



Les actions du MEDEF Paris

CHOISIR SON BANQUIER, TOUTE UNE STRATÉGIE

Les banques

commerciales restent

les principaux

fournisseurs de fonds

des PME. Elles

permettent aux

entrepreneurs de se

développer tout en

limitant leur

investissement

personnel et en

conservant au

maximum le contrôle

de leur entreprise.

Mais comment

choisir une banque

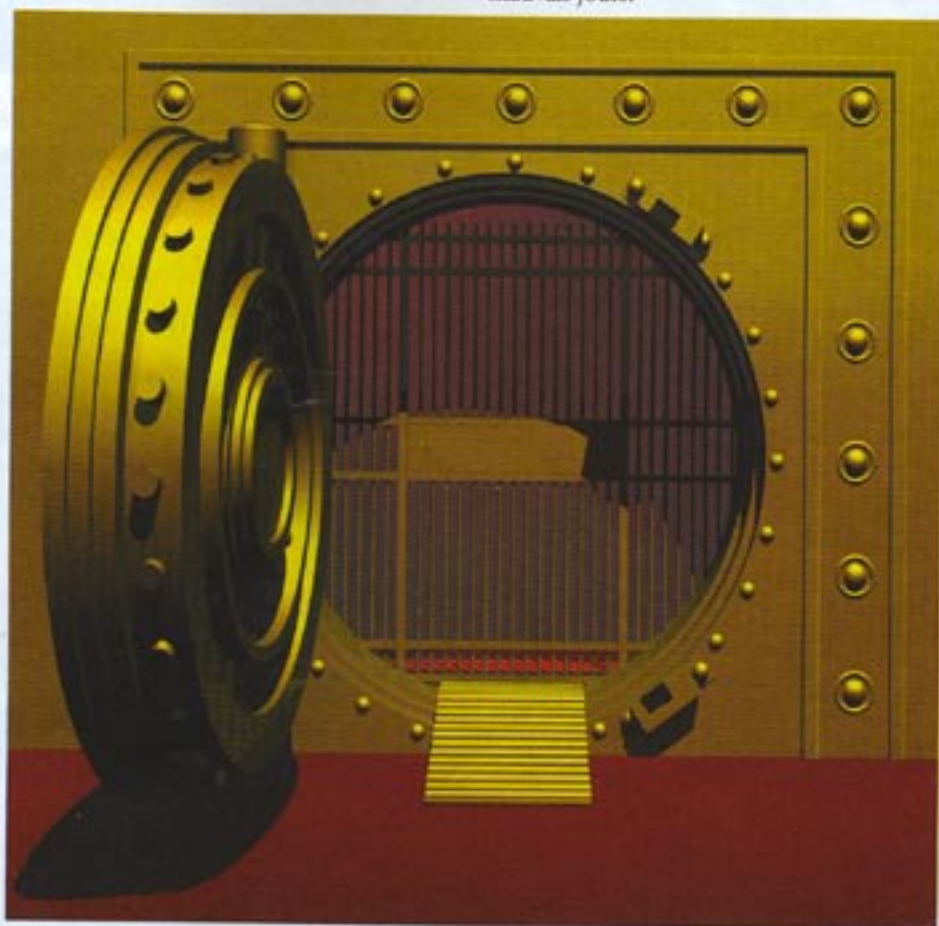
à son image ?

PAR BÉRENGÈRE SEIGNOT

À BONNE BANQUE, BON BANQUIER

Membre du Directoire de FORTIS BANQUE, Gérard Marc Botteri affirme *mieux vaut choisir une banque moyenne car dans une banque moyenne vous êtes plus grand*. Après avoir trouvé la bonne banque, reste à « élire » le bon banquier. Sera bon celui qui ne vendra pas ses produits, mais apportera des solutions à valeur ajoutée et des conseils créatifs pour mettre en adéquation les straté-

gies commerciales et financières de son client. Sera bon celui qui saura l'aider à financer une croissance forte, racheter un concurrent, trouver des investisseurs, mais aussi mieux gérer sa trésorerie, préparer sa succession ou encore céder son entreprise. Connaître le secteur de son client ajoute encore aux atouts du bon banquier. Enfin, pédagogue et courageux, il doit pouvoir le défendre vis-à-vis de la banque et défendre la banque auprès de son client. En somme, le bon banquier est celui des bons comme des mauvais jours. >>>





COMMENT LE CONVAINCRE DE VOUS ACCORDER UN PRÊT ?

Obtenir de l'argent d'un banquier est un véritable travail commercial. Le client doit se vendre et vendre son entreprise ainsi que son projet. Il doit rentrer dans la logique du banquier qui prend déjà des risques. Rien ne sert de lui en faire prendre davantage. Le banquier commercial a de faibles marges d'intérêt, de 1 à 3 % avant frais opérationnels et créances douteuses. Autrement dit, il n'a pas droit à l'erreur, or certains domaines comme la création d'entreprises sont à haut risque. Près de 40 à 50 % des créations défontent avant la 5^e année. Certes les banques peuvent s'appuyer sur la BDPME et la SOFARIS qui contre-garantissent près de 70 % du risque dans le domaine de la création d'entreprises, mais elles doivent rester prudentes en toute circonstance.

POLYGLOTTE

Le banquier parle le langage de la finance. Son client doit en faire autant et lui présenter un dossier solide. De plus en plus, explique Gérard Marc Botteri, la décision de crédit appartient à un comité et non plus au seul banquier. Si le maintien d'une bonne relation avec son banquier est toujours nécessaire, il n'est plus suffisant. Mieux vaut miser sur la qualité du dossier.

LE BON DOSSIER DE A À Z

Pour être complet, le dossier doit faire état des moindres petits éléments concernant l'entreprise : ventes, croissance du chiffre d'affaires anticipée, valeur ajoutée, leviers (réactivité, prix, qualité, concept innovateur...), clients. Il doit également exposer les choix d'organisation pour la production et la vente, la marge brute, la taille du marché, sa croissance, sa rentabilité et ses barrières d'entrée. Mais encore, il doit faire état des concurrents, de leur puissance et de leurs réactions. Sans oublier l'argent dont l'entrepreneur a besoin, ce qu'il va en faire, quand et comment il compte le rembourser... Tous

ces facteurs ajoutés à un jeu de projections financières réalistes permettront à la banque de cerner la capacité du client à identifier les risques et à faire face aux aléas futurs. C'est avec franc parler et transparence que sera présenté ce dossier :

« Mieux vaut choisir une banque moyenne car dans une banque moyenne vous êtes plus grand »

Gérard-Marc Botteri, Fortis Banque.

les relations avec un banquier sont des relations de long terme pour lesquelles il faut entretenir un courant continu d'informations qui seul, permettra de créer un climat de confiance.

INFORMATION CIRCULAIRE

Pour mettre toutes les chances de leur côté dans l'obtention d'un prêt, les entreprises doivent apaiser les incertitudes des banques. À elles donc de leur proposer à la fois des

garanties suffisantes et une meilleure circulation de l'information. Alors seulement, la banque pourra mieux apprécier l'environnement dans lequel évolue l'entreprise, les capacités de gestion de l'entrepreneur et les perspectives d'avenir de l'entreprise.

Des enquêtes ont révélé que les entreprises qui entretiennent de telles relations avec leurs banques - cela a un coût en temps, il est vrai - bénéficient de meilleures conditions de financement et donc d'une qualité de service supérieure. Le jeu en vaut la chandelle. Parce qu'un bon conseil doit toujours être partagé, le MEDEF Paris organise des déjeuners *Échanges de bonnes pratiques* par catégorie de dirigeant et de taille d'entreprise. Chaque fois, un nouvel intervenant, expert dans un domaine, prend la parole sur un thème, comme a pu le faire par exemple Gérard Marc Botteri, membre du directoire de FORTIS BANQUE, intervenu sur le thème « les règles d'or pour choisir un bon banquier et le convaincre. Les pièges à éviter ».

Pour en savoir plus, rendez-vous sur l'extranet www.medefparis.fr ■



Les questions qui fâchent

Les garanties : Quand sont-elles demandées ? Sur quoi sont-elles prises et quelle est leur utilité ? Les garanties prises sur les biens sociaux d'une entreprise n'ont donc de réelle valeur pour le banquier que si elles peuvent être vendues avant la défaillance.

Par conséquent, le banquier demande souvent une caution personnelle ou des sûretés sur des actifs personnels du dirigeant (biens immobiliers, actions...).

Le manque de transparence sur les moyens de paiement : La gestion des moyens de paiement est fortement déficitaire dans toutes les banques. Il faut plus de transparence, c'est-à-dire la vérité des prix sur la facturation des moyens de paiement et des marges d'intérêt compensée par la rémunération des dépôts à vue.

Le refus d'un crédit : Votre banque vous a refusé votre crédit ? Posez-vous les bonnes questions. En ai-je réellement besoin ? Puis-je restreindre mes dépenses, apporter des fonds et dégager le cash flow nécessaire ? Mon banquier a-t-il raison ? Mon bilan est-il suffisamment solide ? Comment est mon bilan par rapport à celui de mes concurrents ?