Conseil économique et social de la Région Ile-de-France

SYNTHESE DU RAPPORT

TRANSMISSION REPRISE DES TRES PETITES ENTREPRISES DU SECTEUR MARCHAND EN ILE-DE-FRANCE

Rapport présenté par Marcel De Proost
au nom de la commission de l'emploi et du développement économique
(11 janvier 2007)

INTRODUCTION

Au moment où toute une génération de chefs d'entreprise s'apprête à partir en retraite, la transmission reprise revêt une acuité particulière. Il s'agit d'éviter, par le maintien des activités dans la région, une perte de savoir faire et la destruction de valeur. A condition que ces entreprises soient économiquement viables. C'est une réalité mal identifiée, l'appareil statistique n'étant pas en mesure d'estimer précisément le nombre d'entreprises à céder d'ici cinq à dix ans. L'analyse de ce marché s'avère cependant possible dès lors que l'on prend en compte des facteurs sociaux et culturels**.** Celui-ci est traversé par diverses logiques car naît d'une rencontre entre des personnes dont les parcours et les expériences sont différents, donc leurs objectifs peuvent diverger

Le rapport du CESR cerne les particularités des repreneurs et des cédants des TPE du secteur marchand, est organisé de façon à bien appréhender le processus de la transmission reprise, à identifier le rôle et la place des acteurs publics et privés de l'intermédiation et à saisir la politique régionale au travers de ses dispositifs, de ses moyens financiers et de sa pratique. Une façon de permettre au CESR de concourir, par ses préconisations, à « l'administration de la Région ».

Chapitre 1 : L'économie générale de la transmission reprise

Saisir le processus de la transmission reprise implique d'en cerner les contours économiques, d'en décrire le fonctionnement, ainsi que les aspects juridiques et financiers.

1.1 – Le marché de la transmission reprise des TPE

Malgré la difficulté du cadrage statistique, nous pouvons émettre l'hypothèse (en prenant l'âge comme critère classant) qu'en Île-de-France, 92% des entreprises identifiées comme potentiellement à « vendre » sont des TPE. Ce qui représente un stock de 200 000 entreprises employant 500 000 salariés.
Mais aborder la question du flux des entreprises à céder en ne retenant comme seul critère l'âge des cédants n'est pas suffisant. Il faut aussi tenir compte :

- des entreprises n'ayant aucun salarié, plus difficilement cessibles ;
- des entreprises qui ne pourront pas générer de résultat suffisant au remboursement de la dette liée au rachat ,
- des entreprises dont l'activité attire peu de repreneurs,
- du fait que les dirigeants qui partent à la retraite ne représentent que 60 % des cédants,
- des entreprises que les dirigeants ne souhaitent pas transmettre,
- des entreprises dont l'activité se prête peu à la reprise, comme le conseil,
- des réticences des marchés et des individus au risque.

D'autres facteurs entrent en jeu dans les perspectives du marché, telles que les évolutions économiques conjoncturelles qui jouent (à la baisse ou à la hausse) sur le prix des reprises, et structurelles qui avec le papy boom va entraîner une augmentation structurelle des cessions.

1.2 – Les composantes et le fonctionnement du marché

Trois regards (celui de l'APCE, d'OSEO bdpme et de l'ORIFF) qui s'entrecroisent et présentent la multiplicité des situations, des pratiques, des logiques.
Il en ressort l'existence d'un marché :

- **fortement segmenté** : le marché des commerces est très organisé, maillé par un grand nombre d'agences ; celui de l'artisanat, de la construction, de l'industrie, des services aux entreprises et de la construction s'inscrit dans une logique de métiers ; le marché des métiers de bouche mais aussi celui de la coiffure qui appartiennent au groupe fonds de commerce sont très régulés ; etc.
- **morcelé et composite** où les choix et les orientations des cédants et des repreneurs sont déterminés par leur histoire, histoire qui fonde leurs pratiques et leurs comportements et dont il faut saisir les trajectoires et intégrer la dimension générationnelle pour agir à bon escient.

De ces tranches de vie découlent les attentes, les représentations qui s'incarnent dans un projet et s'expriment sous une forme souvent affective car le cédant vend son passé et le repreneur achète son avenir. Une forme qui est toujours subjective par manque d'éléments comparatifs.

1.3 - Les aspects juridiques, fiscaux et financiers

- le cadre juridique et fiscal

La TPE est le plus souvent, notamment quand il s'agit d'une entreprise artisanale ou de profession libérale, une affaire en nom propre. Mais on trouve aussi des sociétés, à responsabilité limité ou en nom collectif.
Pour la transmettre, les possibilités les plus courantes sont :

- la vente du fonds qui correspond à la vente globale (devant notaire) des divers éléments d'exploitation du fonds et soumis à un droit d'enregistrement ;
- la location gérance, qui peut s'analyser comme une étape intermédiaire à la reprise, est un contrat de location sous la forme d'un bail et moyennant le versement d'une redevance ;
- l'achat d'actions sur la base d'un prix fixé, après accord entre les parties, dans un contrat de vente des titres de la société et soumis à un droit d'enregistrement ;
- la cession à titre gratuit, qui peut être consentie au profit du conjoint (donation entre époux) ou au profit des enfants (donation partage) est soumise à une fiscalité particulière.

- les lois de 2003 et de 2005

La loi (de 2003) pour l'initiative économique a la double ambition de favoriser la création et le développement des entreprises. Celle (de 2005) en faveur des PME a pour principal objectif de favoriser l'emploi, le développement et la transmission des entreprises.

- les instruments financiers

Les repreneurs ont à leur disposition plusieurs instruments financiers pour concrétiser leur projet. Ils peuvent prendre la forme de prêt d'honneur, de subvention ou de partage du risque bancaire. Bien souvent, ces dispositifs s'adressent aussi bien aux créateurs qu'aux repreneurs d'entreprises, en dehors de l'aide à la transmission reprise d'entreprises artisanale financée par la Région d'Ile-de-France.

Chapitre 2 – Les acteurs et l'intermédiation

Connaître les cédants et les repreneurs est indispensable pour ceux qui assurent leur mise en relation. Une connaissance qui introduit la nécessité d'actions différenciées selon les publics et leurs caractéristiques.

2.1 - Le profil et les attentes des cédants et des repreneurs

- les cédants

Céder son entreprise est un acte entraînant des effets d'ordre économique, social et psychologique. Ceci est d'autant plus vrai que le cédant d'aujourd'hui est celui qui a créé ou hérité de l'entreprise qu'il dirige. Une décision prise trop souvent tardivement (43% des artisans âgés entre 60 et 64 ans) même si le départ à la retraite n'en est pas l'unique cause. En effet, une enquête de l'IFOP montre que ce projet répond à de multiples motivations : pour préparer sa retraite (59%), du fait de la conjoncture économique (11%), pour changer de secteur d'activité (10%), pour développer et pérenniser l'entreprise (7%), pour constituer un patrimoine financier (3%).

Près de 9 cédants franciliens sur 10 sont des hommes confrontés à la difficulté de trouver un repreneur car leur priorité est de trouver une personne physique qui connaît bien le fonctionnement de l'entreprise ou du secteur. S'ils sont sereins, ils craignent cependant : de ne pas trouver le bon repreneur, les lourdeurs administratives et juridiques, de ne pas vendre leur entreprise à sa valeur.

- *les repreneurs*

En Île-de-France, plus d'un repreneur sur deux a entre 30 et 45 ans, deux tiers d'entre eux sont peu diplômés (62% ont un niveau inférieur au bac) mais bénéficient d'un entourage familial. Près de 70% d'entre eux exerçaient auparavant une activité, le plus souvent en tant que salarié. Femme ou homme ils ont un désir fort d'indépendance, ont le goût d'entreprendre et ne sont nullement influencés par leur entourage. Une façon pour eux de garantir leur emploi en développant une entreprise.
Pour le repreneur, racheter une entreprise est un investissement, il cherchera donc à la moderniser et à la développer. Du coup sa stratégie consiste à entrer dans l'entreprise à un poste de responsabilité car ainsi il évite les écueils et positionne favorablement l'entreprise rachetée. Ajoutons que seulement 3% d'entre eux ont repris une entreprise avec l'aide d'un organisme de soutien et moins de 5% avec un membre de l'entreprise (enquête SINE – INSEE).

2.2 – Les intermédiaires privés et publics

Les protagonistes de l'intermédiation peuvent se scinder en deux groupes :

↳ les *acteurs « publics »* agissant souvent avec des acteurs privés pour des besoins spécifiques. On y trouve notamment les compagnies consulaires, les collectivités locales et leurs émanations, les associations d'aide financées essentiellement par les pouvoirs publics, les organisations professionnelles. Ils ont développé des actions et des outils qui couvrent les différentes étapes de la transmission.

↳ les *acteurs « privés »* agissant habituellement au titre d'un cédant ou d'un repreneur. Sont présents dans ce groupe, les experts comptables, les centres et associations de gestion agréés, les avocats, les notaires, les banques, les consultants, les agences de biens, les sociétés de presse spécialisée, les associations comme le CRA (Cédants et Repreneurs d'Affaires). Ces acteurs interviennent à différents stades d'une opération de transmission reprise en fonction de leur métier.

Les modes d'action proposées
Leurs actions sont localisées sur un territoire ou ciblées sur un secteur d'activité. Elles s'adressent soit au cédant, soit au repreneur et s'inscrivent dans les différentes phases de la transmission reprise d'entreprise. Qu'il s'agisse des actions :

- de sensibilisation et d'information,
- de formation,
- de rapprochement cédant/repreneur,
- d'accompagnement,
- d'évaluation et de montage financier.

Chapitre 3 – La politique régionale actuelle

Considérant que la transmission reprise constitue « un enjeu majeur de politique publique », la Région a cherché, dès le début des années 90, à répondre par la mise en place de plusieurs dispositifs. Elle dispose « aujourd'hui d'une gamme d'outils permettant de soutenir la transmission reprise sous toutes ses formes ».

3.1 – les aides au repreneur et au cédant d'entreprise

L'appui de la Région d'Île-de-France s'exprime sous la forme de trois types d'aide.

- **Les aides à l'accompagnement** qui comprennent :
  - *le Fonds d'aide au conseil* (FRAC) mis en place avec le soutien de l'État et dont l'objectif est d'apporter un conseil favorisant la transmission ;
  - *le dispositif Cap Entreprise « reprise »* propose au repreneur (salarié, chômeur, jeune chef d'entreprise) un programme d'accompagnement associant diagnostic, formation, conseil ;

- *le dispositif Cap entreprise « cession »* aide le dirigeant à céder son entreprise par une préparation « suffisante » et une démarche « appropriée » ; il s'agit d'un dispositif expérimental qui s'avère important par la prise de conscience précoce qu'il permet.

- **Les aides au financement** qui visent :
  - *Les PME et PMI à potentiel* en instaurant un fonds régional de garantie (en partenariat avec OSEO) susceptible d'étendre la garantie et de diminuer la charge de remboursement ;
  - *L'artisanat, le commerce, les TPE et les Métiers d'Art* en instaurant un fonds régional de garantie (avec SOCAMA et SIAGI) permettant l'accès au crédit ;
  - *Les petites entreprises et jeunes PME* (en partenariat avec la Caisse des dépôts) facilitant l'accès à des prêts d'honneur en vue d'accroître l'intervention des banques.

- **L'aide spécifique à la transmission reprise d'entreprise artisanale** :
  - *l'aide à la transmission* a pour objet l'évaluation de la qualité financière de l'entreprise en vue des négociations futures et de son accès à la bourse régionale de la CRMA ;
  - *l'aide à la reprise* cherche à favoriser l'obtention d'un prêt et conforter l'avance de trésorerie, notamment quand il s'agit d'un salarié de l'entreprise cédée.

3.2 –Résultats obtenus, impact et diagnostic

Un quadruple constat s'impose :

l'existence d'un décalage entre les acteurs institutionnels et les repreneurs, les cédants .

La multiplication des obligations techniques et administratives obère l'efficacité des dispositifs et génère l'existence de spécialistes au détriment des utilisateurs ;

le chevauchement des interventions et le croisement des financements rendent difficile l'appréciation du champ et du niveau de responsabilité des acteurs de l'intermédiation ;

l'effet démobilisateur (pour ne pas dire repoussoir) des procédures de contrôle qui peuvent cependant être légitimes dès qu'il s'agit de fonds régionaux et européens.

Cependant, compte tenu du chemin parcouru, l'analyse n'est pas entièrement négative. La période a vu la mise en place d'un environnement financier et d'outils de financement et une politique régionale dédiée qui n'est pas mise en cause dans son principe dans la mesure où la transmission reprise est l'une des composantes essentielles d'un aménagement et d'un développement harmonieux des territoires. Mais elle n'est pas simple à mener car elle constitue un défi à la fois microéconomique et macroéconomique.

Les propositions

1 – Mettre en place une fonction « observatoire de la transmission reprise »

Compte tenu des enjeux et des difficultés à cerner et analyser le marché, la mise en place d'une fonction « observatoire de la transmission reprise » est indispensable. Elle serait assumée en partenariat avec les parties concernées et avec les divers capteurs et producteurs d'information.

2 – Positionner correctement la place et le rôle de la Région

Une problématique globale permettrait de redéfinir les niveaux territoriaux d'intervention ; de distinguer un niveau stratégique d'un niveau de mise en œuvre ; de mettre en place des processus assurant la cohérence de l'ensemble et des formes de coopération entre les acteurs ; d'élaborer un schéma d'intervention appropriée.

3 – Construire des outils de suivi, de mesure et d'évaluation de la politique régionale

La politique dédiée n'échappe pas à l'obligation d'une évaluation systématique des actions engagées. Une évaluation notamment des actions passées qui permettrait de mesurer l'impact des orientations prises ; de mettre en lumière les facteurs explicatifs des résultats obtenus ; de fournir les éléments pour définir les conditions d'une nouvelle politique.

4 – Organiser la communication sur cette thématique

Une nécessité qui passe par des campagnes annuelles en direction de tous les acteurs et l'intégration de cette thématique dans des salons comme « l'étudiant » ; de favoriser la prise de conscience précoce du dirigeant de la nécessité de céder son entreprise ; d'impliquer les salariés dans le processus de façon à augmenter les chances de réussite ; de promouvoir la reprise par les salariés notamment du secteur des métiers.