



© Fotolia

CHANGER DE BANQUE

Les bonnes pratiques

Comment choisir la banque pour votre compte professionnel? Éléments de comparaison et conseils de pros pour s'assurer d'opter pour le bon partenaire bancaire et en changer le moment venu.

Partenaire privilégié du salon, puisqu'il gère la trésorerie, le nerf de la guerre de l'entreprise, le choix d'un établissement bancaire ne doit pas se faire à la légère, et ce choix doit être régulièrement pesé. Le cas échéant, un changement de banque peut s'imposer. « *Comment choisir sa banque?* » *"Faut-il changer de banque?"*, ce sont des questions que nos clients nous posent quasi quotidiennement », dit Jean-Luc Hebert, expert-comptable, président de Heleos, membre du groupement Audecia. « *Souvent, le dirigeant s'est laissé guider par la proximité de l'agence retenue avec le salon, en estimant que ce serait plus facile pour effectuer les dépôts d'espèces. Ou bien, il s'est contenté de se choisir la banque de son vendeur sur sa recommandation* », explique Didier Caplan, expert-comptable, président du groupe Compta Expert. Et, dans les faits, les TPE se montrent d'une grande fidélité à leurs banques, ne prenant pas le temps de réévaluer les conditions de leur partenariat.

RÉÉVALUER RÉGULIÈREMENT LES COÛTS

À la différence des comptes bancaires particuliers, les comptes bancaires professionnels

sont payants. On estime qu'une TPE s'acquitte, en moyenne, de 1 500 à 2 000 euros de frais bancaires par an, contre 150 euros environ pour un particulier. Au compte de l'entreprise, s'ajoute souvent un compte qui accueille l'épargne financière du salon, qui génère également des frais bancaires. Tenue de compte, facilité de caisse, commission de mouvement, commissions sur les encaissements par carte des commerçants, frais de correspondance, mais surtout intérêts, agios, cotisations, etc., autant de postes de coût qui se multiplient et impactent la trésorerie du salon. Généralement, l'entreprise souscrit à un forfait mensuel correspondant à ces différentes lignes de services bancaires. Et il est bon de faire régulièrement un audit de ces coûts. D'autant que la banque peut les augmenter, sans que le professionnel de la coiffure prenne vraiment conscience de l'impact sur sa trésorerie.

À cet égard, il importe de lire attentivement la convention de compte remise par la banque à l'ouverture du compte. Celle-ci fixe les règles d'ouverture, de fonctionnement au quotidien et de clôture de votre compte. Elle contient également des informations sur

le fonctionnement de vos moyens de paiement, la gestion du compte, lorsqu'il devient débiteur, la fréquence des relevés de comptes, ainsi que le montant de la facilité de caisse maximum, à laquelle le salon peut prétendre, les conditions de son utilisation, ainsi que le taux d'intérêt applicable. Ce document précise les tarifs des services utilisés et, éventuellement, l'application de dates de valeur sur les opérations.

LE BON TIMING POUR CHANGER DE BANQUE

Faire un comparatif permet, tout d'abord, de mieux comprendre les différents services bancaires et d'évaluer les plus utiles pour le salon. Arbitrer entre plusieurs offres bancaires permet également de s'assurer de ne pas payer trop cher ces services bancaires. « *La comparaison n'est pas si facile, car les tarifs des forfaits diffèrent et les prestations comprises dans ces forfaits ne sont pas toujours exactement les mêmes* », explique Caroline, dirigeante du salon de coiffure Into the wig. Une fois ce comparatif effectué,

FLASH INFO BUSINESS

Source : Coiffure de Paris Avril 2014

deux solutions se présentent : changer d'établissement bancaire ou renégocier les frais pour son compte professionnel avec sa banque. Renégocier des frais bancaires va améliorer directement le résultat d'exploitation et le résultat net du salon. Seul impératif : pour opter pour la deuxième solution et pouvoir négocier efficacement avec sa banque, le salon doit être en position de force, c'est-à-dire idéalement avoir des excédents de trésorerie et les placer dans des produits financiers. Il est ainsi possible de négocier l'inclusion dans le forfait du coût de la carte bancaire, de négocier le coût de la carte en fonction de sa gamme (Premier, Gold, Visa, etc.) et de négocier le montant de la commission de mouvement. Si, au contraire, l'entreprise ne va pas très bien, mieux vaut faire profil bas sur les frais et privilégier la relation de confiance tissée avec son conseiller bancaire et les lignes de financement (découvert, facilité de caisse, etc.) accordées à l'entreprise. « En résumé, ce changement doit s'opérer au moment le plus favorable pour l'entreprise », explique Jean-Luc Hebert.

CHANGER AU MOMENT DE LA NÉGOCIATION D'UN EMPRUNT

Emprunter pour des travaux ou pour investir dans une nouvelle affaire, autant d'occasions d'aller faire le tour de la concurrence et de négocier avec un nouveau partenaire bancaire dans de bonnes conditions. « C'est, en général, à de grands tournants de la vie du salon que les coiffeurs s'intéressent à ce sujet : installation, reprise, travaux... », constate Didier Caplan. Et cette négociation peut placer le dirigeant en situation de force pour négocier les

conditions afférentes à son futur compte professionnel. « De façon générale, on explique souvent à nos clients que ce qui compte plus que l'enseigne avec laquelle il va contracter, c'est le professionnel qui va le suivre. D'ailleurs, huit fois sur dix, une entreprise réfléchit à changer de banque, parce que son conseiller bancaire a changé d'établissement, conformément aux règles de rotation pratiquées par les banques, explique

Jean-Luc Hebert. Il faut trouver le bon interlocuteur, qui comprend la réalité de l'entreprise et qui est réactif. C'est primordial. Et on accorde souvent trop d'importance aux conditions financières : entre 3,3 % et 3,2 % d'intérêt pour un emprunt, la différence est finalement assez vite lissée », explique l'expert-comptable.

Frédérique PERROTIN

FOCUS SUR LA COMMISSION DE MOUVEMENTS

La commission de mouvements, prélevée par la banque, est calculée sur tous les mouvements débiteurs réels, enregistrés sur un compte au cours d'une période. Celle-ci peut être facturée de façon trimestrielle ou mensuelle. La commission de mouvements s'applique, quel que soit le solde du compte au cours de la période. En sont exclus les mouvements initiés par la banque elle-même, agios, les remboursements d'emprunts... et certains mouvements initiés par le client lui-même, les virements de compte à compte dans la même banque, virements de trésorerie... Son taux varie entre 0,025 pour mille et 1 pour mille sur tous les mouvements débiteurs. Il s'agit d'une des plus importantes commissions bancaires facturées aux entreprises. Pour un salon qui enregistre, par définition, nombre de mouvements bancaires, le taux de la commission de mouvement doit faire l'objet d'une véritable négociation avec sa banque. Plutôt qu'une facturation au réel, il peut être judicieux d'opter pour une facturation forfaitaire basée sur des flux prévisionnels.

OPTER POUR UNE BANQUE EN LIGNE

Pour le professionnel de la coiffure, il est important pour la rapidité de l'information et la réactivité des échanges que sa banque soit accessible sur Internet et par mail ? Existe-il un espace sécurisé, dans lequel le dirigeant peut échanger avec son conseiller bancaire ? Peut-il faire consulter ses comptes ? Faire des virements ? Accéder facilement à son compte de trésorerie ? Désormais, les banques traditionnelles, Société Générale, BNP, Banque Populaire, CIC, BRED... disposent d'un accès en ligne pour leurs clients professionnels. Consultation de ses comptes 24 heures sur 24, impression de RIB, virements de compte à compte, commande de chéquier, alerte SMS en cas de découvert, les fonctions sont nombreuses et incluses dans le forfait mensuel acquitté par le client. Qu'en est-il des banques en lignes : Boursorama Banque, ING Direct, Monabank, Fortuneo... ? Très attractives par leurs tarifs, dus à leurs faibles coûts de fonctionnement, sont-elles adaptées au quotidien de l'entrepreneur ? Dans les faits, elles ne paraissent pas vraiment ouvertes aux professionnels, refusant de faire figurer un nom d'enseigne sur un compte courant. « J'ai souhaité tester l'ouverture pour un compte professionnel, et cela s'est révélé impossible, témoigne Didier Caplan. « Il est vrai que la réglementation pour ouvrir un compte bancaire professionnel est très stricte, dépôt des statuts, d'un K bis, vérification de l'identité de tous les associés le cas échéant, de la nomination du gérant... C'est beaucoup moins simple que d'ouvrir un compte bancaire particulier », conclut l'expert-comptable.