

# ***AFFACTURAGE***

## ***ASSURANCE-CREDIT***



**GASSAMA AMARA**

**GAUTHE FRANCK**

**Pereira Sylvio**

**CHOUIGUI ANIS**

# SOMMAIRE

## **INTRODUCTION**

### **I – Principes et Fonctionnements**

#### *1. Définitions*

#### *2. Deux outils distincts*

### **II - Evolution de ce type de contrats**

#### *1. Des contrats en crise*

#### *2. Stratégies gagnantes dans un contexte de crise*

## **CONCLUSION**



## Principes et Fonctionnements

### *Définitions*

#### **Qu'est ce que l'assurance crédit?**

L'assurance crédit est une forme particulière d'assurance qui **garantit les entreprises ou les banques contre les défauts de paiement d'emprunteurs** survenus pour divers motifs:

- qui sont propres au **débiteur** (insolvabilité)
- relevant des **contraintes extérieures** (notamment des risques politiques dans les contrats à l'exportation comportant un crédit client). Ici l'assurance crédit est l'une des composantes de l'assurance export.

Tout comme les particuliers qui assurent leur patrimoine, les entreprises assurent la plupart du temps leurs **immobilisations** et leurs **stocks**. Mais très peu d'entreprises assurent leurs créances clients qui constituent pourtant environ **30 % de l'actif du bilan**.

Face au ralentissement de la conjoncture et la hausse des risques, plusieurs compagnies et courtiers d'assurances proposent aux entreprises un produit qui permet de les **prémunir contre l'insolvabilité de leurs clients** et de **limiter les impayés : l'assurance-crédit**. Le contrat d'assurance-crédit est un outil de gestion qui repose sur trois services : *la prévention, le recouvrement, l'indemnisation*.

**La prévention:** pour les clients " dénommés ", dont l'encours est généralement supérieur à 5000 euros, l'assureur crédit exerce une **surveillance permanente** et informe l'entreprise en cas de **dégradation de leur solvabilité**. Une garantie d'office existe pour les autres clients.

**Le recouvrement:** en cas d'impayé, l'entreprise transmet le dossier contentieux constitué de l'ensemble des pièces justifiant la créance à la compagnie d'assurance qui intervient auprès du débiteur défaillant et se charge du recouvrement par **voie amiable** et **judiciaire**.

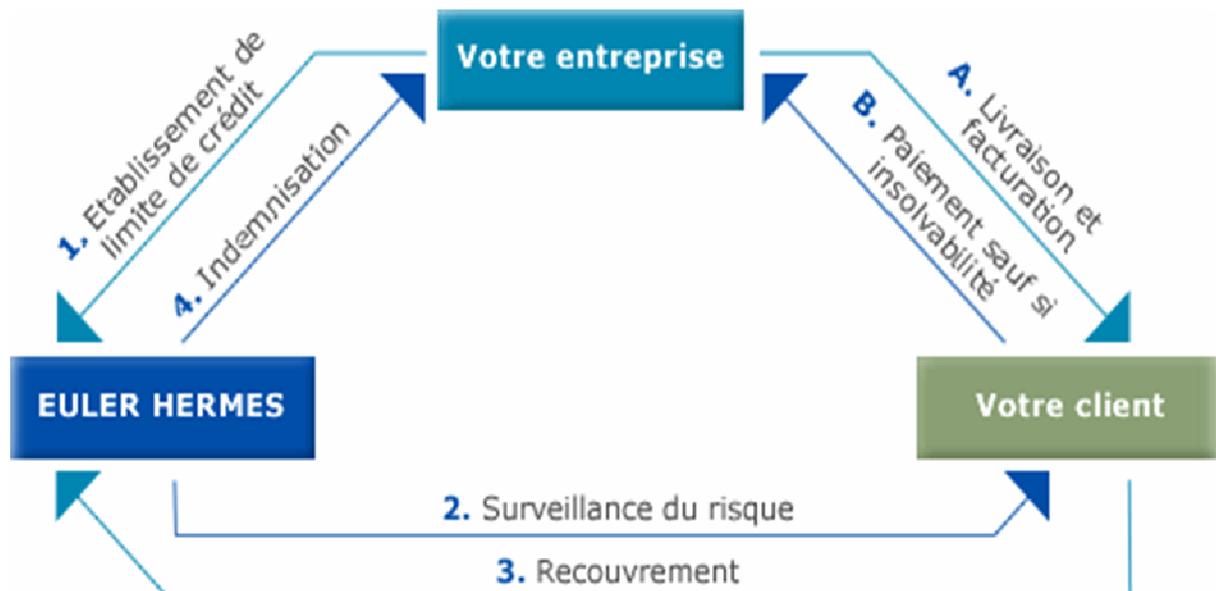
L'entreprise est tenue informée des actions menées pour le recouvrement des créances confiées. **Les frais de contentieux** sont pris en charge partiellement ou totalement par la compagnie d'assurances.

**L'indemnisation** : l'entreprise sera indemnisée en cas d'insolvabilité constatée ou procédure judiciaire du débiteur. Dans les autres cas, si le recouvrement n'a pu avoir lieu dans le délai de carence défini au contrat, la compagnie d'assurances procédera également à **l'indemnisation de la créance**. La compagnie d'assurance supporte l'essentiel de la perte subie (de 60 à 90 %). Le délai d'indemnisation se situe entre **1 et 5 mois environ**.

Selon les compagnies, le coût de l'assurance-crédit est déterminé de façon **forfaitaire à l'année** ou **indexé au chiffre d'affaires mensuel** selon un taux compris entre 0,1 % et 1,5 %. Ce taux est plus important pour le risque commercial à l'export et davantage encore pour le risque politique. S'ajoute à cette prime **une participation forfaitaire** pour les enquêtes et la surveillance des clients dénommés.

Avec l'évolution des moyens de communication, quelques compagnies proposent désormais la souscription de contrats d'assurance-crédit **par internet**. Grâce à un système entièrement sécurisé, les entreprises peuvent alors contrôler la situation financière de leurs clients et suivre le recouvrement des créances impayées.

En choisissant l'assurance crédit, l'entreprise dispose indirectement de plusieurs avantages. En effet, elle connaît mieux sa clientèle grâce aux **fichiers constamment actualisés** des assureurs. Elle bénéficie de **l'expérience** et de **la crédibilité** de la compagnie d'assurances pour recouvrer ses impayés. Enfin, elle dispose d'une **sécurité de paiement** qui lui évitera un impact parfois désastreux sur sa trésorerie. En outre, libérée du temps et des charges consacrés à l'enquête de solvabilité de ses clients et au recouvrement des créances, l'entreprise **gagne un temps précieux** pour développer son cœur de métier et **réduit les charges de gestion interne** liées au suivi de ses comptes clients (coût des renseignements commerciaux, des relances clients et du recouvrement).



### Qu'est ce que l'affacturage?

Il s'agit d'une assurance-crédit garantissant l'entreprise contre **les impayés**. Ces derniers sont considérés comme des **sinistres** et remboursés à hauteur de **80 à 100 %** hors taxes selon les contrats, comme dans un mécanisme classique d'assurance.

L'affacturage comprend 3 services

- ✓ *Le financement des factures client*
- ✓ *La gestion du poste client*
- ✓ *La garantie des créances client*

Ces services sont sélectionnés en fonction des besoins de l'entreprise.

### Le financement des factures client

En échange des factures, **une avance de fonds** est consentie à l'entreprise, déduction faite des commissions d'affacturage, de financement et du fonds de garantie (et réserves éventuelles). ☑L'entreprise peut ainsi recevoir en fonction de ses besoins et ce, en **24/48 heures**, tout ou partie du montant de ses factures **sans en attendre le paiement à l'échéance**.

### La gestion des comptes client

**Les Factors** gèrent les comptes clients des entreprises : **relance & recouvrement, imputation des règlements, tenue de compte** et **engagement éventuel d'actions de contentieux**. ☒ En externalisant la gestion de son poste clients, l'entreprise peut se concentrer entièrement sur son développement.

### La garantie contre les impayés

Les sociétés d'affacturage proposent aux entreprises de les prémunir contre **tout risque de défaillance de leurs clients**. ☒ En cas d'insolvabilité (faillite), les entreprises récupèrent jusqu'à **100% du montant des créances garanties**. ☒ Avant de transmettre ses factures, l'entreprise interroge le Factor sur la solvabilité de ses clients. ☒ Si le client est solvable, le Factor délivre **une garantie** (cette garantie est obligatoire pour obtenir une avance de fonds). ☒

En cas de dépôt de bilan du client garanti, le Factor indemnise 100% des factures impayées. L'entreprise peut librement recourir à une compagnie d'assurance-crédit extérieure notamment lorsque ses clients sont **insuffisamment garantis par le Factor** (ex: Euler Hermes Sfac, Coface, Atradius, etc.).

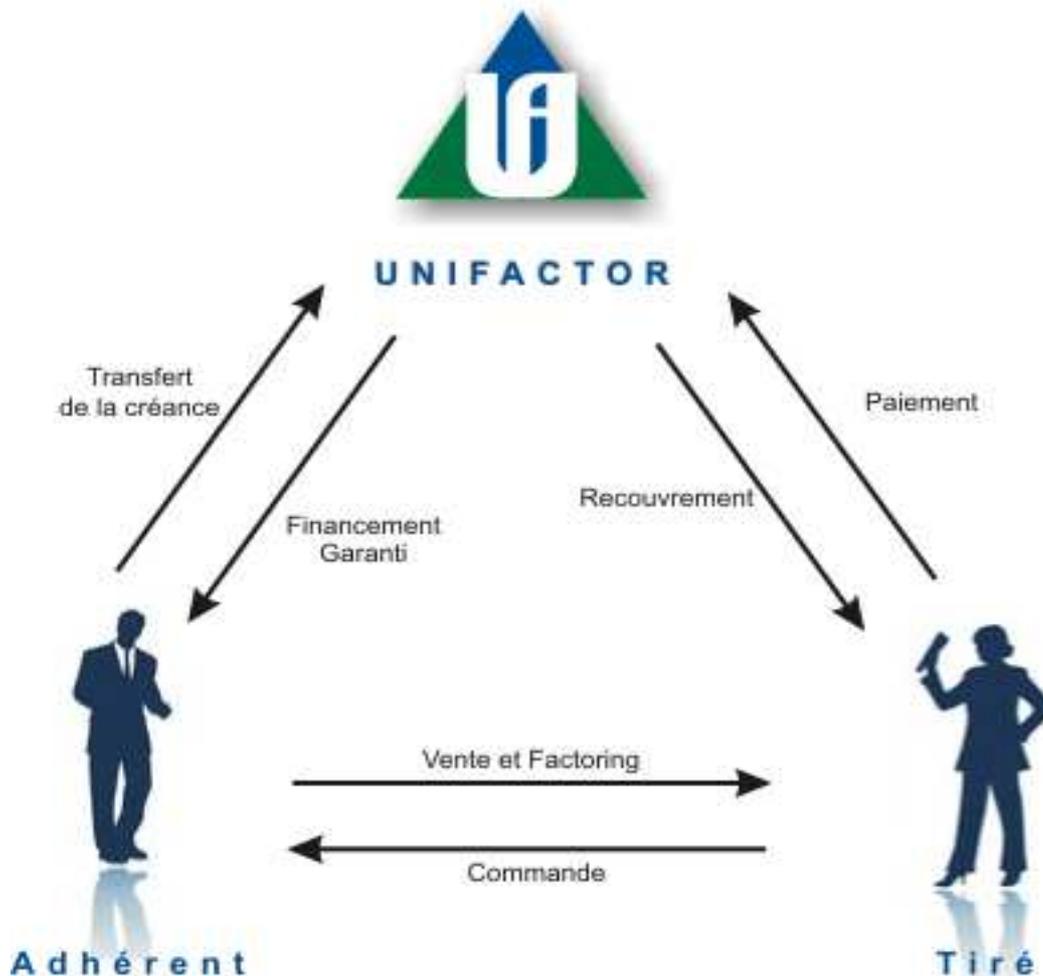
- **A qui s'adresse-t-il?**

L'affacturage est susceptible d'intéresser aussi bien une entreprise voulant optimiser ses **moyens de financement court terme**, que **la gestion de son poste clients**.

Les entreprises éligibles à l'affacturage sont les TPE, PME, SA, SAS, SASU, SARL, SESARL, EURL, EI, SCP, SCOOP, SNC, Association LOI 1901 (avec numéro de SIREN), professions libérales et indépendantes sous certaines conditions, auto-entrepreneurs et également les entreprises en création.

Cette technique de financement répond aux besoins d'entreprises ayant :

1. une *forte croissance*
2. une *forte saisonnalité*
3. une *phase d'investissements importante*
4. la *volonté d'accorder des délais de paiement*
5. le *souhait d'externaliser la gestion du poste clients*



- **Quand utiliser l'affacturage?**

En résumé, l'affacturage est un moyen très efficace pour une entreprise de **financer ses créances et d'obtenir de la trésorerie**.

L'affacturage est un soutien financier essentiel aux entreprises à différent moment de leur vie

- ✓ **Au démarrage** (en phase de création): quand les banques ne les suivent pas encore et ne veulent pas encore accorder de ligne de financement.
- ✓ **En développement**, pour assurer la croissance du chiffre d'affaires et réaliser ainsi un bon chiffre d'affaires.
- ✓ **En période difficile** également pour pallier une réduction, voire une suppression des concours bancaires
- ✓ **En croissance** si l'entreprise veut utiliser sa trésorerie existante pour faire de la croissance externe.

En conclusion, l'affacturage est un excellent moyen de financement qui pourtant est encore **sous utilisé par les entreprises** bien que son développement soit très fort actuellement. Grace à ce développement l'affacturage est en train de devenir **le partenaire financier complémentaire et naturel des entreprises.**



## *Deux outils distincts*

- **Quelle différence existe-t-il entre l'assurance-crédit et l'affacturage ?**

Ce sont deux outils très différents. ☒

L'Assurance-crédit **garantit les risques clients.**

Toute entreprise qui facture ses clients avec un délai de règlement porte **un risque de non paiement** (durant les 30, 60, 90 jours de paiement ou plus qui ont été accordés). ☒

1 dépôt de bilan sur 4 en France est aujourd'hui encore dû aux impayés. 166 entreprises de plus de 15 Millions d'Euros de chiffre d'Affaires ont déposé le bilan en 2006 en France (Source Euler Hermes SFAC). C'est une progression de **102,4%** vis-à-vis de 2005. ☒☒ L'Assurance-crédit couvre ce risque.

Elle va :

- ✓ **Etudier les clients de l'entreprise** suite à sa demande et donner une hauteur de garantie sur ceux-ci (ou refuser de garantir).
- ✓ **Surveiller ce risque** et en **informer l'entreprise en temps réel** des changements à la baisse de ses garanties.☒
- ✓ **Indemniser l'entreprise** dans le cas du **dépôt de bilan** de l'un de ses clients.☒
- ✓ **Indemniser une échéance impayée** après **actions de recouvrement** auprès du client de l'entreprise.

L'Assurance-crédit surveille les clients existants et autorise de nouvelles entrées en relation sereinement. En étant couvert, **l'entreprise peut immédiatement accorder des délais de règlement.**

L'Affacturage est **un outil de trésorerie.**

La société d'Affacturage **finance les factures de l'entreprise sous 48 heures, effectue la relance et le recouvrement** auprès de ses clients et **garantit contre le risque d'impayé** (si l'entreprise n'a pas d'Assurance-crédit déjà en place).☒

Elle met à la disposition de l'entreprise **une réserve importante de trésorerie** lui permettant d'être **sereine vis-à-vis de sa banque**. Elle pourra ainsi mieux se consacrer à son développement, se libéré de la relance client et des tensions de trésorerie.

## **Evolution de ce type de contrats**

### *Des contrats en crise*

#### **AFFACTURAGE**

Après plus de **20 années de progression continue** à un rythme annuel moyen supérieur à 15%, le marché de l'affacturage marquera le pas en 2009 et en 2010.

Au 1er trimestre 2009 et pour la 1ère fois depuis mi-2002, **le volume de créances factorées a reculé de 5,1%** (par rapport au 1er trimestre 2008).

En 2009, la production des factors a affiché **une hausse limitée de 1,5%** avant de se redresser légèrement en 2010 (+3,5%), sans pourtant renouer avec les forts rythmes de croissance qui ont caractérisé la période 2004-2008.

Le marché de l'affacturage, dont la production est exprimée **en termes de volume de créances prises en charge par les factors** (« factorées »), est très sensible à la conjoncture. Plusieurs éléments doivent être pris en compte pour mesurer le potentiel de croissance de ce marché et expliquer le fort repli de l'activité attendu pour 2009 et 2010 :

- ✓ **Le nombre de clients potentiels va continuer d'augmenter** : compte tenu de la dégradation de la situation de trésorerie des entreprises, en particulier dans l'industrie, et de l'augmentation des retards de paiement et des défaillances (en 2010, selon les prévisions de Precepta, le cap des 10 000 défaillances sera franchi, niveau jamais atteint depuis 1995), les entreprises ont été et seront davantage incitées à **céder leurs créances à des factors** afin de **dégager des liquidités** et **diminuer leur Besoin en Fonds de Roulement**.
- ✓ **Mais la production des factors va nécessairement se contracter** : le repli de l'activité économique amorcé dès le 2ème semestre 2007 et accentué au dernier trimestre 2008, se traduira par **une progression moins rapide du volume de transactions à prendre en charge** en 2009 et 2010 (en nombre d'opérations et en montant de créances).
- ✓ La montée en flèche des risques et des charges de sinistres a conduit les opérateurs à **refuser de reprendre certaines créances** et à **revoir les modalités de certains contrats**.

## ASSURANCE-CREDIT

Recul du chiffre d'affaires en assurance-crédit en 2009, légèrement amorti grâce **aux multiples revalorisations tarifaires sur les polices**.

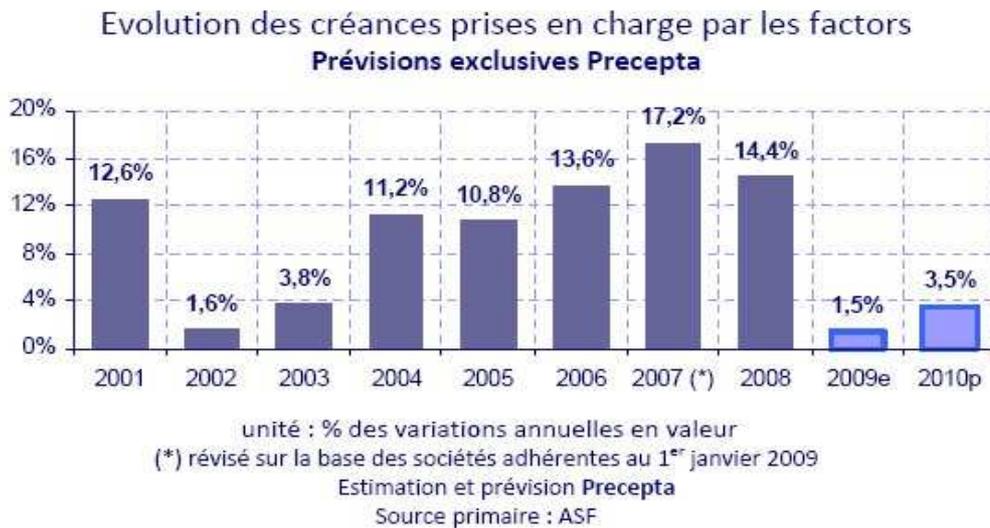
Dans le contexte actuel, les entreprises sont certes plus encouragées à souscrire une assurance-crédit afin de se prémunir contre le risque d'insolvabilité de leurs clients. Mais, comme pour le marché de l'affacturage, cet effet « demande » ne jouera pas sur l'évolution du marché de l'assurance-crédit, dont l'activité est **intrinsèquement liée au volume de transactions réalisées par les entreprises adhérentes** (et donc à couvrir par les assureurs crédit).

De plus, les risques étant jugés de plus en plus excessifs sur un certain nombre de clients voire d'adhérents, les sociétés d'assurance-crédit **jouent la prévoyance et refusent / résilient certaines souscriptions**.

L'enjeu : **maîtriser la charge des sinistres**, un poste qui détermine en partie la rentabilité de l'activité. Ainsi en 2008 et à nouveau en 2009, les assureurs-crédit, à l'instar d'Euler Hermes ou encore Coface, ont non seulement **réduit leur exposition au risque** sur certains contrats mais surtout ils ont **relevé les tarifs de leurs primes** pour tenir compte de la flambée des risques et des charges des sinistres.

Les hausses des tarifs permettront de **limiter les dégâts sans pour autant éviter le recul de l'activité en France.**

Le marché de l'assurance-crédit a reculé en 2008 (-1 %), après avoir affiché un taux de croissance annuel moyen de 3,5% sur la période 2004-2006. **Le marché s'est à nouveau replié en 2009** (-2,5 %), compte tenu de la **réduction des garanties accordées** (liée au volume de transactions), en partie compensée par **les revalorisations tarifaires** adoptées à plusieurs reprises courant 2008-2009. Precepta prévoit cependant **un retour à la hausse pour 2010**, avec un chiffre d'affaires de l'assurance-crédit de + 2,5 %.



## **Stratégies gagnantes dans un contexte de crise**

On aura pu penser que l'affacturage et l'assurance crédit aux entreprises étaient sur une voie royale, **celle de la croissance.**

Un succès qui aurait pu s'expliquer en partie par la conjoncture. Quand l'économie patine, **les risques d'impayés augmentent et les défaillances se multiplient.** Autant d'événements qui peuvent durement entamer la rentabilité d'une entreprise (pourtant saine), voire menacer sa pérennité. Et les chiffres sont là : **avec le ralentissement de la croissance en France la sinistralité monte en flèche et avec elle sa cohorte d'impayés et de sociétés qui disparaissent.**

A cela s'ajoute l'impact de la multiplication des créations d'entreprises ces dernières années, « jeunes pousses » dont **1 sur 2 disparaissent avant leur cinquième anniversaire.**

La demande de protection des entreprises est donc **forte.** Reste à la satisfaire de façon rentable en augmentant ses tarifs et/ou en jouant sur la prévention (assurance crédit).

Cette vision d'ensemble se doit d'être affinée **par secteurs d'activité** car les différentes branches de l'économie française n'évoluent pas de **façon synchrone**. Quelle croissance pour la France en 2010-2011? Quels secteurs seront les plus robustes? Lesquels seront vulnérables? **Les conséquences pour les factors et les assureurs crédit.**

La crise sans précédent que traverse la France (et le monde) actuellement met cependant fin aux années fastes qu'ont connues ces factors et assureurs-crédit.

Les besoins des entreprises tant au niveau de la trésorerie à court terme qu'en matière de protection contre les impayés et les défaillances de leurs clients sont certes au plus haut. Mais le volume global de transactions s'est fortement replié avec la dégradation de la conjoncture internationale. Après 5 années de croissance à un rythme moyen proche de 13%, le volume de créances factorées s'est par conséquent **fortement contracter en 2009** et passer sous la barre des 2%. De même, les assureurs-crédit, malgré de multiples revalorisations tarifaires liées à la flambée des risques, ont vu **leur chiffre d'affaires se réduire** et qui plus est **leur ratio combiné se détériorer** (rapports des prestations versées, dotations aux provisions, frais généraux, commissions total au chiffre d'affaires,...).

Fantastique révélateur de changements, cette crise constitue toutefois une réelle opportunité pour ces spécialistes du poste clients de **repenser leur business model** et surtout leur **stratégie marketing**. Pour compenser la baisse de la production (exprimée en termes de volume de créances factorées / garanties), **les opérateurs devront relever d'importants défis stratégiques au cours des mois à venir.**

**1. adopter et déployer une stratégie de différenciation cohérente**, en termes de gammes de prestations, de portefeuille clients, de marque, de politique de distribution et de prescription, etc...

Ces sources d'avantages concurrentiels seront en effet déterminantes dans des secteurs déjà fortement concentrés, mais où les opportunités pour capter des parts de marché ne sont certainement pas épuisées.

Certains factors pourront en outre **capitaliser sur les « spécialités » sectorielles** et **la forte légitimité de leur maison-mère**, à l'instar de Factobail dans les NTIC, CGA, filiale de la Société Générale, dans les associations et les marchés publics, BNP Paribas Factor dans le BTP ou encore Groupama Assurance Crédit dans les IAA (industrie automobile).

**2. réduire leurs charges d'exploitation**, grâce à la **mutualisation des coûts** et les synergies instaurées au niveau **des outils informatiques** (industrialisation, automatisation des process et dématérialisation). Cette thématique n'est pas nouvelle, mais va s'imposer comme un important **facteur clef de succès pour les opérateurs.**

Au-delà de l'aspect « réduction des coûts », les outils informatiques et surtout Internet répondent aux attentes de leurs clients en termes de **rapidité, d'autonomie** et de **personnalisation**. En témoigne le lancement en juin 2009 du site [www.jefinancemapme.com](http://www.jefinancemapme.com)

par GE Factofrance (octroi de financement court terme en ligne).

**3. diversifier leurs sources de revenus et élargir leurs compétences-métiers** vers des prestations de services liées au poste clients ***moins exposées aux fluctuations conjoncturelles.***

Ainsi le leader mondial de l'assurance-crédit Euler Hermes mise davantage sur ses services ***recouvrement et caution***, tandis que Coface a choisi de renforcer son pôle « ***information financière et commerciale*** », en lançant en juin 2009 sa propre agence de notation sollicitée en France.

Après avoir procédé à des opérations de croissance externe ciblées sur la gestion du poste clients, le leader français Eurofactor s'attache à étoffer ses ***prestations de conseil*** (ciblage marketing et prospection, veille sur les appels d'offres et les avis d'attribution, etc.).

La réactivité des opérateurs pour mettre en œuvre ces différentes stratégies leur permettra non seulement de surmonter le ralentissement de leurs activités en 2009, mais surtout de ***maintenir leur rentabilité.***

Structurellement très élevé chez les factors, le taux de résultat net des 7 principaux opérateurs présents dans l'Hexagone dépassaient la barre des 20% en 2008 (et jusqu'à près de 37% pour Natixis Factor, 3ème opérateur dans le marché français).

En revanche, du côté des assureurs crédit, les niveaux de résultat net et surtout de capitaux propres leur laissent ***des marges de manœuvre beaucoup plus réduites.*** Une faiblesse qui risque de brider leurs offensives, en particulier à l'international.