



Pour ou contre la confidentialité des comptes annuels



De nombreuses sociétés choisissent de ne pas rendre public leur compte de résultat voire l'ensemble de leurs comptes annuels. Nous ouvrons le débat pour connaître la position des experts-comptables et de leurs clients à ce sujet. 1er volet de notre enquête : 4 arguments pour la confidentialité.

Est-ce que telle société s'endette ? Et si oui, pourquoi ? Investit-elle ? Traverse-t-elle une mauvaise passe ? Comment sa masse salariale évolue-t-elle ? ... Les comptes annuels déposés par une entreprise et publiés sur les sites d'informations financières (infogreffe.fr ou societe.com, par exemple) permettent notamment à ses partenaires (fournisseurs, clients, etc.) et à ses concurrents de connaître ses activités mais aussi les



risques et à évaluer le potentiel. Or, la loi Macron de 2015 (loi pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques) autorise les petites sociétés à demander que leur compte de résultat ne soit pas rendu public même si leur dépôt reste obligatoire afin de garantir un accès à certains parties prenantes telles que les autorités judiciaires et administratives (**lire notre article**). Cette mesure, qui s'ajoute à l'option de confidentialité offerte aux micro-sociétés pour l'ensemble de leurs comptes annuels, concerne les sociétés qui n'excèdent pas deux des trois seuils suivants : un total de bilan de 4 M€, un CA net de 8 M€ et un effectif de 50 salariés. Selon le site Infolegale.fr, sur les six premiers mois de l'année 2017, la proportion de compte de résultat confidentiel a nettement augmenté, passant de 40% en janvier à 48% au mois de juin. Un an après son entrée en vigueur — ce dispositif pour les petites sociétés s'applique aux états financiers 2015 déposés à compter du 7 août 2016 —, les effets de la loi Macron se feraient donc sentir ! "Il est clair que les entreprises utilisent de plus en plus l'option de confidentialité de leurs comptes", confirme Béatrice Belouet, expert-comptable, CAC, associée du cabinet RSM (effectif 800 en France).

• Se protéger de la concurrence

"Avec Internet, l'information est disponible, à portée de clic, ce qui n'était pas le cas auparavant. Du coup, les chefs d'entreprise se protègent, car cette information peut créer de la défiance et notamment écarter trop rapidement une entreprise d'une consultation", estime Béatrice Belouet. Pour autant, "il ne faut pas faire de généralité. Lorsqu'une société est bien positionnée sur son marché, la publication des comptes peut servir de stratégie de communication", ajoute Béatrice Belouet. Aux commandes de la SAS aucoffre.com, plateforme d'achat vente de métaux précieux et solution de placement (effectif, 30 personnes), Jean-François Faure ne dépose pas ses comptes annuels : "Rendre le bilan public c'est livrer le modèle économique de la société à ses concurrents, qui en l'analysant pourraient comprendre son mode de fonctionnement et sa façon de générer de la marge". D'ailleurs, confie ce dirigeant, "c'est ce que nous faisons avec nos concurrents étrangers qui sont plus gros que nous. Nous décryptons leurs comptes pour comprendre quelle direction ils choisissent mais nous refusons d'offrir cette opportunité à nos concurrents en France qui eux-mêmes ne diffusent pas leurs comptes". Jean-François Faure préfère "payer l'amende de 3000 € plutôt que prendre le risque de perdre du chiffre d'affaires". La transparence est néanmoins assurée, affirme ce dirigeant, "puisque nous transmettons les éléments à nos clients, à la demande, pour les rassurer". Au fond, admet-il, "cette loi est importante pour protéger les start-up en croissance qui sont fragiles parce qu'agiles".

• Maîtriser sa communication

La première raison de ne pas publier le compte de résultat semble donc être la peur de la concurrence. Elle n'est pas la seule. "Au moment où elles cherchent à décoller, les entreprises nouvellement créées, comme les start-up, n'ont pas toujours intérêt à divulguer des résultats encore peu significatifs et susceptibles de dissuader des investisseurs", commente Béatrice Belouet. D'autres profils de chefs d'entreprises souhaitent maîtriser leur communication. "Les hommes d'affaires qui développent une activité de conseil ou les artistes ne souhaitent pas non plus divulguer leurs chiffres, que leurs activités soient, ou non, très lucratives", avance encore cette expert-comptable.

• Garder une marge de manœuvre pour négocier

Un autre secteur d'activité semble particulièrement intéressé par cette mesure. "L'option fait sens dans les métiers intermédiaires, chez les grossistes par exemple, où les dirigeants protègent leurs marges", indique Jean-François Cottin, expert-comptable, Cac, associé Fideliante (200 collaborateurs, 22 associés). Pour cet



expert-comptable, "lorsque leurs fournisseurs, qui connaissent le volume de leurs achats, consultent les résultats, ils peuvent en déduire les marges, et sont donc en position de force pour négocier les prix".

- **Sécuriser ses données**

Jean-Marc Seigneur, président de la start-up Réputation (SAS), spécialiste de l'e-réputation, a également choisi l'option de confidentialité. Car pour lui, la publication des comptes n'est pas sans risque. "J'utilise les sites d'informations financières et pour quelques euros il est possible d'accéder à l'ensemble des documents, y compris à la visualisation de la signature manuscrite des dirigeants. Or ces données sont du pain béni pour les hackers", explique-t-il. Ce dirigeant estime par ailleurs que le compte de résultat fournit à la concurrence des informations lui permettant de comprendre la stratégie. Il joue en revanche la transparence avec ses clients : "Je leur communique les documents officiels à la demande", ajoute-t-il.

✍ Véronique Méot