

Grille indicative des outils de communication

Le principal changement apporté par le Nouveau Code de Déontologie reste son article 13 relatif à la mise en œuvre de la Communication permettant à l'Expert-Comptable inscrit de rejoindre les autres professions réglementées ayant déjà accès à la publicité, conformément à la législation européenne.

Pour vous accompagner dans l'interprétation du texte puis dans l'élaboration de votre stratégie de communication individuelle, un groupe de réflexion sur la communication a mis en place une grille indicative d'analyse des outils de autorisés, déconseillés ou interdits.

C'est le tableau objet du présent feuillet.

La définition des limites, constituées notamment par le démarchage qui reste strictement interdit, permet de mieux cerner les pratiques autorisées. Il est important de rappeler que les Conseils

Régionaux restent les interlocuteurs privilégiés des professionnels, afin d'apporter une réponse à leurs éventuelles interrogations, avec le concours du Conseil Supérieur.

Enfin, avant d'entreprendre toute action de communication, le professionnel doit s'assurer qu'il ne contrevient pas aux autres dispositions générales du code de déontologie (comportement, confraternité).

Pour vous guider, la grille indicative de communication est présentée ci-contre.

Grille indicative des outils de communication (SIC 251, mars 2007)

FORMATS	COMMENTAIRES				CONTENU
Identité					
▶ Logo, typo, graphisme, codes couleurs	▶ Codes de déontologie (CAC et EC) "expression décente empreinte de retenue"				▶ Descriptif et informatif des services, qualifications, correspondants, réseau...
▶ Papeterie					
Signalétique					
▶ Plaques et enseignes, panneaux indicateurs	▶ Conformes à l'identité ▶ Codes de déontologie "expression décente et empreinte de retenue"				▶ Descriptif et informatif
▶ Annuaire grand public					
Outils de présentation					
▶ Plaquettes, fiches produit	▶ Diffusion à partir d'une démarche volontaire du contact : mise à disposition libre ou diffusion sur fichiers constitués en propre.				▶ Données objectives, justifiées et vérifiables (Code CCI-BVP)
▶ Site Web	▶ Adresse conforme au nom et à l'identité du cabinet ▶ Présentation des activités du cabinet ▶ Constitution de fichiers propres, sur inscription volontaire des visiteurs				▶ Présentation de services sans mention de services chiffrés et sans proposition explicite de services, gracieux ou payants (tests, estimations, propositions de rendez-vous ...)
▶ Annuaire professionnels en ligne	▶ Lien vers site du Cabinet ou espace de présentation				
▶ Newsletter (papier ou électronique)	▶ Diffusion sur fichiers constitués en propre				▶ Evénements concrets de la vie du cabinet, commentaires de l'actualité et de l'environnement professionnels
▶ Présentation de barèmes d'intervention ou de grille tarifaire	▶ Code de déontologie : loyauté envers les autres membres de la profession, dignité de la fonction				▶ Dans le strict respect de l'interdiction de démarchage

- Autorisé
- Sous condition
- Interdit

Grille indicative des outils de communication (SIC 251, mars 2007)

FORMATS	COMMENTAIRES				CONTENU
Media					
▶ Presse, radio, TV (formats classiques)					▶ Données objectives, justifiées et vérifiables (Code CCI-BVP) ▶ Présentation de services sans mention de services chiffrés et sans proposition explicite de services, gracieux ou payants (tests, estimations, propositions de rendez-vous ...)
▶ Publi-rédactionnels	▶ Identifiables en tant que publicité, selon les règles des supports				
▶ Campagnes de recrutement	▶ Presse ou internet				
▶ Sponsoring media (émission, événement)	▶ Seule mention autorisée : définition du métier (Expert-Comptable ou Commissaire aux Comptes)				
▶ Affichage ciblé	▶ Parkings, aéroport, gares, trains, centres d'activité, formats 120 X 160 et inférieurs...				
▶ Affichage extérieur : panneaux ou réseaux 4 X 3	▶ Codes de déontologie : "des moyens mis en œuvre avec discrétion"				
▶ Internet : formats classiques	▶ Tous les formats sur lesquels l'internaute doit cliquer si le contenu l'intéresse : bannières classiques, boutons, liens sponsorisés				
▶ Internet : formats intrusifs	▶ Tous les formats que l'internaute doit fermer pour accéder librement au contenu du site qu'il visite (Pop Up, éléments flottants, out of the box...)				
▶ Cartes T	▶ Tous supports y compris annonces presse (relève de l'incitation)				
▶ Bons à découper	▶ A n'utiliser qu'à des fins d'organisation de réunions techniques				
Publicité directe					
▶ Démarchage direct ou indirect	▶ Téléphonie ou par courrier, mail, bus-mailings				▶ Démarche de recrutement de clientèle, proposition concrète de services commerciaux

- Autorisé
- Sous condition
- Interdit

Grille indicative des outils de communication (SIC 251, mars 2007)

FORMATS	COMMENTAIRES				CONTENU
Relations presse - Relation publiques					
▶ Communiqués de presse	▶ Prise de parole sur le cabinet ou son environnement ▶ Seuls sont autorisés le nom, les coordonnées et une présentation contextuelle du cabinet				▶ Evènement concrets de la vie du cabinet, avec données objectives et vérifiables. ▶ Commentaires de l'actualité et de l'environnement professionnels, à l'exclusion de toute communication relevant de l'institution
▶ Articles, tribunes, interviews...	▶ Seuls sont autorisés le nom, les coordonnées et une présentation contextuelle du cabinet				▶ Professionnel ou technique
▶ Ouvrage, Enseignement					
▶ Animation de séminaires, participation à des colloques	▶ Au titre d'intervenant technique, sur invitations effectuées par chaque partie, en son nom et sur ses fichiers propres				▶ Professionnel ou technique
▶ Organisation de colloques ou de séminaires techniques	▶ Invitations sur fichiers constitués en propre. Médiatisation possible de l'opération (médias ou communiqués de presse)				▶ Selon définition des outils de signalétique et d'information
▶ Salons professionnels					
▶ Actions événementielles, mécénat, parrainage					
▶ Parrainage par un client ou partenariat avec un client	▶ Codes de Déontologie : indépendance des cabinets				▶ Prescription de clientèle
▶ Partenariat	▶ Utilisation des fichiers d'une entreprise partenaire, avec sa caution, même avec son accord				▶ Prescription de clientèle
▶ Publication d'enquêtes, sondages réalisés par un institut d'études, sur ses fichiers disponibles	▶ Destinées à alimenter le discours du cabinet dans la presse ou dans ses outils de présentation				▶ D'intérêt général, sans visée comparative ni testimoniale
▶ Publication d'enquêtes, sondages réalisés en interne	▶ Sur cible clients et prospects, fichiers constitués en propre				▶ D'intérêt général, sans visée comparative ni testimoniale (code de déontologie : indépendance des cabinets)

- Autorisé
- Sous condition
- Interdit