

Quel est le bon moment pour vendre?

Comment préparer son entreprise en vue d'une vente potentielle?

Décider du moment opportun pour vendre exige de vous, le propriétaire d'entreprise, une planification soignée et la prise en compte de vos plans de relève à long terme. Planifier la vente bien avant de la réaliser vous permet de préparer votre entreprise de sorte que vous soyez en position de force pour négocier et maximiser le produit de la vente.

Bien définir sa stratégie

Il est essentiel de planifier la vente pour en maximiser le produit. Dans bien des cas, la décision de vendre une entreprise est prise par le propriétaire en fonction de raisons précises ou d'événements particuliers qui sont la plupart du temps négatifs. Trop souvent, des problèmes majeurs connus uniquement du propriétaire, comme le besoin d'importantes dépenses en immobilisations, le changement des conditions du marché, l'intensification de la concurrence, la pénurie de fonds de roulement, ou l'âge et les problèmes de santé, sont imminents et incitent le propriétaire de l'entreprise à vendre. Par conséquent, le niveau d'anxiété peut être très élevé durant le processus de vente si le propriétaire est soucieux de vendre avant que ces préoccupations deviennent réalité. Contrairement à ce scénario trop commun, la décision de vendre devrait être une décision stratégique à long terme, et non une réaction à court terme à l'évolution négative d'une situation.

Idéalement, vous devriez commencer à planifier la vente de votre entreprise bien avant de la réaliser. Une fois que vous aurez établi un plan efficace, vous pourrez le peaufiner lorsque le bon moment de vendre arrivera. De cette façon, vous serez en position de force pour négocier et maximiser le produit de la vente.

Il est essentiel que vous compreniez les répercussions de la vente avant de vous engager dans le processus. Les questions ci-dessous peuvent vous aider à clarifier vos motifs et à bien prendre en compte les répercussions :

- Pour quelles raisons mettez-vous l'entreprise en vente à ce moment précis?
- Existe-t-il d'autres options que la vente qui vous permettraient de réaliser vos objectifs?
- Le moment est-il bien choisi?
- Avez-vous pris en considération les répercussions fiscales personnelles et commerciales?
- Comment le produit net de la vente sera-t-il investi et à quel rendement vous attendez-vous?
- Conserverez-vous un poste de direction après la vente?
- Êtes-vous réellement prêt à vendre l'entreprise?

Vous serez en mesure de mieux planifier la vente de votre entreprise après avoir bien réfléchi à ces questions. N'oubliez pas qu'une fois le contrat de vente signé, vous ne pourrez plus revenir sur votre décision. Avant de mettre votre entreprise en vente, vous devez avoir une idée claire des raisons qui vous poussent à vendre, de ce que la vente est censée produire et de la façon dont vous atteindrez vos objectifs après sa conclusion.

Positionner son entreprise pour la vente

Après avoir pris la décision de vendre, vous devez veiller à ce que votre entreprise soit dans un état optimal pour en tirer le meilleur prix possible. Pour ce faire, évaluez les forces et les faiblesses de votre entreprise. Il y a un certain nombre d'éléments importants à examiner.

Renseignements

L'accès aux renseignements et des dossiers bien tenus jouent un rôle important au moment de négocier avec des acheteurs potentiels. Répondre de façon rapide et exacte aux demandes de renseignements rassure l'acheteur potentiel quant à la stabilité de votre entreprise et à l'acquisition qu'il envisage de faire.

Structure de gestion

Posez-vous les questions suivantes au sujet de votre structure de gestion :

- L'entreprise dispose-t-elle d'un effectif complet de gestionnaires compétents qui sont disposés et capables de gérer les affaires seuls ou avec les nouveaux propriétaires?
- Comment les membres de la direction actuelle réagiront-ils à un changement de propriétaire?
- Quelle est la réputation de vos équipes au sein de vos secteurs d'activité respectifs? Comment sont-elles perçues au chapitre de la fiabilité et de l'intégrité?
- Des membres de l'équipe de direction pourraient-ils compromettre la conclusion de la vente? Le cas échéant, quelles concessions pourraient être faites afin de gagner leur appui?
- Les relations d'affaires reposent-elles uniquement sur vous? Si c'est le cas, êtes-vous prêt à rester dans l'entreprise après sa vente afin d'effectuer la transition?

Une équipe de direction faible constitue un désavantage. C'est pourquoi il est prudent de reporter une vente jusqu'à ce que les rajustements nécessaires aient été apportés au sein de l'équipe, s'il y a des problèmes à cet égard.

États financiers

Effectuez un examen des états financiers pour valider s'il y a lieu de restructurer la situation financière de l'entreprise. Il arrive souvent qu'une restructuration financière se traduise par un prix de vente plus élevé. Les actifs excédentaires doivent être repérés et vendus ou supprimés.

Il faut également envisager de séparer les actifs immobiliers des actifs d'exploitation. Le rendement des actifs immobiliers peut être inférieur à celui de l'entreprise et, par conséquent, ne pas être entièrement pris en considération lors de la détermination de la valeur de l'entreprise. Pour établir la valeur des activités de l'entreprise, on applique généralement au bénéficiaire un multiple qui tient compte de la valeur des activités et exclut les actifs immobiliers servant à l'exploitation.



Tenue des dossiers de l'entreprise

Les dossiers de l'entreprise, par exemple l'acte constitutif, les procès-verbaux et le registre des actionnaires, doivent être en ordre, à jour et facilement accessibles. Des copies des principaux contrats, tels que les baux et d'autres documents importants, doivent également être disponibles.

Au cours de la préparation de la vente de votre entreprise, il vous faut également prendre en compte le passif éventuel ainsi que les litiges à régler (en attente ou prévus). Dans la mesure du possible, les questions d'ordre juridique doivent être traitées avant la conclusion de la vente ou énoncées clairement au début des pourparlers avec un acquéreur potentiel. La situation fiscale de l'entreprise doit également faire l'objet d'une vérification afin de réduire au minimum la probabilité que des avis de nouvelle cotisation d'impôt sur le revenu soient établis pour les années précédentes.

Autres facteurs à prendre en considération

En plus de voir à ce que votre entreprise soit bien positionnée pour être vendue, vous devez comprendre sa position de négociation. Une analyse de ses forces et faiblesses vous permet de mieux comprendre sa position sur le marché. Attendez-vous à ce que l'acquéreur procède à une évaluation rigoureuse de l'entreprise, et sachez que toute lacune relevée sera utilisée dans la négociation. Une préparation adéquate ou la divulgation des renseignements au bon moment peut contribuer à atténuer l'incidence des lacunes.

Évaluez la conjoncture économique, comme les taux d'intérêt et la croissance économique, ainsi que les conditions du secteur afin de déterminer le meilleur moment pour vendre. S'il souhaite vendre à court terme, un vendeur pourrait avoir du mal à obtenir le prix de vente voulu si la conjoncture ne lui est pas favorable au moment de la négociation.

Préparez votre entreprise de sorte que vous soyez en position de force pour négocier et maximiser le produit de la vente.

Analyse opérationnelle

L'image d'une entreprise bien gérée constitue un avantage considérable à la table de négociation. Dans la plupart des entreprises, il se peut que certains problèmes aient été négligés ou que la mise en œuvre de solutions ait été reportée. Ces éléments doivent être corrigés avant la vente de l'entreprise. Par exemple, le matériel de marketing et la présence numérique de l'entreprise sont-ils à jour? L'usine est-elle propre et bien entretenue, et est-ce que le matériel et l'outillage fonctionnent bien?

- Pourquoi votre entreprise a-t-elle été sélectionnée comme candidate potentielle pour une acquisition? La réponse devrait vous révéler dans quelle mesure l'acquéreur connaît votre entreprise.
- Quelle est sa stratégie d'acquisition? Certains acquéreurs cherchent simplement une entreprise qui peut accélérer leur croissance dans un secteur précis, tandis que d'autres peuvent s'intéresser à une propriété intellectuelle ou à une gamme de produits.

Recevoir une offre non sollicitée pour vendre son entreprise

Un propriétaire d'entreprise prospère peut en tout temps se voir présenter une offre d'achat non sollicitée. Cette offre peut émaner d'un chef de file du secteur à la recherche d'une cible d'acquisition déterminée de façon stratégique, d'un courtier qui travaille pour le compte d'un acheteur légitime ou d'une personne qui est simplement en quête de sa prochaine occasion d'affaires.

Si vous faites affaire avec un initié du secteur ou un courtier qui représente un acheteur légitime, posez-lui les questions ci-après pour mieux comprendre ce qui le motive avant de communiquer un quelconque renseignement sur votre entreprise ou de faire part de votre intérêt pour la vente.

- L'acquéreur souhaite-t-il garder votre personnel et votre équipe de direction en poste? La plupart des propriétaires d'entreprise ressentent un fort sentiment de loyauté envers leur personnel et veulent s'assurer qu'il sera pris en charge par un nouveau propriétaire.

- L'acquéreur vous demandera-t-il de rester à la tête de votre entreprise pendant la période de transition? En général, une période de transition relativement courte est ce qui convient le mieux aux deux parties.
- Comment l'acquéreur évalue-t-il habituellement la valeur d'une entreprise? Il ne vous dira peut-être pas d'entrée de jeu combien il est prêt à payer pour votre entreprise, mais si vous comprenez bien sa méthode d'évaluation, vous pouvez appliquer cette information à votre situation sans divulguer de renseignements financiers confidentiels.
- Si des entreprises sont déjà passées aux mains de l'acheteur potentiel, comment cela s'est-il déroulé? Des contacts au sein de ces entreprises peuvent vous parler des aspects des transactions qui se sont bien passés et vous dire pourquoi il en a été ainsi.
- L'acquéreur envisage-t-il d'autres acquisitions potentielles à l'heure actuelle? En obtenant cette information, vous saurez où vous vous situez dans ses priorités. Les acquéreurs en série ont habituellement plusieurs dossiers d'acquisition en cours en permanence, et il pourrait s'écouler un certain temps avant que la haute direction puisse se consacrer au vôtre.



Passer à l'étape suivante

Si, au terme des premiers entretiens, vous êtes à l'aise à la perspective de vendre, vous devriez faire signer à l'acheteur potentiel une entente de confidentialité ou de non-divulgateur avant de lui communiquer des renseignements confidentiels sur votre entreprise. Vous vous assurez ainsi que les renseignements financiers et les renseignements sur vos employés ne seront pas rendus publics en cas de non-conclusion de la transaction.

Demander conseil à des professionnels

Si vous envisagez de vendre votre entreprise, il est essentiel que vous établissiez à brève échéance vos objectifs, votre vision et votre plan de sortie pour y parvenir, et il est très important que vous reteniez les services d'un spécialiste de

la planification de la relève avant de prendre une quelconque décision au sujet de la vente. Une fois que vous avez décidé de vendre, songez à vous adjoindre les services d'un conseiller professionnel qui vous aidera dans les négociations. Contrairement aux acquéreurs, qui peuvent réaliser un certain nombre d'acquisitions au fil du temps pour mener une stratégie d'entreprise à long terme, la plupart des propriétaires d'entreprise n'ont jamais vendu d'entreprise et, par conséquent, éprouvent de la difficulté à séparer le côté décisionnel pragmatique des aspects émotionnels liés à la vente.

Si vous envisagez de vendre votre entreprise, communiquez avec votre conseiller financier de BMO, qui pourra vous recommander les services et l'aide de professionnels compétents.



Ici, pour vous.^{MC}

Cette publication de BMO Gestion de patrimoine est présentée à titre informatif seulement; elle n'est pas conçue et ne doit pas être considérée comme une source de conseils professionnels. Son contenu provient de sources considérées comme fiables au moment de sa publication, mais BMO Gestion de patrimoine ne peut en garantir ni l'exhaustivité ni l'exactitude. Pour obtenir des conseils professionnels concernant votre situation personnelle ou financière, adressez-vous à votre représentant BMO. Les commentaires émis dans cette publication n'ont pas pour but de constituer une analyse définitive des conditions d'application de l'impôt ni des lois sur les fiducies et les successions. Ce sont des commentaires de nature générale, et nous recommandons au lecteur d'obtenir des conseils professionnels sur la situation fiscale qui lui est propre.

BMO Gestion de patrimoine est le nom sous lequel la Banque de Montréal et certaines de ses sociétés affiliées offrent des produits et des services de gestion de patrimoine. Les produits et les services ne sont pas tous offerts par toutes les entités juridiques au sein de BMO Gestion de patrimoine.

BMO Banque privée fait partie de BMO Gestion de patrimoine. Les services bancaires sont offerts par l'entremise de la Banque de Montréal. Les services de gestion de placements sont offerts par BMO Gestion privée de placements inc., une filiale indirecte de la Banque de Montréal. Les services de planification et de garde de valeurs ainsi que les services successoraux et fiduciaires sont offerts par la Société de fiducie BMO, filiale en propriété exclusive de la Banque de Montréal.

BMO Nesbitt Burns Inc. offre une gamme complète de services de placement, et est une filiale en propriété exclusive de la Banque de Montréal. Si vous êtes déjà un client de BMO Nesbitt Burns Inc., veuillez communiquer avec votre conseiller en placement pour obtenir plus de précisions. Tous les conseils et produits d'assurance sont offerts par des agents d'assurance vie autorisés et, au Québec, par des conseillers en sécurité financière par l'intermédiaire de BMO Nesbitt Burns Services financiers Inc.

^{MD} « BMO (le médaillon contenant le M souligné) » est une marque de commerce déposée de la Banque de Montréal, utilisée sous licence.

Tous droits réservés. La reproduction du document, sous quelque forme que ce soit, ou son utilisation à titre de référence dans toute autre publication, est interdite sans l'autorisation écrite expresse de BMO Gestion de patrimoine.