

3 Questions à

Romain Chaufour directeur du Développement
chez **Fibus**

Dans un contexte économique plus incertain, quelles sont aujourd'hui les principales préoccupations des directions financières ?

Les DAF font face à une équation complexe : soutenir la croissance tout en protégeant leur trésorerie. Les retards de paiement restent élevés, les défaillances d'entreprises progressent dans de nombreux secteurs et les tensions géopolitiques rendent les prévisions plus difficiles. Dans ce contexte, le poste clients représente souvent un des premiers actifs de l'entreprise. Pourtant, il est encore trop souvent piloté de manière fragmentée. Notre conviction est simple : pour transformer cet actif en levier de croissance, il faut avant tout le financer et le sécuriser. C'est précisément l'intérêt de combiner affacturage et assurance-crédit au sein d'une même stratégie. Depuis plus de 20 ans, Fibus accompagne les directions financières dans la mise en place de ces deux leviers et les aide à en maximiser les bénéfices grâce à des outils digitaux dédiés, créés par nos équipes.

Pourquoi cette approche globale est-elle plus efficace que des solutions traitées séparément ?

Parce que ces trois outils sont directement liés. L'assurance-crédit protège les créances contre les impayés et contribue à sécuriser les financements. L'affacturage transforme ces créances en trésorerie immédiatement disponible. Les outils digitaux permettent quant à eux d'orchestrer l'ensemble et d'en optimiser les performances. Lorsque ces dispositifs sont gérés séparément, les entreprises passent souvent à côté d'opportunités de



financement ou découvrent trop tard certaines limites de couverture. À l'inverse, une approche intégrée permet d'améliorer la visibilité, d'anticiper les risques et de maximiser les financements disponibles. Le poste clients cesse alors d'être un simple sujet administratif pour devenir un véritable outil de pilotage financier.

Quel message souhaitez-vous adresser aux DAF qui n'ont pas encore adopté cette approche ?

Les entreprises ont beaucoup investi ces dernières années dans le pilotage de leur trésorerie, de leurs achats ou de leur production. Pourtant, le poste clients reste souvent sous-équipé alors qu'il concentre une part importante de leur cash.

Les directions financières les plus performantes ne se demandent plus seulement comment financer leur croissance. Elles cherchent aussi à sécuriser leurs créances et à disposer d'une vision consolidée de leurs financements et de leurs risques. C'est cette logique qui explique l'essor des approches combinant affacturage, assurance-crédit et digital. Dans un environnement où chaque point de trésorerie compte, mieux piloter son poste clients n'est plus un sujet d'optimisation : c'est devenu un enjeu stratégique.