

SÉCURISEZ VOS PAIEMENTS

La gestion du risque de change

Beaucoup d'exportateurs continuent de vendre en euros en dehors de l'Union économique et monétaire (UEM), parce qu'ils craignent de trop s'exposer en facturant dans une autre monnaie. Même si la place de l'euro dans les échanges mondiaux continue de croître, ce choix constitue souvent un handicap commercial lourd, en particulier sur les marchés des Amériques ou d'Asie.

Après quelques rappels sur le risque de change, nous verrons comment choisir la devise de facturation, puis comment réduire simplement le risque lorsque l'on a choisi de facturer en devises (→ Voir la fiche *Les techniques de couverture du risque de change*).

DÉFINITION, NAISSANCE ET EXTINCTION DU RISQUE DE CHANGE

DÉFINITION

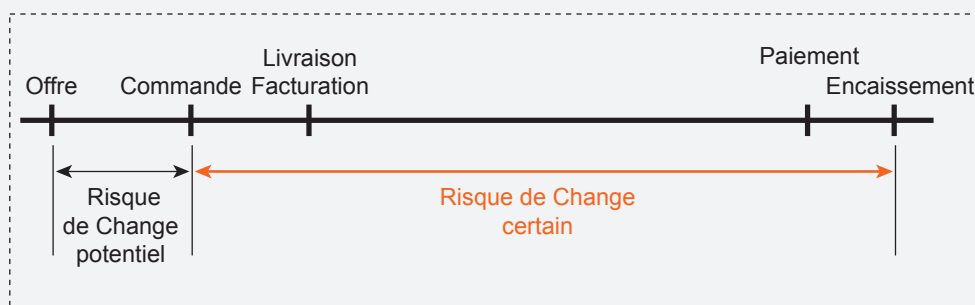
Pour l'exportateur, le risque de change est le risque de **variation par rapport à l'euro** de la devise dans laquelle est libellé son prix de vente. Cette variation possible crée une **incertitude** quant à la rentabilité finale de l'opération. C'est cette incertitude qui constitue le risque, que la variation constatée *a posteriori* soit finalement profitable, ou qu'elle soit génératrice de pertes de change.

NAISSANCE ET EXTINCTION À L'EXPORT

Pour vous exportateur, le risque de change apparaît de manière **potentielle** dès que vous communiquez un prix d'offre dans une autre devise que l'euro. En effet, si le client accepte l'offre, vous serez engagé par ce prix en devises.

Mais le risque n'apparaît de manière **certaine** que lorsque le client commande ; s'il ne le fait pas, le risque disparaît de lui-même.

Le risque s'éteint lorsque, ayant reçu les devises de votre client, vous les vendez à la banque contre des euros. En l'absence de couverture, c'est là que se constate le gain ou la perte par rapport au prix prévu lors de l'offre.



FAUT-IL VENDRE EN EUROS OU EN DEVICES ?

La seule façon supprimer le risque de change, c'est de facturer en euros (EUR). Si vos marges sont réduites et que vous ne pouvez accepter l'éventualité d'une perte de change, cette solution est tentante. Elle présente pourtant bien des inconvénients, qui sont présentés dans le tableau ci-dessous (dans l'hypothèse bien sûr où la monnaie du client n'est pas l'EUR).

Vendre en EUR

Avantages

- Ils sont évidents :
- Pas de risque de change.
 - Pas de comptabilité en devises.
 - Pas de coût de transaction de change.

Inconvénients

- Ils sont nombreux :
- Le risque de change n'est pas supprimé ; il est transféré sur le client, qui va devoir le gérer.
 - Vous ne savez pas quel cours de conversion le client va utiliser pour estimer votre offre, donc vous ne maîtrisez pas votre compétitivité-prix.
 - Cela complique le règlement, ce qui peut parfois entraîner des retards.

Conseil

Avoir à gérer le risque de change sur l'EUR risque d'être considéré par le prospect comme une contrainte trop lourde. C'est plutôt à vous, fournisseur, de rendre ce service, sauf cas particuliers (acheteur plus habitué que vous à gérer ce risque ; devise du client intransférable).

LA RÉDUCTION DU RISQUE DE CHANGE

L'intensité du risque de change lié à une opération dépend de trois éléments : la devise de facturation, le montant en jeu, le délai entre l'apparition et l'extinction du risque. Sans utiliser de techniques sophistiquées, vous pouvez jouer sur chacun de ces éléments pour réduire votre exposition.

LE CHOIX DE LA MONNAIE DE FACTURATION

Plus la devise est volatile (plus son cours est susceptible de varier rapidement), plus elle est dangereuse. L'USD par exemple, parce qu'il fait l'objet d'intenses spéculations, est très volatile contre l'EUR.

Certaines devises sont liées à l'EUR par des parités fixes (FCFA), ou par des accords monétaires (couronne danoise [DKK]) ; d'autres fluctuent librement (yen japonais [JPY], dollar américain [USD]) et sont donc plus dangereuses.

En revanche, l'idée que certaines monnaies mériteraient d'être choisies car elles seraient structurellement plus « fortes » que d'autres n'a pas grand sens économique, et il n'est pas sain de toute façon de faire des paris avec votre marge !

LA RÉDUCTION DU MONTANT EN RISQUE

Votre risque dépend de votre « position de change » dans la devise, qui est la somme algébrique des montants à recevoir et des montants à verser dans cette devise. Pour réduire cette « position », peut-être pouvez-vous compenser partiellement créances et dettes.

▲ Vous êtes obligé de vendre en USD... regardez si vous ne pouvez pas acheter en USD (en supposant que vous importiez aussi). Et inversement. ▲

LA RÉDUCTION DES DÉLAIS

Le risque de fluctuation augmente avec la durée. Si vous facturez en devises, soyez attentif aux durées de validité de l'offre puis du crédit commercial que vous proposez à vos clients. Un crédit excessif augmente à la fois les difficultés de trésorerie, le risque de non-paiement, et le risque de change.

Utilisez aussi les techniques de paiement permettant d'accélérer les rapatriements, et ne laissez pas « traîner » des sommes inutiles sur les comptes en devises.

Business France vous accompagne

Dans quelle devise facturer ?

- Le **guide des affaires** Business France vous apporte une première réponse par rapport aux moyens de paiement les plus usuels sur votre marché cible et aux recours disponibles en cas de non-paiement. Pour plus d'informations : www.businessfrance.fr
- Par ailleurs, **la Librairie du commerce international**, située dans les locaux de Business France ou accessible en ligne (www.businessfrance.fr) vous propose des ouvrages classés par pays ou par thème vous permettant de vous informer sur la réglementation, le droit, la fiscalité et les techniques de l'export.
- Label Bpifrance Export. Pour faciliter la démarche des entreprises, Bpifrance, Coface et Business France ont noué un partenariat et créent le label Bpifrance export. L'offre de produits et de services a été simplifiée et améliorée pour apporter un soutien plus efficace aux entreprises qui souhaitent se développer à l'international. Des chargés d'affaires internationaux Business France et des développeurs Coface ont été déployés dans les Directions régionales Bpifrance pour offrir aux entreprises, en un même lieu, un ensemble de conseils et services personnalisés et faire réussir leurs projets à l'international. Retrouvez les offres détaillées de Bpifrance et Coface sur coface.fr et bpifrance.fr.
- Enfin, **FORMATEX, partenaire de Business France**, conçoit et anime des actions de formation à objectifs clairement opérationnels dans le but de vous aider à maîtriser diverses techniques commerciales, juridiques, financières, logistiques, administratives, douanières et fiscales et plus largement dans vos projets à l'export. Pour plus d'informations : www.businessfrance.fr