

## INNOVATION

## Le crediting: un enjeu vital pour les PME !

Quel est le symptôme qui annonce la mort de toute entreprise ? Lilliquidité: l'absence de liquidités. La loi définit en effet la faillite comme la cessation de paiement suivie de l'ébranlement du crédit. – Olivier Putzeys

LA LIQUIDITÉ AU CONTRAIRE, permet des merveilles... pour autant que ses paramètres (volume, échéance, coût, ...) se marient suffisamment bien à ceux du projet qu'elle finance. Sinon, elle peut handicaper ce dernier... ou même l'enterrer.

L'accès à la liquidité sur-mesure est hélas le talon d'Achille de nombreuses PME qui ne disposent pas de l'éclairage, des ressources et du savoir-faire « crédit » des grandes entreprises.

La solution ? Le crediting, un service proposant des alternatives « crédit » ajustées



Olivier Putzeys

aux besoins de la PME: des alternatives plus rapides, plus pertinentes, plus souples, plus adaptées, plus compétitives et plus durables.

La démarche crediting passe par l'optimisation de la relation liant la PME à chacun de ses créanciers et par l'exploitation à son avantage de la dynamique de la liquidité.

Cette dynamique peut être décrite assez simplement. Chaque entreprise dispose de trois principaux réservoirs de liquidités pour financer ses besoins courants et faire face aux imprévus: le capital, les ventes et le crédit.

Le capital mis à disposition pour amorcer toute activité, est souvent très rapidement épuisé et exige le relais immédiat et simul-

tané des ventes et du crédit. Ce dernier est le baxter d'ultime recours dont l'épuisement est en général fatal.

Ainsi, dans son fonctionnement quotidien, la viabilité de toute entreprise dépend de l'aptitude de son management à veiller aux ventes et au crédit, et à faire jouer à ce dernier son rôle supplétif.

La vulnérabilité des PME provient souvent de l'insuffisance et du manque de diversification des réservoirs ventes et crédit, et du rôle secoureur trop faible du crédit.

Si le marketing vise la performance des ventes, le crediting lui vise la performance du crédit. A la fois indispensables et complémentaires, marketing et crediting constituent les deux poumons de toute entreprise.

Puisque le crédit représente plus de 60% du passif des entreprises, l'enjeu est de taille et mérite une réponse appropriée: proportionnelle, ciblée, calibrée et anticipée. En effet, qui a perdu son crédit, qu'a-t-il encore à perdre ?

Le défi du crediting ? Rendre compatibles deux sphères interdépendantes, mais très différentes et en changement continu: celle de la PME et celle de ses créanciers.

La vocation des entrepreneurs n'est pas de perpétuellement se confronter aux nouveaux modes et conditions de financement, ou aux exigences et rigueur de plus en plus importantes de créanciers aux profils, langages et attentes très spécifiques.

C'est le rôle du crediting: un accompagnement d'expert, structuré et indépendant, au service de toute PME qui souhaite durer.

Durer, n'est-ce pas là le vrai défi des entrepreneurs ? 