

Dialoguer avec le banquier

Lors de la création d'une entreprise, il est souvent nécessaire de trouver des financements extérieurs en contractant notamment un prêt bancaire.

Une demande de prêt bancaire est un véritable exercice auquel il faut se préparer. Cela nécessite la réalisation d'un dossier complet (appelé [business plan](#)) qui vise à présenter la future entreprise.

Suite à la présentation du projet, un dialogue s'instaurera entre le banquier et le créateur d'entreprise.

✦ Avant de solliciter un rendez-vous avec un banquier, il est important de connaître le fonctionnement d'attribution d'un prêt bancaire dans le cadre d'un projet de création d'entreprise. Il faut savoir, par exemple, que les banques financent peu le [BFR](#) (Besoin en fonds de roulement) et privilégient le financement des [immobilisations](#). Par ailleurs, un porteur de projet qui ne possède pas de fonds propres rencontrera de grandes difficultés pour obtenir un prêt bancaire.

Le prêt bancaire peut s'accompagner d'autres [outils de financement](#) qui facilitent souvent l'accès à ce dernier en jouant un [effet de levier](#). Par exemple, le [PCE](#) (prêt à la création d'entreprise) mis en place par OSEO vise à répondre à l'insuffisance de fonds propres ou quasi-fonds propres des jeunes entreprises en finançant essentiellement leur trésorerie. Très simple à mettre en place, il se demande directement auprès du banquier.

Le banquier étant un partenaire incontournable de l'entreprise, il vaut mieux prendre acte de son attitude réservée et décider d'agir en conséquence, c'est-à-dire de façon habile (en apparaissant comme le "créateur qui sort de l'ordinaire"). Pour cela, il faut :

Se tenir informé de l'actualité bancaire
 Préparer son projet avec professionnalisme
 Choisir les agences bancaires à solliciter
 Avoir une réelle stratégie d'approche des banquiers
 Négocier de professionnel à professionnel
 Cultiver les relations bancaires dès leur naissance

● Se tenir informé de l'actualité bancaire

Avant de se rendre, son dossier sous le bras, dans les agences bancaires les plus proches, il est bon d'avoir au préalable mûri sa réflexion pour opérer avec une logique appropriée.

Dés que l'idée de création a mûri, il est judicieux de suivre l'actualité économique et bancaire pour s'informer notamment sur :

- ▶ les publicités institutionnelles des banques : par exemple, la Banque Populaire se déclare depuis plusieurs années être la "Banque de référence pour la création d'entreprise",
- ▶ les campagnes publicitaires sur leurs produits : par exemple sur leurs formules de crédit concernant les commerçants, les artisans, les professions libérales,
- ▶ les interviews de directeurs de banque dans la presse régionale ou locale, ce qui permet d'avoir une idée de la stratégie commerciale d'une banque en particulier,
- ▶ les autres informations économiques concernant le secteur bancaire, qui pourront servir pour engager la discussion avec un banquier.

Visiter les sites internet des grands réseaux bancaires pour voir comment y est traitée la création d'entreprises peut être riche d'enseignements avant de contacter des agences bancaires (exemple : la BNP présente sur son site sa formule de financement Pre'Crea).

Tous ces éléments doivent pouvoir servir pour approcher de façon plus pertinente le banquier, en considérant que :

- l'élément capital dans le dialogue avec le banquier est la confiance que l'on arrivera à installer dans son esprit,
- la confiance est une question de "courant qui passe" entre deux personnes, et très souvent la première impression est la bonne. Avec un banquier il y a très rarement une cession de rattrapage !

Chaque banque réagira différemment à un projet en fonction de ses critères d'attribution, il faut donc prendre rendez-vous avec plusieurs banquiers et bien analyser leurs critiques afin de pouvoir modifier son dossier en conséquence.

Par ailleurs, il est indispensable d'obtenir un avis motivé de la part des banquiers qui ont refusé le projet.

● Préparer son projet avec professionnalisme

Avoir un excellent dossier est, bien sûr, un des facteurs essentiels de réussite dans la négociation avec la banque.

Il ne s'agit pas de faire un "monument rédactionnel" : la plupart des dossiers devraient comporter un maximum de trente à cinquante pages, en dehors des annexes (études, documentation, justificatifs, copies de courriers, devis, etc.).

Pour améliorer la compréhension du dossier, il est également conseillé de rédiger une synthèse de deux à trois pages délivrant les informations essentielles.

Le créateur doit connaître son dossier sur le bout des doigts et maîtriser tous les concepts qui y figurent, en particulier quand il a sous-traité la rédaction d'une partie du dossier à un professionnel. Il faut utiliser un vocabulaire simple mais précis, les phrases doivent être courtes mais efficaces.

S'il s'agit d'une innovation, il faut pouvoir comprendre rapidement de quoi on parle et quelle sera son impact économique sur le marché.

Le créateur doit préparer concrètement sa négociation, c'est à dire :

- réfléchir à l'entretien plusieurs fois à l'avance et calmement,
- noter les arguments forts à avancer et les réponses à donner aux objections qui seront inmanquablement formulées, etc...

Il doit également s'entraîner à la présentation orale de son projet face à un parent ou un ami, de manière à acquérir une aisance et une force de conviction naturelles, en ayant préparé au préalable une "accroche", c'est à dire une entrée en matière permettant de capter immédiatement l'attention du banquier.

✦ Par exemple, il vaut mieux commencer l'entretien en disant au banquier : "Savez-vous combien il y a de propriétaires de chiens à Saint-Flour ?" et poursuivre de façon intéressante et plaisante en donnant quelques détails prouvant que l'on a fait une étude de marché sérieuse, plutôt que de lui dire de but en blanc : "Voilà, je voudrais ouvrir un salon de coiffure à Saint-Flour mais j'ai besoin pour cela que vous me prêtiez 20 000 euros".

Les toutes premières minutes sont capitales pour se positionner en tant que créateur crédible.

● Choisir les agences bancaires à solliciter

Bien que la banalisation des réseaux bancaires soit très largement engagée, il existe encore dans les banques des spécificités ou des compétences particulières.

Ainsi, à titre d'exemples :

- les Banques Populaires ont une très vieille culture du secteur de l'artisanat,
- le Crédit Agricole connaît très bien celui des industries agro-alimentaires,
- le C.I.C. Paris celui de l'édition,
- le Crédit Lyonnais finance beaucoup la franchise, etc...

Un projet quelque peu sous-capitalisé mais très bien préparé peut avoir plus de chances avec une banque connaissant particulièrement bien le secteur d'activité.

Il est préférable de contacter, dans la mesure du possible, une agence bancaire adaptée à l'importance de son projet. En fonction du besoin de financement, et de la taille du guichet bancaire sollicité on y trouvera un interlocuteur qui sera compétent ou non sur le problème posé, qui aura ou non la délégation de pouvoir pour traiter la demande et donner un accord. Il faut donc tenir compte de l'importance de l'agence. Par exemple, si j'ai besoin de 76 000 € de prêt à moyen terme pour m'installer et que je vais dans une succursale bancaire ayant un effectif de 4 ou 5 personnes, il est fort probable que le responsable n'aura ni la compétence ni le pouvoir pour prendre position sur cette demande.

● Avoir une réelle stratégie d'approche des banquiers

Tout d'abord, il est capital de ne pas se tromper d'interlocuteur : si l'on ne rencontre pas un "vrai banquier", autrement dit un cadre bancaire investi du pouvoir d'accorder ou de refuser lui-même le crédit demandé, les chances d'obtenir un accord sur ce financement seront, la plupart du temps, très amoindries.

Il existe plusieurs méthodes pour faciliter le contact :

- ▶ être introduit par un chef d'entreprise client de cette agence,
- ▶ se déplacer dans les salons professionnels dans lesquels les décideurs sont généralement présents,
- ▶ nouer des contacts suivis avec un club de créateurs d'entreprise ou un dispositif de développement économique local,
- ▶ devenir lauréat d'une association de prêts d'honneur, ...

✱ A noter, toutefois, que malheureusement, certaines banques ont supprimé à leurs agences les délégations de pouvoirs pour l'octroi de crédits aux créateurs : les décisions sont alors prises au siège ou à la direction régionale.

● Négociier de professionnel à professionnel

Cette négociation avec le banquier doit être préparée comme indiquée ci-dessus.

L'aisance requise au cours de cet exercice doit refléter un état d'esprit de partenaire potentiel du banquier plutôt que de solliciteur.

En début d'entretien, il est important que le créateur prenne l'initiative d'exposer oralement son projet et de garder, si possible, la maîtrise de l'entretien pour pouvoir présenter sa demande comme il l'a préparée. A défaut, le risque est de tomber dans un jeu de "questions/réponses" pouvant être déstabilisant.

Il ne faut donc surtout pas qu'il remette au banquier le dossier en tout début d'entretien : l'attention de ce dernier ne doit pas être distraite par l'examen du dossier pendant l'exposé du créateur.

Au cours de l'entretien, tout doit concourir à asseoir sa crédibilité : tenue vestimentaire, attitude, élocution, argumentation... mais sans artifice, en restant lui-même.

L'entretien ne devrait pas se conclure sans savoir à quel niveau se prend la décision et sous quel délai. Il est préférable de garder l'initiative pour obtenir, le moment venu, la réponse sur la demande de financement (attention : un accord de principe ne constitue pas un accord ferme et définitif.)

● Cultiver les relations bancaires dès leur naissance

Les premiers mois d'une nouvelle entreprise peuvent être assez chaotiques : le chiffre d'affaires n'arrive pas aussi vite que prévu, le besoin en fonds de roulement a été sous-estimé, etc.

Dans cette phase, pouvoir compter sur la compréhension de son banquier n'est pas inutile pour obtenir un éventuel coup de pouce financier.

C'est pourquoi, dès le démarrage de l'activité, il est important de s'investir dans la relation avec son banquier de manière à se positionner très vite à ses yeux comme un chef d'entreprise sérieux, rigoureux, capable de tenir ses engagements.

En accordant le crédit pour lancer l'entreprise, le banquier a donné sa confiance mais il est nécessaire ensuite de la consolider. C'est tout un travail relationnel à accomplir pour que le banquier puisse, le moment venu, jouer le jeu en cas de tension ponctuelle de trésorerie.

Ce travail relationnel sera à perpétuer, en allant toujours au devant des inquiétudes du banquier, de façon honnête et transparente : cet "investissement-temps" s'avère souvent payant pour la pérennité de la jeune entreprise.

✱ Pour aller plus loin : lire l'interview de Michel Roux, Directeur du développement à la Banque Populaire Val de France :



"le créateur face au crédit bancaire".

Avril 2007

© Agence Pour la Création d'Entreprises (APCE)