

“Exit Readiness” : comment préparer son entreprise et sa valorisation lors d’une cession

À l’heure où la concurrence s’intensifie, la méthode de l’exit readiness constitue un levier puissant pour maximiser la création de valeur et optimiser le potentiel de cession d’une entreprise.

Temps de lecture : minute

15 janvier 2025

L’exit readiness, aka être prêt pour la vente de son entreprise, est une approche de plus en plus adoptée par les entreprises cherchant à maximiser leur valeur avant une cession. Bien plus qu’une simple optimisation de dernière minute, cette préparation en profondeur permet de construire une "equity story" solide et de structurer l’entreprise pour séduire de potentiels investisseurs tout en maximisant sa valorisation. « Une bonne cession, c’est une cession préparée », rappelle Guillaume Veber, Director chez IK Partners.

Chez Singulier, cabinet de conseil spécialisé, l’exit readiness repose sur une méthodologie hybride alliant expertise stratégique et opérationnelle pour accompagner les entreprises de la phase de croissance jusqu’à la cession. « Nous intervenons tout au long du cycle d’investissement pour évaluer, optimiser et valoriser un actif, en collaboration avec les fonds et les dirigeants d’entreprise », explique Mathieu Ferel, co-fondateur et Partner chez Singulier.

L’approche : au-delà de la stratégie, une

expertise de terrain

Fondé en 2017, Singulier s'est donné pour mission d'accompagner les fonds d'investissement et les sociétés en portefeuille dans leur transformation digitale et stratégique. Mais dans ce cabinet, l'équipe a choisi une approche opérationnelle. « Nous avons un positionnement hybride qui nous permet d'allier la vision stratégique avec des expertises opérationnelles en technologie, data, marketing, ou encore expérience client.

« L'objectif est de définir le plan de création de valeur, mais surtout de le mettre en œuvre rapidement afin d'en maximiser l'impact », souligne Mathieu Ferel.

Singulier intervient tout au long du cycle d'investissement : au début pour diagnostiquer et auditer l'actif, puis au long-court pour aider à construire une stratégie de création de valeur concrète et pragmatique et à la fin, pour préparer l'actif à la sortie.

Le cabinet distingue deux niveaux d'exit readiness en fonction de l'échéance de la cession. Si l'entreprise dispose d'un horizon de 6 à 12 mois, les interventions se concentrent sur des ajustements ciblés et rapidement déployables, visant à donner un premier niveau de maturité à l'entreprise sans impact majeur sur l'EBITDA. Il s'agit souvent d'initiatives légères, mais stratégiques en matière de data et connaissance client, qui permettent de démontrer une trajectoire de croissance aux investisseurs sans modifier fondamentalement la structure de l'entreprise.

En revanche, avec un horizon de 18 mois ou plus, Singulier peut pousser

la préparation à un niveau plus avancé, incluant des transformations plus profonde impliquant des investissements un peu plus importants permettant de renforcer les infrastructures technologiques et data, le produit ou la stratégie de croissance (stratégie d'acquisition et de fidélisation client). Ce délai permet de déployer une stratégie digitale et data robuste, contribuant à la valeur long terme de l'entreprise et permettant de présenter aux potentiels acquéreurs un actif avec une trajectoire de croissance clairement définie.

L'importance de la maturité digitale dans la valorisation

Singulier a, par exemple, accompagné une marque de parfums de luxe qui souhaitait renforcer sa stratégie de vente en direct (D2C) afin de mieux contrôler son image, d'améliorer sa connaissance client et d'optimiser ses marges. « En développant une stratégie omnicanale (e-commerce et retail) très orientée sur la préférence de marque, nous avons aidé la marque à augmenter considérablement l'acquisition clients en direct vs. les réseaux wholesale et e-retail. Nous avons également déployé une stratégie CRM et data permettant de tisser un lien émotionnel direct avec le consommateur et augmenter ainsi la lifetime value client », explique Mathieu Ferel.

L'accompagnement de Singulier a permis à la marque d'améliorer sa maturité digitale, ce qui a rendu l'actif plus attractif aux yeux des investisseurs. Or, l'un des aspects centraux de l'exit readiness réside dans la maturité digitale de l'entreprise, un facteur de plus en plus scruté par les investisseurs. « Une société avec une forte maturité digitale bénéficie indiscutablement d'une valorisation supérieure par rapport à des entreprises similaires, moins avancées dans ce domaine », affirme Guillaume Veber.

Mais, l'un des défis de l'exit readiness réside dans la capacité à

maximiser cette maturité digitale sans pour autant peser sur l'EBITDA, un indicateur central pour les acquéreurs.

« La clé est de placer le curseur au bon endroit : il ne s'agit pas de transformer l'entreprise du tout au tout, mais d'implémenter des changements pragmatiques et impactants qui permettent à l'actif de devenir attractif et crédible auprès des investisseurs », précise Mathieu Ferel.

Une "equity story" engageante pour séduire les investisseurs

L'objectif final de cette préparation est de construire une "equity story" percutante, un récit stratégique qui projette l'entreprise dans une trajectoire de croissance convaincante. « Les investisseurs appréhendent le sujet de manière assez analytique. Il faut avoir une organisation stable, claire et rationnelle. Il faut démontrer une méthodologie sur la priorisation et la gestion des projets. La manière de présenter compte aussi et pourra faire la différence », partage Guillaume Veber.

En 2024, Eurazeo et IK Partners sont entrés en discussions exclusives pour la cession de la participation d'IK Partners au capital d'Eres Group, société spécialisée dans les solutions d'épargne salariale. Dans ce contexte, Singulier a travaillé de concert avec IK Partners pour préparer Eres à la cession, et l'accent a notamment été mis sur la priorisation des projets digitaux pour maximiser leur impact. « Avec Singulier, nous avons organisé des workshops pour aider le management à hiérarchiser les projets en fonction de leur impact business. Cette méthodologie a permis

de structurer une roadmap claire, répondant aux attentes des investisseurs et valorisant pleinement les efforts réalisés », explique Guillaume Veber.

« Aucune société n'est parfaite ou entièrement prête sur tous les aspects, mais ce qui compte, c'est de montrer qu'une réflexion et des actions concrètes ont été menées pour adresser les défis prioritaires », conclut-il.



À lire aussi

Le cabinet de conseil Singulier lève 5M€ pour accélérer la croissance de son modèle "Taskforces As a Service"

Article écrit par Maddyness avec Singulier