

Les 4 règles d'or de la reprise



Devenir patron, un Français sur cinq en rêverait, selon un sondage Ifop publié en 2006. Pour passer à l'acte, la reprise d'entreprise apparaît souvent moins risquée que la création. Et pour cause : 75 % des entreprises existent encore cinq ans après leur reprise, contre moins de 60 % après leur création. Qui sont les femmes et les hommes qui passent à l'acte ? Quelles sont les clés de la réussite ? Quatre pistes pour y voir clair.

01. Qui sont les repreneurs ?

Contrairement à certaines idées reçues, les repreneurs ne sont pas plus vieux que les créateurs. L'âge moyen du nouveau chef d'entreprise est le même (38,7 ans) dans les deux cas. En revanche, *plus l'entreprise à reprendre fait appel à une expérience technique, plus les candidats sont âgés. Ainsi, 64 % des repreneurs dans l'industrie (entreprises de 3 salariés et plus) ont plus de 40 ans.* Fait notable : les femmes sont plus tentées par la reprise que la création ! Elles représentent 36 % des repreneurs, contre 26 % des créateurs. « Pour une raison simple : elles sont nombreuses dans les petites reprises, souvent des fonds de commerce » explique **Yannick Hoche**, expert de la reprise d'entreprise à l'**APCE**. Dans ce type d'opérations, ce sont souvent des employés qui passent à l'acte. Pour les reprises plus importantes (+ de 3 salariés) ce sont les cadres qui dominent. Ces rachats plus importants attirent également les entrepreneurs : 42 % des repreneurs ont déjà une expérience de reprise à leur actif.

02. Avant de passer à l'acte...

« Plus qu'un projet professionnel, la reprise est un projet de vie. Il est donc indispensable d'avoir le soutien de ses proches avant de se lancer ». **Martine Story**, directrice générale d'**Althéo**, un cabinet d'accompagnement pour repreneurs, est formelle : la reprise d'entreprise se prépare très en amont. Avec sa famille, mais aussi des spécialistes de la question. Il est indispensable également de faire le point sur les fonds dont on dispose, et d'avoir un accord de principe de sa banque. Il faut également se préparer à trouver des partenaires en capital investissement si l'affaire dépasse les 2 millions d'euros.

03. Les bons interlocuteurs.

Parmi les adresses incontournables, les **Chambres de commerce et d'industrie** et les **Chambres des métiers**. À la fois pour bénéficier de conseils, mais aussi de fichiers (payants) d'entreprises à reprendre. Si le projet vise des entreprises de 20 à 200 salariés, l'idéal est de rejoindre l'association **Cédants et repreneurs d'affaires** (CRA). Dans tous les cas, indispensable de s'informer en amont, pour bien comprendre comment se passe une reprise. Bon nombre de sites proposent des fichiers d'entreprises à reprendre. « Il faut les consulter pour avoir une idée de l'offre, et rester conscients qu'ils n'apportent pas de garanties sur les informations diffusées » met en garde Yannick Hoche, de l'APCE.

04. Les qualités indispensables.

Un mot d'ordre : savoir manager. « On ne s'improvise pas chef d'équipe, il faut en avoir fait l'expérience avant de se lancer » s'accordent les experts. Tout en ayant conscience de la réalité : le chef d'entreprise doit savoir changer d'échelle et accepter de mettre les mains dans le cambouis. Rien à voir entre un poste de directeur commercial dans un grand groupe du Cac 40 et un statut de patron de PME. L'autre qualité indispensable est de savoir bien s'entourer pour trouver à l'extérieur les ressources dont on ne dispose pas en interne : un bon comptable, un bon avocat... Sans oublier d'intégrer des réseaux (anciens d'école, CRA...). « Le candidat-repreneur est plus exposé que le cadre d'un grand groupe, protégé par un service juridique. Son parapluie, c'est son réseau... » estime **Yannick Hoche**. Le petit plus ? Un esprit sportif, selon **Martine Story**, d'Althéo. « La reprise, c'est quatre courses à la fois : un Marathon, pour l'endurance, un sprint, par rapport aux concurrents, une course d'obstacles, mais aussi une course d'orientation : indispensable de sortir des sentiers battus, d'être imaginatif, pour se différencier de ses concurrents ».