

K. CHIHA

*Gestion
et
Stratégie*

Financière

Marché

Liquidité

Rentabilité

Croissance

Stratégie

- ▶ Facultés d'économie et de gestion
- ▶ Ecoles de commerce
- ▶ Ecoles privées de gestion
- ▶ Instituts spécialisés de la formation professionnelle



Cet ouvrage expose une réflexion visant l'introduction de la stratégie dans la vie financière de l'entreprise.

Aujourd'hui, les mutations profondes de l'environnement financier imposent de façon impérative l'utilisation d'outils de gestion performants répondant d'avantage au souci majeur des dirigeants d'entreprises dans la formulation des stratégies financières leur permettant de faire face aux contraintes imposées par cet environnement.

L'approche financière classique doit être complétée par l'analyse stratégique dans un but de répondre aux préoccupations actuelles tant des institutions de formations que des entreprises.



Khemissi CHIHA
Docteur en gestion
Maître de conférences
A l'université d'Alger
Directeur général de
L'Institut de Finances
et Management -Alger

للطباعة والنشر والتوزيع العراييز
34 حي الاستعداد - بورد بوع - العراييز

دار
شومما

الهاتف : 021 94 19 36 021 94 41 19
الفاكس : 021 94 17 75 021 79 91 84

ردمك : 9789961669624 ISBN :



9 789961 669624

www.editionshouma.com
e-mail: info@editionshouma.com

TABLES DES MATIERES

<i>INTRODUCTION</i>	03
---------------------	----

PARTIE I - LES ELEMENTS CLES DE LA GESTION FINANCIERE

Chapitre 1- Mécanismes de base de l'analyse financière	07
I. Concepts généraux de l'analyse financière	09
1. Définition de l'analyse financière	09
2. Définition de l'analyste financière	09
3. Définition de la fonction financière	10
4. Objectifs d l'analyse financière	40
II. Architecture comptable et financière du bilan	11
1. Le bilan comptable	11
2. Le bilan financier	16
III. Analyse du tableau des comptes de résultats	23
1. Hiérarchie des soldes intermédiaires de gestion	24
2. Forme du tableau des soldes intermédiaires de gestion	27
Chapitre II Les outils de l'analyse financière	29
I. Les indicateurs d'analyse de l'équilibre financier	31
1. Le fonds de roulement net global	31
2. Les Besoins en fonds de roulement	36
3. La trésorerie	38
4. Exemple chiffré	39
II. La méthode des ratios dans l'optique de l'analyse « liquidité - exigibilité »	40
1. Définition d'un ratio	40
2. Types de ratios	41

Chapitre III Autofinancement - Rentabilité	49
I. Capacité d'autofinancement et autofinancement	51
1. Capacité d'autofinancement	51
2. L'autofinancement	52
II. La rentabilité	55
1. Le taux de rentabilité économique	56
2. Le taux de rentabilité financière	57
3. L'effet de levier financier	57
III. Le seuil de rentabilité	61
1. Notion de charges variables	62
2. Notion de charges fixes	63
 Chapitre IV L'analyse des flux financières	 67
I. Le tableau de financement	69
1. Qu'est ce qu'un tableau de financement	69
2. Les objectifs du tableau de financement	69
3. Structure du tableau de financement	70
II. Le tableau de flux de trésorerie	76
1. Définition	76
2. Intérêt de l'approche de trésorerie	76
3. structure du tableau de flux de trésorerie	77
4. Présentation du tableau de flux de trésorerie	77
 Chapitre V L'analyse prévisionnelle	 91
I. Besoins en fonds de roulement d'exploitation prévisionnel	93
1. Principe de la méthode des délais d'écoulement	93
2. Mise en œuvre de la méthode des délais d'écoulement	96
II. Le plan de financement	100
1. Les emplois stables	101
2. Les moyens de financement	102
3. Les objectifs du plan de financement	104
4. Présentation du tableau de financement	105

III. La rentabilité des projets d'investissement	106
1. Les différentes variables des projets d'investissement	107
2. Les critères financiers de choix des projets	107
IV. Le coût du capital (ou cost of capital)	115
1. Définition	115
2. Le coût des sources de financement	116
V. Le budget et le plan de trésorerie	121
1. Le budget de trésorerie	121
2. Le plan de trésorerie	124

<i>PARTIE II : L'APPROCHE STRATEGIQUE DANS LE DOMAINE DE LA FINANCE D'ENTREPRISE</i>

Chapitre I : La stratégie d'entreprise : concepts généraux et possibilités d'action	131
I. Domaine stratégique	133
1. Définition et raisons de la stratégie	133
2. Les caractéristiques d'une stratégie	135
3. La distinction entre la gestion courante et la gestion stratégique	136
4. Les perspectives de l'analyse stratégique de l'entreprise	136
II. Analyse des possibilités d'action de l'entreprise	137
1. Le métier	137
2. Le diagnostic stratégique	138
III. Typologies de stratégie	141
1. Stratégies selon le domaine d'activité	141
2. Les stratégies selon la dimension du domaine d'activité	144
3. Les autres stratégies	146
Chapitre II : La finance et choix stratégique	147
I. Critères de choix stratégique	149
1. Critères qualitatives	149
2. Critères quantitatives	150
II. Modèles et choix stratégique	150
1. Le cycle de vie des produits	150

2. Le P.I.M.S	152
3. L'approche du Boston Consulting Group	153
4. La matrice de Mc. Kinsey	155
5. La matrice d'Arthur D. Little	156
6. L'analyse de PORTER	158
III. Suivi et contrôle des positions stratégiques	160
1. Le processus de planification	160
2. Le processus de contrôle	160
Chapitre III : L'étendue financière de la stratégie d'entreprise	163
I. Facteurs stratégiques	165
1. Mise en œuvre pratique d'un plan stratégique	166
2. Classification des facteurs stratégiques	171
II. Les moyens d'action stratégique	175
1. La ressource interne	175
2. L'endettement	176
3. Augmentation du capital par apport d'actionnaires	177
III. Alternatives stratégiques	179
1. Limites de l'endettement	179
2. Limites d'actions d'apport	179
3. Application	179
Applications	183
Lexique de termes financiers et de stratégie	231
Conclusion	241
Bibliographie	243

Achevé d'imprimer sur les presses de l'imprimerie Houma - 2010
34, lotissement la Bruyère Bouzaréah- ALGER
Tél : (021) 94.19.36 / (021) 94.41.19
Fax : (021) 94.17.75 / (021) 79.91.84
www.editionshouma.com
email:Info@editionshouma.com