

Vie du cabinet

"Nous sommes souvent amenés à expliquer et défendre l'attractivité de la France"

16/07/2024

Actuel EC



2024 marque 60 ans de relations diplomatiques entre la France et la Chine. Le cabinet Crowe RSA (160 collaborateurs) n'a pas attendu cet anniversaire pour développer un «China Desk» fort de 11 personnes aujourd'hui. Les explications de Richard Ma, l'associé qui le dirige.

Qu'est ce qui a conduit votre cabinet à bâtir et animer un pôle Chine ?

Notre «China Desk» est né en 2011. Entré comme chef de mission chez RSA en 2005, j'étais à l'époque expert-comptable stagiaire et le seul d'origine chinoise ! (rires) Nous étions alors moins de 100 au cabinet mais nous avons déjà un pôle IBS (International business services) que nous souhaitons

développer. C'était donc l'occasion de se lancer. Au fur et à mesure, le pôle s'est étoffé, grâce à des collaborateurs dotés d'une double culture, française et chinoise, mais qui sont aussi polyglottes et anglophones notamment. Nous fonctionnons aujourd'hui comme un «cabinet dans le cabinet». Les collaborateurs dédiés travaillent prioritairement pour le «China Desk» mais ils sont également amenés et capables de travailler pour d'autres clients non-chinois. Nous réalisons plus de 6% du chiffre d'affaires du groupe Crowe RSA lequel s'élève à environ 20M€.

Quelles missions proposez-vous, à qui, et avec quels moyens ?

Nos clients sont majoritairement des entreprises chinoises désireuses de s'implanter en France. Nous leur fournissons un service global autour de la comptabilité, de l'audit légal, du social, du juridique et du conseil. Les entreprises qui abordent la France ont besoin d'un vrai appui pour appréhender notamment la production de la paie, l'une des plus complexes d'Europe, mais également la fiscalité. Nous redoublons de pédagogie envers nos clients et nous nous appuyons sur les compétences de l'ensemble du cabinet, si nécessaire, pour répondre à leurs attentes. Nous intervenons aussi lors de fusions/acquisitions, nous fournissons des due diligences.

Quelles sont les spécificités de la clientèle chinoise ?

Tout d'abord, il faut composer avec le décalage horaire : nos clients nous posent des questions en fin de journée et attendent de la réactivité. On ne peut pas leur répondre trois jours plus tard. De la même manière, nous sortons les bilans très tôt, dès janvier, et la présentation des comptes se fait souvent en visio. Nos clients sont avides de comprendre comment fonctionne la gestion d'entreprise en France. Ils posent beaucoup de questions techniques, sont exigeants quant aux réponses. Et nous avons affaire à des flux internationaux, selon la nature de l'activité des clients : ainsi, une entreprise qui importe des produits chinois en France peut tout à fait les revendre à l'international à partir de la France. Ou alors, importer de Chine via un autre pays européen, ce qui implique une fiscalité différente. Il faut maîtriser ce genre de problématique pour sécuriser le traitement comptable et fiscal des entreprises en France. C'est là où nous apportons une expertise particulière aux clients, comparé à d'autres cabinets qui, soit n'ont pas de ressources internes, soit sont plus gros que nous mais sont alors très spécialisés par service et n'ont pas notre autonomie et réactivité. Par ailleurs, nous sommes souvent amenés à expliquer et défendre l'attractivité

de la France comme pays de destination, comparé aux autres pays européens où la création d'une holding et la fiscalité sont perçues comme plus avantageuses. Les clients ne connaissent pas certaines spécificités françaises, comme notre régime d'auto-liquidation de la TVA qui favorise l'importation.

Pour quels secteurs travaillez-vous et où voyez-vous du potentiel à l'avenir ?

Nos clients se répartissent dans divers secteurs, tels que les services financiers, les équipements industriels, l'immobilier, la bijouterie, l'e-commerce... Il peut s'agir également d'entreprises françaises à l'origine et qui ont été rachetées par des entreprises chinoises. Dans ce cas, le client est face à une sorte de challenge car sa direction vient de Chine et doit apprendre à manager des salariés de culture différente. Concernant les secteurs porteurs, je citerais l'automobile électrique, un domaine de forte actualité. Vous avez à la fois des importateurs de véhicules entiers mais aussi des fournisseurs qui gravitent autour du produit fini, comme ceux qui fournissent des équipements de production de batteries électriques ou des batteries entières. C'est très intéressant, et cela marque une évolution car il y a encore 20 ans la Chine importait des équipements industriels d'Europe pour pouvoir produire localement. Aujourd'hui, c'est l'inverse.

Quels sont les projets de votre pôle ?

Nous souhaitons continuer à recruter pour développer encore notre activité car les clients et prospects ne manquent pas et nous bénéficions d'un bouche à oreille favorable. Mais il n'est pas facile de trouver des profils à la fois techniquement très pointus et biculturels. C'est un défi à relever !