

Glossaire Eco-Gestion

Capitalisation boursière

C'est la valeur de marché de l'ensemble des actions en circulation d'une société par actions. C'est donc le prix qu'il faudrait payer s'il était possible de racheter toutes les actions d'une société à leur cours de marché actuel.

Client captif

Client dont on sait, pour une raison contractuelle, légale, technologique, politique, douanière ou économique, qu'il reviendra nécessairement faire ses achats auprès de l'entreprise concernée. Il est l'exemple absolu du résultat d'une fidélité induite par un élément autre que la satisfaction et le souhait naturel d'être fidèle.

Cœur de métier

Métier de base, activité première d'une entreprise.

Croissance économique

La croissance économique désigne la variation de la production de biens et de services dans une économie sur une période donnée. La croissance d'une entreprise est l'augmentation du chiffre d'affaires, qui peut se faire par croissance externe (fusion-acquisition) ou par croissance organique (croissance interne).

Croissance externe

La croissance externe correspond à la modification des caractéristiques d'une entreprise obtenue par l'acquisition d'autres entreprises.

Croissance interne

Comme son nom l'indique, la croissance interne (ou croissance organique) est un processus endogène. Il résulte des seuls efforts de la firme sans qu'elle s'associe ou qu'elle se regroupe avec d'autres firmes. C'est l'augmentation des dimensions et le changement des caractéristiques de l'Entreprise obtenus par l'adjonction de moyens de production créés par l'Entreprise elle-même (notion de production immobilisée des comptables) ou achetés à l'extérieur (contrats commerciaux normaux).

Culture d'entreprise

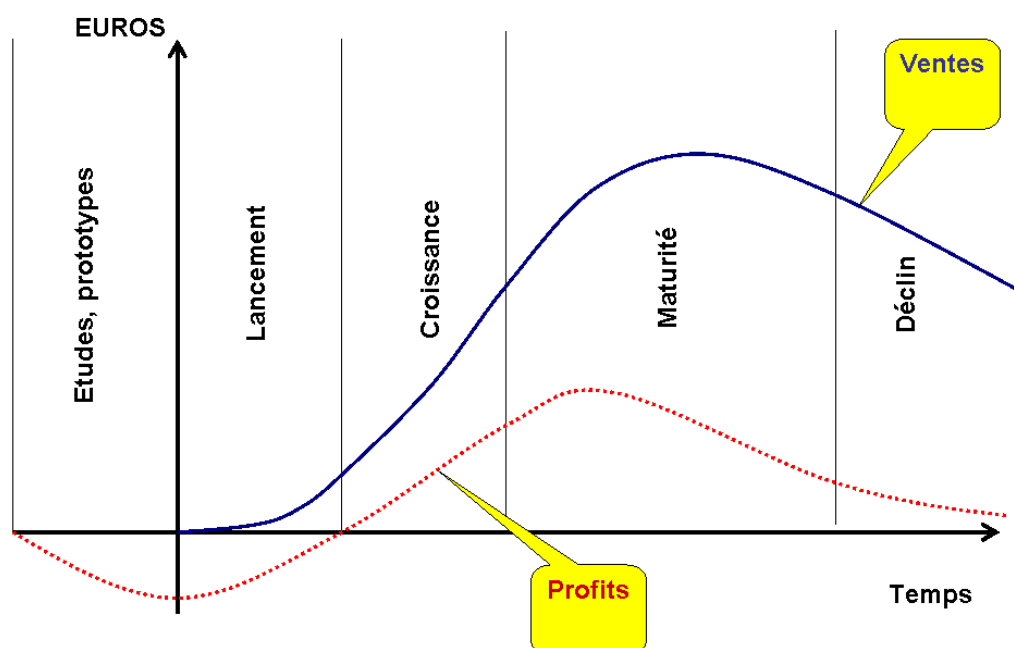
Ensemble des règles d'une organisation, des valeurs partagées, la manière commune d'aborder les problèmes et la manière dont elles doivent être véhiculées. Elles peuvent être inscrites dans une chartre.

Cycle de vie d'un produit

Succession d'étapes de commercialisation que traverse un produit dans le temps. Les produits passent généralement par cinq stades différents :

	Coût pour l'entreprise	Recettes de l'entreprise	Bénéfices/pertes pour l'entreprise	Prix du produit	Ventes du produit
Phase de développement	Importants	Nulles	Pertes	-	-
Phase d'introduction	Elevés	Faibles	Pertes	Elevés	Faibles
Stade de croissance	Réduits	Croissantes	Bénéfices croissants	Moyens	Croissance importante
Stade de maturité	Faibles	Importants	Bénéfices stagnants	En baisse	Importantes
Stade de déclin	Nuls	Moyens	Bénéfice en baisse	En baisse	En diminution

Le cycle de vie d'un produit



Délocalisation

La **délocalisation** économique est le transfert d'activités, de capitaux et d'emplois en des régions du pays ou du monde bénéficiant d'un avantage compétitif du fait :

- soit de coûts plus bas (main d'œuvre peu coûteuse, meilleur accès aux ressources naturelles, fiscalité et réglementation plus attractives) ;
- soit d'un pôle de compétence technologique, ou du moins de personnel compétent ;
- soit d'infrastructures mieux adaptées ou d'un environnement plus attrayant ;

soit d'un marché local assurant des débouchés plus vastes ou intéressants.

Diversification horizontale

Développer ou acheter des activités produisant des produits similaires à ceux de l'entreprise dans le but de diversifier les collections ou encore pour éliminer la concurrence (rachat).

Externalisation

L'**externalisation** désigne la décision prise par une entreprise de recourir à un prestataire extérieur, souvent dans une perspective de long terme, pour faire faire tout ou une partie d'une ou plusieurs fonctions.

Fusion-absorption

Opération de fusion ou d'acquisition à l'issue de laquelle une seule société conserve une personnalité juridique, l'autre société étant juridiquement dissoute après l'opération.

Gamme de produits

Ensemble des produits proposés par un producteur et appartenant à une même catégorie.

Industrie de prototype

Dans une industrie de prototype, le gros des coûts est concentré dans la production de l'original, du premier exemplaire, tandis que la reproduction de l'original implique un coût marginal extrêmement faible.

Par exemple, l'industrie du cinéma est bien une industrie de prototype puisque la majorité des coûts sont investis dans la réalisation du film. Les coûts de reproduction et distributions restent marginaux.

Innovation incrémentale

Opposée de l'innovation radicale, c'est l'amélioration graduelle et continue des techniques ou des produits déjà existants. Elle ne change pas fondamentalement la dynamique d'une industrie, ni ne requiert un changement de comportement des utilisateurs finaux. Elle est souvent le fruit de la volonté de l'entreprise de conserver son avance technologique sur ses concurrentes. C'est l' "amélioration de produit" d'un produit déjà existant.

Intégration verticale

Propriété et contrôle de toutes les phases de la conception d'un produit, de la production des matières premières à la vente.

Par exemple, l'entreprise Hermès fabriquant des sacs détient à la fois ses tanneries et ses boutiques.

Investissement

L'investissement est une acquisition par l'entreprise de moyens de production qui viennent remplacer et/ou accroître le capital productif. C'est une variation du capital. Il fait augmenter le capital, c'est pour cela que l'on dit que c'est un flux.

Exemple : Free a décidé d'investir dans son propre réseau plutôt que de dépendre de France Télécom et de voir augmenter ses dépenses opérationnelles.

Largeur de gamme

Nombre de produits, au sein d'une même gamme, proposant des fonctions d'usage différentes.

Exemple : Un fabricant de produits laitiers propose la gamme de produits "Yaourt". Cette gamme est composée de plusieurs lignes : la ligne "Yaourt nature", la ligne "Yaourt aux fruits", la ligne "Crème dessert". La largeur de la gamme est donc de trois.

Merchandising

Ensemble de techniques visant à favoriser l'écoulement d'un produit dans le commerce par un travail sur la présentation en magasin de celui-ci.

Plus généralement, ce sont des méthodes ou des pratiques pour promouvoir et soutenir la vente.

Modèle économique

C'est la manière affichée et promue par une entreprise pour réaliser ses affaires, elle énonce comment une entreprise gagne de l'argent en précisant où et comment elle se positionne dans son ou ses marchés -> résume l'organisation de l'entreprise.

Profondeur de gamme

Nombre de produits similaires, ayant pour seule différence de s'adapter aux besoins des consommateurs. Cela correspond souvent à une déclinaison des options et des prix.

Exemple : Une ligne "Yaourt aux fruits" propose plusieurs modèles : le pack de 4 yaourts à la pêche, le pack de 4 yaourts à la fraise, le pack de 8 yaourts aromatisés aux fruits. La profondeur de gamme est donc de trois.

Relocalisation

La **relocalisation** économique désigne un changement d'implantation géographique de tout ou partie des activités d'une entreprise qui a pour objectif de rapprocher les lieux de production de ceux de consommation.

SAOS (Société Anonyme à Objet Sportif)

Société anonyme issue d'une association et affiliée à certaines fédérations sportives. Elle participe habituellement à l'organisation de manifestations sportives payantes. Elle possède des recettes d'au moins 1 200 000 € et présente des rémunérations de sportifs d'au moins 800 000 €.