

asf

AFFACTURAGE

10 Questions

MIEUX VENDRE
A L'EXPORT

10 Réponses

Avant-propos

François HUWART

Secrétaire d'Etat au Commerce Extérieur

Avant-Propos

Les exportations françaises sont, pour moitié, le fait de grands groupes industriels.

Les PME renforcent néanmoins chaque jour leur présence à l'international, en particulier grâce au dispositif d'appui mis en place par les Pouvoirs Publics et les Partenaires du Commerce Extérieur.

Les sociétés d'affacturage contribuent à ce développement par les solutions adaptées, qu'elles apportent aux PME, notamment face à leurs problèmes de facturation, de délais de paiement et de recouvrement de créances.

Elles ont réuni dans ce guide, fortes de leur expérience, dix conseils destinés aux PME désireuses de développer leurs activités à l'international.

L'initiative de l'ASF me paraît, à cet égard, très utile. Je ne doute pas qu'elle incitera nos PME à mieux tirer parti des opportunités commerciales qu'offrent les marchés internationaux.



François Huwart

Sommaire

1

Mener sa démarche commerciale

2

Négocier son contrat de vente

3

Facturer

4

Se garantir

5

Se financer

6

Gérer ses encaissements

7

Organiser le recouvrement de ses créances

8

Gérer les litiges

9

Faire de l'euro une opportunité

10

Externaliser la gestion de ses comptes clients

Lexique

Question

Comment
mener
sa démarche
commerciale ?

Réponse

Vendre à l'export est moins maîtrisable que la vente domestique. Les variations des us et coutumes commerciaux, les différences culturelles et linguistiques, les instruments de paiement à mettre en œuvre sont autant de freins potentiels aux projets de l'exportateur et à leur rentabilité.

La démarche de vente à l'export passe obligatoirement par des outils adaptés et notamment par l'élaboration de brochures et d'une documentation en langue étrangère. Il faudra également être présent aux salons spécialisés et avoir recours à un représentant local, l'agent. Celui-ci connaît les circuits de distribution et les réglementations liées aux produits ou services exportés. Par exemple, un exportateur de produits alimentaires aux États-Unis devra, préalablement à toute expédition, recueillir l'aval de la Food & Drug Administration. Une fois cette étape passée et les premiers contacts locaux établis, il faut également

faire face à la difficulté d'obtention des informations sur la solvabilité des entreprises étrangères. En effet, dans certains pays, comme les États-Unis, les entreprises ne sont pas tenues de publier leur bilan. Les bases de renseignements commerciaux disponibles sont donc limitées

et ne concernent souvent que les grandes entreprises.

Face à ces risques accrus, pour fiabiliser ses opérations d'exportation et pérenniser ses relations commerciales, le vendeur doit être vigilant tout au long des étapes du processus de vente à l'étranger : au moment de la négociation du contrat et de la détermination des condi-

tions de facturation, lors de la mise en place des garanties et du financement nécessaires à l'opération. Il devra également assurer le suivi de la vente en gérant les encaissements, en organisant le recouvrement des créances et, le cas échéant, en gérant les litiges.

La disponibilité et la qualité des renseignements commerciaux varient beaucoup d'un pays à l'autre. Cette hétérogénéité doit être prise en compte dans la démarche commerciale.

Le conseil du spécialiste : « *L'exportateur peut s'appuyer sur des conseils extérieurs pour mener son action commerciale en toute confiance. Le factor apporte une solution clé en main lui permettant de sécuriser le montage de son exportation.* »

Question

Comment
négocier
son contrat
de vente ?

Réponse

Comme constaté dans la phase de prospection, vendre à l'export ne s'improvise pas. Au moment de conclure le contrat, il est important de connaître le droit applicable et les tribunaux compétents. La règle générale veut, faute d'information contraire, que le tribunal compétent soit celui du défendeur (débiteur), ce qui nécessite de connaître les us et coutumes du pays vers lequel on exporte.

L'exportateur peut cependant indiquer la compétence d'un tribunal français. Il doit alors faire face aux procédures longues et coûteuses de l'exequatur, qui assure l'application dans les pays étrangers de la décision d'un tribunal français.

Une fois identifiée la juridiction compétente, l'exportateur doit aussi faire face aux procédures spécifiques de référencement

des débiteurs étrangers. La question la plus délicate reste toutefois celle du transport et du choix des **Incoterms***¹ (termes de commerce international) en cas de vente de marchandises. Leur usage est un facteur de compétitivité et de rentabilité. D'application universelle, ces termes de

vente sont aujourd'hui au nombre de treize. Leur force réside dans leur supranationalité. Ils ne servent pas à résoudre les litiges mais à les éviter. En effet, chaque Incoterm apporte une définition précise de l'obligation du vendeur, des termes de la livraison, des conditions du transfert des risques de la marchandise du vendeur vers

l'acheteur, de la répartition des frais entre le vendeur et l'acheteur etc.

Une rédaction adaptée du contrat est un facteur clé de réussite à l'export. Il convient notamment de tenir compte des spécificités juridiques et culturelles de chaque pays.

1. La définition des mots suivis d'un astérisque se trouve dans le lexique à la fin du livret.

Le conseil du spécialiste : « Afin de limiter les risques de litige, la rédaction du contrat et des conditions générales de vente doit être confiée à un spécialiste. Par ailleurs, le factor, présent dans la plupart des pays industrialisés par l'intermédiaire de ses réseaux, assure à l'exportateur la bonne exécution de son contrat. »

Question

Comment
facturer ?

Réponse

Le choix de la devise de facturation est un point important de la négociation du contrat de vente. Il faut en effet limiter le plus possible les conséquences des fluctuations de change sur la rémunération de l'exportateur.

La règle la plus communément admise en matière de facturation est la suivante :

- facturer dans la devise de son propre pays pour éviter le risque de change ;
- si cela n'est pas possible, facturer dans une devise forte, dont les risques de fluctuations sont moindres.

Les exportateurs européens devront chercher à tirer parti des avantages liés à l'avènement de l'euro en recourant le plus possible à la nouvelle monnaie. Dans le cas d'une facturation en **devise out***, comme le dollar, ils devront se prémunir contre

le risque de change en utilisant des outils de couverture comme l'**avance en devises** (voir question n° 5).

L'exportateur doit aussi connaître les us et coutumes de facturation des pays et notamment les délais de paiement.

Diverses études montrent que ceux-ci demeurent très disparates, même en Europe et ce, malgré de nombreuses tentatives d'harmonisation.

Ainsi, il faut savoir que dans certains pays « à délais courts », on peut avoir tendance à accorder facilement des possibilités de prorogation.

Il convient alors d'adapter à ces spécificités les techniques

de relance avant et après échéance. Il va notamment de soi que factures et relances sont exprimées dans une langue compréhensible par l'importateur.

Il est primordial de bien choisir la devise de facturation et de prévoir, le cas échéant, la couverture du risque de change.

Le conseil du spécialiste : « L'exportateur doit essayer d'imposer les termes de la facturation. Ne connaissant pas tous les us et coutumes locaux, notamment en matière de délais de paiement, il doit s'attacher le conseil d'un expert. Le factor offre à l'exportateur cette connaissance dans la plupart des pays industrialisés. »

Question

Comment
se garantir ?

Réponse

Il est fondamental pour un exportateur de garantir ses ventes à l'export, les formules possibles étant aussi complexes que variées. Chacune d'elles a ses particularités en matière de taux de couverture, de mise en œuvre, de gestion et de coût. Nous examinerons ici plus particulièrement les garanties les plus classiques, c'est-à-dire les garanties court terme de 180 jours maximum, les ventes à plus long terme pouvant faire l'objet d'autres formes de garanties.

Il faut tout d'abord distinguer deux types de garanties : la garantie à la production et la garantie à la facturation.

La **garantie à la production** a pour but de couvrir le risque de fabrication. Le **crédit documentaire*** couvre ce risque, la demande d'acompte également, du moins partiellement, l'acheteur demandera alors probablement en

contrepartie une **caution*** de restitution d'acompte. L'assurance « risque de fabrication » est aussi une alternative.

La **garantie à la facturation** a pour but de couvrir le risque de défaillance de l'acheteur. La plus répandue est l'**assurance-crédit*** proposée par une compagnie d'assurance spécialisée qui offre une large couverture géogra-

phique avec une quotité garantie en général de 85 %.

Les **crédits documentaires*** irrévocables ouverts par la banque de l'acheteur permettent d'éliminer complètement le risque sur le tiré. Cette technique très utilisée dans le commerce international est non seulement une garantie conditionnelle, soumise à la présentation de documents conformes, mais aussi un instrument de paiement.

Cette garantie existe également sous forme « revolving ».

Les **engagements par signature** sont tout aussi répandus. Il s'agit pour une banque d'engager son nom qui vaut garantie de paiement en cas de défaillance de l'acheteur. Plusieurs formules existent : la **caution***, la **garantie à première demande***, l'**aval bancaire***, la **lettre de crédit stand-by*** et le **forfaitage***.

Pour toutes ces garanties bancaires, il y a lieu de vérifier auprès de sa banque la qualité de la banque émettrice. L'**affacturage**, dans le cadre de ses prestations globales, offre une garantie jusqu'à 100 % sur les créances approuvées préalablement. Le factor peut proposer de compléter une assurance crédit préexistante par un contrat d'affacturage couvrant la gestion et le financement du poste clients.

Les garanties disponibles sont nombreuses ; il convient de sélectionner celle qui est la mieux adaptée à la valeur de la transaction.

Le conseil du spécialiste : « *Il est indispensable de rechercher systématiquement une garantie avant la vente et de tenir compte des délais nécessaires pour l'obtenir.* »

Question

Comment
se financer ?

Réponse

L'entreprise qui exporte doit faire face à des processus de vente plus complexes susceptibles d'augmenter ses besoins en fonds de roulement. Pour y remédier, elle dispose de solutions de financement à court terme.

Outre la facilité de caisse et le découvert, les banques peuvent proposer des financements spécifiques, en francs, en euros et en devises.

Dès la phase de prospection, des crédits liés à un contrat d'assurance prospection peuvent être accordés à l'exportateur.

Ensuite, pendant la phase de production, des crédits de pré-financement spécialisés peuvent être mis en place.

Enfin, lorsque la créance est née, plusieurs solutions peuvent être proposées :

- **l'escompte**, si l'entreprise est réglée par des effets payables à l'étranger ;
- **l'avance en devises** : c'est une avance de trésorerie du montant des exportations. Elle permet à l'entreprise de financer ses ventes et d'éliminer le risque de change si

cette dernière veille à ce qu'elle soit faite dans la devise de ses encaissements futurs ;

– **la mobilisation de créances nées à l'étranger (MCE)** : grâce à cette technique, l'entreprise reçoit un prêt du montant de sa créance ;

– **le crédit acheteur** : ce crédit, réglementé ou non, est consenti par la banque à l'ache-

teur étranger ayant conclu un contrat commercial avec un exportateur. Ce dernier est ainsi payé comptant par la banque de l'exportateur.

L'octroi de ces financements par les banques est souvent lié à la couverture par l'exportateur de ses ventes (**crédit documentaire***, **lettre de crédit stand-by***, **assurance-crédit*** etc.).

Si l'entreprise est réglée en devise, elle est exposée aux variations de cours des monnaies. Elle devra, pour prévenir ce risque, soit opter pour un financement dans la devise de règlement, soit choisir une couverture du risque de change (contrat de change à terme etc.).

*L'entreprise
pourra d'autant
plus facilement
mobiliser son poste
clients export
qu'elle aura pris soin
de sécuriser
préalablement
ses ventes.*

Le conseil du spécialiste : « Les sociétés d'affacturage proposent à l'exportateur un financement immédiat des créances cédées. En assurant la gestion complète du poste clients export et la garantie des créances, l'affacturage permet d'offrir une solution de financement qui allie souplesse, sécurité et disponibilité. »

Question

Comment
gérer
ses encaissements ?

Réponse

Tout contrat de vente implique le choix d'un moyen de paiement. Ce choix se fait bien souvent en fonction du montant de la transaction et de la réputation financière et commerciale de l'acheteur. Deux grandes familles d'instruments de paiement s'offrent à l'acheteur :

Les moyens classiques

Ils sont à privilégier pour des opérations courantes et régulières avec des partenaires connus.

– **le chèque** : d'emploi fréquent dans la plupart des pays européens, ses délais d'encaissement sont variables et seul un chèque de banque apporte toute sécurité de paiement ;

– **l'effet de commerce** : son usage est très inégal, y compris parmi les pays européens. Le droit cambiaire qui s'attache au titre ainsi que les frais et taxes y afférents dépendent fortement des législations du pays de l'acheteur. L'aval d'une banque peut y être apposé pour sécuriser le paiement ;

– **le virement SWIFT** : le transfert de fonds est exécuté sur le réseau télématique privé SWIFT, qui permet aux banques abonnées (95 %) d'échanger des messages structurés et sécurisés. Ses avantages sont nombreux : rapidité, fiabilité, universalité. Son émission est toutefois subordonnée au bon vouloir de l'acheteur.

Le choix du moyen de paiement, qui est fait contractuellement, doit prendre en compte les diverses usances juridiques et financières du pays de l'acheteur.

Les encaissements documentaires

La remise documentaire est une technique d'encaissement par laquelle le vendeur fait établir les documents de transport à l'ordre de sa banque et charge cette dernière de ne les remettre à l'acheteur que contre paiement ou acceptation par ce dernier d'une traite

avalisée par sa banque.

Dans cette procédure, la banque n'est que mandataire de son client alors que dans le crédit documentaire, la banque s'engage à payer l'exportateur sous condition de conformité des documents présentés.

Le conseil du spécialiste : « *Les critères du choix pour l'exportateur dépendront de la typologie des ventes (valeur unitaire, connaissance du débiteur, risque pays, etc.) et du degré de sécurité ou de rapidité recherché. Le factor, bénéficiant de l'expérience de son réseau de correspondants, peut le conseiller utilement dans ce choix.* »

Question

Comment
organiser
le recouvrement
de ses créances ?

Réponse

Réclamer une traite à un débiteur allemand, relancer un client hollandais avec un imprimé français, demander un paiement à 30 jours là où il se fait normalement à 60 voire 90 jours, méconnaître les législations sont autant d'erreurs que l'exportateur peut ou pourra commettre, faute de bien connaître les us et coutumes des pays de ses clients étrangers.

De plus, les motifs d'incompréhension sont autant de prétextes invoqués par les débiteurs pour ne pas régler ou pour différer leur règlement.

La gestion du compte clients export peut devenir très complexe, voire impossible, pour l'entreprise qui ne dispose pas de structures adaptées. Cependant, **il est essentiel de recouvrer les créances par une relance efficace dans les délais impartis.** Cela permet à l'exportateur de disposer de

plus de liquidités qu'il pourra consacrer au développement de son activité à l'exportation, assurant ainsi la réussite de son internationalisation.

Le recouvrement en interne demande une structure lourde, nécessitant des moyens humains et financiers importants. De

plus, son caractère variable implique une gestion coûteuse et aléatoire qu'il est nécessaire de maîtriser.

Beaucoup de solutions s'offrent alors à l'entreprise exportatrice, le plus important étant de trouver le professionnel le mieux adapté aux problèmes rencontrés. Si toutes les démarches amiables ont échoué, il ne

reste à l'entreprise que les voies judiciaires, mais les législations et coutumes sont très différentes et il faudra que l'entreprise procède à une **analyse au cas par cas**, nécessitant une parfaite connaissance du pays concerné.

Un bon recouvrement nécessite la mise en place d'outils de relances personnalisés et de suivi des paiements adaptés aux spécificités des pays et des débiteurs concernés.

Le conseil du spécialiste : « Si le client est contacté dans sa langue, par un spécialiste implanté localement tel que le factor, connaissant parfaitement les pratiques commerciales et les us et coutumes, il se montrera beaucoup plus attentif à régler ses factures. »

Question

Comment
gérer
les litiges ?

Réponse

Les litiges naissent souvent d'une rédaction imprécise des conditions générales de vente ou de leur non respect. Et lorsque l'entreprise sort de ses frontières, les risques de litiges sont plus importants et difficiles à anticiper. La communication devient en effet complexe et les moyens d'action aléatoires : relations téléphoniques hasardeuses, habitudes commerciales et réglementations inconnues, cultures différentes...

En cas de difficultés, le client préférera privilégier ses fournisseurs les plus proches, ceux dont l'activité reste indispensable à la pérennité de son entreprise ou dont il craint des représailles immédiates.

Aussi, les techniques de recouvrement, en particulier contentieuses, doivent être adaptées aux spécificités de chaque pays. Si l'entreprise choisit de coordonner elle-même ses démarches contentieuses, elle

devra supporter des coûts importants en termes de structures et de procédures. Par ailleurs, elle se trouvera confrontée à la difficulté de choisir les « meilleurs » professionnels du recouvrement qui seront ses porte-parole dans chaque pays et de coordonner leurs interventions en s'in-

formant sur les résultats de leurs actions. En un mot, elle devra se constituer et animer un réseau international de spécialistes du recouvrement contentieux.

Face à ces obstacles, les exportateurs se doivent de faire appel à un prestataire disposant de son propre réseau de recouvrement dans chaque pays. En situation de

contentieux, beaucoup de solutions s'offrent à l'entreprise exportatrice : conseils juridiques, avocats, sociétés de recouvrement, sociétés d'assurance-crédit, factors...

La solution des litiges requiert l'intervention de correspondants locaux qui maîtrisent les procédures adaptées à chacun des pays concernés.

Le conseil du spécialiste : « *L'affacturage, par une relance personnalisée et adaptée, permet de détecter en amont les litiges et donne à l'exportateur la possibilité d'y apporter une solution adéquate sans rallonger les délais de paiement.* »

Question

Comment
faire de l'euro
une opportunité ?

Réponse

Aujourd'hui, la plupart des PME-PMI françaises qui exportent ont choisi de le faire en Europe. En éliminant les risques de change, en réduisant les coûts des transactions internationales, l'avènement de l'euro ne peut que leur faciliter l'accès à de nouveaux marchés.

Pour profiter pleinement de ces opportunités, il convient de gérer la période transitoire et son corollaire : la « double monnaie ». Une entreprise peut choisir de basculer tout de suite dans l'euro ou de retarder le passage jusqu'à 2002. Le choix dépend fortement de son environnement et de la nature de sa clientèle.

Les avantages de basculer immédiatement et complètement en euros :

- simplifier des relations avec des grandes entreprises qui ont déjà basculé vers l'euro ;
- être en cohérence avec les marchés financiers ;
- anticiper les éventuels manques de disponibilité des prestataires de services, en informatique notamment ;
- conférer une image positive et dynamique à l'entreprise ;

- faciliter l'information financière interne des entreprises qui ont des filiales étrangères.

Les avantages de différer le passage à l'euro :

- conserver de bonnes relations commerciales avec ses clients qui utiliseront probablement leur monnaie nationale jusqu'à l'introduction des pièces et des billets en euro ;
 - attendre des solutions standardisées de passage à l'euro, notamment au plan informatique et comptable ;
 - être en cohérence avec les administrations publiques.
- Au-delà du choix de la période de bascule, **trois passages obligés** s'imposent à toutes les entreprises pour que l'euro soit une opportunité à la hauteur de leurs

espérances :

- assurer le double affichage sur les documents à destination des clients comme des fournisseurs ;
- mener une réflexion en amont sur la mise en place de nouveaux prix « psychologiques » ;
- offrir la possibilité de recevoir des paiements en monnaie nationale ou/et en euros.

L'organisation et l'environnement de l'entreprise déterminent le moment opportun pour passer à l'euro.

Le conseil du spécialiste : « Pour facturer et recevoir des règlements indifféremment en euros ou en devise in* sans perturber la comptabilité de l'entreprise, le recours à un factor intervenant sur le plan européen est une solution très souple. »

10

Question

Comment
externaliser
la gestion
de ses comptes
clients ?

Réponse

L'entreprise qui exporte ne peut pas disposer des ressources et des compétences nécessaires pour maîtriser son développement sur les marchés étrangers. La question de l'externalisation de la gestion de ses comptes clients se pose alors. En confiant à un tiers cette gestion, l'entreprise vise à optimiser son efficacité opérationnelle et à réaliser des gains de productivité dans les domaines suivants :

- l'information sur la solvabilité de ses clients ;
- le recouvrement des créances ;
- le suivi administratif et comptable de son poste clients.

L'externalisation devient ainsi un atout majeur face à la concurrence. Elle permet en effet de réduire ses coûts et de préserver ses marges, en transformant les coûts fixes en coûts variables puisque les

charges liées à l'externalisation sont directement proportionnelles au chiffre d'affaires géré.

L'entreprise a le choix entre une approche « sur mesure » ou une offre globale forfaitisée.

Il s'agit alors de s'appuyer sur un partenaire souple et efficace, disposant :

- d'équipes multilingues connaissant bien les habitudes des pays concernés ;
- d'outils informatiques fiables (EDI, Internet etc.) ;
- de réseaux d'information et de recouvrement spécifiques.

Outre le financement et la couverture des risques, les

sociétés d'affacturage proposent des solutions d'externalisation de la gestion du compte client adaptées, quels que soient la taille et le secteur d'activité de l'entreprise qui y a recours.

Grâce à l'externalisation, le coût de la gestion du poste clients à l'export devient directement proportionnel au chiffre d'affaires géré. On peut aussi trouver des formules forfaitaires.

Le conseil du spécialiste : « L'externalisation par le recours à l'affacturage libère l'entreprise du recouvrement et de la gestion administrative. Elle peut ainsi se concentrer sur la prospection, élément clé du développement à l'export. »

Lexique

Assurance-Crédit : l'assureur crédit couvre la défaillance des entreprises préalablement garanties dans la limite d'un encours approuvé.

Aval bancaire : engagement de payer apposé sur un effet par une banque, préalablement accepté par le tiré.

Caution : engagement par lequel celui qui se rend caution d'une obligation se soumet envers le créancier à y satisfaire si le débiteur n'y satisfait pas lui-même. La caution se substituera au débiteur défaillant contre lequel elle pourra ensuite se retourner pour tenter de récupérer ses fonds.

Crédit documentaire : document émis par la banque de l'acheteur qui s'engage irrévocablement à payer au fournisseur, via sa banque, le montant maximum indiqué contre présentation de documents prouvant la valeur de la marchandise, son expédition, le respect des obligations du vendeur, et ceci dans la limite d'une date de validité. La qualité de la banque émettrice devra dans certains cas être confortée par l'engagement de payer d'une banque française (confirmation).

Les crédits documentaires sont régis par les règles et usances (brochure 500 de la C.C.I.) auxquelles ont adhéré les banques du monde entier.

Devise « in » : monnaie nationale d'un pays participant à l'Union économique et monétaire. Subdivisions de l'euro, ces monnaies disparaîtront en 2002 avec l'introduction de l'euro fiduciaire. Pour le moment, onze font partie de l'Union : l'Allemagne, l'Autriche, la Belgique, l'Espagne, la Finlande, la France, l'Irlande, l'Italie, le Luxembourg, les Pays-Bas et le Portugal. Jusqu'à leur adhésion, les devises du Royaume-Uni, du Danemark, de la Grèce et de la Suède sont des devises « out » tout comme celles des pays non membres de la CE.

Devise « out » : voir devise « in ».

Forfaitage (ou forfaiting) : technique consistant à escompter sans recours sur le tireur un effet ou une chaîne d'effets acceptés et avalisés par une banque étrangère.

Garantie à première demande : engagement direct (autonome) et personnel de la banque en faveur du bénéficiaire, totalement indépendant du contrat commercial liant le donneur d'ordre au bénéficiaire. Elle offre une plus grande sécurité à l'exportateur, puisqu'elle est payable automatiquement dès la réception de la demande du bénéficiaire, sans qu'il n'ait rien à justifier.

Incoterms : termes de vente d'application universelle élaborés par la Chambre de commerce internationale. Ils précisent les responsabilités respectives du vendeur et de l'acheteur, fixent le partage des coûts et des risques entre les parties. Ils sont au nombre de 13.

– 8 incoterms concernent les ventes au départ c'est-à-dire que les risques du transport principal sont à la charge de l'acheteur : EXW (à l'usine), FCA (franco transporteur), FAS (franco long du navire), FOB (franco bord), CFR (coût et fret), CIF (coût, assurance fret), CPT (port payé jusqu'à) et CIP (port payé assurance comprise).

– 4 incoterms concernant les ventes à l'arrivée : DES (rendu ex ship), DEQ (rendu à quai), DDU (rendu droits non acquittés), DDP (rendu droits acquittés).

– DAF (rendu frontière) n'entre dans aucune de ces deux catégories.

Lettre de crédit stand-by : elle est assimilable à une garantie à première demande. Elle est émise par la banque de l'acheteur pour un montant représentant en général l'encours maximum des ventes à garantir. Cependant, la lettre de crédit stand-by ne peut être mise en jeu que sur présentation de documents contractuels.

Les sociétés d'Affacturage, comme les banques, **sont des établissements de crédit régis par la loi bancaire** du 24 janvier 1984. A ce titre, elles doivent être agréées par le Comité des établissements de crédit et des entreprises d'investissement et sont soumises au contrôle de la Commission bancaire. Elles doivent respecter la réglementation bancaire qui leur impose notamment des ratios de couverture et de division des risques. La quasi-totalité des établissements d'Affacturage font partie de groupes de première importance.

Cette communication a été menée à l'initiative des membres de la Section Affacturage de l'Association Française des Sociétés Financières :

BANQUE DU DÔME - CRÉDIFRANCE FACTOR
BNP FACTOR
BOMBARDIER CAPITAL INTERNATIONAL S.A.
CANON FINANCE FRANCE
CASE CREDIT EUROPE
CATERPILLAR FINANCE FRANCE S.A.
CENTRABAIL
CGA - COMPAGNIE GÉNÉRALE D'AFFACTURAGE
CLAAS FINANCIAL SERVICES
COFACREDIT
COFIPLAN
CREDIT LYONNAIS FORFAITING
DE LAGE LANDEN TRADE FINANCE
(*DE LAGE LANDEN LEASING & TRADE FINANCE*)
ELECTROLUX FINANCEMENT SNC
ÉLYSÉES FACTOR
ÉTOILE CREDIT
EURO SALES FINANCE SA
FMN FACTORING
FACTOBAIL
FACTOCIC
FACTOFRANCE HELLER
FACTOREM
FCE BANK PLC (*FORD CREDIT*)
FIAT FACTORING S.A.
FINIFAC
GE CAPITAL FINANCE - SOFIREC
IBM FRANCE FINANCEMENT
IFN FINANCE S.A.
INTERCOMI - Société pour le Développement International
du Commerce et de l'Industrie
INTERNATIONAL CREDIT SERVICES S.A.S. (*INTER CREDIT*)
ISIS FACTOR S.p.A. (*ISIS FACTOR PARIS*)
LAVIOLETTE FINANCEMENT
LONDON FORFAITING A PARIS SA
S.F.F. - SOCIÉTÉ FRANÇAISE DE FACTORING - International Factors France
SLIFAC - Société Lyonnaise d'Affacturage
SAME DEUTZ-FAHR FINANCE
SOGEXTER - Société Générale pour le Commerce Extérieur
TRANSAMERICA COMMERCIAL FINANCE FRANCE S.A.
(*HARLEY DAVIDSON ACCEPTANCE*)
TRANSFACT
UFB LOCABAIL

Série 10 Questions / 10 Réponses

Déjà parus

- ◆ Affacturage
- ◆ La facturation
- ◆ Jeunes entreprises : gérer le risque clients



ASSOCIATION FRANÇAISE DES SOCIÉTÉS FINANCIÈRES

24, avenue de la Grande Armée - 75854 Paris Cedex 17

Tél. : 01 53 81 51 51

Télécopieur : 01 53 81 51 50

Contacts : Marc-Pierre JANICOT ou Antoine de CHABOT