



Maître Dominique TRICAUD

Avocat

4, Place Denfert-Rochereau

75014 PARIS

Paris, le 21 septembre 2024

Cher Maître,

Vous nous avez demandé notre avis dans le dossier de Madame Sophia CHIKIROU sur la pertinence de la demande d'expertise (Ordonnance du 16 juillet 2021 missionnant Messieurs Didier FAURY et Christian ARDAN) en ce qui concerne l'intérêt des comparaisons de rentabilité à partir des bilans de la société Mediascop pour apprécier s'il existe une surfacturation des prestations.

J'ai pris connaissance des sections du rapport d'expertise du 20 mai 2022, relatives à cette analyse et vous prie de trouver ci-après mes commentaires et conclusions.

Nous notons en préalable que l'expert répond à la mission qui lui est donnée.

« Une fois ces documents établis, vous vous attacherez à comparer le niveau des marges (marge brute, marge nette) dégagées par MEDIASCOP avec celles d'autres sociétés du même secteur d'activité, présentant un chiffre d'affaires similaire ou approchant, en utilisant au besoin les études sectorielles disponibles. Vous vous attacherez également à déterminer la valeur ajoutée apportée par la société MEDIASCOP susceptible d'expliquer en tout ou partie le niveau de marge pratiqué à l'égard de l'AFCPJLM »

Le rapport page 167, dans ses conclusions, indique que l'activité de Mediascop

*« - peut être qualifiée d'intermittente sur cette période, le niveau de chiffre d'affaires étant faible ou nul hors interventions lors des campagnes présidentielles ;
- est réalisée avec des coûts de structure d'un montant très limité, les moyens mis en œuvre lors des dites campagnes étant principalement constitués de charges variables. »*



Nous pouvons démontrer que l'usage des soldes intermédiaires de gestion comptables ne permet pas de comparaisons utiles. Dans le cas de Mediascop, il a été souligné que la société n'a pas de coûts de structure, puisque son activité hors campagnes présidentielles est quasi nulle, elle peut être assimilée à une micro-entreprise, voire une entreprise individuelle, ne reposant que sur son dirigeant.

Il a été souligné que dans une entreprise de cette taille, quand le capital est détenu par le dirigeant, celui-ci est amené à faire un arbitrage entre une rémunération comptabilisée dans les charges de la société et une rémunération indirecte par capitalisation du résultat ou distribution de dividendes. Quoi qu'il en soit, dans une telle société, ce sont le plus souvent les prestations réalisées par le dirigeant qui représentent l'essentiel de la valeur ajoutée.

Dès lors, les chiffres comptables à examiner doivent être compris à la lumière de ces particularités : Toute comparaison brute de chiffres intégrant les rémunérations est faussée par la structure des rémunérations, différente dans une entreprise structurée avec une activité permanente de celle qu'elle est dans une microentreprise dans laquelle le dirigeant peut choisir une rémunération à travers les bénéficiaires. Il en est ainsi des soldes de gestion retenus dans l'étude : Excédent brut d'exploitation, résultat net.

Ainsi, pour des opérations comparables, un chef d'entreprise privilégiant une rémunération en dividendes dégagera un EBE et un résultat net supérieurs à celui qui privilégie une rémunération sous forme de salaires. Dès lors, la comparaison de l'EBE et du résultat net de ces deux entreprises ne sera pas pertinente, tendant à faire percevoir une rentabilité très différente dans l'un ou l'autre cas alors qu'en réalité elle est identique.

La comparaison de la structure des comptes de ces sociétés ne peut permettre de tirer valablement une conclusion. Il en est de même au niveau de la valeur ajoutée, au-delà même de l'absence quasi-totale de frais de structure (siège social, administration...) chez Mediascop.

Le détail des prestations facturées peut être très différent d'un prestataire à l'autre, selon la nature des prestations et le circuit de facturation. Si une même société de conseil fait passer dans sa comptabilité ou dans celle de son client les prestations externes liées à son activité, la structure de son compte de résultat : "chiffre d'affaires - charges externes = valeur ajoutée" sera très différente.

Une entreprise qui ne facturerait que ses propres prestations, quel que soit leur montant, et ferait prendre en charge directement par son client tous les travaux qu'elle ne réalise pas elle-même, réaliserait une valeur ajoutée proche de 100%.

Si de plus, les prestations sont, pour une grande part, réalisées par le dirigeant associé unique qui privilégie une rémunération par dividendes, l'EBE sera alors également proche de 100%, quel que soit le niveau, faible ou élevé, du tarif pratiqué par la société.

Le taux de valeur ajoutée ou d'EBE ne peut donc être valablement retenu ni comme base de comparaison, ni comme critère d'appréciation du niveau de facturation.

Pour reformuler nos commentaires prenons le cas simplifié de deux entreprises fournissant la même prestation à un client.



L'entreprise A pratique un tarif élevé, 120 euros, et sous-traite une partie de sa prestation à un fournisseur qui lui facture 60 euros. Les prestations internes sont réalisées par des salariés, rémunérés 40 euros.

L'entreprise B pratique un tarif bas, 80 euros pour la même prestation, réalisée par le dirigeant seul, qui décide de privilégier les dividendes.

Les comptes vont se présenter ainsi :

Rubrique	A	B
Chiffre d'affaires	120	80
Charges externes	60	0
Valeur ajoutée	60	80
Taux de VA	50%	100%
Charges de personnel	40	0
EBE	20	80
Taux EBE	16,67%	100%
Impôt sur les bénéfices	5	20
Résultat net	15	60
Taux de résultat net	12,5%	75%

Il apparaît que l'entreprise B qui pratique un tarif inférieur de 33% à celui de l'entreprise A présente pourtant des taux de VA, d'EBE et de résultat net très supérieurs. Elle est plus rentable, alors que son taux de facturation est beaucoup plus bas.

Même si c'est contre-intuitif, il est ainsi démontré que le niveau de valeur ajoutée, d'EBE ou de résultat net ne permettent en aucun cas d'apprécier si les prestations ont été sous-facturées ou surfacturées.



Illustrons encore en comparant les comptes de Mediascop avec ceux d'une autre société ayant participé à la même campagne des élections présidentielles, de taille équivalente, la société SMALL BANG :

		Small Bang		Médiascop	
		31/12/2017	%	31/12/2017	%
Prestations de services	A1	823 774		954 178	
Autres produits	A2	2 027		11	
Production immobilisée	A3	206 409			
Production de l'exercice	A	1 032 210		954 189	
Autres achats et charges externes	B	270 173		433 626	
Autres charges	C	72 810		6 636	
Valeur ajoutée / Taux de VA	D	689 227	83,67	513 927	53,86
subvention exploitation	E	264 136		0	
Impôts et taxes	F	9 281		3 254	
charges de personnel	G	537 144		339 945	
EBE / Taux EBE	H	613 347	74,46	170 728	17,89
Résultat courant avant impôts	I	32 792	3,98	168 354	17,64
Résultat net	J	29 673	3,60	123 822	12,98

Les taux de valeur ajoutée, d'EBE comme de résultat net sont complètement différents, un taux de VA de près de 84 % pour la société Small Bang contre un taux de 54 % pour la société Médiascop, un taux d'EBE supérieur à 74 % chez Small Bang et de 18 % chez Médiascop, un taux de résultat net de 3,60% chez Small Bang, de presque 13% chez Mediascop.

En tout état de cause, cette comparaison ne donne aucune indication sur le niveau de tarif de ces sociétés, nous n'avons aucune information quantitative ni qualitative sur les prestations fournies. Il est impossible de savoir si l'une est plus chère que l'autre pour une prestation donnée.

Dans le cas de Mediascop, les comptes de la société ne retracent quasiment que l'opération liée au contrat de conseil pour la campagne présidentielle. Prenons l'hypothèse que cette opération soit comptabilisée au sein de sociétés ayant une autre taille, d'autres activités, des frais de structure. Par un effet de pondération, l'impact de cette comptabilisation sur les comptes de ces sociétés sur les soldes de gestion sera très différent : de près de 100% dans le cas de Mediascop à très peu dans une grosse structure.



Dès lors l'impact rentabilité d'une même opération, facturée au même prix et utilisant les mêmes moyens externes, apparaîtra différemment dans les comptes de chaque société. La comparaison des comptes de ces sociétés ne peut permettre de tirer valablement une conclusion. Les remarques ci-dessus conduisent à conclure que l'analyse comparative (sectorielle) demandée à l'expert ne peut fournir d'éléments conclusifs pertinents.

Le constat ainsi formulé dans le rapport (page 167) : *"les comparaisons que nous avons néanmoins effectuées, et dont nous avons rendu compte dans le présent rapport, font apparaître que MÉDIASCOP a dégagé lors des exercices 2016 et 2017 un niveau de rentabilité supérieur à la moyenne des sociétés retenues dans l'étude sectorielle et à quasiment toutes les sociétés sélectionnées hors cette étude, comme il résulte de la synthèse comparative rappelée ci-dessous."* paraît sans portée. Comme nous l'avons démontré plus haut, le niveau de rentabilité ne permet pas de conclure sur le niveau du tarif de facturation.

Les statistiques générales ne permettent pas de conclure ou d'affirmer quoi que ce soit sur des cas individuels. Le conseil pour la communication d'un candidat majeur dans une campagne présidentielle peut-il être comparé (enjeux, responsabilité...) à la moyenne des conseils en communication (marketing produit, grande distribution ou PME...) en général ? L'analyse des montants facturés au regard des prestations fournies paraît être un meilleur angle. A cet égard cependant, il faut préciser qu'on n'est pas ici dans un marché parfait... Chacune des prestations détaillées ne pourrait être obtenue séparément des autres chaque fois auprès du fournisseur le moins disant. Il ne nous apparaît pas en fin de compte que l'on puisse porter autre chose qu'un jugement d'ensemble de cohérence par comparaison entre les budgets de communication des différents candidats, tout en tenant compte des particularités de chaque campagne. Ce n'est pas ce qui a été demandé à l'expert... Par ailleurs, nous avons pu constater que dans tous les cas, le candidat JLM est celui qui a engagé le moins de dépenses parmi les principaux candidats ayant obtenu plus de 5% des suffrages.

Veillez agréer, Cher Maître, mes respectueuses salutations,

Thierno M'BATHIE

Expert-comptable