

1. An introduction to Business Exit Planning

1. Les Nemethy Published Online: 6 DEC 2011 DOI: 10.1002/9781118267837.ch1

Copyright © 2011 Les Nemethy. All rights reserved.

Book Title



Business Exit Planning: Options, Value Enhancement, and Transaction Management for Business Owners

Les Nemethy's **BUSINESS EXIT PLANNING** is a page turner for this reader. In the course of my work as a trial attorney with emphasis on business valuation, I have found Mr. Nemethy's concise, easily understood and elegantly simple explanations of complex principles to be a valuable arrow in my quiver of persuasion.

Planification de sortie

Un article de Wikipédia, l'encyclopédie libre
Aller à: [Navigation](#) , [Rechercher](#)

La planification de sortie est la préparation à la sortie d'un [entrepreneur](#) de sa société pour maximiser la [valeur d'entreprise](#) de la société dans une transaction de [fusions et acquisitions](#) et donc sa [valeur pour actionnaire](#) , bien que d'autres objectifs non financiers puissent être poursuivis. la prochaine génération, la vente aux employés ou à la direction ou d'autres

objectifs altruistes et non financiers. ^[1] La planification de sortie diffère de la planification de la [relève](#) en ce qu'elle est une sous-composante de la planification de sortie et fait référence à l'embauche, à la formation et à la rétention d'un successeur président / PDG de l'entreprise. ^[2] La planification de la relève n'est qu'une des nombreuses considérations à prendre en compte lors de la planification de la sortie. ^[3] Les propriétaires d'entreprise ne voient généralement pas leur entreprise du point de vue d'un acheteur potentiel et ignorent ainsi la gestion stratégique de l'entreprise. ^[4]

Cependant, d'autres auteurs définissent la planification des sorties dans un sens plus large. Par exemple, Business Exit Planning est le processus de définition explicite des objectifs de sortie pour le (s) propriétaire (s) d'une entreprise, suivi de la conception d'une stratégie globale et d'une feuille de route prenant en compte tous les aspects personnels, commerciaux, financiers, légaux, et les aspects fiscaux de la réalisation de ces objectifs, habituellement dans le contexte de la planification de la relève de la direction et de la continuité d'une entreprise. Les objectifs peuvent inclure maximiser (ou fixer un objectif pour) le produit, minimiser le risque, fermer une transaction rapidement, ou choisir un investisseur qui fera en sorte que l'entreprise prospère. La stratégie devrait également prendre en compte les éventualités telles que la maladie ou la mort. ^[5]

Les propriétaires d'entreprise ne voient généralement pas leur entreprise du point de vue d'un acheteur potentiel et ignorent ainsi la gestion stratégique de l'entreprise. Pour atteindre les résultats souhaités, les propriétaires d'entreprise concentrent souvent leur attention sur la planification des sorties depuis le début de l'investissement, afin de préparer adéquatement les ventes commerciales et financières, utiliser efficacement l'option de rachat, commercialiser leurs activités plus largement, utiliser des intermédiaires et obtenir l'appui de la direction ^[6]. Une valeur significative est perdue en raison d'une absence ou d'une planification de sortie inadéquate. Environ 30% des entreprises seront transférées à un membre de la famille d'une manière ou d'une autre, 18% ont l'intention de vendre à leurs employés, et beaucoup seront simplement fermés. ^[7] Jusqu'à un tiers des entreprises fermées ont réussi à mettre fin à leur activité ^[8]

Les trois sources de valeur de l'entreprise dans une entreprise sont d'une part la valeur de ses actifs corporels et d'autre part la valeur de son [capital intellectuel](#) (actifs incorporels), qui comprend [le capital humain](#), [le capital relationnel](#) et le [capital structurel](#) (y compris les sous-composants capital d'innovation et capital de processus). La valeur d'une [entreprise de marché intermédiaire](#) et d'une entreprise de [marché intermédiaire inférieur](#) provient principalement de son capital relationnel, plus précisément de ses relations avec la clientèle. ^[9] ^[10] [PME](#), aussi appelées créer du capital d'innovation (faisant partie du capital structurel). ^[11]

La plupart des petites et moyennes entreprises font appel à une [banque d'investissement](#) spécialisée pour commercialiser leur entreprise dans le cadre d'une opération de fusion et d'acquisition auprès d'acheteurs potentiels. Certaines banques d'investissement offrent également une préparation à la planification des sorties, tandis que certaines sociétés d'experts-conseils offrent un ou plusieurs des services nécessaires à la planification des sorties, comme [les ressources humaines](#), dans le cadre de la planification de la relève.

[Les groupes de capital-investissement](#) sont des acquéreurs communs d'entreprises du [marché intermédiaire](#), que ce soit en tant que [sociétés de plate-forme](#) ou en tant que [qu'acquisitions](#) additionnelles ou complémentaires.

En plus des aspects commerciaux, des considérations personnelles doivent être prises en considération, y compris des considérations sur les droits de succession, l'impôt sur les gains en capital ou d'autres taxes.