

Sandrine DELSALLE
Directrice du développement
06 70 56 22 17
sdelsalle@opsio.com

Johann BOGAERT
Chargé d'études quantitatives senior
06 68 97 76 75
jbogaert@opsio.com

OPSIO
87 K, rue du Molinel
59 700 Marcq-en-Baroeul
www.opsio.com

15 novembre 2021



EVOLUTION DES MISSIONS DES EXPERTS COMPTABLES

Rapport



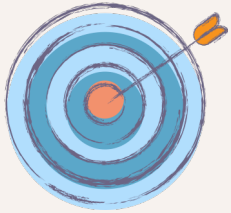
Contexte de l'étude

L'UNASA - fédération nationale - regroupe 84 OGA répartis sur l'ensemble du territoire.

Ces OGA accompagnent depuis plus de 40 ans près de 265 000 indépendants adhérents (TPE, commerçants, artisans, exploitants agricoles et professionnels libéraux) dans 2 types de missions (prévention fiscale et aide à la gestion et à la prévention des difficultés) et travaillent également en collaboration avec des **cabinets d'expertise comptable**.

Or, la loi de finances pour 2021 prévoit la **suppression progressive en 3 ans de la principale incitation à adhérer à un organisme de gestion agréé : la non-majoration de 25 % du bénéfice imposable des professionnels adhérents**.

Craignant une **baisse conséquente du nombre de leurs adhérents**, les OGA réfléchissent à travers de groupes de travail à proposer **de nouveaux services** tant auprès des entreprises qu'auprès des **cabinets d'expertise comptables, prioritairement ceux de moins de 20 collaborateurs**.



Objectifs de l'étude

L'étude a pour objectifs ...

- D'évaluer le **degré de connaissance et d'intérêt pour l'ECF**, ainsi que les **modalités de mise en oeuvre** en cas de mise en place.
- De mesurer **l'intérêt pour l'offre de nouveaux services** aux clients des cabinets.
- D'estimer les **besoins d'accompagnement des cabinets pour leur propre développement**.
- D'établir un **état des lieux des relations** des cabinets **avec les différents organismes de gestion agréés**.

... toutes ces questions étant à creuser **sur la base de l'ensemble des cabinets** mais aussi **en fonction des différences de profils** : appartenance à un groupement / réseau d'expertise comptable, nombre de collaborateurs & d'experts comptables, typologie de la clientèle, lieu d'implantation (Ile-de-France vs. province, zone urbaine vs. zone rurale).



Méthodologie de l'étude



Dates de terrain

Du 7 au 29 octobre 2021



Mode de recueil

CATI (entretiens administrés par téléphone) grâce à notre partenaire



Cible d'étude

Un échantillon final de 205 dirigeants ou associés de cabinets dont l'activité principale est l'expertise comptable (hors audit et commissaires aux comptes), de 20 collaborateurs ou moins sur site.



Quotas

Répartition représentative par regroupements de régions (voir page 9)



Différences significatives

Sur la base de critères liés aux profils des cabinets (voir page 3 'objectifs')









Bases faibles

Les bases faibles sont indiquées en rouge



Sommaire



-  Profil des cabinets
-  ECF : Connaissance, intérêt et modalités de mise en oeuvre
-  Intérêt pour l'offre de nouveaux services
-  Besoins d'accompagnement des cabinets pour leur propre développement
-  État des lieux des relations avec les organismes de gestion agréés
-  Synthèse & recommandations

01

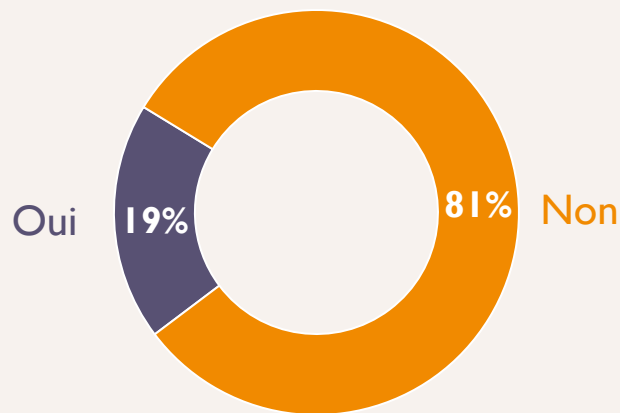
PROFIL DES CABINETS

Groupement / réseau d'expertise comptable & nombre de salariés

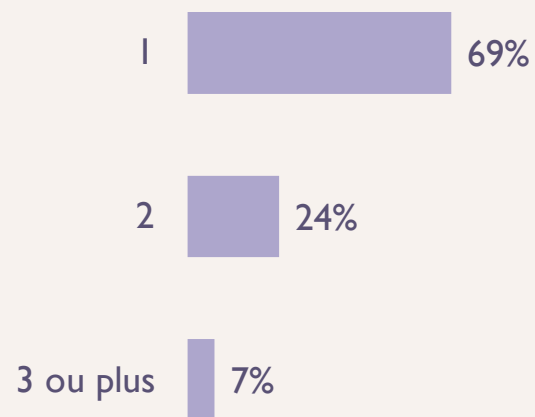


Plus de 8 cabinets interrogés sur 10 sont des cabinets indépendants.
Et, dans près de 7 cabinets sur 10, il n'y a qu'un seul expert comptable.

Groupement ou réseau d'expertise comptable

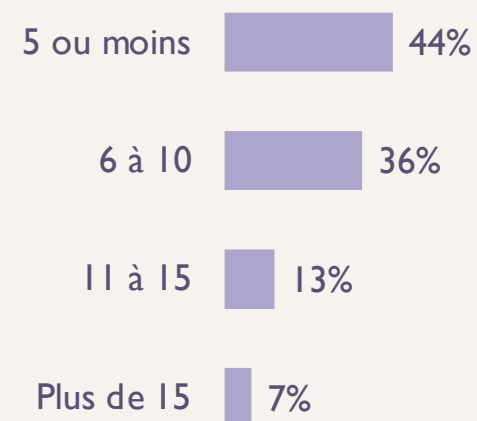


Nombre d'experts-comptables



1 à 2 en moyenne

Nombre de collaborateurs



8 en moyenne



Naturellement, un nombre moyen de collaborateurs plus élevé pour les cabinets appartenant à un groupement ou un réseau : 11 collaborateurs en moyenne vs. 7 pour les cabinets n'y appartenant pas.

Quant au nombre moyen d'experts-comptables, il est comparable.

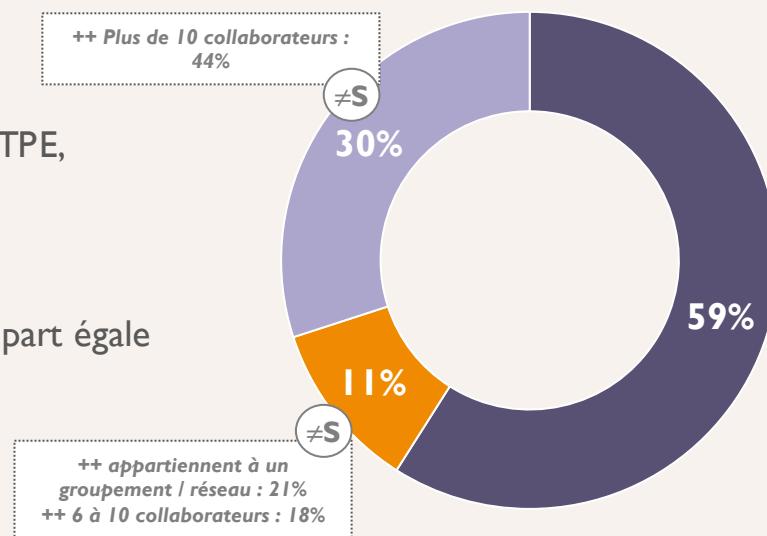




Typologie de clientèle

La clientèle des cabinets interrogés est en grande majorité constituée de petites entreprises.

- une majorité de petites entreprises (TPE, professions libérales)
- une majorité de PME
- des petites entreprises et des PME à part égale



Sous-total 'Petites entreprises' 88%

Sous-total 'PME' 41%

Les cabinets appartenant à un groupement / réseau d'expertise comptable sont plus susceptibles d'avoir une majorité de PME comme clients.

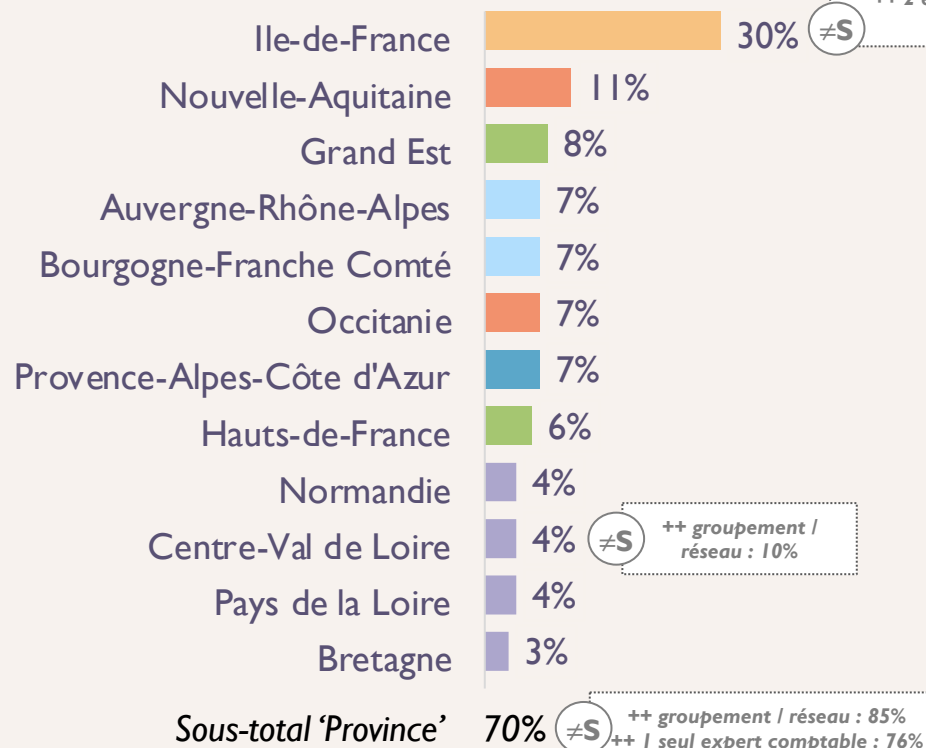
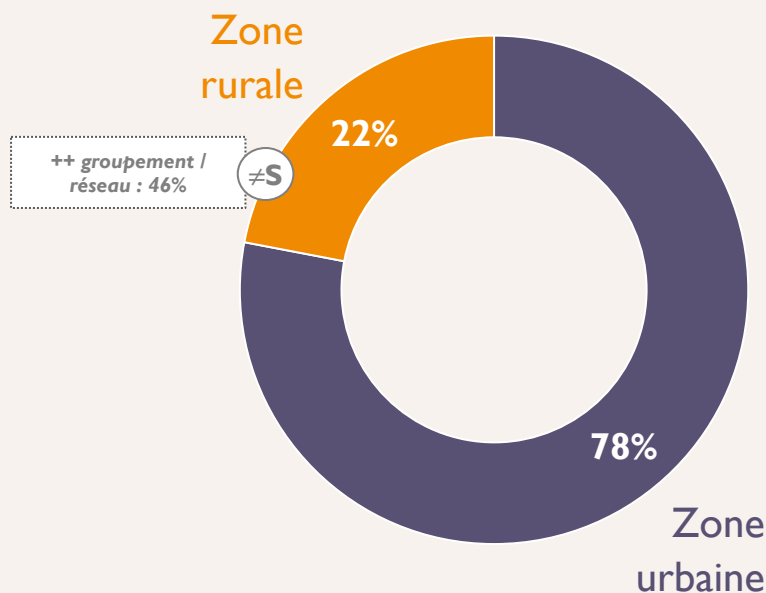
Parallèlement, plus un cabinet compte de collaborateurs, plus il est probable que les PME fassent partie de ses clients.





Lieu d'implantation des cabinets interrogés

Plus de 3 quarts des cabinets sont situés en zone urbaine, près d'1 tiers en Ile-de-France.
Les cabinets appartenant à un groupement ou réseau d'expertise comptable sont situés davantage en Province, en zone rurale.



La répartition des cabinets interrogés par regroupement de régions est proche de la répartition actuelle de l'ensemble des cabinets de 20 collaborateurs ou moins sur site en France :

Ile-de-France : 30% (vs. 30%)

Sud Ouest : 19% (vs. 17%)

Ouest : 16% (vs. 14%)

Nord / Nord Est : 14% (vs. 13%)

Est : 14% (vs. 15%)

PACA : 7% (vs. 11%)



02

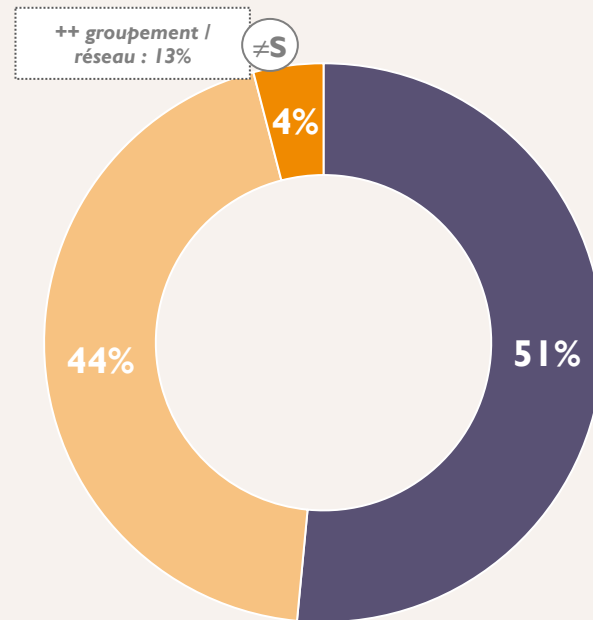
ECF : CONNAISSANCE, INTÉRÊT ET MODALITÉS DE MISE EN OEUVRE



Niveau d'information sur l'ECF

La moitié des dirigeants / associés interrogés se dit être bien informée sur l'ECF.
Seuls 4% n'en ont pas du tout entendu parler (un peu plus dans les cabinets appartenant à un groupement ou réseau d'expertise comptable)

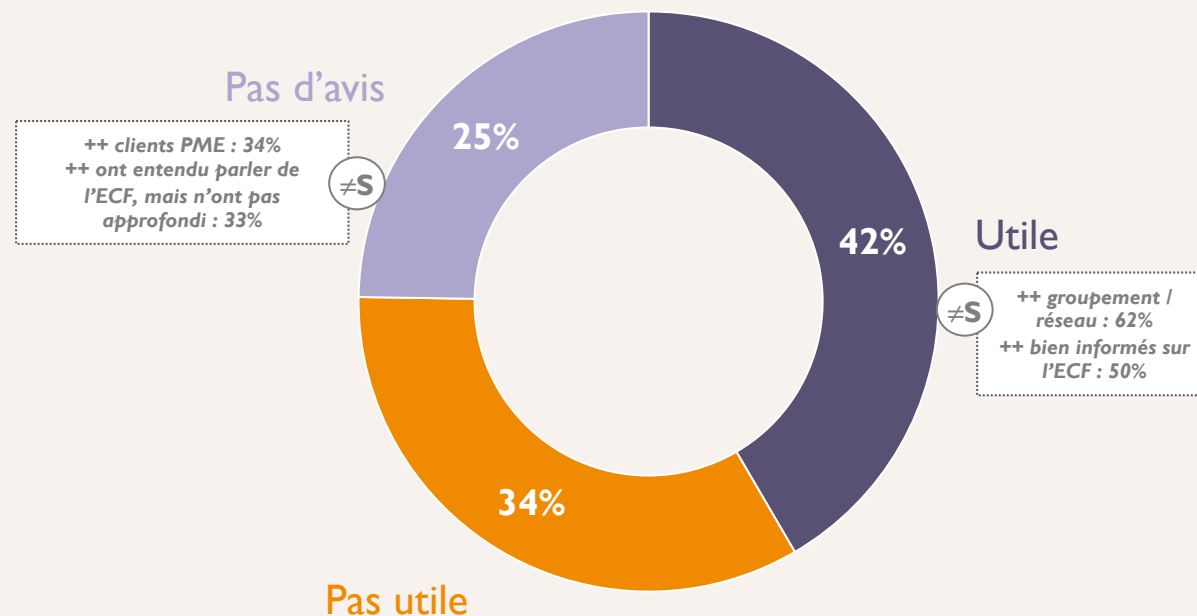
- Sont bien informés sur ce nouveau dispositif
- En ont entendu parler, mais n'ont pas approfondi le sujet
- N'ont aucune information






Utilité perçue de l'ECF

L'utilité perçue de l'ECF reste encore à prouver : seuls 42% des dirigeants / associés interrogés le considèrent utile à certains de leurs clients. Un quart n'a pas encore d'avis sur la question. Un dispositif qui reste donc à être expliqué.



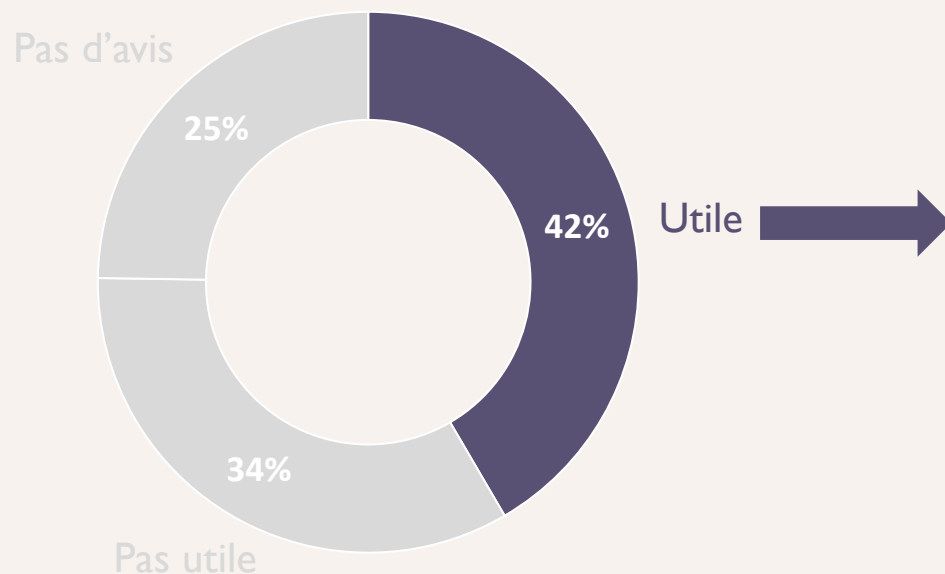
 Les dirigeants / associés de cabinets appartenant à un groupement / réseau d'expertise comptable sont bien davantage à trouver l'ECF utile, et sont pourtant paradoxalement moins bien informés sur le sujet, comme le montrait le slide précédent.



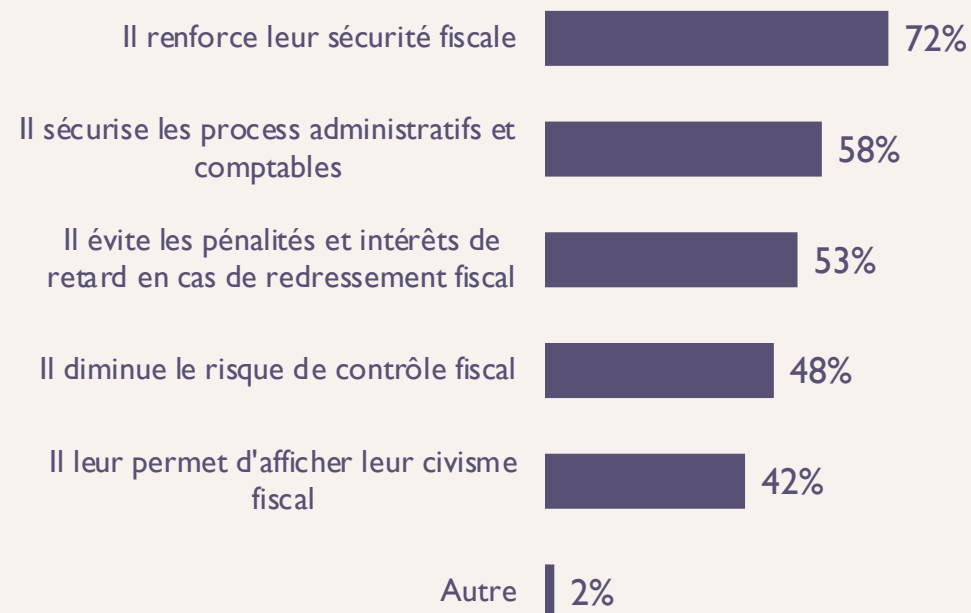
Avantages perçus de l'ECF

Pour ceux qui le trouvent utile, l'ECF permettrait avant tout à leurs clients d'être davantage sécurisés (renforcement de la sécurité fiscale et, dans une moindre mesure, sécurisation des process administratifs et comptables)

Rappel : Utilité de l'ECF



Raisons d'utilité

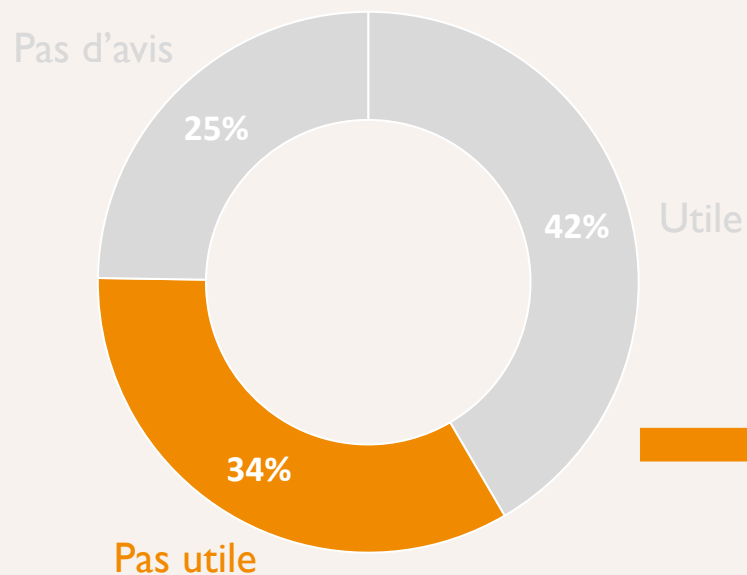




Raisons d'inutilité perçues de l'ECF

La première raison d'inutilité évoquée est la redondance avec les travaux de révision.
Le coût de l'ECF et la sincérité fiscale des clients sont également mentionnés, mais dans une moindre mesure.

Rappel : Utilité de l'ECF



Raisons d'inutilité

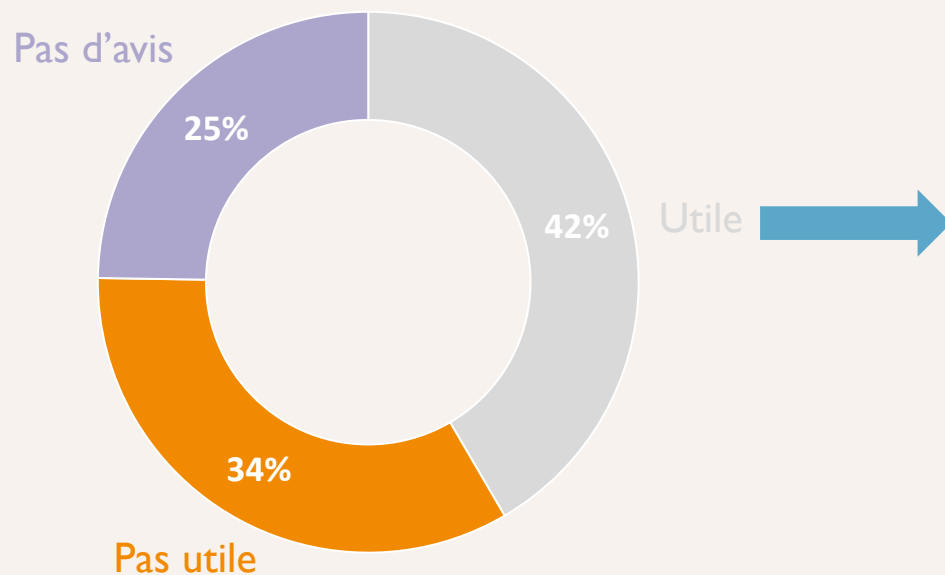




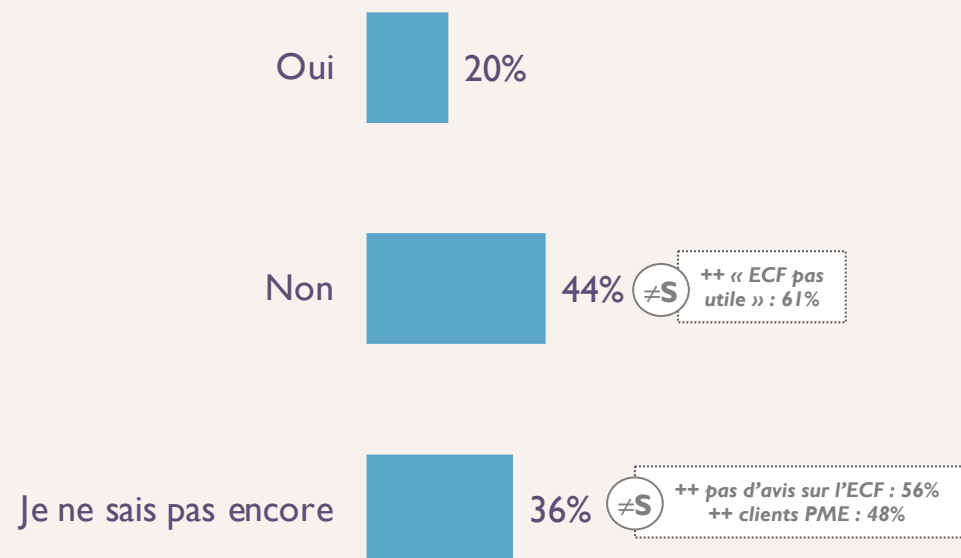
Considération de l'ECF

Malgré leur absence d'opinion ou leur opinion défavorable sur l'utilité de l'ECF, 1/5^e des dirigeants / associés concernés le proposerait tout de même à certains de leurs clients.

Rappel : Utilité de l'ECF



Proposition de l'ECF à certains clients

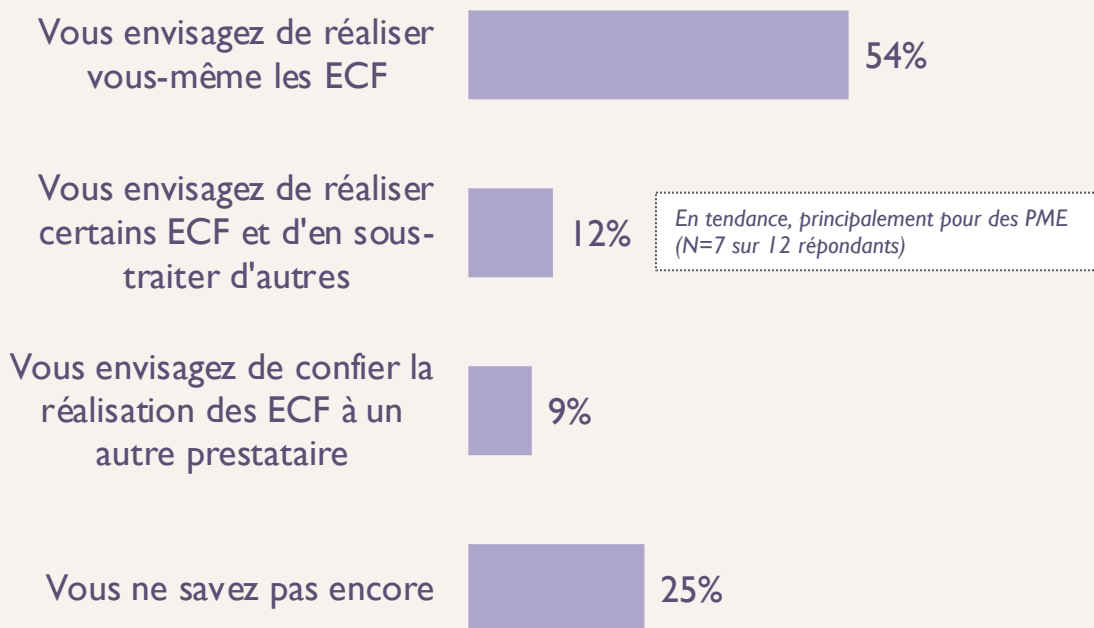


Modalités de mise en œuvre de l'ECF



Plus de la moitié des cabinets qui proposeraient l'ECF à leurs clients envisage de réaliser tous les ECF eux-mêmes.

Un quart est encore indécis sur le choix de la modalité de la mise en œuvre.



En cas de sous-traitance, les cabinets s'appuieraient en tendance principalement sur des organismes de gestion agréés (N=10 sur 22 répondants) et sur des confrères experts-comptables (N=8)



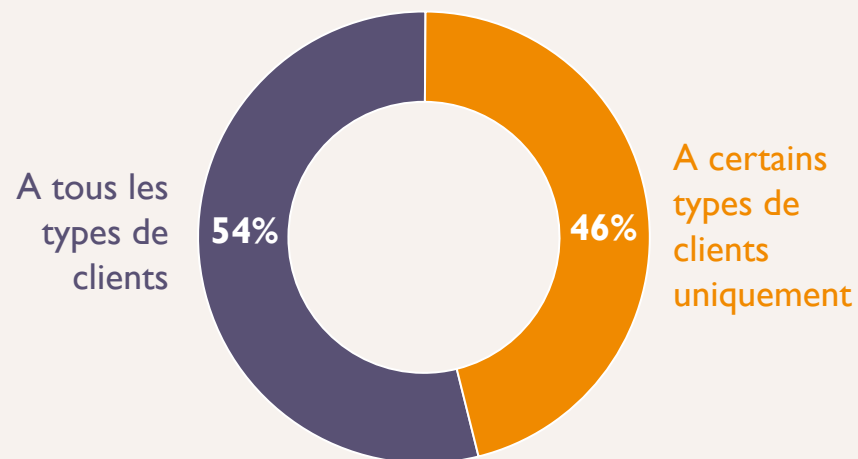


Typologie de clients envisagée pour l'ECF (1/2)

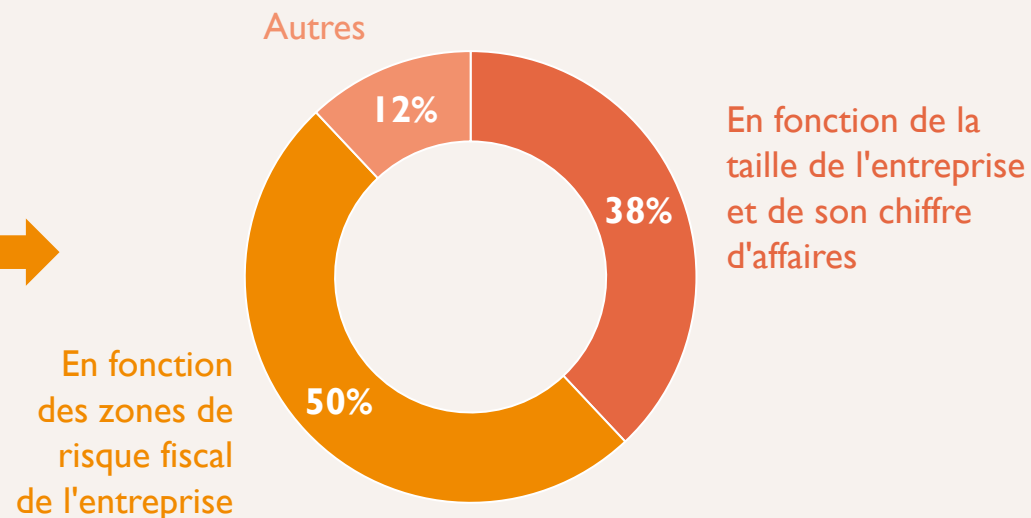
Plus de la moitié des cabinets qui proposeraient l'ECF envisage de le proposer à l'ensemble de leurs clients.

Pour ceux qui sélectionneraient leurs clients, ce serait principalement en fonction de leur zone de risque fiscal.

Typologie de clients envisagée pour l'ECF



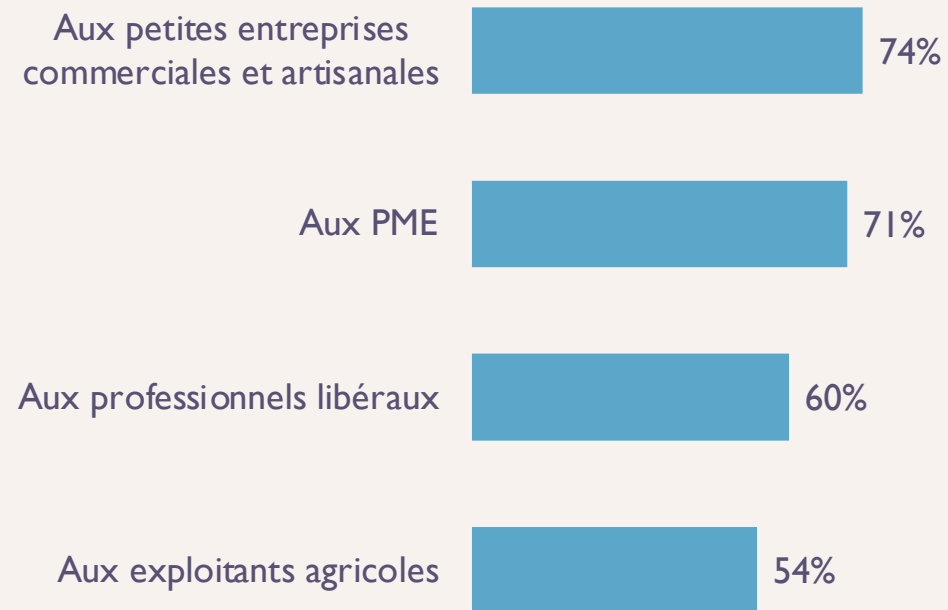
Critère de choix du client



Typologie de clients envisagée pour l'ECF (2/2)



Les clients les plus envisagés pour l'ECF seraient les petites entreprises commerciales et artisanales, ainsi que les PME.

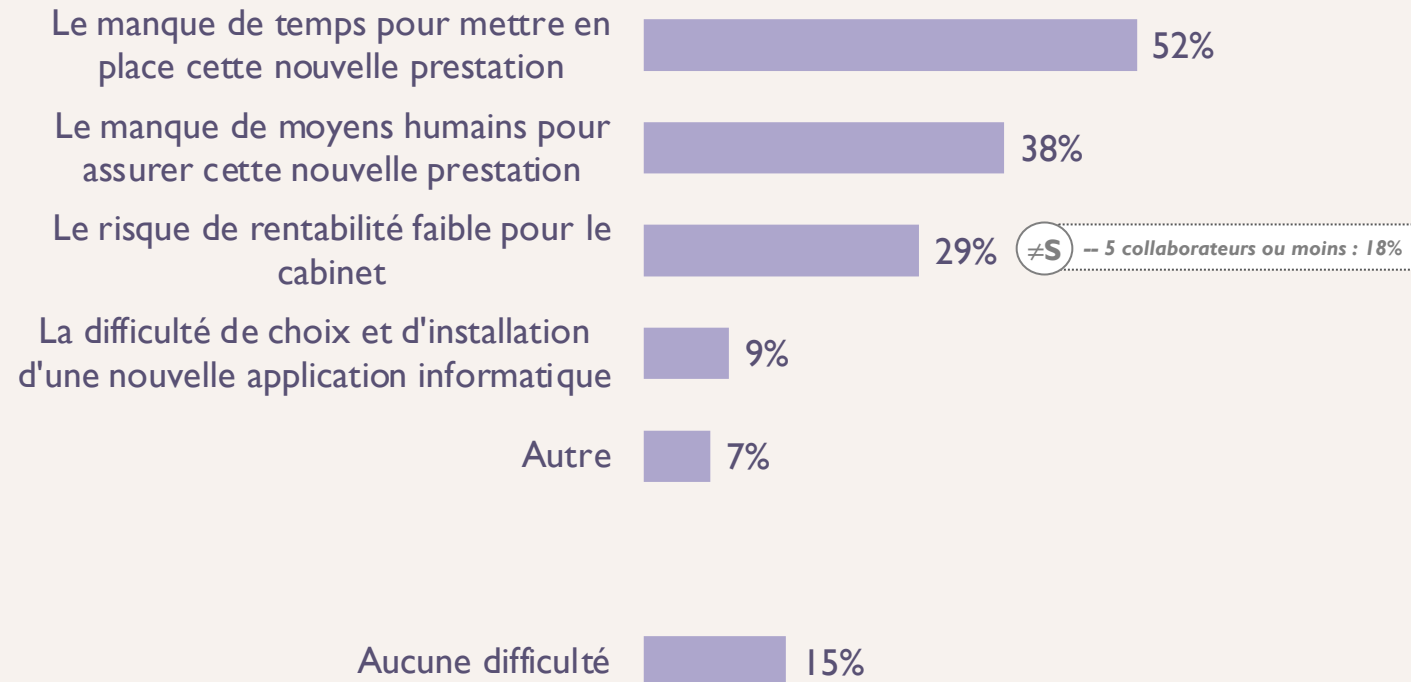




Difficultés dans la mise en œuvre de l'ECF

La première difficulté dans la mise en œuvre de l'ECF serait le temps à consacrer à la mise en place de ce nouveau dispositif, suivi du manque de moyens humains.

Seuls 15% des dirigeants / associés ne voient aucune difficulté dans la mise en œuvre.

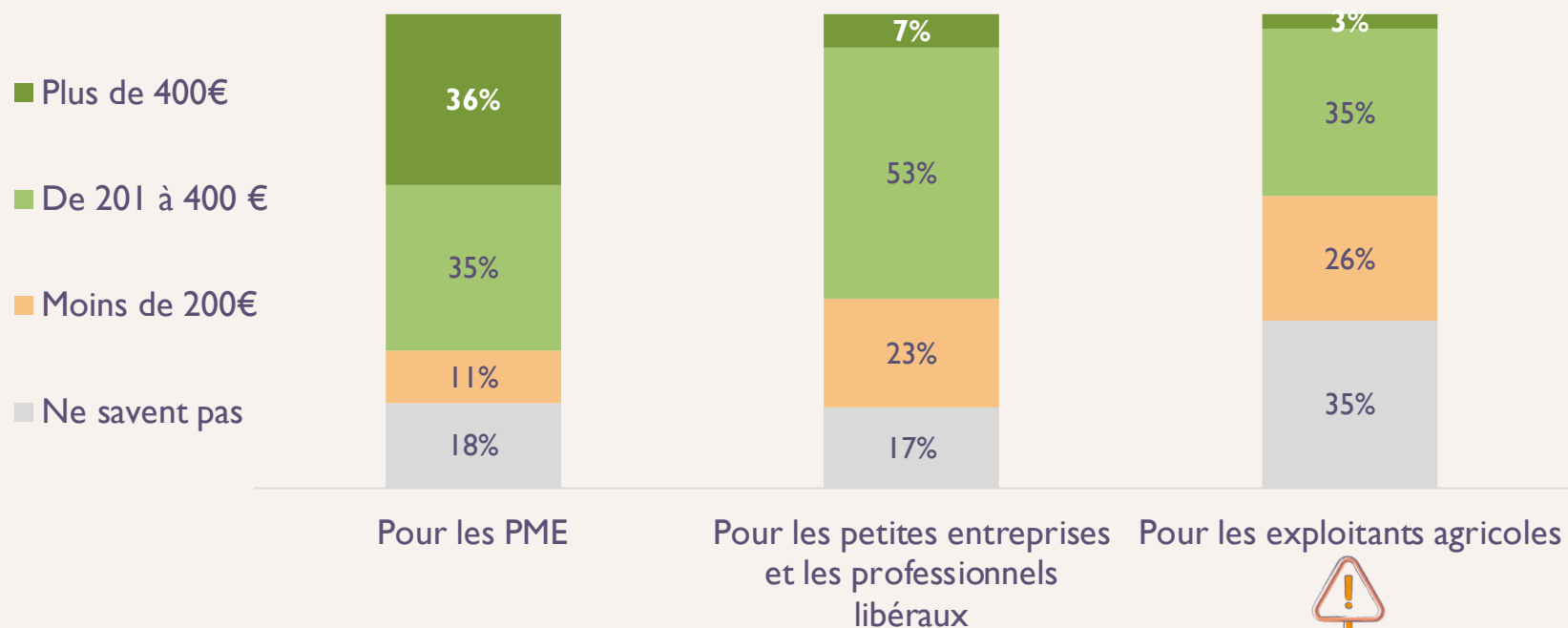


Tarifs acceptables de l'ECF en fonction de la typologie de clients



Sans surprise, les tarifs acceptables envisagés pour les PME pour la mise en œuvre d'un ECF sont supérieurs à ceux des autres clients : près de 4 dirigeants / associés sur 10 pensent que c'est envisageable de leur facturer plus de 400€.

Pour les petites entreprises et les professionnels libéraux, ce serait davantage entre 200 et 400€.



03

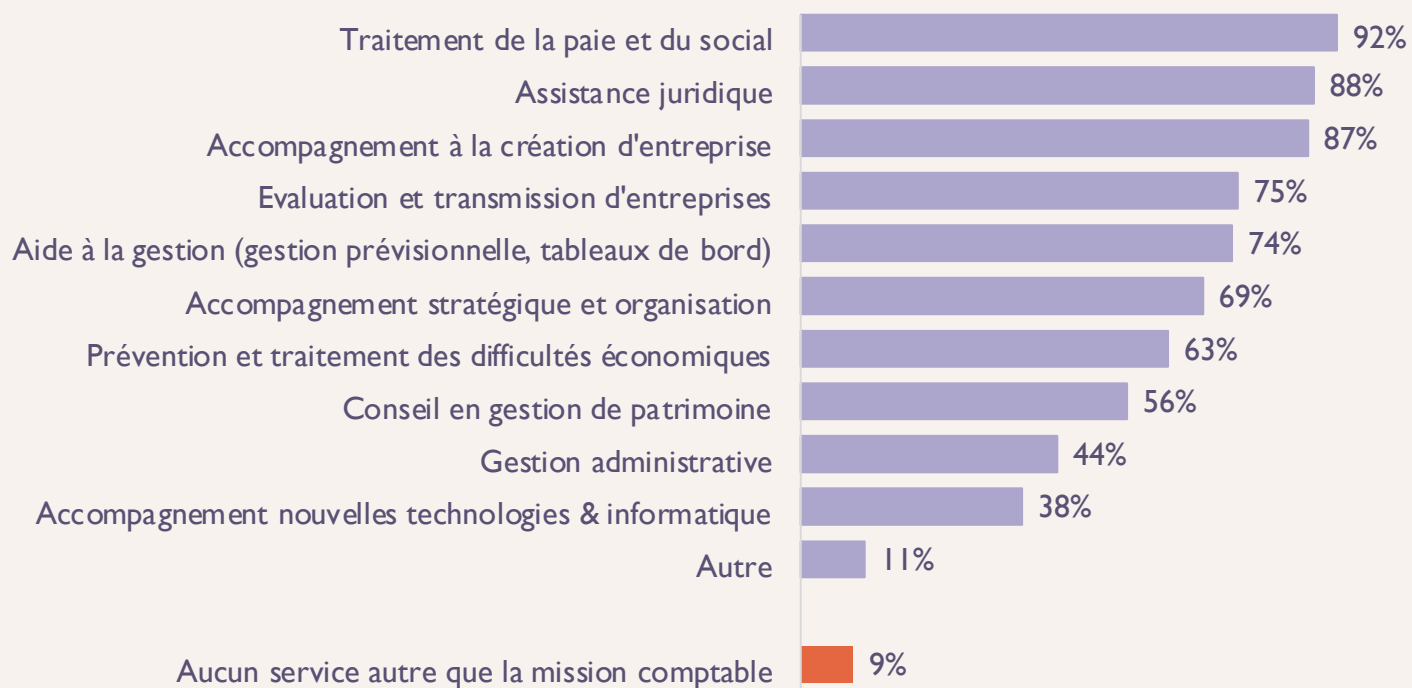
INTÉRÊT POUR L'OFFRE DE NOUVEAUX SERVICES

Offre de services actuelle (au-delà de la mission comptable)



Plus de 9 cabinets sur 10 proposent d'autres services que la mission comptable à leurs clients, en particulier le traitement de la paie et du social, l'assistance juridique et l'accompagnement à la création d'entreprise.

Mais les autres services sont également souvent proposés.



En moyenne : 8 services proposés par les cabinets, autres que la mission comptable.

De nombreuses différences en fonction :

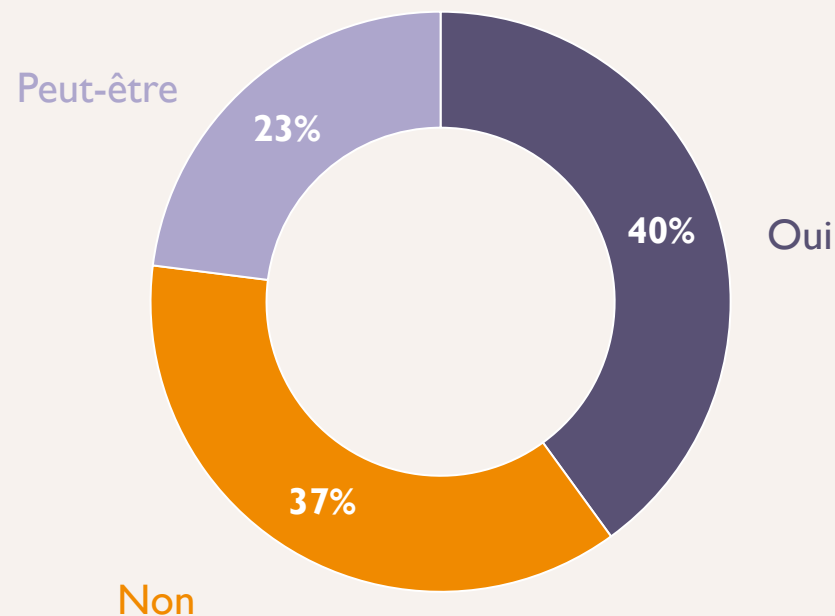
- **Du nombre de collaborateurs :**
 - 5 ou moins : ++ aide à la gestion, accompagnement à la création d'entreprises
 - 6-10 : ++ gestion administrative, aucun autre service que la mission comptable
 - Plus de 10 : ++ traitement paie & social, accompagnement stratégique & organisation, évaluation & transmission d'entreprises
- **Du lieu d'implantation :**
 - Ile-de-France : ++ gestion administrative, aucun autre service que la mission comptable
 - Province : ++ aide à la gestion, accompagnement à la création d'entreprises, évaluation & transmission d'entreprises





Appel à d'autres prestataires

4 cabinets sur 10 pourraient envisager de faire appel à d'autres prestataires pour enrichir leur offre de services. Et près d'un quart est indécis.



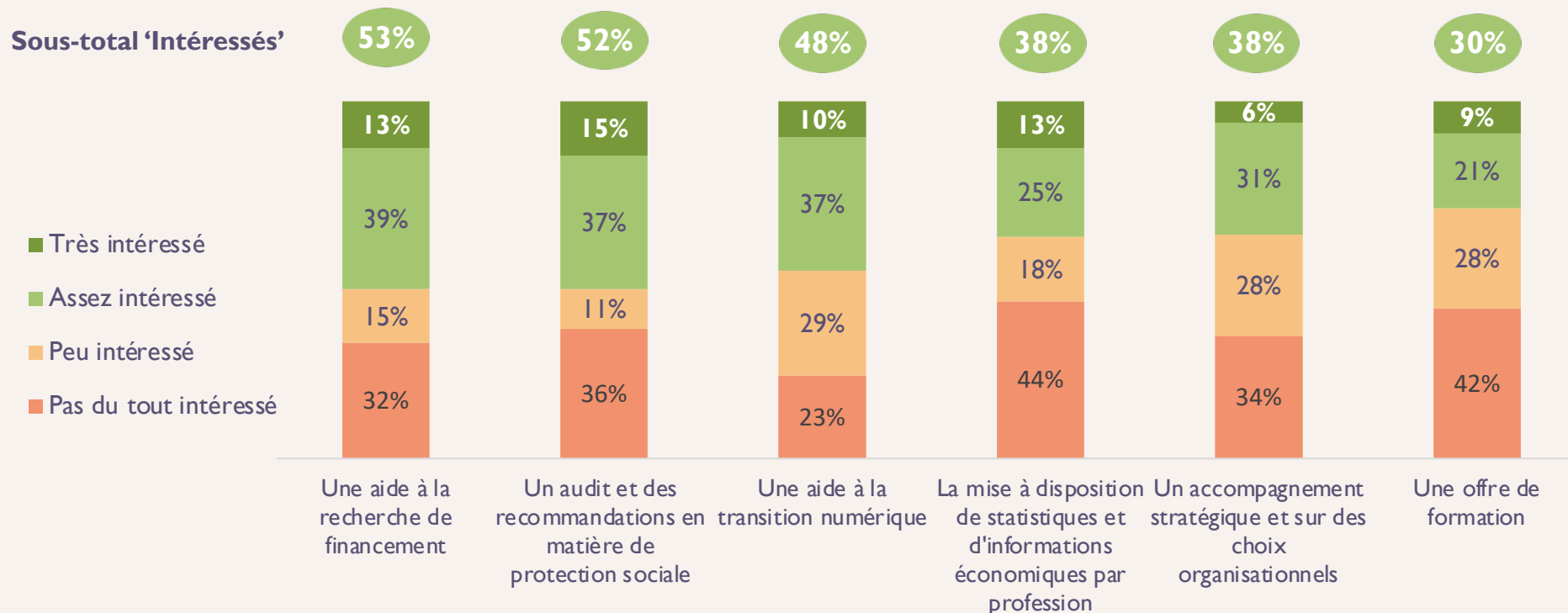
Pas de différence significative selon le profil des cabinets.



Elargissement de l'offre (avec le soutien de prestataires) (1/2)



En matières de nouveaux services pour leurs clients, et avec l'appui de prestataires, les cabinets sont plutôt intéressés à proposer de l'aide dans la recherche de financements, des audits / recommandations en matière de protection sociale et de l'aide à la transition numérique. Les autres services suscitent moins d'intérêt.



Cabinets de 5 collaborateurs ou moins : moins intéressés par l'aide à la recherche de financement, par l'aide à la transition numérique, par l'accompagnement stratégique et sur des choix organisationnels

Cabinets de plus de 10 collaborateurs : plus intéressés par l'accompagnement stratégique et sur des choix organisationnels

Cabinets en province : moins intéressés par la mise à disposition de statistiques et d'informations économiques par profession, par l'audit et les recommandations en matière de protection sociale, par une offre de formation

Cabinets avec un seul expert comptable : plus intéressés par une offre de formation.



Dirigeants / associés qui pourraient envisager de s'appuyer sur d'autres prestataires pour enrichir leur offre (N = 128)

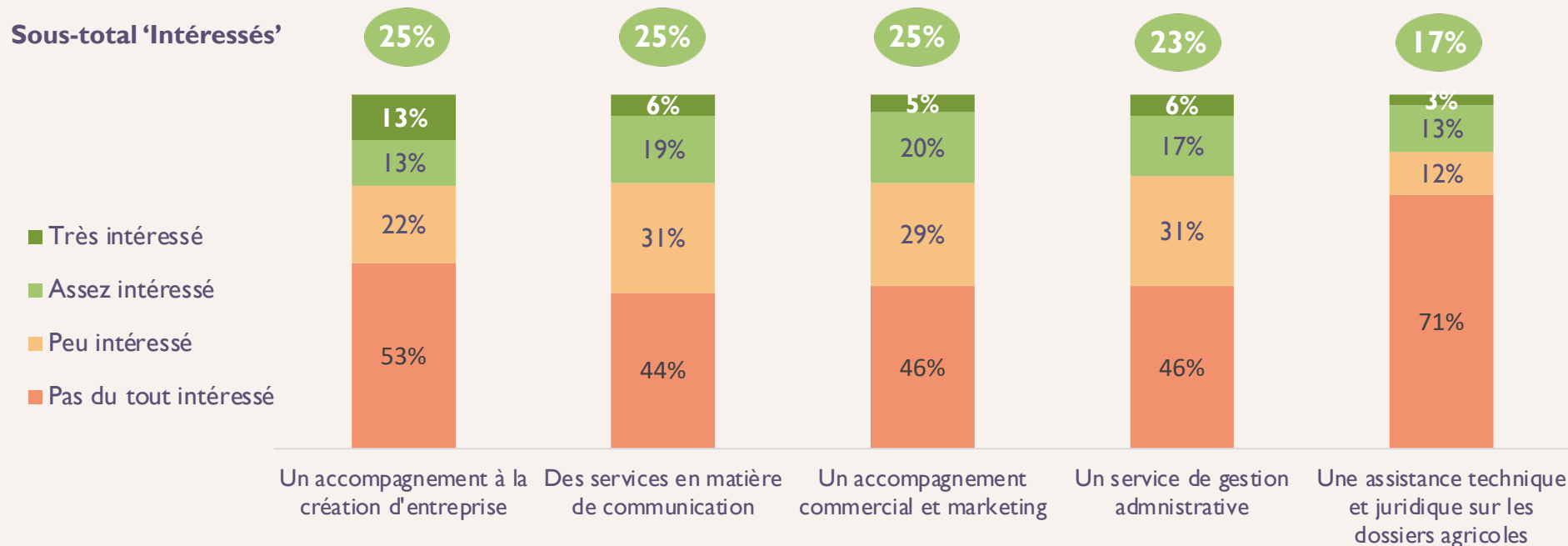


C3 Je vais vous citer quelques exemples de services que vous pourriez à l'avenir proposer à vos clients en vous appuyant sur d'autres prestataires. Pour chacun d'entre eux, vous me direz dans quelle mesure vous seriez intéressé.

Elargissement de l'offre (avec le soutien de prestataires) (2/2)



Très peu d'intérêt en particulier pour l'assistance technique et juridique sur les dossiers agricoles.



Cabinets de 5 collaborateurs ou moins : moins intéressés par l'accompagnement commercial et marketing, par les services en matière de communication, par l'assistance technique et juridique sur les dossiers agricoles

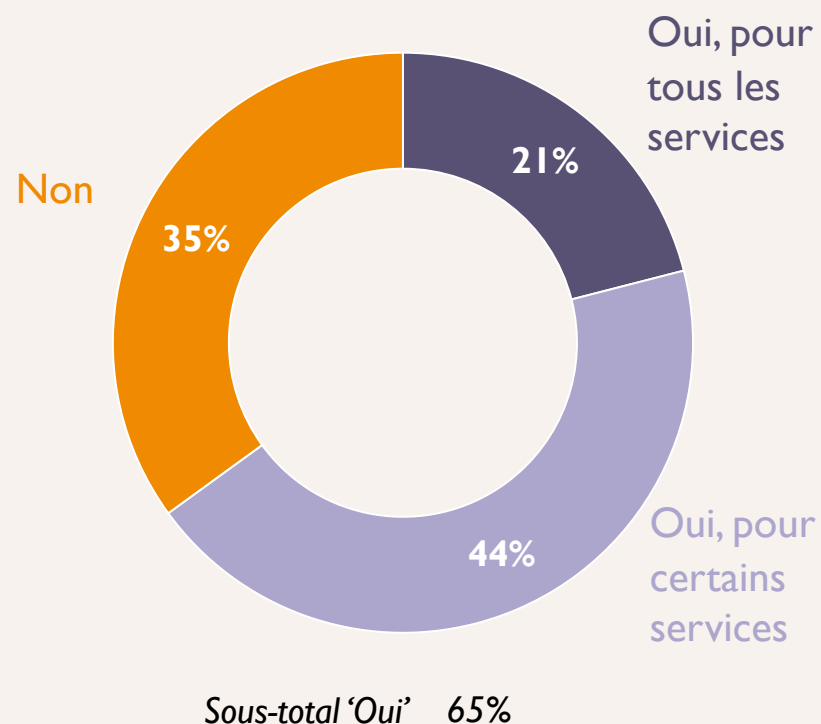
Cabinets en province : moins intéressés par l'accompagnement commercial et marketing





Intérêt pour le principe de marque blanche

Deux tiers des cabinets souhaiteraient proposer les services supplémentaires avec appui de prestataires en marque blanche, au moins partiellement.



Les cabinets situés en Ile-de-France sont encore plus intéressés par le principe de marque blanche.



04

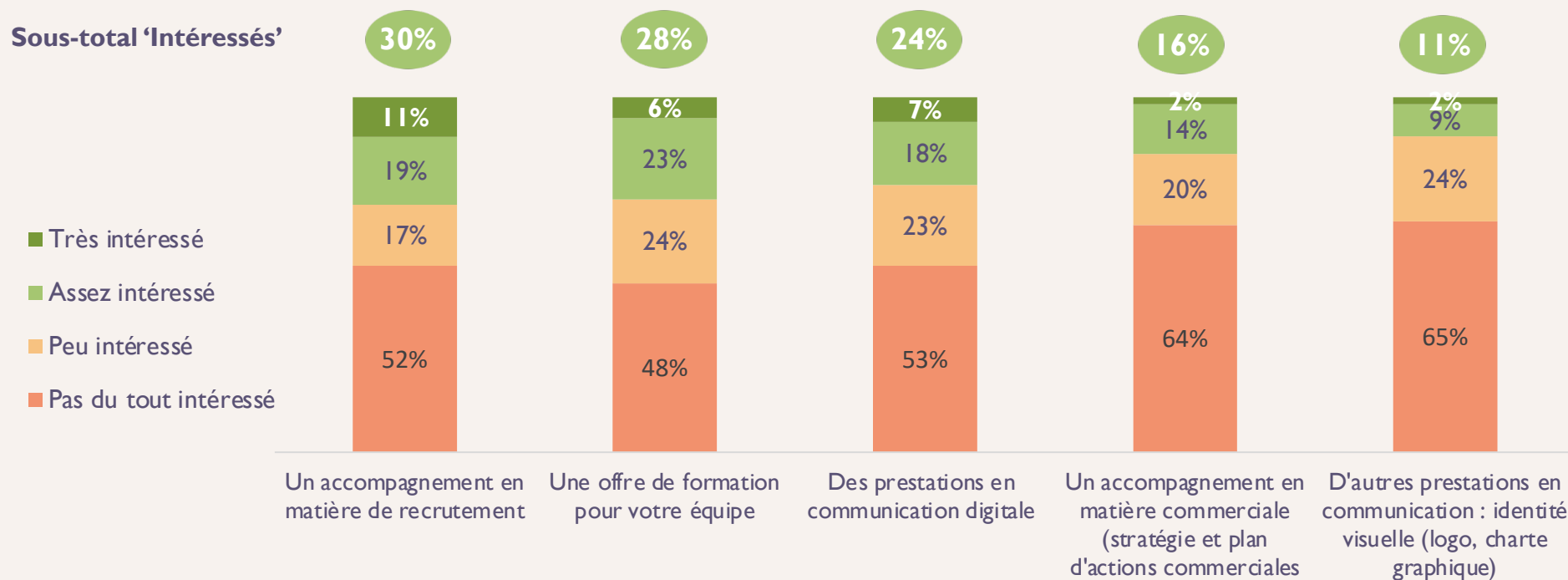
BESOINS D'ACCOMPAGNEMENT DES CABINETS POUR LEUR DEVELOPPEMENT



Besoins d'accompagnement

L'accompagnement en matière de recrutement et l'offre de formation suscitent un peu plus d'intérêt que les autres services mais, globalement, peu de besoin d'accompagnement exprimé.

Les besoins sont plus forts en Ile-de-France / en zone urbaine, moins forts dans les cabinets avec un seul expert comptable.



Cabinets en Ile-de-France / en zone urbaine : plus intéressés par l'ensemble des services.

Cabinets avec un seul expert comptable : moins intéressés par l'ensemble des services, à l'exception de l'offre de formation.

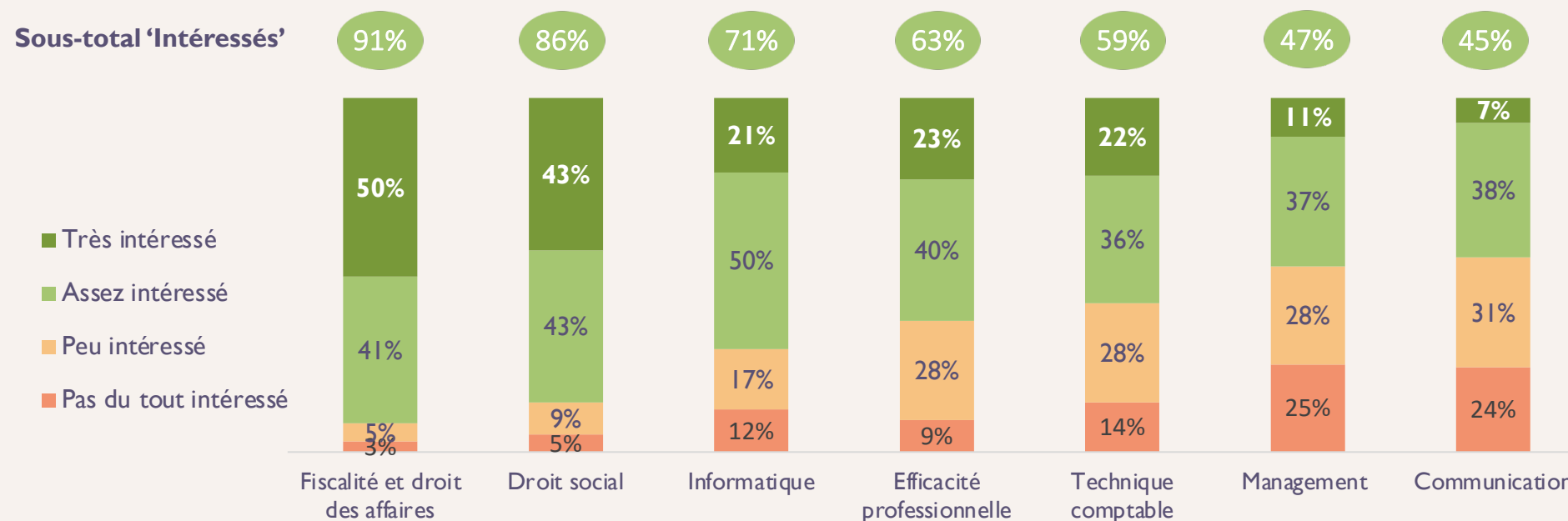
Cabinets avec plus de 10 collaborateurs : plus intéressés par les prestations en communication digitale et l'accompagnement en matière de recrutement





Offre de formation

Parmi les dirigeants et associés intéressés par une offre de formation, ce sont surtout les domaines de la fiscalité et du droit (droit des affaires et droit social) qui suscitent leur intérêt.



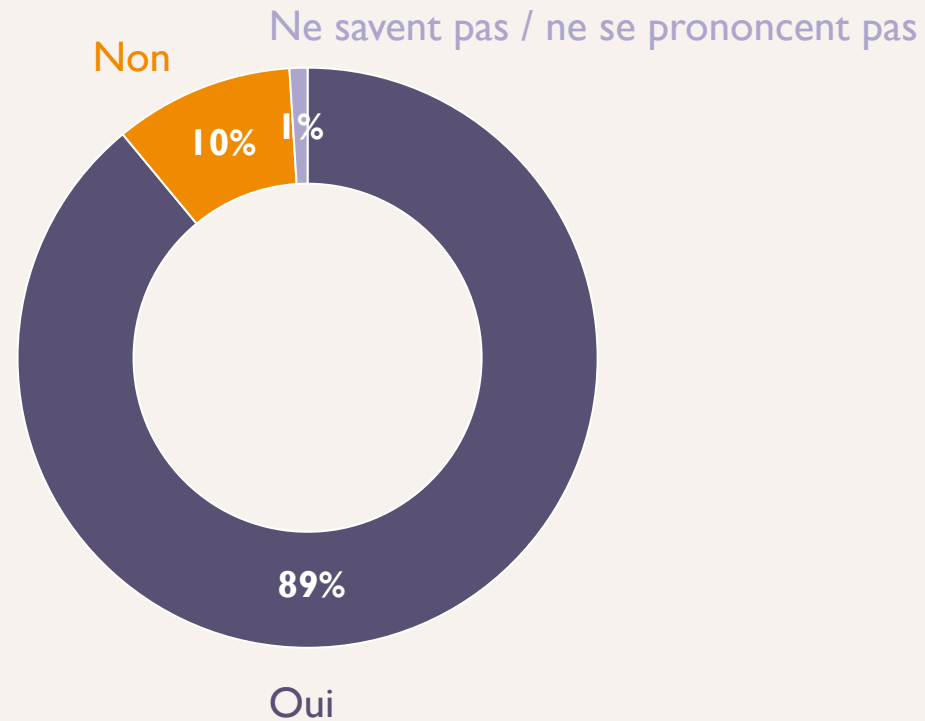
05

ETAT DES LIEUX DES RELATIONS AVEC LES ORGANISMES DE GESTION AGREES

Correspondance avec des organismes de gestion agréés



Près de 9 cabinets interrogés sur 10 sont en contact avec des organismes de gestion agréés, un taux similaire quel que soit le profil du cabinet.



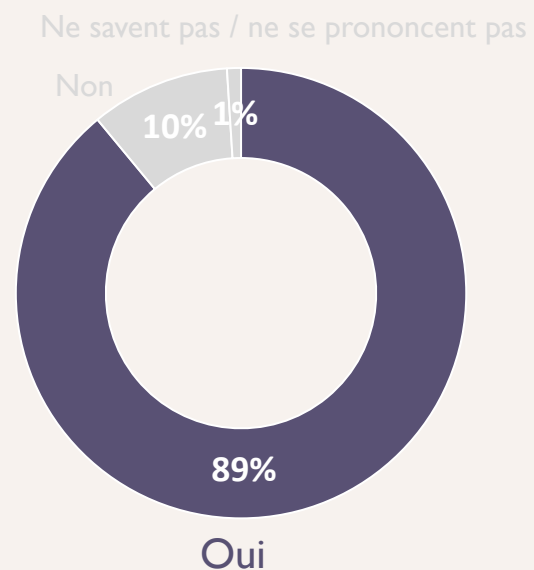


Qualité des relations avec les organismes de gestion agréés

Les relations avec les organismes de gestion agréés sont majoritairement jugées plutôt satisfaisantes.
Près du tiers les considère même très satisfaisantes.

Rappel : correspondance avec des organismes de gestion agréés

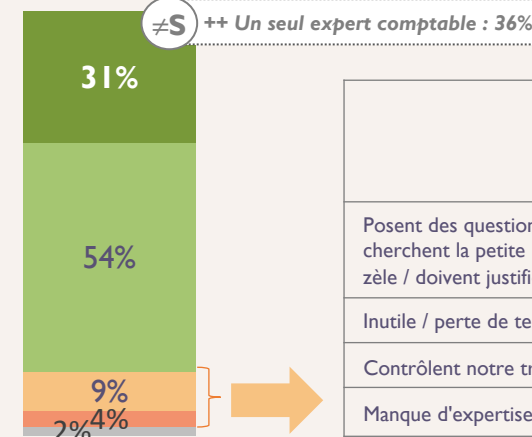
Satisfaction envers les relations avec les organismes de gestion agréés



Sous-total 'Satisfaits'

- Très satisfaisantes
- Plutôt satisfaisantes
- Plutôt insatisfaisantes
- Très insatisfaisantes
- Ne savent pas / ne se prononcent pas

85%



	Effectifs (sur une base de 24 répondants)
Posent des questions sans intérêt / cherchent la petite bête / excès de zèle / doivent justifier leur existence	10
Inutile / perte de temps	8
Contrôlent notre travail	4
Manque d'expertise / incompétence	4



06

SYNTHÈSE & RECOMMANDATIONS

Synthèse (1/2)



Profil des cabinets

La majorité des cabinets de 20 collaborateurs ou moins sur site qui ont été interrogés appartiennent à un **groupement / réseau d'expertise comptable**, ne comptent **qu'un seul expert comptable**, et **10 collaborateurs ou moins**, tous sites confondus. Plus de 3 quarts sont situés en **zone urbaine**, près d'un tiers en **Ile-de-France**.

Les petites entreprises constituent la grande majorité de leur clientèle.

ECF : connaissance, intérêt et modalités de mise en œuvre

- **Connaissance** : La moitié des dirigeants / associés interrogés se dit **être bien informée sur l'ECF**. Seuls 4% n'en ont pas du tout entendu parler (un peu plus dans les cabinets appartenant à un groupement ou réseau d'expertise comptable).
- **Intérêt** : **L'utilité de l'ECF reste encore à prouver** : seuls 42% des dirigeants / associés interrogés le considèrent utile à certains de leurs clients, **principalement grâce aux sécurités qu'il apporte sur le plan fiscal et en matières de process administratifs et comptables**. 34% des dirigeants / associés ne trouvent pas l'ECF utile pour leurs clients, surtout parce qu'il **fait double emploi avec les travaux de révision**. **Un quart des dirigeants/associés n'a pas encore d'avis** sur l'utilité de l'ECF. Malgré tout, **20% des dirigeants/associés qui trouvent l'ECF inutile ou n'ont pas encore d'avis, envisagent de le proposer à leurs clients**.
- **Modalités de mise en œuvre** : La majorité des cabinets qui proposeraient l'ECF **réaliserait eux-mêmes l'ensemble des ECF**. Toutefois, **un quart n'a pas encore d'avis sur la question**. **Tous les types de clients** sont considérés pour l'ECF, même si **les petites entreprises commerciales et artisanales** ainsi que **les PME** sont encore davantage envisagées.

La principale difficulté anticipée dans la mise en œuvre est le **manque de temps**, suivi du **manque de moyens humains**.

En termes de tarifs, la plupart des dirigeants / associés pense qu'il est acceptable de facturer **plus de 400€ pour les PME**, et **entre 200 et 400€ pour les petites entreprises et les professionnels libéraux**.

Synthèse (2/2)



Intérêt pour l'offre de nouveaux services

Actuellement, **plus de 9 cabinets sur 10 proposent d'autres services** que la mission comptable à leurs clients, en particulier **le traitement de la paie et du social, l'assistance juridique et l'accompagnement à la création d'entreprise**. Mais les autres services sont également souvent proposés.

4 cabinets sur 10 pourraient envisager de faire appel à d'autres prestataires pour enrichir leur offre de services. Et **près d'un quart est indécis**. Les cabinets seraient plutôt intéressés à proposer de **l'aide dans la recherche de financements, des audits / recommandations en matière de protection sociale et de l'aide à la transition numérique**. Mais le degré d'intérêt envers les différents services dépend beaucoup du profil du cabinet.

Enfin, deux tiers des cabinets souhaiteraient proposer les services supplémentaires avec appui de prestataires **en marque blanche, au moins partiellement**.

Besoins d'accompagnement des cabinets pour leur développement

L'accompagnement en matière de recrutement et l'offre de formation (principalement dans les domaines de la fiscalité et du droit - droit des affaires et droit social) suscitent un peu plus d'intérêt que les autres services mais, globalement, **peu de besoin d'accompagnement exprimé**.

Les besoins sont **plus forts en Ile-de-France / en zone urbaine**, moins forts dans les cabinets avec un seul expert comptable.

Etat des lieux des relations avec les organismes de gestion agréés

Près de 9 cabinets interrogés sur 10 sont en contact avec des organismes de gestion agréés, un taux similaire quel que soit le profil du cabinet. Les relations sont majoritairement jugées **plutôt satisfaisantes**. Près du tiers des cabinets les considère même très satisfaisantes.

Recommandations stratégiques



✓ **Promouvoir les bénéfices de l'ECF auprès de vos clients dirigeants / associés de cabinets non-convaincus ou indécis.**

En effet, la notoriété de ce nouveau dispositif est bonne mais plus de la moitié des dirigeants / associés le trouve inutile ou n'ont pas encore d'avis.

Pour cela, 2 axes de stratégie complémentaires :

- **Capitaliser sur les principaux bénéfices reconnus aujourd'hui chez vos clients convaincus** : la sécurisation sur le plan fiscal et en matières de process administratifs et comptables.
- **Accroître la notoriété des autres bénéfices de l'ECF.**

✓ **Et convaincre les cabinets de faire réaliser au moins certains ECF par les organismes de gestion agréés...**

...d'autant plus qu'un quart des dirigeants / associés n'a pas encore d'avis sur le choix ou non de la sous-traitance.

Pour convaincre les cabinets : mettre en avant le gain de temps et la mise à disposition de moyens humains que les cabinets n'ont pas (ces deux points étant soulevés comme étant les principales difficultés dans la mise en œuvre de l'ECF).

✓ **Proposer de nouveaux services à destination des clients des cabinets, en particulier :**

- l'aide dans la recherche de financements
- des audits / recommandations en matière de protection sociale
- l'aide à la transition numérique

Laisser la possibilité aux cabinets de proposer ces services en marque blanche.

✓ **Déprioriser l'offre de services à destination des cabinets.**

En effet, peu de besoins exprimés par les cabinets pour leur propre développement.

Dans le cas d'une mise en place de ces services, cibler en priorité les cabinets en Ile-de-France.