

Portrait de cabinets

Patrick Maupard :

« Un cabinet résolument spécialisé dans l'international »

Dans ce numéro dont nous consacrons un dossier au thème de la spécialisation, l'expérience du cabinet de Patrick Maupard nous semble particulièrement éclairant sur un type de spécialisation, son origine, ses modalités, ses réussites.

La Profession Comptable : Monsieur Maupard, votre cabinet est réputé pour être spécialisé dans l'accompagnement des filiales étrangères en France. Avant d'en préciser les contours, pouvez-vous nous donner l'origine de cette orientation stratégique de votre cabinet ?

Patrick Maupard : C'est effectivement plus historique et pragmatique que véritablement stratégique et cette orientation est liée à mon propre parcours. Avant de créer ce cabinet, j'ai travaillé dans une société internationale ; j'y ai donc acquis la pratique courante de l'anglais mais également la connaissance de la culture anglo-saxonne. Les premiers clients, il y a 15 ans, sont venus un peu par hasard et ensuite le « bouche à oreille » a fonctionné. La maîtrise de l'anglais a donc été décisive au démarrage.

LPC : Vos collaborateurs sont donc également bilingues ?

P. Maupard : Au niveau du recrutement, la maîtrise de l'anglais écrit est un élément clé, car nous correspondons beaucoup par écrit avec nos clients, nous évitons l'oral et lorsqu'une conversation s'avère nécessaire, c'est moi qui la prends en charge. Et nous complétons par de la formation notamment pour la maîtrise de l'anglais des affaires.

LPC : Vous avez également évoqué la question de la culture anglo-saxonne ?

P. Maupard : Oui, il est fondamental de bien connaître le fonctionnement et les habitudes de travail de nos clients étrangers. Par exemple, les anglo-saxons ont la culture de l'exactitude ; ils sont toujours à l'heure ; c'est donc préférable d'être présent aux réunions téléphoniques 5 minutes à l'avance. Une deuxième exigence est celle de la qualité du travail qui doit être irréprochable.

LPC : C'est également vrai en France ?

P. Maupard : Oui mais la distance exacerbe cette exigence. Par nature, un client étranger est inquiet parce qu'il est loin ; il est inquiet de n'importe quel détail pour lequel la distance fait prendre une importance considérable. Cela implique également une très grande rapidité. Paradoxalement, la distance, avec notamment le décalage horaire, nécessite une réponse quasi immédiate. Les travaux doivent tous être anticipés ; les délais fiscaux doivent être respectés avec 10 jours d'avance ; si la TVA est pour le 25, il faut qu'elle soit faite pour le 10 ; pas question de dire : « on a jusqu'au 24 » ; les paies de fin du mois sont préparées pour le 20, etc.



Enfin, dans la relation de travail, chaque minute compte ; lorsqu'un client étranger vient en France, il n'a pas de temps à perdre ; les réunions doivent être soigneusement préparées, les ordres du jour minutieusement respectés, les réponses préparées et documentées.

LPC : Dans ce contexte, quelles sont les missions que vous assurez pour ces clients ?

P. Maupard : Nos missions sont très classiques : comptables, fiscales, sociales. Mais avec une spécificité, c'est qu'elles doivent être traduites dans un anglais irréprochable et expliquées. Nous rédigeons des annexes plus complètes que pour des entreprises françaises car il faut expliquer les comptes.

Outre ces prestations classiques, nous assurons toute la logistique pour faciliter la vie de nos clients en France ; nous assurons l'accueil, les visas, les réservations d'hôtel, les transports ...

Portrait de cabinets

LPC : Quelles sont les entreprises étrangères qui viennent investir en France ?

P. Maupard : Les investisseurs étrangers viennent en France pour deux raisons essentielles : pour le bassin de consommation que représente la France (le 2^{ème} en Europe, 65 Millions de consommateurs) et pour ses talents.

Les étrangers connaissent bien les difficultés et les faiblesses de la France : le manque de flexibilité des contrats de travail, la lourdeur administrative, la bureaucratie, la culture des « ponts et des jours fériés » ... et il n'y a pas de jugement de valeur ; les étrangers nous acceptent ainsi car ils reconnaissent également nos atouts parmi lesquels notamment la qualité des ressources humaines, les talents, les infrastructures ...

Pour pallier les difficultés notamment administratives, ils attendent précisément de nous que nous soyons des facilitateurs, que nous les aidions à fluidifier le contexte français.

LPC : Quelles sont les activités de ces entreprises ?

P. Maupard : Beaucoup de services, de e-commerce, de start-up. Il s'agit souvent de PME : de moins de 50 salariés et de 15 à 30 M€ de chiffre d'affaires ; au-delà elles se tournent vers de plus gros cabinets. Elles sont implantées dans les grandes métropoles : Paris, Lyon, Montpellier mais l'aspect administratif est traité à Paris.

Nos prestations sont de toute manière entièrement dématérialisées : pas de papier, tout est digitalisé et optimisé au niveau du traitement comptable.

LPC : Quel est votre sentiment concernant les nouvelles technologies ?

P. Maupard : Nous allons certainement vers une robotisation du traitement comptable ; tous les documents seront prochainement dématérialisés ; la partie tenue des missions comptables devrait disparaître dans un horizon de 10 ans.

Mais il restera toujours le jugement et la clairvoyance du professionnel pour valider les chiffres, avoir un œil extérieur et pour apporter le conseil. On voit à ce niveau que les clients étrangers sont beaucoup plus demandeurs de conseil ; ils posent des questions sur leur stratégie, leurs débouchés, leur financement, leurs effectifs ... ; nos réunions clients sont en général un « deux heures de questions/réponses ».

LPC : Pourquoi les confrères ne semblent pas ressentir les mêmes attentes de la part de leurs clients ?

P. Maupard : Les clients français ont les mêmes questions, les mêmes besoins mais nous ne semblons pas les voir car nous sommes focalisés sur les comptes annuels. Parfois nous nous autolimitons à cette fonction.

LPC : Comment expliquez-vous ce phénomène ?

P. Maupard : Nous les professionnels, avons été conditionnés notamment par la formation à ne voir dans le métier que la comptabilité et la fiscalité.

Il est frappant de voir que dans notre cursus nous n'avons pas de formation au management, à la gestion des ressources humaines, au recrutement : or rien n'est plus difficile que de conduire un bon recrutement.

LPC : Vous travaillez essentiellement pour des sociétés étrangères qui viennent s'installer en France. Je voudrais vous interroger sur les entreprises françaises qui pourraient initier une démarche d'exportation et au rôle que les experts-comptables pourraient jouer à ce titre ?

P. Maupard : Je constate que les jeunes PME françaises ont assez spontanément le réflexe de l'internationalisation de leur activité. Les jeunes créateurs pensent très rapidement à commercialiser leur produit ou leur service à l'étranger dès lors qu'il a du succès en France.

L'expert-comptable peut alors les aider, notamment dans le cadre de réseaux internationaux, à s'implanter à l'étranger : trouver la forme juridique, les bons statuts, l'installation, le nom ...

Cela est vrai pour les jeunes entreprises ; pour les plus anciennes, c'est difficile car les chefs d'entreprise français, à la différence des allemands, n'ont pas la culture de l'export, sauf si la crise devait réveiller des vocations. C'est un problème de générations ; il faudra attendre la nouvelle génération d'entrepreneurs.

LPC : En conclusion, quel est votre sentiment sur le devenir de la profession comptable ?

P. Maupard : Il est impératif que la gamme de services de l'expert-comptable s'élargisse avec une obsession : la qualité à savoir la ponctualité, la rapidité, le conseil en termes d'optimisation pour le chef d'entreprise. Mais je suis très optimiste car je sens un potentiel énorme dans la génération montante : les jeunes sont très bons. Il n'est pas certain qu'ils acceptent de reprendre des cabinets anciens. Ils préféreront « repartir de zéro », créer leur propre clientèle et la servir avec leurs propres process en s'appuyant notamment sur l'internet, les nouvelles technologies, la robotisation ...

