

BEGUIN Elodie

COIGNET Maxime

LEFEBVRE François

LEMAIRE Bruno

Trophée MARCOM Junior 2010



Thème : « *L'ouverture à l'international de la profession comptable : nouveaux clients, nouvelles pratiques, nouveaux métiers* »

SOMMAIRE

| | |
|---|-----------|
| I- Définir l'ouverture à l'international de la profession comptable..... | 2 |
| 1- Pourquoi s'ouvrir à l'international ? | 2 |
| 2- Dans quels buts ? | 2 |
| 3- Avec quelles personnes ? | 2 |
| 4- Les différentes formes possibles | 3 |
| II- Les modalités à respecter | 3 |
| III- Des limites qui peuvent devenir des éléments positifs | 4 |
| IV- Nos préconisations pour s'ouvrir à l'internationale | 6 |
| 1- Bien prendre connaissance des normes internationales différentes de la nationale | 6 |
| 2- Une main d'œuvre locale qualifiée | 7 |
| 3- Adopter un bon outil informatique | 8 |
| 4- Etablir un plan de développement | 8 |
| CONCLUSION..... | 10 |

INTRODUCTION

Face aux échanges avec les pays membres de l'Union Européenne, mais aussi avec le reste du monde, nous pouvons nous interroger sur l'offre d'une prestation comptable à l'étranger.

Dans ce dossier, nous allons nous intéresser à l'internationalisation de la profession comptable ainsi que les avantages et les inconvénients que l'on pourrait rencontrer. Un projet ambitieux qui nécessite quelques modalités présentant des limites mais qui peut procurer un avantage certain sur un marché potentiel

I – Définir l'ouverture à l'international de la profession comptable :

Pour traiter cette partie, nous avons décidé de se poser certaines questions :

- *Pourquoi s'ouvrir à l'international ?*
- *Dans quels buts ?*
- *Comment réussir à s'ouvrir, et ce, avec quelles personnes ?*
- *Quelle forme peut prendre cette ouverture ?*

1 - Pourquoi s'ouvrir à l'international ?

→ Dans le cas de suivi de clients (importants) dont l'évolution de ces derniers les mène à créer des filiales à l'internationale. Par conséquent, si nous voulons conserver le marché, nous avons l'obligation de nous implanter à l'étranger à proximité de leur filiale et proposer un produit adapté aux normes locales.

2- Dans quels buts ?

→ Lorsque le marché de la comptabilité en France n'est pas aussi porteur que dans un pays en émergence, il est judicieux d'utiliser l'évolution des marchés extérieurs pour évoluer. De plus cela permet d'augmenter notre résultat et diminuer les risques encourus dans le cas d'investissements dans un pays unique (notamment lorsque ce dernier traverse une crise).

3- Avec quelles personnes ?

→ Dans le cadre d'un partenariat avec un cabinet comptable étranger, pour améliorer les relations internes, nous nous associons avec eux dans leur pays d'implantation. (Connaissance des pratiques étrangères : classification et différences, pratiques comptables comparées par pays et par thèmes, Harmonisation/Régulation/Normalisation internationale)

4- Les différentes formes possibles :

→ Réaliser une comptabilité de base pour de nouveaux clients (saisie de pièces comptable, réalisation de document de synthèse type bilan et compte de résultat, états financiers et annexes, réalisation des déclarations obligatoires type TVA, revenus, DADS).

→ Réaliser une comptabilité approfondie (consolidation de comptes, études prévisionnelles, études sur opérations d'investissements, analyse financière internationale, systèmes d'information des sociétés multinationales, gestion des devises : taux de change, opérations en monnaies étrangères, exposition au risque de change, comptabilité de l'inflation ; choix d'investissement pour multinationales, comptabilité de gestion : contrôle de gestion, planification stratégique, évaluation des performances, prix de cession interne ; fiscalité internationale, audit).

II- Les modalités à respecter :

L'internationalisation doit être une vue stratégique d'ensemble.

Pour favoriser la prise de marché à l'étranger on peut envisager plusieurs modalités à respecter et à maîtriser.

- La réalisation d'un **diagnostic** concret tel qu'un plan d'action sur une période donnée. L'ouverture à l'étranger implique un engagement contractuel clair et équilibré défini à l'avance (partage des rôles et des responsabilités). On peut noter quelques points incontournables pour faciliter les relations :
 - Fixation des prix
 - Appréciation des résultats, méthodes et outils d'évaluation
 - Confidentialité, partage et tri de l'information
 - Partage des gains

- L'**orientation géographique** : en fonction de la législation en vigueur, la maîtrise de la langue et du droit international. Mais aussi et surtout en fonction de l'étude de marché : s'orienter vers des lieux en pleine mutation ou en plein développement économique.
- L'**organisation commerciale** : le mode de management doit s'appuyer sur la communication, l'échange, la formation, pour en faire un développement continu des compétences. La publicité trouve sa place dans cette organisation. Des projets communs peuvent être valorisés.
- Le **projet préalable** nécessaire au financement du projet
- La recherche de **financements et aides publiques**
- Le mode de **paiement** à l'international
- Clauses et contrats de vente à l'international :
 - **Incoterms**, dont la réglementation est éditée et publiée par la Chambre de commerce internationale à Paris.
 - **Lettres de missions** claires et complètes
- **Documents douaniers** : mise à disposition et visas des documents exigés dans les échanges avec les pays tiers.

III- Des limites qui peuvent devenir des éléments positifs

Si l'entreprise est intéressée pour l'ouverture à l'international, il est important d'être conscient de quelques limites. Certaines limites ne sont pas des obstacles définitifs à l'ouverture à l'international, on peut passer outre, d'autres non.

Pour identifier certaines limites nous allons nous appuyer sur un questionnaire que nous avons réalisé. Avec les résultats, on a pu constater que la taille du cabinet ou de l'AGC (association comptabilité et gestion) peut freiner l'ouverture à l'international. En effet, les cabinets ayant un nombre de clients inférieur à 800 dossiers n'envisageraient pas de s'ouvrir à l'international ne trouvant pas d'intérêts. Mais pour la personne souhaitant s'ouvrir il ne faut

pas que le nombre de dossiers soit un frein. En effet, un jeune diplômé qui souhaite s'installer ne disposera pas de beaucoup de dossiers à son arrivée mais il est intéressant pour lui de s'ouvrir à l'international sans tenir compte du nombre de dossiers pour éviter la concurrence.

La spécialité ou le domaine de travail du cabinet peut lui aussi compromettre l'ouverture à l'international. Exemple de cabinets, dans le domaine agricole, qui ne trouvent pas l'utilité par rapport à leur activité du fait des mentalités du monde rural. Notamment celle qui repose sur l'attachement des relations proches s'exprimant par un attachement à la terre. Cette citation l'illustre bien « On n'emmène pas la terre à la semelle de ses souliers » (Danton, 1792). Avec le contexte actuel et l'ouverture sur l'Europe, un marché à la comptabilité pourrait s'ouvrir. En effet, des pays en émergence agricole tel que la Pologne pourrait avoir des obligations légales de tenir une comptabilité suite à la l'attribution d'aides ou subventions européennes. Il pourrait être intéressant que des cabinets français soient présents pour la création de futurs cabinets.

Nos interlocuteurs ont aussi mis en évidence, la difficulté de la langue. En effet, il est important de maîtriser une langue universelle telle que l'anglais (appliqué aux affaires) afin de se faire comprendre sur un marché différent. Cet obstacle peut être surmonté en offrant des formations ou des interprètes.

Pour s'ouvrir à l'international, il est indispensable de connaître certaines normes comptables internationales. En effet, ces dernières peuvent être un obstacle car ces normes varient selon les pays et peuvent être parfois très différentes. De plus, les règles de supervision financières sont insuffisantes. Il est parfois difficile de trouver une réponse commune à des questions identiques.

Pour développer un marché lointain, il est important de trouver des partenaires compétents sur place ce qui n'est pas toujours évident car il n'y aura pas un contrôle constant ou régulier sur place.

En connaissance de tous ces éléments, chaque entreprise peut analyser sa propre situation et envisager l'ouverture ou non.

IV- Nos préconisations pour s'ouvrir à l'internationale

Nous avons décidé de retenir 4 préconisations qui nous semblent essentielles pour s'ouvrir à l'international.

1- Bien prendre connaissance des normes internationales différentes de la nationale

Les normes internationales se mettent progressivement en place. Depuis 2005, l'ensemble des sociétés faisant appel public à l'épargne de l'U.E. doivent appliquer les normes IFRS, l'objectif étant d'harmoniser les outils comptables et l'information financière auprès des investisseurs.

Auparavant les sociétés appliquaient trois types de normes :

- normes nationales fondées sur les directives comptables européennes
- normes américaines
- normes internationales IAS/IFRS

D'où la nécessité de la mise en place d'un langage comptable commun, cohérent et unique. Si ces normes sont déjà appliquées par les grandes entreprises, elles doivent également l'être par les PME/TPE pour que le système soit pleinement efficace.

Ainsi même si quelques principes comptables fondamentaux sont déjà appliqués, des différences subsistent.

La Commission Européenne s'étant clairement prononcée pour les normes internationales, les normes françaises devront évoluer vers les normes mondiales. Or, les normes internationales sont équivalentes aux normes américaines sans aucun apport extérieur. L'application des normes internationales repose donc sur la convergence avec les Etats-Unis mais également sur la mise en place d'un mécanisme d'approbation et de contrôle de ces normes afin de garantir la sécurité juridique et l'intérêt général.

L'application des normes internationales va également nécessiter l'adaptation aux changements comptables liés aux normes françaises qui comporte les 4 grandes différences suivantes :

- primauté du bilan

- notion de juste valeur
- mesure de perte de valeur et dépréciation des actifs
- introduction d'un état des performances à la place du compte de résultat

Primauté du bilan : Jusqu'alors le compte de résultat était la référence pour observer l'efficacité de l'entreprise. A présent, le bilan devient un outil essentiel dans l'optique « investisseur » afin d'évaluer le potentiel de l'entreprise.

Notion de juste valeur : Cette notion concerne l'appréciation de la valeur de certains actifs et passifs financiers à la valeur de marché. Ce concept d'origine anglo-saxonne s'opposait aux principes fondamentaux de la comptabilité française des coûts historiques et de prudence.

Mesure de la dépréciation des actifs : Cette disposition prévoit des tests de dépréciation afin de ré-estimer la valeur d'un bien qui modifie sa base amortissable.

Etat de performance : L'objectif est de mesurer la performance en tant que variation entre deux bilans avec d'une part le résultat opérationnel et le résultat financier et d'autre part les variations de valeur des actifs du bilan.

2- Une main d'œuvre locale qualifiée

Pour s'ouvrir à l'internationale nous trouvons essentiel de travailler en partenariat avec une main œuvre locale qualifiée.

Il est vrai que pour le cabinet français ou d'autres nationalités souhaitant s'ouvrir à une clientèle étrangère, il est préférable pour eux de disposer de partenaires à l'étranger pour faciliter ainsi les échanges. Pour que leurs échanges soient optimum, les cabinets devront embaucher une main œuvre locale qualifiée afin de répondre à leurs attentes.

Si la main œuvre locale est peu qualifiée, le cabinet cherchant à s'implanter pourrait rencontrer de nombreuses difficultés alors que si cette dernière était plus opérationnelle celle-ci en serait d'autant plus performante. D'où l'intérêt d'un cabinet qui veut s'ouvrir à l'internationale, de trouver une main œuvre locale qualifiée, quitte à elle de la former.

L'avantage d'une main œuvre qualifiée sur place permet aux cabinets français de connaître les règles et coutumes locales, des procédés locaux permettant ainsi de ne pas frustrer la clientèle.

De plus ils s'intégreraient plus facilement dans le pays donnant une bonne image grâce à la création d'emplois. La main œuvre locale permettra aussi de surmonter en partie la barrière de la langue sur des mots très techniques. De surcroît, les clients étrangers auront la sensation de travailler avec des personnes présentes et non par ordinateur avec des personnes « fictives » à plus de 100 000 km, cela pourrait les rassurer et les mettre en confiance pour réaliser et pérenniser une réussite et un partenariat professionnel.

3- Adopter un bon outil informatique

Il paraît important pour une entreprise de s'équiper d'outils informatiques performants pour faciliter l'exécution travail, et en concevoir en interne en fonction de leurs besoins serait l'idéal. Il existe différents types de logiciels informatiques parmi les suivants présentés ci-dessous :

-Logiciel commercial de comptabilité, solution toute prête, mais dont on attend que 80-90% de satisfaction.

-Logiciel de conception en interne, solution à concevoir avec les moyens de l'entreprise (informaticiens, logiciel de conception, matériel de conception, connaissances associés), la meilleure solution qui permet un taux de satisfaction de 100%.

-Logiciel réseau commercial, un logiciel créé par un partenaire spécialisé dans la conception de produits informatiques, dont on commande le produit qu'il a créé, dont on peut demander des évolutions que l'on obtient grâce à son réseau (via internet).

-Logiciel créé par une SSII, logiciel que l'on commande à une entreprise spécialisé en ingénierie informatique, le logiciel est totalement adapté aux besoins de l'entreprise, le principal point faible est le coût supérieur au logiciel de conception en interne.

4- Etablir un plan de développement :

Pour arriver à s'implanter à l'international il faut absolument suivre un plan segmenté en différentes étapes ; en effet, il est impératif de se fixer des objectifs en les modélisant par des étapes chronologiques. Pour s'implanter à l'international, le plan se compose de sept étapes :

- La prise de contact dans le pays concerné par l'externalisation
- La réalisation de partenariats, de contrats et/ou même d'associations
- La prospection de clientèle grâce à une implantation locale ou alors un rachat de clientèle
- La mise en place d'un centre de coordination avec les outils qui en découlent (informatique, bureautique, communication/télétransmission, etc.)
- Sélection d'emplois, réalisation des embauche et des formations si besoins
- Mise en place de la stratégie de croissance avec les nouveaux collaborateurs et les salariés de l'entreprise naissante
- Réalisation des objectifs.

CONCLUSION

Cette étude nous a montré comment réaliser une internationalisation d'un cabinet comptable ainsi que les avantages qu'il pourrait en tirer. L'embauche d'une personne spécialisée (maîtrisant la langue et la comptabilité du pays concerné) peut être nécessaire pour mettre en place toutes les préconisations dues à l'internationalisation. Se lancer seul dans le pari de l'internationalisation est risqué, il convient de se créer un réseau de contacts important afin d'acquérir le maximum de connaissances et de conseil dans le domaine. Ainsi on limite les risques et on augmente considérablement la croissance de l'entreprise tout en commençant sur des bases solides. Enfin l'internationalisation peut être reconnue comme une opportunité de marché pour ceux qui souhaiteraient se diversifier.