

## Le «creditoring», enjeu vital pour les PME

**P**armi les symptômes annonciateurs de la mort d'une entreprise, on recense l'illiquidité des actifs.

La loi définit en effet la faillite comme la cessation de paiement suivie de l'ébranlement du crédit. 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.

Dans le cas contraire, elle peut handicaper ce projet, voire même contribuer à l'enterrer.

Le manque d'accès à la liquidité sur mesure constitue hélas le talon d'Achille de nombreuses PME qui ne disposent pas de l'éclairage, des ressources et du savoir-faire que peuvent s'offrir les grandes entreprises en matière de crédit.

Une solution s'offre pourtant à elles: le creditoring. Il s'agit d'un service proposant des alternatives «crédit» ajustées aux besoins de la PME: plus rapides, plus souples, plus adaptées, plus compétitives et plus durables.

La démarche creditoring 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.

Souvent, le capital mis à disposition de l'entreprise pour amorcer son activité est rapidement épuisé, ce qui exige le relais immédiat et simultané des ventes et du crédit.

Ce dernier est le baxter d'ultime re-

cours dont l'épuisement est en général fatal. Ainsi, dans son fonctionnement quotidien, l'entreprise doit sa viabilité à l'aptitude de son management à veiller aux ventes et au crédit, et à faire jouer à ce dernier son rôle supplétif.

En revanche, la vulnérabilité des PME provient souvent de l'insuffisance et du manque de diversification des réservoirs ventes et crédit. Et du rôle de secours trop faible joué par le crédit.

### OPTIMISATION DU CRÉDIT

Si le marketing vise la performance des ventes, le creditoring vise quant à lui la performance du crédit.

L'enjeu est de taille, puisque ce dernier représente plus de 60% du passif des entreprises!

La réponse se doit donc d'être appropriée: proportionnelle, ciblée, calibrée et anticipée.

Recourir au creditoring permettra en principe de rendre compatibles deux sphères interdépendantes, mais très différentes et en évolution constante: 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 rigueurs de plus en plus importantes de créanciers aux profils, langages et attentes très spécifiques.

C'est en revanche le rôle du creditoring: 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? ◇

Olivier Putzeys  
olivier.putzeys@skynet.be