



Lettre d'information n°54-Juillet 2017

Cette lettre vous est proposée par INTERSUD, AFRECO et G2C et sera diffusée à leurs fidèles clients

Credit manager, un métier en pleine évolution

Risque fournisseur, big data, analyse non financière : le métier est en constant bouleversement.

Venue des pays anglo-saxon, la fonction de credit manager s'est peu à peu répandue dans les entreprises françaises. On en compterait aujourd'hui environ 3000 dans l'hexagone, dont plus de 700 sont membres de l'AFDCC, l'unique association professionnelle de la profession¹. Identifier le risque de chaque client, le maîtriser, réduire le poids des comptes clients, assurer le recouvrement de leurs créances : telles sont, habituellement, les principales missions du Credit Manager. Des missions transversales à l'entreprise, et qui s'opèrent en concertation avec la direction commerciale, la direction financière bien entendu. Mais aussi en relation directe avec le client, ce qui donne à la fonction une importante composante humaine.



Sébastien Cordier, crédit manager chez Versalis, a lancé à l'AFDCC un groupe de travail sur l'avenir du Crédit Manager

Mais le métier change. « Ainsi, le credit manager gère de plus en plus souvent aussi le risque fournisseur », constate Vincent-Bruno Larger, secrétaire général de l'AFDCC. « Mon

¹ L'AFDCC compte environ 1000 adhérents, mais environ 300 ne sont pas, à proprement parler, credit managers.

entreprise m'en a chargé il y a quelques années », témoigne Sébastien Cordier, crédit manager chez Versalis, la filiale pétrochimique d'Eni, « *et désormais 20% de mes confrères effectuent aussi cette mission* ». Un élargissement des compétences qui nécessite d'apprendre à se poser [de nouvelles questions](#).

Autre tendance : les credit managers en temps partagé : « *cela peut être une solution pour les entreprises qui, faute de moyens, confient pour l'instant ce sujet à leur comptable ou à leur directeur administratif et financier* », estime Sébastien Cordier. Mais aussi une réponse aux délocalisations en cours : « *nous voyons des entreprises confier certains aspects de la fonction à des centres de service partagés localisés en Europe de l'Est* », constate Vincent-Bruno Larger, secrétaire général de l'AFDCC.



Vincent-Bruno Larger, secrétaire général de l'AFDCC

L'analyse financière sans chiffres

Les sources d'information du crédit manager sont, également, en train de changer, ce qui promet de bouleverser les pratiques au quotidien. « *Au niveau mondial, la tendance sur les 5 à 10 prochaines années est une diminution d'environ 55% de la quantité d'informations financières disponibles sur les sociétés* », assure Pascal Fontenau, vice-président de l'AFDCC. En France, l'option de confidentialité, ouverte pour les micro-et petites entreprises, a déjà ouvert la brèche. D'où la nécessité de trouver des sources alternatives d'informations pour déterminer des limites de crédit.

« *Ces informations existent* », souligne Pascal Fontenau, « *car en étudiant le comportement d'une entreprise, -tout comme, au poker, l'on scrute celui des joueurs- l'on peut en savoir beaucoup sur sa situation* ». Mais cette démarche suppose de toute nouvelles méthodes de travail et, notamment, l'utilisation du big data ! « *Il faut savoir*

analyser un site internet, les réseaux sociaux, le comportement plus général de l'entreprise, comme les litiges qu'elle provoque, etc. », poursuit Pascal Fontenau.

Apprendre, autrement dit, à être en veille constante sur autre chose que les données financières et notamment « le bruit » que provoque l'entreprise et qui doit être proportionné à ses capacités financières. Toutes ces informations qualitatives permettront d'alimenter la base de données partagée de l'entreprise et contribueront au scoring.



Pascal Fontenau, vice-président de l'AFDCC

Les prestataires externes, aujourd'hui spécialisés dans l'analyse des bases de données, doivent eux-aussi apprendre à infléchir leurs méthodes pour mieux cerner ces questions. Et développer les fameux algorithmes qui ont déjà envahi de nombreux secteurs : ainsi l'on pourra anticiper le comportement d'un client – ou d'un fournisseur- .

Pour l'instant émergentes, ces nouvelles pratiques sont, sans nul doute, destinées à prendre une place de plus en plus importante. Et peut-être même, à révolutionner le secteur. « Demain, le leader de la chaîne Order to Cash sera celui qui aura su devenir le « Business Intelligence Manager », estime Pascal Fontenau.

Tous ces bouleversements justifient la multiplication des réflexions autour des formations les plus utiles pour les credit manager. A l'AFDCC , Sébastien Cordier anime une toute nouvelle commission qui réfléchit t au devenir du métier, et notamment à son ouverture vers de nouvelles compétences, et de nouveaux interlocuteurs : « nous sommes par exemple en lien avec les associations d'acheteurs et de trésoriers par exemple ». Cette réflexion permettra de réfléchir aux nouveaux besoins

de formation qui permettront de mieux anticiper ces bouleversements. Un credit manager informé (et formé) en vaut deux !

Un nouveau master en credit management : l'AFDCC, en association avec l'Université de Rennes I, va lancer à la rentrée un tout nouveau master en crédit management, reconnu par l'Etat, organisé en alternance : trois jours de cours (sur Paris) seront dispensés tous les 15 jours.

Intersud

 04 91 19 02 00

Afreco

 04 78 53 12 99

G2C

 04 72 88 69 00