

Communiqué de presse

Profession du chiffre et réseaux sociaux : deux poids, deux mesures ?

Enderby publie la 1^{ère} étude décryptant l'activité de la profession
du chiffre sur les réseaux sociaux en France

- 33 % des cabinets analysés gèrent un compte Twitter, 45 % d'entre eux ont un profil sur LinkedIn.
- L'origine géographique du cabinet a un impact significatif avec des réseaux nationaux précurseurs.
- 10 % des dirigeants de ces cabinets sont présents sur Twitter et 46 % sur LinkedIn.
- 36 % des Ordres des Experts-Comptables sont présents sur Twitter, 8 % sur LinkedIn.
- Seules 12% des Compagnies des Commissaires aux Comptes sont sur Twitter et 3% sur LinkedIn.

Paris, le 17 février 2015 - Enderby, cabinet indépendant de conseil en stratégies de communication et relations publics, spécialisé dans les métiers de conseil aux directions générales (secteurs finance, audit, conseil et juridique), publie les résultats de son étude *Profession du chiffre et réseaux sociaux en France*.

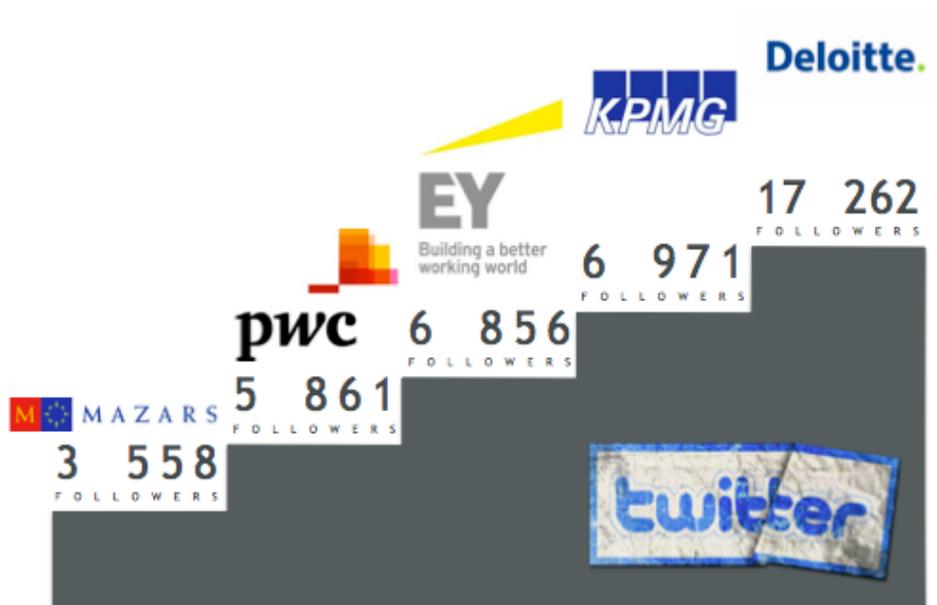
Ceux-ci font apparaître que, dans leur grande majorité, les professionnels du chiffre (auditeurs, commissaires aux comptes, experts comptables et leurs organes représentatifs) n'ont pas encore mis en place de stratégie digitale, étant aujourd'hui encore **peu présents sur LinkedIn et encore moins sur Twitter**. Alors même que les réseaux sociaux constituent un levier de développement commercial et de visibilité indispensable, ils n'ont que partiellement pris le virage du numérique. En revanche, lorsque la démarche d'y être présent est effective, ils tâchent de mettre à profit cette visibilité.

Une présence des cabinets encore limitée

- Si 33 % d'entre eux disposent d'un compte sur Twitter et 45 % ont un profil sur LinkedIn, **un peu plus de la moitié (54,5 %)** s'en prévalent en faisant figurer des liens dédiés et visibles sur leur site Web ;
- Lorsqu'ils disposent de comptes officiels, ils les utilisent régulièrement : **70 %** « tweetent » au moins une fois par semaine, en moyenne. En revanche, près de la moitié d'entre eux (**49 %**) a verrouillé son profil LinkedIn.

En France, les cinq plus grands réseaux se distinguent du reste de la profession, notamment par un nombre élevé de « followers » sur Twitter :

Données en date du 17 février 2015, comptes Twitter « France »



Deux grandes tendances se dégagent : les cabinets d'audit et d'expertise-comptable ont une utilisation limitée des réseaux sociaux, mais lorsqu'ils y sont, ils les utilisent pleinement.

Des réseaux nationaux précurseurs

Alors qu'un peu moins de la moitié (41 %) des cabinets de l'échantillon opèrent à l'échelle nationale, ils représentent la plus grande part d'activité sur les réseaux sociaux :

- 57,5 % des cabinets actifs sur Twitter sont présents partout en France ;
- ils représentent 62,2 % des cabinets actifs sur LinkedIn.

Bien que n'étant pas un facteur exclusif, les cabinets présents sur l'ensemble du territoire français et s'appuyant sur un réseau dense se sont posés relativement tôt la question de la présence sur les réseaux sociaux.

« En France, de nombreux professionnels du chiffre n'ont pas encore adopté les réseaux sociaux comme vecteur incontournable de leur communication institutionnelle, explique Delphine Jouenne, Associée-cofondatrice d'Enderby. Nous constatons néanmoins une véritable dichotomie entre les différents acteurs de la profession, dont les critères de distinction sont notamment la taille du réseau et la couverture géographique. »

Des dirigeants plus actifs sur LinkedIn que sur Twitter

Quant aux comportements des dirigeants des cabinets passés au crible, ils sont cohérents avec l'action de leur structure. Les dirigeants délaissent très largement Twitter et se tournent plus volontiers vers LinkedIn, dans une proportion quasi identique :

- seuls **10 %** des dirigeants disposent d'un compte actif sur Twitter ;
- ils sont toutefois **46 %** à avoir activé un profil sur LinkedIn.

Or, chaque chef d'entreprise, qu'il soit auditeur ou expert-comptable, est tout autant un expert du chiffre qu'un témoin des tendances économiques et sectorielles comme des problématiques des entreprises de toute taille. A ce titre, il peut et doit prendre la parole, en utilisant Twitter comme une caisse de résonance au service de la renommée de son cabinet et de son savoir-faire.

Des organes représentatifs encore trop en retrait

Les 24 **Ordre des Experts-Comptables régionaux (OEC)** ainsi que le Conseil Supérieur de l'Ordre se positionnent, dans leur majorité, plutôt en retrait sur les réseaux sociaux :

- **36 %** des organes représentatifs disposent d'un compte sur Twitter ;
- ils sont **8 %** à être présentes sur LinkedIn.

En outre, les Ordres ayant fait le choix d'une visibilité sur les réseaux sociaux œuvrent majoritairement jusqu'au bout de cette logique : ils sont près de **78 %** à utiliser Twitter de façon fréquente, à l'instar de l'Ordre de la région Paris-Ile-de-France.

Quant aux **Compagnies des Commissaires aux Comptes** (Compagnies régionales et Nationale), elles sont encore moins présentes que les Ordres sur les réseaux sociaux :

- **12 %** d'entre elles sont présentes sur Twitter ;
- seulement **3 %** sont présentes sur LinkedIn.

A l'instar des Ordres, les Compagnies des Commissaires aux Comptes présentes sur les réseaux sociaux sont majoritairement actives, notamment sur Twitter (**75 %**).

Face aux débats concernant les sujets sensibles de l'interprofessionnalité, des mandats non audit et des appels d'offre, il est essentiel d'occuper le terrain d'influence qu'offrent les réseaux sociaux. « *Tout porte à croire qu'un mouvement est en marche et que la profession a déjà pleinement conscience de la nécessité de mettre en place des stratégies digitales. En effet, nous pouvons constater que la profession du chiffre s'est souvent réformée et modernisée avant même l'intervention du législateur, bien souvent à l'initiative de ses organes représentatifs ou encore sous l'influence des grands cabinets internationaux aguerris aux méthodes marketing, toujours dans le souci d'être au plus proche des problématiques de leurs clients comme de leurs comportements d'achats de prestations* », conclut **Delphine Jouenne**.

Menée entre les mois de décembre 2014 et février 2015, l'étude **Profession du chiffre et réseaux sociaux en France** d'Enderby décrypte la présence des cabinets d'audit et d'expertise comptable, de leurs organes représentatifs et de leurs dirigeants sur les réseaux sociaux Twitter et LinkedIn (Facebook n'ayant pas été analysé car occasionnellement utilisé pour des sujets de recrutement et de communication interne).

Ses résultats s'appuient sur un échantillon tiré du classement des 100 premiers cabinets de la revue *La Profession Comptable*, ainsi que sur l'ensemble des organes représentatifs de la profession à l'échelle locale et nationale. Etude complète disponible, sur demande auprès d'Enderby.

A propos d'Enderby

Fondé par Delphine Jouenne et Cyril Chassaing, Enderby est un cabinet indépendant de conseil en stratégies de communication et relations publics spécialisé dans les métiers de conseil aux directions générales en France et à l'international (secteurs audit, conseil, finance et juridique). Le cabinet regroupe aujourd'hui 9 professionnels, dont 2 associés et 2 directeurs conseil.

Enderby est membre fondateur d'EuroPR, réseau indépendant européen des professionnels du marketing et de la communication pour les métiers de conseil.

enderby.eu
[@enderbyPR](https://www.instagram.com/enderbyPR)
euro-pr.com