

« La communication et l'attractivité sont les piliers fondamentaux pour défendre et valoriser notre profession auprès des pouvoirs publics, de nos confrères et du grand public. »

ENTRETIEN AVEC **FRÉDÉRIC GIRONE**,
VICE-PRÉSIDENT EN CHARGE
DU SECTEUR « COMMUNICATION
ET ATTRACTIVITÉ »



PRÉSENTATION DU SECTEUR
« COMMUNICATION ET ATTRACTIVITÉ »

— **Durant cette mandature, vous allez porter deux thématiques que sont la communication et l'attractivité. Selon vous, pourquoi sont-elles majeures pour la profession ?**

Il est important de faire connaître les actions menées en permanence par la profession au profit de l'économie du pays et de lui donner la reconnaissance qu'elle mérite.

Les experts-comptables sont des acteurs essentiels, qui font preuve d'une réactivité, d'une adaptabilité de tous les instants. Ils analysent, mettent en œuvre les dispositifs législatifs et assurent un conseil permanent du chef d'entreprise dans sa vie professionnelle, comme sur le plan privé.

Notre profession souffre d'un déficit d'image auprès du grand public et des jeunes en particulier alors qu'elle est riche, diversifiée et sans cesse en évolution.

Nous devons davantage le faire savoir et expliquer ce que nous faisons. C'est une profession aux métiers et aux missions multiples, qui est essentielle au développement des entreprises.

Il est important de faire connaître les actions menées en permanence par la profession au profit de l'économie du pays et de lui donner la reconnaissance qu'elle mérite.

— **Quels sont les objectifs ainsi que les grands projets que vous prévoyez d'accomplir en 2021 ?**

Le secteur de la communication est un secteur à part entière avec ses propres actions, mais c'est aussi une fonction support des autres secteurs du Conseil national.

Nos projets vont donc tourner autour de 3 axes :

► Une communication à l'attention des organisations institutionnelles et du gouvernement avec des actions de lobbying, l'objectif étant d'être consulté en tant que partenaire privilégié des entreprises en amont des textes législatifs pour qu'ils soient davantage adaptés au terrain.



► Une communication à l'attention des confrères. Le Conseil national doit être utile à la profession et donc à ses membres. Cela se traduit, par exemple, par une nouvelle politique éditoriale de nos revues SIC et RFC, ainsi que par des newsletters hebdomadaires, et un enrichissement de l'information disponible sur le site internet.

Le SIC mag a fait peau neuve en 2021 pour être une revue s'adressant essentiellement aux confrères ; elle s'est réorganisée, avec une actualité de la profession, de l'information synthétique, davantage d'infographies et de sujets ayant trait à l'exercice professionnel.

La RFC évolue également. Cette revue payante se doit de rechercher l'excellence. Elle propose en 2021 une rubrique « Éclairage » sur des sujets techniques, un dossier abordant les différents aspects d'une thématique, et une rubrique « Réflexion » permettant de cogiter sur des sujets de différente nature.

► Enfin, une communication à l'attention du grand public afin de mieux faire connaître notre profession et la rendre davantage attractive. Cela concerne des prises de parole dans les médias traditionnels tels que la TV, la radio ou la presse écrite, mais aussi des campagnes de communication sur les réseaux sociaux.

— Comment pensez-vous associer les Conseils régionaux à vos projets pour qu'ils en soient les ambassadeurs et participent à la mise en œuvre de votre trajectoire ?

Il est désormais réservé dans le SIC mensuel un espace aux régions afin qu'elles fassent connaître à l'ensemble des professionnels du territoire les actions qu'elles mènent.

Ensuite, la Commission communication du Conseil national regroupe, outre les élus et permanents du secteur, les représentants des Conseils régionaux en charge de la communication. Cette commission se réunit plusieurs fois par an. Sont évoquées les actions au plan national mais aussi les actions régionales, ce qui permet de partager les initiatives mais aussi de bénéficier des retours d'expérience.

Enfin, les équipes du Conseil national sont présentes lors des assemblées générales des Conseils régionaux.

— Parmi les grands projets de votre secteur, Hubemploi.fr et plus largement la thématique de l'attractivité sont des sujets majeurs. Quels objectifs fixez-vous pour ce secteur ?

L'attractivité, en particulier la communication à l'attention des jeunes, est fondamentale. Aujourd'hui, sur tout le territoire, dans tous les cabinets, il y a des besoins en recrutement et un cruel déficit de candidats.

Le Conseil national doit impérativement remédier à cette situation avec l'appui des Conseils régionaux. Hubemploi doit devenir la première plateforme de recrutement des métiers de notre profession. Nous devons là aussi gagner notre indépendance. Sur le plan technique, le site a été amélioré. Il faut maintenant le faire savoir, et que les confrères s'approprient cette plateforme qui est leur plateforme. D'autres actions vont également être menées, notamment dans les écoles, auprès des acteurs de la formation en alternance. Des partenariats ont par ailleurs déjà été conclus notamment avec le gouvernement dans le cadre du dispositif « 1 jeune, 1 solution ». Cette partie est confiée au Comité attractivité.

► Aujourd'hui, sur tout le territoire, dans tous les cabinets, il y a des besoins en recrutement et un cruel déficit de candidats.

Le Conseil national doit impérativement remédier à cette situation avec l'appui des Conseils régionaux.

La communication et l'attractivité sont les piliers fondamentaux pour défendre et valoriser notre profession auprès des pouvoirs publics, de nos confrères et du grand public. Auprès de nos confrères, pour leur être utile, auprès des pouvoirs publics, pour être entendu en qualité de partenaire privilégié des entreprises, et enfin auprès du grand-public pour faire connaître et valoriser notre profession et ses métiers, trop longtemps dévalués. Aussi, au cours de cette mandature, nous nous attacherons à mener les actions nécessaires pour assurer la transformation de l'image de notre profession et son attractivité auprès de ses publics cibles.

► Au cours de cette mandature, nous nous attacherons à mener les actions nécessaires pour assurer la transformation de l'image de notre profession et son attractivité auprès de ses publics cibles.



Composition du secteur

« Communication et attractivité »



Commission « Communication et Attractivité »

Frédéric Girone

La feuille de route de cette commission se décline en cinq objectifs :

- › Donner à la profession et aux experts-comptables la reconnaissance qu'ils méritent en travaillant sur le faire savoir.
- › Assurer des actions de lobbying auprès de l'environnement de la profession et de ses partenaires pour renforcer ses prérogatives.
- › Servir et être utile aux membres de l'Ordre, faciliter leur exercice professionnel, les aider à s'adapter aux évolutions législatives et technologiques pour qu'ils se les approprient.
- › Revaloriser l'image de la profession auprès du grand public et dans les médias pour faire de l'expert-comptable un interlocuteur incontournable du dialogue économique et rendre le métier davantage attractif.
- › Travailler sur la marque « expert-comptable », gage de qualité et de sécurité.



Comité « Attractivité »

Charles Basset

L'objectif majeur de ce Comité est d'attirer à la profession de nouveaux talents pour réduire la pénurie de collaborateurs en cabinets, via notamment quatre axes principaux :

- › L'alternance : en sensibilisant les experts-comptables pour augmenter le nombre d'alternants en cabinets.
- › L'orientation : en valorisant auprès des jeunes (cibles prioritaires : lycéens et BAC +2) la diversité des métiers exercés en cabinets pour augmenter le nombre d'étudiants en filière comptable et les inciter à rejoindre nos cabinets.
- › La réorientation : en favorisant la reconversion scolaire et professionnelle vers la filière et les métiers de l'expertise comptable.
- › La fidélisation : en proposant aux professionnels des outils de management interne (qualité de vie au travail) pour réduire le turn-over en cabinet.