

## Quelles perspectives de nouvelles missions pour l'expert-comptable ?

Par Isabelle PORCEL et Philippe BARRÉ, Associés, Pluriel Consultants

**Cette quatrième synthèse sur l'étude de l'Observatoire de la profession consacrée au "Marché de la profession comptable" fait la lumière sur les attentes des clients et des non-clients vis-à-vis des experts-comptables.**

### Des prestations récurrentes...

#### Assistance et information de gestion

C'est l'attente principale des entreprises comme des associations, qu'elles soient clientes ou non d'un expert-comptable. Ainsi, parmi les entreprises non clientes interrogées, près de 3 sur 4 répondent que les cabinets devraient proposer des services dans ce domaine. Ce pourcentage est d'autant plus remarquable qu'il marque une progression de plus de 20 % par rapport à son niveau en 2005. La crise économique de 2009 peut expliquer cette évolution qui place l'expert-comptable comme le prestataire privilégié sur ce marché de l'information de gestion.

Les associations, clientes ou non, affichent une proportion comparable tandis que du côté des entreprises clientes, la proportion observée est légèrement inférieure (avec 68 %).

Cette demande est exprimée dans des proportions identiques par les TPE comme les PME, les petites ou moyennes associations, légitimant ainsi une offre dans ce domaine quels que soient la taille ou le statut juridique de la clientèle.

Le positionnement des cabinets sur ces missions représente un potentiel d'autant plus accessible que seulement 20 % des entreprises ou associations interrogées déclarent avoir recours à d'autres professionnels pour obtenir ces prestations.

#### Suivi de l'activité

Une entreprise ou association sur deux, cliente ou non, souhaiterait trouver auprès d'un expert-comptable une prestation de suivi mensuel de son activité à l'aide de tableaux de bord. Les réponses montrent une certaine sensibilité à la taille des entités, le besoin augmentant avec l'effectif. Pour autant, l'attente de ce type de missions est de 50 % auprès des TPE (clientes ou non), y compris sans salariés, et de 53 % pour les TPA (toute petite association) clientes.

#### Gestion du contentieux et recouvrement

Ces prestations représentent une attente largement partagée par les entreprises

non clientes qui, dans 56 % des cas, estiment qu'un cabinet d'expertise comptable devrait proposer de tels services. La proportion n'est pas aussi forte auprès des entreprises clientes (un peu plus d'une sur 3) et des associations (40 % des associations clientes et même près de 50 % des associations non clientes). Sur ce point, la reconnaissance des compétences du professionnel comptable apparaît plus évidente pour les non-clients que pour les clients qui voient dans l'expert-comptable un professionnel de la comptabilité mais peu comme un partenaire pouvant jouer un rôle de conseil auprès de ses clients.

Les entreprises qui manifestent la plus forte attente sont les TPE comparativement aux PME.

### ... ou ponctuelles

#### Aide à la négociation de crédit

L'aide à la négociation de crédit ressort en seconde position des attentes des entreprises (61 % chez les entreprises non clientes et même 67 % chez les entreprises clientes). Ce sont surtout les TPE qui expriment ce besoin : 67 % des TPE attendent une offre sur ce point contre une proportion de 57 % parmi les PME.

Lorsqu'elles font appel à un expert-comptable, les associations lui reconnaissent tout autant un rôle à jouer sur ce terrain avec un taux de réponse de 60 %. Pour les associations non clientes (essentiellement des TPA), elles sont moins d'une sur deux à exprimer cette attente.

#### Conseil en gestion de patrimoine privé

Comme pour l'aide à la négociation de crédit (mais contrairement à l'assistance et la recherche d'information), les entreprises clientes sont plus nombreuses à exprimer une attente sur ces missions que les non-clientes. Il semble donc que la relation établie par l'expert-comptable

avec ses clients contribue à renforcer sa légitimité dans ce domaine.

Près de deux entreprises clientes sur trois souhaiteraient trouver dans un cabinet d'expertise comptable une prestation de conseil en gestion de patrimoine contre un peu plus d'une entreprise non cliente sur deux.

Sur ces missions, les associations expriment légitimement moins d'attente : un peu plus d'une association cliente sur deux exprime une attente en matière de conseil en gestion de patrimoine contre seulement 34 % pour les associations non clientes.

#### Conseil en acquisition d'équipements

Alors que près de la moitié des entreprises non clientes considère que l'expert-comptable devrait proposer des services en matière de conseil dans l'acquisition d'équipements, moins d'un tiers des entreprises clientes associent l'expert-comptable à ces prestations. Malgré la relation établie avec leur expert-comptable, les entreprises ont du mal à percevoir l'apport de ce professionnel dans ces occasions.

Les associations présentent, quant à elles, des taux de réponse relativement homogènes qu'elles soient clientes ou non d'un expert-comptable et même assez significatifs à près de 50 %.

### Conclusion

Qu'elles soient récurrentes ou ponctuelles, les prestations attendues de la profession révèlent un potentiel de missions intéressant. Elles révèlent aussi, de la part des clients des experts-comptables, une véritable méconnaissance de l'offre de ces derniers. A qui la faute ? Les clients souhaiteraient trouver des prestations chez leur expert-comptable alors que ce dernier les propose déjà ! Les experts-comptables pourraient donc formaliser leur offre et renforcer leur communication sur ces marchés du conseil, ne serait-ce que vis-à-vis de leurs propres clients, s'ils veulent capter de nouvelles missions. ■

### Pour en savoir plus

OEC Observatoire de la Profession : "Le marché de la profession comptable", enquête 2010, disponible en téléchargement gratuit sur : [www.experts-comptables.fr/csoec/communication/congres/65e-Congres/Outils/Guides-et-Ouvrages](http://www.experts-comptables.fr/csoec/communication/congres/65e-Congres/Outils/Guides-et-Ouvrages)

1. TPA non clientes : chiffre non significatif.

2. Voir l'étude complète, p. 97.