

# Première étape : prise de conscience



Brochure « 7 règles d'or pour saboter sa succession »  
Règle n° 2 : Croire que tu as tout le temps

La CVCI, en collaboration avec des sociétés spécialisées dans tous les aspects de la transmission d'entreprise et des entrepreneurs qui ont franchi cette étape, a proposé, au cours des douze derniers mois, une série d'ateliers sur ce thème.

LeJournal de la CVCI revient sur ces ateliers en publiant sept fiches qui synthétiseront les points forts mis en évidence par les participants.

Pour un entrepreneur, la tête dans le guidon et dans la force de l'âge, il est souvent difficile de prendre conscience qu'il n'en sera pas toujours ainsi et qu'il doit préparer une phase stratégique pour son entreprise: son passage de témoin! Jean-Daniel Carrard, fondateur de JDC Électronique qui réfléchit à sa propre succession, précise « Il y a trois étapes importantes dans la vie d'un entrepreneur: la création de son entreprise, son développement et sa pérennisation. Je peux considérer que les deux premières étapes se sont déroulées avec succès. Pour ma sérénité, il est nécessaire de réussir la troisième dans les meilleures conditions. C'est un challenge de plus, qui n'est pas facile de relever. »

Alors, quand faut-il commencer à penser à sa propre succession? Les ateliers « Transmission d'entreprise » de la CVCI nous ont permis d'identifier trois éléments déclencheurs: le marché, l'âge du propriétaire et sa motivation. Cherche-t-il une succession familiale, la pérennité de son entreprise ou un profit maximum?

Transmettre son entreprise est une étape stratégique capitale pour une vie professionnelle aboutie. C'est le fruit d'un long processus, mais il faut y réfléchir dès le début. D'après Bernard Sottas, de Sottas SA, « Il faudra lâcher son entreprise un jour. Il faut en être conscient dès le départ, à fortiori s'il s'agit d'un produit de niche. » Par conséquent, bien transmettre c'est d'abord rendre son entreprise transmissible. Ce processus prend du temps et plusieurs arguments justifient une planification à moyen, voire long terme:

1. Il faut se mettre au courant de ce qui se passe sur le marché: quelle est la stratégie des concurrents, des clients, des fournisseurs en matière de Fusions & Acquisitions?

2. Organiser l'entreprise en ne se mettant pas au centre de tout, reconnaître ses limites personnelles (son âge, par exemple) et les limites de l'entreprise (taille, position sur le marché, efficacité, collaborateurs) et ne pas tout confondre!
3. Avoir mis en place une dynamique positive. Idéalement, la transmission devrait être associée à un projet de renouveau pour l'entreprise, une dynamique de croissance. L'entreprise n'est pas un objet statique. Et pour trouver un repreneur, il est préférable de proposer un projet qui va de l'avant, une « entreprise en marche », plutôt qu'un « objet à vendre ».

Dans cette première étape de prise de conscience, comme dans le reste du processus de transmission, toute la difficulté consiste à garder un regard objectif. C'est dans cette optique que l'intervention d'une personne extérieure, qui n'a pas d'émotion particulière envers l'entreprise, peut être un apport intéressant pour le patron.

En conclusion, tant pour maximiser le prix de son entreprise que pour en assurer la pérennité, nous ne pouvons qu'abonder dans le sens de Bernard Sottas: « On ne doit pas vendre l'entreprise quand on n'en peut plus. Il faut qu'elle soit en pleine vitesse pour passer le témoin, comme lorsqu'on passe une vitesse supérieure sur une voiture. » ■

Clovis Chollet

**DIMENSION**  
ÉVALUATIONS ET TRANSMISSIONS D'ENTREPRISES