



Euler Hermes France

Comment valoriser vos créances commerciales ?

www.eulerhermes.fr



EULER HERMES
Our knowledge serving your success

Quelle est la valeur de mes créances commerciales ? Comment m'appuyer sur cet actif pour diversifier mes financements et dégager de la trésorerie ? Comment répondre à ces besoins de financement tout en sécurisant mes risques clients ? Tour d'horizon des outils actuels permettant de monétiser son actif circulant pour générer de la liquidité.



Une boîte à outils à manier selon ses objectifs et la typologie de son poste clients

Gérer son risque clients est une préoccupation constante des entreprises pour préserver leurs marges et leur trésorerie. Des techniques bien rodées sont à la disposition des directeurs administratifs et financiers : l'assurance-crédit, par exemple, permet d'assurer tout ou partie de ses créances clients. Ce produit classique de protection du poste clients pour l'entreprise a évolué pour aujourd'hui se marier à des techniques de financement adossées aux créances clients. Il est ainsi possible d'intégrer de différentes manières l'assurance-crédit pour mobiliser au mieux ses créances commerciales. Voici les principales solutions qui s'offrent à un directeur administratif et financier pour optimiser la gestion de son poste clients dans cette optique de financement.

SOLUTION N°1 : Le DAF souscrit sa propre assurance-crédit ou adapte celle qu'il a déjà en intégrant l'établissement financier en tant que «coassuré»

L'entreprise qui cède ses créances commerciales «sans recours» pour dégager des liquidités a intérêt à disposer d'une assurance-crédit sur le portefeuille cédé. «Si elle a déjà une assurance-crédit, il est possible de l'adapter aux contraintes de l'établissement financier qui rachète et qui finance les créances», précise Gilles Porte, responsable grands comptes et opérations structurées chez Euler Hermes France.

La raison est simple : l'établissement financier aura davantage confiance dans des créances commerciales assorties d'une assurance-crédit que dans un portefeuille «nu». Le banquier dispose alors d'une double garantie : celle des créances commerciales qu'il acquiert et celle de l'assureur-crédit qui les sécurise.

Si l'entreprise ne dispose pas d'une assurance-crédit avant l'opération de cession des créances commerciales, elle peut avoir intérêt à en souscrire une. Parfois, c'est une demande de l'établissement financier qui rachète le portefeuille de créances clients.

“*Les contrats s'adaptent à la taille de l'entreprise, à son activité...*”

Dans d'autres cas, le directeur administratif et financier sent que la négociation se passera mieux en mettant en avant la présence d'une assurance-crédit. **Cette garantie peut alors rassurer et permettre de décrocher un financement dans de bonnes conditions.** Tout dépend bien sûr de la taille, de la santé et du stade de développement de l'entreprise qui entend mobiliser ses créances commerciales.

Quelle que soit la raison de la mise en place de cette solution, elle permet d'intégrer le financeur. Il y a alors deux bénéficiaires au contrat d'assurance-crédit : d'abord, l'entreprise qui couvre ses créances commerciales et l'établissement financier qui sera intégré au contrat. Celui-ci deviendra ainsi le coassuré, c'est-à-dire le bénéficiaire des indemnités perçues en cas de défaillance des débiteurs pour les créances qu'il a achetées «sans recours».

Ces solutions s'adressent à tous les types d'entreprise, PME comme grands groupes internationaux. «Les contrats s'adaptent à la taille de l'entreprise, à son activité, au fait que les créances soient nationales ou internationales. De plus en plus d'entreprises optent pour des formules paneuropéennes qui incluent tout ou partie de leurs filiales à l'étranger dans la construction de ces programmes d'affacturage, y compris ceux qui visent une déconsolidation», indique Gilles Porte.

SOLUTION N°2 : L'entreprise cède ses créances à un établissement financier, ce dernier souscrit une assurance-crédit et en délègue la gestion à l'entreprise initiale

Dans ce cas, c'est l'établissement financier qui souscrit lui-même une assurance-crédit pour couvrir le portefeuille de créances commerciales qu'il a décidé de racheter. L'établissement financier peut toutefois donner mandat à l'entreprise qui lui cède ses créances pour gérer cette nouvelle assurance-crédit. Cela signifie que le responsable financier de l'entreprise continue à agir comme lorsqu'il était encore propriétaire de ses créances commerciales. **C'est donc lui qui continue à animer ses relations avec ses clients et à gérer ses garanties avec l'assureur-crédit, pour le compte de l'établissement financier.**

Il existe toutefois une différence avec la solution n°1, dans laquelle le directeur administratif et financier avait lui-même souscrit une assurance-crédit. Il pouvait alors décider d'assurer tout son chiffre d'affaires. Cette fois, ce n'est plus le cas ; seule la partie des créances qui a été cédée à l'établissement financier est bien évidemment assurée, puisque c'est ce même établissement qui a souscrit le contrat.

“L'établissement financier peut toutefois donner mandat à l'entreprise qui lui cède ses créances pour gérer cette nouvelle assurance-crédit. Cela signifie que le responsable financier de l'entreprise continue à agir comme lorsqu'il était encore propriétaire de ses créances commerciales.”

SOLUTION N°3 : L'entreprise cède ses créances à un établissement financier, ce dernier souscrit une assurance-crédit mais n'en délègue pas la gestion

On parle alors **«d'assurance-crédit silencieuse»**. L'entreprise n'a pas forcément de visibilité sur la souscription du contrat d'assurance-crédit par l'établissement financier, et n'en a d'ailleurs pas forcément elle-même l'utilité. C'est le cas par exemple d'entreprises souhaitant mobiliser un poste clients concentré seulement sur deux ou trois gros acteurs établis (comme un sous-traitant dans l'automobile ou la téléphonie, par exemple).

La couverture du risque clients n'est alors pas la motivation première pour l'entreprise. Pour autant, la cession des créances peut représenter un montant conséquent, pesant lourd en capitaux nécessaires pour l'établissement financier. **L'assurance-crédit lui permet de diminuer les fonds propres qu'il lui faudra mettre en face de l'opération.**

«Même quand l'assurance-crédit est silencieuse ou confidentielle vis-à-vis de l'entreprise et de ses clients, elle a un rôle clé. Sans la mise en place de cette solution, la banque n'aurait peut-être jamais racheté le portefeuille de créances commerciales aux conditions proposées du fait du coût en fonds propres et des ratios prudentiels», indique Gilles Porte. Dans ce cas précis, **l'assurance-crédit permet donc que l'achat de la créance commerciale se réalise dans de meilleures conditions, avec un niveau de financement maximisé**, en diminuant le niveau des parts non financées par exemple, ce qui profite in fine à l'entreprise cliente !

SOLUTION N°4 : L'entreprise choisit de titriser ses créances commerciales

L'entreprise peut faire le choix de céder un paquet de créances à un fonds commun de titrisation (FCT). Cette structure permettra d'acheter et de financer le portefeuille via l'émission de parts souscrites par des investisseurs. Comme lorsqu'il s'agit d'un établissement financier qui rachète en direct les créances, une assurance-crédit peut être intégrée au dispositif. **Cette technique s'adresse plus directement aux grands groupes** : en dessous de 50 millions d'euros d'encours, la technique ne présenterait en effet pas d'intérêt compte tenu des coûts de mise en œuvre (frais d'avocat, notamment), et de la complexité qu'elle engendre.

Elle séduira en revanche les entreprises de taille importante ayant un poste clients très diversifié (multitude de petits clients et quelques gros clients, par exemple) ou celles concentrant leurs risques de manière très forte sur des acheteurs clés. «En tant qu'assureur-crédit, nous sommes de plus en plus sollicités dans la mise en place de montages hybrides, mêlant affacturage et titrisation. Les frontières entre ces métiers sont plus poreuses qu'autrefois», précise Gilles Porte.

SOLUTION N°5 : L'entreprise cède ses créances auprès d'une nouvelle plateforme «Fintech»

Cette solution très récente de désintermédiation bancaire émerge peu à peu en France. En trois clics sur Internet, un directeur administratif et financier peut aujourd'hui vendre ses créances commerciales à une de ces nouvelles plateformes électroniques qui offrent une flexibilité nouvelle par rapport aux financements traditionnels, davantage basée sur une logique de consommation au coup par coup.

L'assurance-crédit reste un facteur clé dans ce nouveau mode de financement du poste clients. Ce n'est pas l'entreprise «cédante» qui s'assure, mais la plateforme elle-même. «Les responsables de la plateforme Internet qui financent des créances commerciales sont bien conscients du risque qu'ils prennent. Ils viennent donc nous voir pour souscrire leur propre assurance-crédit sur les créances qu'ils ont tout juste rachetées. Un procédé au final similaire à l'affacturage mais offrant de nouvelles perspectives aux entreprises qui cherchent à diversifier leurs sources de financement», explique Gilles Porte.

SOLUTION N°6 : L'entreprise sécurise sa chaîne d'approvisionnement en utilisant ses dettes fournisseurs comme levier

L'entreprise (dans ce cas, «le donneur d'ordre») peut aussi utiliser ses dettes fournisseurs pour optimiser et sécuriser sa chaîne d'approvisionnement («supply chain»). Dans ce cas, la logique est différente : l'entreprise propose une solution de financement à ses fournisseurs, au travers d'un factor ou d'une banque, dans le but de bien gérer sa trésorerie tout en leur assurant des conditions de paiement facilitées. **Cela peut lui permettre de négocier des conditions d'achat avantageuses en utilisant l'escompte.** C'est ce qu'on appelle le «reverse factoring». «L'assureur-crédit intervient ici pour que le factor transfère le risque de contrepartie concentré sur le donneur d'ordre», résume Gilles Porte.

“*En tant qu'assureur-crédit, nous sommes de plus en plus sollicités dans la mise en place de montages hybrides, mêlant affacturage et titrisation.*”

A chacun sa solution !

L'ampleur des possibilités, l'interconnexion croissante de l'affacturage, de l'assurance-crédit, de la titrisation et de leurs acteurs font qu'il n'existe plus une solution type pouvant s'appliquer à toutes les entreprises à tout moment. Les directeurs administratifs et financiers ont à leur disposition une palette élargie de techniques qui peuvent se combiner entre elles.

Pour les mettre en place, évaluer les nouvelles possibilités, ils ne doivent pas hésiter à interroger les professionnels, à les faire travailler les uns avec les autres pour trouver des solutions sur mesure pour l'entreprise. Avocats, banquiers, assureurs-crédits, factors, commissaires aux comptes, tous sont aujourd'hui en mesure de travailler efficacement sur un même dossier. Il est possible de mettre en place des opérations structurées qui permettent de croiser les besoins, les solutions pour aboutir à la formule la plus efficace et la mieux adaptée aux souhaits de l'entreprise. «Au bout du compte, la décision, l'arbitrage entre ces solutions reste l'apanage du DAF, en fonction des coûts, de ses propres contraintes opérationnelles et de la stratégie de l'entreprise de moyen et long terme, rappelle Gilles Porte. La recherche de financement est le moteur principal mais l'assurance-crédit sait suivre l'ensemble des stratégies actuelles de mobilisation de créances et les accompagne pour en garantir l'efficacité globale.»

Euler Hermes, filiale du groupe Allianz, est le leader des solutions d'assurance pour le développement des entreprises en France et à l'international. En tant qu'assureur-crédit, notre métier est de protéger les entreprises contre le risque d'impayés au travers de trois services à forte valeur ajoutée :

- La prévention des risques de non-paiement
- Le recouvrement des créances impayées
- L'indemnisation des pertes subies

Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.eulerhermes.fr

Ce guide est publié par Euler Hermes France.

1 place des Saisons,

92048 Paris La Défense Cedex

Email : contact@eulerhermes.com

Tél : +33 (0)1 84 11 50 50