

5 erreurs à éviter lors de la vente d'une entreprise

La vente de l'entreprise qu'il a créée est généralement la transaction financière la plus importante et la plus difficile dans la vie d'un propriétaire d'entreprise. La vente d'une entreprise est, pour la plupart des propriétaires, un événement qui ne se produit qu'une seule fois et qui représente l'aboutissement de toute une vie de travail. L'entreprise porte souvent le nom du propriétaire et occupe dans son cœur une place presque aussi importante que celle de ses enfants. Vendre son entreprise est autant un processus exigeant sur le plan technique, qu'une expérience comportant une forte charge émotionnelle.

Lorsque le processus de vente se déroule bien, les deux parties sont satisfaites du dénouement de la transaction. Le vendeur sait qu'il a obtenu le meilleur prix et les meilleures conditions possibles dans les circonstances, tandis que l'acheteur estime qu'il a fait une bonne affaire. Par contre, quand le processus échoue, les dommages peuvent être considérables. Vous trouverez ci-dessous cinq erreurs courantes à éviter pour atteindre vos objectifs et obtenir les meilleurs résultats possibles.

1. Attentes irréalistes en ce qui concerne la valeur de l'entreprise

Un nombre stupéfait de propriétaires d'entreprise privée sont déçus d'apprendre la valeur réelle de leur entreprise. Ils ont souvent tendance à la surévaluer, ce qui pose problème en situation de vente : ils sont réticents à accepter une offre équitable puisqu'ils la croient trop basse. En fin de compte, l'entreprise vaut ce qu'un acheteur sérieux est prêt à payer et ce que le vendeur est prêt à accepter. Il est primordial que les propriétaires connaissent la valeur de leur entreprise avant d'entamer le processus de vente. Si la valeur est inférieure à leurs attentes, ils disposent peut-être de suffisamment de temps pour optimiser la valeur de l'entreprise avant de la mettre en vente.

2. Préparation insuffisante

On dit qu'un manque de planification revient à planifier son échec, ce qui est vrai pour de nombreux aspects de la vente d'une entreprise. Les propriétaires d'entreprise souhaitent généralement tirer le

maximum de valeur de la vente, mais ils doivent également tenir compte des impôts sur le revenu. Comme la facture fiscale peut varier grandement selon que le propriétaire vend des actions ou des éléments d'actif de l'entreprise, il est important de bien comprendre les différences entre les deux modes de vente.

La planification peut donc contribuer à réduire le fardeau fiscal. De plus, il faut compter de 6 à 12 mois pour vendre une entreprise et certains propriétaires sont contrariés quand ils prennent conscience du temps et des efforts que cela exige. Par ailleurs, en assainissant son bilan, le propriétaire de l'entreprise s'assure de ne pas perdre au change. Ce ne sont que quelques exemples de préparatifs qui peuvent rapporter gros.

3. Attendre d'être dans l'obligation de vendre

Cette erreur peut être difficile à éviter puisqu'il est impossible de prédire l'avenir. Il est toutefois regrettable de constater que de nombreux propriétaires attendent de vivre un événement malheureux (problème de santé, divorce, décès, etc.) pour prendre la décision de vendre. Quand ils s'accrochent trop longtemps à leur entreprise, ils perdent la capacité d'attendre un cycle haussier dans leur secteur d'activité, ce qui amoindrit rapidement la valeur de leur entreprise. Souvent, le meilleur moment pour vendre est précisément quand rien ne vous y oblige. Vous saurez que le moment est venu quand vous amusez encore, que les ventes et la rentabilité seront en pleine croissance, et que vous jouirez d'une excellente réputation et d'une bonne santé. Vendre par nécessité peut être une source de problèmes.

4. Stratégie de vente inexistante

Si les athlètes professionnels ont recours à des stratégies pour gagner, vous devriez faire de même pour vendre votre entreprise. Il est important de choisir le bon moment : le rendement de votre entreprise, le contexte économique et les perspectives du secteur d'activité sont tous des facteurs à considérer, car il est plus difficile de vendre dans une conjoncture défavorable. Vous devez également connaître les différents types d'acheteurs potentiels : les acheteurs stratégiques conviendront à certaines entreprises, tandis que les acheteurs financiers correspondront mieux à d'autres. Apprenez à les distinguer. Finalement, tenez compte des facteurs prix, confidentialité et temps. Vous pouvez privilégier deux de ces trois facteurs en fonction de vos priorités.

5. Confidentialité

La vente d'une entreprise ne se compare pas à celle d'un bien immobilier, principalement en raison du facteur humain inhérent à toute entreprise. Bon nombre d'employés n'aiment pas le changement et risquent donc de quitter l'entreprise s'ils apprennent sa mise en

vente. Or, le roulement de personnel est souvent mal perçu. De la même manière, si les clients et les fournisseurs savent qu'un changement de propriétaire est imminent, ils peuvent être amenés à réexaminer certains aspects de leur relation avec votre entreprise. Dans certaines situations, la confidentialité ne peut pas être absolue (par exemple, dans le cas d'un concessionnaire automobile ou d'une franchise), mais on n'est jamais trop prudent en matière de communication de l'information.

Évidemment, la vente d'une entreprise est un processus complexe et il vous faudra éviter les pièges courants. Un conseiller professionnel spécialisé dans la vente d'entreprises privées peut vous guider et vous aider à éviter ces pièges et les autres difficultés qui ne manqueront pas de surgir. Cet article se veut très général. Il est important de consulter un conseiller professionnel lorsque vous songez à vendre votre entreprise.

Pour en savoir plus, veuillez vous adresser à votre professionnel en services financiers de BMO.



Cette publication de BMO Gestion privée est présentée à titre informatif seulement; elle n'est pas conçue ni ne doit être considérée comme une source de conseils professionnels. Son contenu provient de sources considérées comme fiables au moment de sa publication, mais BMO Gestion privée ne peut en garantir ni l'exactitude ni l'exhaustivité. Pour obtenir des conseils professionnels concernant votre situation personnelle ou financière, adressez-vous à votre représentant de 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 privée est un nom de marque du groupe d'exploitation qui comprend la Banque de Montréal et certaines de ses sociétés affiliées offrent des produits et des services de gestion privée. Les produits et les services ne sont pas tous offerts par toutes les entités juridiques au sein de BMO Gestion privée. Les services bancaires sont offerts par l'entremise de la Banque de Montréal. Les services de gestion de placements, de planification de patrimoine, de planification fiscale et de planification philanthropique sont offerts par BMO Nesbitt Burns Inc. et BMO Gestion privée de placements inc. Si vous êtes déjà un client de BMO Nesbitt Burns Inc., veuillez communiquer avec votre conseiller en placement pour obtenir plus de précisions. Les services de garde de valeurs ainsi que les services successoraux et fiduciaires sont offerts par la Société de fiducie BMO. Les entités juridiques de BMO Gestion privée n'offrent pas de conseils fiscaux. La Société de fiducie BMO et BMO Banque de Montréal sont membres de la Société d'assurance-dépôts du Canada.

^{MD} Marque de commerce déposée de la Banque de Montréal, utilisée sous licence.

Tous droits réservés. La reproduction de ce 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 privée.