

MARKETING

COMMUNICATION

Les experts-comptables apprennent à faire leur pub

Depuis 2007, les professionnels du chiffre sont autorisés à mener des actions publicitaires individuelles. Peu s'y sont essayés.

Il s'étaient venus nombreux fin décembre assister aux Rencontres marketing et communication organisés par l'Ifec, Institut français des experts-comptables et commissaires aux comptes. Au menu de cette journée de conférences, la relation client. « Au lieu de raisonner "produit", les cabinets d'experts-comptables doivent aujourd'hui comme toutes les entreprises, mettre le client au cœur de leur stratégie », lance Françoise Savés, la très dynamique présidente de l'Ifec. Stratégie, un mot, qui, il y a encore quelques années, n'avait pas sa place dans le vocabulaire d'une profession régie par un code très strict. « Les cabinets ont tous réussi leur révolution technologique, ils ont investi beaucoup d'argent dans l'outil de pro-

duction, il leur faut désormais passer à l'étape suivante : réussir leur révolution culturelle, c'est-à-dire s'ouvrir aux techniques du marketing et de la communication », poursuit la présidente de l'Ifec. Une ouverture rendue possible par la réforme du code de déontologie de la profession.

Depuis 2007, les experts-comptables ont en effet la possibilité d'engager des actions individuelles de communication et de publicité. « Grâce à cette réforme, nos clients, et notamment les dirigeants d'entreprise — nous en touchons au sein de l'Ifec un million et demi —, peuvent savoir de manière claire quels sont les avantages concurrentiels de tel ou tel cabinet », assure Françoise Savés, qui reconnaît cependant que certains des quelque 5.000 cabinets d'adhérents à l'association professionnelle n'ont pas vu cette libéralisation d'un bon œil.

« ÉVANGÉLISATION »

La communication incompatible avec le sérieux de la profession ? « Il existe une fracture générationnelle, mais celle-ci n'est pas propre à notre profession. Quoi qu'il en soit, nous poursuivons notre travail d'évangé-



Après avoir investi beaucoup dans l'outil de production, les cabinets doivent s'ouvrir aux techniques de marketing.

lisation et de pédagogie pour expliquer à nos confrères que le monde bouge autour d'eux et que rien n'est pire que l'immobilisme », commente Françoise Savés. D'autant que la concurrence, et notamment celles des banques, dispose d'un arsenal richement fourni pour démarcher les patrons de PME-PMI, premiers interlocuteurs des cabinets d'expertise-comptable. Pour autant, ces derniers savent qu'ils disposent d'un avantage certain face à la force de frappe de leurs concurrents : la proximité et les relations humaines. « Nous sommes le référent de proximité des patrons, c'est un acquis mais encore faut-il le faire savoir. Nous devons également regarder vers l'avenir pour déceler les marchés émergents, les poches de développement. Pour réussir,

il nous faut tout à la fois intégrer de nouveaux outils et travailler l'attractivité de notre profession auprès des jeunes », avance la présidente de l'Ifec.

Reste à savoir si cette révolution culturelle, et l'investissement nécessaire à sa réussite, ne risque pas de laisser certains cabinets au bord de la route. « Nous avons la chance de mener cette croisade à l'ère d'Internet, qui nous permet de mener des actions de communication avec des moyens très raisonnables au regard des résultats obtenus », observe Françoise Savés. Avant de rappeler que « pour être un dynamiseur de business, la communication se doit d'être vraie et sincère ». Une formule à méditer.

RITA MAZZOLI

CE QU'IL FAUT SAVOIR

LÉGISLATION

Attention publicité trompeuse. Mieux vaut prévenir que guérir. Partant de ce principe, l'AACCI, la délégation interactive de l'association des agences conseils en communication, rappelle aux blogueurs et aux annonceurs qu'un billet sponsorisé qui ne dit pas son nom est considéré, aux termes de la loi, comme une pratique commerciale trompeuse. En cas de condamnation, l'annonceur à titre principal et le blog peuvent être punis d'une amende de 37.500 euros au plus, et/ou d'un emprisonnement allant jusqu'à deux ans. Les membres du syndicat professionnel s'engagent à utiliser les services des blogueurs rémunérés que si ces derniers rendent clairement identifiable l'annonceur pour le compte duquel leur billet a été réalisé. De belles surprises en perspective ?

CULTURE PUB

Radioscopie d'une relation intime. L'INA (Institut national de l'audiovisuel) devient éditeur et publie son premier ouvrage sous le titre pour le moins évocateur de « Et maintenant, une page de pub ! Une histoire morale de la publicité à la télévision française ». Écrit par le sociologue Sylvain Parasie, l'ouvrage revient sur la relation intime qui s'est tissée durant quatre décennies entre les Français et les spots publicitaires. Il relate la manière dont les acteurs de la scène politique et législative ont imposé des contraintes aux spots publicitaires qui n'ont eu de cesse de jouer avec les normes d'une société en mutation. « Et maintenant, une page de pub ! ». Sylvain Parasie. INA Editions. 20 euros.

GESTION

COMPTABILITÉ

Des formalités simplifiées pour les petites entreprises

Ces sociétés peuvent être dispensées d'établir un rapport de gestion, à condition de ne pas dépasser certains seuils.

Les petites entreprises (EURL, SARL à associé unique, SASU) n'auront plus à établir de rapport de gestion. La loi du 19 octobre 2009 tendant à favoriser l'accès au crédit des PME et à améliorer le fonctionnement des marchés financiers dispense désormais les dirigeants de ces entreprises de l'obligation de rédiger le rapport annuel de gestion (nouvel article L. 232-1 du Code de commerce).

Dans un premier temps, la législation avait déjà dispensé les EURL et les SASU d'approuver formellement leurs comptes. Le simple dépôt des comptes annuels et de l'inventaire accompagné du rapport de gestion au greffe du tribunal de commerce valait approbation. Puis elle a supprimé l'obligation de dépôt du rapport de gestion au greffe

mais ce document devait être tenu à la disposition de toute personne qui en faisait la demande.

Dorénavant, le rapport de gestion — qui devait contenir l'exposé de la situation de la société durant l'exercice écoulé, son évolution prévisible, les événements importants survenus entre la date de la clôture de l'exercice et la date à laquelle il est établi, ses activités en matière de recherche et de développement — n'a plus à être établi. Pour autant, cela ne rend pas inaccessible toute information sur la société, car l'EURL ou la SASU devra être en mesure de présenter le bilan, le compte de résultat et l'annexe aux tiers qui en feraient la demande.

DÉBATS PARLEMENTAIRES

Mais attention, cette dispense de rapport de gestion ne s'applique que sous certaines conditions. Tout d'abord, seules les EURL et les SASU dont l'associé unique est une personne physique assumant la gérance ou la présidence de la société peuvent être déchargées de l'obligation d'établir un tel document. Ensuite, la société

ne peut échapper à l'obligation de rédiger un rapport de gestion que lorsqu'elle ne dépasse pas un certain seuil concernant le bilan, le chiffre d'affaires et le nombre de salariés à la clôture de l'exercice. La loi ne précise pas ces seuils, qui seront fixés ultérieurement par décret. Cependant, d'après les débats parlementaires, ces seuils devraient correspondre à ceux fixés pour la nomination obligatoire d'un commissaire aux comptes. Soit, pour le bilan, 1,5 million d'euros dans les EURL, et 1 million d'euros dans les SASU. Pour le chiffre d'affaires : 3,1 millions d'euros dans les EURL, et 2 millions d'euros dans les SASU. Et pour le nombre de salariés, l'EURL ne devra pas dépasser cinquante et la SASU, vingt.

Reste à savoir si en pratique la suppression du rapport de gestion dans les petites entreprises va réellement leur faciliter la tâche ou plus exactement celle de leurs experts-comptables, auxquels la grande majorité des petites sociétés confie la gestion des formalités juridiques et comptables de l'entreprise.

SAMORYA WILSON

INTERVIEW

L'analyse de Michel Bohdanowicz, expert-comptable et commissaire aux comptes à Paris.



« Une réforme qui va dans le bon sens »

L'EURL OU LA SASU DEVRA ÊTRE EN MESURE DE PRÉSENTER LE BILAN, LE COMPTE DE RÉSULTAT ET L'ANNEXE AUX TIERS QUI EN FERAIENT LA DEMANDE.

« La suppression de l'obligation d'établir un rapport de gestion dans les petites entreprises est plutôt une réforme qui va dans le bon sens. D'une part parce que ces petites sociétés étaient déjà dispensées de présenter le rapport au greffe du tribunal de commerce et d'autre part parce que le rapport de gestion est avant tout destiné à informer les associés. S'il y en a qu'un et qu'il est en même temps dirigeant, on comprend que la rédaction d'un rapport de gestion a beaucoup moins d'importance. En pratique, le fait de ne plus avoir à rédiger un rapport de gestion ne change pas grand-chose pour la petite PME qui a pour habitude de confier la comptabilité de son entreprise à un professionnel du chiffre. C'est donc la mission de l'expert-comptable qui se trouve en quelque sorte facilitée par cette réforme. Mais la réforme aura peu d'impact sur notre mission car le rapport de gestion n'en représente qu'une infime partie comparativement à tout le formalisme que nous devons assurer par ailleurs, par exemple les documents relatifs à l'approbation des comptes annuels ou encore l'inventaire des comptes, c'est-à-dire l'état de tous les éléments actifs et passifs de la société. »

PROPOS RECUEILLIS PAR S. W.