

simultanément partout dans le monde. Or Baker Tilly International regroupe, en tout, 26 000 associés et collaborateurs. Et le chiffre d'affaires de PwC se monte à 24 milliards de dollars, alors que le nôtre est de 2,6 milliards, soit 10 %. Mais très clairement, la concentration des Big Four offre de nouvelles opportunités pour les réseaux alternatifs comme Baker Tilly International. »

- **Une tendance forte : les entreprises veulent une offre alternative aux Big Four**

Avec le régime des incompatibilités (un cabinet ne peut plus offrir à un même client des prestations d'audit légal et de conseil), les entreprises font souvent le choix de la signature d'un grand cabinet pour leur audit légal, mais ont progressivement appris à utiliser d'autres cabinets pour des missions de conseils ou d'audits ad-hoc. Si l'on se souvient qu'en France, une particularité unique est que les entreprises faisant appel public à l'épargne ont l'obligation d'avoir deux commissaires aux comptes, il ne leur reste plus que deux autres Big Four pour l'ensemble de leurs autres besoins, sans compter les contraintes liées aux incompatibilités et au délai de viduité.

Pour Pascal Ferron, vice-président chargé de l'international : « **Le marché, aujourd'hui, veut davantage de choix.** Les entreprises ne veulent plus se limiter aux Big Four. Très clairement, nous sommes de plus en plus sollicités pour des missions autres que l'audit légal, et nous les obtenons de plus en plus souvent. Il y a un fantastique marché pour nous, pour toutes les missions de conseil au sens large : due diligences, conseils stratégiques, expertises financières indépendantes, accompagnements ponctuels, gestion de problématiques fiscales, réalisation d'états réglementaires, conseils en gestion et optimisation de processus, etc. Nous avons également une forte valeur ajoutée pour les entreprises étrangères qui veulent s'implanter en France et pour les entreprises françaises qui veulent s'implanter à l'étranger, notamment par le pragmatisme qui caractérise notre approche des problèmes et grâce à notre réseau international. »

Intellectuellement, ces missions de conseil sont très valorisantes pour les collaborateurs, et en plus elles sont rentables.

- **Pour être crédibles : qualité, stratégie, international...**

Mais pour réussir à obtenir cette confiance du *middle market*, cela suppose une exigence absolue. Baker Tilly International est un réseau jeune, créé il y a seulement 20 ans, qui s'est hissé très rapidement parmi les réseaux « qui comptent » aujourd'hui. Comment ? Selon Geoff Barnes : « Depuis la création du réseau, nous développons trois valeurs fortes : qualité, intégrité, indépendance d'esprit. A partir de là, la croissance se fait naturellement. Nous exigeons de tous les cabinets membres qu'ils aient une stratégie, une vision, une grande qualité de services, et une activité internationale. Le monde est de plus en plus petit, l'internationalisation de nos cabinets est une réalité incontournable. Les critères d'adhésion sont très stricts, nous n'hésitons pas à demander à un cabinet de quitter le réseau s'il ne les respecte pas. Cela s'est déjà produit. Cette politique d'exigence, nous y tenons et nous la renforçons sans cesse, car c'est grâce à elle que nous consolidons notre croissance. Durant les 7 dernières années nous avons demandé à 11 cabinets de quitter le réseau... »

- **... et une politique de marque très forte**

Baker Tilly International fonde sa notoriété avant tout sur la qualité de services aux clients. Mais pour se positionner comme l'une des meilleures alternatives aux Big Four, le réseau développe également une politique de marque. Celle-ci a été beaucoup renforcée en France depuis un an, avec notamment une campagne radio et une campagne presse. Selon Pascal Ferron : « Nos clients et le marché y sont sensibles. Il y a cinq ans, nous devons expliquer longuement à nos clients au début d'un entretien qui nous étions, aujourd'hui, ils nous connaissent. Nous avons fait un formidable bond en avant en termes de notoriété. »

Pour pouvoir développer cette politique de marque, Baker Tilly International s'est positionné clairement comme un réseau, et ses membres ont dû abandonner leurs mandats de commissariat aux comptes lorsque ceux-ci étaient en incompatibilité avec des missions d'expertise comptable ou de conseil. Toutefois en France, cela ne concernait qu'une quarantaine de mandats...

- **Un moyen d'attirer les jeunes dans la profession**

En France comme aux Etats-Unis, la profession comptable et d'audit doit faire face à un problème de recrutement de jeunes à fort potentiel. Aux Etats-Unis, la tendance semble s'inverser, les étudiants étant de plus en plus nombreux à choisir cette filière dans les universités. En France, la politique qualité et marque du réseau est primordiale pour attirer les meilleurs dans des structures à taille humaine. Selon Geoff Barnes : « *Nous encourageons fortement les échanges de collaborateurs entre les cabinets de pays différents, c'est très enrichissant, et c'est clairement un moyen de fidéliser nos meilleurs éléments.* »

Cette conférence a également été l'occasion pour Geoff Barnes et Pascal Ferron d'insister sur les évolutions importantes et positives de la profession d'auditeur dans le monde.

- **6 ans après Enron, la profession, après une profonde crise de confiance, s'est considérablement renforcée.**

Les scandales d'Enron, de Worldcom et de Parmalat ont provoqué un véritable séisme au sein de la profession comptable. Le public, les actionnaires et les marchés avaient perdu toute confiance dans les experts-comptables et les commissaires aux comptes. La loi Sarbanes-Oxley aux Etats-Unis, relayée par d'autres lois plus ou moins similaires dans les autres pays, ont été à l'origine de deux changements majeurs pour la profession comptable :

- la profession est passée de l'auto-régulation à une régulation par des experts extérieurs à la profession. Les contrôles qualité s'en sont trouvés encore renforcés.
- Les règles d'incompatibilités entre les missions d'audit légal d'une part, les missions d'expertise comptable et de conseil d'autre part sont de plus en plus intransigeantes.

Aujourd'hui, en 2007, en France et ailleurs dans le monde, que constatons-nous ?

Selon Geoff Barnes : « *La profession comptable, non seulement s'est consolidée en interne, puisqu'elle a dû faire face aux nouvelles exigences de formation, de qualité, d'indépendance, mais elle a également retrouvé ses lettres de noblesse auprès du public, des actionnaires et des marchés.* » Cela est passé par une importante campagne d'explication de ses métiers, et notamment de celui d'auditeur. Le commissaire aux comptes n'est pas responsable de la production des comptes (celle-ci reste de la responsabilité des dirigeants), mais il s'assure, avec des techniques d'audit éprouvées, notamment des contrôles par sondage, que ces comptes reflètent la « true and fair view » nécessaire à leur lecture par les actionnaires et les tiers. En revanche il n'aura pas forcément les moyens (notamment compte tenu du temps qui lui est imparti pour sa mission) de détecter une fraude avec un montage complexe, dissimulée par un chef d'entreprise malhonnête. Il n'est pas inutile de préciser qu'en France les commissaires aux comptes doivent exiger une déclaration écrite de la part de leur client dans laquelle ils déclarent n'avoir rien dissimulé... Une fraude délibérée reste en conséquence, et c'est normal, de la responsabilité de l'entreprise.

- **Le marché de l'audit se porte bien**

Partout dans le monde, les honoraires liés aux missions d'audit ont augmenté. Les entreprises et les marchés ont pris conscience de l'importance et de l'utilité de l'intervention des auditeurs. En France, même si certaines entreprises ont toujours tendance à « trouver chers » les honoraires des commissaires aux comptes, les grandes PME et les sociétés cotées en ont compris l'enjeu. Et les commissaires aux comptes de leur côté, soumis à une forte pression des marchés d'une part, à la réglementation d'autre part, ont à cœur de mettre scrupuleusement en œuvre toutes les diligences qui leur incombent.

Baker Tilly International profite aussi de cette tendance. L'exigence vis-à-vis des auditeurs suppose une politique de formation très suivie, des pratiques d'audit éprouvées : autant d'atouts que ce réseau a su développer continuellement depuis sa création.

Contacts presse :

■ Cordiane : Nicole Coiffard ou Laëtitia Vitali

Tél : 01 39 62 33 42 lvitali@cordiane.com

■ Baker Tilly France : Olivia Stamboul – olivia.stamboul@btgfa.com

Baker Tilly France en quelques chiffres :

- un réseau de 35 cabinets indépendants implanté dans la France entière, départements d'Outre-Mer et certains pays d'Afrique francophones
- date de création : 1974
- placé au 4^{ème} rang national des réseaux de cabinets indépendants
- 143 associés et plus de 1000 collaborateurs
- un siège permanent basé à Paris
- chiffre d'affaires : 80 millions d'euros (2006)

Baker Tilly France est membre de Baker Tilly International :

- un réseau de 126 cabinets implanté dans 93 pays
- date de création : 1989
- placé au 8^{ème} rang des réseaux au niveau mondial
- 26 000 associés et collaborateurs
- un siège basé à Londres avec une équipe de permanents
- chiffre d'affaires : 2,6 milliards de dollars US (2006/07)