

DOSSIER | JAMAIS SANS MON EXPERT

CAHIER CENTRAL

LES PLATEFORMES



SOMMAIRE

- IV**
Les plateformes : pourquoi est-ce un sujet dont la profession doit se saisir ?
par Carole CHERRIER
- VIII**
Histoire et Avenir des plateformes
par Carole CHERRIER et Éric GILLIS
- X**
État des lieux des plateformes dans les autres professions
par Carole CHERRIER
- XII**
Le tiers de confiance, le marché et la technologie : un conte moderne
par Denis GENEST
- XIV**
La pression du temps réel et la réalité de nos comptabilités
par Denis BARBAROSSA
- XV**
Plateforme comptable et exercice illégal
par Jean-Marc JAUMOILLÉ
- XVI**
Positionnement des plateformes dans le domaine de la comptabilité
par Guillaume UFFERTE
- XIX**
Les plateformes et l'écosystème expertise comptable
par Julien PORCARELLI
- XX**
La place des éditeurs dans la profession
par Éric GILLIS
- XXII**
Valorisons nos marques Expert-comptable et Commissaire aux comptes
par Christophe PRIEM
- XXIV**
Le point de vue
de Laure BONNAMOUR

LES CONTRIBUTEURS



CHRISTOPHE PRIEM

Président National IFEC



CAROLE CHERRIER

Vice-Présidente de l'IFEC



DENIS BARBAROSSA

Président d'Honneur IFEC



DENIS GENEST

Chief Revenue Officer
Strategic Board Member - Inqom



JEAN-MARC JAUMOILLÉ

Élu IFEC CSOEC



GUILLAUME UFFERTE

Président commission fiscale IFEC
Président de la section IFEC
Aquitaine



JULIEN PORCARELLI

Président CJEC Aquitaine



ÉRIC GILLIS

Vice-Président du CROEC Occitanie



LAURE BONNAMOUR

Présidente section IFEC
Normandie



CAROLE CHERRIER

Expert-comptable, Commissaire aux comptes,
Vice-Présidente de l'IFEC



LES PLATEFORMES : POURQUOI EST-CE UN SUJET DONT LA PROFESSION DOIT SE SAISIR ?

L'arrivée des plateformes est en train de rebattre les cartes au sein de la profession, déjà traversée par de profondes mutations technologiques, réglementaires ou encore sociodémographiques. Elles ne laissent pas indifférentes ; nous avons tous un avis sur ces plateformes.

- DEVONS-NOUS EN AVOIR PEUR ?
- DEVONS-NOUS LEUR FAIRE CONFIANCE ?
- POUVONS-NOUS ENCORE NOUS EN PASSER ?
- COMMENT POUVONS-NOUS LES MAÎTRISER ?

Ils sont désormais nombreux, nos concurrents, à vouloir désintermédier les cabinets en renouvelant en profondeur des services largement banalisés et automatisables, grâce à l'intelligence artificielle. Qu'il s'agisse des legaltech, fintech, néo-banques, éditeurs ou autres GAFAs, ils affichent désormais clairement vouloir s'emparer de notre marché. Mais, nous, professionnels du chiffre, disposons de toutes les cartes pour mener cette riposte et inventer notre cabinet de demain.

Le foisonnement des offres ne doit pas être source de confusion mais plutôt source de richesse.

Le terme PLATEFORME regroupe de nombreuses définitions différentes : Dès 2004, Marco Lansiti et Roy Levien dans *The Keystone Advantage*, Harvard Business School Press, le définissent comme « **un ensemble de solutions à des problèmes, mis à la**

disposition des membres de l'écosystème d'affaires à travers un ensemble de points d'accès ou d'interfaces ». L'entrée étant la plateforme, elle permet alors de connecter des membres et de leur donner accès à des modules. C'est un intermédiaire entre membres d'un même écosystème. Une sorte de réseau.

Pour Antonio Casilli, professeur de sociologie à Télécom Paris et chercheur au CNRS, le mot PLATEFORME est avant tout « une métaphore qui désigne une structure technique, voire une architecture (...). La plateforme n'est qu'une charpente sur laquelle d'autres (usagers, entreprises, institutions) construisent.

Il n'y a rien dans ces définitions qui peut faire peur à un expert-comptable.

Une plateforme est simplement une zone d'échange où l'offre rencontre la demande.

Les plateformes peuvent avoir des objectifs différents comme l'utilisation commune d'un bien ou d'un service, le travail collaboratif, la mise en relation...

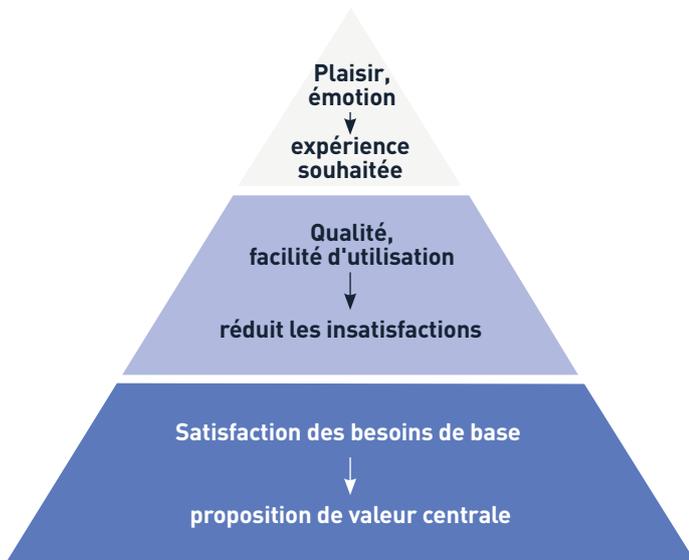
mais elles ont toutes un objectif identique : fluidifier le parcours client.

Car nous le vivons chaque jour dans nos cabinets, la satisfaction des besoins des clients n'est plus suffisante pour les fidéliser, nous devons désormais leur faire vivre une bonne expérience.

■ L'EXPÉRIENCE CLIENT DOIT ÊTRE PRISE EN COMPTE DANS LA STRATÉGIE DES CABINETS

La pyramide de BODY et TALLEC dans l'expérience client, aux éditions EYROLLES, nous permet de dégager plusieurs arguments en faveur des plateformes :

1. La valeur perçue est supérieure aux besoins (exprimés ou non), le prix payé paraît ainsi moins important.
2. Le client a moins l'impression d'être la « vache à traire ».
3. Le client satisfait de son expérience en parlera autour de lui.
4. La fidélisation client sera renforcée.



■ LA PROFESSION DU CHIFFRE N'A PLUS LE CHOIX, ELLE DOIT ADOPTER LES PLATEFORMES

Et c'est bien ce qu'elle fait. La première réaction de la profession fut d'engager une démarche itérative, c'est-à-dire d'apprendre en continu, avec l'évolution de son environnement pour faire émerger des idées et des solutions. Les outils digitaux sont désormais nombreux et permettent de s'adapter à l'organisation et à la volonté de nos clients. Les cabinets ont rapidement adopté des outils de gestion simples, intuitifs et utiles, notamment sur smartphone, en marque blanche, pour répondre aux besoins des clients. Puis, il a fallu adapter ces outils sur des plateformes.

Nous parlons alors de plateformes ou d'ubérisation.

L'ubérisation commence donc quand certains acteurs décident d'utiliser internet pour raccourcir la chaîne de valeur ; ils développent alors des plateformes numériques qui permettent de réduire le nombre d'étapes de la chaîne pour mettre directement en relation le producteur et le consommateur. L'ubérisation a ainsi directement fait disparaître certains acteurs intermédiaires dont la seule mission était de mettre en relation deux maillons de la chaîne. Qui se déplace encore dans une agence de voyage pour acheter son billet de train ?

■ MAIS ATTENTION, L'OUTIL NE FAIT PAS LA MISSION !

Premier point de vigilance : la marque expert-comptable doit rester déterminante et incontournable

La digitalisation et les plateformes de gestion sont sources de nombreuses opportunités commerciales pour les cabinets. Les indicateurs de gestion sont très prisés et la proposition d'indicateurs de gestion sous forme de graphiques ou de tableaux agréablement marquetés séduit les experts-comptables et leurs clients. Mais nous commettrions une erreur à nous limiter aux analyses automatiques non adaptées aux particularités de nos clients. L'interaction de l'expert-comptable doit rester déterminante. C'est l'une des conditions du succès de l'intégration des plateformes dans notre profession.

Tant que notre profession saura préserver les règles éthiques pour encadrer les pratiques, nous saurons bénéficier de ces nouveaux outils pour gagner en productivité, satisfaire le besoin client et développer par ce biais notre marque expert-comptable. Tant que cette marque portera sur des valeurs qui ont un sens pour nos clients : compétence, éthique et confiance, nous n'avons rien à craindre de ces plateformes. Et mettre en avant la marque « expert-comptable » n'est-ce pas également être innovant et force de proposition ?

Deuxième point de vigilance : la sécurisation des données

L'or noir des experts-comptables ne sont-elles pas les datas ?

Le cabinet devra rester indépendant vis-à-vis de son prestataire. Quatre critères seront ainsi déterminants dans le choix du prestataire : le lieu de stockage, la sécurité des données, l'accessibilité aux données et la résiliation et le transfert de ces données.



La profession est désormais à un tournant de son histoire économique et de son modèle d'affaire. Pour Gilles BABINET, l'architecture des plateformes deviendra « peu à peu un élément déterminant de compétitivité et différenciera progressivement les bons et mauvais acteurs » (Transformation digitale : l'avènement des plateformes, Le passeur, 2016).

Les nouveautés technologiques constituent toujours un risque ou une opportunité pour le futur de nos métiers, mais nous ne pouvons-nous permettre de prendre du retard, car nous serions vite dépassés. Les professionnels du chiffre resteront les tiers de confiance privilégiés dans cette société numérique, à la condition de ne pas oublier de mettre en avant notre marque expert-comptable et de sécuriser les données qui nous sont confiées.

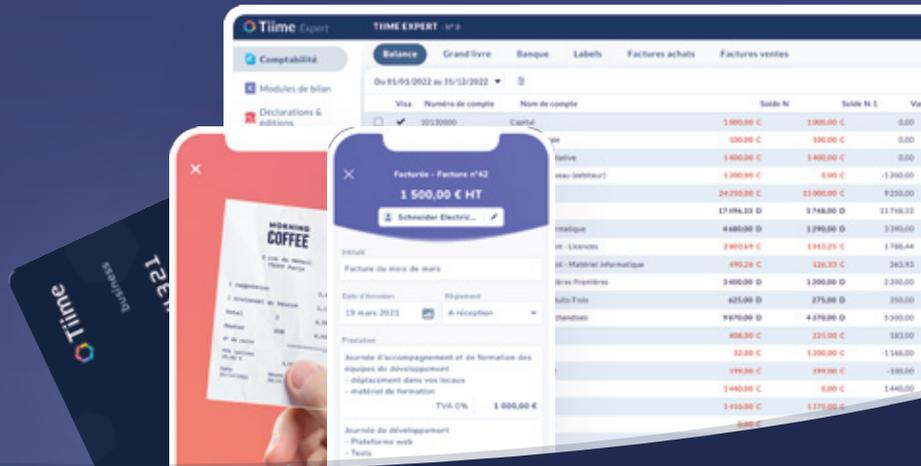
Transparence, agilité et transversalité sont quelques-unes des caractéristiques de ce monde de demain, mais la compétence restera la seule légitimité, comme le précise Michel SERRES ; voilà une belle façon d'introduire ce cahier spécial sur les PLATEFORMES.



Dites-lui adieu !



Équipez votre cabinet
des applis dernier cri et
changez de dimension.



www.tiime.fr



CAROLE CHERRIER

Expert-comptable,
Commissaire aux comptes,
Vice-Présidente de l'IFEC



ÉRIC GILLIS

Vice-Président du Conseil Régional
de l'Ordre des Experts-Comptables
Occitanie
Et membre du Bureau National IFEC

HISTOIRE ET AVENIR DES PLATEFORMES

Wikipédia, You Tube, Amazon, LinkedIn, Facebook, Bla-BlaCar, Uber, Airbnb, sont quelques exemples de plateformes qui ont connu une croissance spectaculaire au cours de la dernière décennie. Elles ont profondément bouleversé la musique, l'hébergement touristique, le transport des personnes, les services à la personne, les médias, et même les activités B2B comme le conseil.

■ PAS DE PLATEFORME NUMÉRIQUE SANS LE WEB !

Le premier site internet, publié le 6 août 1991, présentait le projet World Wide Web, développé au sein du CERN. «WWW fusionne les techniques de recherche d'information et d'hypertexte pour créer un système d'information global simple mais puissant ».

Très vite, **les plateformes commerciales** ont alors fait leur apparition : Amazon est né en juillet 1994. Ebay est né en 1995. La plateforme moteur de recherche Google est née en 1998.

Puis, nous avons assisté à l'émergence des plateformes de streaming. Les premières vidéos à la demande apparaissent au milieu des années 90, et c'est avec l'avènement du haut débit au début des années 2000 que les plateformes de VOD se multiplient : Netflix, Amazon prime...

Les plateformes interactives sont aussi nées dans les années 2000 : LinkedIn en 2002, Facebook en 2004...

Le 3 janvier 2022, Apple qui venait de souffler ses 45 bougies affichait sa valorisation boursière à plus de 3 000 milliards de dollars.

A cette même date, les GAFAM Google, Amazon, Facebook, Apple et Microsoft affichaient une valorisation de 10 119 milliards de dollars, soit plus que le PIB de l'Allemagne, de la France, de l'Italie, de l'Espagne et du Pays-Bas réunis et bien au-delà de la valeur de l'ensemble des sociétés du CAC 40.

Pourtant ces GAFAM ne constituent qu'une étape vers des performances plus surprenantes encore. On évoque celle des NATU : Netflix, Airbnb, Tesla, Uber, dont la moyenne d'âge n'est que de 15 ans qui connaissent parfois une croissance à trois chiffres. Et, aussi impressionnant que soit cet essor, ces entreprises sont déjà dans l'ombre des BATX : Baidu, Alibaba, Tencent et Xiaomi, quatre entreprises chinoises.

■ ALORS COMMENT FONT-ELLES POUR PARVENIR À CETTE SITUATION DE DOMINATION ?

Les grandes entreprises se croyaient protégées par la domination qu'elles pensaient avoir acquise sur leur marché, toutes imaginaient que la réglementation qu'elles étaient parvenues à induire, grâce à un lobbying sur les régulateurs, les préservait de toute forme sérieuse d'agression extérieure.

C'est Maurice Lévy, patron de Publicis, qui lança lors d'une interview accordée au Financial Times la notion d'ubérisation qui caractérisa rapidement le sort auquel semblent condamnées toutes les entreprises traditionnelles, et ce, quel que soit leur secteur d'activité. Ces dernières ne semblent pourtant pas toutes encore conscientes du développement inexorable des GAFAM, NATU, BATX et autres Fintech (les start-ups issues du monde de la finance), déterminés à desintermédier les acteurs traditionnels.

L'activité de conseil ne sera pas épargnée.

Les modèles traditionnels ne sont plus suivis : les diplômes de leurs dirigeants n'ont plus d'importance, la hiérarchie n'y est plus respectée, les normes vestimentaires non plus, les canaux publicitaires sont réinventés ainsi que les canaux de distribution. **Une seule règle s'impose : satisfaire les usagers et s'imposer face aux régulateurs locaux.**

Les nouveaux paradigmes technologiques ont amené ces entreprises à repenser leur fonctionnement ainsi que leurs relations avec les clients et partenaires : le changement est radical.

Si nous demandons autour de nous ce qui caractérise la révolution digitale, il y a fort à parier que la majorité répondra les réseaux sociaux et les smartphones. Cette réponse est bien sûr erronée et ne témoigne que de la dépendance que nous avons aujourd'hui de l'utilisation de ces vecteurs de communication. En fait, la révolution digitale aura probablement un impact plus important que celui des deux précédentes révolutions industrielles qui ont vidé nos campagnes de leurs habitants et créé de grandes mégapoles urbaines.

Trois dynamiques structurent la révolution digitale : la multitude ou le fait que nous soyons désormais des centaines de millions à utiliser internet nous permettant d'interagir ; la loi de Moore, qui a vu la puissance des microprocesseurs augmenter tout au long de ces 40 dernières années ; les big data qui ont permis l'analyse de données en tout genre.

La plateforme apparaît alors comme le trait d'union entre la data et la multitude. Gilles Babinet précise que « la radicalité de la transformation digitale peut se résumer à un seul principe : les entreprises quelles qu'elles soient, ont vocation à devenir des plateformes. Nous comprenons alors que les entreprises sont au cœur des interactions fournisseurs, clients, salariés et autres parties prenantes, ce qui leur permettra de remplir au mieux leur objet social. Qu'il s'agisse de produire des ventilateurs ou de vendre des missions de conseil, il va devenir de plus en plus nécessaire d'optimiser les interactions en les automatisant autant que possible.

La plateforme crée ainsi de nouvelles formes de partenariats et d'alliances : aucun secteur d'activité ne pourra être épargné. La conséquence de ce changement de pratique donne encore davantage d'importance à la donnée.

Ainsi, l'impact des plateformes ne se mesure pas uniquement à la capacité de réorganiser un processus de production ; elles peuvent avoir un impact important sur les modèles d'affaires. Prenons l'exemple de ces vêtements intelligents qui permettent déjà de connaître notre état de santé et qui transmettront prochainement des indications à notre lave-linge sur la façon de les laver.

Nous constatons que la migration des entreprises en plateformes est encore largement, et pour un certain temps encore, incomprise.

Que ce soit chez nos clients ou dans notre profession, le marché, en phase émergente, foisonne d'offres différentes, ce qui ne facilite pas la diffusion des meilleures pratiques. Mais ces outils, qui sont le plus généralement distribués en mode Saas n'impliquent très souvent que peu d'investissement, le potentiel pour les petites et moyennes entreprises est donc énorme.

Sous-estimer l'avènement des plateformes est donc une erreur que de nombreux acteurs pourraient payer au prix fort : celui de leur disparition.

Au-delà des gains technologiques, la vraie rupture sera culturelle. Il est désormais illusoire de penser que les mentalités vont préserver les avantages chèrement acquis depuis des années. Il faudra faire évoluer la culture en intégrant la génération montante. Les façons d'agir de penser et de créer de la génération millénaire n'a rien à voir avec nos générations actuellement aux commandes de l'économie. Cette génération n'hésitera pas à se détourner d'une entreprise dont les règles lui semblent ubuesques. Et si nous n'avons pas encore compris ce principe, c'est que nous n'avons pas encore compris le monde de demain. Le monde des plateformes.

CAROLE CHERRIER

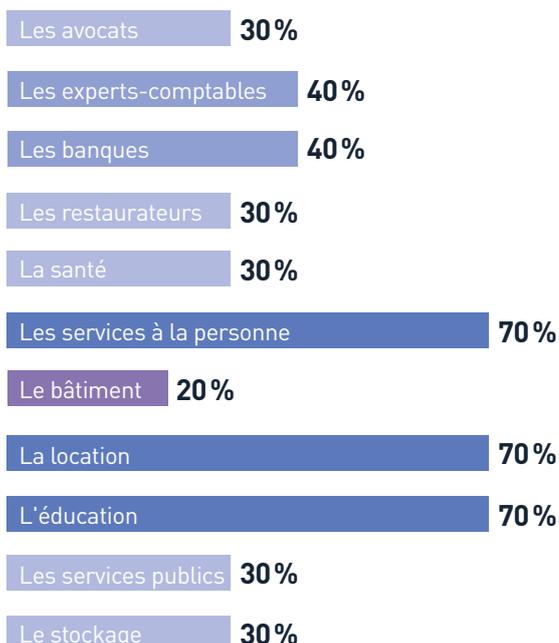
Expert-comptable, Commissaire aux comptes,
Vice-Présidente de l'IFEC



ÉTAT DES LIEUX DES PLATEFORMES DANS LES AUTRES PROFESSIONS

Bpifrance définit l'ubérisation, ou plateformeisation, comme un ensemble de transformation des modèles de création de valeur grâce à Internet. « **L'ubérisation commence quand certains acteurs décident d'utiliser Internet pour raccourcir la chaîne de valeur ; ils développent les plateformes numériques qui permettent de réduire le nombre d'étapes de la chaîne pour mettre directement en relation le producteur et le consommateur. L'ubérisation a mécaniquement fait disparaître certains acteurs intermédiaires dont la seule mission était de mettre en relation deux maillons de la chaîne** ».

La cartographie des secteurs déjà ubérisés ou plateformeisés est éloquent : tous les secteurs sont impactés.



Source : observatoires de l'Ubérisation

■ MAIS QU'EN EST-IL DES PROFESSIONS RÉGLEMENTÉES ?

Courant septembre 2021, les représentants de plusieurs professions réglementées ont été auditionnés par la mission d'information du Sénat sur l'impact des plateformes numériques sur le travail. Ils ont ainsi pu exposer leurs éventuelles préoccupations.

A cette occasion, les représentants des différentes professions ont pu faire part de leurs inquiétudes.

Chez les Artisans, seuls 16 % des artisans sont sur une plateforme spécialisée. Il y a un réel risque de confiscation du lien direct avec le client, voire un risque de déférencement si les artisans ne sont pas formés à ces nouveaux outils. Le risque de dumping est également très élevé en raison de la très forte concurrence en ligne.

Les labels sont en cours de développement par les Chambres de Commerce pour promouvoir un savoir-faire acquis sur la durée.

Chez les Médecins, la plateformeisation n'est pas une angoisse pour le Conseil National de l'Ordre des Médecins. L'émergence des plateformes numériques vise essentiellement le référencement des professionnels, la prise de rendez-vous et la téléconsultation. Le risque majeur réside sur ce dernier point, lorsque la téléconsultation est pratiquée à l'étranger, par des praticiens non-inscrits à l'Ordre. Les risques de la qualité et de la sécurité des soins sont alors augmentés tandis que les questions assurantielles et de responsabilité civile professionnelle ne sont pas tranchées.

La convention signée avec la profession des médecins prévoit qu'un praticien ne peut exercer uniquement en téléconsultations ; il doit conserver une activité physique réelle.



Autre risque relevé par la profession, le système de référencement des plateformes de prise de rendez-vous. Si le médecin ne propose pas de rdv dans des délais raisonnables, le patient est alors automatiquement orienté vers un autre médecin !

Chez les Avocats, les plateformes se développent rapidement dans deux domaines :

- La mise en relation avec les clients et les services juridiques rendus en ligne : Ce type de plateforme est parti très fort mais le secteur des legaltechs privées s'essouffle car les fonds investis ne sont pas assez importants. Les legaltechs n'intéressent pas les financeurs et pour l'instant la profession ne souffre pas de la précarisation ou du dumping.
- La consultation en ligne : c'est la profession qui crée sa propre plateforme de mise en relation et de consultation juridique en ligne via avocats.fr et s'efforce ainsi de récupérer le marché.

Cette démarche nous rappelle le lancement de notavis.notaires.fr, la plateforme de services en lignes **des Notaires** de France. Ce site est conçu pour apporter

un premier niveau de réponse aux questions pratiques des Français. Selon les thématiques, on y trouve des questionnaires interactifs, les questions à se poser avant de passer à l'acte, des vidéos, mais aussi des simulateurs – plus-values, frais immobiliers, prêt à taux zéro... Les internautes peuvent également y découvrir des services tels que BailMyself, pour rédiger un bail sous seing privé, et Mon notaire – Ma succession, pour déterminer qui sont ses héritiers et anticiper les droits de succession.

Chez les Architectes, ce sont les plateformes qui proposent des services d'accompagnement des clients (recherche de financements) et qui associent plusieurs professions (décorateurs, architectes d'intérieur...) qui posent le plus de problèmes. Les usurpations de titres et de références ne sont pas rares.

Les applications numériques inquiètent également beaucoup la profession notamment pour les plateformes basées à l'étranger.



DENIS GENEST

Chief Revenue Officer
Strategic Board Member
Inqom



LE TIERS DE CONFIANCE, LE MARCHÉ ET LA TECHNOLOGIE : UN CONTE MODERNE

Les plateformes, élément actuel perturbant du paysage des métiers du chiffre, bousculent nos convictions. Sont-elles des compétiteurs, des partenaires, des fournisseurs ?

La réponse à ces questions ne peut se résumer en une page. Mon expérience passée et présente, à la fois métier et Fin-tech, me conduit à regarder le phénomène sous trois angles : la confiance, le marché et la technologie.

■ LE TIERS DE CONFIANCE

La confiance est le pilier de la relation qui lie un expert-comptable et son client. Cette confiance d'un dirigeant, initiée sur le titre, est construite sur la compétence des professionnels à limiter les risques, accompagner au respect des règles, rechercher des solutions.

La qualité de « tiers de confiance » est d'ailleurs souvent reprise par les professionnels du conseil réglementé (Expert-comptable, CAC, Avocat, notaire...) pour qualifier la valeur ajoutée perçue par leurs clients. La terminologie a été introduite dans le corpus réglementaire à l'occasion du développement d'internet, du commerce électronique et de la sécurisation des transactions ou des déclarations. Les plateformes peuvent remplir cette fonction accordée par les textes. Les néo-banques ont conquis une place réelle dans la confiance qui lie tout dirigeant à un établissement financier. Le succès récent du développement de Qonto démontre que le mouvement continue.

■ LE MARCHÉ

L'expérience utilisateur (UX), si chère aux digital natives, est la raison d'être des plateformes. Elle est l'obsession de tous les professionnels de la technologie. Elle est la clé d'accès au marché. Un des indicateurs le plus suivi par les plateformes est le NPS (Net Promoter Score) : mesure de la propension

à recommander. Cet indicateur est aussi important pour les dirigeants de start up que celui du MRR (Monthly Recurring Revenue) illustratif de la prise de part de marché.

Dans les métiers du chiffre, l'UX n'est pas au centre des préoccupations des professionnels. Même si l'accompagnement des dirigeants est une motivation quotidienne, peu de professionnels ont investi ce champ comme levier de développement et d'augmentation de la rémunération d'un service rendu.

Quelles sont les motivations d'un dirigeant dans son choix d'un professionnel ? Pourquoi décide-t-il de demeurer client ? Pourquoi fait-il appel à des services complémentaires ? Pourquoi recommande-t-il tel ou tel professionnel ?

Les réponses à ces questions ne résident pas dans la réalisation de formalités, de déclarations ou la production de bilan.

■ LA TECHNOLOGIE

Les plateformes qui envahissent aujourd'hui le marché des professionnels du chiffre et remplissent les salons sont multiples et protéiformes. S'il convient d'appréhender cette « jungle » technologique pour la comprendre, elle constitue sans aucun doute un formidable levier pour repenser l'expérience clients et accroître l'accès au marché des professionnels du chiffre.

Il ne s'agit pas de résumer l'arrivée des plateformes à un simple changement d'outil de production comptable. Cela ne constitue en rien la disruption tant de fois évoquée. L'avènement de l'ère des plateformes nous conduit à utiliser la technologie non pas, de manière limitée, comme un levier de productivité mais, dans une approche augmentée, comme un outil de professionnalisation de la relation client, centré sur la donnée, au service de la conquête et du développement.

Les deux référentiels de compétences clés des métiers du chiffre en sont impactés :

- l'exécution des activités et des processus,
- l'analyse des données, l'expertise et le conseil.

Tous les professionnels des cabinets devront donc être accompagnés par les ordres, les syndicats mais aussi par les acteurs de la technologie dans une compréhension réciproque des enjeux des deux mondes.

2022, L'ANNÉE DU REBOND ET DES NOUVELLES OPPORTUNITÉS

Au moment où notre pays tente de sortir de la pandémie qui nous frappe depuis deux ans, les missions de conseils et d'accompagnement constituent pour les entreprises un véritable levier pour repenser leurs organisations et leurs relations clients. Les experts-comptables ont fait la preuve de leur capacité à les accompagner, à les soutenir. L'énergie déployée s'inscrit désormais dans la durée et doit s'appuyer sur une nouvelle vision stratégique de la place de l'entreprise dans la vie sociale et économique.

AÉSIO mutuelle et les experts-comptables ont fait de leur proximité et de leur réactivité une force, face aux difficultés dans lesquelles avaient à se débattre les entreprises. Il n'y aura pas de transition brutale entre le monde d'avant et le monde d'après mais en capitalisant sur l'agilité et la mobilisation de toute votre profession, vous avez ouvert des pistes pour une nouvelle stratégie d'accompagnement des entreprises.

■ AÉSIO MUTUELLE, PLEINEMENT ENGAGÉE À VOS CÔTÉS ET AU SERVICE DE L'ENTREPRISE

Ensemble, nous pouvons accompagner l'entreprise dans la réflexion sur les nouveaux modes d'exercice du travail et en particulier sur le **caractère irréversible du télétravail, sur la responsabilité du chef d'entreprise en matière de prévention et de vigilance quant à la santé de ses collaborateurs.**

Alors que la pandémie faisait rage, la COP 26 est venue nous rappeler combien notre planète est en danger. Les Etats portent une forte responsabilité dans les solutions à trouver sans exonérer les citoyens et les acteurs économiques de leur propre implication.

La performance de l'entreprise est désormais analysée par nos citoyens au regard de ses engagements dans **une économie durable** et au travers de sa Responsabilité Sociale et Environnementale (RSE). Cette dimension est un point d'appui qui légitime une évolution de la mission de conseils et de mises en relation dans laquelle l'expert trouve toute sa place.

Notre mutuelle porte des engagements qui contribuent à mobiliser tous les acteurs : ses salariés, ses clients,

ses fournisseurs, ses partenaires. Pour 2022, nous avons fait le choix de nous associer à l'Office National des Forêts (ONF). Des milliers d'entreprises de notre pays (TPE/PME) vivent de et avec la forêt ; **nous pouvons ensemble trouver là des ponts pour accompagner nos clients** (consommation responsable, engagement sur le bilan carbone, ...).

■ UN ACCOMPAGNEMENT ET DES SOLUTIONS SUR-MESURE

Permettre à l'entreprise de s'approprier tous ces enjeux, c'est l'engager dans la voie de la rationalisation et de la simplification de ses procédures de gestion, d'animation des équipes et dans ses relations avec ses clients.

Aésio mutuelle avec son réseau de près de 300 agences, de plus de 350 commerciaux sur l'ensemble du territoire, **met à la disposition des experts-comptables des dispositifs de protection sociale performants et packagés dans des formats facilitant leur appropriation.**

Vous souhaitez en savoir plus sur nos différentes offres ?

N'hésitez pas à nous contacter à l'adresse

expert-comptable@aesio.fr

www.aesio.fr



L'offre Aésio Santé Pro a obtenu le label Excellence.

Ce label récompense les meilleurs contrats du marché, représente un gage de qualité et valorise ainsi les avantages de notre complémentaire santé dédiée aux indépendants.

Et pour vos clients ?

L'offre Aésio Santé Entreprises dispose de :

- 7 niveaux de garantie au choix
- Avantages fiscaux liés au contrat responsable
- Structures tarifaires au choix
- Souscription facilitée et digitalisée
- Forfaits spécifiques à la maternité
- Prise en charge de prestations bien-être (en fonction du niveau souscrit)



DENIS BARBAROSSA

Expert-comptable et commissaire aux comptes
Président d'Honneur de l'IFEC



LA PRESSION DU TEMPS RÉEL ET LA RÉALITÉ DE NOS COMPTABILITÉS

Comment osez-vous ne pas présenter un joli tableau de bord et autres graphiques à vos clients en temps réel ? Tant d'acteurs proposent désormais en quelques clics de mettre à disposition une information vous libérant des tâches chronophages pour vous concentrer sur l'essentiel ! Alors pourquoi ne pas avoir sauté le pas ?

Parce que vous estimez qu'une **comptabilité de trésorerie** n'est pas une image fidèle de la situation de vos clients ? Certes, mais dans de nombreux cas elle permet gain de temps et efficacité, tout en étant permise par le législateur (CA <818 k€ pour ventes et hébergement, <247 k€ pour les prestations de services en basculant en créances/dettes en fin d'exercice).

Parce que demain la facture électronique obligera votre client à plus d'implication dans son administratif... sans aucun doute ! en attendant, des solutions existent pour simplifier la gestion de votre process de production autour du triptyque **acquisition, traitement, restitution**.

Parce que ces levées de fonds démesurées vous inquiètent et prédisent une sortie prochaine des investisseurs du premier tour et des fondateurs dans un laps de temps trop court comparativement à votre implication chez vos clients ? pas faux !

Ces derniers mois seulement, des **centaines de millions d'euros ont été déversés** dans l'écosystème par des fonds attirés par notre profession : fort taux de pénétration dans l'économie des TPE/PME et associations, fort taux

de confiance de nos clients... et forte récurrence de nos missions sont autant de facteurs alléchants pour les fonds spéculatifs ! Sans même évoquer les rachats de quelques acteurs dominants suscitant d'importantes questions légitimes et augmentation des coûts pour nos cabinets.

Pour preuve, depuis des années, combien de solutions disruptives ou low-cost ont été lancées, en surfant sur nos peurs et le prix supposé démesuré de nos prestations ? Pour quel résultat concret ? c'est oublier un peu vite que **nous ne vendons pas du presse bouton**, surtout à l'heure de la prétendue simplification ! Notre profession libérale est au service de l'économie, de ses clients, de la liberté d'entreprendre.

Alors pourquoi une minorité reste persuadée que quelques millions d'euros de la Profession permettront de tout chambouler face à ces valorisations folles et au changement permanent des technologies ? **Sachons garder notre âme et notre raison d'être** : celle d'une profession libérale, chargée d'accompagner ses clients, de fédérer des solutions pour assurer la meilleure information à nos clients. Notre ambition ne doit pas être de devenir un éditeur... Mais de cadrer les enjeux, investir le champ réglementaire comme l'a fait la majorité précédente en investissant le champ de la Factur-X trop longtemps laissé à d'autres. Une Institution doit réguler, normer, certainement pas investir l'argent du régalien, de nos cotisations pour jouer au loto.

Alors que de nombreuses solutions existent et se battent pour une information plus compréhensible pour nos clients, à nous de nous appuyer sur ces solutions pour compléter notre palette de services en les proposant à nos clients, les accompagnant sur la gestion au quotidien, ne nous trompons pas de combat ! les enjeux sont trop importants pour être balayés d'un coup de talonnette...



JEAN-MARC JAUMOULLÉ

Expert-comptable
Élu IFEC CSOEC



PLATEFORME COMPTABLE ET EXERCICE ILLÉGAL

Les avocats ont contesté en justice l'exercice des plateformes juridiques ; en vain. La profession comptable connaîtrait-elle un autre sort si elle s'engageait à son tour dans une bataille judiciaire contre les plateformes délivrant des services comptables ?

Les monopoles de droit ou les prérogatives d'exercice accordés à certains acteurs économiques ont principalement deux objectifs, à savoir préserver les intérêts de l'État et protéger le client. Au fil du temps, ce dernier fondement s'étioule de façon inéluctable, renforçant par là-même, dans l'esprit des fournisseurs des biens ou de services encadrés, le sentiment de leur propre protection. Ce qui n'était que la conséquence d'une délégation de puissance publique (en contrepartie de contraintes, l'Etat accorde une protection) en devient la cause (à défendre ?).

■ COMMENT S'OPÈRE CE REVIREMENT INEXORABLE ?

Dans un marché contraint, où le choix du fournisseur n'est pas totalement libre en dépit de leur nombre, ce dernier se sent protégé. Sa politique tarifaire se transforme en rente. Sa perception des besoins du client et sa vigilance de l'environnement s'affaiblissent tout comme sa capacité à se remettre en question et à innover. Et un matin, il se réveille avec stupeur, constatant qu'un ou plusieurs autres acteurs sont en train de fondre sur son marché. Son premier réflexe est alors de crier aux loups et d'appeler ses congénères à se réfugier avec lui derrière la ligne Maginot de l'exercice illégal de son activité.

Toute ressemblance de cette démonstration avec ce que nous vivons dans notre profession au sujet de la tenue de comptabilité, voire dans une moindre mesure, au sujet de l'établissement des comptes et des déclarations fiscales, serait bien évidemment totalement fortuite. Eh oui, ça fait

mal, surtout que la tenue, quoi qu'on en dise, est une activité très rentable.

Alors, pouvons-nous efficacement combattre les plateformes de services comptables avec l'article 20 de notre chère ordonnance de 1945 ? Non seulement les armes ne sont plus adaptées, mais c'est trop tard.

■ UNE BATAILLE PERDUE ?

Reposant sur une sanction pénale, l'article 20 est donc d'interprétation et d'application strictes. **Pour être sanctionné pour exercice illégal de la profession d'expert-comptable**, quatre critères doivent être cumulativement réunis :

1. Exécuter habituellement des travaux prévus à l'article 2 de l'ordonnance (dont la tenue de comptabilité et l'arrêté des comptes), **2. Sans être inscrit** au tableau de l'Ordre des experts-comptables, **3. En son nom**, **4. Sous sa propre responsabilité**. Dès lors qu'une plateforme se limite à mettre à disposition un outil et à délivrer des informations (y compris sur la façon de constater telle opération ou de compléter telle déclaration), elle n'exécute pas de travaux comptables. De surcroît, les travaux sont réalisés par son client sous la responsabilité de celui-ci ou même de son expert-comptable. Les chances de succès sont donc bien minces, pour ne pas dire nulles. Certains personnages politiques de notre profession évoqueront pourtant la théorie de l'acte comptable, d'autres qu'aucune bataille n'est perdue tant qu'elle n'a pas été menée... Ils ne feront alors qu'enfermer les experts-comptables dans leurs certitudes, retardant d'autant le moment de réagir.

Car c'est sur le terrain économique que cette bataille est en partie déjà perdue. L'utilité ne se décrète pas. Ces plateformes prennent des parts de marché car elles répondent à des besoins que nous n'avons pas su satisfaire. Ce sont nos clients qui se détournent de nous à leur profit, car ils y trouvent un intérêt (fondé ou pas ? ce n'est pas la question). Plutôt que d'espérer en des victoires à la Pyrrhus, il est urgent pour nous, experts-comptables, surtout avec l'avènement de la facture électronique, de nous réinventer, y compris en utilisant ces plateformes à notre avantage.



GUILLAUME UFFERTE

Expert-comptable et Commissaire aux comptes
Président de la section IFEC Aquitaine



POSITIONNEMENT DES PLATEFORMES DANS LE DOMAINE DE LA COMPTABILITÉ

Dans le domaine de la comptabilité, les plateformes collaboratives en ligne se définissent comme la mise à disposition, via le cloud, d'un ensemble de logiciels et d'applicatifs regroupant de nombreuses fonctionnalités.

Les plateformes visent à améliorer l'expérience de l'utilisateur, en quête permanente de simplicité et d'efficacité, afin de se délester de tâches chronophages et à faible valeur ajoutée.



Elles permettent la réalisation fluide et en temps réel du triptyque relatif à la data :

1 - Acquisition, 2 - Traitement, 3 - Restitution.

La mise à disposition d'une plateforme de gestion comptable ne relevant pas de la prérogative d'exercice de l'expert-comptable, nous retrouvons donc logiquement les plateformes sous deux angles : celles dont le choix est de proposer leurs services directement aux utilisateurs et celles qui capitalisent sur les effets indéniables de la marque expert-comptable et qui proposent un partenariat « gagnant-gagnant » à coconstruire ensemble au service de leurs clients communs.

Proposer des services
directement aux
utilisateurs



Proposer un partenariat
"gagnant-gagnant"



DES PLATEFORMES QUI FONT LE CHOIX DE S'ADRESSER DIRECTEMENT AUX UTILISATEURS...

Indy, ex Georges, qui a levé 35 millions d'euros il y a tout juste un an, se revendique comme « le logiciel de Comptabilité en ligne pour les indépendants et les libéraux » et ne fait le choix que de la mise à disposition d'une plateforme de compilation de la data permettant à l'utilisateur d'accomplir ses obligations déclaratives. La levée de fonds était d'ailleurs motivée comme « la généralisation de son alternative au comptable ». Au comptable, certainement ; à l'expert-comptable, assurément pas !

Ainsi, avec une offre de prix séduisante, la plateforme tente par tous les moyens de se montrer attractive en se comparant à notre profession, qu'elle décrie pourtant avec beaucoup de ferveur !

« Comparez Indy à un expert-comptable »

Les arguments chocs

- Pas d'obligation légale de faire appel à un expert-comptable
- Indy est en moyenne 2 à 5 fois moins cher qu'un expert-comptable et sans engagement
- Satisfaction client (plateforme largement plébiscitée)
- Fonctionnalités
- Service client

	indy <small>ex georges</small>	Expert-comptable
Conseil délivré par un expert-comptable		

Son positionnement ne fait, en réalité, que renforcer notre légitimité sur un marché où l'expert-comptable est le premier conseiller du chef d'entreprise. L'enjeu pour la profession est alors de s'adapter pour allier outil et conseil par l'exploitation de la data notamment.

Force est de constater qu'Indy exploite la data de la même manière qu'un expert-comptable doit aujourd'hui être en capacité de le faire à ceci près, comme elle reconnaît bien volontiers dans son offre comparative, qu'elle n'est pas en mesure de délivrer du conseil...

■ ... AUX PLATEFORMES QUI MISENT SUR UN PARTENARIAT « GAGNANT-GAGNANT » AVEC LES EXPERTS-COMPTABLES

Nombreuses sont les plateformes qui, a contrario d'Indy, ont fait un choix stratégique de collaborer avec les experts-comptables.

« Pennylane lève 50 millions pour concurrencer Sage et Cegid » - Les Echos - 31 janvier 2022

Revenons sur cette toute récente levée de fonds qui témoigne une nouvelle fois des nombreuses opportunités que suscite le marché de la comptabilité. Ces opportunités sont d'ailleurs confirmées par l'évolution de l'offre diversifiée qui nous est faite tant par les éditeurs historiques que par les nouveaux entrants. Nouveaux entrants qui se positionnent clairement comme des concurrents à ces éditeurs historiques.

Ancien cabinet d'expertise comptable, la société est désormais un éditeur de logiciel à part entière. Pennylane assure le développement d'une plateforme de comptabilité et de gestion financière destinée aux TPE-PME et aux cabinets d'expertise comptable. Alors qu'à l'origine elle proposait une solution d'expertise comptable en ligne pour TPE-PME, elle change de cap avec un repositionnement sans appel visant à s'adresser principalement aux experts-comptables qui équipent à leur tour leurs entreprises clientes.

Son modèle économique étant repensé, l'acquisition client semble ainsi plus rapide et peu coûteuse.

La comptabilité ne pourra jamais être à 100% automatisée, l'intervention de l'humain devrait voir le modèle évoluer de comptable vers conseiller du chef d'entreprise au service du copilotage de son activité.

Dans notre réflexion, il est primordial de ne pas confondre « cabinet en ligne » et « cabinet utilisant des outils de gestion en ligne ». Les outils en ligne peuvent être accessibles à tous les cabinets et ont pour objectif de leur permettre de se transformer en plateforme. Il y a là une manière fondamentale de repenser la relation client-cabinet.

■ ET DANS CET ENVIRONNEMENT AUX ENJEUX MAJEURS POUR NOTRE PROFESSION, QUELLE PLACE POUR DRAKARYS ?

Le Conseil National de l'Ordre des Experts-Comptables a annoncé le 5 juillet dernier la création de Drakarys, société d'investissement ayant pour vocation d'entrer au capital des start-ups qui innovent dans les domaines de l'expertise comptable et de l'entreprise.

Présentée comme une société d'investissement des experts-comptables pour les experts-comptables, la première levée de fonds fait état de souscriptions comprises entre 7,5 et 7,98 millions d'euros.

Chaque expert-comptable vecteur de la marque au quotidien sur le terrain doit être maître de sa stratégie.

L'indépendance vis-à-vis des éditeurs doit être le leitmotiv de l'institution.

Le rôle de l'institution consiste-t-il, via un fonds d'investissement que celle-ci plébiscite, à favoriser telle ou telle solution de Comptatech, RHtech et Legaltech ?

Je suis convaincu qu'il s'agit d'une parfaite utopie qui n'aura, à long terme, que pour conséquence de créer un fossé entre la profession et ses éditeurs.

Au rythme des évolutions technologiques, notre profession doit avoir l'ambition de pouvoir avoir à sa disposition toutes les solutions que le marché peut lui offrir, et cela dans l'intérêt premier des utilisateurs finaux que sont nos clients !

LE RÔLE DE L'IFEC FACE À UNE INSTITUTION QUI N'OPÈRE PAS LES BONS CHOIX STRATÉGIQUES POUR NOTRE PROFESSION



A la lumière de l'ensemble des constats que nous avons mis en exergue lors de notre **IFEC LIVE du 2 décembre dernier**, grâce à la pluralité des acteurs et à la richesse de leurs interventions, dont notamment celle de notre invité, Jacques BAUDOZ, PDG de JouéClub, notre syndicat se saisit de ce sujet et se place comme incubateur de la dynamique.

Cela implique la constitution d'un groupe d'échange et de réflexion qui sera notamment en charge de réaliser une enquête similaire à celle réalisée l'année dernière sur les Editeurs. Concrètement, chaque expert-comptable qui doit faire un choix stratégique face à une offre de plus en plus abondante, devra ainsi être en mesure d'être informé, accompagné et formé dans cette transition tant inévitable que nécessaire.



Soyons confiants pour notre avenir, il existe aujourd'hui un panel de solutions permettant à l'expert-comptable de mettre à la disposition de ses clients une plateforme afin qu'il puisse répondre aux besoins du marché.

Les importantes levées de fonds réalisées par les ComptaTech ces dernières années démontrent l'intérêt du marché de la comptabilité. Elles induisent, de fait, un positionnement clair à prendre par notre profession, qui a une place dont la légitimité dans cet écosystème n'est plus à démontrer.



JULIEN PORCARELLI

Expert-comptable
Président CJEC Aquitaine



LES PLATEFORMES ET L'ÉCOSYSTÈME EXPERTISE COMPTABLE

■ À PROPOS DE L'OFFRE DE SERVICE...

Faisons-nous la même chose ?

Il apparaît clairement que non. Dans un cas, nous parlons de « robot comptable » qui doit permettre une vulgarisation de la matière comptable, de l'autre nous parlons d'accompagnateur de dirigeant (tour à tour coach financier, confident, conseiller...). La période COVID a, à ce niveau, permis de démontrer combien l'expert-comptable peut jouer le rôle d'amortisseur.

Avons-nous les mêmes valeurs et les mêmes obligations ?

Le risque d'utiliser des plateformes qui sont non sécurisées et non tenues au secret professionnel a-t-il été bien communiqué au grand public ? -avec le risque de diffuser les données bancaires et comptables sur le net sans l'aval des clients-

Au regard du cas de la plateforme Swoon (fintech qui proposait un livret d'épargne adossé à un taux de rémunération de 3 %) qui a été placée en liquidation judiciaire et a laissé un arriéré d'un million d'euros, que se passera-t-il si la plateforme doit fermer brutalement ? Le client, en cas de contrôle fiscal, pourra-t-il fournir un FEC ?

■ ET SI CE MODÈLE DE PLATEFORME DEVAIT SE DÉMOCRATISER ?

Un risque pour l'expert-comptable créateur ex-nihilo

Si l'on part sur la banalisation des plateformes, il y a de fortes chances que les créateurs d'entreprise se tournent prioritairement sur ces solutions (comme Quonto, Alan, Payfit pour d'autres services aux entreprises). Dès lors, comment un jeune confrère va-t-il lancer son activité s'il n'a plus cette manne-là ?

Un virage à prendre pérenne pour le jeune confrère ?

Le jeune confrère se voyant privé de nouveau dossier se verra peut-être proposer généreusement d'établir des examens de conformité fiscale ? En effet, cette transformation du métier ne risque-t-elle pas de transformer certains jeunes confrères, producteurs d'examen de conformité fiscale à la chaîne, tel un chauffeur d'UBER ?

■ LA VISION STRATÉGIQUE DE LA PLATEFORME : DE LA START UP NATION À LA POLITIQUE DE LA TERRE BRULÉE...

... L'heure de la contrattaque

Le renversement de la chaîne de valeur

L'objectif de la plateforme est de renverser la chaîne de valeur afin de rétrograder l'image du service proposé (ce service est sans valeur donc ne vaut rien et donc ne coûte rien...).

Ainsi, nous le voyons déjà, certains mettent en avant la problématique de disponibilité, de convivialité de l'outil, d'ergonomie, de réactivité et bien sûr de prix.

Pour appliquer cette vision, la plateforme joue sur deux leviers :

- Une politique commerciale agressive sur les réseaux sociaux et sur les blogs pour le non payant et l'achat massif de mots clés sur google,
- Une politique tarifaire ultra agressive afin de faire décrocher très nettement la chaîne de valeur.

Et si on contrattaquait ?

L'expert-comptable a de nombreux atouts à mettre en avant, outre bien sûr ses connaissances, et pourrait aisément se concentrer par exemple sur deux axes :

- Travailler sur les échanges physiques et le relationnel client (pour retrouver du lien client),
- Basculer sur la partie dématérialisation des échanges pour améliorer et fluidifier les échanges clients-experts et optimiser le gain de temps vers des missions complémentaires.



ÉRIC GILLIS

Expert-comptable et Commissaire aux comptes,
Membre du bureau national de l'IFEC



LA PLACE DES ÉDITEURS DANS LA PROFESSION

L'IFEC a réalisé une enquête auprès de la profession l'année dernière pour mesurer la répartition des principaux outils de production dans les cabinets et la satisfaction ressentie par les utilisateurs. 1 000 confrères ou collègues ont répondu à l'enquête en deux semaines.

Au-delà des messages qui nous ont été adressés et que nous avons relayés tant auprès des éditeurs que de l'institution, nous avons pu observer qu'environ 50 % des cabinets répondants étaient « mono-éditeurs », regroupant les principales fonctions étudiées (digitalisation, gestion électronique des documents, comptabilité, gestion interne et commerciale, indicateurs clés pour nos clients...) dans un seul et même outil.

Cela signifie qu'en confessant être « mono-éditeur », 50% de la profession reste attachée à ce « prêt-à-porter numérique » certainement plus simple à intégrer mais la laissant globalement insatisfaite et rendant les évolutions plus difficiles. C'est ce que permettait de conclure l'enquête. Comme nous le rappelions alors, c'est finalement l'éditeur qui définit la stratégie digitale du cabinet au travers de ses innovations (ou pas...), le rendant captif (souvent avec des délais d'engagement beaucoup trop longs) et soumis à ses exigences tarifaires.

**" LA PROFESSION RESTE ATTACHÉE
AU PRÊT-A-PORTER NUMÉRIQUE "**

Nous avons interpellé l'institution en lui demandant de nous aider à prendre en main notre évolution numérique, de nous aider à nous faire entendre des éditeurs afin qu'il nous soit permis d'utiliser des solutions « multi-opérateurs » qui peuvent communiquer entre elles au

moyen d'API rendant possible à tout un chacun de choisir ses solutions « sur-mesure ».

**" NOUS AVONS BESOIN DE SOLUTIONS
MULTI-OPÉRATEURS ! "**

Il est difficile d'imaginer dès lors que les éditeurs traditionnels qui verrouillent bien souvent le marché de la production comptable des cabinets par des outils peu ouverts à l'extérieur soient en capacité de répondre aux besoins que pourraient exprimer les cabinets qui souhaiteraient développer de réelles plateformes de service.

La production comptable est essentielle dans nos cabinets puisqu'elle assure la production de l'information financière, c'est-à-dire la data, cet or noir qui devrait alimenter les nouveaux outils de l'expert-comptable afin de produire la réelle valeur ajoutée à travers les nouvelles missions que nous devons être en mesure de proposer pour répondre aux attentes de notre clientèle. Nous le voyons bien, la valeur ajoutée est à l'extérieur de l'outil de production.

**" LA VALEUR AJOUTÉE EST À L'EXTÉRIEUR
DE L'OUTIL DE PRODUCTION "**

Plus que jamais, le cabinet souhaitant évoluer vers une plateforme de services doit évoluer vers l'interopération de plusieurs solutions et doit donc intégrer ce facteur dans le choix de ses éditeurs.

Nous sommes en droit d'attendre du Conseil Supérieur de l'Ordre des Experts-comptables qu'il donne les moyens à la profession de prendre le virage du numérique, au vu des enjeux majeurs qui s'annoncent.

La réponse, que nous avons déjà annoncée l'année dernière, ne nous semble pas adaptée à la situation. La création d'une société d'investissement choisissant d'in-



vestir (sans que les éléments de choix n'aient été réellement définis) chez un éditeur comptable peut séduire au premier abord.

Certains diront que nous prenons en main notre avenir en nous donnant la possibilité de créer un logiciel comptable de la profession, pensé et conçu pour répondre au mieux à nos besoins...

Mais comment imaginer pouvoir durablement influencer un éditeur avec quelques millions d'euros investis lorsque certains font des levées de fonds de plus de 50 millions d'euros pour le développement de leurs solutions.

Qui dit que la solution choisie aujourd'hui sera le meilleur support demain ? Nous ne pouvons même pas dire si elle l'est aujourd'hui puisque nous ne connaissons pas les critères techniques qui ont permis le choix.

Mais est-ce vraiment le rôle de l'Institution ? En a-t-elle les compétences ? Et les moyens ? Pourquoi ne pas être transparent sur les critères, sur les choix et dans la gouvernance de la société d'investissement ?

Au contraire, nous avons besoin de notre institution – plus que jamais – pour peser de tout son poids auprès des éditeurs pour leur faire entendre nos besoins et en particulier notre souhait de travailler avec des outils interopérés que nous choisirons. Il en va de notre avenir et du développement de nouvelles missions qui permettront aux experts-comptables de conserver leur place de leader du conseil et de l'accompagnement des entreprises.

***" NOTRE SOUHAIT EST DE TRAVAILLER
AVEC DES OUTILS INTEROPÉRÉS "***

Le Conseil Supérieur de l'Ordre des Experts-comptables démontre sa vision à court terme en nous berçant d'illusions. L'IFEC au contraire prône une vision responsable, à long terme, où la profession doit être en mesure de se faire entendre de tous les éditeurs. L'institution doit l'y aider au lieu de creuser un fossé autour de Drakarys...



CHRISTOPHE PRIEM

Expert-comptable et Commissaire aux comptes,
Président National de l'IFEC



VALORISONS NOS MARQUES EXPERT-COMPTABLE ET COMMISSAIRE AUX COMPTES

Les difficultés de recrutement que rencontrent nos cabinets sont réelles et renforcées depuis plusieurs mois par un contexte général de sortie de crise où l'on constate dans tous les secteurs une tension inédite du marché du travail.

La question des ressources humaines est le plus gros challenge des dirigeants de cabinets (avec la question des SI). Mais ce problème est avant toute chose la conséquence d'un phénomène très positif : nous avons des clients qui ont de plus en plus besoin de nous et qui nous confient de nouvelles tâches.

Si cela peut sembler être une évidence, nous devons tout de même savoir nous rappeler qu'il est préférable d'être acteur d'un marché en croissance que de subir le déclin de son activité.

En pleine période fiscale où la tension sur les équipes est à son comble, j'ai conscience que ce discours positif n'est pas forcément audible, **mais je reste persuadé qu'au moment de choisir une orientation professionnelle, un esprit rationnel préférera opter pour un secteur qui embauche et qui a des perspectives.**

■ NOS MARQUES SONT-ELLES UN ATOUT OU UN INCONVÉNIENT ?

Si les défis à relever pour les deux métiers, expert-comptable et commissaires aux comptes, ne sont pas les mêmes, les enjeux en matière d'attractivité sont identiques.

La question de l'attractivité de notre profession se pose en permanence depuis de nombreuses années. Même si tout (ou presque) a été tenté par les différents acteurs de la profession pour améliorer l'attractivité de notre secteur, force est de constater que le problème reste entier. Il faut continuer à communiquer sur nos métiers, à valoriser nos « marques » expert-comptable et commissaire aux comptes.

Faut-il changer de nom pour attirer ? Pour l'expert-comptable comme le commissaire aux comptes, cette même question revient régulièrement.

Si ces titres peuvent légitimement apparaître à certains comme réducteurs, je pense qu'à ce stade, nous avons plus à perdre qu'à gagner à en changer.

Nos marques sont installées dans le monde économique. Notre image est bonne auprès de nos clients qui nous font confiance. Le caractère réglementé de nos professions, leur déontologie, la qualité de nos prestations sont des atouts qu'il faut mettre en valeur en affirmant ce que nous sommes.

La crise a été une formidable occasion pour la profession de gagner en visibilité, de montrer son utilité et son savoir-faire. Il faut capitaliser sur cette séquence.

■ METTRE EN LUMIÈRE L'ÉVOLUTION DE NOS MÉTIERS

Il ne faut pas renier ce que nous sommes : des professionnels rigoureux et éthiques dont l'image est rassurante pour nos clients mais aussi l'ensemble de ceux qui les entourent.

Nous devons toutefois apprendre à nous faire parfois violence en mettant en avant d'autres facettes de nos métiers. Nous sommes aussi des entrepreneurs, nous savons prendre des risques, nous savons nous adapter, nous réinventer, nous avons besoin de profils de plus en plus variés et les mots « comptables » ou « comptes » sont de moins en moins présents dans les annonces de recrutement publiées par les cabinets.

Il faut faire comprendre à notre environnement que nos « marques » recouvrent des activités très diverses et des périmètres d'intervention très larges.

■ VALORISER L'EXTENSION DE NOS PÉRIMÈTRES D'INTERVENTION

A la faveur des évolutions réglementaires de ces dernières années, nos périmètres d'intervention en tant qu'expert-comptable, mais aussi en tant que commissaire aux comptes se sont élargis.

Notre socle étant solide et bien identifié, c'est sur ces nouveaux champs qu'il faut axer notre communication. Faire valoir nos compétences spécialisées est une manière de parler au marché bien sûr mais aussi d'attirer de nouveaux talents pour qui l'aspect « comptable » ne serait pas suffisant.

■ NOUS INCARNONS LA MARQUE

Nous sommes les ambassadeurs de notre profession. Nous incarnons individuellement et collectivement les marques « expert-comptable » et « commissaires aux comptes ». Sachons les rendre attractives par l'image

que nous diffusons, particulièrement sur les réseaux sociaux où nos futurs collaborateurs et futurs clients viennent s'informer.

Sortons de l'entre-soi et de l'auto-flagellation... certains échanges entre professionnels sur les réseaux sociaux peuvent parfois freiner les ardeurs des personnes qui auraient souhaité nous rejoindre. Nous pouvons avoir des raisons d'être agacés... nous avons le droit de le faire savoir... cela fait du bien... mais prenons garde à ne pas faire que cela... Sachons communiquer aussi de manière positive, sur nos succès, sur la qualité des relations avec nos clients, sur ce que nous faisons au quotidien, qui est passionnant.

De plus en plus de consœurs et de confrères font ce choix. Certes, ils le font pour eux, pour valoriser l'image de leur cabinet, mais ils participent ainsi à un effort collectif de modernisation de notre image. Merci à eux ! Pour celles et ceux qui auraient plus de mal à s'y mettre, l'IFEC a mis en place des modules d'accompagnement pour être rapidement efficace. N'hésitez pas à les suivre, ce n'est pas du temps perdu !

Montrons nos savoir-faire, mettons en valeur nos compétences, apprenons à utiliser les codes de la communication digitale... Mais surtout montrons une image positive de la profession, car il y a des raisons d'être optimistes !





LAURE BONNAMOUR

Expert-comptable
Présidente section IFEC Normandie



■ UN CONSTAT DÈS L'INSTALLATION

Diplômée en janvier 2019, je me suis tout de suite installée ex-nihilo en mars 2019.

Libre de créer le cabinet à mon image, j'ai décidé de travailler de manière totalement dématérialisée. Je n'ai volontairement pas acheté d'imprimante et, mises à part les relations avec certaines administrations, je ne ressens absolument pas le besoin de m'en servir.

Toutefois, la dématérialisation des outils de travail en expertise comptable présente des inconvénients. Après des mois entiers de recherches et de tests d'outils, j'ai pu en arriver à la conclusion suivante : les plateformes proposées par les éditeurs sont soit très spécialisées et donc très onéreuses, soit orientées client final et ne répondent pas aux besoins des cabinets d'expertise comptable.

■ UNE RÉACTION

J'ai été très frustrée de voir à quel point le service des éditeurs était pauvre comparé à l'enjeu des cabinets dans le domaine du numérique.

Je ne comprenais pas non plus pourquoi l'Ordre des Experts-Comptables ne produisait pas un dossier de travail dématérialisé pour accompagner les experts-comptables dans le respect de leurs obligations déontologiques.

J'ai alors participé à un « startup weekend » et j'ai rencontré des développeurs. Nous avons étudié les possibilités de développement d'outils efficaces et simples à utiliser pour faciliter la vie des collaborateurs de cabinet. On évoque souvent les problématiques d'attractivité de notre profession mais les outils utilisés au quotidien font partie pleinement de l'équation.

Ainsi, de cette aventure est né Kanta, une solution pour gérer la lutte anti-blanchiment des cabinets d'expertise comptable.

■ DES SOLUTIONS

Aujourd'hui encore, je me dis souvent que nous sommes capables d'envoyer des humains dans l'espace mais que nos outils de production ne sont pas capables de communiquer entre eux !

Ce qui est certain, c'est que, sans les plateformes, ce serait très difficile de se lancer comme expert-comptable indépendant car il y a beaucoup d'avantages à informatiser la comptabilité.

Cependant, **trois difficultés se présentent à nous** :

- **Répertorier** l'ensemble des plateformes disponibles prend du temps
- Les **imbriquer** les unes aux autres relèvent parfois de l'exploit
- La **rentabilité économique** n'est pas toujours au rendez-vous

Des solutions existent pour chaque problématique.

- L'Ordre doit accompagner les consœurs et les confrères. Au CROEC de Normandie, nous avons ouvert une plateforme d'échanges entre experts-comptables pour échanger et mutualiser les expériences sur les plateformes et outils comptables.
- Concernant les échanges de données entre les solutions, aujourd'hui les plateformes développent des API mais la peur de la concurrence empêche la fluidité dans la transmission des informations. Combien de fois doit-on saisir les informations d'un nouveau client ? Une bonne dizaine de fois minimum !!! L'institution, à mon sens, devrait jouer un rôle de régulateur sur le marché. Elle devrait être LA plateforme d'agrégation des outils et imposer une API publique pour garantir la fluidité dans la transmission des informations entre les outils.
- Enfin, sur le plan économique, la rentabilité passe nécessairement par un changement de son modèle économique et un peu de pédagogie auprès de nos clients. Ils doivent comprendre qu'ils ont une facture avec le service de l'expert-comptable et à côté un outil numérique.

Car attention ! Le numérique ne simplifie rien, au contraire, il rend les choses plus complexes. Mais que serait notre métier sans un peu de complexité !