

BAROMÈTRE CEG & LAPLACE

Missions de demain : Où en sont vraiment les cabinets ?

La conviction est là. L'équipement, pas encore.



Pourquoi ce baromètre est indispensable

Facture électronique, IA, fin de la saisie, nouvelles attentes des clients ... Beaucoup d'observateurs de la profession comptable affirment aujourd'hui que le centre de gravité des cabinets d'expertise comptable est amené à évoluer du déclaratif vers le pilotage et le conseil, et à s'enrichir de nouvelles missions à forte valeur ajoutée.

L'ambition, derrière cette idée, est de transformer les cabinets en sociétés de services, en véritables « **one stop-shops** » qui seront en mesure demain de répondre à l'ensemble des besoins des chefs d'entreprises et des clients.

Cette vision – séduisante – serait la planche de salut d'une profession dont le cœur de métier historique est aujourd'hui questionné.

Bien que largement partagée par l'ensemble de la profession, **la transformation pour parvenir à ce nouveau modèle n'en est pas moins immense**. Et elle pose d'innombrables questions.

Comment les professionnels perçoivent-ils cette transformation ? Quelles sont les missions de demain les plus pertinentes à leurs yeux ? Qu'attendent leurs clients ? Quelles sont leurs avancées réelles en la matière ? Comment s'y prennent-ils, ou comptent-ils s'y prendre ?

Ce foisonnement de questions est à l'origine du baromètre Missions de Demain CEG & Laplace que vous venez d'ouvrir.

Le principe est simple : sur la base d'une enquête terrain, réaliser cet état des lieux factuel de l'avancée et de la perception sur 7 nouvelles missions qui nous semblent particulièrement porteuse de sens, et le réactualiser tous les 2 ans.

Notre ambition est ainsi de permettre aux professionnels de la filière de ne pas naviguer à vue, de se comparer et de poser des choix stratégiques de diversification. En pleine conscience et en pleine connaissance des faits.

Bonne lecture !

Les équipes du CEG et Laplace.

Un mot sur les auteurs :



Le CEG est un cercle de prospective sur l'avenir de la profession comptable. Il rassemble des cabinets en pointe en matière de digitalisation et de transformation, pour les amener encore plus loin.

Le CEG propose à ses membres des événements et rencontres, une veille quotidienne du marché, des outils et méthodes, des avantages partenaires et des contenus à forte valeur ajoutée, ainsi qu'un podcast : « **Les Experts-Comptables de demain** ». Pour en savoir plus et adhérer au CEG :



<https://www.experts-en-gestion.fr/>



LinkedIn



Laplace, marque du groupe Crystal, est une référence du conseil en gestion privée depuis plus de 30 ans.

Avec 35 implantations en France, 4 en Outre-Mer et 9 à l'international, Laplace accompagne ses clients, chefs d'entreprise, professionnels libéraux, groupes familiaux, dans la structuration, l'optimisation et la transmission de leur patrimoine personnel et professionnel, au fil des générations. Laplace accompagne plus particulièrement les cabinets d'expertise comptable dans le déploiement de la gestion de patrimoine pour le compte de leurs clients. Pour en savoir plus sur **Laplace** :



<https://laplace-groupe.com/actualites/actualites-financieres-et-patrimoniales>



LinkedIn

Table des matières

Avant-propos	6
Partie 1 - Qui a répondu ?	10
Partie 2 - La profession face au virage des missions de demain	13
Partie 3 - Les 7 missions de demain	20
Mission 1 - Gestion de patrimoine	22
Mission 2 - RSE	30
Mission 3 - Full-service administratif	38
Mission 4 - Pilotage de trésorerie	46
Mission 5 - Services financiers	52
Mission 6 - Gestion des Ressources Humaines (GRH)	60
Mission 7 - Cybersécurité	68
Partie 4 - Analyse croisée	74
Partie 5 - Attentes et leviers	86
Partie 6 - Missions de demain : le modèle de conversion des cabinets est-il adapté ?	91
Conclusion	94



Avant-propos



“
Ne plus mettre sous le tapis la question de la rentabilité”

Maxime Chiche

Directeur des partenariats chez Laplace

À la lecture de ce baromètre, une chose me marque : **l'engouement actuel qu'il souligne au sein de la profession sur le sujet des missions de demain.**

Cela fait 30 ans que la filière parle de son virage futur vers le conseil, avec pourtant une stagnation sur le terrain.

Là, le ton semble avoir changé. Avec l'arrivée de la facture électronique et de l'IA, on sent que les cabinets s'interrogent sur l'évolution de leur proposition de valeur et de leur modèle économique. C'est un signal encourageant.

Sur la gestion de patrimoine, domaine d'expertise de Laplace, plusieurs enseignements retiennent particulièrement mon attention :

Le premier : **la facturation.** 63% des répondants projettent la gestion de patrimoine avec une facturation à la mission (audit, accompagnement ponctuel). Je considère que c'est une vision périlleuse, voire vouée à l'échec.

Ce qui fait le succès d'un département gestion de patrimoine, c'est **la récurrence de la mission.** Et il faut aussi distinguer les honoraires de conseil (qui représentent 10% du business model de la GP) des marges d'intermédiation et de gestion (90%), pour **ne plus mettre sous le tapis la question de la rentabilité de la mission gestion de patrimoine** en cabinet. C'est essentiel pour sa pérennisation.

Ce défi de la rentabilité n'est d'ailleurs pas dissociable d'un autre enseignement : **le déficit de structuration** de la mission GP. 61% des répondants témoignent que leur cabinet s'est organisé en nommant un référent en interne. **32% disent ne pas avoir de processus interne ... du tout.** Certes, la gestion de patrimoine est plébiscitée par un grand nombre de cabinets. Mais pour la faire passer d'une mission connexe à une mission industrialisée, la question de sa structuration doit elle aussi être adressée avec lucidité.

Ceci m'amène à un dernier point, qui fera office de recommandation transverse pour toutes les nouvelles missions traitées dans ce baromètre : les cabinets doivent sans tarder **déployer un CRM** pour résoudre la **difficulté chronique de la détection des besoins clients.**

Car former les collaborateurs, leur donner un « vernis » sur chacune de ces missions de demain, comme je l'entends souvent : ce n'est pas la clé de leur déploiement futur. C'est un vœu pieux.

Pour devenir de vraies sociétés de services, les cabinets devront miser sur deux éléments complémentaires : d'un côté, un CRM qui détecte les problèmes et éventuels besoins clients via des alertes ; de l'autre, des collaborateurs qui poussent ces sujets aux clients et aiguillent vers des solutions, sans avoir à maîtriser la mission eux-mêmes.

Rentabilité, structuration interne, CRM : voilà des clés qui permettront aux cabinets de **percer enfin ce plafond de verre** auquel ils se sont confrontés jusqu'à présent dans le déploiement des nouvelles missions.

Bonne lecture.



COPYRIGHT DIDIER MICHALET
- STUDIO DMKF

Antoine de Riedmatten

Président du Directoire chez In Extenso

“
Abandonner les réflexes du passé”

Il me semble essentiel de souligner une première chose à la lecture de ce Baromètre CEG & Laplace sur les missions de demain : c'est l'aspect **volontariste et optimiste** de la profession sur leur déploiement.

La **qualité de la relation** avec nos clients et la **confiance** qu'ils nous manifestent, si l'on se réfère aux dernières études du CNOEC¹, sont certainement un terreau qui leur est favorable.

Mais force est de constater que le **conseil prodigué dans les cabinets stagne depuis plusieurs années.** Ces derniers considèrent encore trop souvent le conseil comme un **accessoire de la mission principale**, alors que l'enjeu est aujourd'hui d'opérer la **mue des cabinets en sociétés de services.**

Selon moi, cette mue passe par plusieurs transformations radicales, et l'abandon de certains réflexes du passé.

Tout d'abord : il faut apprendre à **connaître ses clients, à différencier leurs besoins**, et établir en fonction de cela des **persona**. Certains clients ne vont attendre que de la production comptable et de la conformité fiscale. D'autres

¹Enquête Viavoice 2025 pour l'Observatoire de la profession comptable, CNOEC :
- Qualité de la relation et confiance entre les entreprises et leur expert-comptable : 8,6/10
- 73% des entreprises clientes collaborent depuis plus de 4 ans avec leur expert-comptable, dont 38% depuis plus de 10 ans.
- 89% des entreprises et 92% des associations clientes recommanderaient leur expert-comptable.

souhaitent être accompagnés dans leur stratégie, veulent du back-office, de l'outsourcing ... Essayer de vendre les mêmes services à tout son portefeuille est voué à l'échec.

Chez In Extenso, nous travaillons en ce moment sur **notre vision 2030 où nous serons devenus une vraie société de services**. Nous nous projetons pour cela dans un monde potentiellement déréglementé où l'obsession du besoin client irrigue la stratégie, comme dans n'importe quelle entreprise.

“ **Nous travaillons en ce moment sur notre vision 2030** ”

La profession doit également **se départir de son habitude de facturer au temps passé**. A partir du moment où votre client a une attente et que vous la comblez (parfois même au-delà de ce qu'il vous a demandé), vous lui apportez de la valeur. C'est cette **valeur qu'il va falloir désormais facturer**. Il faudra le faire de manière différenciée selon les services, les clients. Et cette approche différenciée ruissellera également sur les questions de rémunération des collaborateurs, de marge clients, etc.

L'autre réflexe à lâcher est lié à notre posture originelle de technicien : **nous devons apprendre à déléguer**, à dessiner une ligne claire entre ce que je continue de faire moi-même et ce que je délègue à un autre (qui fera mieux que moi). Dans une véritable société de services, celui qui fait la mission n'est pas **celui qui a la relation client**. C'est un tort que nous avons de toujours vouloir mixer les deux. Cela peut passer par la conclusion de rachats, de partenariats mais aussi par des rapprochements avec d'autres confrères. C'est par exemple la philosophie d'Impulse Data, le data lake de 800 000 dossiers clients que nous avons coconstruit avec une vingtaine de cabinets partenaires d'In Extenso.

Par ailleurs, les évolutions actuelles de gouvernance invitent entre associés à se spécialiser et à **distinguer davantage le rôle d'expert-technicien, de celui de commercial et de manager d'équipes de production**. Le cumul de ces casquettes est aujourd'hui un frein limitant à la croissance des cabinets.

Pour conclure cet avant-propos, je pense que les missions de demain ont potentiellement un très bel avenir dans notre profession, et ce baromètre s'en fait le reflet.

Mais pour l'heure, nous devons tous mener une **réflexion systémique et courageuse** sur notre positionnement et nous défaire de certains réflexes passésistes pour **accéder à ces nouveaux marchés prometteurs**.

Bonne lecture.



Partie 1

Qui a répondu ?

215 professionnels de l'expertise comptable ont participé à ce premier baromètre CEG & Laplace sur les missions de demain. Un échantillon représentatif de la diversité de la profession, en termes de statut, de taille de cabinet et d'ancienneté.

Répondants au total

215

Professionnels de la filière

Dirigeants ou associés

51%

1 répondant sur 2

Cabinets de moins de 50 sal.

67%

Cœur de la profession

Cabinets indépendants

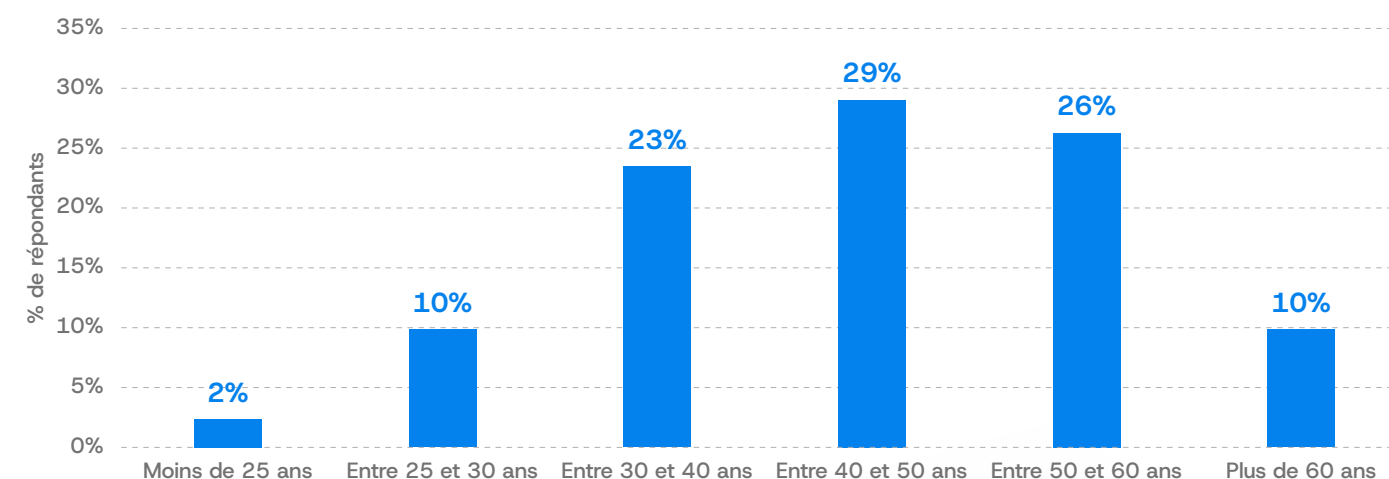
56%

44% en groupement ou réseau

RÉPARTITION PAR ÂGE

La majorité des répondants a entre 40 et 60 ans (55%), ce qui reflète le profil des décideurs en cabinet. Mais 35% ont moins de 40 ans : un signal que les nouvelles générations s'approprient également ces questions de transformation.

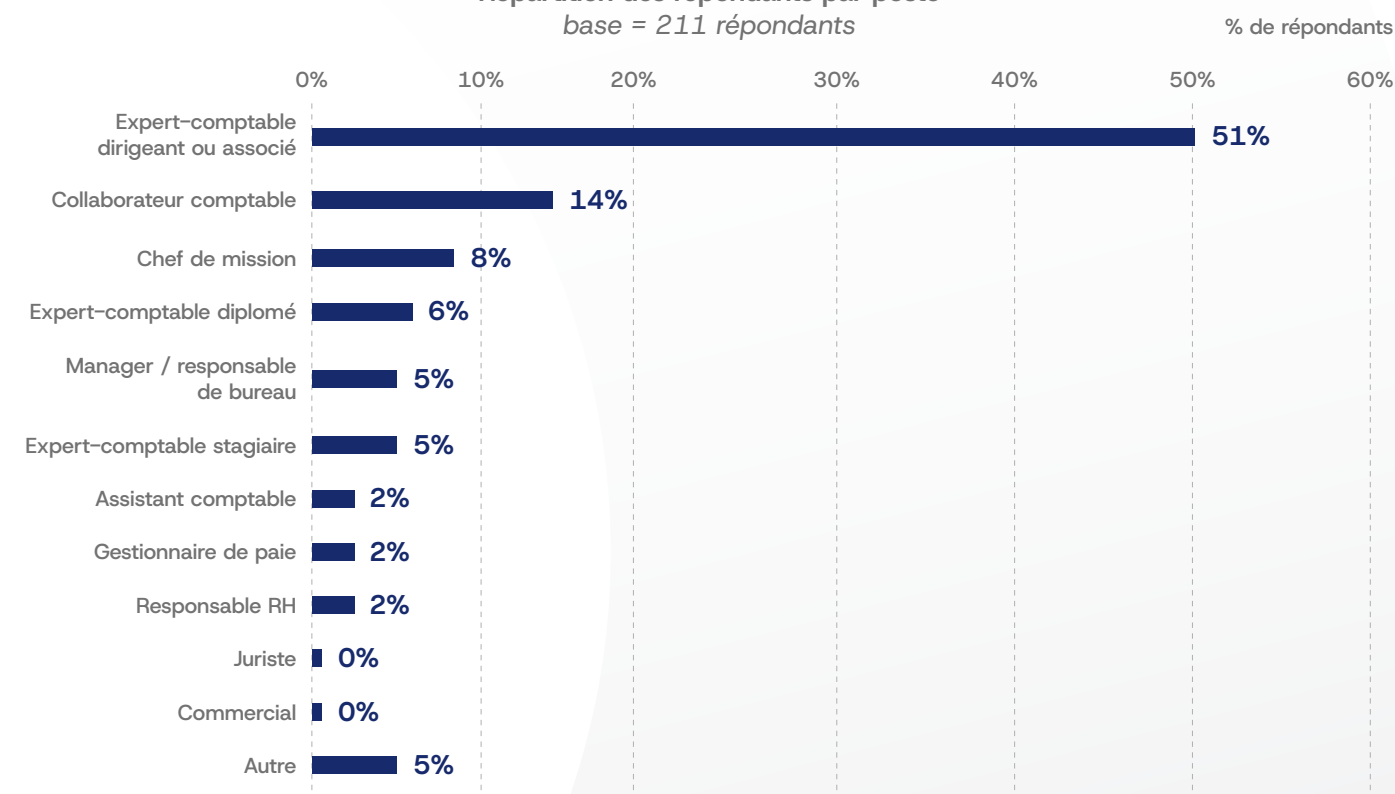
Répartition des répondants par classe d'âge
base = 215 répondants



STATUT DANS LE CABINET

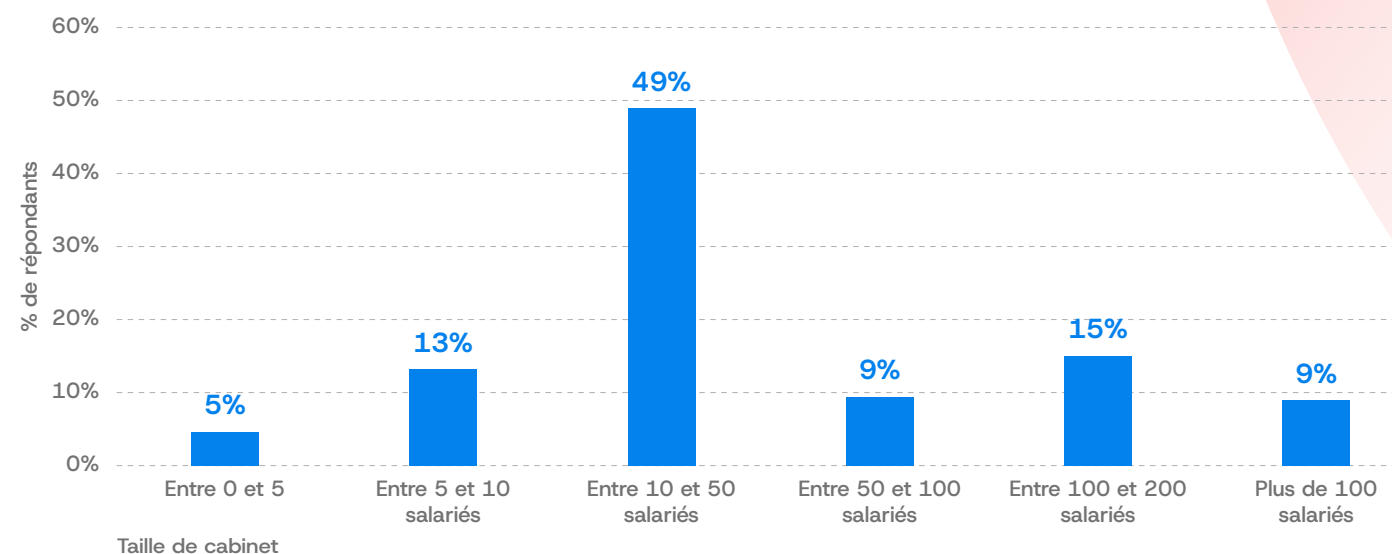
Avec 51% d'experts-comptables dirigeants ou associés parmi les répondants, les résultats de ce baromètre reflètent en priorité le regard de ceux qui prennent les décisions stratégiques au sein des cabinets.

Répartition des répondants par poste
base = 211 répondants

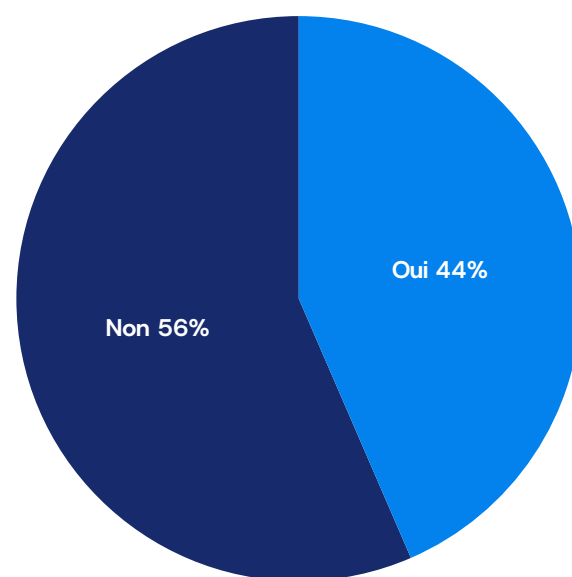


TAILLE DES CABINETS ET APPARTENANCE OU NON À UN GROUPEMENT/RÉSEAU

Répartition des répondants par taille de cabinet
base = 212 répondants



Appartenance à un groupement / réseau
base = 214 répondants



UN ÉCHANTILLON ANCRÉ DANS LA RÉALITÉ DES CABINETS

Ce baromètre n'est pas le reflet d'une vision théorique : 51% des répondants sont aux commandes de leur cabinet, et 67% exercent dans des cabinets de moins de 50 salariés, là où se jouent concrètement les arbitrages de transformation. La parole est donnée à ceux qui décident. Et nous allons désormais voir ce qu'ils disent des missions de demain !

Partie 2

La profession face au virage des missions de demain

Pas de doute : pour les experts-comptables, la transformation est en marche. Ce baromètre ne révèle pas tant une prise de conscience (qui est déjà bien présente) qu'une mesure de l'écart net entre conviction et passage à l'acte.

1. LES MISSIONS TRADITIONNELLES SOUS PRESSION

À la question « Dans quelle mesure les missions traditionnelles vont-elles diminuer d'ici 5 ans ? », les répondants donnent une note moyenne de 6,6/10. Plus parlant encore : 56% d'entre eux attribuent une note de 7 ou plus à cette même question. La tendance est donc perçue comme étant structurelle. Les missions de demain ne sont donc pas un effet de mode.

Note moyenne

6,6/10

Diminution missions trad.
d'ici 5 ans

Répondants à 7/10 ou plus

56%

Soit 118 répondants
sur 212

Note médiane

7/10

La moitié des répondants
au-dessus



2. LE CONSEIL, FUTUR CŒUR DU MÉTIER

En miroir, la conviction que les missions de conseil vont prendre une place centrale est encore plus forte, avec une note moyenne de 7,7/10, et 78% des répondants à 7 ou plus (soit 3 experts-comptables sur 4). La direction est claire, partagée, et assumée : le conseil est perçu comme l'avenir du métier.

Note moyenne

7,7/10

Place des missions de conseil
d'ici 5 ans

Répondants à 7/10 ou plus

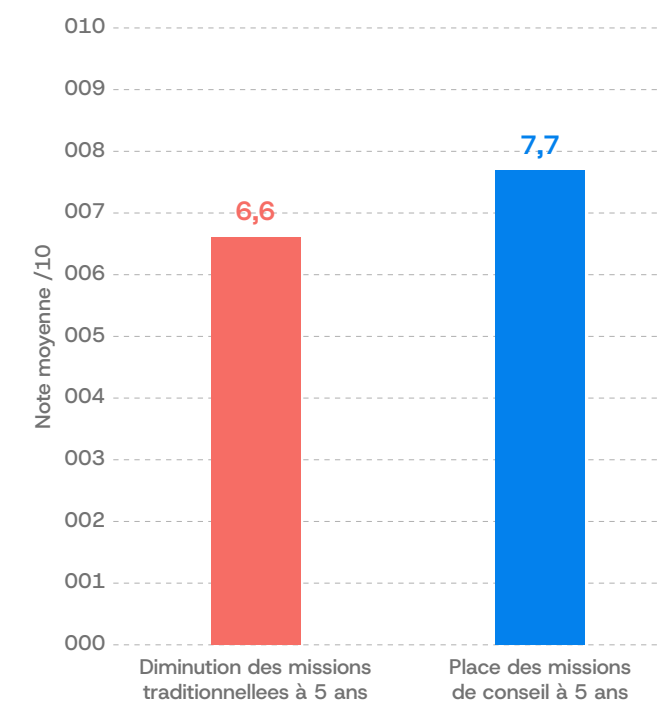
78%

Soit 163 répondants
sur 208

À noter

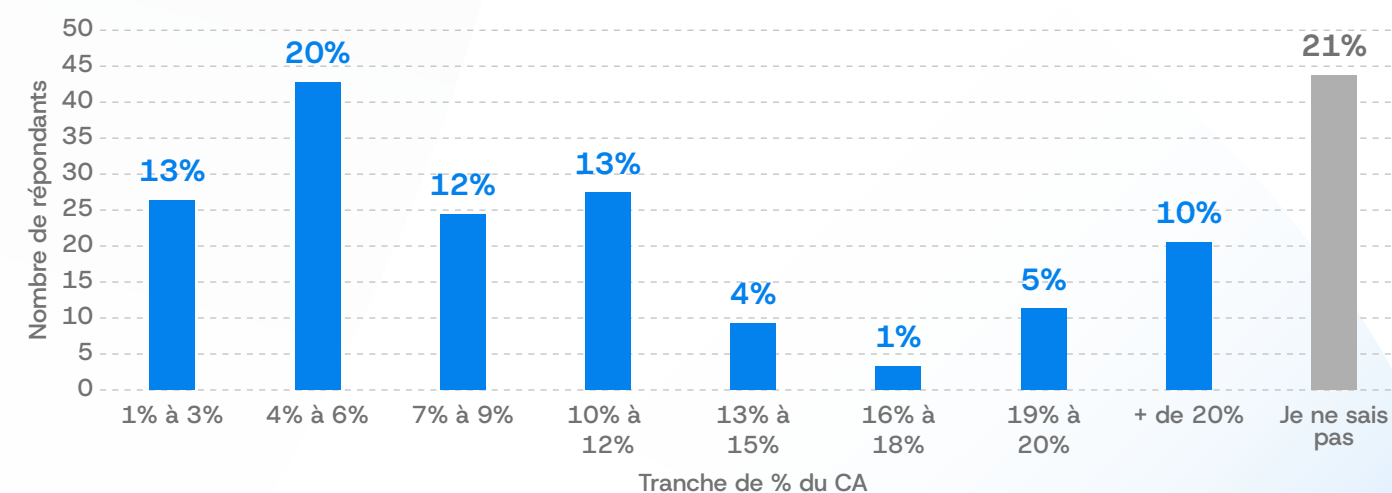
L'écart entre les deux notes (6,6 contre 7,7) révèle quelque chose d'important : les cabinets croient plus fortement à la montée du conseil qu'ils ne redoutent la chute des missions traditionnelles. Plus qu'un repli défensif, c'est une dynamique offensive !

Évolution perçues à 5 ans
base = 208 répondants

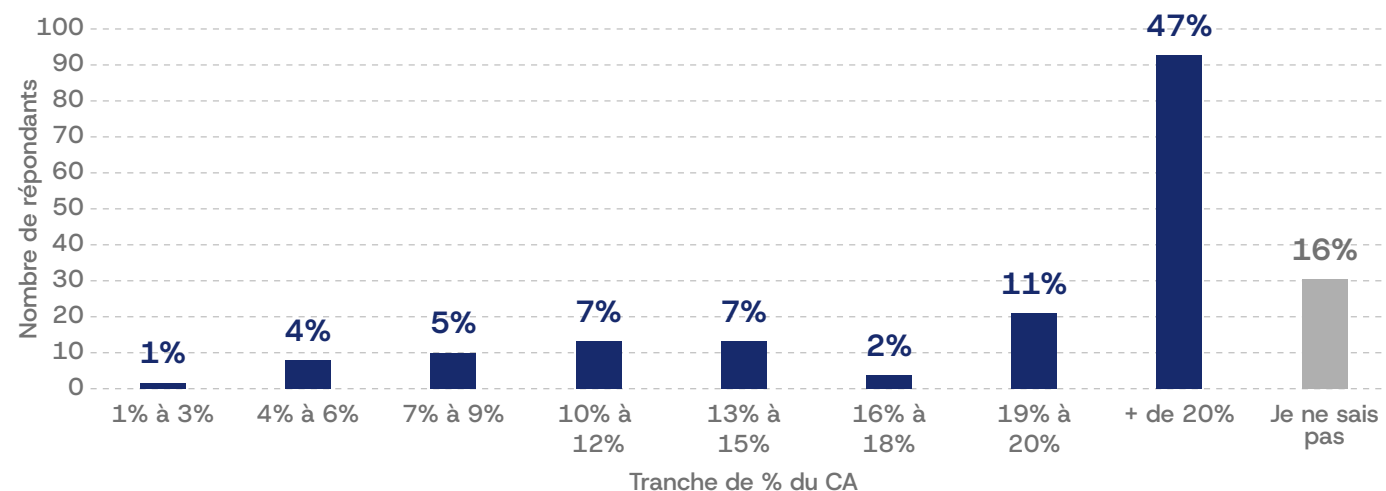


3. LA PROJECTION DE CHIFFRE D'AFFAIRES

Distribution du CA ACTUEL lié aux missions de demain
base = 205 répondants



Distribution du CA FUTUR lié aux missions de demain
base = 192 répondants



Le chiffre clé

L'écart entre la part de CA actuelle et projetée sur les missions de demain est un des chiffres les plus marquants du baromètre :

- Aujourd'hui, la grande majorité des cabinets (58%) en sont à moins de 12% de CA généré par les missions de demain.
- Demain, 47% des répondants projettent que les missions futures représenteront plus de 20% de leur CA à terme.

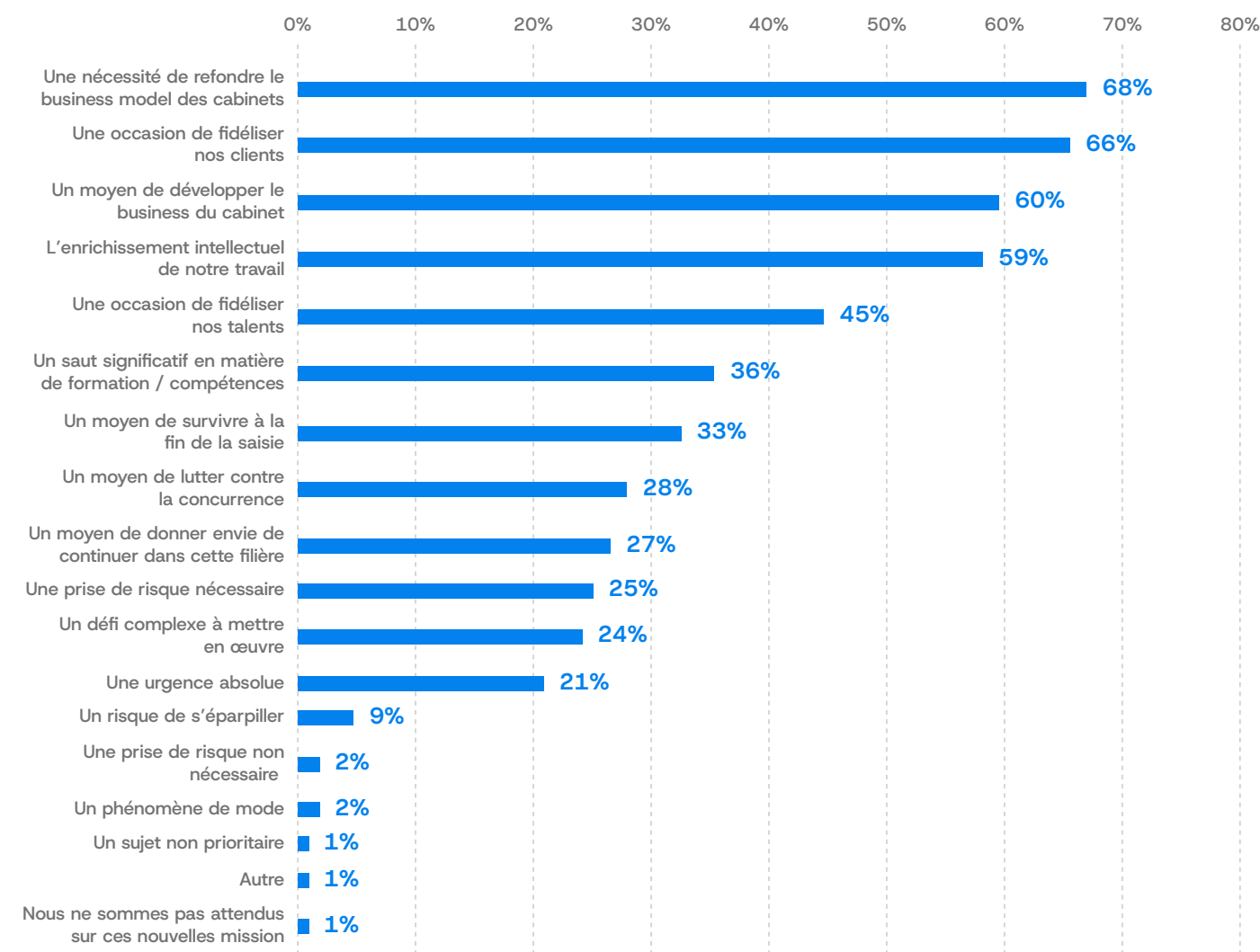
L'ambition de transformation est donc importante !

4. CE QUE LE TERME "MISSIONS DE DEMAIN" ÉVOQUE AUX CABINETS

Quand on demande aux répondants ce que leur évoque ce terme, les réponses sont frappantes : on ne sent ni résignation, ni panique ... mais plutôt une lecture stratégique et lucide d'une transformation qui leur semble avant tout nécessaire.

68% y voient la nécessité de refondre le business model de leurs cabinets. 66%, l'occasion de fidéliser leurs clients. 59% y voient l'enrichissement intellectuel de leur travail.

Missions de demain – Termes associés (choix multiples)
base = 213 répondants



Ce que dit ce classement

- Les « missions de demain » sont très majoritairement perçues positivement comme une transformation nécessaire du modèle économique et une opportunité commerciale.
- Les perceptions négatives sont quasi inexistantes (<5%), et seuls 2% des répondants voient dans les missions de demain «un phénomène de mode».
- Le principal frein exprimé est opérationnel : formations/compétences (36%) et complexité de mise en œuvre (24%).

La profession a donc tranché sur la nécessité de développer ces missions de demain, mais s'interroge encore sur la manière de s'y lancer concrètement.

C'est précisément ce que cartographie ce baromètre, à travers l'analyse de 7 missions que nous avons jugées prioritaires.



Facture Électronique

De la réception à la validation, jusqu'au règlement

Nous sommes prêts !

Anticipez la réforme et créez de la valeur pour votre cabinet

*Bénéficiez de l'expertise d'ACD
pour réussir le déploiement
de votre offre de facturation
digitale.*

*Gardez le contrôle sur chaque
étape de la transition et assurez
une adoption fluide et cohérente.*

Notre solution, couplée à la Plateforme Agréée LVC immatriculée, simplifie l'émission et la réception des factures électroniques, tout en centralisant depuis nos outils, la gestion, la facturation, la comptabilité et la transmission des flux.

■ Les avantages pour votre cabinet :

- ✓ Visibilité et contrôle instantanés de vos factures et indicateurs financiers,
- ✓ Statuts de paiement synchronisés automatiquement,
- ✓ Prévision de trésorerie grâce à nos modèles prédictifs,
- ✓ Collaboration fluide avec vos clients,
- ✓ Sécurité et conformité certifiées ISO 27001.

Nous sommes prêts, et vous ?

Plus d'informations sur acd-groupe.fr

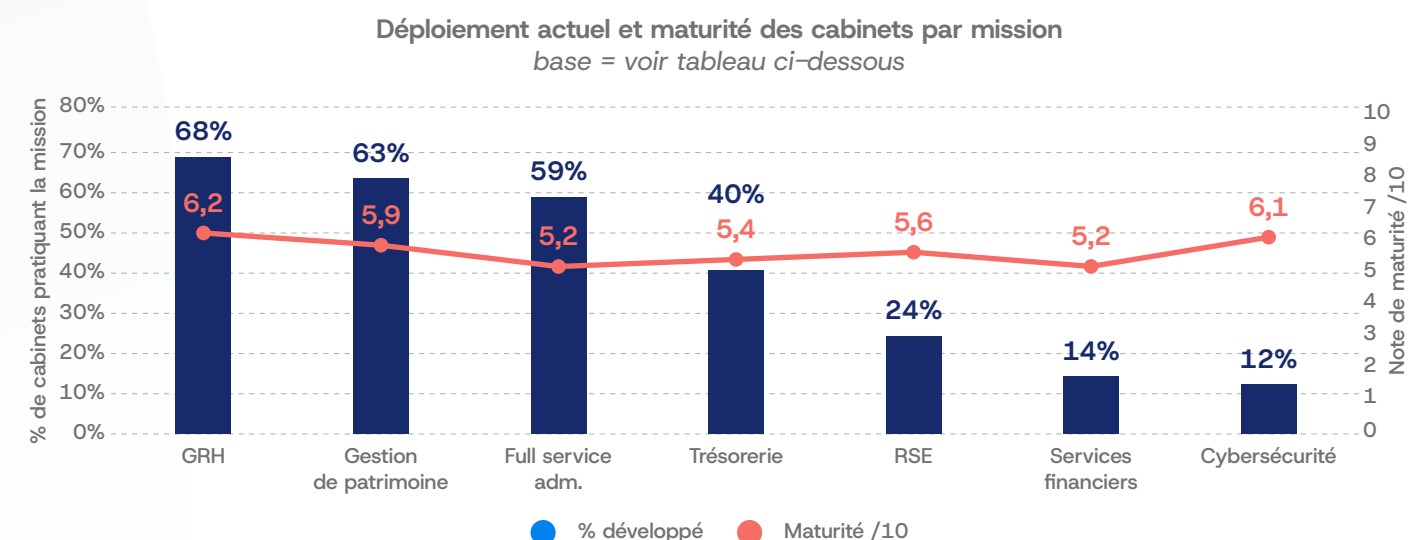


Partie 3

Les 7 missions de demain

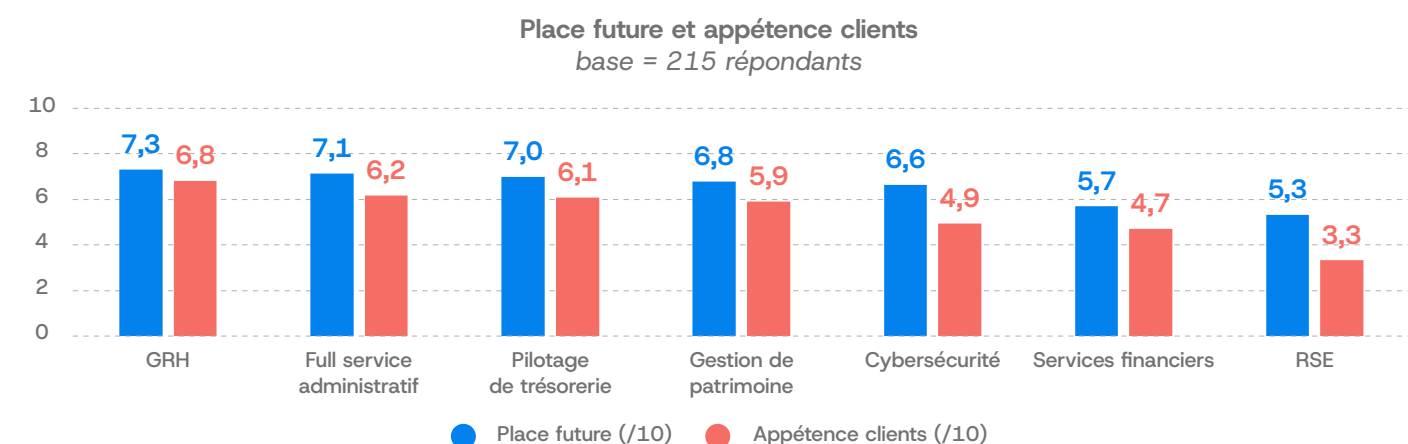
Avant de plonger dans le détail des missions de demain, voici une vue générale qui donne quelques 1er repères essentiels à ce stade.

POURCENTAGE DE CABINETS QUI ONT DÉPLOYÉ CES MISSIONS, ET NIVEAU DE MATURITÉ :



- ➔ Les missions les plus déployées aujourd'hui dans les cabinets sont la GRH, la gestion de patrimoine, le full-service administratif et le pilotage de trésorerie.
- ➔ Les missions moins déployées en volume n'en sont pas pour autant moins matures : les cabinets qui s'y aventurent font office de pionniers et d'experts, ce qui leur confère une avance et une différenciation précieuses.

PLACE DE CES MISSIONS DE DEMAIN DANS LES FUTURES MISSIONS DES EXPERTS-COMPTABLES ET APPÉTENCE DES CLIENTS (NOTE MOYENNE SUR 10)



- ➔ Le classement de la place future estimée des missions de demain et celui du niveau d'appétence des clients sont parfaitement cohérents l'un avec l'autre.

Mission 1

Gestion de patrimoine

Fiscalité, retraite, rémunération, transmission, immobilier, protection de la famille ...

La gestion de patrimoine est sans doute une des missions de demain les plus ancrées dans les pratiques actuelles des cabinets : **63% la proposent déjà**. Mais entre ceux qui l'ont intégrée et ceux qui hésitent encore, les écarts de maturité sont importants. Ce chapitre en dresse le portrait complet.

Note de place future

6,8/10

Moy. 67% à 7/10 ou +

Cabinets qui la pratiquent

63%

Base : 186 répondants

Appétence clients perçue

5,9/10

Note moyenne

Veulent renforcer

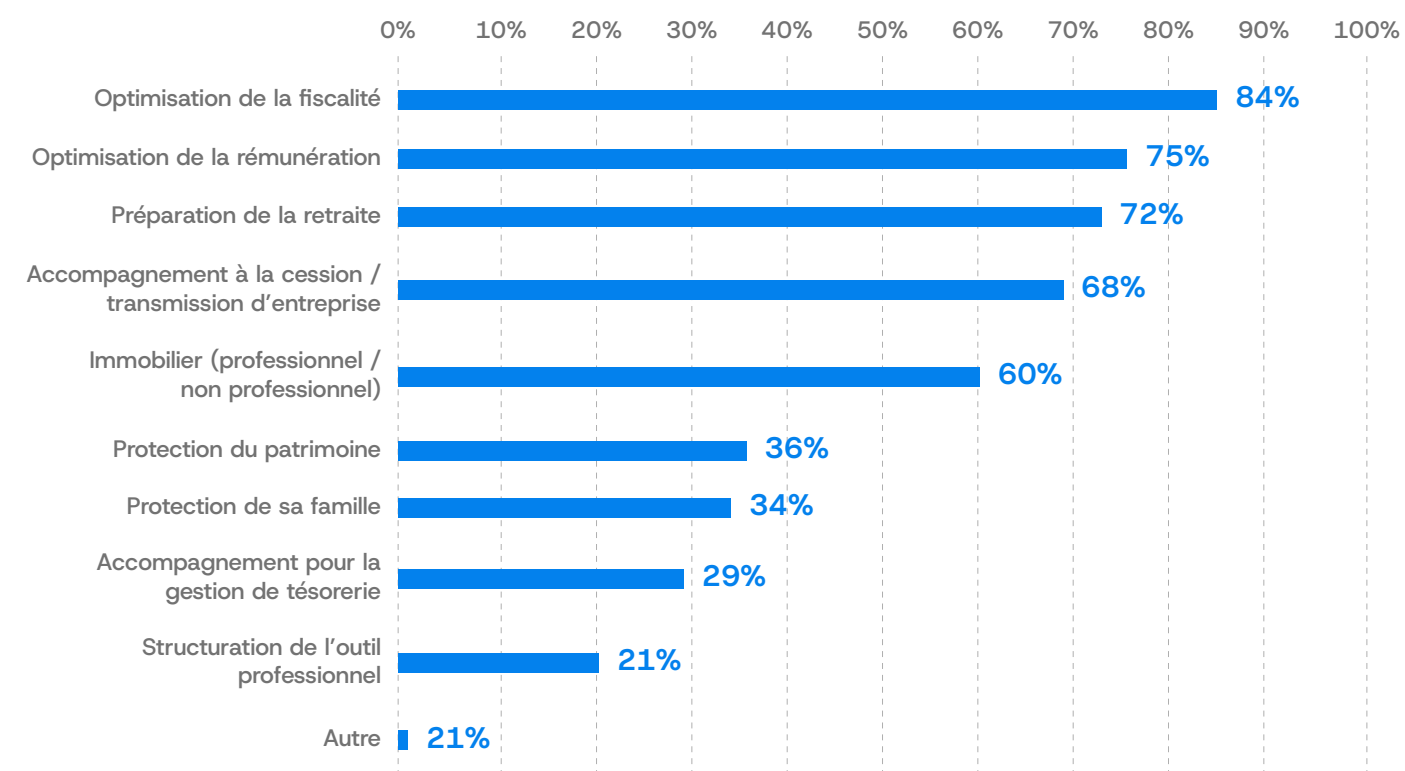
94%

Parmi ceux qui pratiquent déjà
Base : 116 répondants

CE QUE LES CLIENTS DEMANDENT

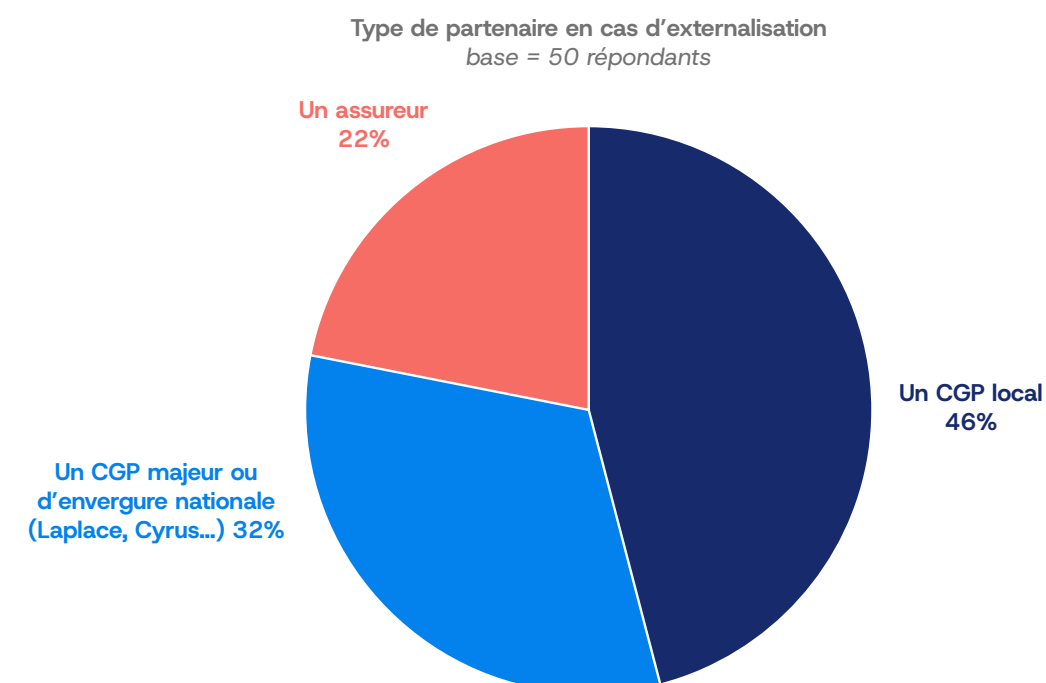
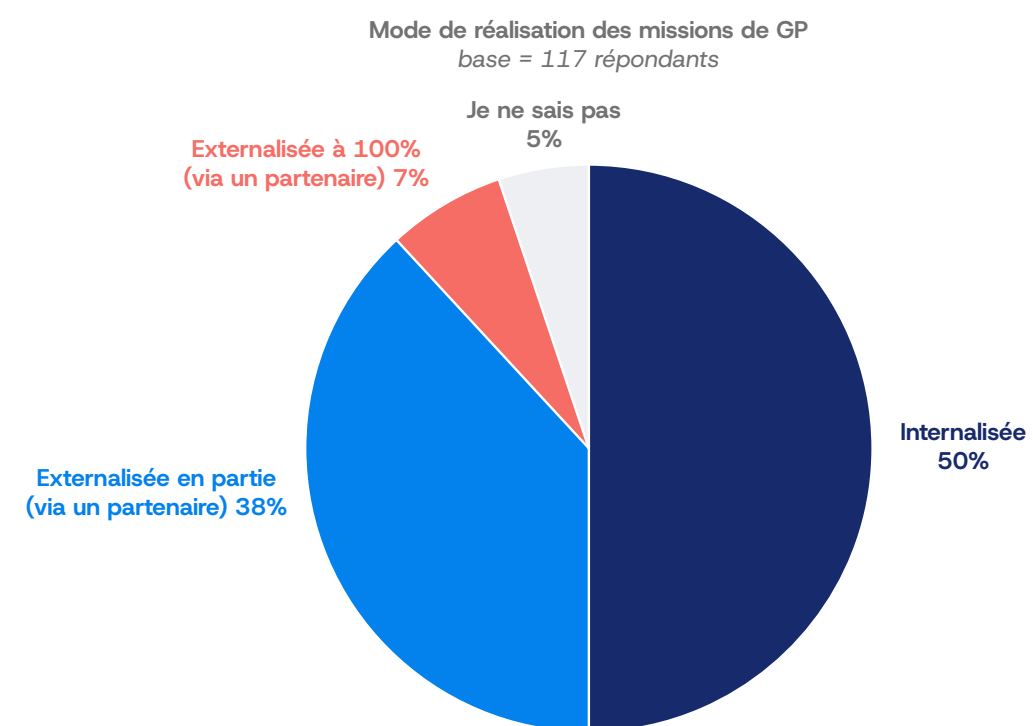
Les demandes clients se concentrent massivement sur la fiscalité et la rémunération : des domaines naturellement proches du cœur de métier des cabinets d'expertise comptable.

Attentes clients en Gestion de Patrimoine
base = 184 répondants



COMMENT LA MISSION EST RÉALISÉE

Parmi les cabinets qui proposent la gestion de patrimoine, la moitié l'internalisent, et 45% fonctionnent via un partenaire, souvent un CGP local ou un acteur national.



MATURITÉ ET STRUCTURATION INTERNE

La maturité opérationnelle est toutefois un point faible, avec une note moyenne de 5,9/10 parmi ceux qui pratiquent la gestion de patrimoine.

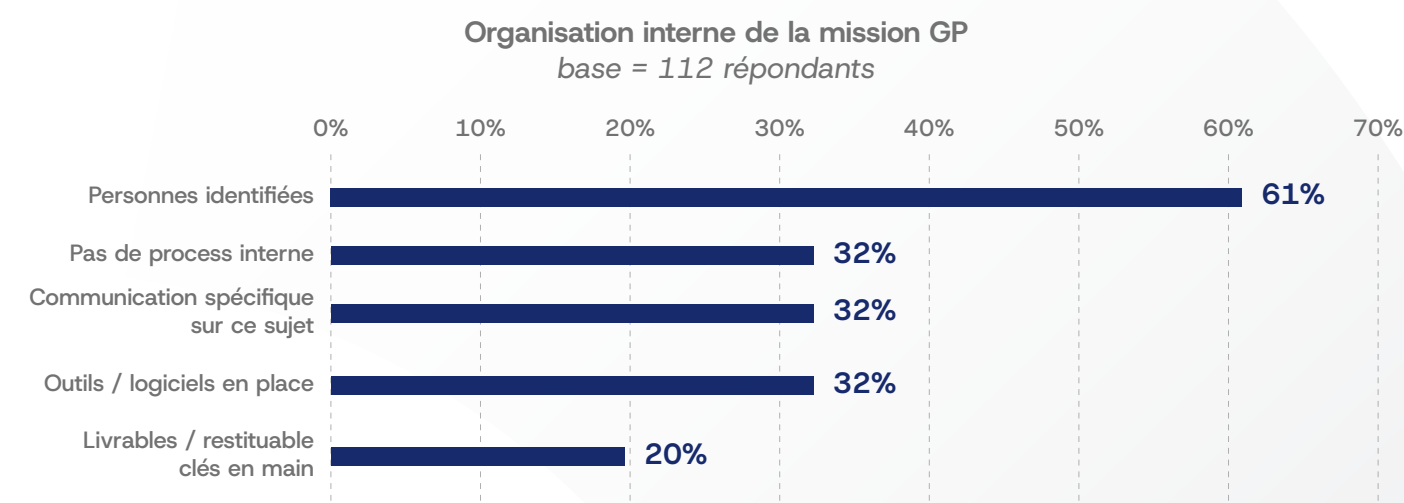
Niveau de maturité (0-10)

5,9 / 10

en moyenne
Médiane : 6/10 — Base : 110 répondants



Et la structuration interne est encore embryonnaire pour beaucoup :

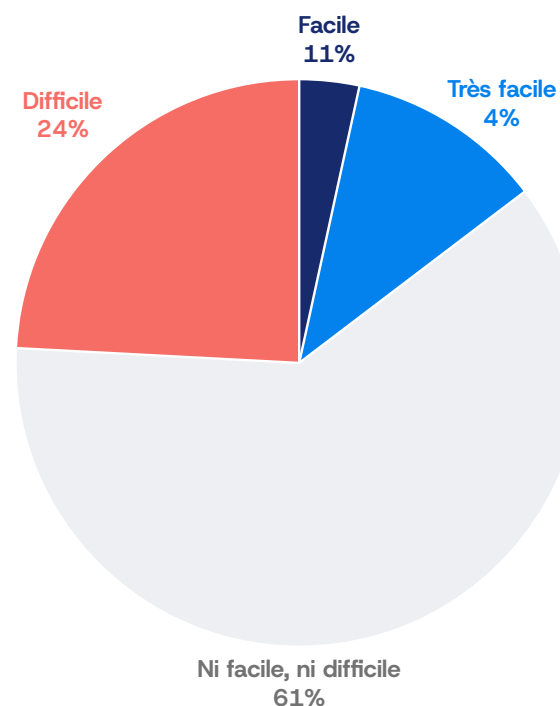


Le fait d'identifier des personnes est donc le réflexe le plus courant (61%). Mais **1 cabinet sur 3 travaille sans cadre formalisé sur cette mission (32%)** ! Le trio « communication / outils / livrables » (les éléments de véritable industrialisation) reste nettement sous-investi par rapport au simple fait d'avoir une personne référente.

On remarque que 20% des cabinets qui pratiquent la GP ont aujourd'hui des livrables et restituables clés en main. Un point problématique pour la bonne valorisation du conseil prodigué !

FACILITÉ À VENDRE LA MISSION

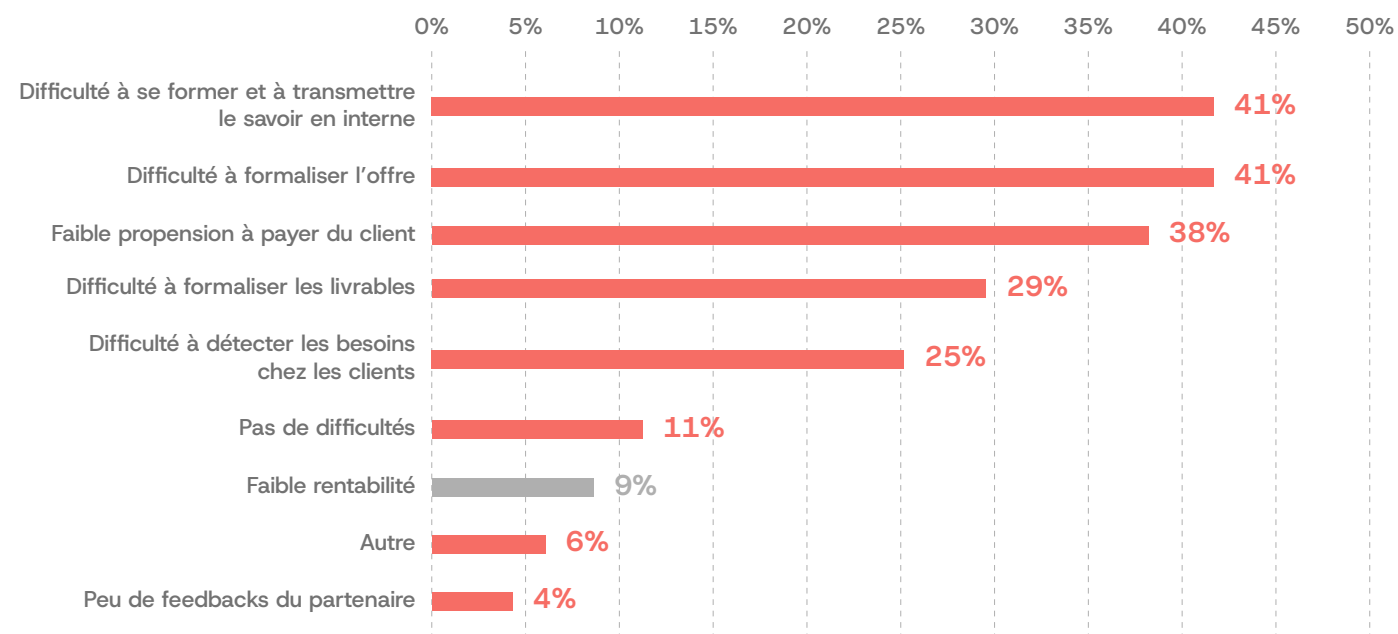
Facilité perçue à vendre les missions de GP
base = 116 répondants



Seuls **15% des cabinets** trouvent facile aujourd'hui de vendre une mission de gestion de patrimoine (4% très facile + 11% facile), **24% la trouvent difficile**, et surtout **61% sont neutres**, signe que la mission n'est pas naturellement mise en avant dans la relation client. Cela semble cohérent avec le manque de process interne vu juste avant.

LES PRINCIPALES DIFFICULTÉS DE LA MISSION GESTION DE PATRIMOINE

Principales difficultés de la mission GP
base = 116 répondants qui pratiquent cette mission



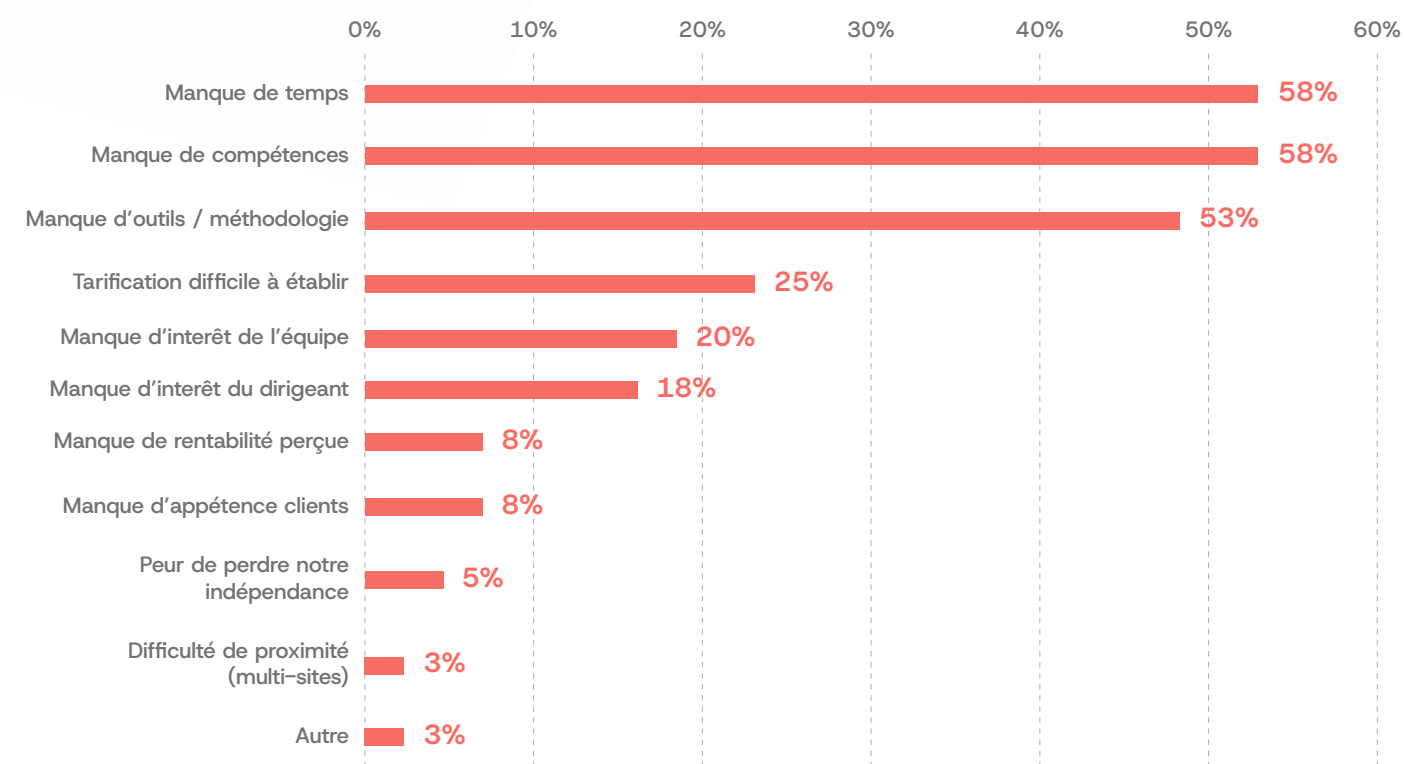
Les difficultés sont donc surtout **internes** (montée en compétences 41%, structuration de l'offre 41%) et **côté demande** (volonté de payer 38%, détection des besoins 25%). **La rentabilité brute (9%) n'est pas citée comme un frein majeur**. Le sujet est bien la capacité à industrialiser et à commercialiser.

En tous cas, **parmi les cabinets qui font déjà de la gestion de patrimoine (63%), une très grande majorité (94%) souhaite renforcer cette mission**, signe de son fort niveau d'adhésion et de sa place centrale dans l'avenir des cabinets.

CE QUI FREINE CEUX QUI N'ONT PAS ENCORE DÉVELOPPÉ LA MISSION

En regard, pour ceux qui ne font pas de gestion de patrimoine (37%), près de la moitié souhaiteraient la développer. Mais les freins les plus cités sont avant tout humains et méthodologiques :

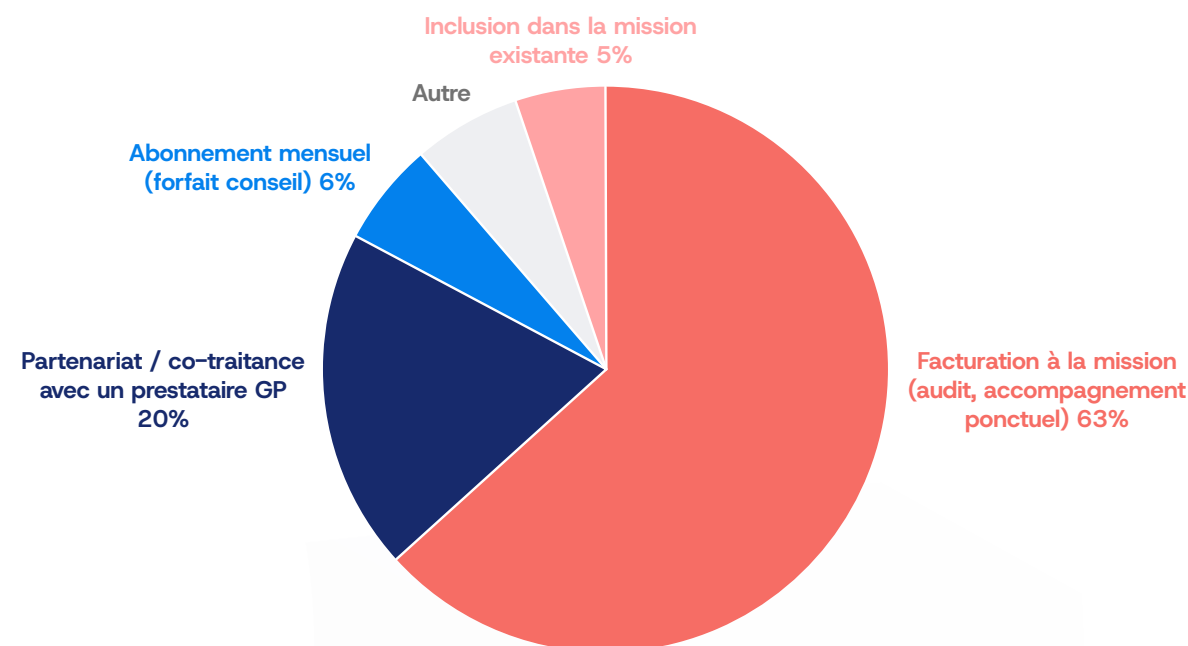
Freins à la mise en place de la GP
base = 40 cabinets ne pratiquant pas la GP mais souhaitant la développer



Ce sont des **freins d'exécution**, pas d'adhésion : le manque d'intérêt (équipe 20%, dirigeants 18%), la rentabilité perçue (8%) et l'appétence client (8%) sont largement secondaires. Concrètement, ces 40 cabinets savent qu'il faut y aller mais disent ne pas avoir les moyens opérationnels pour le faire. Ils indiquent d'ailleurs que pour passer à l'action, leurs besoins prioritaires sont des outils clés en main personnalisables (62%), des formations (58%) et des kits pédagogiques (48%).

LA FACTURATION À LA MISSION PLÉBISCITÉE

Modèle de facturation jugé le plus adapté pour la GP
base = 185 répondants



63% considèrent la facturation à la mission comme la plus adaptée, ce qui semble logique compte tenu du mode de facturation habituel des experts-comptables. Mais cela interroge compte-tenu du business model global de la gestion de patrimoine (10% d'honoraires de conseil ; 90% de marges d'intermédiation et de gestion). 19% privilégient un partenariat / co-traitance ce qui semble être un **signal fort d'ouverture vers des modèles d'alliance avec des spécialistes GP (et c'est d'ailleurs le plus haut niveau affiché dans toutes les missions de ce baromètre)**. Seuls 6% voient l'abonnement mensuel comme pertinent pour ce type de mission, posant la question de la récurrence des revenus.

Ce que dit ce chapitre

La gestion de patrimoine est la mission la plus mature avec 63% de cabinets pratiquants, mais elle reste également sous-industrialisée. 94% de ceux qui la pratiquent veulent aller plus loin, ce qui révèle un très haut niveau d'adhésion et les blocages sont identifiés : formation, outillage, formalisation de l'offre. La volonté est présente, mais les professionnels témoignent d'un manque de ressources pour structurer.

ceg
PODCAST



Pour aller plus loin, écoutez notre podcast « **Comment mettre en réussite son activité gestion de patrimoine ?** » avec Maxime Chiche de Laplace.

Découvrir l'épisode



Laplace

LE PARTENAIRE PRIVILÉGIÉ DES
PROFESSIONNELS DU DROIT ET DU
CHIFFRE DEPUIS PLUS DE 30 ANS



1 000

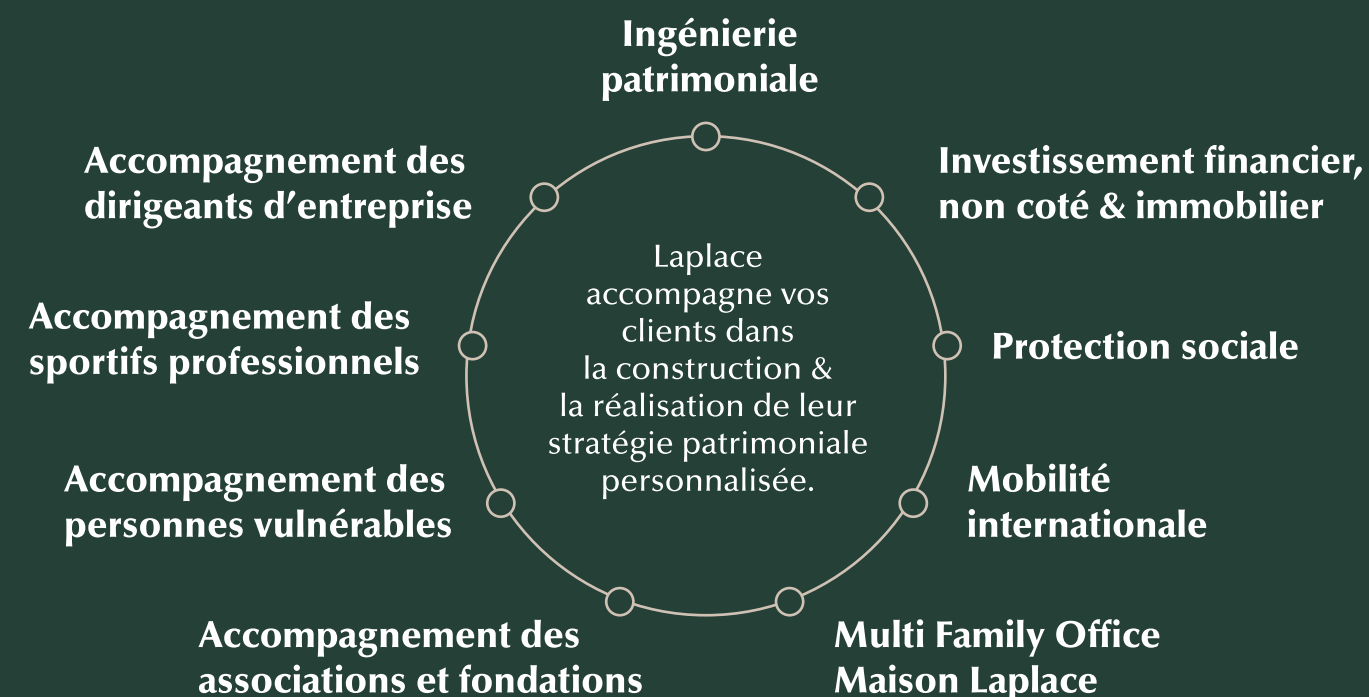
Collaborateurs

600

Partenaires

50

Implantations en France
et à l'international



laplace-groupe.com



Mission 2

RSE

Réglementation (VSME, CSRD...), appels d'offres, attractivité RH, valorisation d'entreprise, bilan carbone ...

La RSE est une mission particulière dans le paysage des missions de demain : encore peu pratiquée, perçue comme relativement difficile à vendre, elle n'en est pas moins portée par **des forces structurelles incontournables** : la réglementation, les exigences des donneurs d'ordres, les attentes des nouvelles générations, l'accentuation des dérèglements climatiques ... Les cabinets qui s'y engagent aujourd'hui jouent une carte de long terme, et prennent une longueur d'avance sans doute décisive !

Note de place future

5,3/10

Cabinets qui la pratiquent

24%

Base : 166 répondants

Appétence clients perçue

3,3/10

Demande encore latente

Veulent la développer

44%

Malgré tout
base : 165 répondants

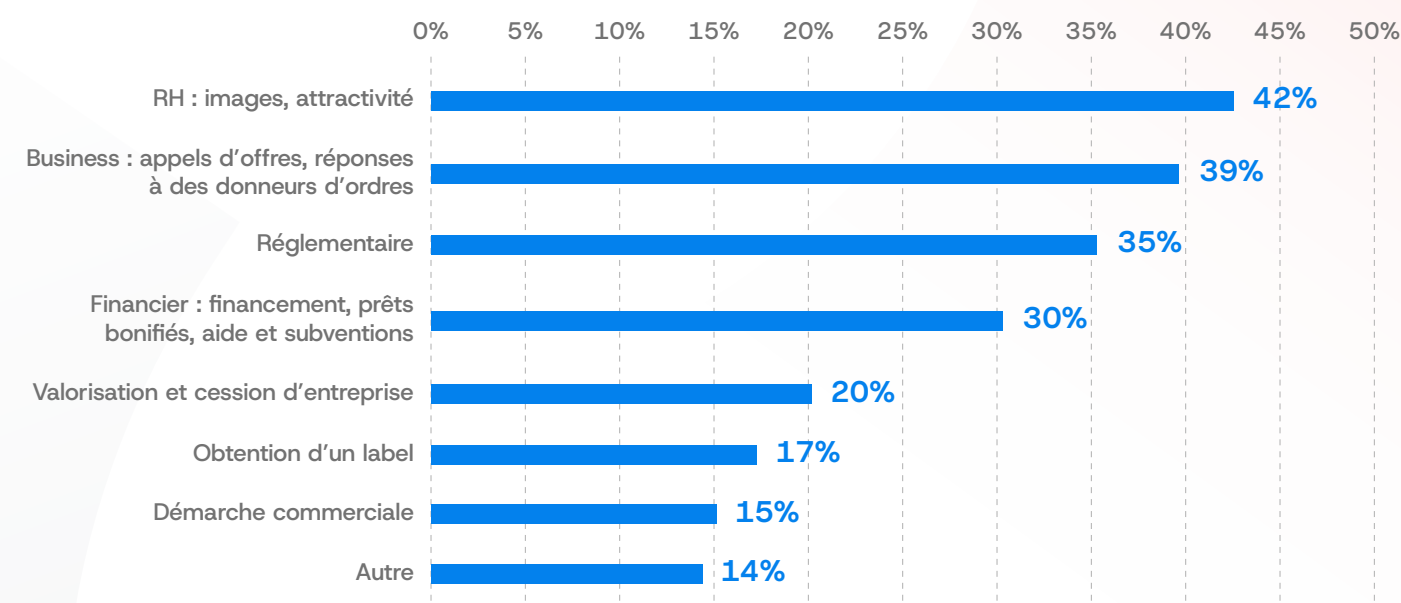
UNE DEMANDE LATENTE, PAS ABSENTE

Une appétence clients à 3,3/10 peut sembler faible. C'est en réalité le **signal classique d'un marché en amorçage** : les clients ne demandent pas encore ce qu'ils ne savent pas que leur cabinet peut leur apporter ! La RSE suit exactement la même trajectoire que le conseil en gestion il y a quinze ans, sous-estimée, et en passe de devenir aujourd'hui incontournable.

CE QUE LES CLIENTS DEMANDENT, QUAND ILS DEMANDENT

Lorsque les clients expriment une appétence pour des missions RSE, elle se concrétise par des demandes concrètes : RH, appels d'offres, accès à du financement ...

Principales demandes des clients en matière de RSE
base = 140 répondants

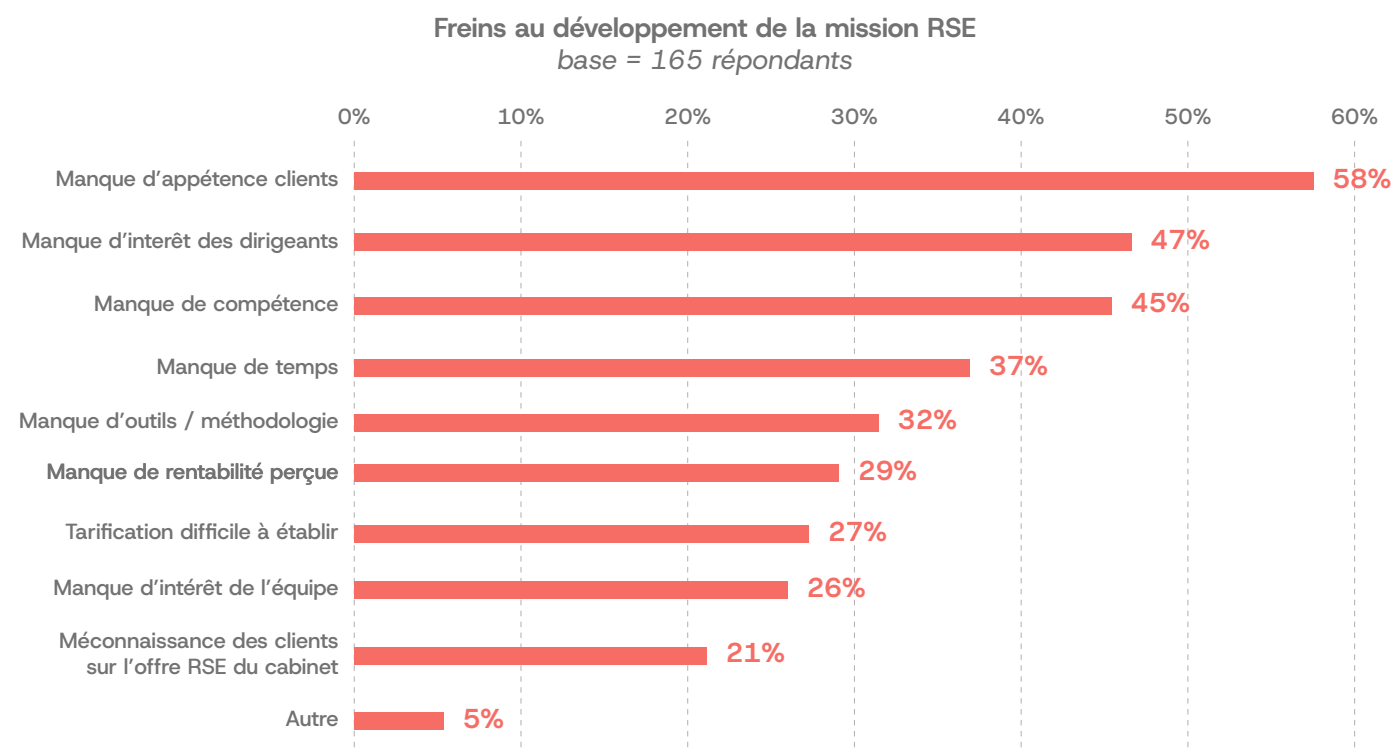


L'attractivité pour les missions RSE, loin d'être accessoire, est donc pleinement orientée business. Les dimensions "valorisation" et "label", elles, semblent d'importance moindre. Des éléments riches d'enseignements pour positionner l'offre RSE des cabinets.



CE QUI FREINE, ET COMMENT LE LIRE

Les freins au déploiement des missions RSE sont réels, et on aurait tort de les minimiser.



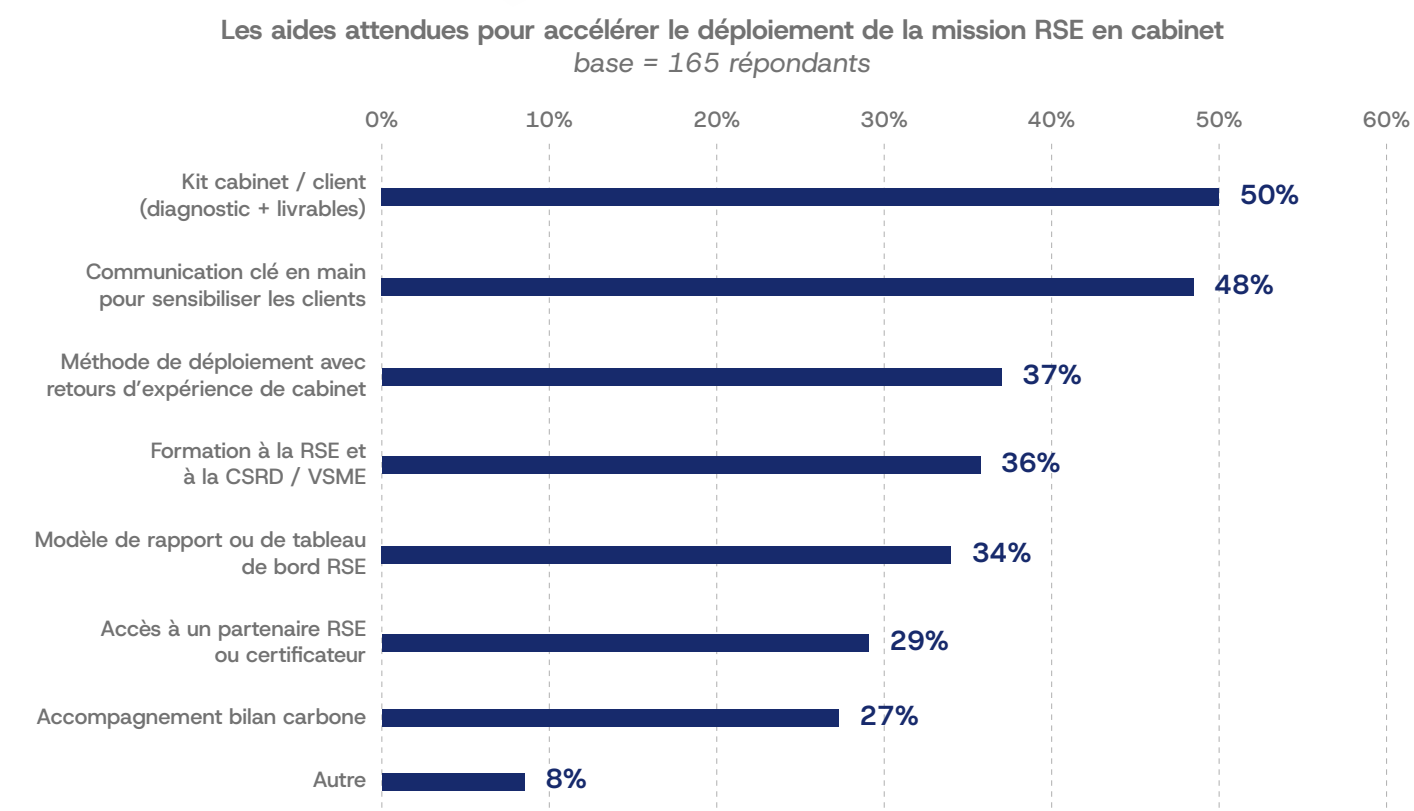
Le frein numéro 1 est un problème de communication :

58% des cabinets citent le «manque d'appétence clients», mais 21% admettent aussi que leurs clients ne savent tout simplement pas que le cabinet peut les accompagner sur la RSE. Avant d'être un problème de marché, c'est souvent un problème de message. Les cabinets qui communiquent sur leur offre RSE créent eux-mêmes la demande.

Le second frein est celui du manque d'intérêt des dirigeants des cabinets (47%), qui agit comme un effet miroir du précédent.

LES LEVIERS POUR ACCÉLÉRER

Les répondants savent ce dont ils ont besoin pour déployer la mission RSE : des outils pour agir.

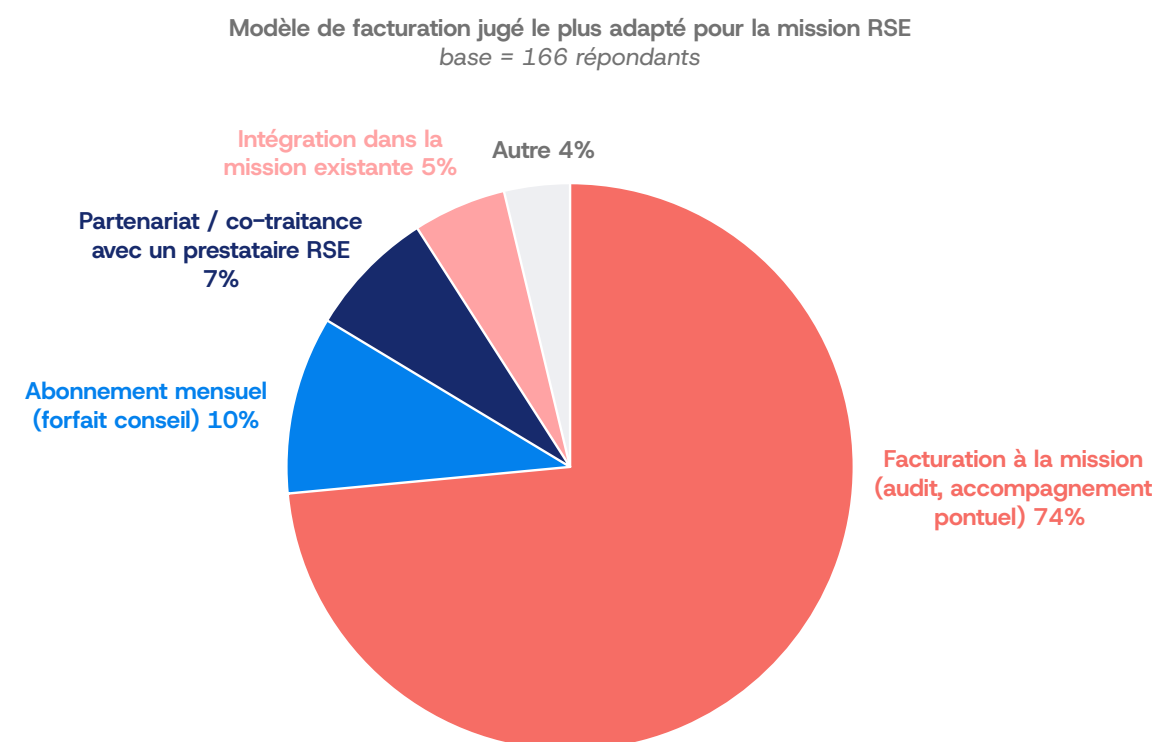


Les deux aides les plus attendues (kit cabinet et communication clé en main pour sensibiliser les clients) répondent directement aux deux premiers freins identifiés : le manque d'appétence clients et le manque d'intérêt des dirigeants du cabinet.

Les cabinets demandent donc des **outils pour déclencher la demande**, avant d'exprimer leurs besoins pour des outils techniques de production. C'est un vrai enseignement pour positionner l'offre d'accompagnement RSE.

MODÈLE DE FACTURATION PRIVILÉGIÉ

La facturation à la mission est largement plébiscitée, laissant percevoir que la RSE est pour l'instant associée à un accompagnement ponctué dans le temps, et sans doute associée à un livrable.



Maturité des cabinets qui pratiquent

5,6 / 10
en moyenne

Médiane : 6/10 – Base : 40 répondants

44% des répondants veulent développer la RSE dans leur cabinet, malgré les freins. C'est le vivier des cabinets pionniers de demain. Déjà convaincus, ils expriment désormais le besoin d'être équipés, pour sauter le pas.



Le regard de Stéphane da Mota

ensō : La plateforme RSE dédiée à la profession comptable

3,3/10. C'est l'appétence clients perçue pour la RSE dans ce baromètre. Un chiffre qui, à première vue, refroidit. Et pourtant.

Ce score ne mesure pas le désintérêt des clients. Il mesure l'absence d'une offre qu'on est allé vendre. Les clients ne demandent pas de RSE : ils ne savent pas que leur cabinet peut leur en proposer, et personne n'est encore allé la leur vendre. La RSE ne se commande pas au comptoir. Elle se vend.

Et c'est là le vrai sujet. Vendre une mission que le client ne réclame pas spontanément, ce n'est pas un réflexe naturel pour un cabinet. Ça demande une énergie commerciale que peu de cabinets ont aujourd'hui sur ce terrain. Ce n'est pas un problème de marché. C'est un problème de vente.

Le signal fort est ailleurs : 44 % des cabinets veulent développer la RSE malgré les freins. Et quand les clients s'expriment, leurs attentes sont résolument business : RH, appels d'offres, accès au financement. Pas une case à cocher, un levier de compétitivité.

La RSE suit exactement la même trajectoire que le conseil en gestion il y a quinze ans. Sous-estimée aujourd'hui. Incontournable demain. Les cabinets qui l'ont compris ne cherchent plus à attendre la demande. Ils structurent leur offre, ils se dotent d'outils, et ils vont la vendre. C'est précisément pour ça que ensō rse a été conçu : donner aux cabinets de quoi vendre la RSE comme une mission rentable, sans partir d'une feuille blanche.

La longueur d'avance se construit maintenant.

“
La RSE ne se commande pas au comptoir. Elle se vend
”



Les missions RSE ne sont **plus une option.**

enso rse lève tous les obstacles



“La RSE c’est trop complexe”



Notre **IA analyse**
pour vous. Pas besoin
d’être expert.



“Je ne sais pas comment
en parler à mes clients”



Un **kit communication**
pour présenter votre
offre RSE.



“Je ne sais pas comment
me lancer”



Un **CSM dédié** vous
accompagne sur vos
premières missions.



“Je ne sens pas mes
clients prêts”



Détectez les **signaux
faibles** avant même
qu'ils en parlent.

 **enso rse**

Prenez rendez-vous



Mission 3

Full-service administratif

Impayés, relances, règlements fournisseurs, devis et factures, domiciliation, dossiers d'emprunt ...

Le full service administratif est la mission sur laquelle les cabinets affichent la plus forte ambition de développement. Déjà pratiquée par 59% d'entre eux, elle souffre pourtant d'un déficit de structuration interne. Le potentiel est là ... mais il attend d'être **industrialisé** !

Note de place future

7,1/10

72% à 7/10 ou plus

Cabinets qui la pratiquent

59%

Base : 198 répondants

Appétence clients perçue

6,2/10

Note moyenne

Veulent la développer

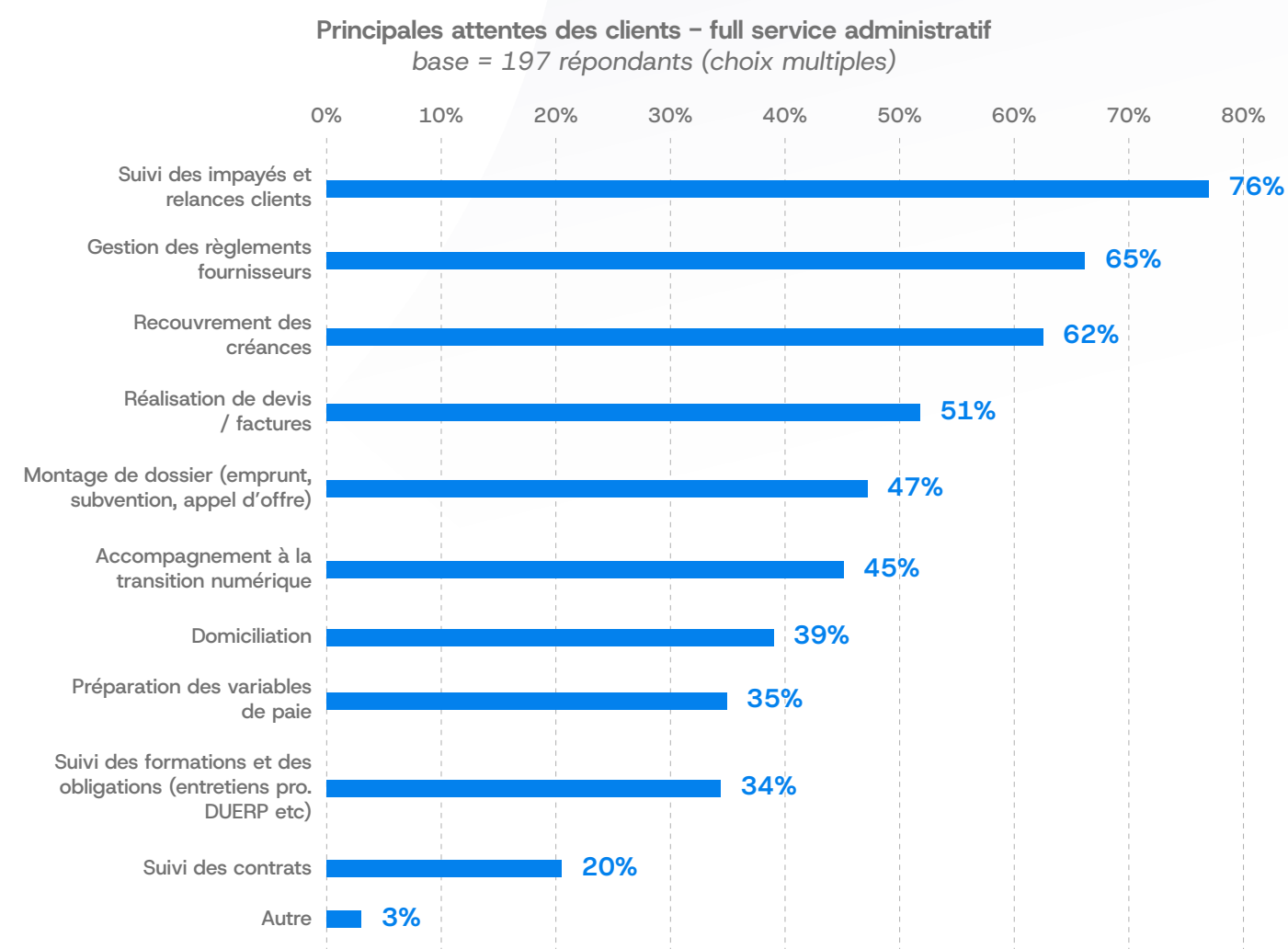
72%

La plus forte ambition du baromètre

72% des répondants souhaitent développer le full service administratif : c'est le score d'ambition le plus élevé de toutes les missions passées au crible dans ce baromètre. Le signal est clair.

CE QUE LES CLIENTS DEMANDENT

Les demandes sont centrées sur la **gestion quotidienne des flux financiers et administratifs** : des tâches récurrentes, à fort potentiel d'abonnement.



Les attentes tournent clairement autour du **cash management et du cycle client-fournisseur**, avec trois items de cette famille qui dominent le classement. Les prestations administratives (devis, facture, montage de dossiers, domiciliation ...) et RH/paie arrivent un peu après.

MATURITÉ OPÉRATIONNELLE

Malgré un taux de pratique élevé, la maturité reste modeste. Beaucoup de cabinets font du full service administratif sans l'avoir vraiment structuré, ce qui plafonne leur capacité à le "scaler".



Niveau de maturité (0-10)

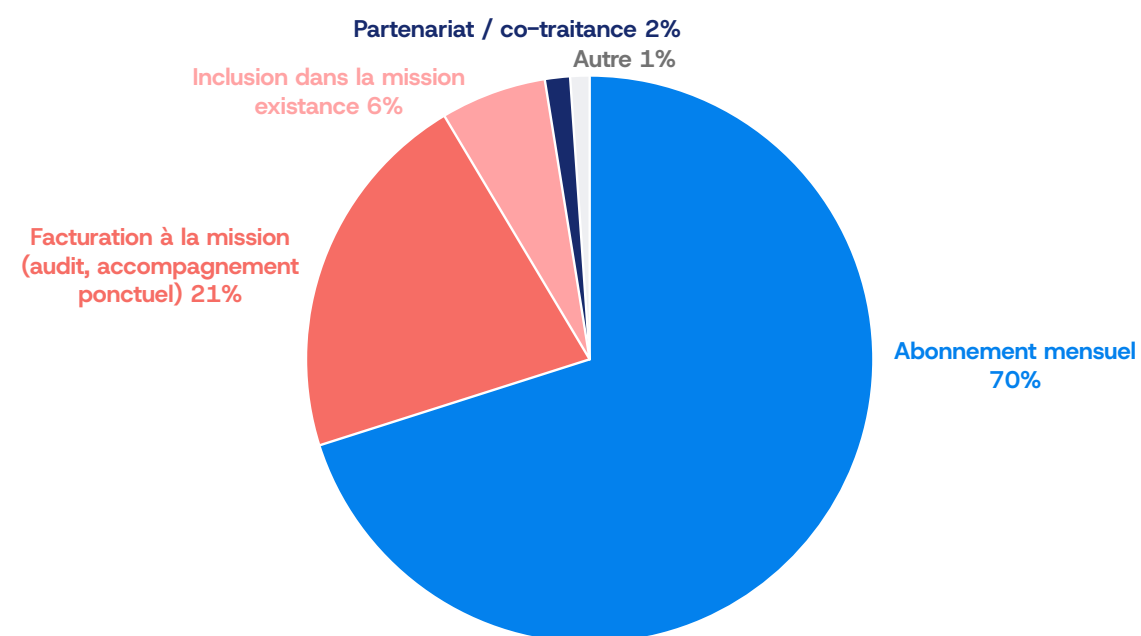
5,2 / 10

en moyenne

Médiane : 5/10 — Base : 115 répondants

L'ABONNEMENT S'IMPOSE COMME ÉVIDENCE

Modèle de facturation jugé le plus adapté pour le full service administratif
base = 198 répondants

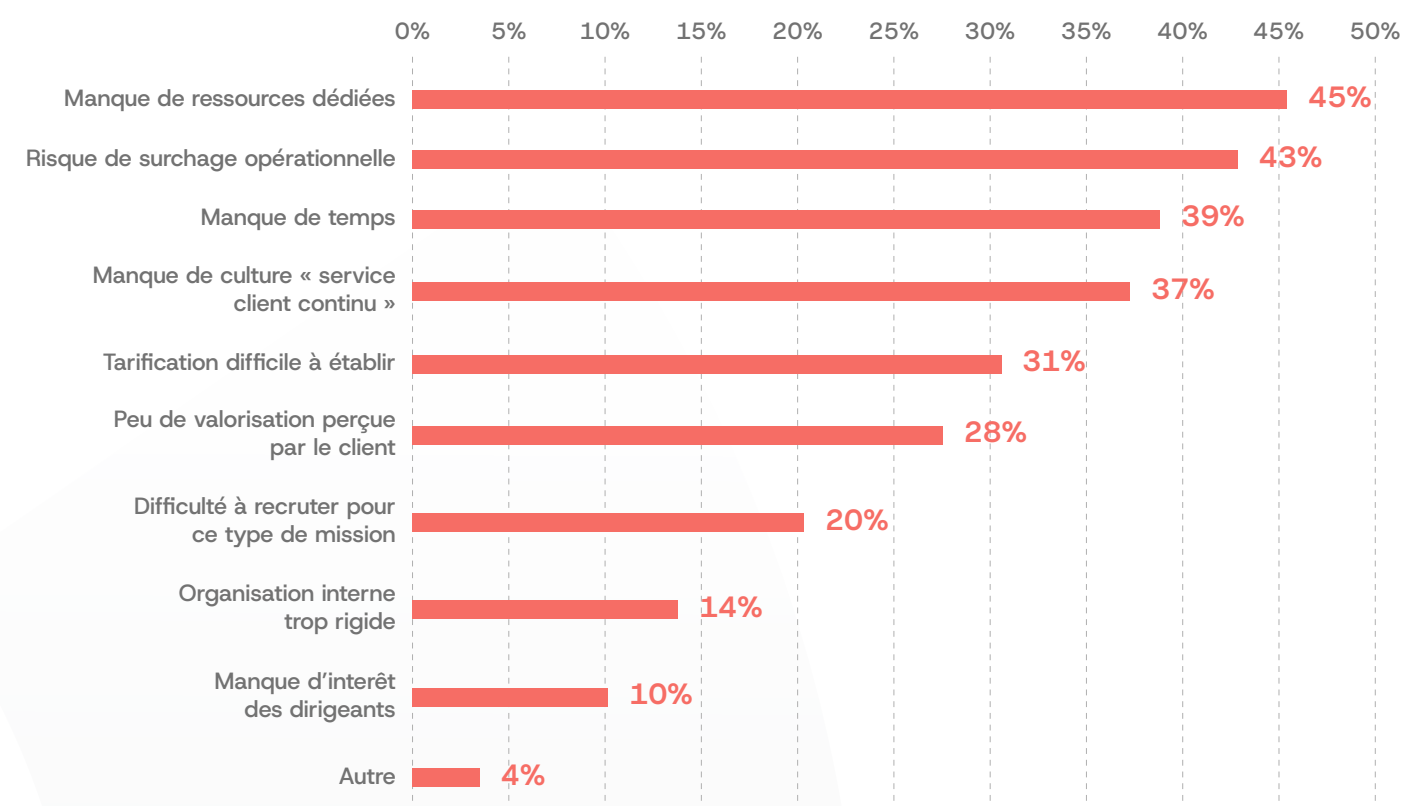


70% des répondants privilégient l'abonnement mensuel pour facturer le full service administratif : c'est le score le plus élevé de toutes les missions. Cela est cohérent, car cette mission est par nature **récurrente, prévisible, industrialisable**. Elle est donc très adaptée au modèle forfaitaire.

CE QUI FREINE

Les freins au déploiement du full-service administratif ne sont pas liés à la demande ni aux compétences, mais sont plutôt d'ordre organisationnels (bande passante, posture du service client continu ...). C'est une mission de volume qui exige une infrastructure dédiée. Elle est également en cohérence avec le modèle d'abonnement mensuel plébiscité : il faut **structurer la capacité** avant de pouvoir délivrer du récurrent.

Freins au développement de la mission Full service administratif
base = 196 répondants (choix multiples)

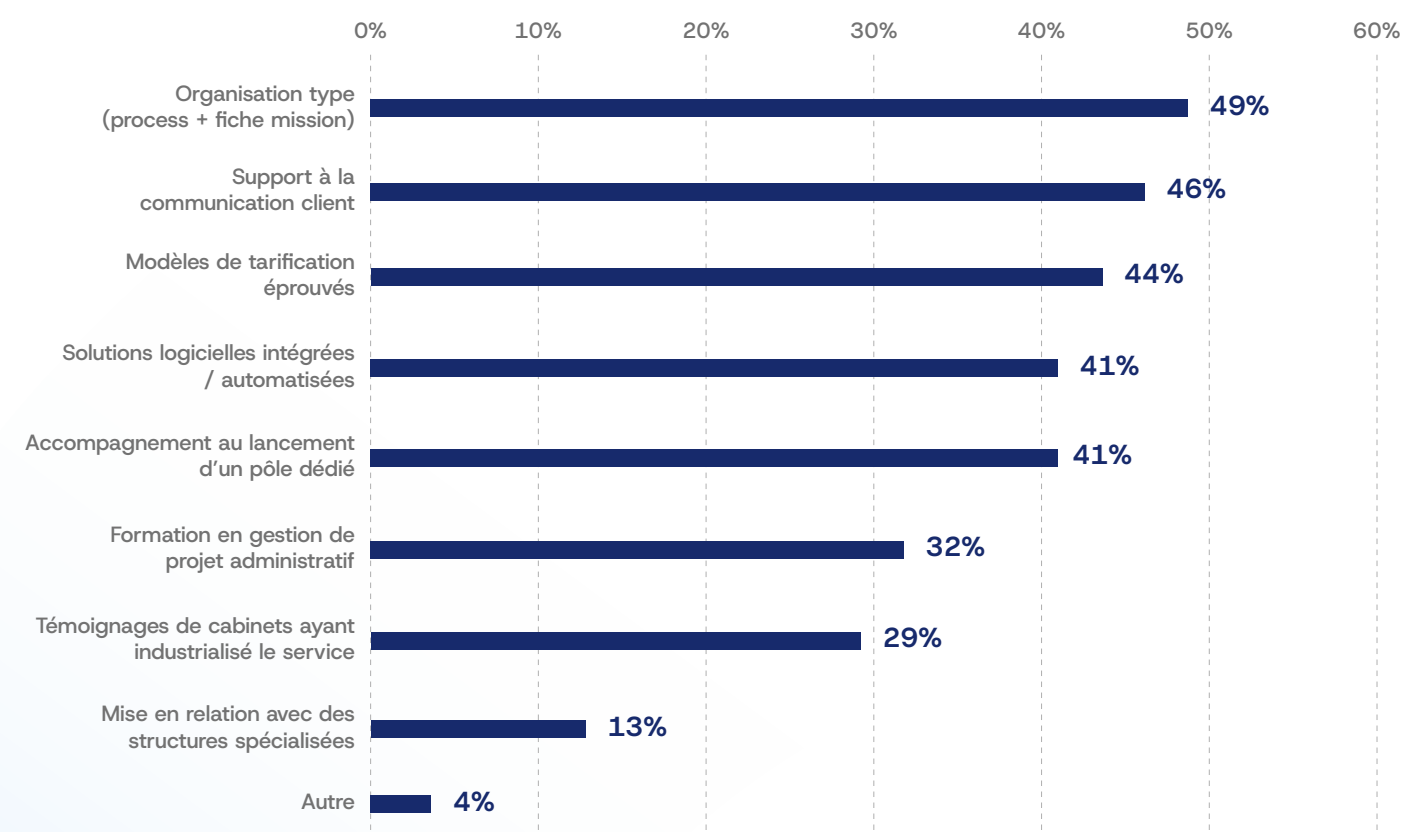


LES LEVIERS ATTENDUS POUR PASSER À L'ÉCHELLE

Les cabinets réclament un **kit complet** : organiser (process), vendre (communication + tarification), outiller (logiciels) et lancer (accompagnement). Ces besoins sont cohérents avec les freins identifiés (manque de ressources, surcharge).

Pour industrialiser l'offre full-service administratif, les cabinets attendent donc un **vrai appui à la structuration**, et pas une offre additionnelle.

Les aides qui pourraient accélérer le déploiement de la mission full service
base = 195 répondants (choix multiples)



Ce que dit ce chapitre

Le full service administratif est la **mission la plus "désirée" de ce baromètre**. Elle est déjà présente dans les cabinets, mais souvent de manière informelle, non structurée, sous-facturée. Son passage à l'échelle ne demande donc pas de révolution, mais la mise en place d'outils, de process et un modèle tarifaire clair. Des éléments qui peuvent s'apprendre et se déployer rapidement.



Le regard de Florent Bossard

Responsable Customer Success Managers, chez RCA

“ La porte d'entrée de la donnée ”

Je crois fortement à la mission full-service administratif : suivi des impayés et relances clients, réalisation de devis et factures (notamment pour les SCI), suivi des contrats... Mais je vois **deux écueils** majeurs dans la manière dont les cabinets l'abordent aujourd'hui.

Le premier, c'est de vouloir confier ces tâches additionnelles à des collaborateurs déjà sous tension. Or, le full-service administratif est une mission de volume. Elle nécessite de **recruter des nouveaux profils** (pas nécessairement avec un bagage comptable, mais aptes à accompagner un dirigeant dans sa gestion quotidienne), et de créer un **pôle dédié**.

Le second écueil des cabinets, c'est de **croire qu'ils vont systématiquement « faire à la place du client »**. Avec la facture électronique par exemple, j'en entends certains dire qu'ils vont valider les factures des clients et les mettre en règlement. Je n'y crois pas. C'est bien le dirigeant qui sait si une facture est correcte ou pas. Et la délégation de paiement est plus complexe qu'il n'y paraît.

En revanche, je crois profondément à l'**assistance administrative du quotidien** : suivi des échéances, facilitation des paiements... avec des indicateurs à l'appui. Cette mission d'accompagnement à la gestion de la facture électronique est facilement **valorisable**. « **Faire à leur place** » n'est qu'une option de second recours, pour les clients qui ne peuvent vraiment pas y arriver seuls. C'est là que le cabinet exprime tout son rôle de **partenaire de confiance**. Dans un univers de plus en plus digitalisé, qui ne convient pas à tous les dirigeants, **cet ancrage humain est une vraie différenciation vis-à-vis des autres acteurs (banques, éditeurs...)**.

Au fond, le full-service administratif est une mission stratégique : c'est la **porte d'entrée de la donnée**. Un suivi administratif rigoureux, c'est la condition pour vendre ensuite des missions à forte valeur ajoutée (RSE, cybersécurité, gestion de patrimoine ...) et apporter aux clients ce qui compte le plus : la **sérénité**.

Avec des outils comme Mon Expert en Gestion de RCA, les cabinets bénéficient d'alertes pour détecter les faiblesses de leurs clients et déclencher les actions au bon moment. Combinez cela à une équipe dédiée, et vous avez les ingrédients d'une offre full-service réellement industrialisable.

Missions de demain

Les missions de demain, c'est aujourd'hui avec RCA



Analyse IA

Déclic RSE
enso rse



Productivité par salarié
120,6k €



Montant global émis
96 tCO2 eq



Dossier déclaration
préremplie

Fondateur et partenaire du CEG

RCA



Mission 4

Pilotage de trésorerie

Prévisionnel, visibilité en temps réel, optimisation des flux et liquidités ...

Le pilotage de trésorerie présente une certaine tension : les cabinets y croient, leurs clients en ont besoin ... mais seulement 40% proposent cette mission aujourd'hui. Encore une fois, le verrou n'est pas la compétence, c'est le temps et l'outillage. Deux obstacles qui semblent surmontables à travers l'automatisation.

Note de place future

7,0/10

64% à 7/10 ou plus

Cabinets qui la pratiquent

40%

Base : 181 répondants

Appétence clients perçue

6,1/10

Note moyenne

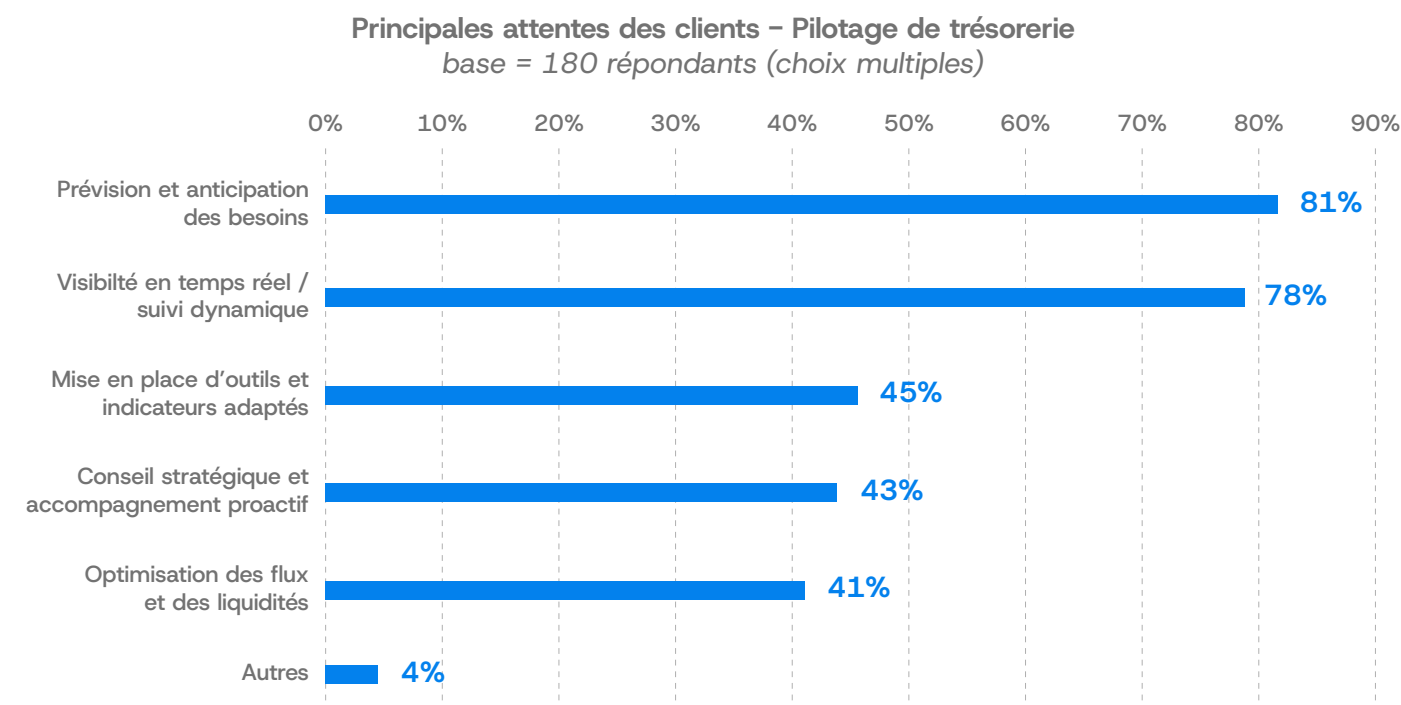
Veulent la développer

70%

Base : 177 répondants

30 points d'écart entre ceux qui pratiquent la mission (40%) et ceux qui veulent la développer : **c'est le plus grand écart / pratique du baromètre**. Si la volonté est là, les conditions ne sont pas encore tout à fait réunies.

CE QUE LES CLIENTS DEMANDENT



L'anticipation et la visibilité sortent très clairement du lot parmi les attentes des clients. Les clients attendent avant tout du cabinet qu'il les aide à **voir devant** (plans de trésorerie, scénarios, alertes) et à **voir en continu** (tableaux de bord dynamiques). Et cela passe par la mise en place d'outils et d'indicateurs.

Les cabinets sont aussi attendus sur un **rôle de conseil stratégique proactif**. Les clients ne veulent pas juste un tableau de bord, ils veulent un **interlocuteur qui les alerte et les conseille** sur la base de ce tableau de bord. Le cabinet est attendu comme **copilote décisionnel**, avec l'outillage comme support, et pas comme finalité.

MATURITÉ

Niveau de maturité (0-10)

5,4 / 10

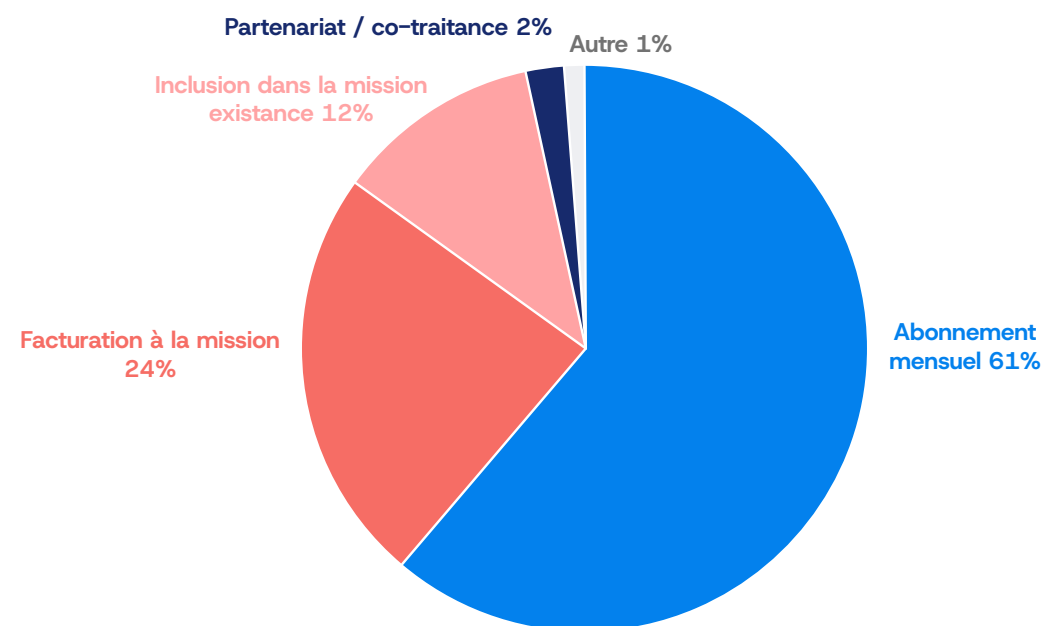
en moyenne

Médiane : 6/10 — Base : 72 répondants



FACTURATION

Modèle de facturation jugé le plus adapté pour le pilotage de trésorerie
base = 180 répondants

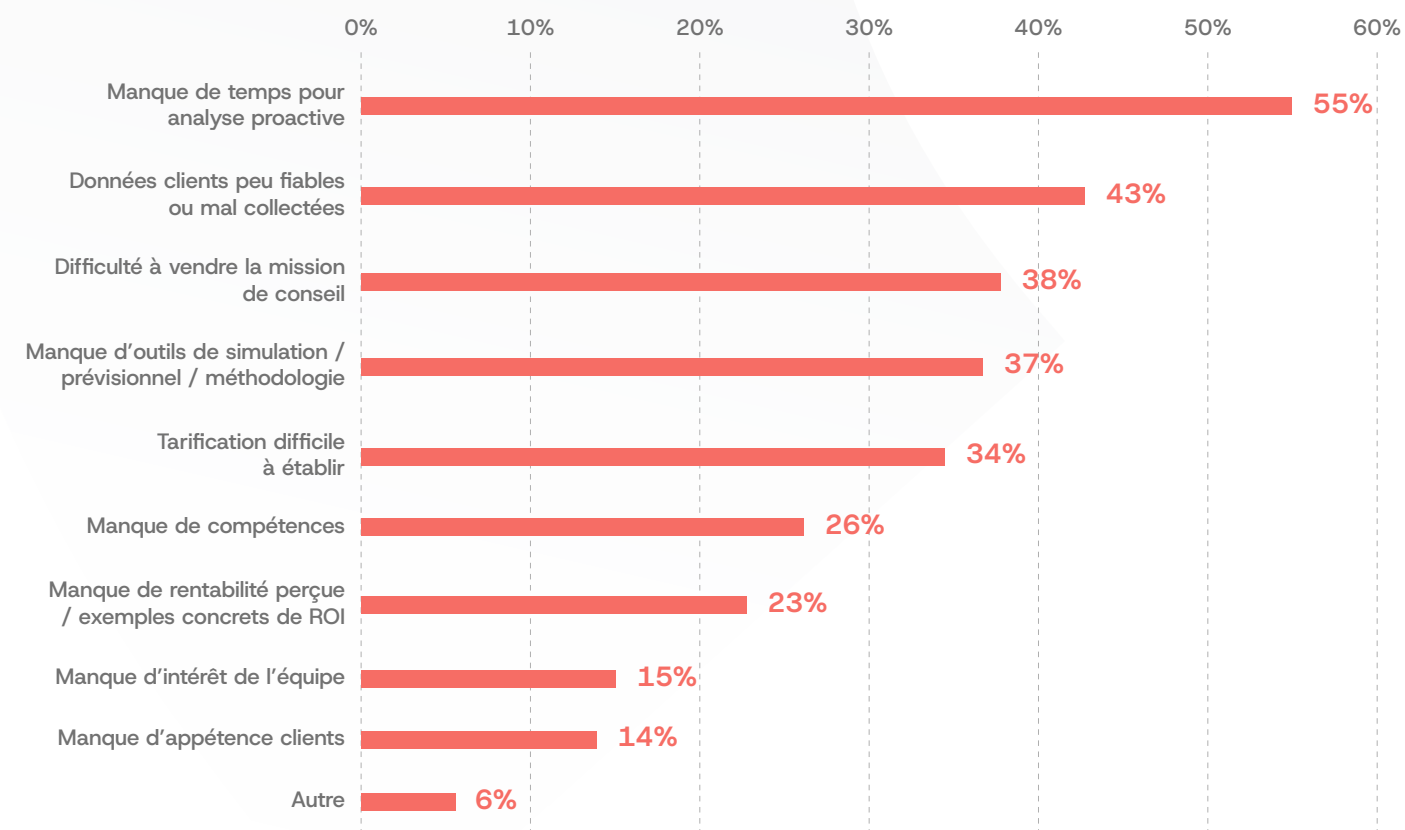


L'abonnement mensuel s'impose comme modèle dominant, mais moins massivement que pour le full service (70%). Le pilotage de trésorerie garde une **dimension projet ponctuel** plus marquée (24% pour la facturation à la mission contre 21% en Full service), ce qui colle avec les attentes d'**outillage** identifiées plus tôt. Certains cabinets voient encore la trésorerie comme une intervention de structuration/diagnostic plutôt que comme un service récurrent.



CE QUI FREINE

Freins au développement de la mission Pilotage de trésorerie
base = 180 répondants (choix multiples)



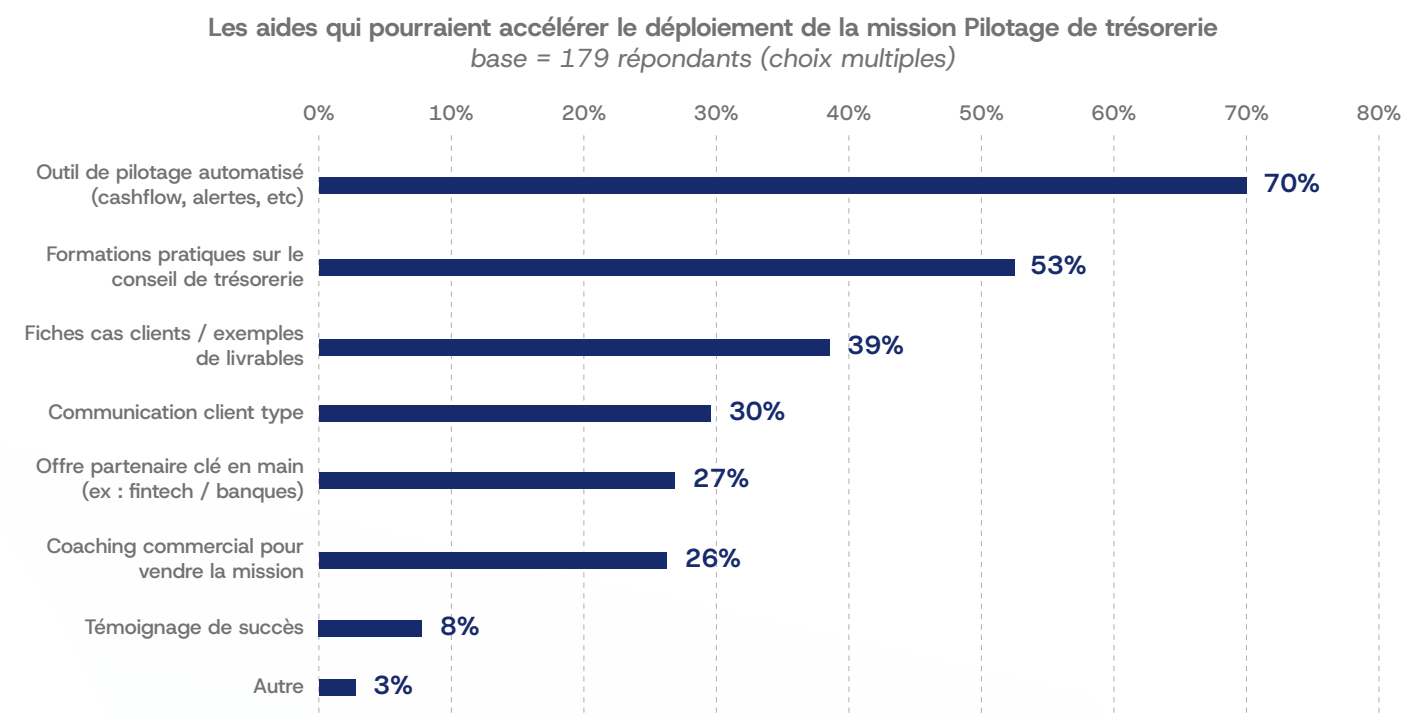
Le frein n°1 est le **manque de temps pour analyser proactivement** (55%), ce qui tranche directement avec les attentes clients (prévision et anticipation à 81%). Il y a donc un **écart structurel** : les clients réclament du copilotage prospectif, mais les cabinets n'ont pas la bande passante pour le délivrer.

Ce frein du manque de temps disparaît largement quand l'analyse est automatisée. Un outil qui agrège les données, génère les alertes et produit les tableaux de bord réduit le temps du conseiller à l'essentiel : l'interprétation et la recommandation. C'est précisément ce que les répondants réclament en premier levier.



LES LEVIERS POUR ACCÉLÉRER

La réponse des répondants est sans équivoque : **ils veulent un outil avant tout le reste**. L'automatisation du pilotage du cashflow est citée par 70% d'entre eux : un consensus rare dans ce baromètre.



Ce que dit ce chapitre

Le pilotage de trésorerie est une mission à fort potentiel, plébiscitée par les cabinets et attendue par les clients. Mais elle reste bloquée par des obstacles opérationnels précis et identifiés. La bonne nouvelle : ces obstacles sont techniques, et pas culturels, et peuvent être résolus avec les bons outils et la bonne méthode.



Mission 5

Services financiers

Compte pro, placement de trésorerie, recouvrement, affacturage, accès crédit, paiement fractionné, carte bancaire dans l'outil de gestion ...

Les services financiers sont une des missions les moins répandues dans les cabinets aujourd'hui, mais aussi celle qui incarne peut-être le plus directement la convergence entre expertise comptable et services à forte valeur ajoutée. Pour les cabinets qui s'y engagent, c'est un territoire de différenciation majeur.

Note de place future

5,7/10

42% à 7/10 ou plus

Cabinets qui la pratiquent

14%

Base : 173 répondants

Appétence clients perçue

4,7/10

Note moyenne

Veulent la développer

43%

Base : 168 répondants

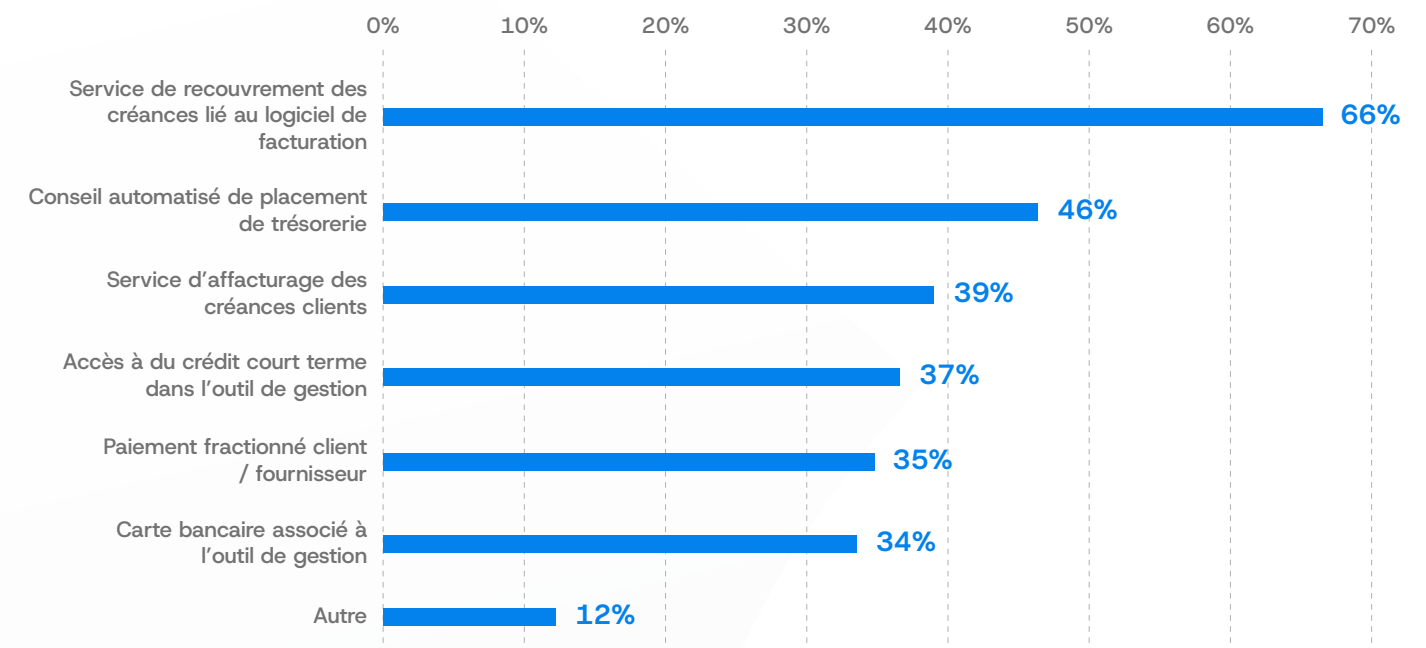


Une mission de pionniers ... pour l'instant

14% de taux de pratique : les services financiers sont aujourd'hui réservés à une avant-garde. Mais 43% des répondants veulent s'y engager. Ce décalage entre pratique et intention est le signe d'une mission qui semble en phase d'amorçage. Les cabinets qui franchissent le pas maintenant construisent une avance qui leur sera sûrement favorable.

CE QUE LES CLIENTS DEMANDENT

Principales attentes des clients – Services financiers
base = 164 répondants (choix multiples)



Le **recouvrement de créances** lié au logiciel de facturation domine très nettement (66%). C'est la même priorité qui ressortait en full service administratif (suivi des impayés + recouvrement en tête) : **la créance client est le besoin n°1** des clients, toutes portes d'entrée confondues.

Les 5 autres services financiers sont resserrés entre 34 et 46%, signalant une **demande diffuse et équilibrée** sur des services bancaires intégrés qui font partie également du quotidien des entreprises : placement, affacturage, crédit, paiement fractionné, carte ... Ceci suggère un terrain favorable à des offres packagées multi-services plutôt qu'une offre mono-produit.

MATURITÉ

Niveau de maturité (0-10)

5,2 / 10

en moyenne

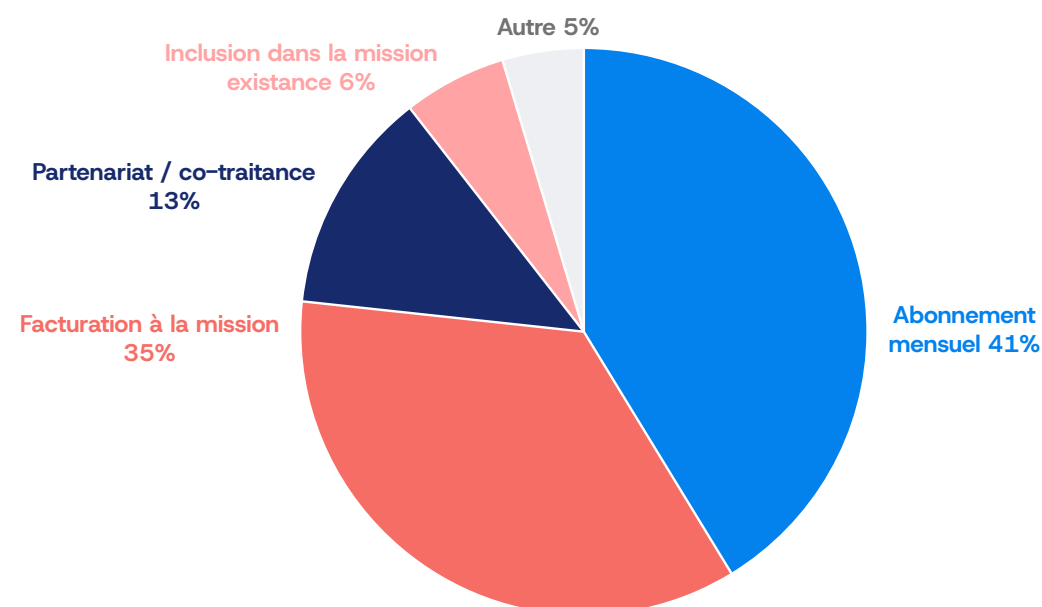
Base : 24 répondants*

*Base faible – à interpréter avec précaution



FACTURATION

Modèle de facturation jugé le plus adapté pour le pilotage pour les services financiers
base = 172 répondants



Contrairement au full service (70% abonnement) ou au pilotage de trésorerie (61% abonnement), les services financiers présentent un **partage quasi équilibré entre abonnement (41%) et facturation à la mission (35%)**.

Cela semble cohérent avec la nature hétérogène de l'offre : le recouvrement ou le placement de trésorerie se prêtent à du récurrent, tandis que l'affacturage, le crédit ou la carte bancaire relèvent plus d'une logique transactionnelle.

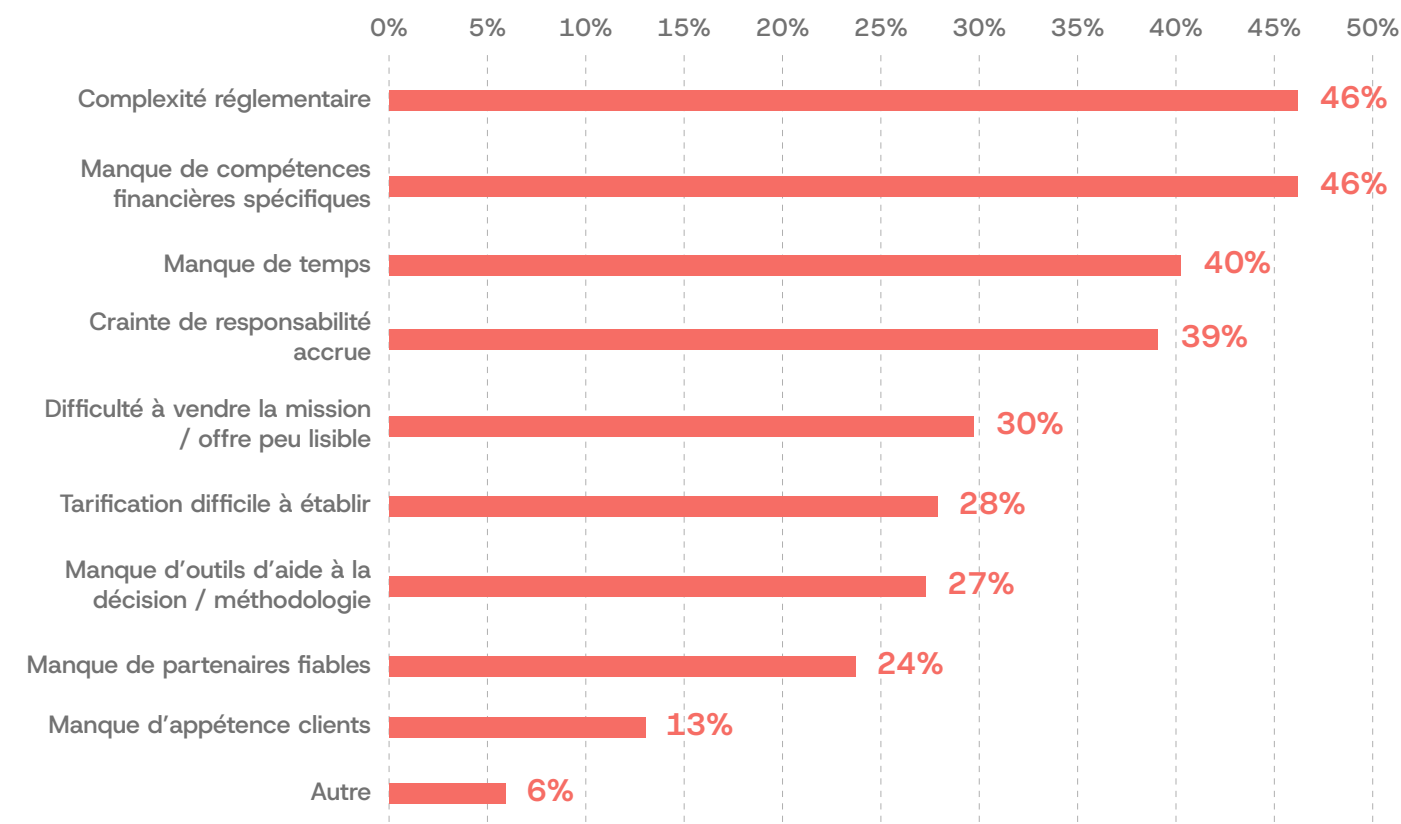
Le **partenariat / co-traitance** y pèse aussi plus qu'ailleurs (13% vs 2% en trésorerie), signe que les cabinets voient les services financiers comme un terrain naturel pour **intégrer un partenaire tiers** (fintech, banque) plutôt que de porter l'offre en direct.

CE QUI FREINE

Les freins sont ici plus structurels que sur les autres missions : réglementation, compétences spécifiques, responsabilité juridique accrue ... Les services financiers butent d'abord sur un **verrou technique et juridique**.

Le manque d'appétence client est marginal (13%) : la demande existe, mais les cabinets se sentent **mal armés pour la servir en sécurité**.

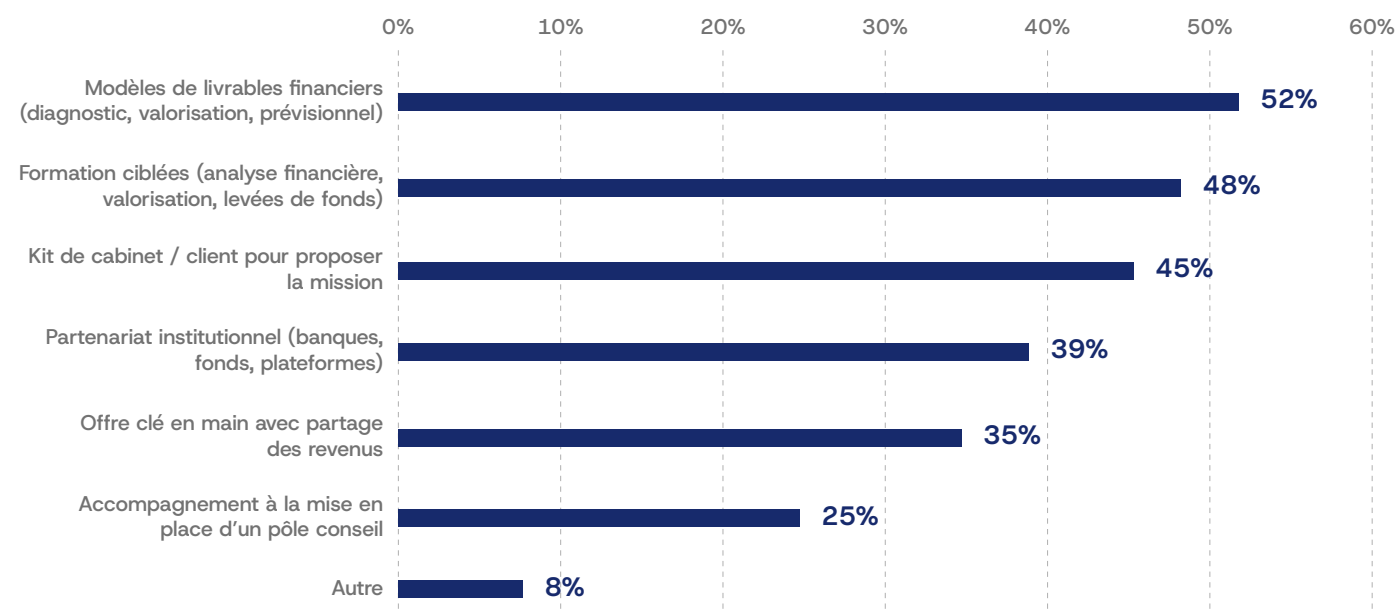
Freins au développement de la mission Service financiers
base = 169 répondants (choix multiples)



LES LEVIERS POUR AVANCER

Les répondants savent ce dont ils ont besoin : des livrables concrets, des formations ciblées et des partenaires de confiance pour sécuriser la démarche.

Les aides qui pourraient accélérer le déploiement de la mission services financiers
base = 170 répondants (choix multiples)



En miroir des freins identifiés, la demande est **technique et outillée** : livrables-types, formation, kit commercial. Les partenariats institutionnels (39%) et l'offre clé en main avec partage de revenus (35%) restent recherchés mais secondaires : les cabinets veulent d'abord **monter en compétence en interne** avant d'externaliser cette mission.

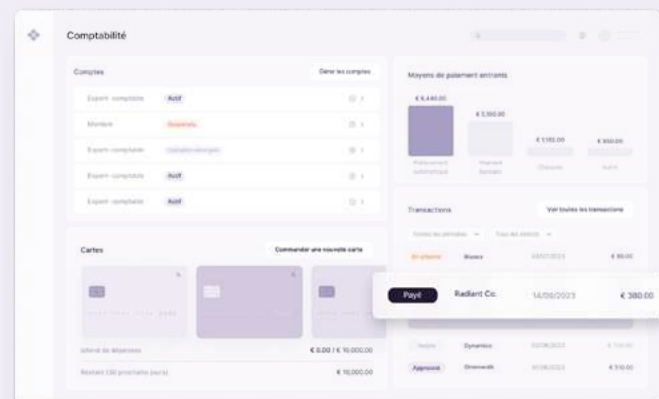
Ce que dit ce chapitre

Les services financiers sont la mission qui demande le plus de préparation : réglementaire, technique, commerciale. Mais les cabinets qui s'y engagent avec les bons partenaires et les bons outils accèdent à un territoire à forte valeur ajoutée, encore peu concurrentiel. La complexité perçue est aussi une barrière à l'entrée pour ceux qui n'auront pas fait la démarche.



Derrière chaque logiciel comptable de référence, il y a Swan

Notre finance intégrée se connecte à vos outils comptables pour tout centraliser. Clôturez plus vite, avec des écritures claires et un conseil client renforcé.



Rapprochements
en temps réel

Paiements et
encaissements

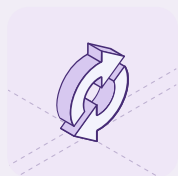
Comptes
professionnels

Cartes
virtuelles



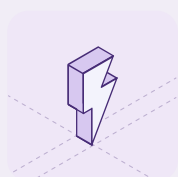
Des données structurées, avant l'écriture comptable

Paiements, validations et informations centralisés pour un grand livre clair dès le départ.



Un flux de travail de bout en bout

Gérez paiements, validations, cartes et données clients sans changer d'outil.



Moins de travail manuel

Automatisez les tâches répétitives et les rapprochements.



Plus de temps pour le conseil client

Moins de recherche d'informations, plus de conseil.

La comptabilité passe à la dimension supérieure, avec Swan.



Le regard de Grégory Desmaretz

Chief Financial Officer chez Swan

“Compliant-by-default”

Les services financiers sont parmi les missions les moins déployées de ce baromètre : seuls 14% des cabinets la proposent aujourd'hui, alors que 43% souhaitent s'y engager. À mes yeux, cela ne traduit pas d'un manque d'intérêt mais plutôt d'une autre forme de complexité.

Prenons le recouvrement. Un cabinet peut vouloir aider ses clients à encaisser leurs factures depuis leur logiciel de facturation, dans le cadre d'une plateforme agréée. Pour le client, c'est la continuité naturelle d'un flux existant. Pour l'expert-comptable, le véritable enjeu est ailleurs : comment intégrer ces flux de paiement dans la chaîne comptable, sans créer de ruptures, de retraitements manuels ou de perte de fiabilité ?

Le baromètre montre que la demande n'est pas le problème. Seuls 13% citent le manque d'appétence client comme un frein, tandis que 66% indiquent que leurs clients demandent déjà du recouvrement lié au logiciel de facturation. Le service peut sembler simple ; la complexité réglementaire, elle, ne l'est pas.

Cette demande a déjà transformé les logiciels. Les plateformes comptables de référence ont

intégré paiements, recouvrements et cartes dans leurs workflows. Les experts-comptables qui utilisent ces outils évoluent déjà dans un écosystème de services financiers, qu'ils en aient conscience ou non.

La question n'est donc pas de savoir si les services financiers ont leur place dans l'avenir des cabinets, mais comment les intégrer.

Les principaux freins sont la complexité réglementaire (46%), la responsabilité (39%) et le manque de partenaires fiables (24%). La bonne question n'est donc pas de savoir comment chaque cabinet peut construire cette infrastructure, mais comment il peut s'appuyer sur un partenaire capable de l'opérer pour son compte. Cela inclut, par exemple, des obligations réglementaires comme les déclarations FICOPA, mais aussi l'ensemble des exigences de conformité nécessaires au bon fonctionnement de ces services.

L'enjeu n'est pas de faire disparaître la complexité, mais de la confier à ceux dont c'est le métier.

Chez Swan, le « compliant-by-default » signifie que l'établissement régulé prend en charge la complexité, pendant que l'expert-comptable reste concentré sur ses clients.

La demande existe. L'infrastructure aussi. Les cabinets qui avanceront les premiers feront des services financiers une extension naturelle de leur métier.

Mission 6

Gestion des Ressources Humaines (GRH)

Gestion administrative, audits des contrats, avantages sociaux, recrutement, dialogue social, entretiens annuels ...

La GRH s'impose comme la **mission de demain la plus plébiscitée par les cabinets**. Meilleure note de place future, taux de pratique le plus élevé, appétence clients la plus forte : tous les indicateurs sont au vert ! Aujourd'hui, le principal défi n'est plus de convaincre mais plutôt d'élargir le périmètre au-delà de la paie.

Note de place future

7,3/10

La plus haute du baromètre
75% à 7+

Cabinets qui la pratiquent

68%

Base : 176 répondants

Appétence clients perçue

6,8/10

La plus forte du baromètre

Veulent la développer

74%

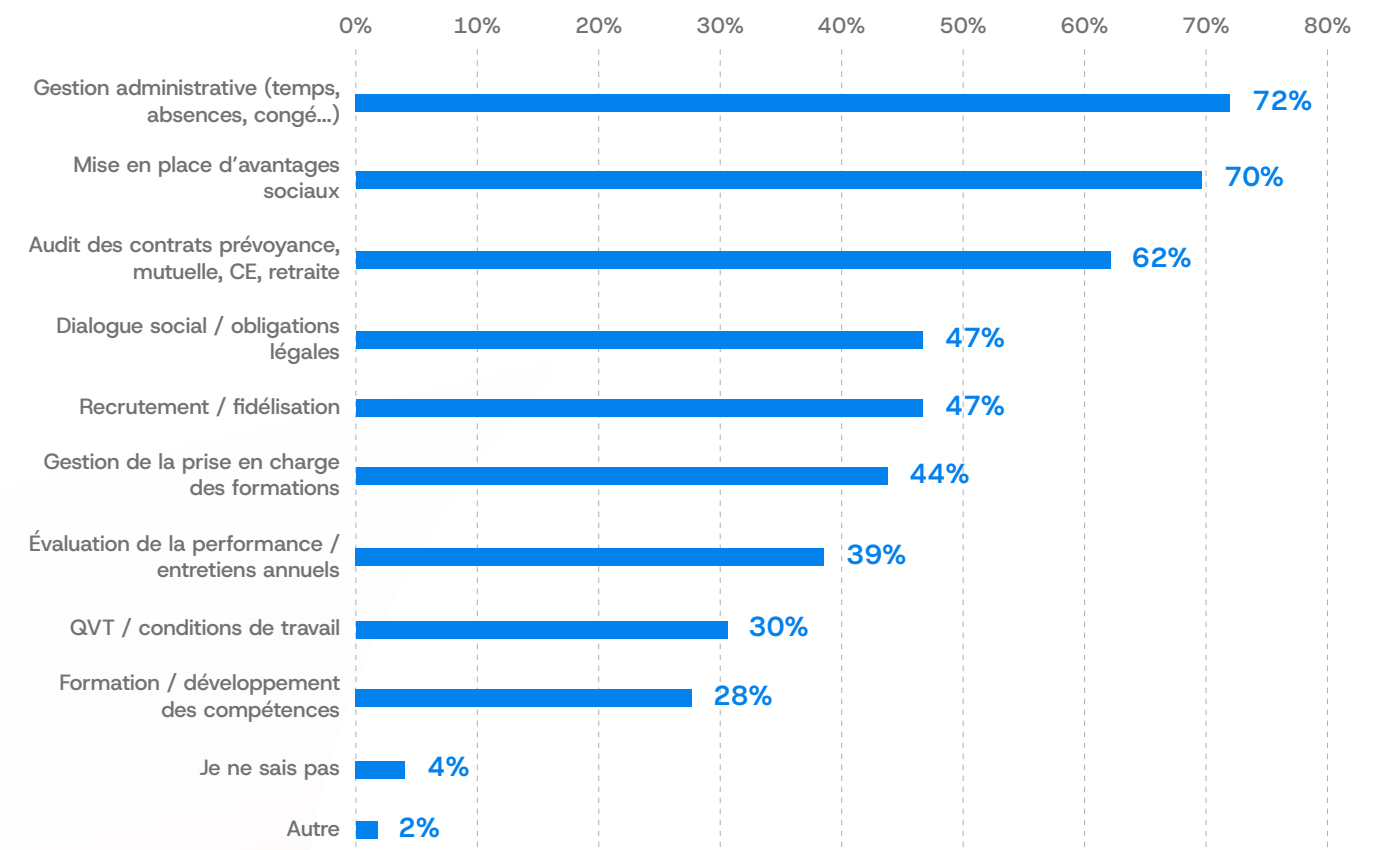
Base : 175 répondants

N°1 La GRH arrive en tête sur quatre indicateurs clés du baromètre : note de place future, taux de pratique, appétence clients et ambition de développement. C'est la mission sur laquelle les cabinets sont les plus engagés, et les plus avancés.

CE QUE LES CLIENTS DEMANDENT

Les demandes couvrent un spectre large, allant de l'administratif quotidien aux enjeux RH stratégiques. C'est précisément cet élargissement que les cabinets doivent opérer pour aller au-delà de la gestion de la paie.

Principales attentes des clients en matière de GRH
base = 174 répondants (choix multiples)



Les trois premières attentes dépassent 60% : les clients attendent d'abord des cabinets un **socle opérationnel et administratif RH solide** (gestion du quotidien + optimisation des contrats) avant les sujets plus stratégiques comme la QVT (30%) ou la formation (28%).

Le recrutement/fidélisation arrive seulement en 4ème position (47%), alors qu'on aurait pu imaginer ce sujet plus haut vu la tension actuelle sur le marché de l'emploi.



MATURITÉ



Niveau de maturité (0-10)

6,2 / 10

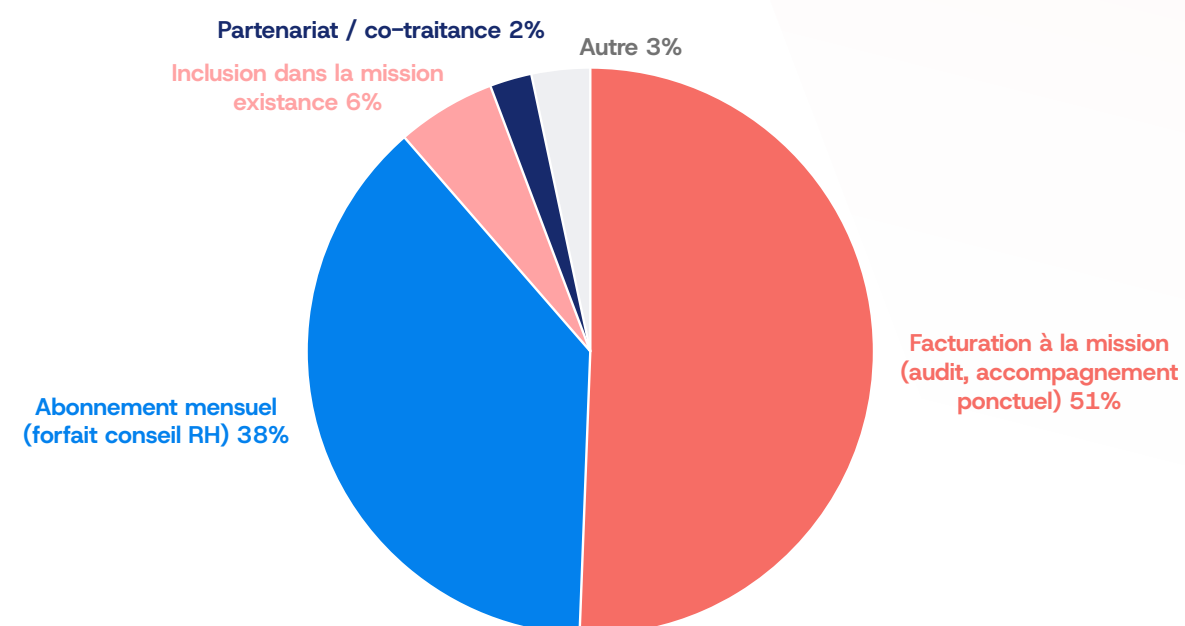
en moyenne

Médiane : 6/10 — Base : 120 répondants

La maturité la plus élevée de toutes les missions

FACTURATION

Modèle de facturation jugé le plus adapté pour le pilotage pour les services financiers
base = 172 répondants



La GRH est vue par les cabinets comme une mission hybride, à cheval sur deux logiques :

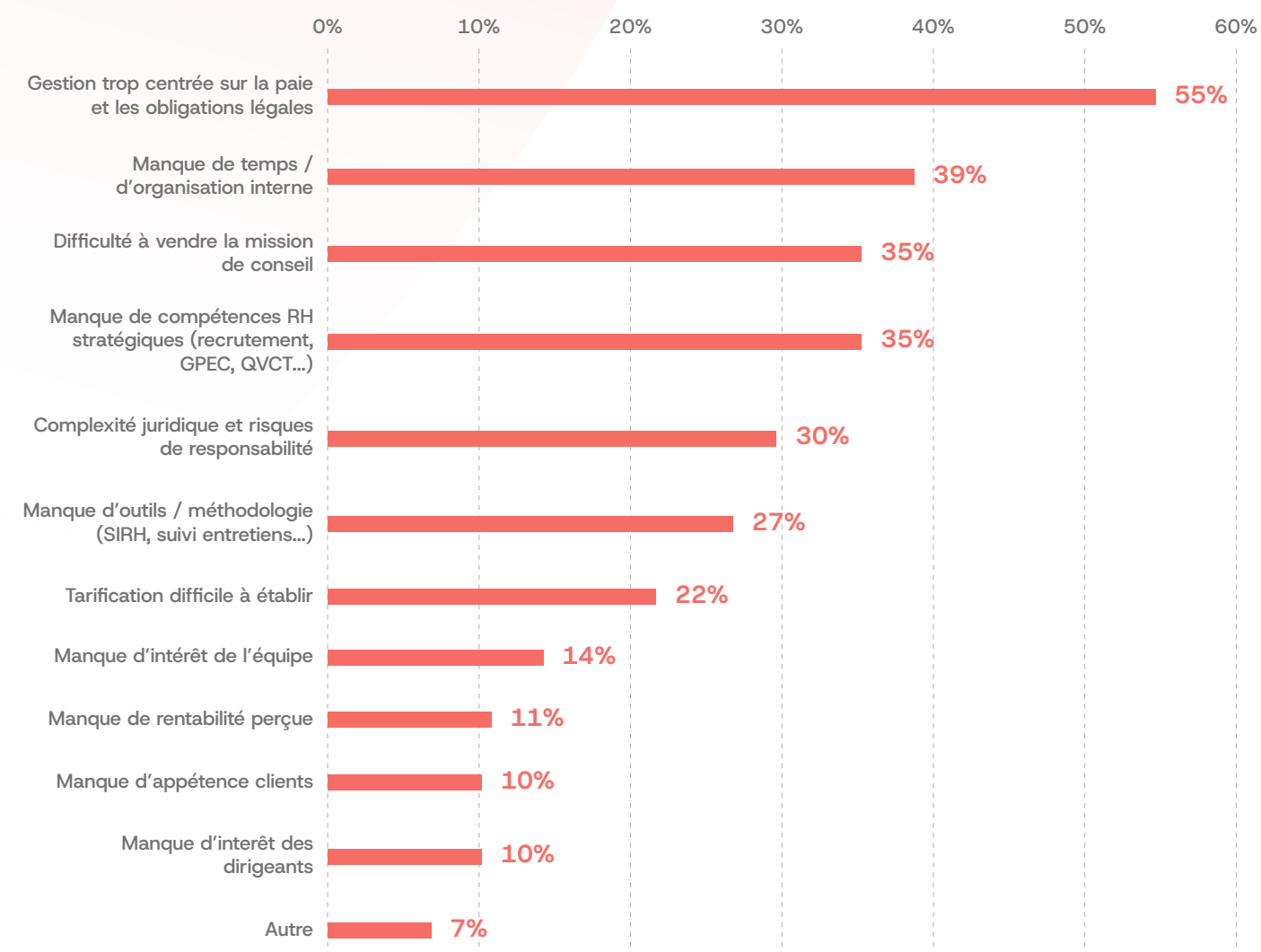
- Une logique « **intervention structurante** » (51%) : audit des contrats prévoyance/mutuelles, mise en place d'avantages sociaux, recrutement. Des actes ponctuels qui produisent un livrable daté.
- Une logique « **accompagnement continu** » (38%) : gestion administrative au fil de l'eau, conseil RH, veille réglementaire, suivi du dialogue social ...

Les cabinets qui veulent industrialiser leur offre GRH devront réfléchir à la manière d'articuler ces deux dimensions essentielles.

CE QUI FREINE ENCORE

Malgré un engagement fort, un frein structurel domine : les cabinets restent trop souvent cantonnés à la paie et aux obligations légales. Élargir le périmètre RH demande donc un changement de posture, et encore une fois les bons outils pour l'accompagner.

Freins au développement de la mission GRH
base = 176 répondants (choix multiples)





Le “piège de la paie”

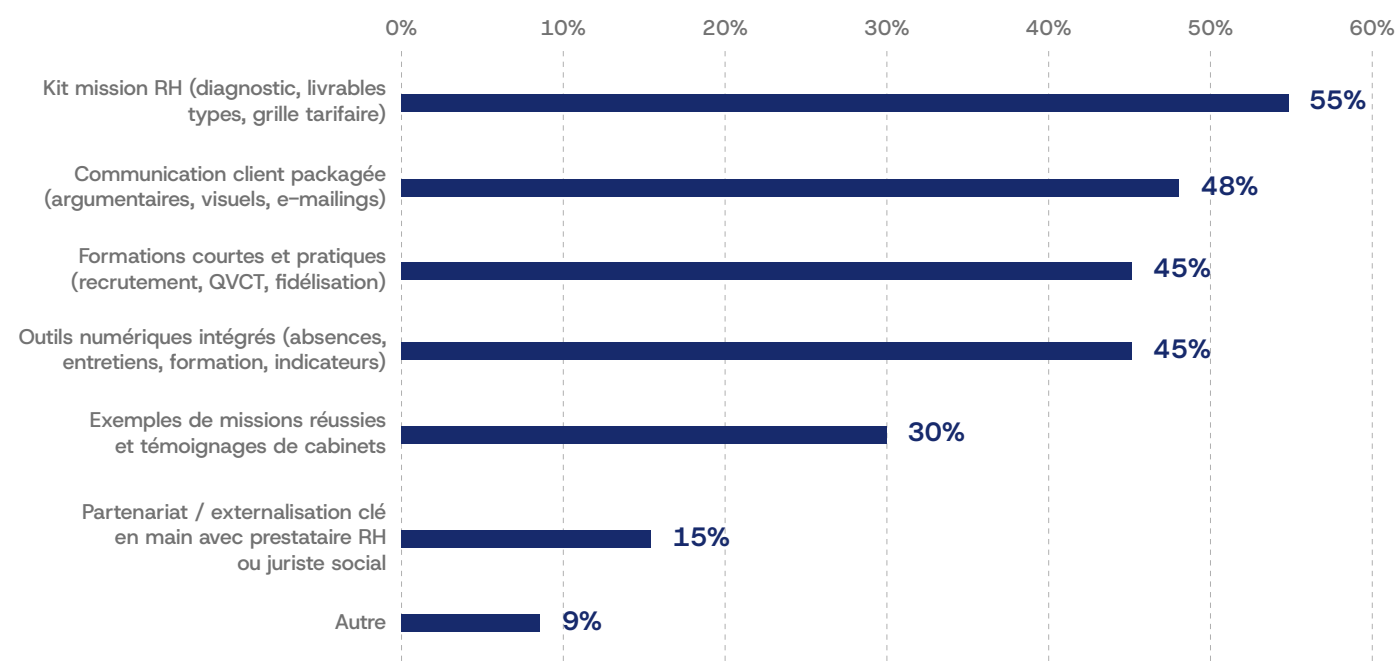
55% des répondants identifient le même blocage : la mission RH est réduite à la paie et aux obligations légales. Ce positionnement historique “étouffe” quelque peu la mission RH, et 39% témoignent d’un manque de temps pour la développer.

Les freins éventuels à la GRH sont donc surtout **identitaires et capacitaires**. Les cabinets se sentent prisonniers de leur “ADN paie” et relativement mal armés (en termes de compétences, notamment juridiques) pour déployer le conseil RH à son plein potentiel.

LES LEVIERS POUR MONTER EN GAMME

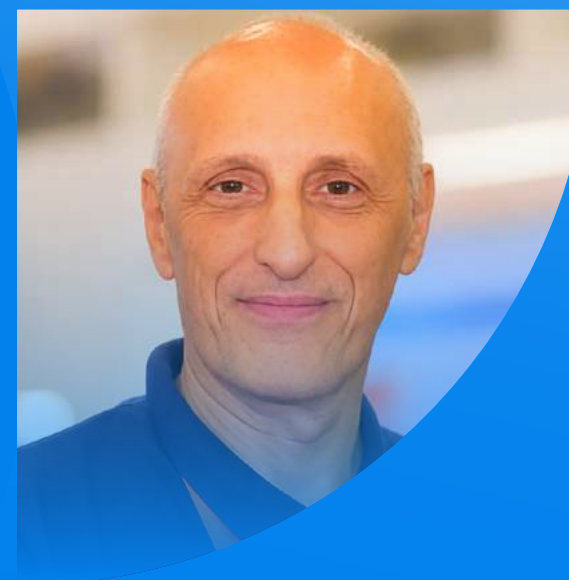
Les répondants sont alignés sur leurs besoins : des outils clés en main, une communication packagée et des formations courtes et pratiques. Trois leviers opérationnels, immédiatement actionnables.

Les aides qui pourraient accélérer le déploiement de la mission GRH
base = 175 répondants (choix multiples)



Ce que dit ce chapitre

La GRH est la mission la plus mature, la plus demandée, la plus ambitieuse. Elle est déjà dans les cabinets, mais souvent sous-exploitée, cantonnée au social et à la paie. Le potentiel de montée en gamme est donc considérable, les clients sont prêts, et les outils pour y aller existent. Ne manque que le passage à l’acte !



Le regard de Pierre Cesarini

CEO de Silae

La gestion des ressources humaines s’affirme aujourd’hui comme l’un des principaux relais de croissance pour les cabinets d’expertise comptable. Les résultats de ce baromètre sont particulièrement révélateurs : la GRH est non seulement la mission jugée la plus porteuse pour l’avenir, mais aussi celle pour laquelle les clients expriment les attentes les plus fortes. Cette convergence est rare et traduit une évolution profonde du rôle des cabinets auprès des entreprises.

Pendant longtemps, la paie a constitué pour les experts-comptables une porte d’entrée naturelle des sujets RH. Elle reste un socle essentiel de confiance et de conformité. Mais les besoins des dirigeants se sont considérablement élargis : gestion administrative des collaborateurs, optimisation des contrats, attractivité employeur, développement des compétences,

qualité de vie au travail ou encore accompagnement managérial. Les cabinets disposent déjà d’un atout majeur pour répondre à ces enjeux : leur proximité avec les entreprises et leur connaissance fine du capital humain de leurs clients.

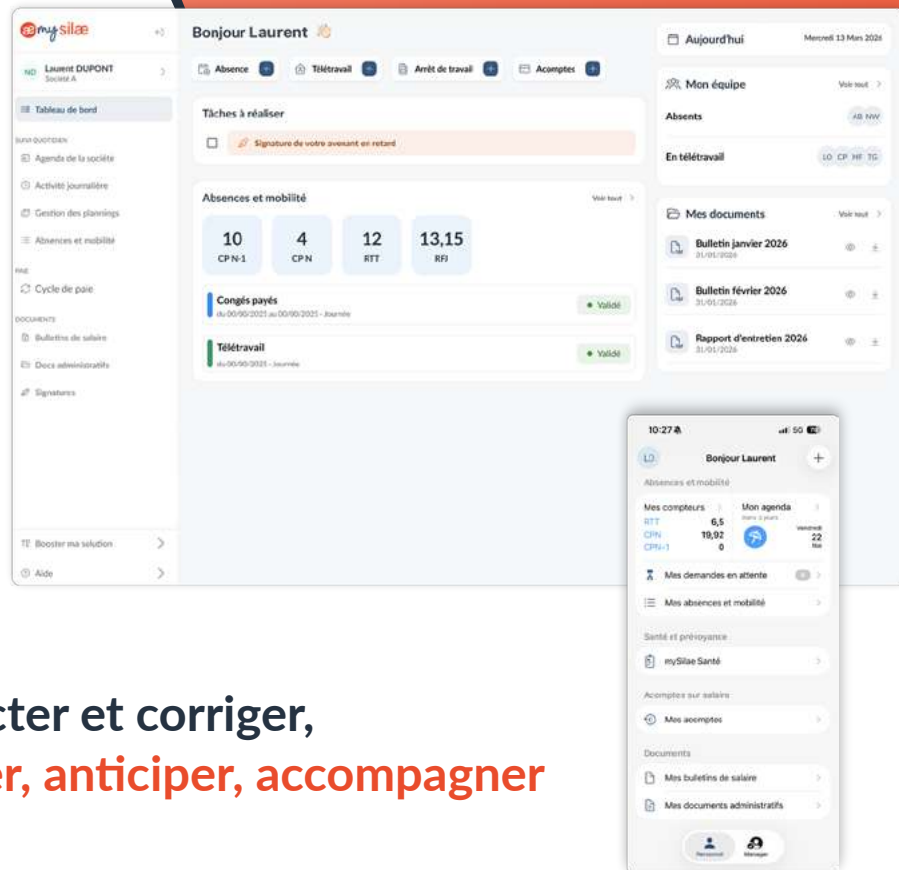
Le principal défi n’est donc plus de démontrer la légitimité des cabinets sur ces sujets, mais de leur permettre de passer à l’échelle. Cela suppose de transformer une expertise souvent concentrée sur les obligations sociales en une véritable offre d’accompagnement RH, structurée, valorisée et industrialisable.

Chez Silae, nous sommes convaincus que la mission GRH n’est plus seulement une mission complémentaire : elle devient un levier de différenciation et de création de valeur pour la profession.

“
La gestion des ressources humaines s’affirme aujourd’hui comme l’un des principaux relais de croissance pour les cabinets d’expertise comptable
”



Gestion des ressources humaines : la mission d'aujourd'hui



Moins de temps à collecter et corriger,
et **davantage à conseiller, anticiper, accompagner**
vos clients.



Paie



Congés et absences



Gestion des temps



Mutuelle et prévoyance



Notes de frais

Une solution **complète** et intégrée
pour des **RH plus stratégiques**.



Gagnez du temps

Automatisez et sécurisez
vos processus RH.



Mieux décider

Pilotez avec des données
fiables et en temps réel.



Valorisez l'humain

Accompagnez vos
collaborateurs et vos clients
avec plus d'impact.



Mission 7 Cybersécurité

Sensibilisation, RGPD, Diag cyber de 1er niveau, bonnes pratiques IT, orientation vers un partenaire ...

La cybersécurité est peut-être la mission la plus paradoxale du baromètre. Les cabinets reconnaissent son importance (6,6/10 de note de place future), mais très peu osent s'y engager. La raison est simple : **la technique leur fait peur**. La bonne nouvelle, c'est que ce que les clients attendent n'est pas de la cybersécurité avancée ! Ils veulent avant tout un accompagnement de base, qui sera accessible aux cabinets à travers de bons partenaires.

Note de place future

6,6/10

56% à 7/10 ou plus

Cabinets qui la pratiquent

12%

Base : 159 répondants

Appétence clients perçue

4,9/10

La plus forte du baromètre

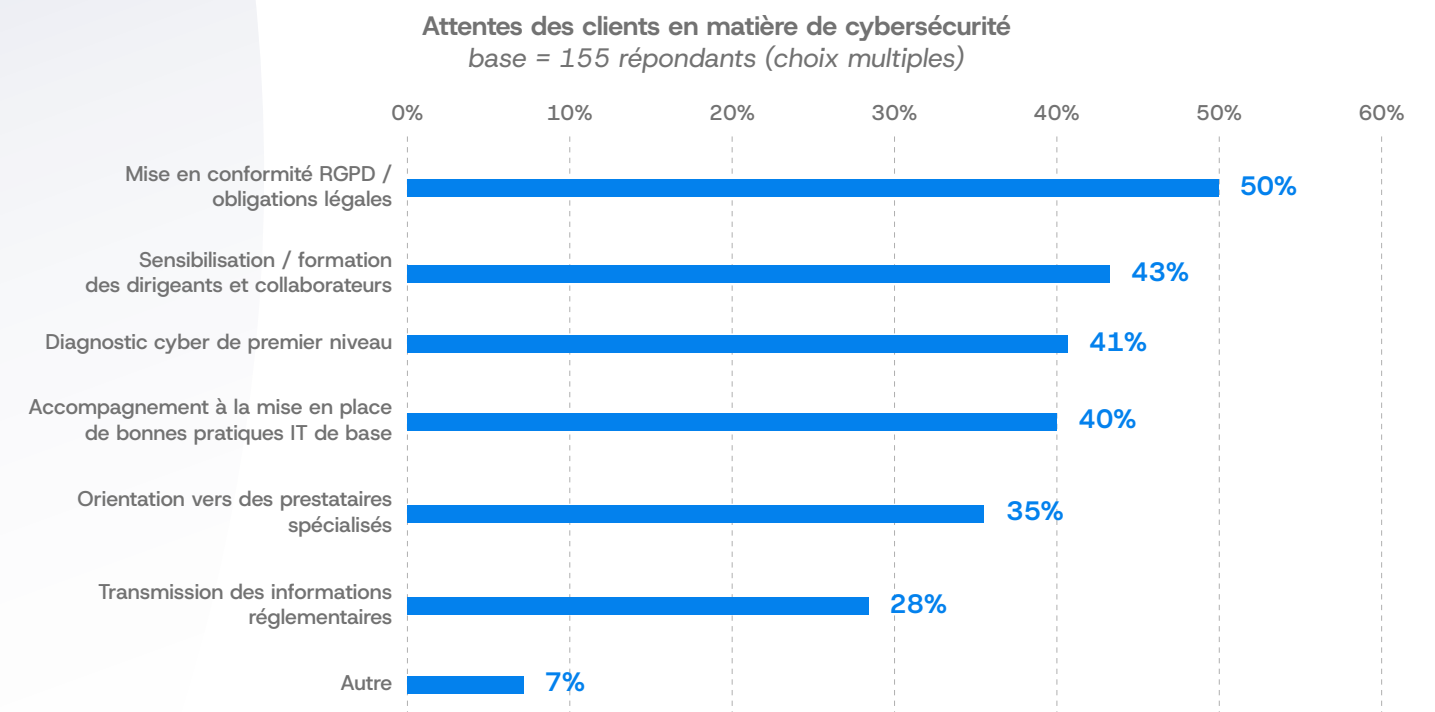
Veulent la développer

27%

Base : 158 répondants

66% des répondants citent le manque de compétences techniques comme frein principal : c'est le score le plus élevé de tous les freins de toutes les missions du baromètre. La cyber intimide ... Mais elle n'exige pas autant d'expertise technique qu'on l'imagine pour être adressée à la hauteur des besoins réels des clients.

CE QUE LES CLIENTS DEMANDENT, ET QUI EST PLUS ACCESSIBLE QU'ON NE LE CROIT



La cyber ne demande pas d'être expert : elle demande d'être bien accompagné !

RGPD, sensibilisation, diagnostic de premier niveau : les trois premières demandes clients ne nécessitent pas de compétences techniques extrêmement pointues mais plutôt de la méthodologie et un cadre pour agir.

Les cabinets sont avant tout attendus comme **tiers de confiance** pour initier la démarche, pas comme experts techniques. 35% demandent même une **orientation vers des prestataires spécialisés** : les cabinets jouent un rôle de **prescripteur** plus que d'exécutant.



MATURITÉ



Niveau de maturité (0-10)

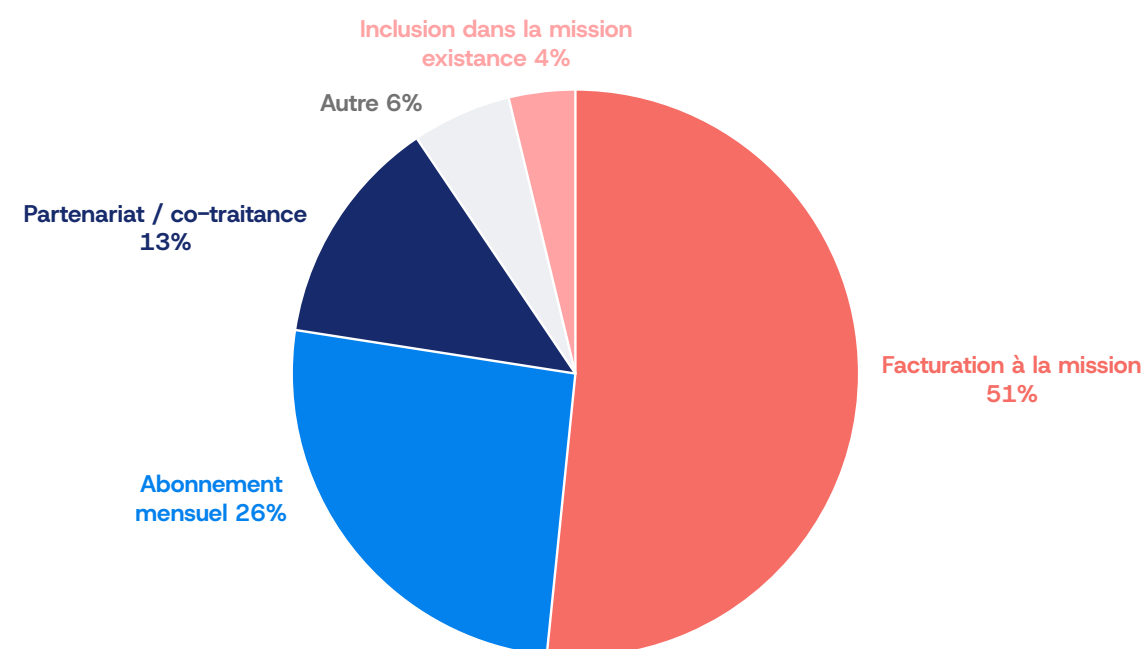
6,1 / 10

en moyenne
19 répondants*

*Base faible, à interpréter avec précaution

FACTURATION

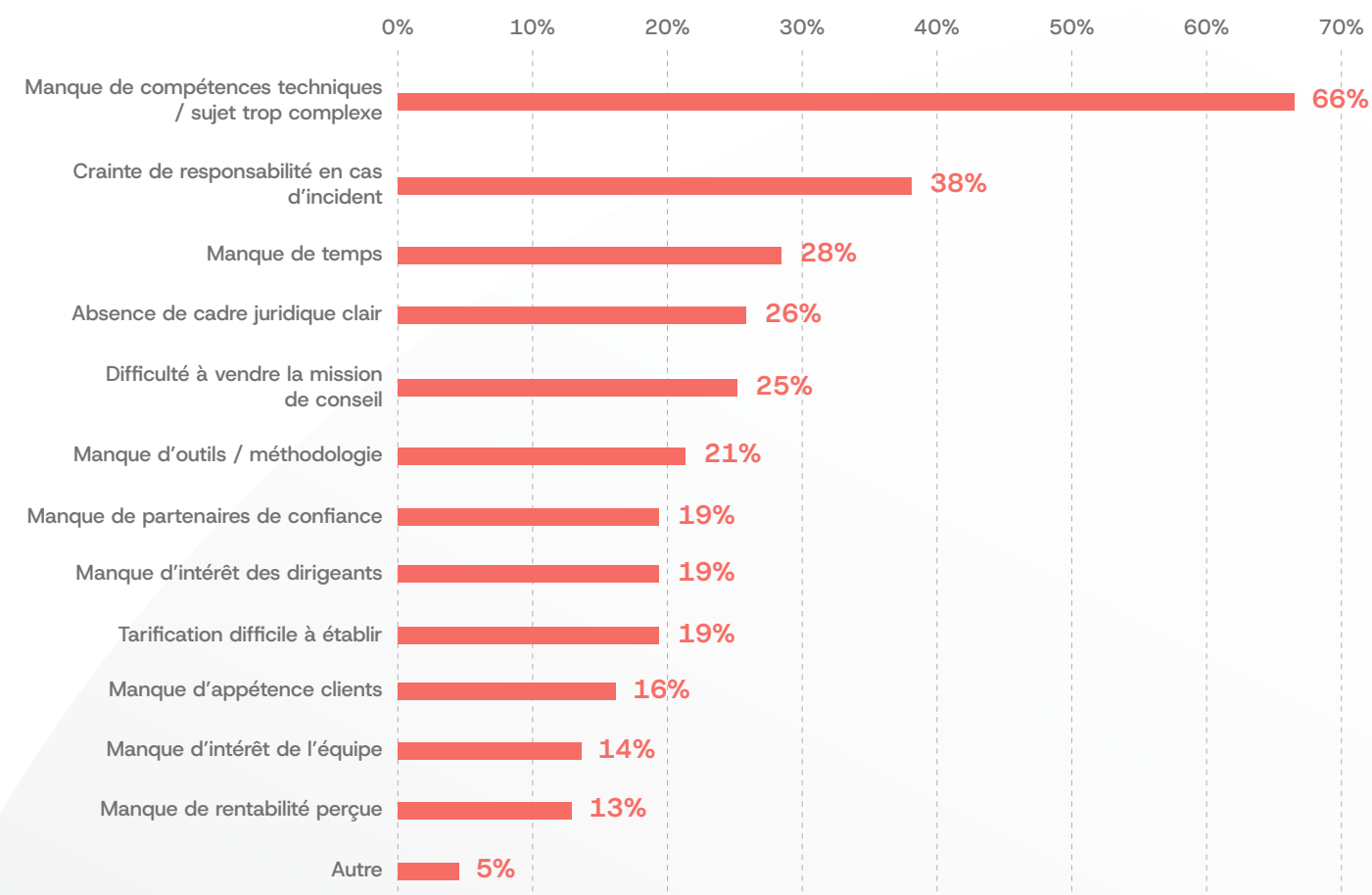
Modèle de facturation jugé le plus adapté pour la cybersécurité
base = 159 répondants



CE QUI FREINE

Les freins sont concentrés sur deux points : la technicité/complexité perçue et la crainte de responsabilité. Ce combo explique sans doute **pourquoi la cyber est la 2^e mission la plus ouverte au partenariat** (13%, ex-aequo avec les services financiers, derrière la gestion de patrimoine, 19%) : c'est un transfert de risque autant qu'un transfert d'expertise.

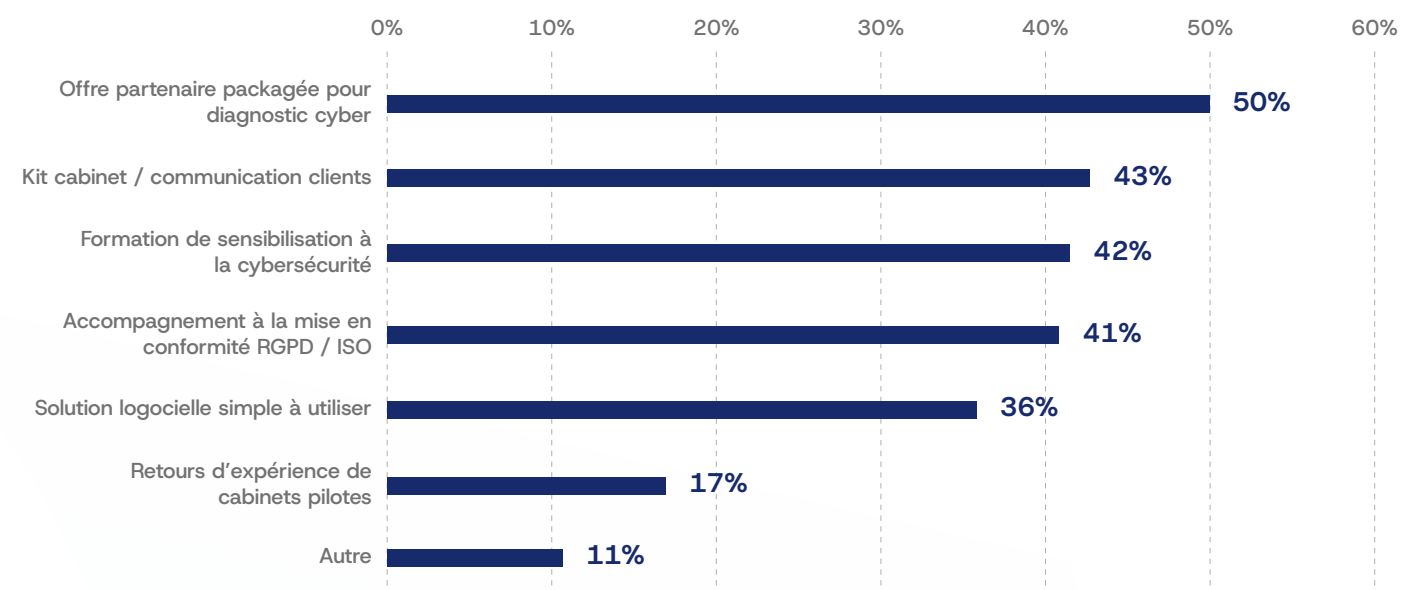
Freins au développement de la mission cybersécurité
base = 155 répondants (choix multiples)



FACTURATION

Le levier plébiscité en premier est révélateur : les cabinets ne veulent pas devenir des experts cyber. Ils veulent une **offre clé en main, portée par un partenaire fiable**. C'est le modèle qui lève à la fois la technicité et la responsabilité.

Les aides qui pourraient accélérer le déploiement de la mission cybersécurité
base = 159 répondants (choix multiples)



Ce que dit ce chapitre

La cybersécurité est peut-être la mission qui demande le plus grand saut psychologique, mais pas forcément technique. Les clients attendent un accompagnement de base que les cabinets peuvent tout à fait orchestrer, à condition de s'appuyer sur les bons partenaires. Dans un contexte de cybermenaces croissantes pour les entreprises, les cabinets qui font ce pas deviennent des acteurs incontournables de la résilience de leurs clients.



HÉBERGEMENT & INFOGÉRANCE CLOUD

Organisez, sécurisez, administrez vos données **avec Coaxis**

3 datacenters
en France



Certifiés **ISO 27001** pour les métiers du chiffre, HDS et
Plateforme Agréée LVC LE VILLAGE CONNECTÉ



Cybersécurité

Surveillance active et protection continue de votre infrastructure



Données sécurisées

Hébergées dans nos propres datacenters dans le Sud-Ouest



Continuité d'activité

Sauvegardes, mises à jour, antivirus... en continu

En savoir plus



coaxis.com

Confiez-nous votre infrastructure informatique, concentrez-vous sur votre métier !

Partie 4

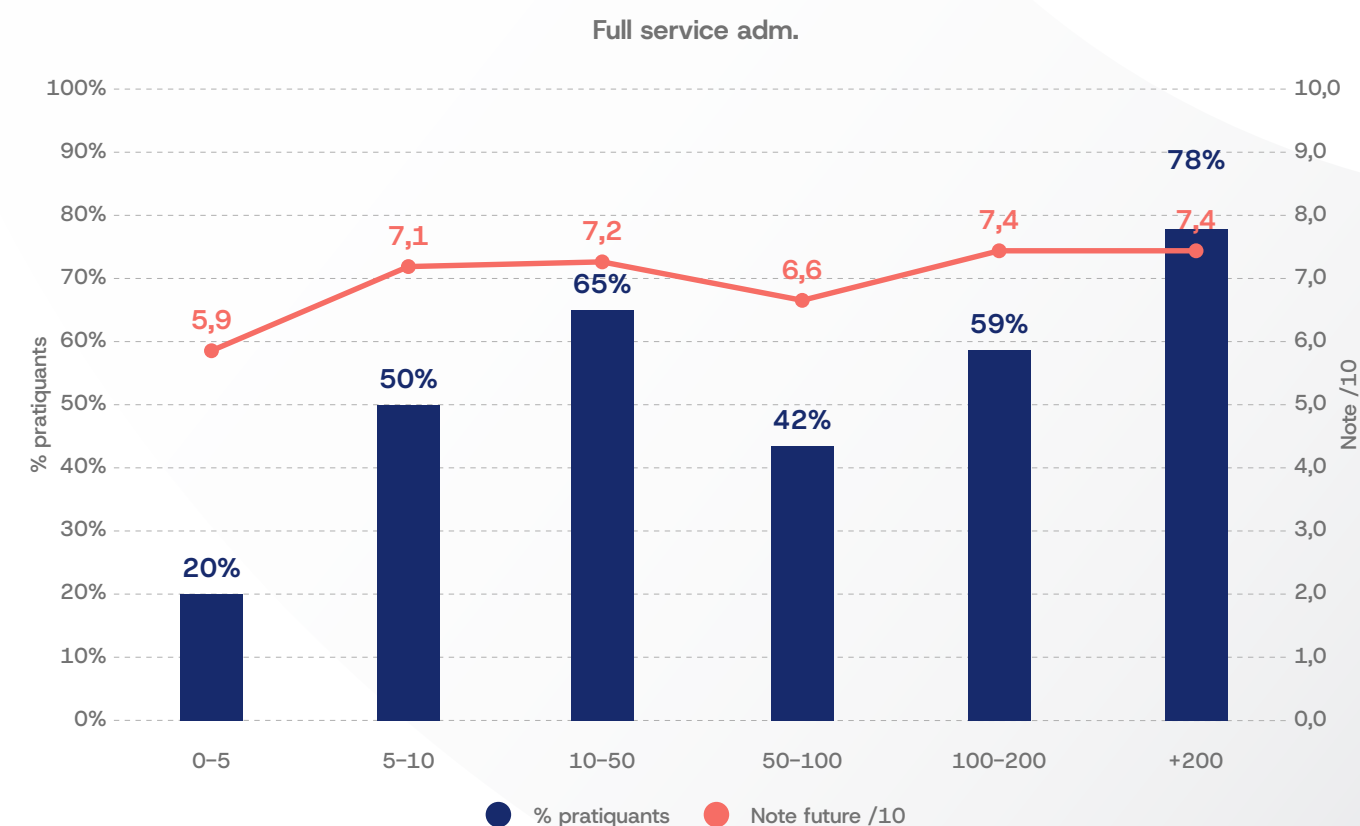
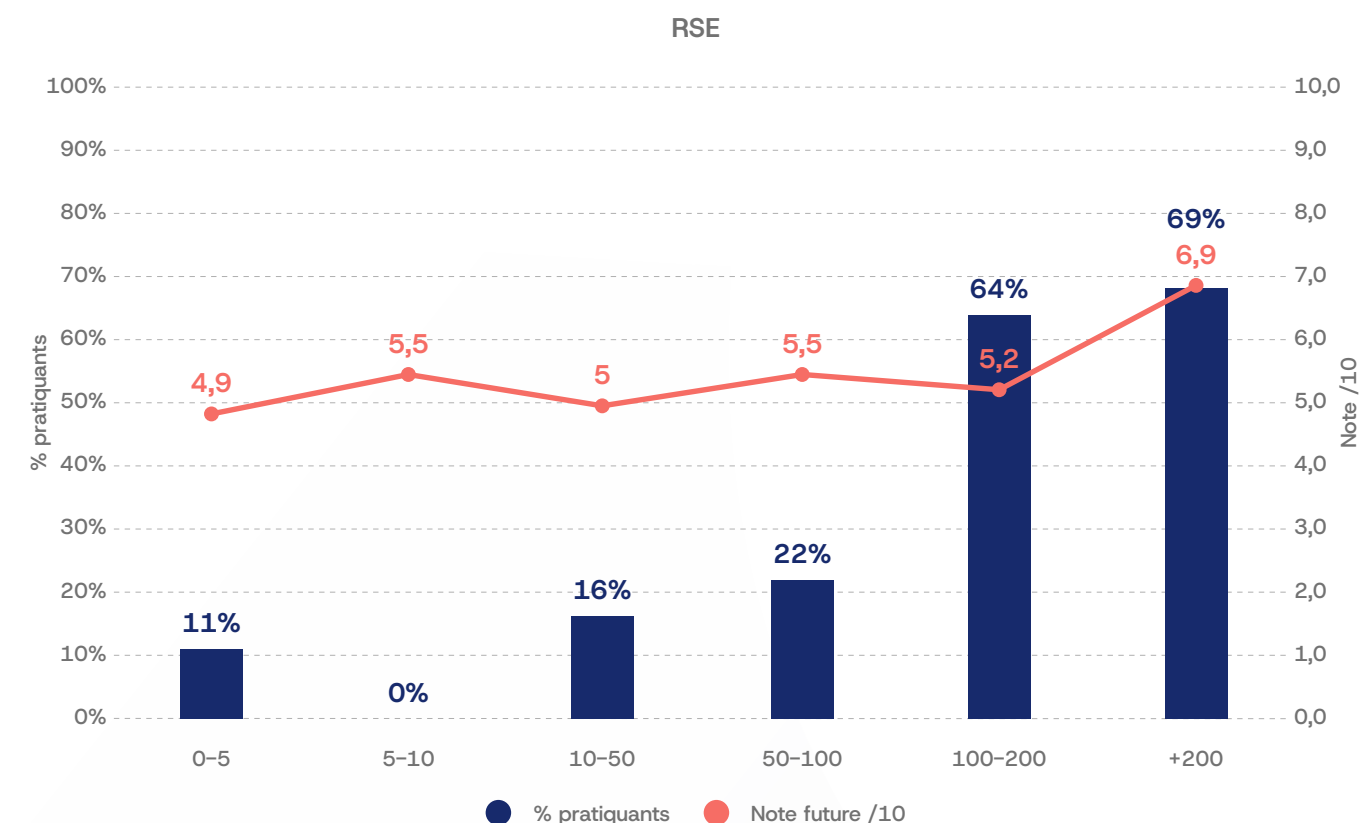
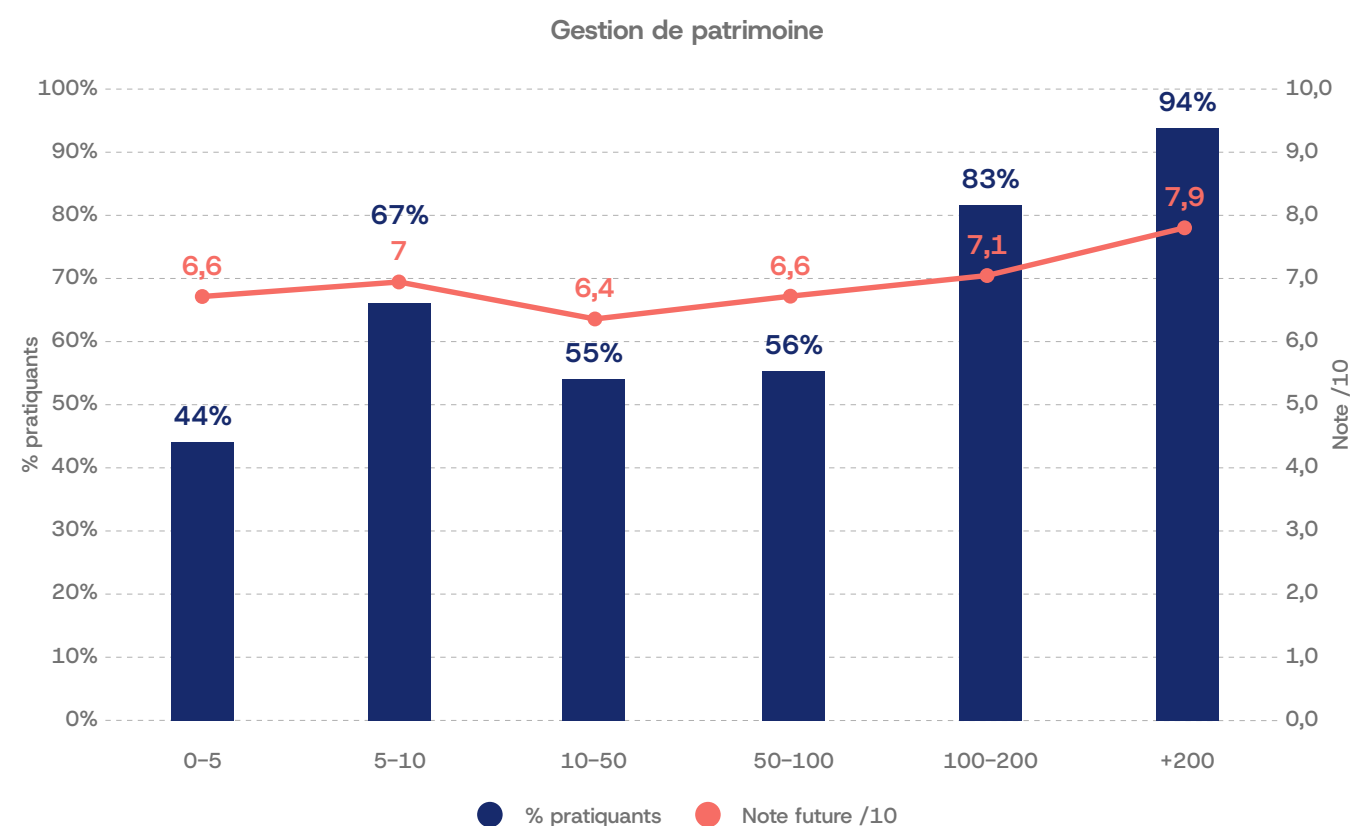
Analyse croisée

Ce que révèlent la taille, l'âge et l'appartenance à un groupement/réseau.

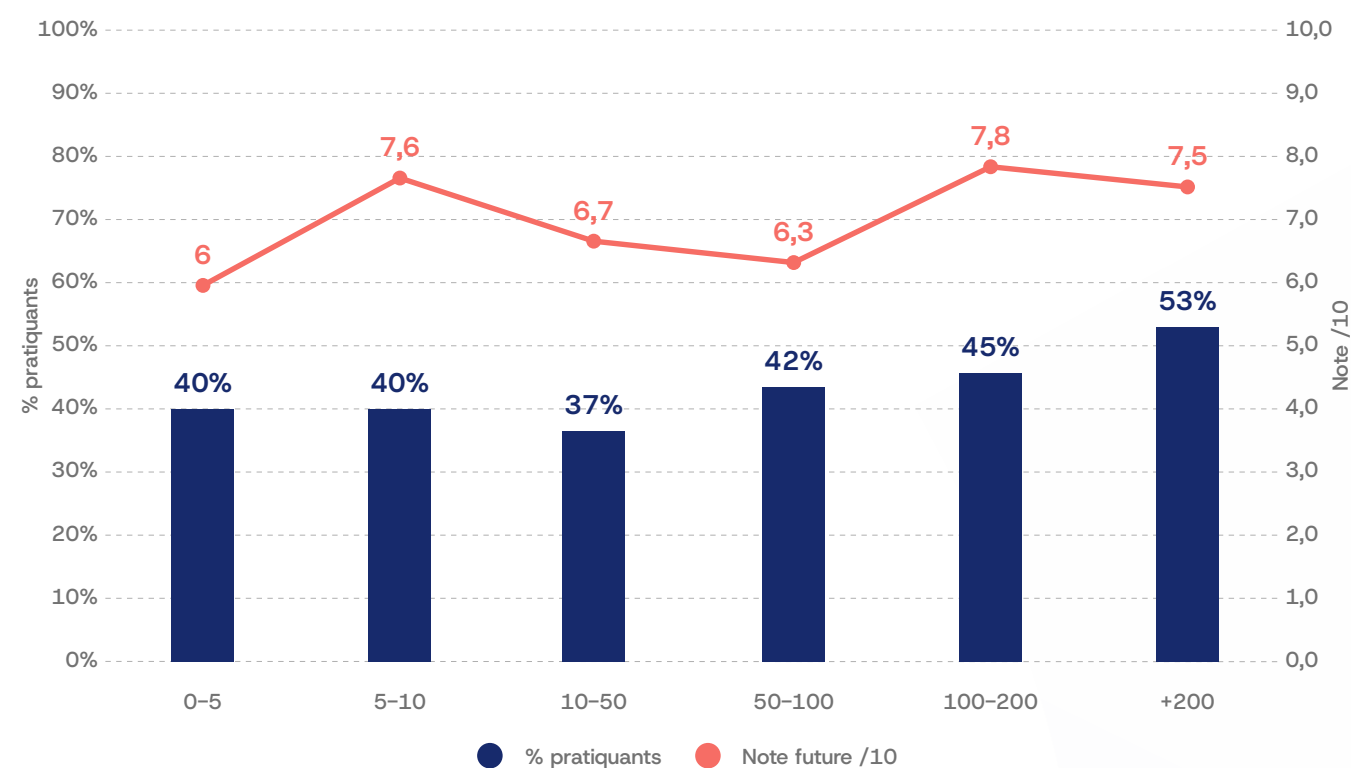
Les 7 missions de demain que nous avons choisi d'étudier dans ce baromètre ne sont pas perçues de la même façon en fonction de la taille des cabinets, de l'âge des répondants ou encore de l'appartenance ou non à un réseau/groupement. Cette partie du baromètre croise les données selon ces 3 variables structurantes pour en chercher les lignes de fracture ou encore les convergences inattendues.

1. LA TAILLE DU CABINET : UN FACTEUR DÉTERMINANT, MAIS PAS ABSOLU

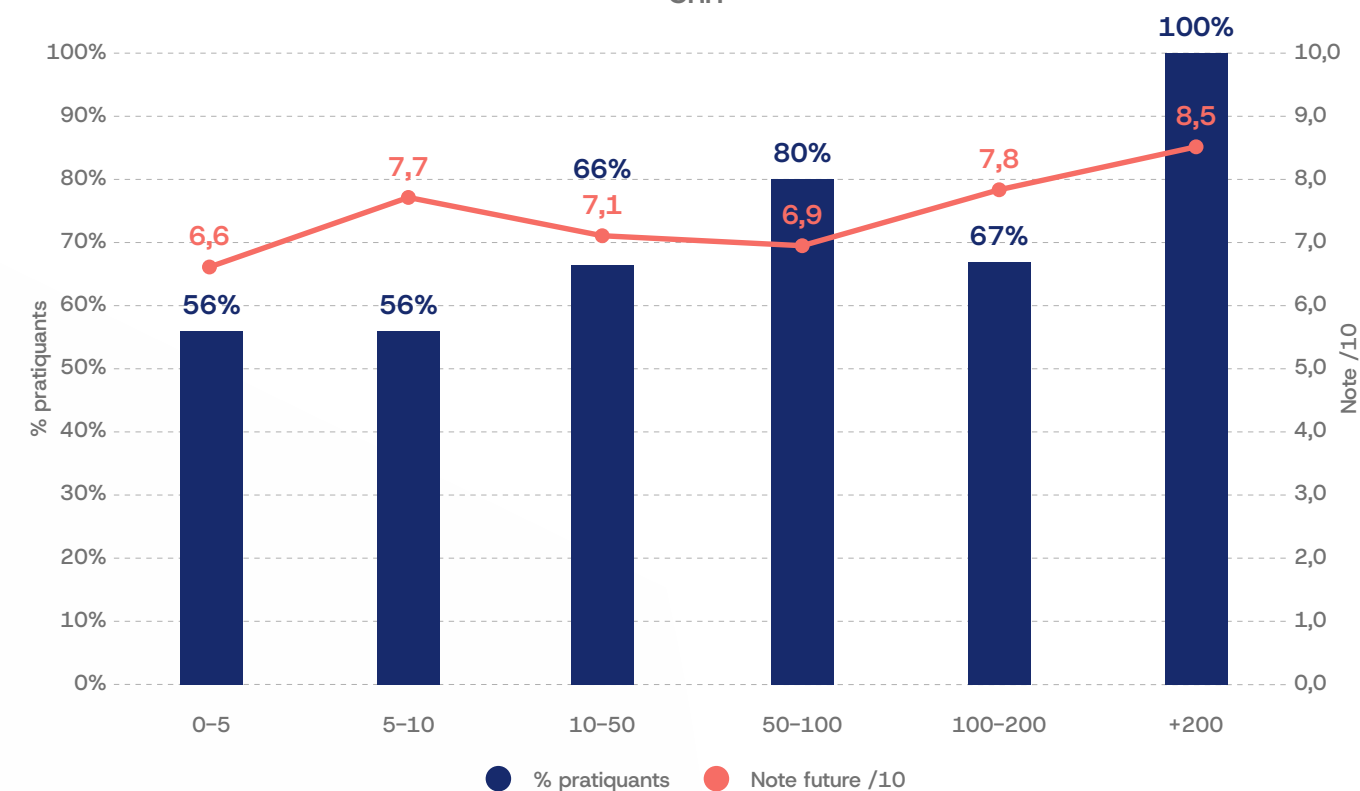
La taille des cabinets détermine significativement l'avancée réelle dans ces missions (représentée par les barres verticales dans ces différents schémas). C'est particulièrement le cas sur la mission RSE ou encore la cybersécurité :



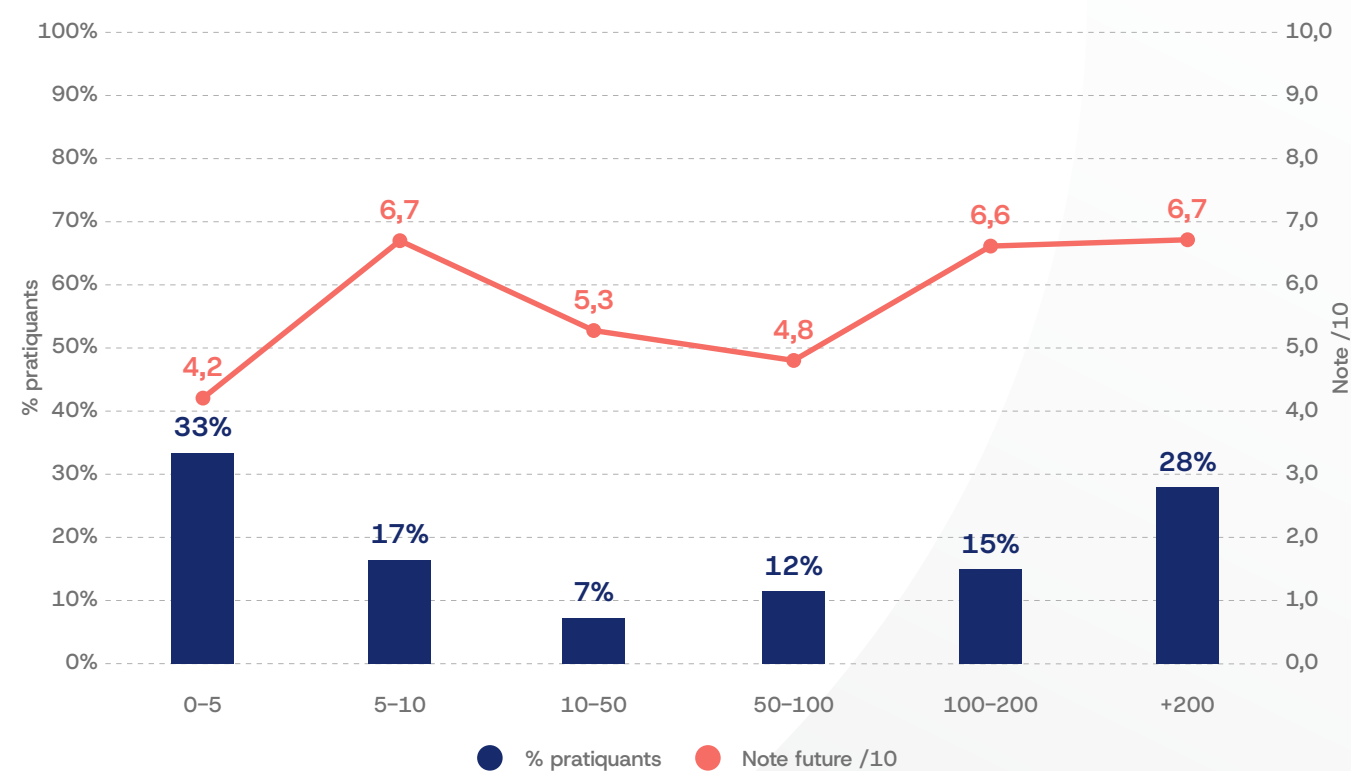
Pilotage de trésorerie



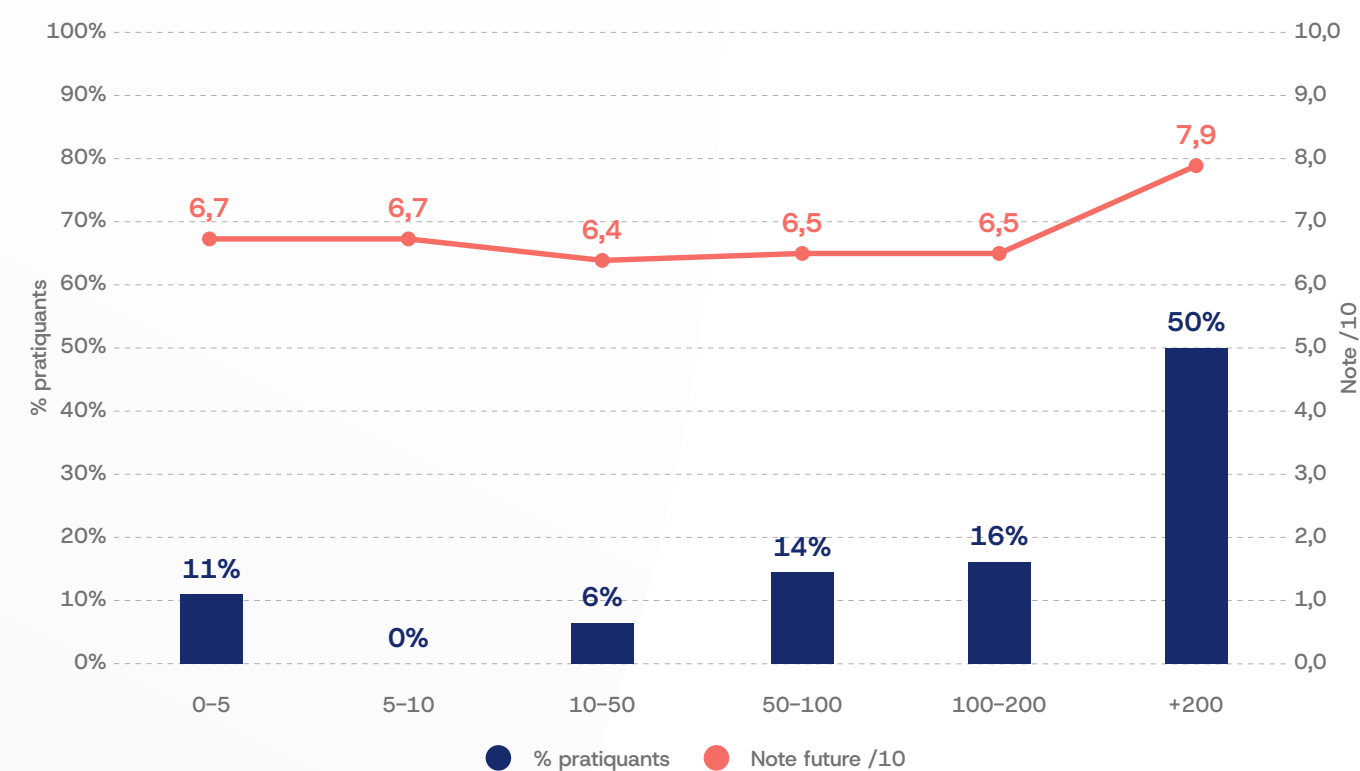
GRH



Services financiers



Cybersécurité



Une seule exception : les services financiers, qui semblent plus facilement adressés dans les cabinets de plus petites tailles. Ces derniers ont peut-être plus d'agilité pour se rapprocher de partenaires qui leur permettent de proposer ce type de prestations (encore assez disruptives) à leurs clients.

En revanche, la taille des cabinets ne semble pas avoir d'incidence sur la **conviction des répondants** concernant la place future de ces missions dans la profession (représentée par une ligne orange dans ces mêmes graphiques). Cette conviction affiche de manière générale un niveau élevé et homogène.

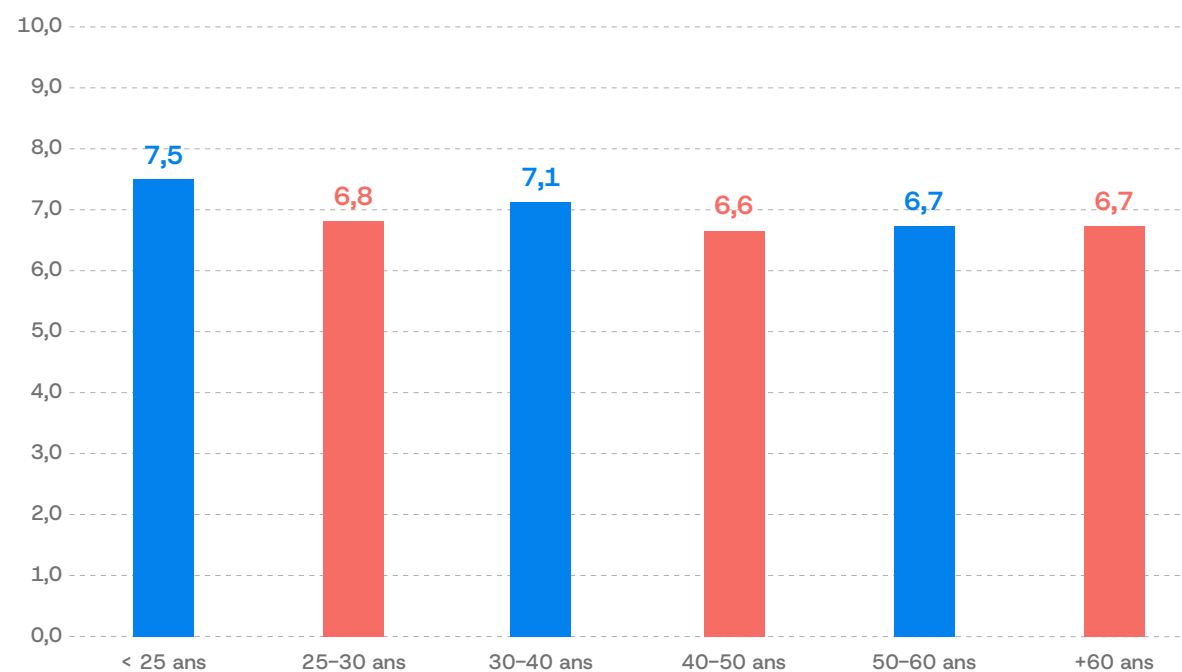
Ce qu'il faut retenir :

La taille des cabinets conditionne davantage le **niveau d'avancement réel sur les missions de demain** que la conviction de fond ou les ambitions de CA qui leurs seront liées.

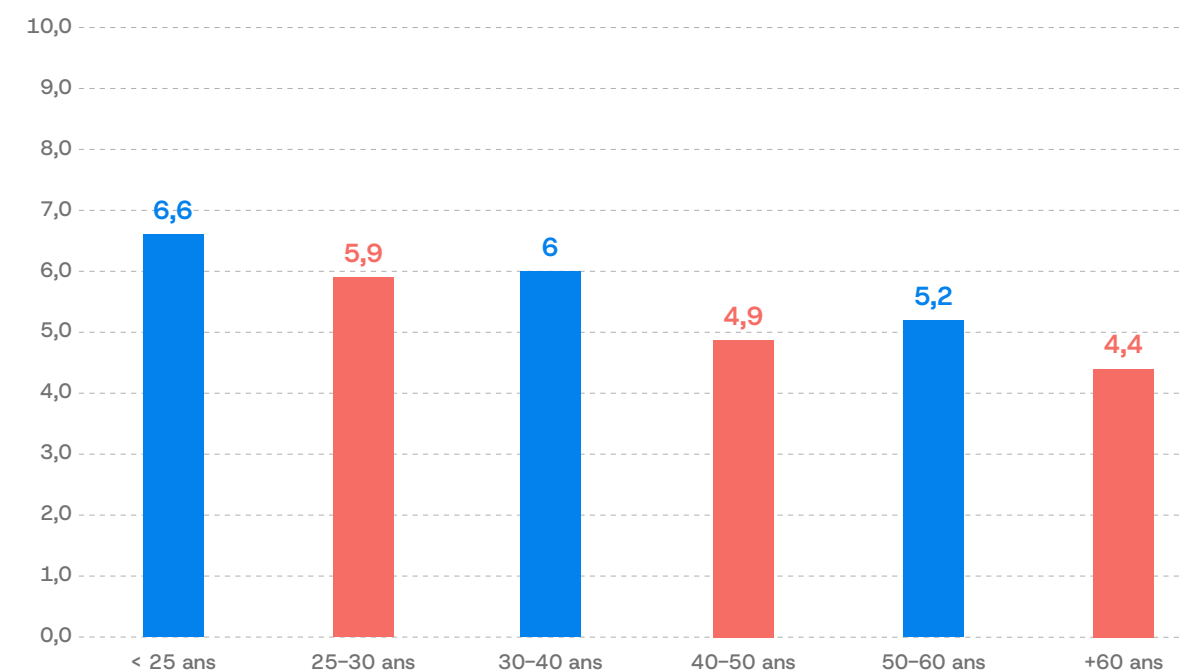
2. L'ÂGE : LE VRAI CLIVAGE EST SUR LA RSE ET LE PILOTAGE DE TRÉSORERIE

L'âge semble jouer également un rôle dans l'**enthousiasme** vis-à-vis des missions de demain : **les plus jeunes leur accordent une place future plus importante** que les plus âgés. C'est particulièrement vrai pour la mission RSE ou le pilotage de trésorerie.

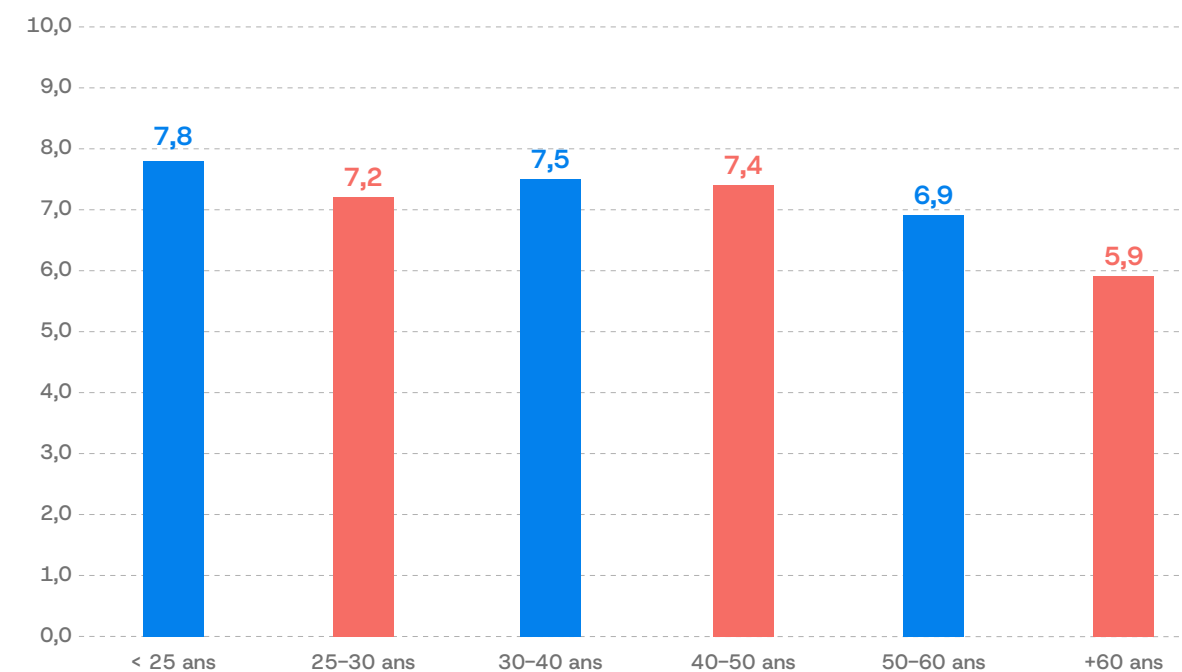
Gestion de patrimoine – Place future à 10 ans par tranche d'âge



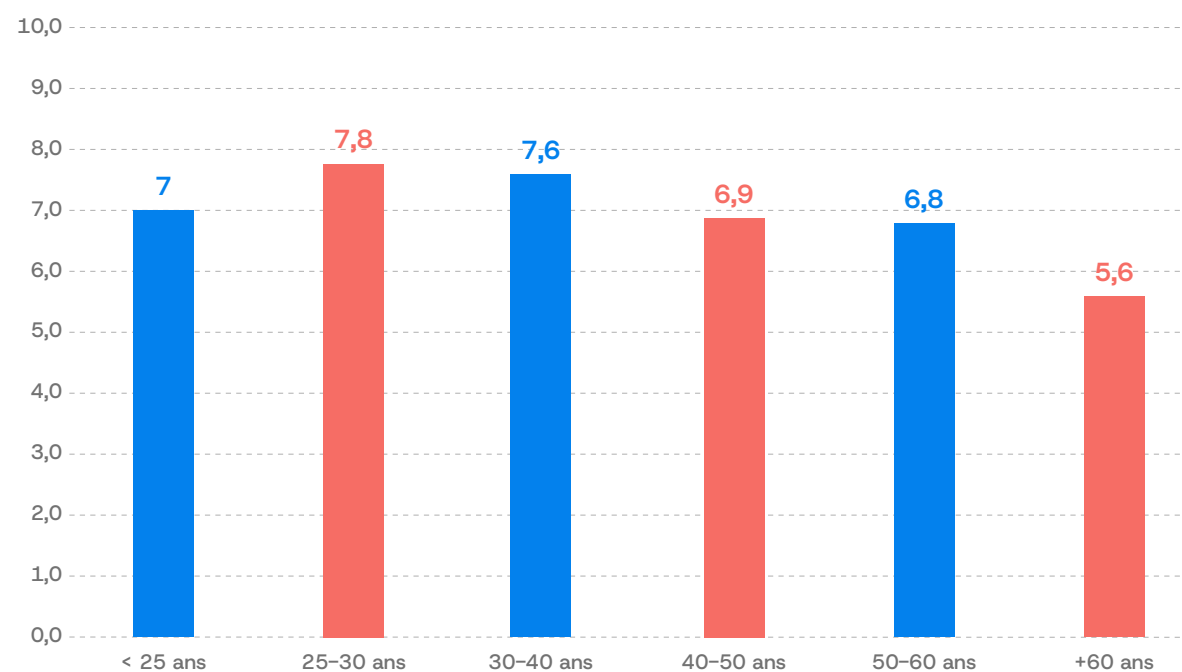
RSE – Place future à 10 ans par tranche d'âge



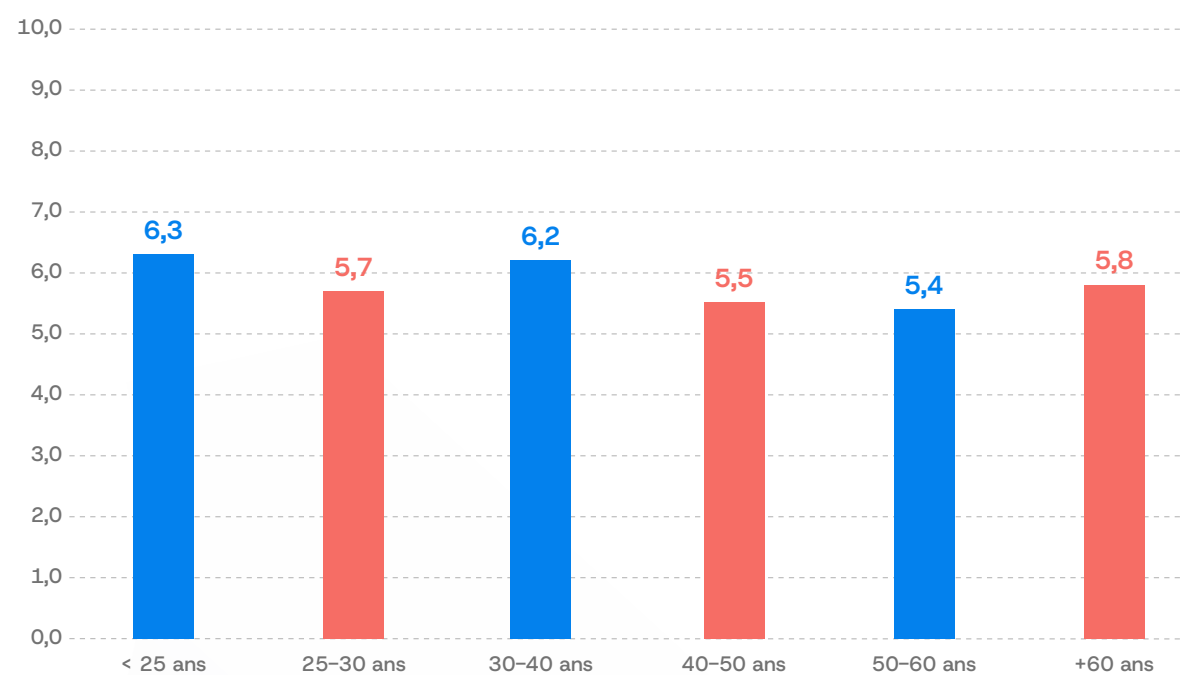
Full service administratif – Place future à 10 ans par tranche d'âge



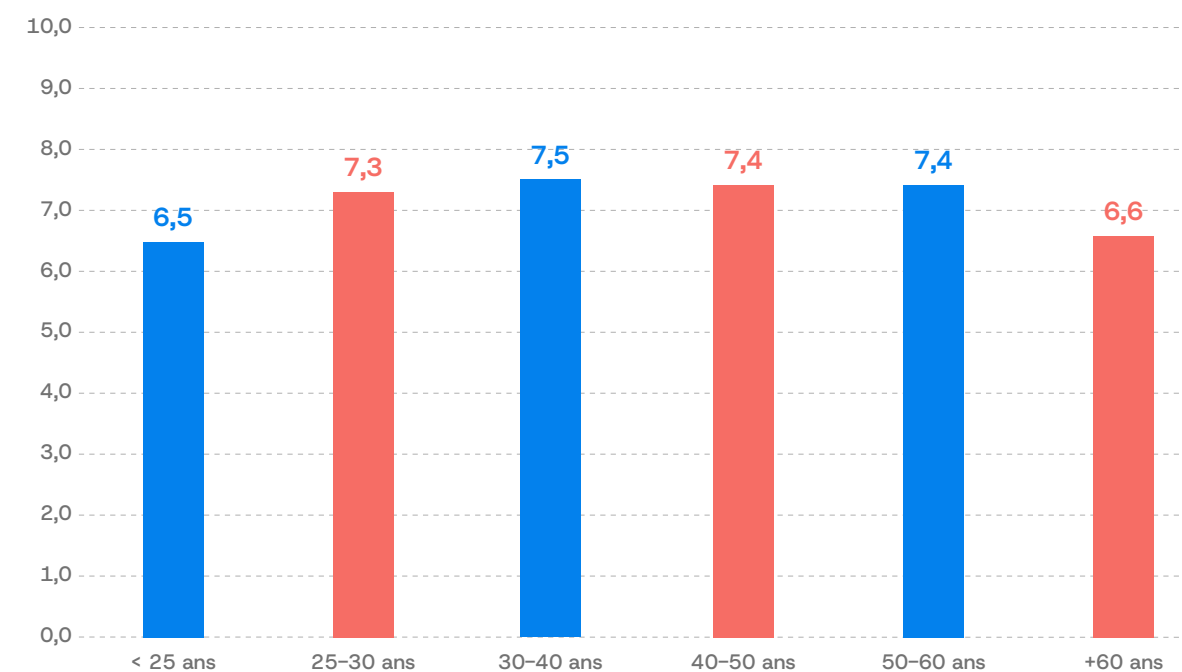
Pilotage de trésorerie – Place future à 10 ans par tranche d'âge



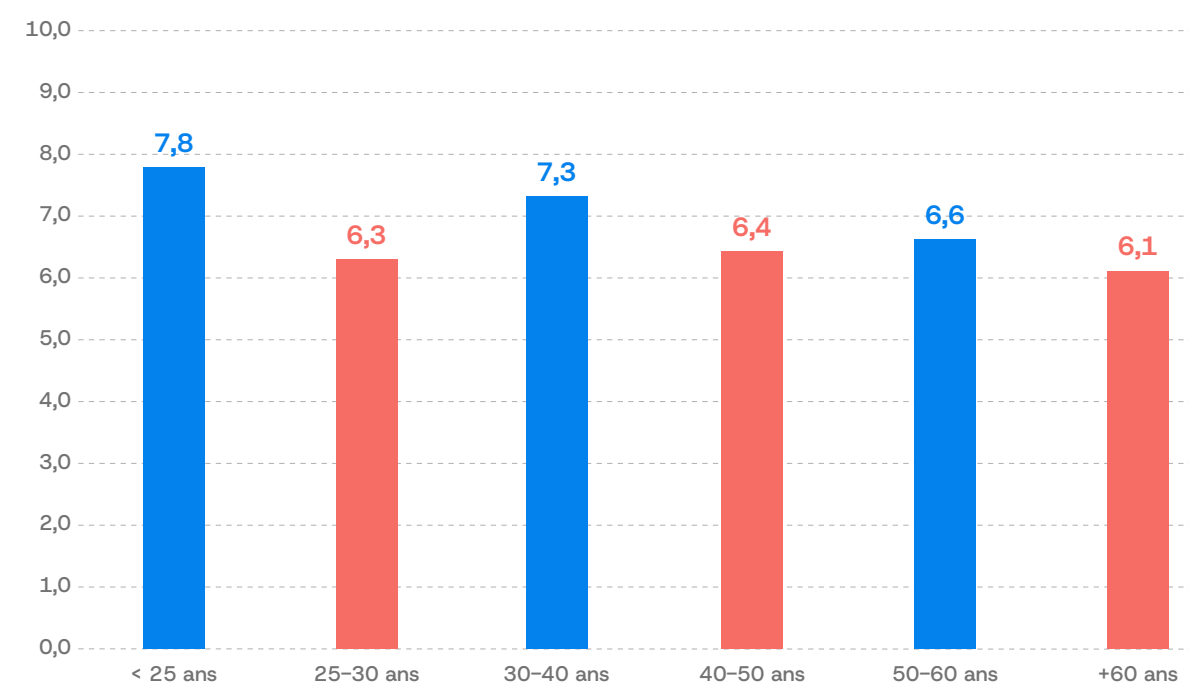
Services financiers – Place future à 10 ans par tranche d'âge



GRH – Place future à 10 ans par tranche d'âge



Cybersécurité – Place future à 10 ans par tranche d'âge

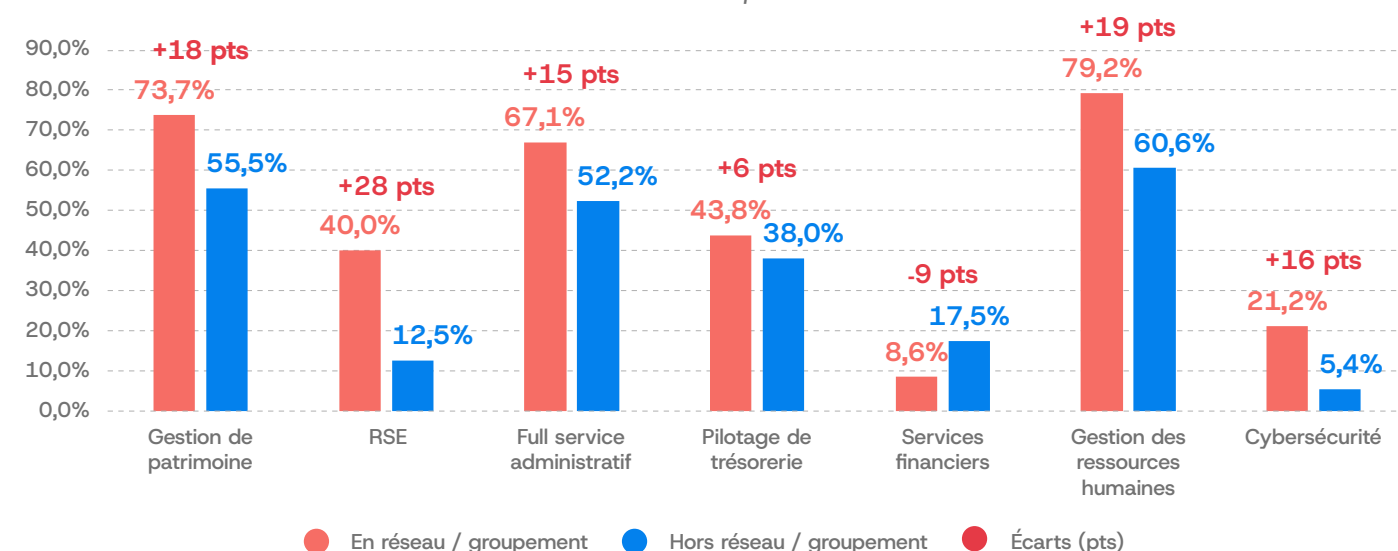


Le clivage générationnel n'est pas uniforme : il est important sur la RSE (6,0/10 chez les moins de 40 ans contre 4,4 chez les plus de 60 ans) et la trésorerie, mais quasi inexistant sur la GRH. On voit aussi que les moins de 40 ans portent une conviction plus forte sur les missions à composante technologique et réglementaire émergente (pilotage de trésorerie, cybersécurité, RSE). Ce sont eux, les architectes de la profession à horizon 10 ans !

La GRH, elle, est la mission fédératrice par excellence : elle transcende les générations parce qu'elle est ancrée dans le quotidien des cabinets depuis longtemps. Son potentiel de montée en gamme est d'autant plus stratégique qu'il fait consensus.

3. L'APPARTENANCE À UN RÉSEAU BOOSTE LA PRATIQUE DES MISSIONS

Taux de pratique : cabinets en réseau vs hors réseau
base = 214 répondants



L'appartenance à un **réseau ou groupement constitue un véritable accélérateur de pratique**. Sur 6 des 7 missions de demain, les cabinets en réseau déclarent pratiquer la mission dans des proportions supérieures aux cabinets indépendants.

L'effet est **particulièrement marqué sur** :

- La RSE, avec 40% des cabinets en groupement/réseaux qui la pratiquent vs 12,5 % pour les cabinets hors réseaux/groupements **(+28 points d'écart)**
- La GRH (+19 points)
- La Gestion de patrimoine (+18 points)

Seuls les services financiers font exception, avec une pratique légèrement plus répandue chez les cabinets hors réseaux/groupements (17 % vs 9 %).

Sur la conviction et l'ambition de développement futur des missions de demain, les écarts réseau / indépendants tendent à s'effacer sur la majorité des missions.

Ce qu'il faut retenir :

L'appartenance à un réseau accélère le déploiement mais ne crée pas la conviction. Les indépendants veulent autant se transformer, mais ils ont moins de ressources mutualisées pour le faire.

Les trois axes de segmentation (taille, âge, réseau) racontent une histoire cohérente.

- La taille détermine l'avancement réel dans la transformation.
- L'âge détermine l'enthousiasme relatif selon les missions.
- L'appartenance à un réseau détermine l'accès aux outils et la vitesse de déploiement.

Mais **aucun de ces trois facteurs ne détermine à lui seul la conviction de fond, qui est, elle, partagée largement**.

L'écart entre conviction et pratique ne s'explique ni par l'âge seul, ni par la taille seule, ni par le réseau seul. Il s'explique par l'absence de ressources opérationnelles (formation, outils, cadre méthodologique) qui permettraient de transformer la conviction en passage à l'acte.

C'est précisément ce que la Partie 5 explore.





Le regard d'Eric Choteau-Laurent

Président d'ACD

Sous l'effet de la technologie, la productivité sur les missions de base augmente, mais leur valeur diminue également de manière intrinsèque.

Alors que 60% de leur chiffre d'affaires est encore lié à la tenue et à la révision de la comptabilité, les cabinets doivent donc repenser leur modèle économique sous peine de voir fondre leurs marges.

La profession est aujourd'hui consciente de cela. Elle sait qu'elle doit repositionner ses offres et son accompagnement vis-à-vis des clients et prospects. C'est ce que montre ce baromètre, et c'est la vision que défendent les instances de la profession.

Une fois ce constat partagé : que faire ? Les cabinets ont un très grand nombre d'options face à eux sur la table.

Sur les 7 missions analysées dans ce baromètre, plusieurs sont dans la continuité de leurs missions historiques : gestion de patrimoine, gestion des ressources humaines, pilotage de trésorerie ... D'autres en sont plus éloignées, mais pas moins pertinentes. C'est une affaire de choix et de stratégie propre à chaque cabinet.

Je suis confiant quant à la capacité des cabinets à évoluer. Rappelons qu'il y a 20 ans, les cabinets donnaient le social. Ils sont parvenus à en faire un centre de profit, preuve qu'ils savent se transformer.

Des questions persistent néanmoins : comment détecter les besoins clients ? Comment embarquer les collaborateurs dans ce moment pivot de la vie des cabinets ? Autant de challenges qui doivent être adressés comme des chantiers à part entière.

“
Il y a 20 ans les cabinets donnaient le social. Ils en ont fait un centre de profit. Ils sauront se transformer”



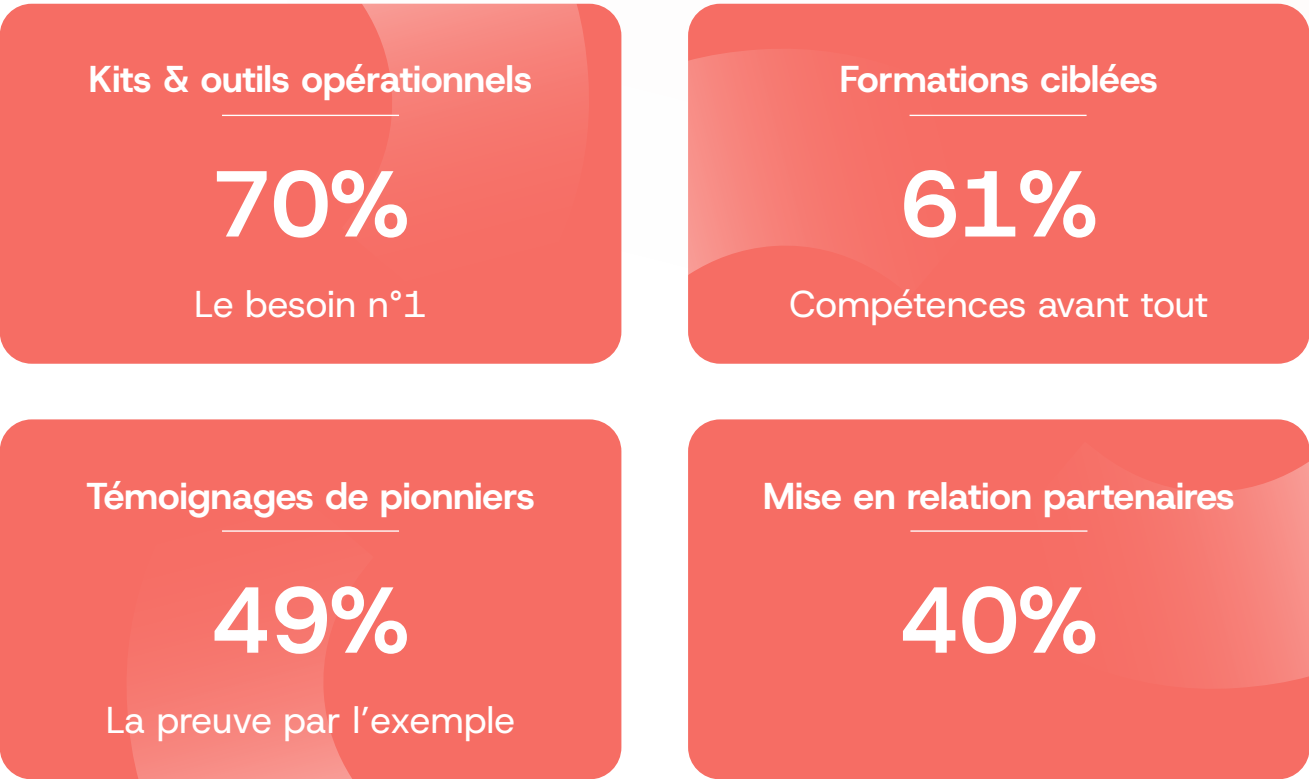
Partie 5

Attentes et leviers

Ce dont les cabinets ont besoin pour passer à l'acte.

Les réponses à la question « Que faut-il pour passer à l'acte ? » sont remarquablement cohérentes d'une mission à l'autre, et convergent vers 4 grandes familles de leviers.

1. CE QUE LES CABINETS ATTENDENT DU CEG ET DE LEURS PARTENAIRES



Pour plonger dans le grand bain des missions de demain, les répondants demandent des **outils prêts à l'emploi** (70%), des **formations courtes et pratiques** (61%), des **preuves concrètes** que ça marche ailleurs (49%), et de la **mise en relation avec des partenaires** (40%). Seulement 12% déclarent ne pas savoir ce dont ils ont besoin, ce qui signifie que la grande majorité, eux, le savent.



Les leviers par mission : 4 familles qui reviennent partout.

Quelle que soit la mission, les leviers attendus se regroupent en **4 familles** constantes. Leur poids relatif varie selon la nature de la mission. Mais aucune mission n'échappe réellement à ces besoins fondamentaux.

Famille de levier	Ce que ça recouvre	Missions où c'est le levier n°1
Outillage & automatisation	Logiciels, outils cashflow, solutions intégrées ...	Trésorerie (70%)
Kits & livrables clés en main	Diagnostics, modèles de rapport, grilles tarifaires, process ...	Gestion de Patrimoine (62%) GRH (55%) Services Financiers (52%) RSE (50%) Full-Service (49%)
Formation & montée en compétences	Formations courtes, méthodes, REX de cabinets pionniers	Gestion de Patrimoine (57%) Trésorerie (53%) Services Financiers (48%)
Mise en relation avec des partenaires	CGP, fintechs, certificateurs RSE, experts cyber	Cyber (53%) Services Financiers (39%) Gestion de Patrimoine (30%)

- **Le pilotage de trésorerie** est la seule mission où un outil concentre à lui seul 70% des attentes : l'automatisation du cashflow est perçue comme la condition sine qua non.
- **La cybersécurité** est la seule mission dont le levier n°1 tombe dans la famille partenaires (53%) : les cabinets ne veulent pas devenir experts cyber, mais s'appuyer sur quelqu'un qui l'est.

2. LES MODÈLES DE FACTURATION : ABONNEMENT OU MISSION SELON LA NATURE DU SERVICE

Modèle de facturation privilégié par mission
% des répondants par mission – total par ligne = 100%

Mission	Facturation à la mission	Abonnement mensuel	Partenariat / co-traitance	Inclusion dans la mission existante	Autre	Base
Gestion de patrimoine	63%	6%	19%	5%	6%	185
RSE	73%	10%	7%	5%	4%	166
Full service administratif	21%	70%	2%	6%	1%	198
Pilotage de trésorerie	24%	61%	2%	12%	1%	180
Service financiers	35%	41%	13%	6%	5%	172
GRH	51%	38%	2%	6%	3%	176
Cybersécurité	52%	26%	13%	4%	6%	159

Le choix du modèle de facturation est révélateur de la façon dont les cabinets perçoivent chaque mission. Deux logiques s’opposent :

- Le **full service administratif** et le **pilotage de trésorerie** sont les deux missions perçues comme naturellement récurrentes.
➡ L’abonnement s’y impose sans surprise (70% et 61%).
- La **RSE**, la **gestion de patrimoine**, la **cybersécurité** et la **GRH** sont davantage ancrées dans une logique d’intervention ponctuelle.
➡ La facturation à la mission qui est plus largement plébiscitée (73%, 63%, 52% et 51%).

On constate également que le **partenariat / co-traitance** pèse davantage sur la **GP (19%)**, les **services financiers** et la **cyber (13%)**.

- ➡ Ce sont des missions où les cabinets savent qu’ils auront besoin d’un tiers pour délivrer.



Ce qu’il faut retenir :

Pour embrasser le plein potentiel des missions de demain, les cabinets réclament des outils, des formations, des preuves et des partenaires solides – des leviers transversaux dont l’intensité varie en fonction des missions :

- L’outillage prime sur les missions à fort volume (pilotage de trésorerie)
- Les kits clés en main sur les missions à forte composante conseil (GP, GRH, RSE)
- Et les partenaires sur les missions à forte technicité (cybersécurité, Services financiers, gestion de patrimoine).

Enfin, le modèle de facturation suit la logique de chaque mission : récurrence pour ce qui est continu, et facturation à la mission pour ce qui est ponctuel.



Partie 6

Le modèle de conversion des cabinets est-il adapté ?



“
Le virage vers le conseil n'est pas un sujet nouveau”

Jérôme Clarysse

Président du CEG

Le virage vers le conseil n'est pas un sujet nouveau dans la profession, mais son urgence est aujourd'hui accélérée par les évolutions technologiques que nous connaissons.

Si j'en crois ce 1er baromètre CEG & Laplace sur le déploiement des missions de demain, **le terreau semble favorable** à leur déploiement :

Les besoins clients sont réels et identifiés, la conviction d'y aller est partagée dans les cabinets, et la demande d'outils clés en main est forte. On pourrait en conclure que les conditions sont réunies.

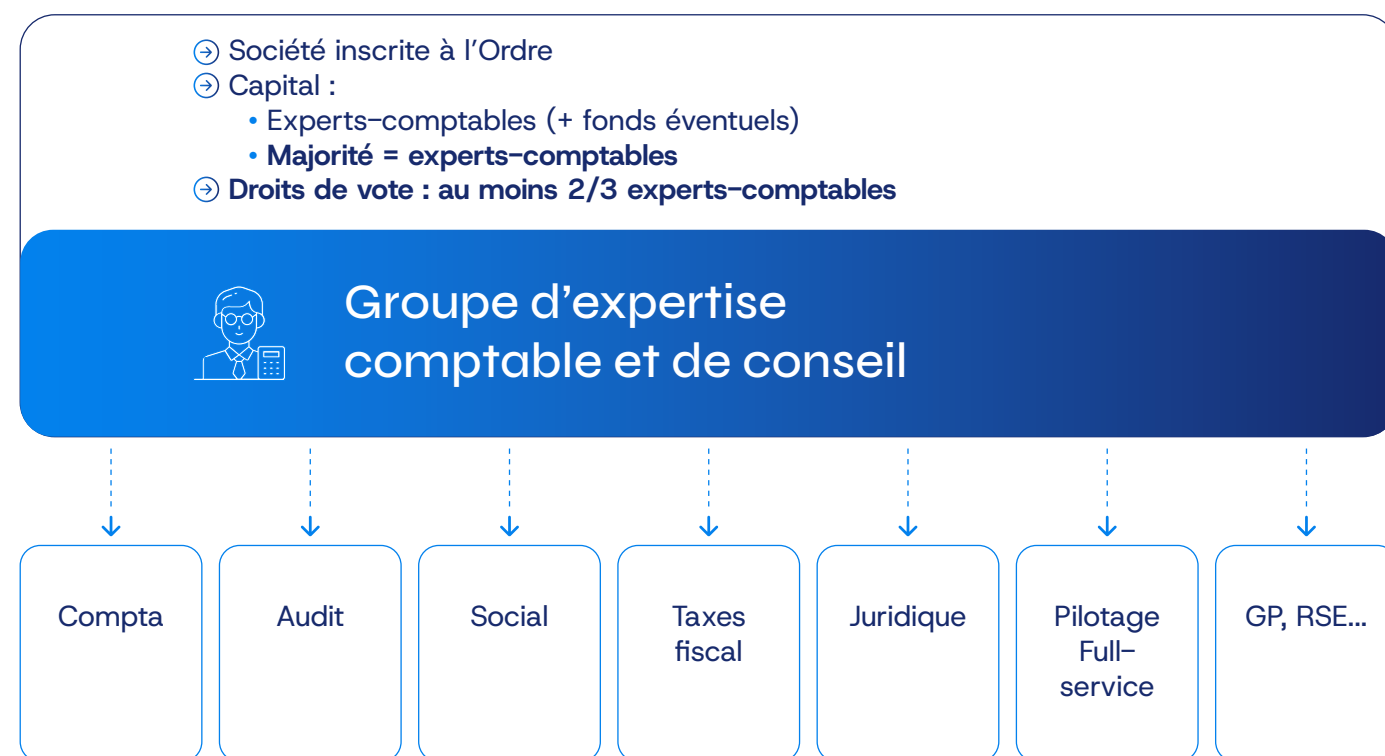
Pour autant, je pense qu'on ne peut ignorer à ce stade deux difficultés majeures dans les cabinets d'expertise comptable actuels. La première : **une activité de production en hypertrophie** qui les accapare encore au quotidien. La seconde : **une difficulté réelle dans la détection des besoins clients**, notamment due à une absence de CRM et de parcours clients dignes de ce nom.

Résultat : le conseil dans les cabinets est aujourd'hui réduit à ce que les clients demandent, et c'est un plafond de verre difficile à percer.

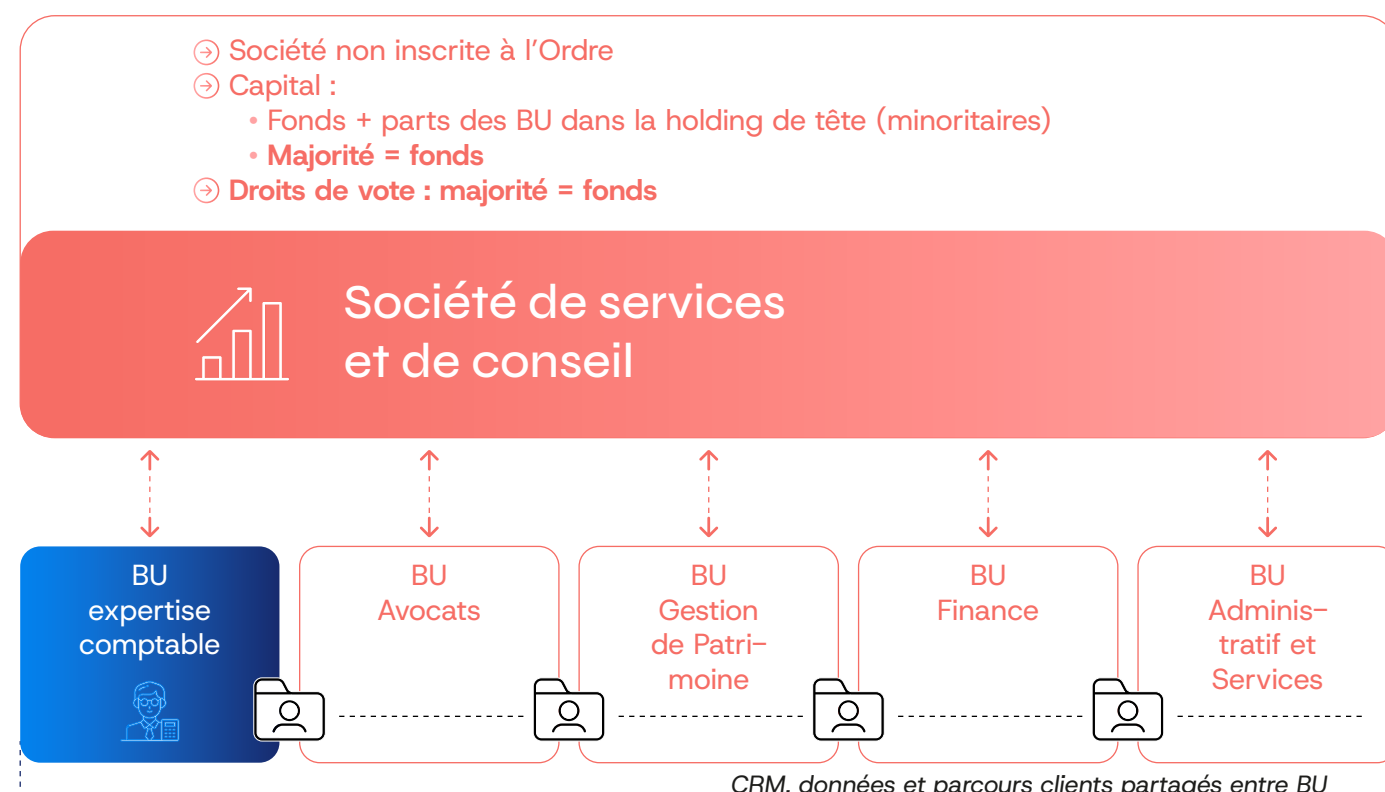
J'ose donc cette question : **le modèle de conversion actuel des cabinets est-il adapté au virage vers les missions de demain ?**

En effet, on partage souvent l'idée que les cabinets sont invités à se transformer EN sociétés de services. Dans l'état des limites actuelles que nous venons d'évoquer (production intense et détection difficile), le schéma ne sera-t-il pas plutôt que les cabinets soient intégrés DANS des sociétés de service ?

Un schéma valant souvent mieux que 1000 mots, je propose celui-ci pour résumer cette idée :



→ POUVOIR CONCENTRÉ SUR LES EC



- Société inscrite à l'Ordre
- Capital :
 - Experts-comptables
 - Majorité : Experts-comptables
- Droits de vote : 100% Experts-Comptables

→ POUVOIR DES EC = LIMITÉ À LA BUSINESS UNIT EXPERTISE COMPTABLE

En haut : le cabinet d'expertise comptable devient un groupe d'expertise comptable et de conseil.

Inscrit à l'Ordre, il développe les missions de demain en interne : gestion de patrimoine, full-service administratif, pilotage de trésorerie ... Le groupe recourt éventuellement à des fonds d'investissement pour financer sa croissance mais ces derniers restent minoritaires dans la gouvernance. Le pouvoir reste bien concentré aux mains des experts-comptables.

Mais il y a une limite à ce schéma : la charge structurelle pèse encore sur les experts-comptables qui peinent à dégager du temps pour développer le cabinet et ces nouvelles missions. Et la question de la détection des besoins clients n'est pas en soi résolue.

En bas : le cabinet d'expertise comptable est rattaché à une plateforme de services et de conseil qui entend le développer comme une business unit (BU) d'expertise comptable. Le cabinet profite des investissements (IA, logiciels,...), des infrastructures (Accueil, bâtiments,...) et surtout du flux de clients commun à l'ensemble des BU avec un CRM centralisé.

D'autres expertises (gestion de patrimoine, services administratifs, avocats ...) sont développées dans d'autres BU. La société de tête (non inscrite à l'Ordre) est largement financiarisée, avec des fonds majoritaires au capital et en droit de vote.

Dans ce modèle, **le pouvoir des experts-comptables est limité au périmètre de leur BU** qui elle, est inscrite à l'Ordre. Les données clients, système d'informations et parcours clients sont par essence transverses aux différentes BU. La détection des besoins clients est ainsi facilitée. Et surtout : la data ne reste plus l'apanage du cabinet, mais elle devient un actif stratégique piloté au niveau de la société de tête.

Ce second schéma est celui que connaissent aujourd'hui les **cliniques privées**, et il est intéressant de poursuivre cette analogie :

Lorsqu'un patient se présente dans une clinique, ce n'est pas lui qui demande une radio, puis une IRM, puis une consultation avec un spécialiste ... Ses connaissances réduites l'en empêchent ! Ces étapes lui sont prescrites par la clinique elle-même dans un parcours de soins adapté à son profil. La clinique a une vision centralisée de ses données et met en place une gestion transverse de son dossier. L'expertise des médecins de chaque département (radiologue, chirurgien, kiné ...) est entièrement valorisée et

“ Lorsqu'un patient se présente dans une clinique, ce n'est pas lui qui demande une radio, puis une IRM, puis une consultation avec un spécialiste ... ”

ces derniers sont déchargés des contraintes administratives, de développement, de relation clients ou même de management.

Une telle organisation nécessite donc des moyens technologiques, organisationnels, et financiers très conséquents pour fonctionner parfaitement. Mais le business y est dynamique et lucratif, raison pour laquelle les fonds investissent massivement dans ce type de structures.

Maintenant, posons-nous à nouveau la question : ce schéma est-il transposable au monde de l'expertise comptable ? L'option n'est pas à exclure.

Les missions de demain ont entièrement leur place dans les débats qui animent la profession. Mais la question du modèle de conversion reste ouverte. Et c'est peut-être la plus structurante à résoudre.

Conclusion



Ce baromètre Missions de demain Laplace & CEG dépeint distinctement le portrait d'une profession convaincue de la pertinence de ces nouvelles missions pour l'évolution de son modèle.

Nous y avons analysé 7 missions en particulier : gestion de patrimoine, RSE, full service administratif, pilotage de trésorerie, services financiers, GRH et cybersécurité.

Et sur l'ensemble, la **conviction** sur leur place future dans la profession est élevée, relativement homogène, et partagée par toutes les tailles de cabinets (qu'ils soient en réseaux/groupement ou non), et toutes les générations.

Mais l'**avancement**, lui, varie.

Pourquoi ? En raison d'un manque d'outils, de formation, de cadres méthodologiques pour sauter le pas et passer de l'intention à la pratique. 70% des cabinets réclament des kits opérationnels. 61% ont besoin de formations ciblées.

Les cabinets n'attendent plus d'être persuadés (ils le sont !) mais qu'on les aide à passer le cap. C'est ce rôle que le CEG entend jouer. Anticiper les transformations structurelles de la profession, produire des ressources concrètes, connecter les cabinets pionniers à ceux qui démarrent, et construire les partenariats qui permettent de délivrer des missions à fort contenu technique sans tout maîtriser en interne.

Si vous voulez y contribuer : **le CEG vous est ouvert.**



contact@expert-en-gestion.fr

Plus d'infos :



<https://www.experts-en-gestion.fr/>



LinkedIn



