

Allô Impôt : quand l'expert-comptable s'implique

19/05/2016



Alors que la traditionnelle opération Allô Impôt de conseil gratuit aux particuliers, initiée par l'Ordre des experts-comptables, touche à sa fin, nous avons interrogé quelques professionnels participant bénévolement à l'initiative.

"Mon fils aîné a travaillé trois mois dans l'année, dois-je déclarer ses revenus ou faut-il qu'il le fasse lui-même ?", "Je me suis séparée de mon conjoint il y a six mois, doit-on remplir chacun une déclaration distincte ?". Ce sont quelques-unes des questions qui reviennent fréquemment dans la bouche des particuliers ayant recours à Allô Impôt, l'opération menée par l'Ordre des experts-comptables qui a lieu cette année entre le 11 et le 20 mai. Dix jours au cours desquels les contribuables peuvent appeler un numéro dédié, voire se déplacer vers certains sites et avoir un entretien de visu, comme par exemple à Paris au conseil régional de l'Ordre ou à Niort. Les experts-comptables qui répondent présents et donnent de leur temps pour cette initiative le font d'abord dans un esprit de partage. "Je suis impliqué dans différentes associations et j'ai l'habitude de donner de mon temps. Je me suis donc tout naturellement inscrit dans ce dispositif", témoigne Hervé Beloeuvre, président de la Fiduciaire Beloeuvre et Associés à Bourg-la-Reine, dans les Hauts-de-Seine. Participer à une action collective de la profession, donc, qui contribue à l'image des experts-comptables, d'accord. Mais de façon pratique, l'opération ne manque pas d'intérêts. "Nous bénéficions d'une demi-journée de formation avant le début de l'opération, afin de nous remettre à niveau sur la fiscalité des particuliers, ce qui s'avère très intéressant", reconnaît Hervé Beloeuvre.

Une mission d'intérêt général

Vital Saint-Marc, associé du cabinet parisien RSM, a lui aussi participé à l'opération : "Je m'occupe des questions de fiscalité dans le cabinet, il est donc normal que je m'implique dans ce sujet". Pour M.Saint-Marc, une saine émulation naît des contacts avec les confrères, mais également avec le support technique mis en place pour voler au secours des hommes du chiffre, lorsque les questions se font trop pointues. "Il m'est arrivé de faire venir un collègue associé, en 2012, pour le côté enrichissant de l'expérience justement grâce à certains cas très spécifiques", témoigne Vital Saint-Marc. Même constat pour Carine Saint-Léger, fondatrice du cabinet CSL Expertise, aujourd'hui basé près de Toulouse : "J'ai participé à plusieurs reprises à l'opération lorsque je travaillais à Paris, commente cette experte-comptable. L'information recueillie et l'expérience sont enrichissantes, car dans ce domaine, il y a régulièrement des changements et les connaissances deviennent vite obsolètes". Sur leur propre notoriété ou image, les participants à l'opération avouent ne pas poursuivre un but de communication, même s'ils indiquent parfois sur leur site Web qu'ils s'impliquent dans Allô Impôt. "Les particuliers qui recourent au dispositif sont différents des clients traditionnels du cabinet", estime Vital Saint-Marc. "On ne trouvera pas d'entrepreneurs ni de personnes soumises à l'ISF, mais plutôt des retraités ou des personnes avec des demandes spécifiques qui ne se tourneraient pas vers un expert-comptable en temps normal".

Savoir s'arrêter dans le conseil

Aucun des professionnels interrogés n'a recueilli de nouveaux clients à la suite de sa participation à l'opération. Hervé Beloeuvre estime néanmoins : "Face à un client qui souhaiterait que l'on gère sa déclaration, avoir participé à Allô Impôt peut donner une légitimité". Enfin, se pose la question délicate du conseil donné à titre gracieux. Pour Allô Impôt, la question ne fait pas débat car les experts-comptables la conçoivent comme une mission d'intérêt général, et s'adressent à des particuliers. En revanche, lorsqu'il s'agit de conseiller des entrepreneurs potentiellement clients, Hervé Beloeuvre prévient : "Il faut savoir s'arrêter". Dans un salon ou lors d'une opération de communication, le cadre est clairement défini et les visiteurs savent qu'ils n'auront pas une étude poussée. En revanche, face à un prospect en cabinet, il faut déterminer le potentiel et la probabilité d'aller plus loin. De même, il est légitime de facturer le conseil si celui-ci implique du temps passé en recherches pour répondre au prospect. Dans tous les cas, un équilibre subtil s'impose entre conseil gracieux et amorce de relation commerciale.

Olga Stancevic

Écrit par

Olga Stancevic

Autres articles de l'édition

- Une représentation du personnel pour les réseaux de franchise
- 1350 cabinets d'audit devraient être contrôlés en 2016
- Les associations échappent en toutes circonstances à la taxe sur les véhicules des sociétés
- Quand la réorganisation du cabinet justifie un licenciement économique