



Les 6 écueils à éviter lorsque vous souhaitez vendre votre entreprise (2/2)

Transmettre son entreprise est un événement majeur dans la vie d'un entrepreneur, nos deux prochains billets établissent une petite liste des erreurs classiques à éviter pour s'assurer que tout se passe le mieux possible.

Le nombre élevé de successions d'entreprises sous toutes leurs formes peuvent laisser penser aux cédants que vendre leur entreprise est un processus simple et rémunérateur, et il arrive qu'ils s'engagent dans une démarche beaucoup plus éprouvante qu'il n'y paraissait de prime abord. La transmission peut être un véritable défi si elle ne fait pas l'objet d'une préparation en phase avec la réalité du marché.

Quel que soit le secteur d'activité de l'entreprise, la réussite de l'opération dépend fortement de la planification stratégique réalisée en amont de la vente.

Les erreurs classiques des cédants d'entreprise (suite)

4. Avoir un mauvais timing

Le bon ou le mauvais moment pour vendre une entreprise ne dépend malheureusement pas de vos états d'âme du moment. Une économie porteuse peut être utile mais ne signifie pas forcément que le marché de la succession soit florissant pour tous les types d'entreprises dans tous les secteurs d'activité :

vos position pourrait être plus avantageuse six mois ou une année plus tard.

Il n'est pas simple de déterminer quel est le meilleur moment pour mettre son affaire sur le marché, mais en consultant vos conseillers suffisamment tôt dans le processus, vous pourrez vous mettre à la place des différents types d'investisseurs qui pourraient être intéressés par votre société et en déduire le moment le plus opportun pour optimiser la valorisation de votre entreprise. Il peut être pertinent d'attendre que certains ratios financiers soient meilleurs ou que le marché soit davantage mûr pour répondre à vos attentes.

5. Faire une valorisation erronée de la société

La valorisation (thème fréquemment traité dans nos articles) est un exercice complexe qui conduit parfois à une surévaluation par le cédant, mais aussi à une sous-évaluation, tout aussi dommageable. Prétendre à un prix trop faible péjore non seulement votre gain, mais il peut encore effrayer les investisseurs qui risquent de se tourner vers d'autres opportunités.

Vos propres outils et méthodes pour une première évaluation de la société sont une bonne base, mais pour vous lancer dans la démarche de cession effective, il vous sera nécessaire de faire réaliser une

valorisation « objective » par un tiers. Les spécialistes d'accompagnement à la transmission d'entreprise comprennent les enjeux du marché et ont l'expertise nécessaire pour vous donner une valeur la plus juste possible de votre société. Dans la mesure où votre entreprise est sans doute votre actif le plus important, cela vaut la peine d'en connaître le « juste prix ».

6. Minimiser le temps de préparation

De nombreux cédants sont surpris du temps et de l'énergie nécessaires pour préparer une entreprise à sa mise sur le marché. Le calcul de la valeur, la collecte et la compilation des documents financiers, juridiques, commerciaux et logistiques sont autant de passages obligés et fastidieux avant de pouvoir mettre sa société en vente.

Nous recommandons de commencer les préparations au moins une année avant le moment où vous avez l'intention de transmettre votre entreprise et, dans l'idéal, il semble judicieux de s'y prendre trois ans à l'avance. Ce délai vous permet de donner de la valeur à la société, à la fois en améliorant la partie commerciale et les résultats financiers, mais aussi en donnant le temps de mettre en place les processus et les collaborateurs qui laisseront un avenir à l'entreprise sans votre présence et votre travail quotidien.

Vendre son affaire est une démarche sans garantie, toutefois, traiter ce projet avec la méthode et la discipline que vous appliquez à tout autre projet permet clairement de mettre toutes vos chances de votre côté pour une transmission réussie. Dans ce domaine comme dans une compétition sportive, la préparation n'est pas toujours suffisante, mais elle est indispensable.



Dans la mesure où votre entreprise est sans doute votre actif le plus important, cela vaut la peine d'en connaître le « juste prix ».



**Edgar Brandt
Advisory**

EDGAR BRANDT ADVISORY SA
ICC – Route de Pré-Bois 20
1215 Genève 15 - Suisse
T. +41 22 799 42 80

Rue Mauborget 12
1003 Lausanne - Suisse
T. +41 21 311 44 09

eb-advisory.ch