



Campagne de communication

Les experts-comptables « envoient du lourd » !

Seuls 17 % des Français se disent prêts à recommander la filière comptable à leurs proches. Face au déficit d'attractivité des métiers en cabinet, le Conseil national a décidé de lancer à l'occasion du 77^e Congrès de l'Ordre une campagne de communication disruptive.



Au début des années 2010, les comptables professionnels agréés (CPA) du Québec étaient eux aussi confrontés à un déficit d'image. Mais, grâce à des campagnes successives misant sur l'autodérision et jouant sur les clichés associés à la profession, l'Ordre des CPA est parvenu à inverser la tendance avec un taux de recommandation qui atteint aujourd'hui les 80 %. Des résultats impressionnants qui ont convaincu le Conseil national de confier à une agence québécoise leur propre campagne de notoriété.

VALORISER LE MÉTIER AUPRÈS DU GRAND PUBLIC ET DES JEUNES

La campagne dévoilée par le Conseil national de l'Ordre fin septembre vise un double objectif : valoriser le rôle des experts-comptables auprès des chefs d'entreprise, mais aussi donner au grand public et aux jeunes l'image d'une profession aspirationnelle, moderne et vigoureuse.

La campagne s'appuie sur trois films publicitaires qui tous mettent en relief la proximité des experts-comptables avec le monde de

l'entreprise quelle que soit sa nature (exploitation agricole, usine, start-up), l'accompagnement étroit prodigué aux dirigeants, ainsi que la dimension stratégique et pluridisciplinaire du métier. Ces spots soulignent la diversité des missions que les professionnels du chiffre et du conseil accomplissent au-delà de la comptabilité (aide à la création d'entreprise, business développement, recherche de financement...) et leur contribution globale à la bonne marche de l'économie réelle.



LA PAROLE DONNÉE AUX CLIENTS

Qui mieux en effet que des entrepreneurs pour parler de leur premier partenaire ? Pour convaincre le grand public et leurs pairs de la valeur ajoutée et de l'agilité de ces experts polymorphes ?

Voilà pourquoi les spots publicitaires mettent scène des dirigeants de TPE-PME, donnent la parole à des clients épaulés quotidiennement par leur expert-comptable sur les sujets les plus variés, qui dans l'agriculture, qui au sein d'une start-up, qui dans l'industrie du vélo.

Dans ces trois films, des hommes et femmes de terrain attestent de manière concrète, dans un langage familier, de la contribution solide, efficace de leur expert-comptable au succès de leur entreprise.

ORALITÉ, VÉRITÉ ET EFFET DE SURPRISE

L'originalité de la campagne réside précisément dans cette approche créative qui s'articule autour de :



- > un discours parlé, qui donne un caractère sincère et spontané au témoignage ;
- > un ton vrai, qui place les experts-comptables et les entrepreneurs côte à côte ;
- > une signature surprenante : le décalage volontairement amplifié entre les expressions familières (« sauver les fesses », « mettre le feu », « envoyer du lourd ») concluant les témoignages des entrepreneurs et leur reprise en signature crée un effet de surprise.

Le tout combiné à une facture visuelle riche et élégante qui donne de l'éclat à la profession.



UN DÉPLOIEMENT TV ET RÉSEAUX SOCIAUX

Pour toucher les publics cibles, un déploiement média en deux temps a été choisi. La campagne repose ainsi sur :

- > un dispositif TV classique et segmenté, séquencé en deux périodes clés de diffusion : l'automne 2022 et l'hiver 2023
- > relayé par un dispositif digital continu entre octobre 2022 et janvier 2023 : diffusion des spots en replay sur les sites web des chaînes TV, campagnes sur les réseaux sociaux Facebook et Instagram.



UNE EMPHASE SUR LES JEUNES

Un dispositif supplémentaire est également mis en place sur les réseaux sociaux à destination des étudiants avec deux démarches pour les atteindre (diffusion sur la plateforme YouTube de films publicitaires démontrant le dynamisme et la richesse des métiers de l'expertise comptable, publications ciblées sur les plateformes Facebook et Instagram au format carrousel montrant la multiplicité des défis

et des opportunités des métiers en cabinet) et une redirection systématique vers le site web de l'Ordre, où sont présentées en détail les caractéristiques clés d'une carrière en expertise comptable. L'objectif ? Susciter des vocations parmi les jeunes en quête d'autonomie et d'un emploi diversifié à forte valeur ajoutée, qui veulent « sauver des fesses », « envoyer du lourd », « mettre le feu », « décoiffer », en un mot, faire « de la comptabilité, et pas que ».



Tous les éléments de la nouvelle campagne de communication de l'Ordre sont à retrouver sur www.experts-comptables.fr (parties publique et privée).