

Interview de « Marie-Claire BERSON » Présidente de l'IFEC

LPC : Marie-Claire Berson, en votre qualité de Présidente de l'IFEC, quel regard portez-vous sur l'avenir de notre profession ?

M-C. Berson : Je considère que la profession comptable est à l'aube d'une mutation de grande ampleur. Comme tous les changements significatifs, il sera porteur de menaces mais aussi d'opportunités qu'il va falloir saisir.

Personnellement, je pense que notre profession subira un très grand bouleversement dans les 3 ans qui viennent.

LPC : Quels sont les éléments qui vous conduisent à ce cri d'alarme ?

M-C. Berson : J'ai trois sujets de préoccupation qui sont d'ailleurs très liés les uns aux autres. Le premier porte bien sûr sur la communication.

Elle est aujourd'hui très ouverte pour les commissaires aux comptes (le texte prévoit peu de contraintes à l'exception, bien sûr, du démarchage qui demeure totalement proscrit).

Même si le décret portant sur le code de déontologie de la profession d'expert comptable (dont certains articles ouvrent la voie à la publicité) n'est pas encore paru, on constate d'ores et déjà que les grandes manœuvres ont commencé.

Je ne suis pas certaine que la profession dans son ensemble soit préparée aux évolutions qui vont en découler.

Le marketing et la communication organisés font une apparition visible dans notre profession. Or le travail de fond sur l'image d'un cabinet, la communication nationale sur des produits comptables « packagés » ou un accompagnement client « formaté » nécessitent une réponse possible sur l'ensemble du territoire national : seules des structures suffisamment significatives pourront développer des actions publicitaires d'une ampleur et d'une durée suffisantes pour être efficaces.

La réflexion peut être menée de la même manière, toutes proportions gardées, pour de grands réseaux et une communication à visée régionale ou inter-régionale.

Il est évident que des actions qui ne seraient que ponctuelles sont en termes de communication inefficaces et donc coûteuses. Enfin, la communication institutionnelle est indispensable, mais ne permet pas la différenciation.

LPC : Quelles actions de publicité et de communication seraient plus appropriées pour les plus petits cabinets ?

M-C. Berson : Il y a deux stratégies de communication qui traduisent les stratégies de développement des cabinets :

« Je ne suis pas certaine que la profession dans son ensemble soit préparée aux évolutions en cours ».

- la stratégie de positionnement des cabinets sur les missions banalisées mais destinées à des grands marchés ; la stratégie de « mass market ».

Pour cette stratégie, il faut une politique de communication que l'on peut appeler : « coureur de fond » c'est-à-dire de gros moyens sur de longues périodes ; seules les grandes structures peuvent se le permettre ;

- la stratégie de niches : niches de compétences, niches sectorielles ... qui pourrait s'appuyer sur des plans de communication bien ciblés donc accessibles aux plus petites structures.

Mais cela nécessite que l'on accepte enfin de reconnaître le droit à la spécialisation.

LPC : C'est le deuxième sujet de préoccupation ?

M-C. Berson : Absolument, la non reconnaissance de qualifications et de spécialisations rend impossible pour nos confrères la possibilité de se démarquer des grandes structures en s'appuyant sur leurs compétences spécialisées.

LPC : Quelle en est la raison ?

M-C. Berson : Le mythe de l'expert comptable généraliste et trop peu de réflexion prospective !

J'ajoute que le temps presse : l'activité de production comptable est une mission de base qui s'exerce dans un marché saturé, de plus en plus concurrentiel, encore très atomisé.

Le risque de tension à la baisse du prix des prestations s'accroît et le mouvement de concentration des cabinets déjà en marche est en passe de s'accélérer.

LPC : Quel est le troisième danger qui menace la profession ?

M-C. Berson : Les AGC : Associations de gestion de la comptabilité. Les modalités d'inscription des AGC dans les tableaux de l'ordre ne sont pas encore toutes clarifiées : problèmes de cotisations, ratio d'encadrement, convention collective applicable ...

Pendant ce temps, les AGC s'installent dans la profession ; ce sont de nouveaux acteurs de plein exercice. Ces associations sont très organisées et puissantes : aujourd'hui déjà, chaque AGC représente le cabinet le plus important de son département (à l'exception des grandes métropoles : Paris, Lyon et Marseille).

Elles ont une volonté affichée et légitime de croissance sur le marché des BIC. Le solde net des créations d'entreprises n'offre pas beaucoup d'alternatives ; il n'y a guère que deux possibilités : reprendre des clients à d'autres ou faire de la croissance externe.

Dans le premier cas, on retrouve l'observation précédente (baisse des prix, concentration), en ajoutant un acteur significatif dans la concentration en cours ; dans le deuxième, on assiste à une hausse – au moins momentanée – sur les prix des clientèles et un frein possible à l'installation des jeunes confrères.

Or, nous avons besoin d'une profession nombreuse, jeune et vivante. Je ne suis pas certaine que nos confrères libéraux soient prêts aux anticipations nécessaires pour consolider et développer leurs cabinets.



Marie-Claire Berson
Présidente de l'IFEC

Cela impliquera certainement une étude approfondie de nos activités et de leur exercice. Nous avons un besoin vital, je le disais, d'une réflexion prospective ; nous l'avons engagée à l'IFEC : ce sera, à n'en pas douter, un des enjeux majeurs qu'auront à gérer les élus – actuels et futurs - de nos institutions...

LPC : Quelles perspectives se dessinent aujourd'hui ?

M-C. Berson : Un point d'appui d'abord, qui est notre principal atout : la profession comptable a une capacité d'adaptation jamais démentie. Les outils, la nature de la mission se sont profondément transformés ces dix dernières années et nous sommes entrés, sans à-coups majeurs, dans l'ère de l'immatériel.

Néanmoins, le niveau global d'activité des professionnels n'a pas sensiblement évolué et certainement pas en proportion de l'ensemble des services aux entreprises.

L'aspect strictement réglementé de nos professions – réglementation appliquée aux personnes et au périmètre d'exercice de celles-ci – constitue un cadre dont le caractère protecteur limite les évolutions en termes d'activité. Il nous faut nous pencher sur ces problématiques essentielles pour nos cabinets.

L'accompagnement des entreprises est notre vocation ; nous devons maintenir ce cap : les besoins sont immenses à l'heure où la création d'entreprise connaît un vrai renouveau.