



I La recherche des financements

Apprenez à séduire votre banquier

Même si l'obtention d'un prêt n'est pas une sinécure, certains arguments peuvent faire pencher la balance en votre faveur.

Les banques sont par nature réticentes à prendre des risques et les nouvelles règles prudentielles (issues de la réforme de «Bâle III») auxquelles elles sont soumises n'ont fait qu'accroître cette attitude. De fait, un créateur d'entreprise sur quatre seulement fait appel à une banque pour l'aider à démarrer. Mais il serait absurde de renoncer à les démarcher. D'abord parce que ce contact permet de tester la validité d'un projet. Ensuite, parce que le banquier est un partenaire sur le long terme de l'entreprise : un jour, vous aurez peut-être besoin de lui pour combler un trou de trésorerie, obtenir un crédit ou demander un découvert.

Autant vous frotter à cet interlocuteur incontournable dès le départ afin de le convaincre de vous prêter de l'argent.

► Parfaire son plan de financement

Le business plan représente le document de base qui sera étudié par le banquier. Inutile cependant d'arriver avec la totalité de votre dossier. Faites gagner du temps à votre interlocuteur en lui apportant seulement votre «executive summary» – ce résumé de deux pages qui présente de façon claire et précise votre projet (lire page 28) – sans oublier d'y adjoindre les tableaux prévisionnels (lire page 32). Le banquier épluchera toutes vos prévisions, mais il portera une attention particulière au plan de financement. «Il veut savoir à quoi sont desti-

nés les investissements et s'assurer de financer du concret. Les banques accordent en effet plus volontiers des crédits pour l'achat d'immobilisations corporelles ou de fonds de commerce. A l'inverse, ils n'acceptent que rarement de financer le besoin en fonds de roulement», précise Jean-Philippe Deltour, cofondateur du courtier en financement [CréditRelax](#)

► Anticiper les questions qu'on vous posera

La crise a fait naître de nouveaux comportements chez les banquiers. «Ils sont plus attachés à la cohérence homme-projet car ils savent que, par les temps qui courent, les documents prévisionnels sont aléatoires», constate Marie-Armelle Delauney, responsable du financement à l'APCE. Les banquiers sont peut-être moins à cheval sur les chiffres, mais ils veulent savoir à qui ils ont affaire. Une constante que l'on retrouve dans tous les établissements. «Nous étudions l'homme plus que ses tableaux. Nous l'interrogeons sur ses compétences, sa capacité à réagir et son envie de réussir. Certaines questions peuvent paraître déstabilisantes, mais nous essayons de savoir ce qui pourrait mettre en péril son projet», explique Florent Lamoureux, directeur du marché des professionnels de la Caisse d'Epargne.

Pour éviter d'avoir l'air de tomber des nues, préparez l'entretien en listant les points forts et les points faibles de votre future entreprise. Anticipez les éventuelles objections et prévoyez les arguments permettant de les contrer. Enfin,

Un créateur sur quatre fait appel à un établissement bancaire

restez égal à vous-même : le banquier n'est là ni pour vous rendre service, ni pour vous enfoncer. C'est avant tout un partenaire qui a lui aussi besoin de trouver de nouveaux clients.

► Etre en mesure d'offrir des garanties

Même si les pratiques varient d'un établissement bancaire à l'autre, certains usages sont universels. Leur respect vous évitera de passer pour un doux rêveur. Ainsi, le montant du prêt réclamé doit être en rapport avec vos fonds propres. Les banques ont toujours l'œil sur le ratio de solvabilité (le rapport entre l'endettement net et les fonds propres). «Aujourd'hui, un apport compris entre 30 et 40% est exigé», prévient Jean-Philippe Deltour. Ce pourcentage peut cependant atteindre 50% pour une entreprise de services ou, à l'inverse, tomber à 20% pour certaines enseignes de restauration à thème, jugées moins risquées car la banque peut se garantir sur le matériel.

Avec la crise, les banquiers, déjà prudents, sont devenus ultraprécaveux. «Ils ne veulent plus prendre le moindre risque et exigent de manière quasi systématique une garantie», souligne Marie-Armelle Delauney. Ces fameuses garanties varient en fonction de la nature de l'actif financé. Si le nantissement s'applique sur les biens incorporels (le fonds de commerce, par exemple) et l'hypothèque sur les biens immobiliers, le créateur doit souvent fournir en plus une caution personnelle. Il peut alors se tourner vers des organismes comme Oséo, France Active, Siagi ou FGIF (Fonds de garantie à l'initiative des femmes). Ceux-ci peuvent garantir jusqu'à 70% du montant emprunté, pour un coût de 1 à 2% du montant garanti (lire page 94). La démarche est simplifiée du fait que les agences bancaires travaillent directement avec ces organismes. Le groupe BPCE (Banque Populaire Caisse d'Epargne), qui accompagne chaque année 30 000 créations d'entreprise, dispose même de son propre réseau de garantie, les Socama, qui ont la particularité de rembourser le coût de la garantie en fin de prêt si tout se passe bien.

► Négocier le coût global de l'emprunt

En 2012, les taux d'intérêt pratiqués sur les emprunts varient dans une fourchette allant de 3% à 4,5% selon les montants, l'expérience du porteur de projet, l'activité de l'entreprise et la nature des investissements financés. Le taux n'est toutefois pas la seule variable à négocier. Le coût de l'emprunt sera aussi fonction de la durée du prêt (souvent égale à celle de l'amortissement des biens financés), du coût de la garantie ou de celui de l'assurance. Sur ce dernier point, la banque propose en général de souscrire une assurance de groupe. Son prix est peu ou prou le même pour tous les assurés d'une même banque, mais si vous avez un bon profil, aucun problème de santé et êtes âgé de moins de 45 ans, une délégation d'assurance (qui vous donne la possibilité de vous assurer ailleurs que dans l'établissement prêteur) vous sera sans doute plus favorable. ■

PRÊT REFUSÉ ? ADRESSEZ-VOUS À LA MÉDIATION DU CRÉDIT

Les entrepreneurs qui se voient refuser un crédit par leur banque peuvent saisir la Médiation du crédit. Créé en 2009, cet organisme public défend gratuitement les intérêts des chefs d'entreprise en négociant des accords avec les banques. Pour bénéficier de ses services, il suffit de remplir le dossier disponible sur www.mediateurducredit.fr. Dans 60% des cas, une solution favorable est trouvée. En 2011, la Médiation a conforté 1885 entreprises dans leurs activités (correspondant à 410 millions d'euros d'encours débloqués), sachant que 96% des dossiers acceptés concernaient des entreprises de moins de 50 salariés, pour des besoins de financement inférieurs à 50 000 euros.