



CCI de Rouen : Point Credit Clients

*Extrait du magazine FONCTION CREDIT numéro 29 (Avril -Mai - Juin 2006)
édité par l'AFDCC (Association Française des Credit Managers et Conseils)*

L'AFDCC, dans sa mission de promotion des techniques de Credit Management, a toujours souhaité établir une relation de proximité avec les entreprises et notamment auprès des PME. C'est dans cette optique que les points Credit Clients ont été institués il y a plusieurs années maintenant.

L'idée de mettre en place ces rendez-vous est venue tout naturellement à partir d'un constat fait par l'AFDCC : certaines entreprises subissent des retards de paiements importants avec toutes les conséquences néfastes que cela implique en terme de frais financiers ou de manque à gagner en produits financiers ou encore d'exposition au risque de défaillance des clients.

Seule la mise en place de techniques de Credit Management permet d'optimiser les rentrées de trésorerie et de maîtriser le risque de non paiement.

C'est par cette relation de partenariat avec les Chambre de Commerce et d'Industrie et grâce à la mise à disposition d'un expert que l'association veut accompagner les entreprises dans la sécurisation de leur développement.

Voilà 5 ans maintenant que le Point Crédit Clients à la CCI de Rouen existe....Il est temps de faire le point.

Interview de Georges GRIGLIATTI, Consultant co-associé TRIADE.

Comment se passent les relations entre les consultants AFDCC et la CCI de Rouen ?

Tout d'abord, il est nécessaire de faire un peu d'histoire sur le POINT CREDIT CLIENT. Ce dispositif a été créé en octobre 2001 par une Convention signée entre la CCI de ROUEN (Président C. HERAIL) et l'Association Française des Credit Managers et Conseils (AFDCC : Président de l'époque Marc KERIO). Son but est simple : proposer une aide de proximité aux entreprises (ressortissants de la CCI) et tenter de leur apporter des solutions pour améliorer leur gestion du poste clients. Il est destiné, entre autres, aux dirigeants et aux créateurs d'entreprises de toutes tailles.

Il peut aussi être l'occasion d'avoir une information générale sur les outils et techniques qui permettent de mieux gérer le poste clients.

D'un point de vue pratique, durant les deux premières années du projet, les rendez vous étaient assurés à la Chambre de Commerce et d'Industrie où une permanence était tenue par le Consultant AFDCC toutes les 6 semaines. Mais rapidement, nous nous sommes aperçus que quelques points pouvaient nuire à la qualité et à l'efficacité du système mis en place. En effet, les entreprises ressortissantes de la CCI intéressées se présentaient sans documentation comptable sur laquelle s'appuyer pour faire un diagnostic. Une certaine gêne pouvait apparaître car ils n'étaient pas dans leur environnement. C'est pourquoi, pour palier à ces problèmes, une expérience de visite du consultant dans l'entreprise a été mise en place dans un deuxième temps. Les conditions étaient meilleures et les délégués territoriaux de la CCI ont été les pourvoyeurs de cet Espace Conseil ainsi que les conseillers techniques pour les différents secteurs comme l'Industrie ou les services. A noter d'ailleurs que les contacts sont très fréquents entre le consultant et les différents collaborateurs de la CCI.

Nous avons alors constaté une nette amélioration de la relation entre consultant AFDCC et entreprise adhérente à la CCI.

Quels sont les avantages pour la CCI de Rouen ?

La CCI offre à ses ressortissants une multitude de services parmi lesquels par exemple : les Mardis Techniques ou les Journées Thématiques... Le Point Crédit Clients est un service supplémentaire et complémentaire dans le domaine de l'optimisation de la gestion du poste clients. Les petites structures (créateurs d'entreprises, repreneurs, TPE et PME inférieures à 50 salariés) ont des besoins en compétences dans ce domaine identiques aux grandes. La CCI et l'AFDCC ont ainsi permis à ces petites organisations, d'avoir accès à une expertise, de démystifier le credit management et de les préparer à affronter les difficultés en pensant " prévention du risque clients " et en gérant d'une manière dynamique ce stock des créances impayées qui constitue un véritable réservoir de trésorerie.

En effet, il ne faut pas perdre de vue les enjeux pour l'entreprise, quelque soit sa taille, d'une bonne gestion du poste clients car une prise en compte plus approfondie de ces problématiques peut rapporter beaucoup en peu de temps. Des conseils en matière juridique, sur la facturation ou sur la négociation des délais de paiement peuvent avoir un impact insoupçonné sur la trésorerie de l'entreprise. En ce qui concerne les délais de paiement par exemple : pour une entreprise qui réalise 5,5 millions d'€ de CA HT, chaque jour accordé (ou subi) représente 15 280 € (trésorerie immobilisée) soit au taux moyen de 6 %, 917 € par an et par jour accordé ou subi de frais financiers ou de manque à gagner en produits financiers. Faites le calcul par rapport à votre chiffre d'affaires sachant qu'en moyenne en France, le nombre de jours de retard de paiement est de 13.

Pour résumer, rappelons que les CCI ont pour vocation d'accompagner leurs ressortissants dans des démarches d'optimisation de leur gestion. Dans ce cadre, le Point Credit Clients est un outil supplémentaire d'aide aux entreprises. Il complète

parfaitement la palette de services que proposent ces institutions et démontre que l'impayé n'est pas une fatalité !

Quelle utilité pour les consultants ?

Cette expérience en tant que consultant adhérent à l'AFDCC auprès de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Rouen m'a permis de découvrir le monde de la petite entreprise (la France compte 1 300 000 entreprises comprises entre 0 et 9 salariés) qui ont des difficultés et des problématiques dans la gestion de l'encours clients. Que ce soit une aide préventive ou curative, il est toujours intéressant de sensibiliser les entrepreneurs à ces aspects de gestion qui sont encore trop souvent négligés.

Comme je l'expliquais précédemment, pour une organisation de petite taille, les intérêts de connaître quelques techniques de Credit Management sont flagrants.

Du point de vue de mon développement personnel et professionnel, ces échanges me permettent de m'adapter à la richesse des interlocuteurs et de faire oeuvre de pédagogie en tirant des diagnostics rapides et " à chaud " lors des entretiens en face à face dans l'entreprise et en transférant du savoir faire immédiatement applicable (accès à des bases de données Internet gratuites, remises de modèles de lettres de relance écrites, conseiller de faire entrer une seconde banque, orienter vers des prestataires spécialisés du compte clients...).

Bien évidemment, ces interventions me permettent, dans certains cas, de détecter des missions de longue durée (formations, audit, coaching...) auprès d'entreprises de structures plus importantes se trouvant confrontées à un moment de leur évolution, à des problématiques d'optimisation de leur Besoin en Fonds de Roulement et en particulier de réduction de leur poste clients.

Quelles entreprises rencontrez-vous ? Quelle taille ? Quel secteur d'activité ?

Les profils des entreprises susceptibles d'être intéressées par ces Points Crédit Clients sont assez variés. En effet, toutes les organisations, même si elles n'en n'ont pas forcément conscience, devraient disposer d'une politique crédit. Dans la pratique, les entreprises n'ont pas toujours conscience de cette nécessité subissent souvent sans les contrôler les conditions imposées par leurs clients, d'où l'utilité de ce Point Crédit Clients en terme d'information et de sensibilisation. Dans la grande majorité des cas, nous avons rencontré des entreprises inférieures à 20 salariés. Ces structures sont de tous secteurs d'activité mais nous constatons une part un peu plus importante d'entreprises appartenant au secteur du négoce et à celui des prestations de service aux entreprises. Durant cette expérience, nous avons rencontré quelques entreprises dont l'effectif était supérieur à 100 salariés ou dont le Chiffre d'Affaires HT avoisinait les 10 Million d'euros et qui nous ont permis d'accomplir des missions plus longues ou plus spécifiques , en répondant à un besoin donné (voir témoignages)

Les conseils donnés sont :

Les consultants adhérents à l'AFDCC tentent toujours d'apporter des réponses personnalisées et adaptées à l'entreprise demandeuse. Mais nous pouvons identifier des " catégories générales " de conseils qui reviennent assez régulièrement :

Sur la sensibilisation aux risques : comment se renseigner sur la solvabilité d'un prospect ou client potentiel ?

En matière juridique et commerciale, comment " bétonner " le contrat entre client et fournisseur ?

Pour recouvrer les créances, nous essayons aussi de transmettre quelques " clés " de succès pour un recouvrement plus efficace comme par exemple : conseiller la rapidité et la fermeté dans la relance, le paiement d'une facture à la date d'échéance convenue est le seul engagement du client, si la prestation est sans contestation.

Nous ne manquons pas de rappeler que la prévention est une partie primordiale dans la bonne gestion du poste clients. Pour s'inscrire dans cette démarche, nous encourageons les ressortissants des CCI à intégrer dans leur négociation commerciale la négociation des conditions de paiement et à pratiquer des moyens de paiement sécurisés comme la Traite directe en banque par exemple. Nous tentons également de les sensibiliser sur la règle d'or suivante : " ne jamais laisser la maîtrise de l'instrument de paiement au client débiteur ?... "

Les entreprises conseillées apportent-elles un retour positif à la CCI ?

Les entreprises sont satisfaites de l'apport du consultant mandaté par l'AFDCC . Cependant, la CCI souhaiterait pouvoir faire bénéficier plus d'entreprises de ce dispositif. Elle réfléchit à déployer un plan d'action pour susciter ou toucher un plus grand nombre d'entreprises ressortissantes.

Pour la CCI, est-ce une valeur ajoutée nouvelle ou dans la continuité des actions engagées?

A mon avis, la création du point Crédit Clients a véritablement une valeur ajoutée nouvelle. Ce service, en place maintenant depuis 2001, fait l'objet de communication permanente de la part de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Rouen (Bulletin Economique mensuel ; une page est dédiée à ce service sur le site Internet ; des encarts dans les pages saumon du Paris Normandie...). Il vient bien sûr compléter les services déjà offerts aux structures de tailles réduites, en les sensibilisant à la gestion du poste clients mais il aborde des problématiques méconnues de certaines entreprises. Ce système a pour but de les préparer à être mieux armées dans leurs phases de croissance et de développement qui sont souvent des périodes difficiles à gérer. Les aides " classiques " se concentrent souvent sur les phases de mise en place des structures ou de prospection de clients mais l'on oublie souvent une règle simple : " Trouver des clients et réaliser des commandes, c'est bien... mais être payés à coup sûr, c'est mieux "

N'oublions pas que le poste clients est une composante du Besoin en Fonds de

Roulement que les petites entreprises ont encore beaucoup de mal à travailler dans une optique dynamique. Voilà où se trouve notre vraie valeur ajoutée, dans l'information, la sensibilisation et le conseil.

Puissions nous contribuer à la pérennité de ces entreprises.

TEMOIGNAGE DE JEAN PAUL LECERF DG DE SOVIMEF -GROUPE SEGINOR, fabrication et installations d'équipements aérauliques et frigorifiques industriels dans la Région Normande et Paris Ile de France ; réalise un CA de 10 mio d'€ avec environ 100 personnes ; adhérent du SNEFCCA " Suite à une réunion organisée avec la CCI de Rouen, nous avons rencontré un consultant Mr Georges GRIGLIATTI, pour faire un pré-bilan de notre capacité de trésorerie. Après une discussion fructueuse, nous avons fait appel à un consultant TRIADE pour un bilan complet qui a débouché sur un plan d'action pour notre groupe de plusieurs PME. Grâce à cette opération, notre délai de règlement client en 15 mois a baissé d'environ 8 jours, nous permettant d'assainir un peu plus notre trésorerie qui est maintenant toujours positive. "

TEMOIGNAGE DE RAPHAEL DE LEONARDIS DG DE MTCA à ROUEN, présent en Normandie depuis 30 ans, le spécialiste des techniques de l'image, du son et de la lumière, propose les technologies audiovisuelles les plus récentes et plus performantes du marché. Avec un CA de 5 Moi d'€ et plus de 40 salariés, c'est le leader régional... " Le simple fait de discuter avec un spécialiste (consultant du POINT CREDIT CLIENT de la CCI de ROUEN), permet de s'interroger sur sa propre efficience en terme de "gestion du crédit client". L'analyse par cette personne des principaux ratios financiers et de leurs évolutions sur trois ans met en évidence les axes d'améliorations potentiels. La gestion du poste Client devient alors, non pas une action ponctuelle, mais quelque chose de récurrent, voir quotidien. De même, la mise en place, par exemple, du suivi du DSO apporte aussi une meilleure visibilité et un suivi simple de la performance de l'entreprise du poste client "

Pour plus de renseignements sur l'Association Française des Credit Managers et Conseils, vous pouvez nous joindre par mail à l'adresse suivante : contact@afdcc.com ou rendez-vous sur le site www.afdcc.com