**Sommaire**

**S1 : l’entreprise- système**

**S2 : principales fonctions de l’entreprise**

* S1. L’entreprise système

Les objets d’études de la science économique sont :

Administration de la richesse

Gestion de la rareté

Etude du processus économique surtout la détermination de la valeur et sa création

Niveaux d’analyse économique

Microéconomie analyse des comportements économique individuels (producteur, consommateur, marché). Ecole néoclassique a conçu ce niveau : homo economicus, rationalité économique, maximisation de l’utilité, etc. (néoclassique) ;

Macroéconomie : analyse de comportements économiques, sur un territoire économique, des unités économique, des unités économique agrégées en secteurs institutionnels. (Physiocrates, classique, marxiste, keynésiens …) ;

Mésoéconomie : analyse du fonctionnement et des performances des secteurs, des activités et des branches. Dérivée de la macroéconomie.

**En micro économie**

1. **En micro la seule fonction qui existe de que sera le management c’est l’organisation et la supervision**
2. **En mode plein emploi pas besoin de stratégie ni de planification ni d’indicateurs il suffit d’être rationnel dans l’organisation**
3. **Les néoclassique suivent les classiques dont certains : Smith parle d’organisation du travail et Say qualifie l’entrepreneur d’organisateur.**

**En macro économie**

* L’entreprise est considéré comme une unité institutionnelle autonome dont la fonction principale et la production des biens et services et dont la consommation et intermédiaire.
* Les entreprises sont regroupées dans deux secteurs institutionnels : Entreprise non financières et Entreprise financières
* L’entreprise est influencé par les politiques économiques de l’Etat providence ou régulateur.
* Les entreprise comme secteurs échangent avec d’autres secteurs institutionnels : ménages, APU, ISBL, Reste du monde ;
* Les entreprises produisant un même produit principalement, fatalement ou voisins constituent une branche ;
* Principaux agrégats analysés : l’investissement, la valeur ajoutée (richesse de nations), l’emploi, la variation des stocks, d’exportation, d’importation, etc.
* La vision de boite noire est maintenue puisque ce qui intéresse c’est les agrégats et la richesse.

1. **En macro l’agrégation en secteurs institutionnels est loin de pousser à l’ouverture de la boite noire.**
2. **Le management est déjà né en entreprise mais non encore repris à l’échelle de l’économie**

**En management**

**L’entreprise est une organisation :**

1. **Concrète, ensemble d’éléments concrets (hommes, machines, terrains, etc.) & abstraits identitaires (histoire, culture, image, informations, etc.).**
2. **Dont l’affiliation peut être public (SA public et les EPI/C) ou privé ;**
3. **Structurée, composée de sous-système humains, matériels, bien d’interdépendance de ses composantes concrètes (hommes, machines, terrain, etc.) & abstraites (histoires, culture, image, informations, etc.) ;**
4. **Piloté par une personne ou une équipe (entrepreneur schumpetérien) qui exerce la régulation et le contrôle ;**
5. **Dont la production ou la servuction renferme généralement une certaine innovation même mineure (économie fondée sur la connaissance)**
6. **Vivante, entant qu’être juridique autonome (personnes morale) et entant que corps social (lieu de travail et de relations humaines, de pouvoir, de conflits, de concertation…) ;**
7. **Finalisée, exerçant une activité sociétalement utile (optique développement durable : environnement, emploi, répartition …) intimement liés à la mission pour laquelle elle a été créée (finalité). Généralement, sa mission au sens juridico-commerciale = générer de la valeur autour d’un projet = une entreprise c’est la classe 7 (vendre totalement au partiellement significatif) avec l’obligation de publication de états de synthèse ;**
8. **Transformant de manière processuelle jugée rationnelle et efficace des « ressources » qualifiés de rares (optique économie rationnelle). Les ressources sont généralement : travail (activité humaine, manuelle ou intellectuels) ;**
9. **Ouverte, baignant dans un environnement interne (sous-systèmes) et externe source de contraintes (optique stratégique) nécessitant la fixation d’objectifs datés et dynamiques (planification formelle ou informelle flexible) ;**
10. **Répondant à un ou plusieurs objectifs précis en relation avec les attentes des parties prenantes internes et externes.**
11. **Dont la survie dépend du potentiel de développement sociétalement : viable, vivable et écologique.**

* S2. Principales fonctions de l’entreprise

**Fonctions opérationnelles :**

1. Logistique interne = réception, stockage et affectation des moyens de productions (manutention, contrôle des stocks, envoi aux fournisseurs, etc.) ;
2. Production = transformations des moyens de production en produits finis (fabrication + méthodes + ordonnancement + entretien des machines, emballage, contrôle qualité,…) ;
3. Logistique externe = collecte, stockage et distributions physique des produits aux clients ;
4. Commercialisation et vente = gestion des commandes clients préparation des livraisons et expéditions, facturation, gestion des ventes, recherche commerciale, gestion du mix marketing (publicité, promotion, distribution, prix) ;
5. Services = activités associées à la fourniture de services visant à accroître ou à maintenir la valeur du produit, comme l’installation, la réparation, la formation, la fourniture de pièces de rechange et l’adaptation du produit.

**Fonction production :**

* **Que produire ? Bureau des études**
* Etude de fiabilité et mise en place du projet ;
* Conception du projet (réalisation d’une nomenclature du produit : décomposition en petits éléments).
* Comment produire ? Bureau des méthodes
* Réalisation de la gamme d’opérations ou contrat de phases sur la base de la nomenclature en tenant compte de l’équipement existant ;
* Détermination de l’organisation des postes de travail (cadence de production enchainement des tâches et groupement fonctionnel en ateliers).

**Quand et combien produire ? Bureau d’ordonnancement**

* Gestion des matières et des moyens humains et matériels et détermination des plannings de fabrication ;
* Coordination des approvisionnements avec les moyens techniques pour minimiser l’attente et les stocks ;
* Détermination du système de production (sur stock ou sur commande) et lancement de la production ;
* Contrôle de l’avancement des opérations et de la qualité et du respect des délais.

Modes de production (optique commerciale)

* Production à flux poussés ou pour le stock ou de l’amont vers l’aval :
* Production sur la base des prévisions de la demande finale ;
* Pilotage selon le système de planification ;
* Disponibilité immédiate des produits à la demande du client grâce à l’évitement des ruptures de stocks mais avec risque de sur stockage ;
* Répartition possible de la production dans le temps et possibilité d’ajustement temporaire des capacités de production ;
* Adaptation aux biens de grande consommation ou des biens à demande saisonnière
* Production à flux tendus ou à la commande
* Fabrication de composants ou produits à la demande du client interne et externe à partir de catalogue ou prototype ;
* Production sur la base d’un cahier des charges, un devis puis lancement suite confirmation de la commande par le client ;
* Gestion par l’aval grâce au juste à temps JAT obtenu grâce au Kanban « respect des délais »
* Evitement des stocks maîtrise des approvisionnements voir même « stock zéro » ;
* Vulnérabilité à toute perturbation au niveau logistique interne ou externe ou de fluctuation de la demande

Mode de production (optique processus)

* Production en continu (process shop) :
* Chaîne d’assemblage ajustable et rapide (automatisation) ;
* Produits peu différenciés et fabriqués en grande quantité ;
* Démarche qualité et entretien préventif nécessaires pour éviter le risque d’arrêt.
* Production en discontinu (job shop) :
* Souplesse du système de production ;
* Production en petites quantités ;
* Multiplicité des ordres de fabrication exigeant une forte flexibilité et un enrichissement des tâches et d’autonomie.

**Fonction commerciale**

* Concurrents (offre) :
* Concurrents directs (groupes stratégiques) ;
* Concurrents indirects (produits de substitution) ;
* Concurrents sur les autres marchés de MP ou de ressources ;
* Concurrents alliés (alliance stratégique, exp. Joint-venture, usage réseau de distribution) ;
* Opportunités stratégiques = espace concurrentiel non couvert.
* Clients (Demande) :
* Clients stratégiques : qui constituent la cible primordiale de la stratégie (prescripteurs, distributeurs, grossistes, parents, etc.) qui ne sont pas nécessairement des consommateurs finaux.
* Segments de marché : stratification de la demande en groupes de clients selon des critères de similarités-différences. Par exemple B to B ou B to C ou B to A
* Relations avec les clients : communication, publicité, promotion, prospection et/ou relance

**Fonctions de soutien**

1. Infrastructure = activités administratives indispensables au bon fonctionnement de l’ensemble, ces activités englobent : direction générale, planification, finance, comptabilité juridique, relations extérieures, audit, contrôle de gestion, gestion de la qualité, organisation et système d’information, veille stratégique, etc.
2. Gestion des ressources humaines = recrutement, rémunération, formation, développement des compétences, …
3. Développement technologique = recherche et développement directement liées aux procédés, aux processus, aux produits ou à des activités de soutien ;
4. Approvisionnement = achats des moyens de production.

**Fonctions ressources humaines**

* Gestion des ressources humaines (GRH) : ensemble des processus, activités et tâches nécessaires au traitement des questions quantitatives et qualitatives relatives aux ressources humaines.
* Trois grandes missions de la GRH :
* Acquisition des ressources humaines (recrutement) ;
* Stimulation (Rémunération, Mobilité, …)
* Développement (gestion de carrière, formation, etc.).

**Fonctions Résultats :**

* Performance économique =
* Coût de production le plus bas ;
* Utilisation efficace des ressources mesurée par la productivité des machines et des hommes ;
* Meilleure qualité possible ;
* Forte valeur ajoutée ;
* Chiffre d’affaires et bénéfice les plus élevés.
* Performance sociale =
* Versement des salaires satisfaisants ;
* Climat favorable au travail ;
* Respect des droits de l’homme.
* Performance sociétale =
* Préservation de l’environnement recyclage écotechnologie … ;
* Effort à l’employabilité et à l’emploi ;
* Paiement des impôts et taxes.

**Chapitre 2 : délimitation du concept de management**

**S1 : définitions management**

**S2 : management art ou science ?**

Définitions du management

**- Que disent les dictionnaires ?**

* Management vient de l’anglais to manage = manier, diriger, gérer, organiser, mener une affaire, etc
* Ce verbe dérivé de l’italien manegiare = dresser en cheval ;
* Issu de latin manus (mano, la main) ;
* Equivaut dans le vieux français aux verbes
* Manier : action d’employer, de diriger, d’administrer et de gérer
* Ménager = conduire son bien et sa fortune avec raison et jugement (dictionnaires de français)
* To manage (dictionnaire anglais- français) a un sens plus vaste :
* Pilotage => Diriger, administrer, gérer, mener, conduire, gouverner, tenir, manier
* Solution => dompter, mater, venir à bout, arranger, se tirer d’affaire, s’en tirer, s’arranger
* Gestion => maîtriser, manœuvrer, s’y prendre, se débrouiller, trouver moyen de, parvenir à
* Action => vers 1868-1870 le terme « management » sera utilisé en Angleterre pour définir la conduite d’une entreprise.
* Finalité => Le concept management, dans le monde des affaires, est utilisé pour décrire un ensemble de connaissances, Technique et compétences visant à optimiser le fonctionnement d’une organisation

**- Que disent les praticiens et les chercheurs ?**

Dimension stratégique

* Le management consiste à saisir les opportunités et les menaces de l’environnement, à identifier le forces et les faiblisses inconnues de l’organisation et développer les politiques et programmes pour atteindre les objectifs essentiels.

Dimension processuelle

* Le management est l’art de conduire, diriger une organisation (à but lucratif ou non lucratif) de planifier son développement et de la contrôler en mettant les ressources nécessaires (humaines, financières, matérielles et physiques) pour atteindre les objectifs escomptés (Bergeron, 1997).

Dimension scientifique-opératoire

* Le management a pour objet d’élaborer et de développer des concepts, des outils et des méthodes (COM) permettant une combinaison optimale (avec efficacité et efficience) des facteurs de production (Boyer, 2001).

Dimension performance-évolution

* Activité visant à obtenir des hommes, un résultat collectif, en leur donnant un but commun, des valeurs communes, une organisation convenable et la formation nécessaire pour qu’ils soient performants et puissent s’adapter au changement (Peter Drucker, 1998)

Dimension comportementale

* Le management est un acte caractérisé par l’aptitude à transgresser les contraintes d’un problème donné ou anticipé, afin de trouver une solution voulue et construite (recadrage de situation) (Lebaraty, 1992) ;
* Modification de tactique : logique don puis retour à l’échange marchand ;
* Changement de terrain : vols répétés en dépit des mesures prises par la direction puis circulaire responsabilisant tout le personnel d’être vigilant -> cessation des vols + lettre anonyme indiquant le coupable ;
* Recours au paradoxe : Déménagement entreprise plus loin et pour motiver le personnel (évitement résistance au changement et baisse productivité) proposition de promotion généralisée -> volontariat quasi-total + augmentation productivité
* **L’acte de management est essentiellement tourné vers les fins ;**
* **L’acte de gestion vers les moyens ;**
* **Au manager de trouver la clé d’entrée vers la finalité voulue, au gestionnaire de tracer, ensuite, le chemin le plus court ;**
* **Ce qui ne signifie pas que le premier néglige les processus et que le second ne se préoccupe pas des objectifs.**

S2 : management, art ou science ?

* Management moderne = discipline récent développé à partir du 20 ème siècle :
* Les premiers travaux avec Taylor ont fait évoluer les techniques d’analyse des opérations de la production.
* Les experts en management qui succéderont à Taylor ont élargi le champ d’analyse et d’application du management à toutes les organisations (publiques, associations, coopératives, …) et à toutes les fonctions (finance, marketing, etc.) autres que la production ou la fonction administrative

Dimension Scientifique

* Le management est une science sociale qui analyse le fonctionnement des organisations (comment elles marchent ? et optimisent ?).
* Cette science est :
* Finalisée car elle vide d’amélioration des performances des organisations étudiées.
* Appliquée car elle mobilise des savoirs et des savoir-faire produits par elle-même et par les différents domaines scientifiques (économie, psychologie, sociologie, mathématique, statistique, informatique, etc.),

Dimension opératoire

* Le management utilise des méthodes scientifiques d’observation et de calcul, pour cela il est un art :

1. Il fait souvent appel à des qualités intuitives, imaginatives et personnelles du manager d’où le caractère difficilement saisissable des facteurs humains qui concernent (BOYER, 2001) ;
2. Il signifie « gérer les contradictions » grâce aux techniques de direction et d’organisation. Ainsi il est une pratique regroupant un ensemble de savoir-faire technique et relationnels (Alecian et Foucher, 2002) ;
3. La pratique managériale précède la science tout à fait différemment de la physique et la chimie ou la science précède la pratique ou de la médecine ou science et pratique s’interpénètrent.

Le cercle art & science

* Le management est passé progressivement du domaine de l’empirisme (accumulation progressive des connaissances pratiques relatives à des situations concrètes) à la sphère du normatif (élaboration de règles, de méthodes destinées à apporter des solutions, plus au moins satisfaisantes, aux cas les plus fréquemment rencontrés).
* Plus précisément « l’art » a donné naissance à une science qui a contribué à l’amélioration de la pratique managériale.

**Chapitre 3 Environnement externe de l’entreprise**

**Sommaire**

**S1. Vision globale de l’environnement**

**S2. Environnement technique de l’entreprise**

**S3. Environnement institutionnel de l’entreprise**

S1. Vision globale de l’environnement

* L’étude de l’entreprise relève principalement de la microéconomie et du management.
* L’étude de l’environnement externe relève principalement de la méso et la macro économie et partiellement du management

=>l’étude de l’environnement de l’entreprise est au carrefour entre l’économie et le management

**Environnement externe mondialisé :**

* Complexe (nombre de variables et leurs interrelations) : économiques, sociales, culturelles, technique, juridiques. Politiques, structurelles, écologiques, et les interactions entre ces variables : mondialisation, progrès de l’information …
* Changeant (évolution des variables) : comme par exemple les progrès technologiques qui remet en cause sans cesse les modes de vie et de travail, et d’autres part, les aléas des crises économiques avec les besoins de rigueur qui en découlent.
* Incertain (difficulté de prospective) comme conséquence de la complexité et du changement de l’environnement.

**3 environnements externes de l’entreprise :**

* Macro-environnement = ensemble des tendances de la société entière.
* Méso-environnement = ensemble des acteurs capables d’influencer les relations économiques dans un secteur, une branche ou une filière.
* Microenvironnement = environnement de plus restreint, constitué des fournisseurs, clients, nouveaux entrants et produits substituts qui influencent directement l’entreprise et qui sont influençables par celle-ci.

**Les forces macro-environnementales immédiates ou lointaines sont source de menaces ou d’opportunités :**

* Menaces = tendance défavorable qui peut conduire, si aucune mesure corrective n’est prise, à la stagnation, à l’abandon forcé d’un produit ou même à la fermeture de l’entreprise ;
* Opportunités = occasion d’affaires qui peut se traduire par un avantage concurrentiel

**D’où l’intérêt pour l’entreprise d’instaurer un système de veille et d’alerte (rationalité limitée).**

**Quatre ingrédients mènent à un avantage concurrentiel national :**

* Disponibilité des ressources et des compétences. Le déploiement et la qualité des dotations factorielles sont plus importants que leurs stock dans le sens ou la pénurie conduit à l’innovation ;
* Plus le marché domestique est étendu et exigeant plus les entreprises locales consacrent plus d’attention au produit ou au service concerné que ne le font les entreprises étrangères ;
* Plus les industries locales de soutien sont compétitives, les entreprises de l’industrie (secteur) concerné que ne le font les entreprises étrangères ;
* Plus les industries locales de soutien sont compétitives, les entreprises de l’industrie (secteur) concernée bénéficient d’intrants innovants et seront plus rentables.
* Les modes l’organisation, les stratégies poursuivies et la passion sur les entreprises les poussent à innover et à investir (Rivalités).

S2 environnement technique de l’entreprise

**Fournisseurs**

* Maison mère = elle exerce le rôle de pilotage, l’orientation et de stratégie dans le cadre d’une multinationale ou d’un groupe ou holding
* Filiale = dépend toujours d’une maison avec laquelle elle entretient des relations d’échange de toute nature. Elle jouit de la personnalité juridique et dispose de son propre patrimoine néanmoins son état comptable vient se greffer aux états consolidées de synthèse du groupe.
* Succursale = extension géographique de la société principale, dotée d’une direction distincte jouissant d’une certaine autonomie et capable de commercer avec les tiers. Elle ne dispose pas de personnalité juridique et saurait donc avoir de patrimoine propre.
* Fournisseurs :
* Ils sont nombreux selon les besoins de l’entrepris en particulier ses processus de production ou de servuction.
* 4 catégories de fournisseurs :
* Matières premières, énergie et semi-produits ;
* Matériels, outils et fournitures ;
* Services (maintenance, agence communication, …) ;
* Ressources humaines (sociétés d’intérim).

**Distributeurs :**

* Tout organisme qui participe à la distribution, à la vente ou à la promotion des produits de l’entreprise auprès du client final.
* Les grandes entreprises disposent de leur propre réseau de distribution
* La montée de la grande distribution exerce une force sur les entreprises dans le sens de réduction des coûts, d’accroissement de la qualité et de concession de promotions.

**Prescripteurs :**

* Leaders d’opinion. Personnes qui à leur notoriété, image, statut social, profession, activités et/ou style de vie, sont à même de recommander une entreprise, une marque, u produit, et d’influencer un nombre plus ou moins important de consommateurs.
* Leur influence sera d’autant plus grande que leurs caractéristiques sociodémographiques seront proches des individus à qui destine leur message.

**Sous-traitants :**

* La sous-traitance prend diverses formes :
* Parcellisation d’une grande commande d’un donneur d’ordre et sa production chez plusieurs entreprises ;
* Externalisation (outsourcing) des activités non centrales : ménage, gardiennage, comptabilité, etc. ou de quelques activités entrant dans le processus de production (semi-produit)
* Externalisation de toutes les activités sauf l’approvisionnement, la R-D, l’audit et la commercialisation
* La sous-traitance, assure la concentration sur le cœur du métier et un certain partage des risques ;
* La sous-traitance, engendre une hiérarchie hors frontières de l’entreprise (réseau pyramidal de Toyota

**Actionnaires**

* Ce sont les détenteurs d’une part du capital social de l’entreprise représenté par les actions ou des titres négociables (obligations, billets de trésorerie, bons de sociétés de financement et certificat de dépôt) ;
* Ils sont présents dans trois types de sociétés commerciales : SA, SAS, SA ;
* Société anonyme ;
* Société anonyme simplifiée ;
* Société en commandite par actions.
* Bailleurs de fonds notamment les banques et les sociétés de financement.
* Besoins financiers de l’entreprise :
* Crédits d’investissement ;
* Financement de la trésorerie à court terme
* Financement en devises des opérations commerciales
* Crédits à l’export ;
* Placement et gestion de la trésorerie ;
* Introduction en bourse et conseils ;
* Gestion optimale des liquidités en devises ;
* Affacturage (gestion des créances et dettes de l’entreprise auprès de ses clients) ;
* Crédit-bail ;
* Cautionnement.

S3 environnement institutionnel de l’entreprise

Centres régionaux d’investissement

* Guichet d’aide aux investisseurs
* Procure les informations utiles pour l’investissement régional ;
* Etudie les demandes d’autorisations administratives ou prépare tous les actes administratifs des projets d’investissement < à 200 millions de dirhams.
* Guichets d’aide à la création d’entreprises
* Regroupe les différentes administrations concernées par l’acte de création : l’Office marocain de a propriété industrielle et commerciale, la direction régionale des impôts, le tribunal de commerce et le service de la légalisation ;
* Met à la disposition des créateurs un formulaire unique et accomplit les démarches pour recueillir auprès des administrations compétentes les documents ou attestations nécessaires à la création d’une entreprise.

Sécurité sociale :

* Tout employeur est tenu obligatoirement de procéder à son affiliation à la caisse nationale de sécurité sociale (CNSS), et d’y immatriculer ses salariés et apprentis. [www.cnss.ma](http://www.cnss.ma)
* Les taux de cotisation sont indiqués dans le tableau + taxe de formation professionnelle : 1.6% sur le salaire brut
* A titre facultatif l’employeur peut opter à un régime complémentaire la Caisse interprofessionnelle Marocaine de Retraite [www.cmr.ma](http://www.cmr.ma)

Médecine du travail :

* Les entreprises employant plus de 50 salariés ou dont l’activité peut générer une maladie professionnelle ont l’obligation d’aménager des services médicaux du travail.
* Les frais de fonctionnement de ces services sont à la charge de l’employeur.

Inspection du travail :

* La surveillance de la législation marocaine du travail est exercée par les inspecteurs de travail, ces derniers visitent les entreprises pour le contrôle de l’application des lois sociales et conditions de travail des salariés.
* Ils enseignent les employés des dispositions légales qui les concernent
* En cas de conflit, ils tentent de concilier des différends qui peuvent opposer travailleurs et employeurs.

Politique budgétaire :

Marchés publics, investissement

Public, fiscalité, subventions influencent la production, la dépense globale d’une économie et les décisions d’investissement du secteur privé.

Politique monétaire :

Le contrôle de la liquidité et la détermination d’un taux d’intérêt directeur ont un impact sur les conditions de financement des entreprises et leurs recours à l’autofinancement ou à la bourse.

Politique commerciale :

La réglementation tarifaire et non tarifaire et les accords de libre-échange impactent le volume des importations et des exportations.

Politique industrielle :

Les choix industrielles du gouvernement et l’appui apporter à certaines activités ou territoires orientent les décisions d’investissement des entreprises

Politique d’emploi :

Les encouragements et les programmes étatiques et la formation des ressources humaines sont autant de mesures ayant des retombées positives sur entreprises.

Politique sociale :

L’équité, les subventions aux pauvres et aux défavorisées, l’espérance de vie, la compensation, la redistribution sont de nature à renforcer la demande effective.

Politique du taux des changes

La réglementation des changes est fort déterminante de la position extérieur d’un pays sur le plan de la position extérieur d’un pays sur le plan de la balance des paiements (biens, services, capitaux) et des positions de changes des entreprises

**Agences et associations professionnelles :**

* Agence nationale de promotions de l’emploi et des compétences est une entreprise publique de service, qui apporte son appui aux employeurs pour réussir leurs recrutements et aux chercheurs d’emploi pour réussir leur insertion professionnelle. [www.anapec.org](http://www.anapec.org)
* Agence nationale pour la promotion de la petite et moyenne entreprise instrument opérationnel des pouvoirs publics créé en 2002 en matière de développement et d’appui des PME dans leur processus de modernisation compétitive. [www.anpme.ma](http://www.anpme.ma)
* Office marocain de propriété industrielle et commerciale tient registre nationaux des titres de propriété industrielle, les brevets d’invention, les dessins et modèles industriels, les indications géographiques et les appellations d’origine. Il tient également le registre central du commerce, sur lequel sont inscrites les entreprises personnes morales et personnes physiques ayant des activités commerciales sur le territoire national. [www.ompic.org.ma](http://www.ompic.org.ma)
* Confédération générale des entreprises au Maroc représente des entreprises de toutes tailles et de tous secteurs (industrie, commerce et services) sur l’ensemble du territoire, elle le principal interlocuteur des entreprises auprès des pouvoirs publics et des partenaires sociaux [www.cgem.ma](http://www.cgem.ma).

**Chapitre 4 : typologie des entreprises commerciales**

L’entreprise est une organisation économique qui a besoin d’un support, qui n’est autre que la société (être juridique). Cette dernière procure à l’entreprise une personnalité morale.

Dans certains cas l’entreprise reste confondue à son créateur dans ce cas on parle de personne physique

Les entreprises commerciales ont pour mission totale ou partielle la vente de biens et services.

Elles ont l’obligation comptable et la publication obligatoire des états de synthèse

Entreprises commerciales est le contraire de la société civiles qui n’effectuent aucun acte de commerce ;

Les entreprises commerciales selon la forme : SA, SAS ; SARL ; SCA, SNC, SCS ;

Les entreprises commerciales selon l’objet : toute société effectuent des actes de commerce reconnue pour ce juridiquement (coopérative de production et l’emploi, EPIC, GIE).

Les entreprises commerciales peuvent être classées également selon d’autres critères :

Classification par grand secteur :

Entreprise agricole : produit et commercialise (sans transformation) des biens issus directement de l’agriculture ou de l’élevage ;

Entreprise industrielle : elle transforme la matière première et vend de produit finis (ou intermédiaires) ;

Entreprise tertiaire : elle achète des biens qu’elle revend sans transformation ou fait de la servuction.

Classification par produit :

Entreprise par produit :

Entreprise de biens : revend un travail avec fabrication d’objet physiques ;

Entreprise de services : elle revend un travail sans fabrication d’objets physiques ;

Classification par taille

Critères quantitatifs

Critères qualitatifs

S1 entreprises commerciales par la forme

Société de capitaux : généralement les associés ne se connaissent pas et ils ne supportent les dettes sociales qu’à concurrence de leurs apports. La responsabilité est limitée au patrimoine de l’entreprise.

Société de personnes : se caractérisent par l’intuitu personae et la responsabilité solidaire est indéfinie particulièrement pour les dettes de l’entreprise

Sociétés intermédiaires : ayant à la fois les caractéristiques des sociétés intermédiaires : ayant à la fois les caractéristiques des sociétés des capitaux et celles des personnes

Sociétés de capitaux

Société Anonyme (SA)

Les associés, dénommés actionnaires en raison d’un droit présenté par une action ou un titre négociable (obligations, billets de trésorerie, bons de sociétés de financement et certificats de dépôt)

Le nombre d’actionnaires ne peut être inférieur à 5

Le capital minimum est de 3 millions de DH pour les SA faisant appel public à l’épargne et, 300000 DH dans le cas contraire

Appel public à l’épargne = plus de 100 actionnaires, cotation à la BVC ou placement des titres via des intermédiaires professionnels.

Peut être privée ou public (+50% ; 20 à 50% majoritaire / aux autres actionnaires pris individuellement ou en vertu des status et lois).

Société Anonyme Simplifiée (SAS)

Constituée entre personnes morales en vue de créer oou de gérer une filiale commune

Ou bien de créer une société qui deviendra leur mère commune

Socété à Responsabilité Limitée (SARL)

Une seule personne dite - associée unique – peut constituer la SARL « SARL-AU »

Le nombre maximum d’associés qui détiennent des parts sociales ne peut dépasser 50 personnes

Pas de min du capital social

Sociétés de personnes

Société en nom collectif (SNC)

Les associés ont tous la qualité de gérant et prennent les décisions stratégiques. Toutefois, ils peuvent nommer un d’eux à l’unamité ou choisir un gérant externe.

Capital variable sans minmum et en cas de changement sans référence au RC

Les parts sociales (titres) ne sont pas négociables

Imposition aux choix individuelle (IR) collective (IS)

La société prend fin par le décès de l’un des associés sauf s’il a été stipulé que la société continuerait, soit avec les associés seulement, soit avec un ou plusieurs héritiers, ou toute autre personnes désignée par les status.

Société en commandite Simple (SCS)

Constituée d’associés sommandités (apport en industrie = travail) et d’associés commanditaires (apport en numéraire ou en nature)

Les associés commandités sont tenus indéfiniment et solidairement des dettes sociales

L’associé commanditaire ne peut faire aucun acte de gestion et répond des dettes sociales seulement à concurrence de son apport

Société Intermédiaires :

Société en Commandite par Actions (SCA)

Le capital est devisé en actions

Elle est constituée entre un ou plusieurs commandités qui ont la qualité de commerçant et répondent indéfiniment et solidairement des dettes sociales, et des commanditaires qui ont la qualité d’actionnaires et ne supportent les pertes qu’à concurrence de leurs apports.

Le nombre des associés commanditaires ne peut être inférieur à trois (3).

Un associé commandité ne peut être membre du conseil de surveillance ni participer à la désignation des membres de ce conseil.

S2 entrerises commerciales par l’objet