

Le marché de la profession comptable





“ Les perspectives de développement de la profession passent plus par l’élargissement des missions aux clients actuels que par l’obtention de nouveaux clients.”

Gros plan sur la profession comptable

A l’initiative de Pierre Grafmeyer, en charge de la communication et des partenariats professionnels au Conseil Supérieur, l’Observatoire de l’Ordre des Experts-Comptables a publié, lors du 65^e Congrès, deux études exclusives consacrées à la profession comptable.

Les deux premières études que l’observatoire a relancées seront suivies d’une revue trimestrielle portant sur des points particuliers et sur une ou deux études globales annuelles. L’objectif est de fournir régulièrement à tous les professionnels, des outils d’analyse.

La première étude portant sur le « Marché de la profession comptable » présente l’étude de marché réalisée par l’institut TNS-Sofres en février et mars 2010, auprès de dirigeants d’entreprise et d’association. Elle est enrichie de points de vue d’experts-comptables issus de divers horizons.

La seconde étude traite de la « Gestion des cabinets d’expertise comptable ». Elle s’appuie sur l’analyse des principaux enseignements se dégageant de l’enquête réalisée en juin et juillet 2010 auprès des cabinets d’expertise comptable. Sic vous présente une synthèse de ces deux études qui peuvent être téléchargées gratuitement sur le site du Conseil Supérieur, rubrique 65^e Congrès (www.experts-comptables.fr). ■



Guide des associations techniques, des groupements et réseaux de cabinets d’expertise comptable

A l’occasion du 65^e Congrès, l’Observatoire de l’Ordre des Experts-Comptables a publié la troisième édition du désormais célèbre « Guide des associations techniques, des groupements et réseaux de cabinets d’expertise comptable ». Présenté sous forme de fiches, ce guide permet à chaque confrère d’obtenir des informations pratiques sur tous les groupements recensés. Au-delà des informations chiffrées (effectifs, chiffres d’affaires, nombres de sites, présence à l’international...) sont notamment abordées les questions liées à la vocation et aux modalités de fonctionnement de chaque groupement. Cette troisième édition est un outil précieux tant pour les réseaux que pour les cabinets qui s’interrogent sur une telle opportunité.

Le guide, gratuit, peut être téléchargé sur le site du Conseil Supérieur, rubrique 65^e Congrès : www.experts-comptables.fr

“ L’engouement pour des missions complémentaires que la plupart des cabinets proposent, ouvre des opportunités pour la profession. ”

Le marché de la profession comptable

Cette étude présente, en plus de 150 pages, les enseignements tirés d’une série d’entretiens téléphoniques menés par TNS Sofres auprès de dirigeants de 600 TPE-PME et 200 associations ou fondations (comptant au moins un salarié).

Une présence unique auprès des entreprises et des associations

L’expert-comptable apparaît incontestablement comme le prestataire le plus présent tant auprès des entreprises que des associations de moins de 250 salariés. Il se maintient en tête avec une présence auprès de 67 % des entreprises (soit plus de 2 millions d’entreprises) et de 70 % des associations.

Dans les entreprises, l’expert-comptable est tout particulièrement implanté au sein des entreprises de 1 à 49 salariés : près de 90 % d’entre elles font appel à un expert-comptable. Notons que plus l’effectif de l’entreprise augmente et plus la présence de l’expert-comptable recule. Toutefois, quelle que soit la taille de l’entreprise, l’expert-comptable est le seul prestataire extérieur à être présent dans au moins une entreprise sur deux, y compris dans les PME de 100 salariés et plus. Dans ces dernières, le prestataire le plus présent est le commissaire aux comptes. En d’autres termes, les professionnels comptables sont, de loin, les intervenants extérieurs les plus présents dans les entreprises de moins de 250 salariés.

Dans les associations d’un salarié au moins, la position de l’expert-comptable prédomine également par rapport aux autres prestataires extérieurs.

Quelles missions confiées aux prestataires extérieurs ?

Les principaux travaux externalisés auprès des prestataires sont, dans la majorité des cas, le suivi comptable et l’établissement des comptes ce qui participe évidemment à la prédominance de l’expert-comptable comparé aux autres prestataires extérieurs (avocats, notaires, sociétés informatiques...). Le

taux de recours à des prestataires extérieurs sur les travaux comptables est particulièrement élevé parmi les entreprises de 1 à 5 salariés puisqu’il se situe à trois entreprises sur quatre.

L’établissement des déclarations fiscales présente également un taux de recours à un prestataire extérieur de l’ordre de 50 % mais en se limitant à la seule population des entreprises. En effet, les associations, soumises à de moindres exigences en la matière, gèrent majoritairement ces travaux en interne.

Le constat est très proche pour les travaux liés à la paie : une entreprise sur deux confie ces tâches à un expert-comptable tandis que seulement quatre associations sur dix le font. Le taux de recours à un expert-comptable pour la paie est très hétérogène selon la taille des entreprises : tandis que près de deux entreprises de 1 à 19 salariés sur trois font appel à un expert-comptable pour ces travaux, la proportion n’est que de trois sur dix quand l’effectif se situe entre 20 et 49 salariés et même de trois sur vingt pour les PME d’au moins 50 salariés.

A l’inverse, en ce qui concerne l’établissement des déclarations des TNS, l’expert-comptable n’intervient que dans 30 % des entreprises concernées devant les CGA/AGA qui assurent ces travaux pour 15 % des entreprises.

Des besoins exprimés pour de nouvelles missions...

Les entités, clientes ou non, ont été interrogées sur les prestations qu’elles souhaiteraient trouver auprès d’un expert-comptable ou d’une AGC.

Les prestations les plus fréquemment citées concernent l’aide en matière d’information de gestion et de négociation du crédit. Les deux tiers des entreprises,

“ 9 clients sur 10 sont satisfaits de leur cabinet d'expertise comptable. ”

clientes ou non d'un cabinet, déclarent que les cabinets d'expertise comptable devraient proposer ces missions. L'engouement pour des missions complémentaires, que la plupart des cabinets proposent, ouvre des opportunités pour la profession dans la mesure où ces entreprises déclarent faire peu appel à d'autres professionnels pour répondre à ces besoins. Un besoin existe donc, mais ne semble pas satisfait actuellement.

Le conseil en gestion de patrimoine privé est également cité comme un service devant être proposé par les experts-comptables mais dans ce cas, la pénétration sur ce marché paraît plus difficile car d'autres prestataires extérieurs y sont déjà positionnés.

... mais des perspectives limitées de séduire de nouveaux clients

Si des attentes sont massivement exprimées pour compléter la mission de base des cabinets par des prestations d'aide à la gestion, il n'en est pas de même en ce qui concerne les possibilités pour les experts-comptables de capter de nouveaux clients. A la question de savoir si, à l'avenir, elles envisageaient de faire appel à un expert-comptable, environ huit entreprises non-clientes sur dix répondent par la négative.

Autrement dit, les perspectives de développement de la profession passent plus par l'élargissement des missions aux clients actuels que par l'obtention de nouveaux clients.

Les missions réalisées par la profession

En premier lieu, des prestations comptables...

Les besoins des clients varient en fonction de leur taille et de leur organisation.

La mission de « tenue comptable » qui consiste, pour l'expert-comptable, à prendre en charge intégralement les obligations comptables de ses clients, est plus choisie par les entreprises que par les associations, et parmi les entreprises, plus par les TPE (1 sur 2) que les PME.

A l'opposé, l'expert-comptable peut réaliser une mission réduite à la seule élaboration des comptes annuels, le client assurant en totalité la tenue des comptes. Cette mis-

“ En tenant compte des différentes parts de marché de la profession comptable, les trois secteurs d'activité qui offrent les plus forts potentiels de développement sont le commerce, la construction et l'hôtellerie. ”

sion est majoritaire auprès des associations (près d'une sur deux) et des PME (6 sur 10). Entre les deux, les missions intermédiaires qui incluent des prestations de tenue partielle des comptes apparaissent minoritaires avec seulement un client sur cinq, entreprise comme association, qui y a recours.

... mais pas seulement

Lorsqu'une entreprise ou une association fait appel à un expert-comptable pour sa comptabilité, celui-ci réalise très souvent des missions complémentaires qui portent sur :

- ▶ les diverses déclarations fiscales : trois entreprises sur quatre (contre une association sur deux du fait de leurs obligations réduites en la matière) ;
- ▶ le conseil fiscal et la télétransmission des déclarations : près de sept entreprises sur dix (contre moins d'une association sur deux) ;
- ▶ la paie et/ou les déclarations sociales : environ six clients sur dix ;
- ▶ le conseil social : près de six associations sur dix (contre un peu moins d'une entreprise sur deux) ;
- ▶ le conseil juridique et de gestion : environ un client sur deux.

Des missions sociales qui vont souvent au-delà de la seule production des paies

Les missions liées à la paie s'accompagnent neuf fois sur dix de missions complémentaires telles que l'établissement des déclarations sociales, du conseil social ou bien encore des prestations spécifiques (à l'occasion des entrées ou sorties de personnel notamment).

Notons que ces missions périphériques sont généralement facturées de manière regroupée avec la mission sur la paie. Plus de six entreprises sur dix déclarent payer un montant global pour toutes les missions relatives à la paie et au social. Cette proportion atteint même huit sur dix parmi les associations.

Il s'agit là d'une intéressante piste de réflexion pour les cabinets. En effet, la

facturation forfaitaire de la paie (mais plus encore de la mission "globale") a souvent pour effet de plafonner la facturation et ainsi de réduire le taux moyen d'intervention sur les dossiers.

Des honoraires annuels allant en moyenne de 4 000 à 6 000 euros

Les clients ont été interrogés sur le montant des honoraires payés à leur cabinet d'expertise comptable.

Toutes prestations confondues, le budget déclaré, par les clients ayant au moins un salarié, ressort à 6 420 euros pour les entreprises et 4 876 euros pour les associations. Les entreprises sans salarié quant à elles affichent un budget moyen de 2 337 euros. Toutes tailles confondues, les entreprises représentent un budget moyen de 4 234 euros.

Au niveau des seules missions comptables, le budget d'honoraires moyens à l'année s'élève à 3 917 euros pour les entreprises et 3 553 euros pour les associations.

Ces budgets présentent logiquement une sensibilité à la taille des clients avec des budgets moyens de l'ordre de 2 700 euros pour les entreprises sans salarié qui peuvent atteindre entre 10 000 et 15 000 euros pour les PME selon les tranches d'effectifs.

Notons qu'une part significative des clients déclare payer moins de 1 000 euros d'honoraires comptables par an : un tiers des entreprises et un quart des associations sont dans cette situation.

Pour les missions liées à la paie, le budget moyen déclaré est de 2 093 euros pour les entreprises et 2 251 euros pour les associations. Parmi ces clients, plus de quatre entreprises sur dix et près d'une association sur deux se situent dans la tranche des budgets annuels de moins de 200 euros pour ces prestations.

L'analyse détaillée des budgets (toutes prestations confondues) par secteur d'activité permet de relever l'hôtellerie et les industries hors agroalimentaires comme les secteurs aux plus forts budgets moyens

d'honoraires par client (de l'ordre de 6 000 à 7 000 euros, toutes tailles de clients confondues).

En tenant compte des différentes parts de marché de la profession comptable, les trois secteurs d'activité qui offrent les plus forts potentiels de développement sont le commerce, la construction et l'hôtellerie.

Compte tenu des changements de périmètre entre cette étude et la précédente menée en 2006, il est délicat de compléter ces chiffres par une analyse dynamique par comparaison des honoraires moyens de 2006 avec ceux de 2010. De ce point de vue, l'étude menée parallèlement auprès des cabinets (voir plus loin) apparaît plus pertinente au plan statistique.

Une relation de confiance qui s'entretient

Les clients trouvent leur expert-comptable par le bouche à oreille

La relation avec l'expert-comptable naît majoritairement de la recommandation d'une relation professionnelle. L'expert-comptable semble être un sujet de discussion régulier entre chefs d'entreprises, ce qui explique la prépondérance de ce vivier de nouveaux clients.

En ce qui concerne les critères de choix d'un expert-comptable, pour les entreprises, la confiance inspirée par la personne rencontrée arrive en tête devant la réputation du cabinet et sa proximité géographique. Les associations plébiscitent également la confiance de l'interlocuteur ainsi que la proximité géographique.

La satisfaction des clients

Neuf clients sur dix sont satisfaits de leur cabinet d'expertise comptable.

Ils sont autant à déclarer qu'ils recommanderaient leur expert-comptable auprès de leurs confrères ou relations. Ce point très positif doit néanmoins être nuancé car, parmi les clients satisfaits, la part des réponses « assez satisfaits » est significative (55 % des TPE/PME et 44 % des associations).

“ L’expert-comptable est peu perçu comme un partenaire qui peut jouer un rôle de conseil auprès de ses clients. ”

Appelés à exprimer leur satisfaction sur les principales prestations auxquels ils ont recours, les clients se déclarent plus satisfaits des prestations techniques (tenue de la comptabilité, établissement des comptes et des paies) que des prestations de conseils.

Plus spécifiquement au plan des interlocuteurs, plus d’un client sur deux déclare en être très satisfait au regard de leur compétence et de leur respect des délais (avec une proportion plus élevée chez les entreprises que chez les associations). En revanche, la réactivité et la disponibilité des interlocuteurs recueillent de moins bonnes notes de la part des clients ce qui doit conduire les cabinets à réfléchir sur les actions possibles pour améliorer l’appréciation des clients sur ces aspects.

Fidélisation des clients

Au niveau de la fidélisation, plus de deux TPE sur trois et une PME sur deux font appel à leur cabinet depuis plus de dix ans, ce qui traduit une forte fidélité.

Les entreprises de 1 à 19 salariés apparaissent particulièrement fidèles avec des taux d’ancienneté supérieure à dix ans plus élevés que la moyenne.

A l’inverse, les associations présentent un taux de clients de plus de dix ans plus faible de l’ordre de quatre sur dix.

L’expert-comptable : un professionnel compétent mais trop comptable

Aux yeux des clients, l’expert-comptable est un professionnel qui connaît bien leurs problèmes et sait s’y adapter. Pour autant, son domaine de compétences est très sou-

vent perçu comme limité au seul domaine de la comptabilité. L’expert-comptable est peu perçu comme un partenaire qui peut jouer un rôle de conseil auprès de ses clients, ce qui constitue un frein à lever s’il veut pouvoir répondre aux besoins exprimés notamment en matière d’assistance à la gestion.

Parmi les entités qui ne font pas appel à un expert-comptable, près de deux entreprises sur trois et une association sur deux n’y font pas appel parce qu’elles n’en ressentent pas le besoin. Elles motivent cette opinion soit par le sentiment de ne pas avoir de besoin en matière comptable (une TPE sur deux et trois associations sur dix) soit par le fait de disposer des compétences suffisantes en interne (une PME sur deux et une association sur quatre). ■

“ Les cabinets sans salarié voient leur chiffre d'affaires moyen reculer de 112 K euros à 105 K euros. ”

Gestion des cabinets d'expertise comptable

L'étude présente les analyses de l'enquête à laquelle ont répondu 576 cabinets.

Un chiffre d'affaires en faible évolution...

L'évolution du chiffre d'affaires entre 2008 et 2009 est disparate mais globalement assez faible selon la taille des cabinets.

Les cabinets sans salarié voient leur chiffre d'affaires moyen reculer de 112 K euros à 105 K euros. Même si une partie de cette évolution semble provenir de la composition de l'échantillon, compte tenu de la part significative représentée par des très jeunes cabinets, elle traduit malgré tout une réalité difficile pour ces cabinets. L'analyse des situations individuelles sur la période 2008-2009 montre que, par rapport aux cabinets comptant au moins un salarié, les cabinets sans salarié sont proportionnellement deux fois plus nombreux à voir leur activité stagner sur la période. Alors qu'en moyenne plus d'un cabinet ayant au moins un salarié sur deux, voit son chiffre d'affaires augmenter en 2009 par rapport à 2008, cette proportion n'est que de un pour trois parmi les cabinets sans salarié.

Les cabinets ayant au moins un salarié parviennent à maintenir leur chiffre d'affaires entre 2008 et 2009, avec une moyenne de 750 K euros par cabinet. Pour autant, une vision plus fine au niveau de chaque tranche d'effectifs permet de constater que :

► les plus petits cabinets (moins

de dix salariés) présentent des taux de progression de leur chiffre d'affaires moyen de l'ordre de 3 à 4 % sur un an ;

► les cabinets de la tranche 10 à 19 salariés constatent une baisse de leur chiffre d'affaires avec un recul moyen de 4 % ;

► les cabinets de 20 à 49 salariés parviennent, en moyenne, à maintenir leur activité.

Sur une période plus longue, en rapprochant les résultats de l'enquête avec ceux de l'enquête précédente de 2006, l'activité des cabinets apparaît :

► pour les cabinets sans salarié, en faible hausse (+6 % sur 4 ans) qui, compte tenu de l'inflation sur la période, correspond à une baisse d'environ 1 % en euros constants sur la période ;

► pour les cabinets avec au moins un salarié, en hausse (+14 % sur 4 ans).

... qui s'explique par de fortes variations d'impact opposé

Pour interpréter ces évolutions assez faibles sur la période 2005/2009, l'analyse des composantes du chiffre d'affaires, à savoir l'évolution du nombre de clients (effet volume) et du budget moyen facturé à chaque client (effet prix lui-même déterminé par le nombre d'heures facturées et le taux horaire moyen) s'avère particulièrement riche.



Plus de clients

Entre 2005 et 2009, le nombre moyen de clients par cabinet passe de :

► 28 à 39 pour les cabinets sans salarié ;

► 194 à 237 en moyenne pour les cabinets avec au moins un salarié.

Quelle que soit la taille du cabinet, le nombre de clients augmente par rapport à 2005. Néanmoins,

la progression est d'autant plus importante que la taille du cabinet est réduite.

Mais un budget moyen par client en baisse

Toutes prestations confondues, le montant moyen des honoraires par client a diminué entre 2005 et 2009 : de 3 571 euros à 2 701 euros pour les cabinets sans salarié et de 3 397 euros à 3 165 euros pour les cabinets ayant au moins un salarié.

La forte baisse du chiffre d'affaires moyen par client des cabinets sans salarié peut être liée soit à un effet prix à la baisse lié à l'évolution du taux de facturation moyen pratiqué par ces cabinets soit à un allègement du temps passé sur les missions.

Compte tenu de l'ampleur de la tendance, l'évolution des taux horaires moyens et du nombre d'heures facturées en moyenne par dossier sont des indicateurs à surveiller pour suivre au plus près les origines de cette situation.

Au niveau des cabinets avec salarié(s), l'enquête permet de chiffrer l'impact de chacun des deux facteurs identifiés. Pour ces cabinets, la baisse, modérée, du budget moyen par client résulte de l'effet à la hausse du taux de facturation horaire moyen d'une heure (qui passe de 58 à 75 euros en moyenne pour ces cabinets) et à la baisse du nombre d'heures facturées en moyenne par client (estimé à 42 heures en 2009 contre 59 heures en 2005). Cette situation peut certainement s'expliquer, en partie, par le renforcement du poids des TPE dans les portefeuilles de ces cabinets et par une plus forte automatisation des missions.

Un chiffre d'affaires par collaborateur en hausse

Le chiffre d'affaires moyen par personne occupée augmente pour les cabinets sans salarié (106 K euros) comme pour ceux ayant au moins un salarié (89 K euros).

L'enquête met en évidence que les cabi-



nets ayant au moins un salarié améliorent plus rapidement leur productivité que les cabinets sans salarié : en effet, tandis que le chiffre moyen par personne progresse, entre 2005 et 2009, de 19 % en moyenne dans les cabinets ayant au moins un salarié, il ne progresse que de 5,6 % dans les cabinets sans salarié. Rappelons que, sur la même période, l'inflation a été de 6,7 %.

Poids des différentes missions

Les missions comptables demeurent le socle de l'activité des cabinets et ce quelle que soit leur taille.

Sur la période 2005-2009, les cabinets sans salarié augmentent leur chiffre d'affaires sur ces missions de l'ordre de 5 % maintenant ainsi le poids de cette activité à 62 % de leur chiffre d'affaires total.

Les cabinets avec au moins un salarié apparaissent plus fortement orientés sur ces missions puisqu'elles représentent près de 70 % de leur activité en 2009. Pour autant, la proportion de ces missions recule légèrement en 2009 par rapport à 2005 où elle se situait à près de 72 %. Cette "baisse" n'est que relative dans la mesure où elle s'explique par une plus forte hausse des activités non comptables sur la même période (effet de dilution).

Pour les cabinets sans salarié, les autres missions sont le commissariat aux comptes (13 % de leur chiffre d'affaires) et ensuite à égalité, le conseil et la paie (7 % chacun).

Pour les cabinets avec au moins un salarié, les autres missions sont la paie (13 % du chiffre d'affaires), le conseil (près de 7 %) suivi de près par le commissariat aux comptes (6,5 %).

Les différentes missions connaissent des évolutions comparables quelle que soit la taille des cabinets avec :

- ▶ un recul net du commissariat aux comptes : selon les tranches d'effectifs, les baisses de chiffres d'affaires sur cette activité varient de -12 % à -24 % en quatre ans (les cabinets sans salarié sont les plus touchés par cette baisse) ;
- ▶ une forte croissance des activités paie et conseil. Pour la paie, les progressions sont significatives avec +43 % sur la période 2005-2009 pour les cabinets sans salarié, +34 % en moyenne pour les cabinets ayant au moins un salarié, quant au conseil, sur la même période, l'augmentation apparaît également forte pour les cabinets sans salarié avec +45 % mais plus modérée pour la moyenne des cabinets ayant au moins un salarié avec +16 %.

La communication de cabinets

Interrogés sur leurs outils de communication, plus de 40 % des cabinets de 1 à 49 salariés, et près de 70 % des cabinets sans salarié, n'ont pas répondu ce qui permet d'ores et déjà de relever que cette thématique n'est toujours pas dans la culture de nombreux cabinets.

Sur la base des réponses exprimées, le site internet ressort comme l'outil de communication le plus présent au sein des cabinets, à l'exception de ceux de la tranche un à deux salariés qui lui préfèrent la lettre d'information régulière des clients. ■