

THÈME 3

ATTRACTIVITÉ ET MARKETING DE LA PROFESSION

CONTEXTE

Les débats autour de la loi PACTE, ont ébranlé l'image de la profession. Celle-ci est en effet apparue comme affaiblie, et souffrant d'un manque de clarté dans sa perception par l'environnement économique.

Depuis plusieurs années déjà, la profession peine à attirer suffisamment de jeunes talents et à valoriser l'expertise dont elle fait preuve dans l'exercice de ses missions.

Le rebond qu'engage actuellement la profession autour des nouvelles offres

doit impérativement s'appuyer sur le développement de compétences commerciales permettant notamment d'asseoir une nouvelle image de marque.

Celle-ci devra permettre de véhiculer la nouvelle proposition de valeur de la profession tout en s'appuyant sur son socle de valeurs déontologiques propres.

Cette nouvelle image de marque doit être vue comme un des piliers de la stratégie d'attractivité de la profession.

ÉLÉMENTS DE DISCUSSION

- Comment la profession peut-elle clarifier son identité et valoriser sa proposition de valeur vis-à-vis des acteurs économiques ?
- La profession doit-elle adopter une approche davantage marketing, au travers d'une marque incarnant sa nouvelle proposition de valeur auprès des acteurs économiques ?
- Serait-il opportun de mettre en place un « Label CAC » afin d'asseoir le commissaire aux comptes dans son rôle d'acteur incontournable de la conformité ?
- Comment peut-on s'assurer que les professionnels aient les capacités effectives de s'engager dans cette phase de rebond et de porter la marque « Commissaire aux Comptes » ?
- Faut-il que la profession change de posture et adopte une démarche de vente et de gestion de relation clientèle ?
- Quels leviers devraient être actionnés afin de rendre la profession plus attractive ?