



QUELLE POLITIQUE DE CREDIT MANAGEMENT POUR LE MARCHE FRANÇAIS ?

Toute entreprise a rêvé un jour de partir à la conquête d'un nouveau marché, d'étendre son portefeuille clients à de nouveaux pays afin d'assurer l'avenir de sa société. Mais ce rêve peut rapidement tourner à la catastrophe en raison de la réputation financière négative des nouveaux débiteurs ou pire encore à leur insolvabilité totale.

La conjoncture mondiale actuelle est en train de se répercuter sur l'économie de la zone Euro. Dans ce contexte d'insécurité, le marché français n'échappe pas à ce ralentissement général. Sachant que 25% des dépôts de bilan sont attribués à la défaillance financière d'un client et que les défaillances en France ont cru de 15% sur le 1er semestre 2008 (par rapport au 1er semestre 2007), tout chef d'entreprise est amené à se poser la question de la protection de son poste débiteurs (voir tableau). En 2009 Euler Hermes s'attend à une augmentation d'au moins 5% des faillites en France.

Number of insolvencies

Number*	2006	2007	2008
January	3,441	4,213	3,598
February	3,013	4,163	4,166
March	4,627	4,196	6,696
April	4,293	3,622	4,581
May	3,988	3,375	4,796
June	3,780	5,367	
July	4,296	5,066	
August	3,978	4,568	
September	1,964	2,167	
October	4,902	4,421	
November	4,506	3,072	
December	4,543	5,779	

** series at date of publication by BODACC*

Source: Euler Hermes SFAC

L'augmentation du coût des matières premières et l'explosion du prix du pétrole ont accéléré la contraction de l'économie et la santé financière des TPE-PME françaises se dégrade avec une trésorerie de plus en plus tendue.



La politique de crédit management d'une société pour le marché français peut aujourd'hui se résumer en 5 points :

1. Suivi du poste clients en « real time » afin d'éviter les mauvaises surprises et avoir les moyens de réagir rapidement face à un impayé

Le suivi du poste débiteurs de manière efficace diminue le risque client. La gestion rapide d'un impayé par l'envoi d'un rappel, une relance téléphonique ou le passage d'un commercial a un impact important.

Une réaction immédiate démontre que la société est organisée de manière optimale, signe de sérieux envers le client et aura de plus un effet positif sur la trésorerie en terme de rotation débiteur.

2. Connaître ses clients, suivre l'évolution du marché dans lequel ils sont actifs et encore plus important, connaître les clients de nos clients !

La situation financière d'une entreprise évolue rapidement. Jugée saine aujourd'hui, une société cliente peut dès demain se retrouver dans une position délicate suite à l'impayé de l'un de ses débiteurs, et ne plus faire face à ses obligations vis-à-vis de ses créanciers.

Cet effet « domino » peut avoir un effet dévastateur sur les fournisseurs d'une société.

La connaissance du marché dans lequel un client est actif permet de mieux gérer et juger le risque que le débiteur prend sur ses propres clients.

3. Développer son réseau de vente en se basant sur des informations financières actualisées et non sur des réputations quelques fois surfaites ou erronées

Une force de vente coûte cher, mais son optimisation est aujourd'hui essentielle.

Avant d'envoyer un commercial chez un prospect, la société doit impérativement savoir si ce dernier a la capacité financière suffisante pour assumer le paiement des factures à venir. Cela permettra au vendeur de bénéficier d'un atout supplémentaire pour la conclusion de la vente.

Un crédit management ne peut plus se baser sur la seule réputation d'un débiteur. Dans certains cas, il faut même se méfier des anciens clients, ou de l'historique de paiement d'une société !!

Un changement de stratégie, de management au sein du client, ou encore une succession peuvent complètement changer la moralité financière d'un débiteur.



4. Déterminer quelles sont les forces et faiblesses du portefeuille clients actuel

Il est impératif aujourd'hui pour une société de connaître les forces et faiblesses de son portefeuille clients.

Une entreprise qui maîtrise son portefeuille peut déterminer si elle a la capacité d'augmenter ou doit au contraire diminuer ses risques clients.

Cette analyse est en passe de devenir une obligation légale dans plusieurs pays européens dont la Suisse et France.

5. Réduire ses risques financiers en fonction de sa propre capacité de refinancement afin de limiter les "effets de levier"

La capacité de financement va déterminer quels sont les risques qui peuvent être assumés par l'entreprise (si cela peut encore être le cas, voir point 4)

Limiter un "effet de levier" devient aujourd'hui très important dans un contexte économique difficile. Les banques accordent des lignes de crédit en fonction de critères d'endettement et de résultats antérieurs de l'entreprise.

Un portefeuille à risque élevé entraîne comme "effet de levier" la diminution de la ligne de crédit accordée, un rehaussement des taux d'intérêts, ou encore les deux.

Quelles sont les solutions ?

1. Mise en place d'une structure interne à l'entreprise nécessitant l'engagement de nouveaux collaborateurs au niveau du suivi clients et controlling, formation de la force de vente à collecter des informations financières, adaptation du système informatique, etc.

2. Outsourcing du suivi du poste débiteurs chez Euler Hermes Assurance Crédit

Euler Hermes, leader mondial de l'assurance-crédit, accompagne la croissance des entreprises et offre des services à forte valeur ajoutée :

La prévention du risque clients : En France, Euler Hermes s'appuie sur son propre réseau de 28 délégations, afin de collecter des informations et d'analyser les risques pour évaluer et suivre en permanence la situation financière de 2.5 millions de sociétés. Au niveau mondial, Euler Hermes est présent dans plus de 50 pays et analyse 40 millions de sociétés.

Le recouvrement des factures impayées : Euler Hermes propose la prise en charge de l'ensemble des démarches amiables et judiciaires en France ou dans le monde entier, afin de permettre à l'entreprise de se consacrer pleinement au développement de son activité.

L'indemnisation : A défaut d'être récupérées en totalité, les créances impayées de la société bénéficiant d'une assurance-crédit sont indemnisées de façon rapide et élevée. La trésorerie est ainsi préservée grâce à Euler Hermes.



Un levier de compétitivité : Dès le premier contact de notre assuré avec un prospect, Euler Hermes détermine la qualité financière du client potentiel.

Partant de cette analyse, la société assurée-crédit prendra la décision d'établir ou d'intensifier les contacts commerciaux, ou au contraire d'y renoncer.

3. Gestion d'une partie du portefeuille en propre risque et outsourcing des risques élevés à Euler Hermes Assurance-crédit

Il est possible, après analyse du risque d'une société, de proposer un « mix » entre gestion propre et assurance-crédit.

Coralie Quarto | Euler Hermes Assurance Crédit

www.eulerhermes.ch

Risk Map

Euler Hermes édite annuellement une "Risk Map" qui classe par catégorie de risque tous les pays du monde en fonction de facteurs économiques et politiques. Les lecteurs du journal Aspect de la CFSCI peuvent commander gratuitement cette carte sous forme de poster, directement depuis notre site internet.