



CONSTRUIRE SON PLAN DE TRÉSORERIE

Outil de pilotage indispensable, à plus forte raison en période de turbulences, le plan de trésorerie prévisionnel permet d'anticiper l'évolution de ses finances et de piloter son activité en conséquence.

Lorsque la crise de la Covid a éclaté, Gilbert Margottin, le dirigeant de Netsphere, une TPE spécialisée dans l'ingénierie informatique, a immédiatement mandaté son cabinet d'expertise comptable pour actualiser son plan de trésorerie.

«La plupart des clients avaient gelé leurs projets, il était urgent de remettre les choses à plat pour décider de la stratégie à adopter et évaluer nos besoins de financement. Désormais, je peux me projeter dans l'avenir en sachant où je vais», témoigne l'entrepreneur.

En compilant, dans un tableau prévisionnel, les différentes dépenses et recettes à venir, le plan de trésorerie offre une vision précise de la situation financière de l'entreprise et de son évolution. Ce qui permet d'anticiper les creux de trésorerie et de prendre les bonnes décisions en amont. *«On se projette généralement sur un horizon de 12 mois, au-delà les anticipations sont moins fiables, d'autant plus dans un contexte mouvant comme celui que nous traversons»,* explique Nelly Gaume, auditeur chez In Extenso, qui a accompagné Gilbert Margottin.



UN PRINCIPE SIMPLE

En soi, l'élaboration de ce plan repose sur un principe simple. Il consiste à recenser toutes les dépenses à venir d'un côté (achats, rémunérations, loyers, assurances, impôts, etc.), et les recettes de l'autre (ventes, subventions, emprunts, etc.), le tout ventilé sur 12 mois. Pour commencer, on part des charges et recettes récurrentes - l'historique comptable fournit une partie de ces éléments - ou déjà connues d'avance, puis on intègre les éléments variables (contrats potentiels, dépenses exceptionnelles, etc.). *«Ces éléments variables découlent directement des anticipations d'activité que l'entrepreneur aura définies au préalable»,* détaille Philippe Blandin, responsable des activités Conseil à In Extenso Centre-Ouest. D'où l'importance d'établir un plan de marche, en amont, définissant les actions que l'entrepreneur va engager : diversification sur un nouveau marché, renégociation des tarifs fournisseurs, augmentation des fonds propres, etc. *«Il est essentiel de bien documenter ces recettes et dépenses potentielles, pour tableur sur des projections réalistes»,* poursuit l'expert.

ENVISAGER PLUSIEURS SCÉNARIOS

Pour réaliser ce travail, il est bien vu d'envisager plusieurs scénarios - optimiste, réaliste, pessimiste - de manière à coller au plus près de l'évolution de la situation. Mais aussi de se faire conseiller et accompagner, comme l'a fait Gilbert Margottin. *«En faisant appel à mon experte comptable, j'étais sûr de ne passer à côté de rien, c'est rassurant»,* témoigne l'entrepreneur. Enfin, c'est un point essentiel, une fois le plan de trésorerie en place, il faut le mettre à jour régulièrement. *«Ce n'est pas un document figé, conclut Philippe Blandin, plus on le réactualise, plus il est pertinent».*

DÉCRYPTAGE

208 000

C'est le nombre d'apprentis ayant été formés l'an dernier par les entreprises de proximité.

Source : U2P, Les chiffres clés des entreprises de proximité, édition 2020



Les artisans, les commerçants et les professionnels libéraux forment près de la moitié des apprentis en France.

Sur l'année scolaire 2018-2019, ils ont formé 208 000 jeunes en apprentissage, soit 46 % de l'ensemble des apprentis scolarisés au niveau national. L'artisanat est le secteur qui réalise le plus gros effort de formation, avec 149 500 apprentis.

L'hôtellerie-restauration en emploie 33 000 et le secteur libéral, 23 700. Ces chiffres sont en hausse globale de 5 % sur les 4 dernières années.

FOCUS

Comment adapter mon activité pendant la crise sanitaire ?



Le contexte sanitaire actuel impacte inévitablement les modalités de fréquentation des commerces et par extension les habitudes de consommation.

Face à ces contraintes, le Crédit Agricole Alsace Vosges accompagne ses clients dans le développement de solutions facilitant notamment l'encaissement des livraisons à domicile ou encore le click and collect même sans site internet.

Pour découvrir toutes nos solutions, rendez-vous sur www.credit-agricole.fr/ca-alsace-vosges/professionnel.htm ou contactez l'agence Crédit Agricole la plus proche de chez vous.



* Numéro non surtaxé. ** Accès gratuit hors coût de l'opérateur. Éditeur : Uni-médias, 22, rue Letellier, 75739 Paris Cedex 15 • Directrice de la publication : Nicole Derrien • Comité éditorial : Sophie Caron • Rédaction : Raphaël Lecocq • CRÉDIT AGRICOLE ALSACE VOSGES 1 place de la Gare 67000 Strasbourg. 437 642 531 RCS Strasbourg. Société coopérative à capital variable. Établissement de crédit. Société de courtage d'assurances. Immatriculée à l'ORIAS sous le n° 07008967. Crédits photos : gettyimages, Istock. Imprimé à Épinal par l'imprimerie Socosprint en février 2021.

ILS S'ORGANISENT POUR SURMONTER LA CRISE

La crise sanitaire pèse sur de nombreux métiers. Dans plusieurs secteurs, des professionnels mettent en place des solutions pour limiter ses conséquences sur leur activité.

Avec le retour au confinement, fin octobre, de nombreux commerçants ont dû de nouveau baisser le rideau. Mais cette fois, beaucoup ont décidé de poursuivre leur activité. Fleuristes, libraires, magasins de prêt-à-porter, marchands de jouets... Ils ont mis en place un système de «click & collect» ou de livraison à domicile. Des pratiques autorisées durant le confinement, dès lors que les magasins restent fermés et que les clients se contentent de venir retirer leurs achats sur place ou de se faire livrer.

S'APPROPRIER LES OUTILS DIGITAUX

Pour vendre leurs produits, la plupart ont créé leur boutique virtuelle sur Facebook ou Instagram, d'autres ont fait appel aux services d'une place de marché (Cdiscount, Fnac), certains ont ajouté une interface e-commerce à leur site web. Tous comptent bien compenser une partie des ventes perdues en magasin. Professionnels et commerçants peuvent aussi se tourner vers des plateformes très locales gérées par les municipalités et les associations de commerçants. «*La vente en ligne est une tendance forte et durable, il ne faut pas passer à côté mais se l'approprier*», insiste Alain Di Crescenzo, président de la CCI Occitanie. Pour l'heure, moins d'une TPE sur trois met à profit ces outils numériques. Pourtant de nombreux appuis existent pour franchir le pas. Les CCI proposent un accompagnement opérationnel éligible aux fonds de financement à la formation (Cap sur le digital), Bpifrance Université diffuse sur son site une formation gratuite dédiée aux TPE (e-parcours petite entreprise), Google met à disposition des ressources en ligne visant à s'approprier les outils digitaux (les Ateliers numériques)... «*Autant de portes d'entrée pour engager sa transition numérique*», souligne Alain Di Crescenzo.

LE BOOM DES TÉLÉCONSULTATIONS

Dans le secteur de la santé aussi, les médecins et praticiens s'organisent pour trouver des parades aux contraintes liées à la crise sanitaire. «*Depuis le confinement, le recours aux téléconsultations a explosé*», constate Philippe Vermesch, président du Syndicat des médecins libéraux. De quelques milliers par semaine en début

d'année, leur nombre est passé à près d'un million, selon l'Assurance Maladie. En avril dernier, les téléconsultations totalisaient plus d'une consultation sur quatre. Les consultations téléphoniques ont aussi fortement progressé, «*en particulier dans les déserts numériques, où vivent de nombreux patients âgés*», détaille le médecin. «*Même si elle ne se substitue pas à une consultation physique, lorsqu'un examen plus poussé s'impose, la téléconsultation rend de précieux services*», souligne Philippe Vermesch. Comment proposer ce service à ses patients ? Plusieurs prestataires ont investi ce créneau prometteur, dont certains proposent des solutions clés en main, intégrant prise de rendez-vous, visioconférence, authentification du patient et solution de paiement. Ce ne sont pas les outils qui manquent.



LES PROFESSIONNELS DU TOURISME S'ADAPTENT

Avec la crise sanitaire, de nombreux professionnels des secteurs du tourisme et de l'hôtellerie-restauration, dont beaucoup dépendent de la clientèle étrangère dans les zones touristiques, ont adapté leur stratégie. Plutôt que de cibler la clientèle internationale, ils se sont adressés à la clientèle domestique, souvent de proximité. Un choix qui a permis de sauver, en partie, une saison très mal engagée. À la rentrée, certains hôteliers ont fait le pari de reconvertir une partie de leurs chambres en espaces de télétravail. Même volonté de rebondir dans la restauration, où la livraison à domicile et le «click & collect», qui avaient été expérimentées avec succès lors de la première vague de la Covid, continuent de gagner du terrain.

RETROUVEZ-NOUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



TÉLÉPHONE
03 88 24 67 68 *

INTERNET
www.credit-agricole.fr/ca-alsace-vosges **

