

La lettre des Fusions et Acquisitions

Juin 2009

Volume 4, Number 1-8

Autres étapes du processus de transmission

- Le diagnostic
- La pré-évaluation
- Le dossier-projet
 - L'évaluation approfondie
- Le dossier de présentation
- L'engagement de confidentialité
- Le profil du repreneur
- La négociation
- La promesse
- Les due diligence
- Le protocole d'accord
- La garantie de passif
- Après la cession

Rubriques

Présentation du Cabinet Actoria

Accès Intranet

Glossaire

Prestations Cédants

La méthodologie détaillée du processus de transmission de mon entreprise en Europe

La transmission d'une entreprise est un processus très délicat dans la vie d'une entreprise. Il faut donc la préparer minutieusement en se faisant accompagner afin d'optimiser les chances de sa réussite. Une succession d'étapes dans la préparation permettra un excellent retour sur investissement. Après avoir élaboré le profil type du repreneur, la recherche est basée sur deux approches : directe et indirecte.

La recherche de repreneur

La recherche est une étape importante du processus.

Quelles sont les filières possibles?

• Les partenaires de l'entreprise

- Si vous êtes sous-traitant, il est difficile de céder votre entreprise sans en avoir parlé à votre plus gros client.
- Si vous avez un fournisseur très important pour votre exploitation, idem.

• L'approche indirecte

- Les investisseurs financiers
- Les sociétés de capital développement ou de capital risque

Contactez-nous

<http://www.actoria.eu>
info@actoria.eu

Actoria Group®
Brussels - London - Paris
Fribourg - Madrid

Reproduction et copie
interdite sans accord de
Actoria

- Les chambres de commerce et la promotion économique
- Les services de la promotion économique des départements et région
- Les associations professionnelles
- Les conseillers techniques de l'entreprise
- Les cabinets d'audit et experts comptables
- Les avocats et notaires
- Les intermédiaires spécialisés en transmission d'entreprises. L'avantage, au delà de l'expérience pratique et concrète de ces derniers, est la **confidentialité** lors des premières approches délicates (concurrents, clients...). Par ailleurs, ils sont eux-mêmes en contact avec tous les opérateurs cités, d'où **gain de temps très important.**

- les clubs de dirigeants
- les associations d'anciens élèves de grandes écoles
- Les conseillers en reprises
- Les banques (les filiales de banques généralistes, les banques d'affaires spécialisées)



● L'approche directe

- Le ou les concurrents que vous souhaitez aborder directement.
- Un partenaire, client ou fournisseur qui peut être intéressé.
- Une société à la recherche d'une opération de croissance externe horizontale ou verticale.