessous présente les différentes sources contribuant à l'apparition et à l'évolution de la culture d'entreprise.

Scanné avec CamScanner



La personnalité des fondateurs est un mythe majeur (mythe d'origine). Dans le groupe IBM, la vision de T.J Watson Sr (son fondateur) est toujours une référence primordiale dans la conduite du groupe (le respect de la personne, le meilleur service client, la passion de la vente). Lors de la création de l'entreprise, le créateur est plus qu'un apporteur de capitaux. Il prépare l'avenir de l'entreprise selon ses connaissances, mais également en fonction de ses croyances, de sa personnalité et de sa philosophie.

En ce qui concerne ***la culture professionnelle***, certains travaux prouvent que, dans une même entreprise, il y a des profils culturels différents. La culture professionnelle étant la culture au travail acquise dans une autre entreprise.

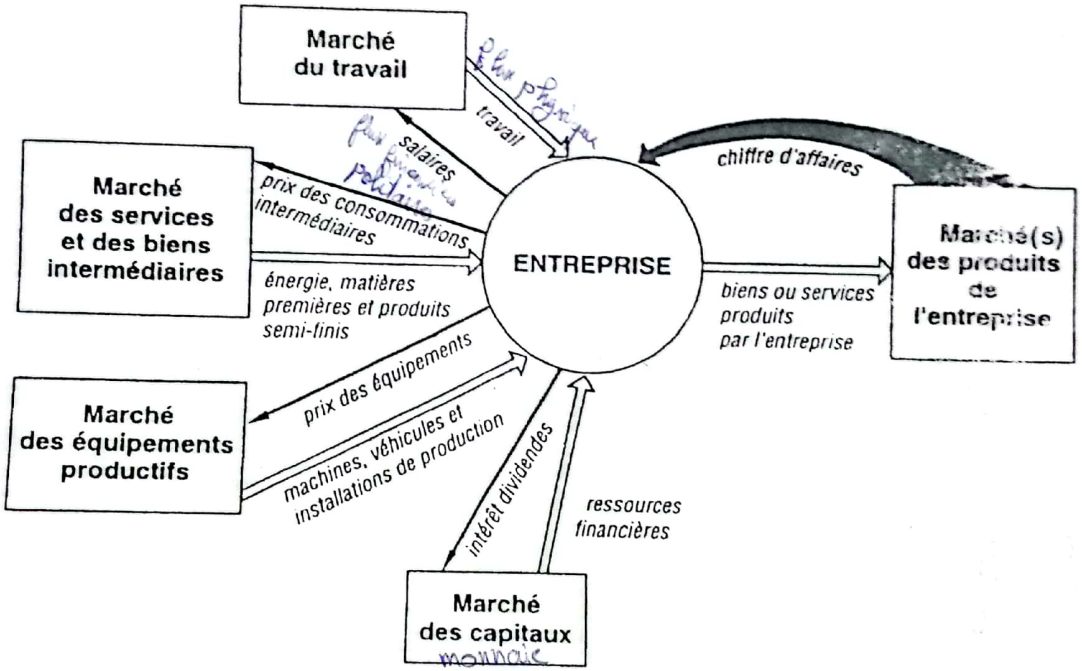
Les événements marquants, ce sont les mythes héroïques, c'est à dire, les moments de gloire vécus par l'entreprise. L'histoire unique de l'entreprise forge les mythes et les rituels qui y sont admis.

En conclusion, la culture d'entreprise est un ensemble complexe, peu palpable, qui permet à chaque individu de s'identifier à l'organisation.

Il faut souligner qu'il arrive qu'un individu ne s'identifie pas à la culture de son entreprise. S'il a un esprit de " leadership ", il peut essayer de la faire évoluer. S'il échoue dans cette tentative, il sera marginalisé par le groupe. Il se peut qu'un individu refusant les valeurs de l'organisation décide d'y rester exclusivement pour son épanouissement financier. Il ne sera jamais mobilisé par les discours de l'entreprise.

Scanné avec CamScanner

Pour produire, l'entreprise a besoin de différents facteurs



Les marchés « amont »

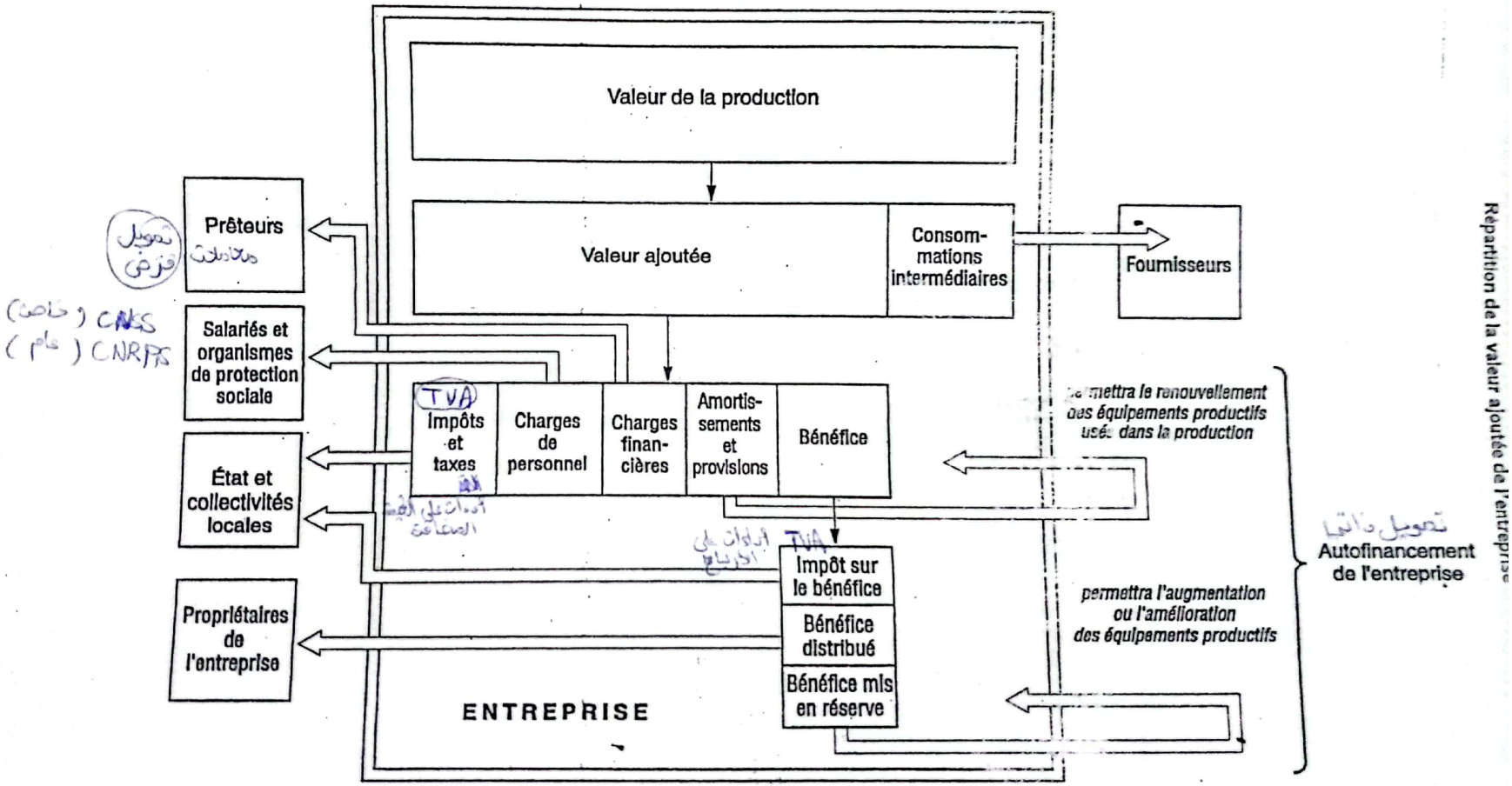
sont les marchés sur lequel sont disponible le facteur dont l'entreprise aura besoin avant de réaliser sa production.

Les marchés « aval »

sont les marché sur le quel sont disponible après de réaliser sa production.

Scanné avec CamScanner

- Amortissements : désigne comptablement la dégradation progressive de la valeur d'un équipement, le long sa durée de vie.
- provisions : Somme d'argents mise de côté pour faire face aux aléas (les impôts)



Scanné avec CamScanner