

Deuxième étape : définition de la valeur



Brochure « 7 règles d'or pour saboter sa succession »
Règle n° 3: Croire que ton entreprise est une mine d'or.

Avant toute négociation conduisant à la transmission d'une entreprise, il est nécessaire de fixer les limites en matière de prix. Ce dernier dépend de la valeur objective de l'entreprise, d'éléments subjectifs, ainsi que de la qualité de la négociation.

Un entrepreneur, qui a lui-même créé son entreprise, la considère un peu comme « son bébé ». Il lui est donc particulièrement difficile d'en chiffrer la valeur actuelle. Il n'a jamais compté ses heures de travail et ses efforts pour atteindre ses objectifs. Il a mis beaucoup de lui-même dans son entreprise. Elle fait partie de son monde émotionnel.

L'entrepreneur court par conséquent un risque considérable lorsqu'il souhaite transmettre son entreprise : celui de confondre sa valeur émotionnelle et sa valeur réelle. Car, comme l'a rappelé Christian Bauer de Boissec SA lors de la clôture du programme de transmission d'entreprise de la CVCI, « une entreprise, c'est parfois des chiffres, mais c'est surtout des hommes ». Une évaluation objective doit donc être faite, sous peine de laisser s'échapper des opportunités de vente intéressantes. C'est le moment adéquat pour faire appel à un conseiller spécialisé. Cela ne veut cependant pas dire que l'entrepreneur doit entièrement se reposer sur lui, comme l'a souligné Jean-François Desmeules, de Desmeules Frères SA : « Bien connaître son entreprise est capital pour orchestrer sa succession. »

« Pour estimer la valeur de son entreprise, il faut oublier sa valeur matérielle et regarder combien elle peut rapporter par année à son nouveau propriétaire. »

En dépit de la connaissance précise qu'il a de son entreprise, estimer sa valeur est très difficile pour un entrepreneur. Plusieurs méthodes existent, en fonction de la région et du marché. C'est pourquoi il vaut mieux confier cette étape délicate à des spécialistes qui pourront vous conseiller pour les questions stratégiques suivantes :

- Avez-vous envisagé de vendre l'entreprise à un concurrent ou à un grand groupe ?
- Avez-vous pensé à transmettre ce qui fait la valeur de l'entreprise : son organisation, sa culture, ses cadres ?
- Comment choisir une stratégie qui permettra un bon positionnement et une bonne transmission de l'entreprise ?
- Comment choisir une stratégie empêchant à la société de perdre de la valeur ?

Pour estimer la valeur de son entreprise, on peut aussi retenir la formule de Bernard Sottas, de Sottas SA :

« Il faut oublier la valeur matérielle de l'entreprise - ce qu'on y a investi - et regarder combien elle peut rapporter par année à son nouveau propriétaire. » ■

Rappel de quelques fondamentaux en matière d'évaluation Types de méthodes fréquemment pratiquées

Méthode des praticiens

Calcul simplifié :

$$\text{Valeur de l'entreprise} = \frac{\text{valeur de rendement} + \text{valeur de substance}}{2}$$

Méthode de moins en moins utilisée*

*Multiples de marchés obtenus sur la base de l'observation des sociétés comparables (cotées) ou de transactions compatibles

Méthode des multiples de résultats

Calcul simplifié :

$$\text{EBIDTA} \times (\text{multiple de marché}) = \text{Valeur d'entreprise}$$

Méthode de moins en moins utilisée*

*Multiples de marchés obtenus sur la base de l'observation des sociétés comparables (cotées) ou de transactions compatibles

Méthode des Cash flows futurs actualisés

Calcul simplifié :

Somme des cash flows nets futurs générés escomptés*

Méthode utilisable pour autant qu'il y ait des projections fiables

*Le taux d'actualisation est obtenu par une analyse des coûts de financement, en fonction de la structure de financement (dettes / fonds propres)