



Chapitre 2 Les critères et les spécificités d'une entreprise privée

Etude de cas sur l'entreprise Essilor

Identifier les caractéristiques d'une entreprise privée

ESSILOR

MIEUX VOIR LE MONDE

A l'aide des documents, de la fiche méthode et de la vidéo répondez aux questions suivants :



Présentez les finalités et les caractéristiques du groupe Essilor.

Document 1 : Fiche méthode : Comment caractériser une entreprise privée

Caractéristiques à identifier	Connaissances à mobiliser
Les finalités de l'entreprise privée	La finalité de l'entreprise peut être lucrative (faire du profit) et non lucrative (responsabilité sociale et environnementale)
Le secteur d'activité	L'entreprise peut appartenir au secteur d'activité : <ul style="list-style-type: none"> – primaire : entreprises exploitant les ressources naturelles (agriculture, pêche, forêt...); – secondaire : entreprises transformant les matières premières en produits finis (industrie); – tertiaire : entreprises proposant des services (grande distribution, tourisme, transport, banque...).
La taille de l'entreprise	Le nombre de salariés va permettre de classer l'entreprise dans l'une des catégories suivantes : <ul style="list-style-type: none"> – 0 à 9 salariés : TPE (très petite entreprise); – 10 à 249 salariés : PME (petite et moyenne entreprise); – 250 à 5 000 salariés : ETI (entreprise de taille intermédiaire); – plus de 5 000 salariés : GE (grande entreprise).
Le type de production	Le type de production va dépendre de ce que produit l'entreprise : <ul style="list-style-type: none"> – production de biens : l'entreprise produit des biens matériels (tangibles) selon un mode de fabrication à l'unité (une seule fois ou en faible quantité), en série (en grand nombre) ou en continu (production ininterrompue); – production de services : l'entreprise propose des prestations immatérielles.
Les ressources	Les ressources représentent les moyens qui permettent à une organisation d'assurer son activité. On distingue : <ul style="list-style-type: none"> – les ressources humaines (salariés...); – les ressources financières (apports des propriétaires, bénéfices, chiffre d'affaires...); – les ressources matérielles (locaux, usines, machines, véhicules, mobilier...); – les ressources immatérielles (image de marque, brevets, notoriété...).
Le champ géographique	Le champ d'activité de l'entreprise représente la zone géographique sur laquelle elle étend son activité. Le champ d'activité peut être : <ul style="list-style-type: none"> – local si la clientèle se trouve à proximité de l'entreprise; – régional si la clientèle se situe dans la même région que l'entreprise; – national si la clientèle se situe dans tout le pays; – international si la clientèle de l'entreprise est répartie dans plusieurs pays.

Document 2 : Présentation du groupe Essilor

Cumulant près de 170 ans d'expérience dans le domaine de l'optique, Essilor est né en 1972 de la fusion de deux entreprises françaises : Essel et Silor. On doit au premier l'invention des verres progressifs de marque Varilux, et au second d'avoir mis au point le verre organique Orma. En conjuguant leur savoir-faire, les deux fabricants donnent naissance à l'un des fleurons de l'industrie ophtalmique : Essilor. Aujourd'hui, le groupe est présent dans plus de



80 pays et dispose de 32 usines de production, 14 centres de distribution et 490 laboratoires de prescription. À travers le monde, l'entreprise compte désormais 69 000 collaborateurs.

Depuis son origine, Essilor se caractérise par sa volonté d'innover toujours plus. Son ambition est non seulement d'offrir des verres correcteurs de haute qualité, mais aussi de redonner à chacun le meilleur de la vision, quels que soient son budget et la complexité de ses besoins.

Apporter des solutions de qualité, pour tous, partout dans le monde, est le plus grand défi du groupe Essilor en matière de développement durable. Le groupe porte ainsi une attention toute particulière à ses impacts sociaux, sociétaux et environnementaux, et ce auprès de l'ensemble de ses parties prenantes. Que ce soit pour assurer le bien-être et le développement de ses collaborateurs, innover pour réduire son empreinte environnementale ou engager le dialogue avec ses parties prenantes afin de promouvoir la loyauté dans les pratiques des affaires, Essilor s'engage à soutenir la croissance durable à long terme.

www.essilor.fr

Document 3 : La mission d'Essilor



Bien voir est essentiel pour le bien-être et une bonne qualité de vie au quotidien. Une bonne vue permet l'acquisition des connaissances, l'accès au travail et l'intégration sociale au sein de son environnement. C'est pourquoi les équipes du groupe Essilor se mobilisent partout dans le monde autour de notre mission : améliorer la vision pour améliorer la vie. En tant qu'acteur historique et leader mondial de l'optique ophtalmique, le groupe Essilor s'engage à développer des solutions visuelles pour corriger et protéger la vue des 7,7 milliards de personnes dans le monde. Pour y parvenir, nous plaçons notre mission – améliorer la vision pour améliorer la vie – au cœur de toutes nos actions, tout en respectant les principes et valeurs qui animent le Groupe depuis près de 170 ans.

Cette mission fédère nos 74 000 collaborateurs partout dans le monde, oriente notre stratégie, irrigue notre dynamique d'innovation et anime tous nos engagements.

© Essilor International, www.essilor.com