

**L'ANALYSE DU RISQUE DE CREDIT :
LA CLE DES PROCESSUS DECISIONNELS DANS UN CLIMAT MONDIAL
INCERTAIN**





LE CREDIT CLIENT, UN RISQUE REEL EN CONTEXTE DE VOLATILITE MACROECONOMIQUE

En cette période d'instabilité économique et de volatilité des marchés financiers du monde entier, les Directions Générales et Financières sont confrontées, jour après jour, à une incertitude croissante. La sécurisation du poste client joue donc un rôle essentiel dans la maîtrise des coûts d'exploitation du BFR et la confiance des actionnaires.

En moyenne, les comptes clients représentent plus d'un tiers des avoirs d'une entreprise. Comme chacun le sait, la fidélisation de la clientèle est un élément capital de la stratégie commerciale des entreprises, au vu du coût que représente l'acquisition d'un nouveau client. Pourtant, le niveau moyen des créances irrécouvrables des entreprises, situé encore récemment entre 0,5 % et 0,7 % du chiffre d'affaires, est passé à 1 % selon le secteur d'activité. De fait, plus de 25 % des faillites d'entreprises en Europe sont la conséquence directe des défauts de paiement. La protection des créances clients doit venir contrebalancer le risque auquel l'entreprise est exposée et s'avère donc une stratégie payante.

En moyenne, les comptes clients représentent plus d'un tiers des avoirs d'une entreprise.

En outre, l'instabilité économique et politique au sein de l'Union Européenne est susceptible d'affecter directement la solvabilité des clients, mettant alors en péril le bilan, la trésorerie et les opportunités de croissance des entreprises. Dans le même temps, ces incertitudes incitent les entreprises à chercher de nouveaux clients à l'international, sur des marchés inexploités et plus risqués comme l'Asie, l'Amérique latine ou la Russie.

En Europe, plus de 25 % des faillites d'entreprises sont la conséquence directe des défauts de paiement.

Avec la multiplication des retards et des défauts de paiement ces dernières années, en plus du renforcement de la concurrence et l'érosion des marges bénéficiaires, les entreprises peuvent de moins en moins répercuter les coûts inhérents au risque clients, les empêchant d'atteindre leurs objectifs. Les actionnaires, lassés des surprises et des mauvaises nouvelles, exigent un meilleur contrôle et une gouvernance plus stricte.

Tous ces facteurs contribuent à placer la gestion du risque de crédit au cœur des préoccupations stratégiques des DAF et Directions Générales, quelle que soit la taille de l'entreprise et qu'elle ait recours ou non à l'assurance-crédit.

ETABLIR DES REGLES DE GOUVERNANCE DU CREDIT AVEC PLUS D'INTELLIGENCE :

La meilleure façon de sécuriser son poste client est d'identifier, analyser et surveiller chacun de ses risques individuellement. Le management de l'entreprise doit être proactif en matière de credit management. Ceci suppose que l'entreprise dispose d'informations sur la santé financière et la solvabilité de ses clients et pour se faire, des outils adéquats pour évaluer l'impact d'une défaillance individuelle ou systémique sur son bilan.

La Direction Financière doit être en mesure d'évaluer facilement la solvabilité des comptes débiteurs par entreprise, par groupe et par pays. L'évaluation du risque de crédit doit prendre en compte les risques en amont et en aval propres à la situation de chaque client.

Pour adopter une démarche proactive en matière de gestion du risque de crédit, il faut pouvoir s'appuyer sur une analyse détaillée de la santé et de la capacité financière des clients et donc disposer des outils permettant d'évaluer l'impact sur votre bilan.

Les Directions Générales et Financières doivent s'assurer d'une forte capacité de maîtrise par leur entreprise au risque de crédit. Pour cela, elles doivent être en mesure d'apporter des réponses aux questions suivantes :

Quel est le poids du compte client dans les actifs ? Comment le compte client est-il sécurisé?

Gérer le compte client, ce n'est pas seulement surveiller le DSO, c'est aussi le sécuriser pour garantir les financements bancaires à court terme et réduire le coût du financement.

Comment votre entreprise évalue-t-elle ses risques?

Une seule source d'information est insuffisante. Rassembler de l'information et évaluer manuellement le risque de défaillance d'un client ou d'un prospect peut être chronophage alors que l'information collectée est devenue obsolète. Le process efficace d'évaluation du risque prend en compte le secteur d'activité, l'environnement économique et légal, la nature de la transaction, la qualité du fournisseur, de ses procédures, et enfin la santé financière et l'historique de paiement du débiteur. Cet ensemble d'informations rassemblé à partir de différentes sources sont nécessaires pour une évaluation pertinente du risque.

Dans quelle mesure le processus de credit management est-il intégré à votre stratégie commerciale ? Votre entreprise est-elle en mesure de mettre en œuvre des règles de gouvernance en credit management?

Les processus de vente et de crédit sont encore trop souvent cloisonnés au sein des entreprises. Les procédures de credit management sont hétérogènes, varient d'une filiale à l'autre et d'un pays à l'autre. Sans procédure et outil de mise en œuvre de ces procédures, l'entreprise est plus exposée, ses dirigeants ne peuvent pas prendre les décisions stratégiques pertinentes fondées sur toutes l'intelligence rassemblée sur le client.

Quelle visibilité avez-vous sur la santé et la capacité d'autofinancement de vos clients, leur solvabilité ? Quels sont les leviers de croissance des activités de vos clients et prospects?

Dans le contexte économique actuel, les clients possédant de solides antécédents en matière de crédit et qui jouissaient d'une bonne santé financière ne sont plus forcément les plus solides. Chaque entreprise, quelle que soit sa taille, doit suivre ses activités. Elle doit être informée et capable de faire le suivi de leurs chaînes d'approvisionnement, de la nature et de l'origine de leurs dettes, ainsi que des facteurs d'amélioration ou de dégradation du risque d'insolvabilité. La

visualisation *en temps réel* de la santé financière d'un client permet à l'entreprise d'évaluer instantanément sa catégorie de risques et de prendre aussi la bonne décision.

Envisagez-vous de conquérir de nouveaux marchés ? Quel niveau de risque pouvez-vous supporter ?

Au fur et à mesure que les entreprises européennes cherchent à pénétrer de nouveaux marchés peu connus en Asie, en Amérique latine ou en Russie, la difficulté d'apprécier le risque s'accroît. Pourtant les entreprises doivent être en mesure d'évaluer le risque de crédit des acheteurs potentiels opérant dans ces régions en se fondant sur l'analyse des données « de terrain ».

Pourquoi une analyse du risque de crédit pertinente est-elle rentable ?

L'analyse du risque de crédit améliore la performance opérationnelle de l'entreprise en assurant un meilleur contrôle de l'exposition au risque de crédit sur les marchés nouveaux ou existants. Les entreprises qui sécurisent leur portefeuille de débiteurs améliorent la liquidité de leurs créances, leurs BFR, leurs processus de credit management et leurs perspectives de croissance. Les avantages sont alors visibles sur les plans stratégique, opérationnel et financier.

L'analyse du niveau de risque de l'entreprise est-elle régulièrement revue lors des comités de Direction ?

Le risque de crédit est l'affaire de tous. Les fonctions marketing, commerciale et finance de l'entreprise doivent être associées à son pilotage. La Direction Générale, comme souvent dans les programmes transverses, doit montrer l'intérêt qu'elle porte à son suivi et sa maîtrise. Quelques indicateurs clés (KPI) peuvent être définis et utilisés pour s'assurer de ce suivi régulier :

- Quelle est la segmentation du poste client par classe de risque, et son évolution ?
- Quel est le niveau d'exposition du portefeuille, par zone, par activité et son évolution ?
- Si l'entreprise est assurée crédit, quel est le taux de couverture du poste client ?
- Quelle est la segmentation des « overdue » par catégorie de risques ?
- ...

DES ATOUTS STRATEGIQUES

La visualisation immédiate de la santé financière *actuelle* des acheteurs permet de connaître à chaque instant les risques réels portés par l'entreprise. De cette façon, si le risque de non-paiement d'un client est dégradé, la limite de crédit est ajustée jusqu'à ce que la situation financière du client s'améliore. À partir du moment où l'entreprise peut caractériser, évaluer et surveiller la capacité financière de ses clients et prospects, elle est en mesure de sécuriser sa croissance et de se développer à l'exportation.

Les solutions Tinubu Credit Risk Intelligence permettent la mise en place d'une gouvernance de credit management conforme à la stratégie définie par la Direction.

Grâce à une information et une analyse intelligentes en temps réel et à des algorithmes de prise de décision adaptés et pertinents, l'entreprise gère ses risques en fonction de son appétit et de sa stratégie de risque par acheteur, par groupe consolidé. Ceci lui donne une réelle maîtrise de ses risques et lui permet de mieux sécuriser la valeur de ses créances, d'améliorer sa trésorerie et de fiabiliser ses prévisions. Enfin, lorsque les créances clients sont sûres (délai de recouvrement plus court et moins de défauts de paiement), elles ont plus de valeur dans le cadre de cession auprès des banques.

DES BENEFICES OPERATIONNELS

En créant le lien indispensable entre l'ERP Finance et le CRM de l'entreprise, Tinubu Risk Management Center (RMC SaaS), permet à tous les utilisateurs de capitaliser, de partager et de surveiller l'ensemble des informations disponibles sur leurs clients et d'appliquer la stratégie de risque propre à l'entreprise.

Tinubu Risk Management Center (RMC SaaS) fournit des analyses opérationnelles accompagnées de rapports financiers, donnant une parfaite visibilité sur les expositions et les catégories de risques auquel doit faire face l'entreprise. La plateforme opère une surveillance permanente du portefeuille des débiteurs, alerte sur toute information négative qui impacte le risque d'insolvabilité.

Les Cloud solutions Tinubu Credit Risk Intelligence sont dédiées à la gestion du risque de crédit pour tous les acteurs décisionnaires d'une entreprise.

UN AVANTAGE COMPETITIF

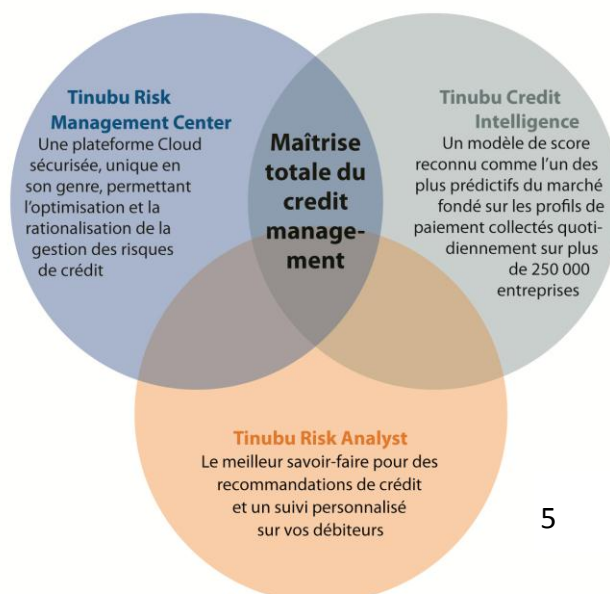
D'après un rapport d'Aberdeen Group de 2011, les entreprises ayant simplement mis en place une base de données dédiée au risque client ont observé une diminution de leurs impayés de 10 % et sont 31 % moins nombreuses à citer les impayés clients parmi les facteurs de ralentissement de leur activité. Les entreprises qui scorent leur portefeuille de débiteurs régulièrement observent une diminution de 28 % de leurs impayés.¹

Grâce à une analyse pertinente du risque, le service marketing de l'entreprise peut écarter en amont les sociétés à haut risque de ses cibles de prospection, avec à la clé un gain de temps et de coûts sur les opérations de lead generation et de suivi des campagnes ainsi qu'un retour sur investissement supérieur de ces opérations.

Le service commercial peut quant à lui, concentrer ses efforts sur les opportunités à plus forte valeur ajoutée. Sur le bilan de l'entreprise, cela se traduira non seulement par des gains plus importants (chiffre d'affaires et créances clients à faible risque), mais aussi par des coûts des ventes réduits grâce au gain substantiel de productivité des équipes commerciales.

TINUBU CREDIT RISK INTELLIGENCE SOLUTIONS

La solution *Tinubu Credit Risk Intelligence*, intégrant la plateforme Cloud *Tinubu Risk Management Center (RMC SaaS)*, le service *Tinubu Credit Intelligence* assurant un reporting en temps réel sur le risque de crédit et le service d'arbitrage des risques *Tinubu Risk Analyst*, est la seule et unique plateforme capable d'offrir aux entreprises un support d'analyse décisionnelle et de reporting opérationnel en matière de crédit management, avec à la clé une visibilité complète de leur exposition au risque de crédit.



¹ Scott Pezza, *The Order-to-Cash Cycle: Enhancing Performance with Process Automation*, Aberdeen Group, 2011

La plateforme Tinubu Risk Management Center (RMC SaaS) permet la mise en place de processus de credit management au sein de l'entreprise tout en s'adaptant à la stratégie commerciale propre à chaque entreprise.

Tinubu Risk Management Center (RMC SaaS) prend également en charge les polices d'assurance-crédit en proposant un portail intégré de gestion des polices s'interfaçant directement avec le système de l'assureur pour l'application des limites et la gestion des réclamations.

Solution SaaS conçue pour le Cloud, Tinubu Risk Management Center (RMC SaaS) se déploie rapidement, ne requiert aucune maintenance et bénéficie de mises à jour immédiates. De ce fait, des entreprises de toutes tailles, quelle que soit leur localisation, peuvent profiter des avantages de Tinubu Risk Management Center (RMC SaaS) en tant que solution assurant un faible coût et un retour sur investissement rapide et élevé— avec la possibilité d'ajouter de nouveaux utilisateurs, de nouveaux services et de nouvelles fonctionnalités en fonction des besoins.

À PROPOS DE TINUBU SQUARE

Depuis plus de dix ans, les principaux assureurs crédit font confiance à Tinubu Square pour évaluer, surveiller et gérer leurs risques de crédit.

Fort de ce succès, Tinubu Square a décidé de proposer ses solutions *Tinubu Credit Risk Intelligence* directement aux entreprises, mettant ainsi ses années de savoir-faire et d'innovation au service des entreprises dont la pérennité dépend de la santé financière de leurs clients.

Aujourd'hui, plus de 250 sociétés, dont Aegis, Alcatel-Lucent, Argos North Sea Group, Arrow ECS, Bibby, Brake, Dexxon-Data Media Group, Eugène Perma, Eurotoll, Fraikin, Inapa, Linpac, Soprema... font confiance à Tinubu Square pour protéger leurs créances clients.

Via les solutions Tinubu Credit Risk Intelligence, ces entreprises sécurisent plus de 35 milliards d'euros de créances.

Le siège de Tinubu Square est sis à Paris et la société est présente à Londres, Bruxelles, Singapour et Bombay.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur le site www.tinubu.com

Les solutions Tinubu Credit Risk Intelligence permettent aux entreprises :

- de réduire le délai moyen de recouvrement des créances clients jusqu'à 25 %
- de réduire les coûts du risque et de sa gestion jusqu'à 50 %
- de ne cibler que des prospects présentant un « risque acceptable » et, de ce fait, conclure leurs ventes exclusivement avec cette typologie de clients en accord avec la politique d'entreprise tout en bénéficiant d'une prise de décision immédiate et d'un ajustement instantané des limites de crédit
- d'améliorer leurs flux de trésorerie
- de sécuriser les créances clients inscrites à l'actif de leur bilan
- de renforcer leur position financière pour obtenir plus facilement des crédits bancaires courts terme

En outre, les entreprises bénéficiant d'une assurance-crédit sont en mesure :

- d'augmenter leur couverture jusqu'à 50 %
- de réduire leur sinistralité
- d'améliorer la gestion (et donc d'optimiser) leur programme d'assurance-crédit
- de réduire le coût du risque

Contact FRANCE

1, rue Gaston et René Caudron - 92130 ISSY LES MOULINEAUX
Email : commercial@tinubu.com
Tél : +33 (0)1 55 95 85 85

Contact BENELUX

Rue des Colonies, 11 - 1000 Bruxelles BELGIQUE
Email : benelux@tinubu.com
Tél : +32 (0)2 517 63 47