

La profession vue par les jeunes...

Le 18 Juin dernier a eu lieu au sein de l'IGEFI (Institut de Gestion et d'Etudes Financières), la désignation des lauréats école du deuxième trophée Marketing - Communication de la profession comptable (www.tropheecom.com). Le thème était « Marketing RH des cabinets : comment rendre la profession attractive ».

C'était l'occasion de faire le point sur les opportunités et les menaces liées aux mutations visibles de cette composante essentielle de la performance des cabinets.

Les deuxièmes trophées école (Marcom2) ont démontré leur intérêt pédagogique en apportant notamment aux étudiants un exercice opérationnel de conduite de projet, de travail en groupe et de maîtrise de la communication écrite et orale. Christophe James, Directeur de l'IGEFI souhaite intégrer cette matière au cursus de l'école à partir de 2010.

1/ La vision de la profession aux vues des soutenances

Près de 200 étudiants ont abordé le sujet, 6 équipes finalistes ont présenté les conclusions d'une étude terrain et leur vision prospective.



Toutes nos félicitations à John de Jésus, Dorine Shua, Lydia Marcy, Jennifer Custos, Carole Yver qui ont remporté le trophée d'Or qui sera remis au Palais du Luxembourg le 20 Octobre. Ils ont démontré une maturité professionnelle,

des qualités de cohésion de groupe, de rédactionnel de créativité et d'expression orale qui ne peuvent que donner confiance sur la qualité de futurs entrants dans la profession.

Les points marquants des soutenances

L'ensemble des équipes a basé leurs travaux sur une enquête réalisée au sein et en dehors de la profession. Tous témoignent d'un déficit d'attractivité des cabinets... « *L'image que l'on a de l'expert comptable et de son métier est à la fois attirante et incroyablement effrayante* ». La partie de la population connaissant le métier n'a plus autant de préjugés sur ce dernier qu'auparavant. Au contraire, la profession subit de vives critiques de la part de personnes qui n'ont aucun rapport avec le métier.

6 facteurs de démotivation principaux

Un déficit d'image : Une image passéiste trop souvent relayée de manière caricaturale par les médias. A titre d'exemple la sitcom *Caméra Café* sur M6 parodie le vie d'une entreprise et reprend le cliché du comptable en la personne de Sylvain : costume sombre, cheveux plaqués, lunettes et un peu « coincé ». Sans oublier le trop fameux Bac G bac poubelle de Michel Sardou.

La non responsabilisation des jeunes : On aborde la profession exclusivement par la saisie, la fonction de critique et d'analyse est laissée à l'expert-comptable. Les dossiers s'enchaînent avec l'impression de « non fin » et le sentiment d'être un simple rouage de la machine et de ne compter que parce que l'on est rentable. Trop souvent, sans réelle considération et accompagnement les jeunes entrants sont nombreux à changer régulièrement de cabinet pour faire évoluer leurs tâches ainsi que leur salaire.

L'absence de projet : une image trop statique, « *Les cabinets donnent des tâches et c'est tout* ». Différenciation, innovation et communication sont des éléments essentiels, faute de quoi les critères d'attraction sont uniquement basés sur la taille des cabinets. Au-delà - et nous en sommes persuadés - la différence se fait sur la personnalité du dirigeant ou les valeurs véhiculées par la direction, encore faut-il le faire savoir.

Des horaires « extensibles » : Phobie de « trop travailler ! » qui engendre la fuite de potentiels vers les entreprises plutôt que vers les cabinets. Le syndrome « 35H » est passé par là, les cabinets souffrent d'un déséquilibre de comparaison au regard d'autres acteurs de la profession ou d'autres secteurs. Un groupe de finaliste a notamment traduit les RTT de la profession en : « *Reste Travailler Tard.* »

Des rémunérations qui ne suivent pas : Des heures mais trop peu souvent valorisées à leur juste valeur. Relativisons le propos face à la difficulté de gestion de rémunération des cabinets qui font face parfois à des différentiels de rémunération amenant à mieux payer de jeunes entrants que des collaborateurs expérimentés. Au-delà, combien de cabinets ne peuvent que déplorer l'absence de mobilisation des équipes sur le simple aspect financier, absence de motivation très fréquente par exemple suite à la mise en place de systèmes d'intéressement ...

Perspectives : Les nominés témoignent d'une communication sur la profession qui ne donne pas assez de visibilité sur les possibilités offertes en termes de carrière notamment dans les cabinets. Ils regrettent qu'il n'y ait pas suffisamment d'experts-comptables qui viennent parler au sein des écoles de la passion de leur métier.

Par ailleurs l'entrée à BAC+3 et BAC+5 sur la filière n'est pas assez connue, limitant le brassage des profils.

Enfin le faible taux de réussite publié chaque année est un facteur de découragement : Pour le master en comptabilité Audit 12,58%, en gestion juridique fiscal et social 15,85% ce qui génère de nombreux arrêts en cours de cursus.

Extrait des préconisations...

La communication sur la Profession

Comme lors de la première édition des finalistes ont abordé la question de **l'appellation Expert-Comptable** et l'opportunité d'une nouvelle appellation.

Renforcer l'intervention des professionnels dans les salons, les établissements scolaires (comme les jobs dating de l'Igefi) pour partager la passion de leur métier. Trop de technicité ne doit pas constituer une source d'enfermement, il est important d'intégrer dans des actions amenant à aller vers les autres leur parler du métier à travers différentes problématiques.

Formaliser un ABC de la profession afin de diffuser une vision exhaustive de la profession à travers toutes ses facettes.

Utiliser des supports utilisant les canaux de communication alternatifs

HECAG le journal des écoles de l'OEC

Des BD : Les experts-comptables ami public N°1 ...

Pour **renforcer le lien d'appartenance à un ordre, et la confraternité**, formaliser une charte de bonne conduite avec tous les stagiaires et/ou apprenti(e)s et la **création d'un carnet de bord destiné aux jeunes**, retraçant toutes les activités organisées par la profession. Cette dernière mesure permettrait aux étudiants d'avoir une vision de leur environnement futur.

Développer un **symbole représentatif de la profession** qui fédère et renforce la visibilité des valeurs et des savoirs et savoirs faire.

Pour favoriser le choix de la profession

Les ouvrages traitant du domaine comptable disponibles dans les bibliothèques et les CDR (Centre De Recherches) sont peu nombreux sur le métier en lui-même. Il est donc important de **favoriser le référencement et la publication d'ouvrages sur la profession et de les rendre disponible**.

Dans le Coursus

Pendant que les experts-comptables travaillent sur la forme, les étudiants préconisent que l'Etat et l'OEC travaillent sur le fond :

« Au niveau DSCG, il serait profitable que le stage de 12 semaines comprenne obligatoirement deux semaines en entreprise »

« Développer un programme d'échange à l'international. A l'heure où les économies sont de plus en plus dépendantes les unes des autres et où, un besoin impératif d'harmonisation des normes fiscales, sociales et comptables se fait ressentir, les experts-comptables stagiaires peuvent effectuer une partie de leur stage à l'étranger : Nous en sommes loin... »

« Accompagner les futurs collaborateurs et experts-comptables dans leurs ambitions en développant des spécialités. Les étudiants ayant validé leur master et étant en troisième et dernière année de stage pourraient opter pour une quatrième année afin de se spécialiser. Il s'agirait d'une alternative offerte au futur expert-comptable (ou commissaire aux comptes) désirant renforcer ses compétences dans une spécialité pour se distinguer de ses confrères. Ainsi ils pourraient avoir le choix entre des matières diversifiées telles que la finance, la comptabilité internationale,, la consolidation, la fusion, l'évaluation d'entreprise ou des domaines d'activités tels que l'agriculture, l'hôtellerie, la viticulture, le BTP etc. »

Dans l'intégration des collaborateurs

Développer une véritable **politique de gestion des ressources humaines**, favorisant l'intégration du nouvel entrant afin qu'il devienne un **ambassadeur de la profession** apte à diffuser une image valorisante en fonction de son propre vécu.

Favoriser le travail à distance afin de faciliter l'accessibilité de la profession

La séance de questions-réponses de la soutenenance amena notamment les étudiants à s'exprimer sur les **points positifs de la profession** :

« Le métier est exigeant mais il n'est pas touché par le chômage, le diplôme et l'expérience ouvrent de nombreuses portes ... »

« La pluridisciplinarité du métier exercé est un atout majeur donnant la possibilité d'étudier plusieurs secteurs d'activité, et de voir chaque dossier toutes ses formes : juridique, fiscal et social. »

« Le contact avec le client fait qu'une vraie confiance s'installe. Qu'y a-t-il de plus valorisant que de participer à la gestion de dizaines, de centaines d'entreprises et d'apporter sa pierre à l'édifice ».

« Le dirigeant me fait véritablement partager la richesse de l'exercice de la profession, me fait connaître au-delà de la production la réalité de la relation client. » Le dirigeant me fait comprendre que je suis un bon élément »

On voit que **la profession a de véritables ressources d'attractivités**, mais telle une pierre précieuse non taillée, cette dernière a besoin de révéler ses atouts, valoriser et faire savoir ses facteurs de différenciation.

Comme toute activité de service, les collaborateurs ont une part essentielle dans l'image des cabinets et il y a une véritable interdépendance : **Est-ce la profession qui fait la personne ou la personne qui fait la profession ?**

La réponse est liée à un cercle vertueux.

La profession a la nécessité de **renforcer son image** pour décupler son attractivité en étant omniprésent par une communication sur ses métiers, ses perspectives mais aussi ses valeurs (actions de mécénat ...).

Les écoles, pour être au plus proche des motivations des futurs accédants les plus motivés et des attentes des cabinets, ont intérêt à **faire évoluer leurs cursus pour proposer des « ressources » adaptées aux fortes mutations de l'environnement** (Business Game ...). Ceci permettra aux cabinets de

préparer la future mise en place d'une véritable politique de niveau de services (nous reviendrons dans un prochain article sur la notion de niveau de service).

Les cabinets doivent développer une véritable **politique de ressource humaine** afin de favoriser par de vrais « parcours d'intégration » la montée en puissance des nouveaux accédants. (entraîner les nouveaux accédants à présenter le cabinet, leur faire véritablement découvrir la diversité des prestations des cabinets en leur apprenant à le présenter en termes de valeur d'usage pour le client, leur apprendre comment simplement identifier et qualifier les besoins des clients ...).

Avensi consulting constitue cette année le **premier annuaire des correspondants et responsables Marketing - Communication de la profession**. Nous allons également lancer la constitution du **premier annuaire des responsables ou correspondants RH de la profession** afin de favoriser l'interconnaissance de ses fonctions émergentes au sein de la profession.

Les collaborateurs doivent prendre conscience de leur rôle « d'ambassadeurs ». **Ils sont l'image au quotidien des cabinets et véhiculent par leur confiance dans la profession et la motivation dans leur métier, l'exemplarité à même de favoriser l'émergence de vraies vocations**. Nous leur apprenons au quotidien lors de nos interventions dans les cabinets à valoriser leur fonction (Apprenez leur à présenter le cabinet mais au-delà à se présenter en valorisant leur fonction en 20 secondes, 2 minutes, 20 minutes...)

Les partenaires de la profession ont également un rôle clé en permettant par leurs prestations, leurs actions de communication de favoriser **la valorisation, l'innovation et l'attractivité de la profession**.

2/ Le management en question

Au-delà de l'attractivité de la profession, **l'animation au quotidien des cabinets** est un sujet essentiel qui garanti l'optimisation de votre communication interne, votre dynamique cabinet et vos performances.

Nous vous proposons de recevoir en avant première notre dossier « les clés de votre dynamique ressource humaine. »

Pour recevoir en juillet le dossier et enrichir vos réflexions estivales, cliquez ici et précisez votre objet).

Nous tenons à remercier particulièrement l'ensemble des partenaires des deuxièmes trophées. Nous allons lancer une nouvelle rubrique sur le site des

trophées qui permettra à chacun d'exposer ses idées et actions associées aux trophées. A titre d'exemple La Tribune va proposer pour la première fois auprès de professionnels une offre exceptionnelle ...

Didier PLANE

Avensi Consulting
Avensi Media
Avensi Evènementiel

accueil@tropheecom.com

06 68 72 33 33

