

L'ÉVOLUTION DES MENTALITÉS

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

Le comportement des entrepreneurs a-t-il changé, ces dernières années, en matière de transmission d'entreprise ?

Au début de ma carrière, un patron vendait son entreprise par obligation, car aucun de ses enfants ne voulaient la reprendre. Aujourd'hui, quand nous l'interrogeons à leur sujet, il répond souvent qu'il a trop souffert pour leur imposer la même vie, ou précise «qu'ils ont fait d'autres choix professionnels et c'est tant mieux!». Les mentalités ont changé, les patrons sont dorénavant fiers de vendre leur entreprise.

Quel est le plus grand obstacle auquel vous êtes confronté ?

Tout simplement la décision de vendre ! Nos interlocuteurs ont pris cette décision, mais repoussent le passage à l'acte. En fait, le moment n'est jamais le bon. Si les affaires vont bien, ils disent vouloir attendre encore deux ans, car «les affaires iront encore mieux et je vendrai plus cher», mais si elles vont mal, ils disent la même chose en pensant que les affaires iront mieux, dans deux ans ! Au début des années 2000, au sommet d'un cycle économique où l'horlogerie suisse connaissait une période faste, l'un de nos clients repoussait continuellement la vente de sa société, alors que nous avions collecté des offres très intéressantes. A cette époque, les prix payés pour une entreprise horlogère étaient insensés. Puis survint l'éclatement de la bulle internet avec un effondrement des ventes et des valorisations. Déjà âgé et atteint dans sa santé, notre client dut vendre rapidement sur la base d'un prix atteignant le quart de nos propositions à peine un an plus tôt ! Au-delà des cycles économiques, il convient de rester attentif à

d'autres facteurs comme l'âge, ou l'état de santé de l'entrepreneur, la dépendance d'une entreprise sur son propriétaire. On pense souvent que demain tout ira mieux, mais tout dépend de l'horizon temps et de l'aversion aux risques de l'entrepreneur. Il est bon de rappeler que celui-ci porte une responsabilité sociale importante à l'égard de ses employés, fournisseurs, clients et autres partenaires sociaux.

EXPÉRIENCE SANS PRIX

Vous évoquez la peur de l'inconnu, mais quelle est la solution ?

Comme le processus de vente est assez long, il faut se donner le temps de préparer la documentation nécessaire à la vente, l'identification des acheteurs potentiels et la négociation avec ceux-ci, qui est un processus s'étalant sur neuf à dix-huit mois. En outre, le patron est souvent appelé à accompagner le repreneur quelques temps pour assurer une parfaite transition. Ensuite, pour ceux de nos clients réfractaires à une paisible retraite, nous les encourageons à prendre une petite participation et un siège au conseil d'administration d'une société en démarrage, afin de leur permettre de partager leur expérience. A ce propos, beaucoup de nos clients sous-estiment leur valeur ajoutée en la matière. Mais l'expérience et le bon sens accumulés durant leur carrière est sans prix pour de jeunes entrepreneurs. A dire vrai, pour certains cela ne suffit pas et les voilà repartis pour une nouvelle aventure entrepreneuriale.



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