

L'ÉVOLUTION DES MENTALITÉS

(2^e PARTIE)

Experts du domaine, Frank Guemara et Jean-Marc Taverney, associés chez Triportail SA, répondent aux questions de Yves Darbellay, directeur général de la Fiduciaire FIDAG SA.

Dans la 1^{re} partie de cet entretien, nous avons constaté que les entrepreneurs ont tendance à repousser la décision de transmettre leur entreprise. Pour quelles raisons ?

Il s'agit d'un facteur émotionnel important, lié à deux facteurs. D'une part, se séparer d'une entreprise à laquelle son dirigeant a consacré parfois plus de temps qu'à sa famille et, d'autre part, la peur du vide, de l'inactivité. Si pour le premier facteur, il s'agit de la responsabilité sociale d'assurer la pérennité de l'entreprise, pour le deuxième, beaucoup d'opportunités s'offrent à l'entrepreneur-cédant n'aspirant pas à une paisible retraite, car son expérience est souvent sans prix pour d'autres PME, ou des sociétés en démarrage.

ASSURER LA PÉRENNITÉ DE L'ENTREPRISE

Les entrepreneurs se focalisent-ils sur le prix qu'ils peuvent retirer de leur entreprise ?

Oui, c'est vrai et bien naturel. Cependant, nombreux sont ceux qui prennent également en considération des facteurs qualitatifs, tels que le maintien du siège social et des emplois. Nous avons ainsi vendu un laboratoire pharmaceutique centenaire, qui possédait divers produits connus très attractifs pour les portefeuilles de grands groupes ; mais notre client a préféré vendre à un jeune entrepreneur pour un prix plus modeste, sachant qu'il allait



En cédant son entreprise, le propriétaire a souvent peur du vide...

conserver le site de production, les emplois et donc assurer la pérennité de l'entreprise sous sa forme existante. Pour le prix proprement dit, nos clients nous orientent souvent vers les acheteurs offrant le meilleur prix. Or, le prix n'est pas tout, puisque ses modalités sont toutes aussi importantes : est-il payé tout de suite ? Sinon, quand et à quelles conditions ? Quelles sont les garanties demandées ? Dans certains cas, il est donc préférable de privilégier un acheteur offrant un montant moindre, mais dont le paiement est garanti, et répondant aux demandes plus qualitatives du vendeur. Outre la décision de vendre, la valorisation demeure parfois un obstacle. Une étude réalisée par l'Université de Saint-Gall démontre qu'une PME sur deux disparaît en Suisse, parce que les attentes de prix de son propriétaire sont trop élevées. Comme pendant des décennies, l'entreprise a souvent été l'objet de tant de dévouement et d'attention de la part de son dirigeant, il y associe une valeur affective et émotionnelle importante biaisant sa valorisation. D'où l'écart important entre la valeur de marché et celle perçue par l'entrepreneur.



Yves Darbellay, Directeur général-associé, Fiduciaire FIDAG SA, yves.darbellay@fidag-sa.ch



Jean-Marc Taverney, Associé, Triportail SA, jmtaverney@triportail.ch



Frank Guemara, Associé, Triportail SA, frank.guemara@triportail.ch