

# Reprendre une entreprise : les secrets d'une recherche active efficace

BRUNO ASKENAZI | Le 30/11 à 14:00



La recherche active consiste à contacter les entreprises qui ne sont pas à vendre. - [Shutterstock.com / lenetstan](#)

**Prospecter le marché « caché » est le moyen le plus efficace pour trouver une bonne affaire. Deux repreneuses expliquent comment elles ont trouvé leur cible.**

Comme lorsqu'on cherche un emploi, se contenter de répondre à des annonces ne sera guère efficace dans la reprise d'entreprise. « *Pour chaque offre, j'étais en concurrence avec 10 à 15 personnes* », explique **Aurore Lebon**. Si l'entrepreneuse a finalement réussi à acheter en janvier 2015 **Gauthier & Compagnie** (tringles et mécanismes de store haut de gamme), c'est en adoptant une autre stratégie : la chasse.

**À LIRE AUSSI**

**Le potentiel d'entreprises à reprendre est « surestimé »**  
**(<https://business.lesechos.fr/entrepreneurs/reprendre-une-entreprise/le-potentiel-d-entreprises-a-reprendre-est-surestime-214090.php>)**

L'avantage d'une démarche par approche directe ? Comme dans une recherche d'emploi, il s'agit d'aller **prospector le marché « caché »**. En procédant ainsi, vous serez le plus souvent seul en lice. Même si votre cible n'est pas officiellement en vente, son dirigeant aura peut-être envie de saisir l'opportunité que vous lui présentez. La chasse est donc aléatoire. Afin qu'elle porte ses fruits, un travail préalable de ciblage est indispensable.

## **Bases de données professionnelles**

Pour commencer, vous pouvez contacter l'**association CRA (Cédants & Repreneurs d'affaires)** (<https://business.lesechos.fr/entrepreneurs/aides-reseaux/dossiers/109658/109672-reprendre-a-cinquante-cinq-ans-ca-se-prepare-36289.php>) pour suivre une formation – certaines sont gratuites – et côtoyer d'autres candidats à la reprise. Ensuite, sélectionnez vos cibles dans des bases de données professionnelles. L'une des plus connues, **Diane** (<https://www.bvdinfo.com/fr-fr/our-products/company-information/national-products/diane>), donne accès aux bilans de plus de 1,3 million d'entreprises. On peut faire un premier tri en indiquant la localisation, les activités souhaitées, une limite de chiffre d'affaires ou d'effectif.

En suivant cette méthode, **Marie-Séverine Micalleff a acquis, en mai 2015, Pigment Grafiti** (packaging). Elle avait ciblé 2.500 entreprises conformes à son projet et à ses ressources financières. Elle les a toutes contactées par courrier à en-tête de la Chambre de commerce de Paris. « *Une caution officielle qui a contribué à l'efficacité de la démarche avec 17 réponses* », précise l'entrepreneuse. Après avoir examiné 14 dossiers, elle en a retenu trois très sérieux, dont celui de Pigment Grafiti.

## **Les petits cabinets de fusion-acquisition**

N'hésitez pas non plus à parler de votre projet à vos proches, collègues, amis et connaissances professionnelles. Utilisez les réseaux sociaux comme caisse de résonance. Avec des plates-formes tel que LinkedIn, il est possible d'entrer facilement en contact avec des entrepreneurs prêts à céder ou avec des personnes qui en connaissent parmi leurs relations.

Autre champ de prospection : les **petits cabinets indépendants** de fusion-acquisition. Intéressant pour ceux qui veulent reprendre en région. Aurore Lebon en a approché une quarantaine. « *Je les relançais régulièrement pour faire le point, jusqu'à ce que l'un d'eux me présente le dossier Gauthier* », se remémore la dirigeante, qui a également trouvé des cibles sur les bases de données et le site du **label EPV (Entreprises du patrimoine vivant)** (<https://business.lesechos.fr/entrepreneurs/financer-sa-croissance/entreprise-du-patrimoine-vivant-un-label-exigeant-valorisant-et-selectif-310075.php>). En vingt mois de recherche, elle a repéré une centaine d'affaires. Une dizaine a donné lieu à des échanges directs avec les fondateurs.



Aurore Lebon a racheté en janvier 2015 Gauthier & Compagnie (tringles et mécanismes de store haut de gamme).

A ce stade de contacts avancés, attention de **ne pas vous comporter en donneur de leçons**. Pour le cédant, qui a parfois sacrifié sa vie de famille à son entreprise, les enjeux sont souvent chargés d'affect. « *Le courant doit bien passer*, lance Aurore Lebon. *Même si vous avez une vision différente de l'avenir, il faudra partager les mêmes valeurs et incarner le successeur idéal.* »

## Un apport personnel exigé autour de 50 %

Comme un propriétaire qui vend sa maison de famille, le fondateur aura tendance à **surévaluer son entreprise** (<https://business.lesechos.fr/entrepreneurs/transmission-entreprise/comment-calculer-la-juste-valeur-d-une-pme-304044.php>). C'est un écueil assez fréquent. Vérifiez alors que vos ressources de financement ne sont pas trop éloignées du prix demandé. Il y a plein de belles histoires familiales et de savoir-faire uniques que leurs propriétaires tenteront parfois d'enjoliver. Mais avec des marges tellement faibles que vous aurez de la peine à financer l'opération. Pour une première reprise, **l'apport personnel exigé par la banque tourne souvent autour de 50 %**.

Durant ces mois de prospection, il y aura donc forcément des déceptions. Une fin de non-recevoir sera dure à encaisser. « **Faire partie d'un groupe de repreneurs permet de mieux digérer les déconvenues** », recommande alors Aurore Lebon, membre d'Essec Repreneurs. Enfin, comme Marie-Séverine Micalleff, ne misez pas tout sur un seul dossier. « **J'avais toujours un plan B sous le coude** que j'ai abandonné seulement dans la dernière ligne droite de l'achat du plan A. »

(javascript:void(0):)