

L'expert-comptable et le conseil fiscal demain

Séance académique du 17 avril 2004
Présentation des résultats de l'enquête
par M. Johan DE LEENHEER, président de l'IEC sortant

Le but de cette mission était d'effectuer une enquête auprès des entrepreneurs indépendants et des PME, afin de trouver une réponse aux questions suivantes :

Le président sortant, Johan DE LEENHEER, donne une explication à l'enquête qui a été effectuée à la demande de l'Institut auprès des entrepreneurs concernant le rôle de l'expert-comptable et du conseil fiscal. Les participants ont reçu un exemplaire des résultats de l'enquête.

- ➔ Relativement aux services offerts :
 - Dans quelle mesure est-il fait appel à une aide externe en matière de comptabilité et de conseil fiscal ?
 - Pour quels services spécifiques les clients font-ils appel à une aide externe ?
- ➔ Relativement à la satisfaction :
 - Les clients sont-ils satisfaits des services fournis ?
 - Les attentes sont-elles satisfaites ?
 - Les attentes correspondent-elles aux idées de l'institut ?
- ➔ Relativement à la perception / image :
 - Quelle perception les PME ont-elles des experts-comptables et des conseils fiscaux ?
 - Quelle est l'image de ces professions ?
 - Cela correspond-il à l'image souhaitée ?

- ➔ Relativement aux besoins :
 - Quels sont les besoins des PME en matière comptable et en matière fiscale ?
 - Les services offerts répondent-ils à ces besoins ?
 - Quelles conditions doivent être remplies pour que les entreprises utilisent ces services ?

L'objectif sous-jacent à la démarche de l'IEC consiste à élaborer, à l'intention des membres de l'IEC, un meilleur positionnement et une stratégie de marché claire pour le futur. L'enquête doit également contribuer à une bonne politique de communication et à une campagne d'image de marque ciblée pour les membres de l'IEC.

Cette enquête a été effectuée par IBM, en partenariat avec la FVIB (Federatie voor Vrije en Intellectuele Beroepen), et l'Unizo (Unie voor Zelfstandige Ondernemers).

Pour l'étude de marché, on a fait appel au bureau d'étude de marché INRA. Une commission d'experts composée de représentants de tous les partenaires a été créée. Dans ce cadre, un certain nombre d'entrepreneurs a été invité, faisant office de groupe de résonance pour donner un *feedback* sur l'objet de l'enquête et le questionnaire.

Pour le développement de l'objet de l'enquête et du questionnaire, il a été fait appel à des experts et (comme cela a déjà été mentionné) à l'apport des entrepreneurs. Le questionnaire a été testé lors d'une enquête expérimentale et adapté par la suite sur la base des premiers résultats.

Le bureau d'étude de marché a été choisi après un examen approfondi des offres de trois bureaux d'étude. La préparation de l'étude de marché a eu lieu en étroite collaboration avec tous les partenaires impliqués. Des représentants, tant de l'IEC, de l'Unizo que d'IBM étaient présents lors du *briefing* des enquêteurs; ils ont aussi assisté à l'étude expérimentale et au contrôle intermédiaire des enquêteurs pendant

l'enquête à grande échelle. Les groupes cibles qui ont été interrogés sont des entrepreneurs indépendants et des PME. Au total, 500 entrepreneurs ont été interrogés, 250 néerlandophones et 250 francophones. Ceux-ci ont été répartis selon le nombre d'employés.

Chaque groupe comprenait un nombre suffisant (62 à 63) de personnes pour formuler ensuite des conclusions pour chacun des groupes. Cela donne bien sûr une image faussée, car il y a, par exemple, plus d'entreprises néerlandophones que d'entreprises francophones et également beaucoup plus de petites que de grandes entreprises. C'est pourquoi les résultats ont ensuite été pondérés pour être représentatifs de la totalité de la population des entreprises.

L'enquête a été effectuée au cours de la période du 7 janvier 2004 au 21 janvier 2004. Le degré de réponse était élevé (53 %), plus élevé que ce à quoi nous nous attendions, étant donné qu'il s'agissait d'une enquête très spécialisée avec de nombreuses questions. Sur un total de 940 contacts, 500 formulaires d'enquête ont été remplis. Nous recherchions plus particulièrement le gérant ou (en second lieu) le directeur financier. Le résultat était positif : dans 97,5 % des cas, la bonne personne était atteinte.

Les résultats ont été analysés et interprétés, en premier lieu dans plusieurs workshops avec le groupe de travail et ensuite dans la commission d'experts, dans laquelle un certain nombre d'entrepreneurs ont regardé les résultats de manière critique et ont donné un feedback en ce qui concerne la bonne interprétation des résultats.

Les résultats de cette enquête ont été répartis en fonction d'un certain nombre de dimensions :

- Aspects prestation de services
- Détermination du profil
- Besoins
- Satisfaction
- Perception / image.

ASPECTS PRESTATION DE SERVICES

A la question «Faites-vous appel à une aide externe pour la comptabilité et/ou le conseil fiscal ?», 83 % des personnes interrogées ont répondu affirmativement. La majorité fait appel à une aide externe en matière comptable et fiscale, une petite minorité uniquement en matière fiscale et un groupe négligeable uniquement pour la comptabilité.

Les entreprises néerlandophones font appel dans une plus grande mesure à une aide externe que les francophones, et les jeunes entreprises plus que les anciennes. Si nous regardons les aspects spécifiques de la prestation de services, nous remarquons qu'il est surtout fait appel à une aide externe en matière fiscale (88 %), ensuite pour la médiation judiciaire (62 %), les analyses financières (59 %) et l'accompagnement pour le financement (également 59 %). Il faut remarquer que le terme «médiation judiciaire» a vraisemblablement été interprété de manière très large par les répondants.

Les résultats montrent que 45 % des entrepreneurs font appel à un «full-service» (donc tant aux services de routine qu'aux services spécialisés), 41 % uniquement aux services spécialisés et 14 % uniquement aux services de routine. Dans cette

analyse, les services routiniers ont uniquement trait à la comptabilité (une analyse des activités fiscales de routine donne peu de résultat, vu que celles-ci sont reprises par la majeure partie des entreprises). Nous voyons qu'il existe un lien entre les services offerts et la taille de l'entreprise (dans le cas présent, le nombre d'employés): plus le nombre d'employés est élevé, plus de services spécialisés sont repris et moins les services sont routiniers.

ANALYSE DE LA DÉTERMINATION DU PROFIL

Les raisons les plus citées pour faire appel à un expert-comptable et/ou à un conseil fiscal sont les connaissances professionnelles et la spécialisation, le manque de temps pour le faire soi-même ainsi que le fait que les entreprises ne disposent pas des connaissances requises pour s'en occuper elles-mêmes.

ANALYSE DES BESOINS

Une information essentielle qui ressort de l'enquête, est le fait que les entrepreneurs font appel à des experts-comptables et/ou à des conseils fiscaux pour des services spécialisés, comme l'accompagnement pour le financement, mais également que les activités de routine constituent une part importante des services.

85 % des clients des experts-comptables et/ou des conseils fiscaux font appel à une aide externe dans le cadre de services de routine en fiscalité, 48 % des clients font appel à une aide externe pour des services de routine en matière comptable.

ANALYSE DE LA SATISFACTION

Un autre élément remarquable est le degré élevé de satisfaction des clients d'experts-comptables et/ou de conseils fiscaux, avec un score de 8.6 sur 10 en ce qui concerne la satisfaction générale. Le degré de satisfaction est même encore plus élevé pour l'aide en matière fiscale, avec un score de 9.2 sur 10.

Cette satisfaction élevée se reflète dans une grande loyauté avec, en moyenne, une ancienneté de 14 ans chez le même expert-comptable et/ou conseil fiscal.

Sont citées comme les raisons les plus importantes de la satisfaction: la discrétion et la fiabilité, la connaissance professionnelle et l'expérience ainsi que la réputation solide des professionnels.

Il a également été effectuée une analyse SWOT, dont le but était de rechercher quels aspects partiels de la satisfaction sont à la base de la satisfaction globale. SWOT signifie «Strengths, Weaknesses, Opportunities et Threats», donc forces, faiblesses, opportunités et menaces.

Le potentiel d'amélioration réside surtout dans l'aspect «value for money» et dans la disponibilité des experts-comptables.

ANALYSE DE LA PERCEPTION/IMAGE

L'analyse de la perception et de l'image nous apprend que l'entrepreneur perçoit une différence au niveau des connaissances et de l'image par rapport aux comptables, sans qu'il sache exactement quelles sont les connaissances et la compétence spécifiques de l'expert-comptable et/ou du conseil fiscal. Sur 10 clients, 2 croient savoir quelle est la différence avec un comptable; pour le reste, 61 % déclarent qu'il y a une différence, sans pour autant savoir où elle réside et 7 % estiment qu'il n'y a pas de différence du tout. En résumé, les conclusions de l'enquête sont les suivantes :

1. Services offerts: L'entrepreneur fait appel aux experts-comptables et/ou aux conseils fiscaux pour des services spécialisés, mais les activités routinières restent une part importante des services offerts par les experts-comptables et/ou conseils fiscaux.

2. Satisfaction: L'entrepreneur est un client satisfait de l'expert-comptable et/ou du conseil fiscal. La satisfaction se reflète dans une grande loyauté.

3. Perception/image: L'entrepreneur voit dans l'expert-comptable et/ou le conseil fiscal une personne de confiance avec une connaissance spécialisée. L'entrepreneur perçoit clairement une différence de connaissance et de compétence (en comparaison avec les comptables), sans pour autant savoir quelle est exactement la différence. L'entrepreneur a une grande confiance en l'expert-comptable et/ou conseil fiscal, tant dans la personne que dans la profession.

4. Opportunités: Ce n'est pas l'extension de son marché mais l'approfondissement/ élargissement des services offerts qui fixera le profil de l'expert-comptable et/ou conseil fiscal dans le futur. L'entrepreneur attend plus de l'expert-comptable et/ou du conseil fiscal que de simples activités comptables ou fiscales. C'est là vraisemblablement le futur défi à relever par l'expert-comptable et/ou le conseil fiscal actif.¶