



LA GESTION EN SCHÉMAS

Sous la coordination de
Sonia **Boussaguet**
Julien **de Freyman**

Le **repreneuriat** en schémas



Introduction

(Sonia Boussaguet et Julien de Freyman)

À l'heure où de nombreuses entreprises cherchent à organiser leur transmission, le repreneuriat s'impose comme une voie entrepreneuriale à part entière, aux exigences encore trop peu formalisées. À rebours des discours valorisant l'innovation de rupture ou la création *ex nihilo*, le repreneuriat désigne une forme spécifique d'engagement entrepreneurial, centré sur la préservation des équilibres et la recherche de continuité économique et sociale. En ce sens, quelle que soit la nature de son lien avec l'entreprise (salarié, héritier, partenaires ou externe), le repreneur se lance dans une aventure humaine complexe, à la fois stratégique, relationnelle et identitaire. Cette pratique est aujourd'hui au cœur de nombreux enjeux économiques et sociaux pour garantir la vitalité économique des territoires. Pourtant, ce sujet reste encore l'angle mort des politiques publiques.

Assurer la pérennité des entreprises

Le repreneuriat repose avant tout sur la volonté commune d'un repreneur et d'un cédant de maintenir en activité une organisation viable dans la plupart des cas (certaines cibles peuvent être en difficultés financières). Que le repreneur soit un tiers, un membre de la famille ou encore un salarié, chaque opération de reprise engage une dynamique spécifique, tournée vers la préservation de ce qui a été construit et l'ajustement progressif de l'entreprise à la nouvelle impulsion / vision.

Dans cette perspective, le repreneuriat invite à penser la transmission comme un processus sous tension, rythmé par des ajustements successifs, souvent étalés dans le temps pour adoucir les résistances individuelles et organisationnelles. Il valorise la capacité des acteurs à redéfinir des équilibres établis, dans le respect des histoires, des pratiques et des valeurs qui font la stabilité même de l'entreprise. L'enjeu n'est pas de partir de zéro, mais bien de faire évoluer un existant. Cette logique singulière mérite aujourd'hui d'être mieux comprise, mieux transmise, et mieux outillée.

Savoir gérer les complexités du repreneuriat

Si elles offrent un cadre sécurisant et des ressources déjà mobilisées, les pratiques du repreneuriat ne signifient pas pour autant des démarches plus simples ou plus directes que la création *ex nihilo*. Elles s'accompagnent au contraire de multiples défis stratégiques, relationnels et psychologiques, que les repreneurs découvrent souvent au fil de l'expérience.

Au-delà des contraintes techniques liées à la transaction (valorisation, financement et cadrages juridiques), la reprise nécessite un véritable travail d'appropriation : comprendre le fonctionnement et la culture de l'entreprise, appréhender les craintes et les attentes du corps social, identifier et convaincre les personnes clés, gérer le curseur entre rupture et continuité, etc. Dès la prise de fonction, les décisions stratégiques et opérationnelles du repreneur peuvent susciter des tensions, en particulier lorsqu'elles touchent aux routines organisationnelles, à la structure des équipes ou à l'identité de l'entreprise (surtout si le cédant est encore à ses côtés pour accompagner la transition).

La complexité du repreneuriat ne réside donc pas uniquement dans le processus d'acquisition de l'entreprise. Elle tient pour beaucoup dans la capacité du repreneur à saisir les enjeux humains de cette pratique et à savoir gagner l'adhésion d'acteurs déjà en place, tout en affirmant sa légitimité dans la conduite du projet repreneurial. La transition de pouvoir n'est jamais neutre : la réaction du cédant, la posture des salariés, le regard des partenaires ou des clients peuvent peser lourdement sur la dynamique de reprise. Ce processus de légitimation ne repose pas seulement sur des compétences techniques ou des qualités personnelles : il suppose de savoir composer avec les normes implicites, les attachements affectifs et les croyances professionnelles portées par l'entreprise. En ce sens, la réussite du repreneuriat tient autant à la solidité du plan de reprise initial qu'à la capacité du repreneur à instaurer, dans un temps court, une autorité crédible et une dynamique collective stable.

Éduquer au repreneuriat

Le repreneuriat reste encore largement sous-investi dans la formation et l'accompagnement des futurs acteurs. Or, un vivier de repreneurs mal préparés ou insuffisant peut fragiliser durablement des tissus économiques locaux, dans un contexte où l'attention portée à la création *ex nihilo* l'emporte encore trop largement sur les dynamiques de continuité. Cette réalité peine à se traduire dans les dispositifs de formation et d'accompagnement, où le repreneuriat reste largement en retrait (notamment dans les cursus d'enseignement supérieur). Ce déficit entretient une méconnaissance, voire une ignorance, de cette pratique et freine l'émergence de vocations au sein des nouvelles générations.

L'éducation au repreneuriat mérite une place plus affirmée : elle ne peut être pensée comme un simple prolongement de l'enseignement à la création d'entreprise, car elle requiert des approches dédiées, adaptées à la nature des enjeux qu'elle porte. Cette exigence est d'autant plus marquée dans certains environnements, comme celui des entreprises familiales où la relève mobilise des logiques affectives, identitaires ou inter-générationnelles souvent sous-estimées.

Le repreneuriat doit donc véritablement devenir une priorité nationale, au regard de la génération qui s'apprête à passer le relais. Il doit être vu à la fois comme une promesse d'avenir pour les PME et une opportunité de carrière pour la Next Gen.

Cet ouvrage s'inscrit dans cette perspective, en étant pensé comme un outil de sensibilisation et de structuration des savoirs. L'objectif est de contribuer à une meilleure compréhension du repreneuriat, à travers une lecture progressive de ses spécificités, de ses enjeux techniques et humains, ainsi que des trajectoires singulières qu'il peut emprunter. Le lecteur est invité à parcourir cet ouvrage à son rythme, en mobilisant les entrées thématiques ou transversales qui lui semblent les plus pertinentes. Les schémas proposés à chaque point offrent une synthèse visuelle des notions clés, conçue pour renforcer la compréhension et favoriser une lecture active. Bien qu'un repreneur puisse être une femme, ou plusieurs, nous choisissons le singulier masculin comme convention d'écriture.

Bonne lecture !

Partie 1

Les spécificités du entrepreneuriat

Section 1. Le marché du repreneuriat (Aude d'Andria)

1. La reprise d'entreprise en chiffres

1.1. Le manque de statistiques fiables

Concernant le nombre de transmissions et de reprises d'entreprises en France (réalisées et à venir), le chiffrage reste un exercice délicat en raison de nombreux obstacles. Comme le rappellent les rapporteurs du Rapport d'information relatif à la transmission d'entreprise présenté en octobre 2022, « *L'État ne suit toujours pas le nombre de transmissions en France (...) L'Insee ayant cessé de comptabiliser les cessions depuis 2007, la prise en compte des cessions-transmissions n'est plus coordonnée et varie selon les critères retenus en fonction des études publiées sur le sujet* » (Rapport du Sénat n° 33, 2022, p. 17). À cet égard, le défaut de suivi statistique des opérations de transferts d'entreprises au niveau national existe également dans les autres pays, rendant limitées les études comparatives à l'international.

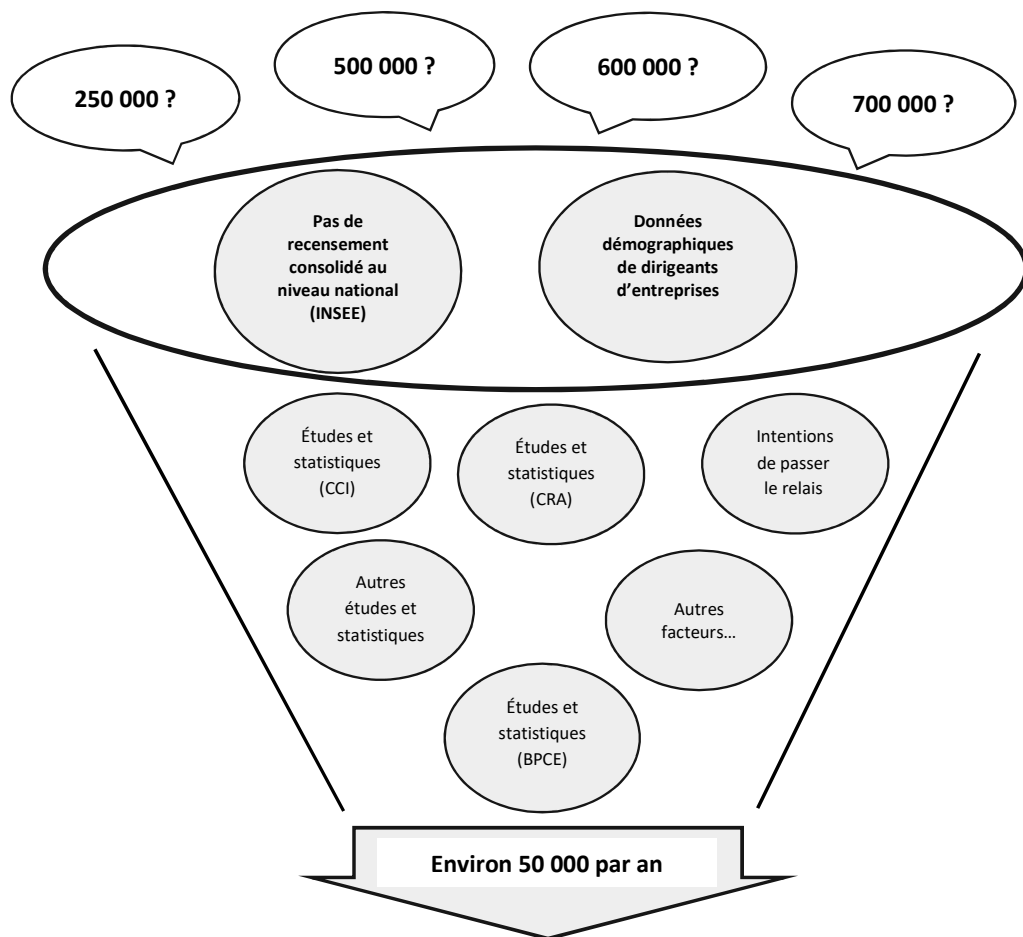
Il faut convenir avec ces mêmes rapporteurs que le nombre potentiel d'entreprises à céder dans les 10 prochaines années n'est pas une donnée intangible. Ainsi, les chiffres avancés oscillent entre 250 000 (selon la Direction générale des entreprises) à 700 000 (selon CCI France, CMA-France, CRA-Cédants et repreneurs d'affaires). Cette amplitude s'explique selon les études, par les choix et les périmètres retenus par les différents acteurs, opérateurs ou observateurs des transmissions et des reprises d'entreprises en France.

À partir des projections des données démographiques attestant du vieillissement des dirigeants d'entreprises, combinées à celles de leurs intentions à passer le relais, les estimations se révèlent très variées. Sachant que plus de 25% des dirigeants de PME et ETI ont entre 60 et 65 ans et que 11% ont plus de 66 ans, il est à prévoir que plus d'un tiers (1/3) des chefs d'entreprise devrait partir en retraite dans les dix prochaines années. Entre 2022 et 2032, il y aurait un vivier potentiel de l'ordre de 700 000 entreprises à céder (CCI, 2024). Cependant, les études montrent que le nombre de cessions-transmissions n'est pas corrélé avec l'avancée en âge. Les remontées du terrain montrent que pour plus de la moitié des dirigeants de TPE et PME âgés de 60 ans et plus, il est « encore trop tôt pour y penser » et un tiers déclarent même « qu'ils n'ont pas envie de vendre » (CCI, 2023).

Finalement, les études les plus consolidées sont celles de la BPCE l'Observatoire qui font un état des lieux des cessions-transmissions des entreprises en France depuis 2011 (Rapport du Sénat n° 33, 2022). Globalement, environ 500 000 entreprises seront à céder d'ici 10 ans, soit une moyenne de l'ordre de 50 000 entreprises par an.

1. La reprise d'entreprise en chiffres

1.1. Le manque de statistiques fiables



1.2. Évolution du nombre des reprises d'entreprises en France

Selon le dernier baromètre de la Bourse Transmission de Bpifrance, 51151 cessions-transmissions ont été réalisées en 2024 (Observatoire Bpifrance, 2025).

Ces chiffres corroborent donc l'estimation annuelle moyenne en matière de transmission-cession. Ils montrent également une légère augmentation du nombre des opérations de cessions d'entreprises après les deux années d'incertitudes économique et sanitaire de 2020 et 2021 qui avaient conduit les potentiels repreneurs et cédants à privilégier des comportements attentistes. Cependant, la dynamique est loin d'annoncer une régulation du « stock » encore à venir des cessions-reprises des entreprises sur l'ensemble du territoire.

Depuis près de 15 ans, les études de la BPCE L'Observatoire relatent la baisse constante et significative du nombre de cessions-transmissions (BPCE L'Observatoire, 2019, 2021). Entre 2010 et 2021, le nombre de cessions reprises d'entreprises a chuté de : - 20,4 % passant de 45 815 à 36 454 cessions d'entreprises (entreprises sans salariés, TPE employeuses, PME et ETI confondues). Cette baisse tendancielle sur la dernière décennie du nombre de reprises d'entreprises en France cache un certain nombre de disparités.

1.2.1. Des disparités liées à la taille des entreprises

La première disparité concerne le facteur de la taille des entreprises.

Les études montrent, d'une part, une baisse significative et continue des cessions des TPE sans salarié, et d'autre part, le maintien des cessions d'entreprises employeuses.

Quatre catégories de taille d'entreprise et de taux moyen se dégagent pour la cession (BPCE, 2021) :

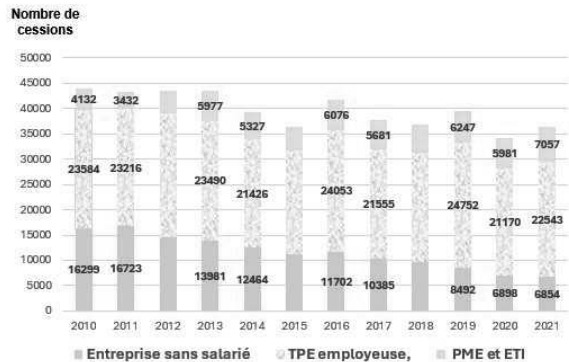
- 0,2 % de taux cession pour les TPE sans salarié ;
- entre 2 % et 3 % de taux de cession pour les TPE et PME employeuses ;
- 4 % de taux de cession pour les moyennes entreprises (ME) ;
- entre 7 % à 10 % pour les ETI.

Ce constat vient donc confirmer les études qui montrent que la probabilité des cessions est liée à la taille de l'entreprise. Cela s'explique par le fait que plus la taille de l'entreprise est petite, plus il est difficile de réaliser potentiellement des économies d'échelle et d'atteindre une masse critique satisfaisante, et donc de pouvoir la vendre.

À l'inverse, « *plus l'entreprise est grande plus elle trouve (re)preneur* » !

1.2. Évolution du nombre des reprises d'entreprises en France

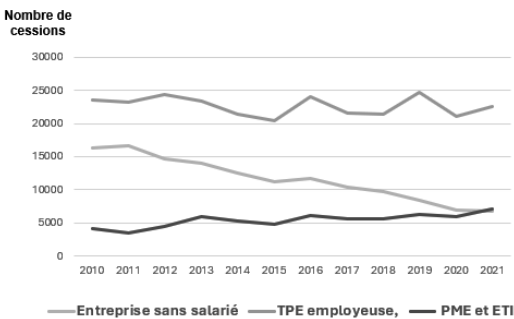
1.2.1. Des disparités liées à la taille des entreprises



Nombre de cessions d'entreprises
(2010 – 2021) : - 20,4 %

Taux moyen de cession

Entreprise sans salarié	TPE employeuse	PME	ETI
0,2 %	2 à 3 %	4 %	7 à 10 %



Champ : France, ensemble des unités légales du secteur privé marchand non financier et non assurantiel (hors micro-entrepreneurs) ayant fait l'objet d'une cession dans l'année.

Source : Bodacc. Traitements BPCE L'Observatoire – Alain Tourdjman, Julien Laugier (mai 2021)

1.2.2. Les disparités territoriales et sectorielles

La deuxième disparité doit être mise en perspective avec l'écosystème entrepreneurial qui impacte directement et indirectement les implantations successives des entreprises sur le territoire français dans ses dimensions tant territoriales que sectorielles.

Cette double disparité est la conséquence des dynamiques économiques, géographiques, démographiques et administratives qui ont accompagné le développement du tissu économique dans les différents départements français. En conséquence, elles viennent interférer non seulement sur le renouvellement des dirigeants issus de la génération des « baby boomers », mais également sur le nombre des reprises d'entreprises en fin d'activité professionnelle.

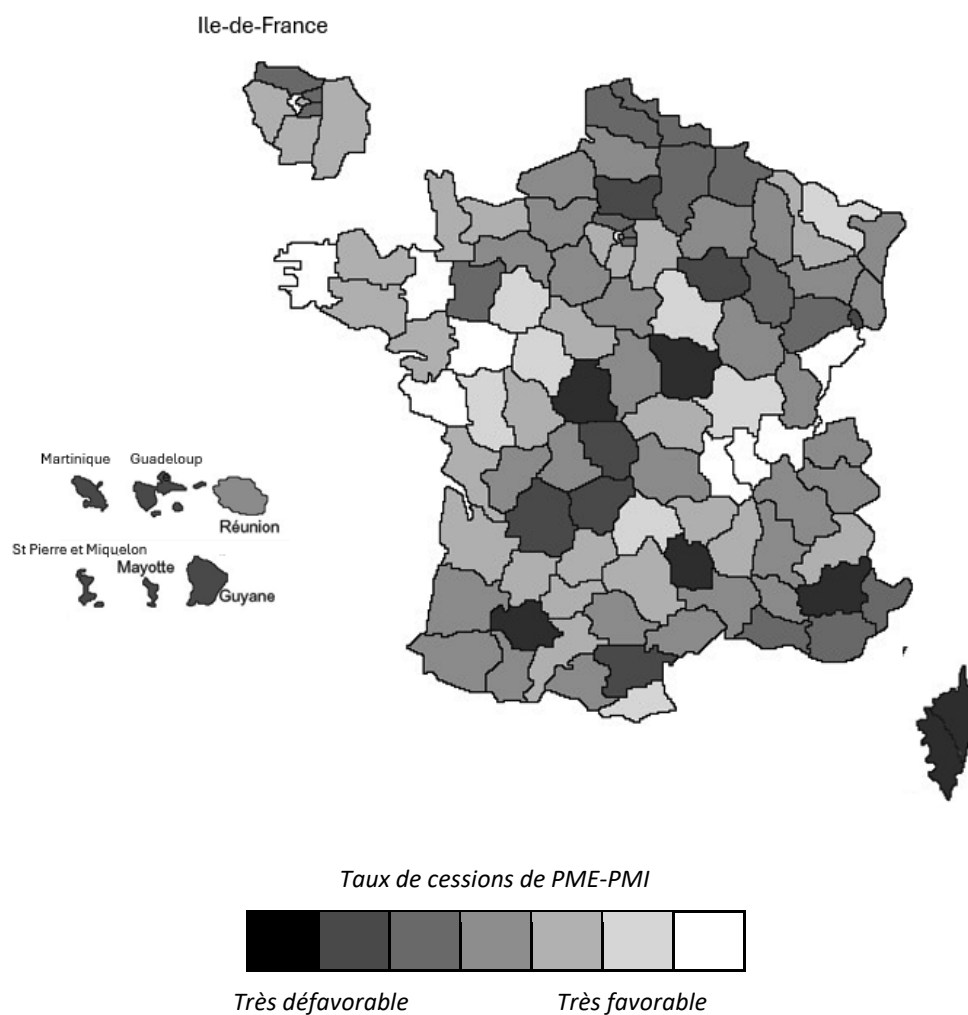
Il peut être retenu que les cessions d'entreprises sont les plus importantes dans les régions les plus dynamiques et les plus diversifiées en termes de développement économique et de bassins d'emplois, bénéficiant des zones d'influence de métropoles régionales, d'infrastructures, de pôle d'éducation et de recherche, plutôt urbaines ou péri-urbaines... Schématiquement, on retrouve dans cette configuration de « maillage territorial » favorable, un grand nombre de PME et d'ETI plutôt implantées en région Rhône-Alpes, dans le Grand-Ouest ou l'Île-de-France (BPCE L'Observatoire, 2019, 2021).

À l'hétérogénéité des situations territoriales s'ajoutent également des disparités sectorielles assez marquées. Sur les dix dernières années, les études montrent que le taux de cession des PME et ETI reste globalement constant autour de 2 % en moyenne pour les secteurs de l'industrie, de la construction, du commerce, de l'hébergement et de la restauration. Mais là encore, des fortes disparités intra sectorielles doivent être prises en compte.

Dans le secteur de l'industrie par exemple, les taux de cession sont plus élevés dans les secteurs de la chimie, de l'agroalimentaire, des biens d'équipement, du papier, du carton et de la métallurgie alors qu'ils baissent dans les secteurs de l'industrie automobile, la fabrication de plastiques et de produits métalliques, le travail du bois et surtout l'habillement (Bpifrance, 2020).

Concernant le secteur des services la situation est encore plus contrastée avec d'un côté le secteur des services aux entreprises qui semble plutôt résister et de l'autre, le secteur des services aux particuliers qui accuse une baisse tendancielle continue inquiétante alors même que les besoins dans ce secteur sont appelés à se développer (Rapport du Sénat n° 33, 2022).

1.2.2. Les disparités territoriales et sectorielles



Adapté du Rapport du Sénat, n° 33 (2022, p. 22)

2. Les caractéristiques du marché de la reprise d'entreprise

Pour qu'il y ait un « marché », il faut la coexistence d'une offre et d'une demande entre des acteurs qui se « rencontrent » pour échanger (vendre ou acheter) un bien ou un service à un prix déterminé sur ledit marché. En considérant que l'entreprise est « un bien », certes un peu particulier, qui peut s'échanger, il y aurait bien un marché de la reprise des entreprises (Lamarque et Story, 2023).

2.1. Un marché déséquilibré en termes d'offres et de demandes

Le marché potentiel global est de l'ordre de 50 000 entreprises à transmettre ou à céder par an mais il masque une réalité très contrastée. Dans les faits, il n'y a pas un marché mais des marchés selon la taille, le secteur, la maturité de l'activité... inégalement répartis sur l'ensemble du territoire.

Il peut être distingué :

- Un marché de la cession des fonds de commerces avec des très petites structures (moins de 10 salariés) et pour lequel les offres d'affaires sont abondantes. En 2024, il a été comptabilisé un peu plus de 30 000 transactions pour un prix moyen de cession d'environ 250 K€ (Altare, 2024).
- Un marché de la cession des PME, employeuses de 10 à 100 salariés, cibles d'(ent)repreneurs individuels. C'est un « petit » marché estimé à environ 2 500 entreprises sur lequel on retrouve plus d'(ent)repreneurs, personnes physiques, que d'entreprises à reprendre (Lamarque et Story, 2023). Il n'est pas rare de retrouver plus de 5 repreneurs potentiels « compétiteurs » pour le rachat d'une entreprise.
- Un marché de la cession des grosses PME et ETI avec des enjeux économiques, financiers et stratégiques spécifiques. C'est un marché marginal de l'ordre d'une 60^{aine} d'opérations par an qui relève de cessions par fusions-acquisitions (Trendeo, 2024).

Les déséquilibres entre les offres et les demandes d'affaires sont présents dans tous les secteurs d'activités.

Le baromètre de la Bourse transmission de Bpifrance (2025) comptabilise pour 2024 :

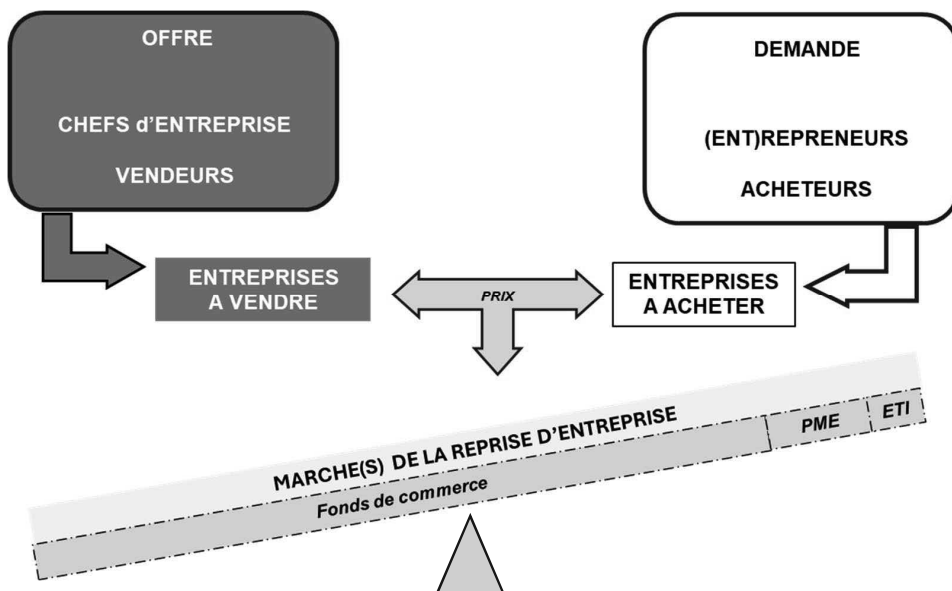
- Offres d'affaires > Demandes d'affaires dans les secteurs de la Tra (52,7 % - 19,2 %) et du Commerce (37 % - 32,4 %);
- Offres d'affaires < Demandes d'affaires dans les secteurs de la Production (5,8 % - 22,2 %) et des Services (4,5 % - 26,2 %).

Concernant les régions les déséquilibres sont plus marqués dans certaines régions :

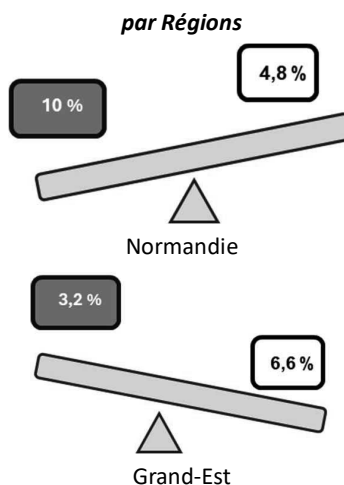
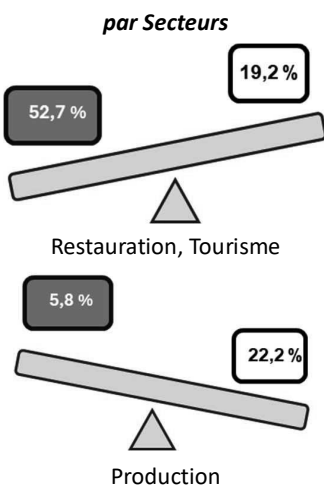
- Offres d'affaires > Demandes d'affaires en Normandie (10 % - 4,8 %), Nouvelle-Aquitaine (13,8 % - 11,3 %) et Occitanie (12 % - 9,6 %);
- Offres d'affaires < Demandes d'affaires dans les régions Grand Est (3,2 % - 6,6 %), Hauts-de-France (4,1 % - 7,1 %) et Auvergne-Rhône-Alpes (12,1 % - 14,4 %).

2. Les caractéristiques du marché de la reprise d'entreprise

2.1. Un marché déséquilibré en termes d'offres et de demandes



Exemples de déséquilibre entre les Offres et les Demandes



D'après le Baromètre Transmission Bpifrance (2025)

2.2. Un marché opaque

Paradoxalement, beaucoup de dirigeants de PME désireux de céder leur entreprise ne communiquent pas ou parfois très tardivement sur leur projet. Ils craignent, parfois à juste titre, que l'annonce publique de leur désir de céder leur entreprise puisse être interprétée négativement comme le signal d'un problème dans la bonne marche de leur entreprise. Aussi, préfèrent-ils souvent cacher leur intention auprès de leurs parties prenantes : salariés, fournisseurs, clients... et également concurrents, et mener en toute confidentialité le transfert de leur entreprise sur un marché « caché ».

Le marché « caché » est celui sur lequel l'information n'est pas rendue publique. Les rencontres entre les cédants et les repreneurs s'opèrent de façon confidentielle à partir de leur(s) réseaux professionnels ou personnels ; notamment dans les cas de transmissions familiales ou de reprise en interne par un/des salarié(s).

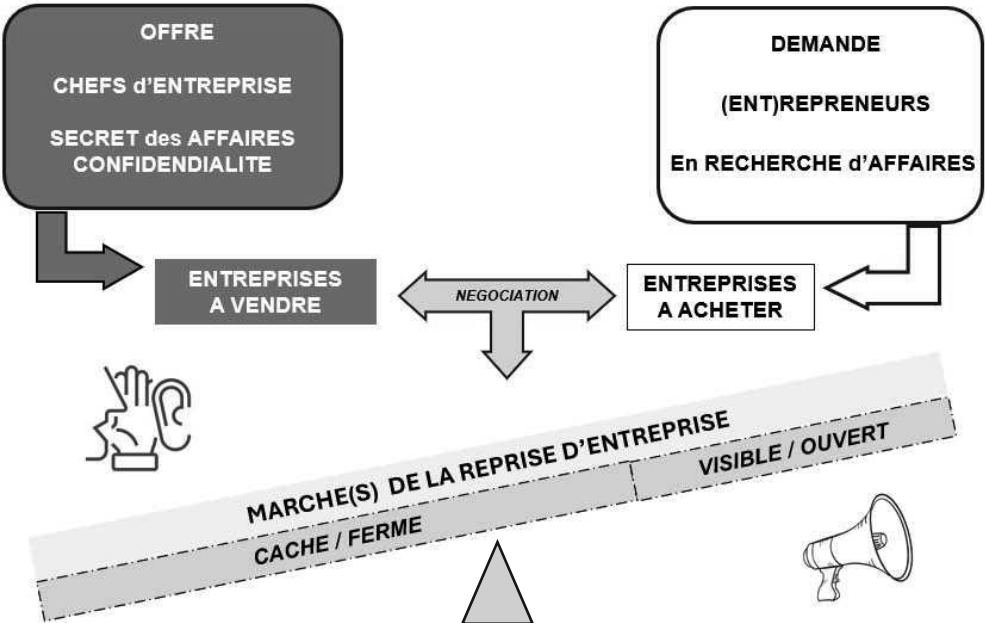
Ce marché « caché » ou « fermé » représente de l'ordre de 60 à 70 % des transactions de cessions d'entreprises.

A contrario, le marché « ouvert » est celui où l'information de cessibilité d'une entreprise est publique, le plus souvent via des bourses d'opportunités ou bases de données qui recensent et diffusent de l'information sur les offres de cessions et les propositions de reprises d'entreprises permettant ainsi la mise en relation entre cédants et repreneurs. Ce marché « ouvert » ou « visible » représente de l'ordre de 30 à 40 % des transactions de cessions d'entreprises.

Il existe un portail national de la reprise d'entreprise géré par Bpifrance. Celui-ci rassemble sur son site l'ensemble des affaires à reprendre (fonds de commerces ou entreprises), communiquées par ses partenaires agréés : Chambres de commerce et d'industrie (CCI), Chambres de Métiers et de l'Artisanat (CMA), Fédérations professionnelles, Opérateurs associatifs ou privés (Cédants et Repreneurs d'Affaires, Cessionpme, Fusacq, TransEntreprise, TransPME...) afin de fluidifier le marché de la reprise d'entreprises.

Il reste que les distorsions entre les nombres d'entreprises à reprendre et de repreneurs potentiels, l'accumulation d'asymétries d'information entre cédants/vendeurs et repreneurs/acheteurs sur la qualité de l'entreprise cible ainsi que la culture du secret mêlée parfois à l'affectif entravent encore trop souvent le bon fonctionnement du marché de la reprise d'entreprises.

2.2. Un marché opaque



3. Les modalités pour reprendre une entreprise

3.1. Identification des types de cession

L'identification du type de cession d'une entreprise s'effectue selon trois critères :

- **Premier critère d'identification : l'origine du repreneur**
Lorsque la cession est réalisée par des personnes connaissant l'entreprise de l'intérieur : héritier(s), membre(s) de la famille, salarié(s), la transmission est qualifiée de transmission interne.
Lorsque la cession est opérée par des personnes physiques ou morales extérieures à l'entreprise, la transmission est qualifiée de transmission externe.
- **Deuxième critère d'identification : le lien du repreneur avec la famille du cédant**
Lorsque la cession est réalisée par un (ou plusieurs) membre(s) de la famille, la transmission est qualifiée de succession.
Lorsque le(s) repreneur(s) n'ont aucun lien familial avec le cédant, la transmission est qualifiée de cession.
- **Troisième critère d'identification : la nature juridique de l'acquéreur repreneur**
 - Lorsque la cession est réalisée par un (ou plusieurs) membre(s) de la famille, il s'agit d'une succession que l'on appelle couramment transmission intra-familiale et dans laquelle le(s) repreneur(s) sont désignés comme le(s) successeur(s).
 - Lorsque la cession est opérée par un ou plusieurs salariés de l'entreprise et identifiés comme des personnes physiques¹, il s'agit d'un rachat de l'entreprise par le(s) salarié(s) ou RES.
 - Lorsque la cession est opérée par un ou (des) repreneur(s) extérieur(s) à l'entreprise, et identifiés comme des personnes physiques¹, il s'agit d'une reprise par une personne physique ou RPP.
 - Lorsque la cession est opérée par une autre entreprise, identifiée comme personne morale², il s'agit d'un rachat dans le cadre d'une opération de fusion / acquisition.

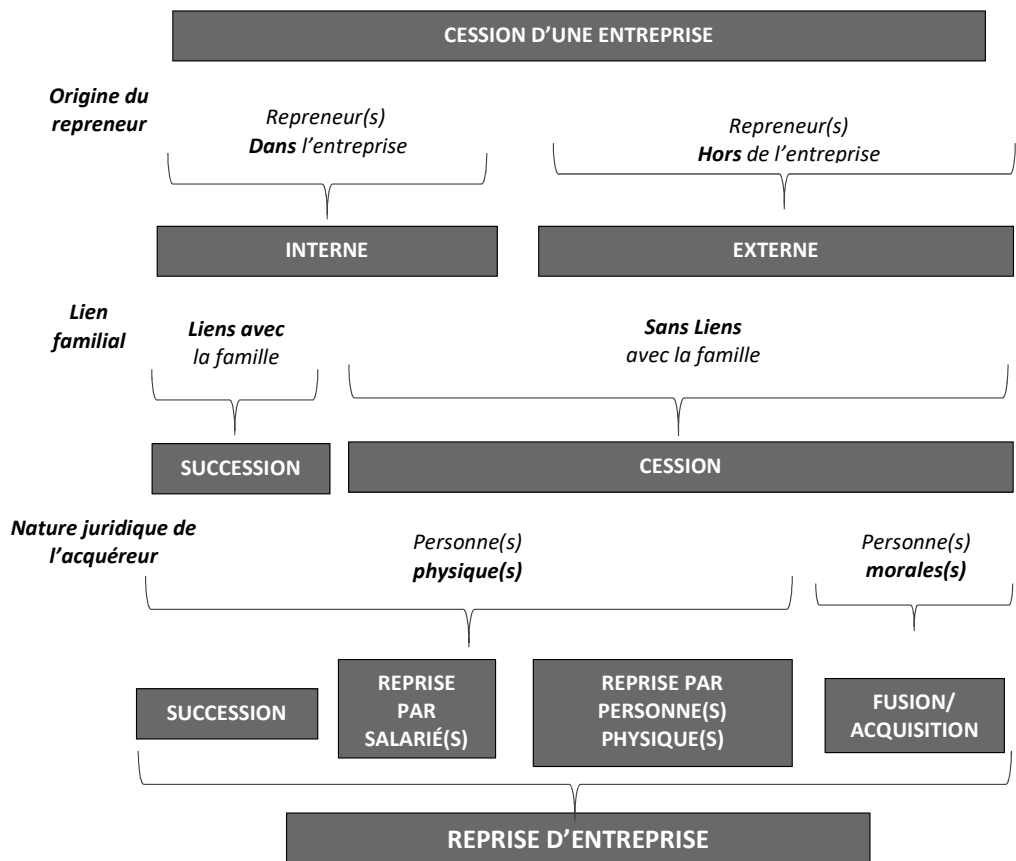
Il est également possible d'envisager la disparition ou liquidation de l'entreprise, volontaire ou non.

1. Une personne physique est un individu doté d'une personnalité juridique.

2. Une personne morale est un regroupement de plusieurs individus et ou de personnes morales réunis au sein d'une entité juridique disposant de sa propre personnalité.

3. Les modalités pour reprendre une entreprise

3.1. Identification des types de cession



3.2. Incidence financière et juridique du choix de la cession d'une entreprise

Dès lors qu'une cession est opérée, elle rejoint de fait le marché « fermé » ou « ouvert » de la reprise d'entreprise. Elle peut être réalisée à titre gratuit et/ou onéreux des actifs ou du capital de l'entreprise, c'est-à-dire sans ou avec contrepartie financière.

- Pour les cas de cession de l'entreprise à titre gratuit, le dirigeant cède son entreprise sans demander de contrepartie financière à son successeur.

Dans la plupart des cas, il transmet son entreprise à l'un ou plusieurs de ses enfants ou à un membre de sa famille par donation, donation-partage ou par testament.

- La donation est un acte notarié irrévocable par lequel le dirigeant transfère la propriété de son entreprise individuelle ou les titres de sa société à son successeur sans contrepartie financière.
- La donation-partage est un acte notarié irrévocable par lequel un dirigeant donne de son vivant tout ou partie de ses biens à tous ses enfants et en effectue le partage entre eux.
- La donation par testament est un acte révocable par lequel le dirigeant dispose de son vivant de tout ou partie de la quotité disponible de ses biens. Elle ne prend effet que le jour du décès du dirigeant.

- Pour les cas de cession à titre onéreux, le dirigeant cède son entreprise à son successeur en échange d'une contrepartie financière.

Selon les objectifs du cédant et la forme juridique de l'entreprise à céder, le rachat de l'entreprise peut être opéré par cession du fonds de commerce, cession du contrôle de la société ou location-gérance. D'autres modalités plus complexes sont possibles comme la fusion-absorption, l'augmentation de capital, l'apport partiel d'actif.

- La cession du fonds de commerce est le rachat des seuls éléments d'actifs (corporels et incorporels) de la société ou de l'entrepreneur individuel par le repreneur. Le stock est vendu séparément après inventaire contradictoire entre les parties.
- La cession du contrôle d'une société est la reprise de l'ensemble du patrimoine de l'entreprise (actif et passif) par un repreneur par le rachat des titres sociaux (parts sociales ou actions) aux associés d'une société. La cession peut s'opérer de façon progressive lorsque le repreneur acquiert une participation minoritaire du capital assortie d'une promesse de cession du solde des titres sociaux selon un échéancier précis.
- La location-gérance est un contrat par lequel le propriétaire d'un fonds de commerce en confie la gestion à un locataire-gérant à ses risques et périls, moyennant le paiement d'une redevance. Il peut être assorti concomitamment d'un pacte de préférence d'achat et de vente.
- La fusion/absorption est l'opération qui permet le rapprochement de deux ou plusieurs sociétés en vue de n'en former qu'une seule, soit par création d'une nouvelle société, soit par absorption des autres sociétés par la société absorbante. Elle entraîne la dissolution de la ou des sociétés absorbées et l'augmentation du capital de la société absorbante.
- L'augmentation de capital permet à un repreneur de prendre le contrôle d'une société par une souscription majoritaire assortie du renoncement total ou partiel de droit préférentiel de souscription des autres associés.
- L'apport partiel d'actif consiste à transférer massivement une part de ses actifs pour prendre le contrôle d'une autre société.