

REPUBLIQUE DU SENEGAL



UN PEUPLE UN BUT UNE FOI

**MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT TECHNIQUE
ET DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE**

INSTITUT MERCURE
MEMBRE DU GROUPE SUP DE CO DAKAR



Rue 3 prolongée x Boulevard de l'Est- Point E -
BP : 21354 Dakar – Sénégal - Tel : 33 859 95
95 Fax: +221 33 823 25 04



7, Ave Faidherbe Dakar-Sénégal

Tél : 338496919 Fax : 338215074

Mission d'entreprise pour l'obtention

OPTION : FINANCES

THEME :

LE ROLE DE L'EXPERT-COMPTABLE : CAS DU GROUPE AUCHAN

Présenté par :

Ismael MAHAMOUD MOHAMED

Sous la direction de :

M. Fanny Adjassa

Enseignant chercheur

Année académique :

2019-2020

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION.....	1
PRESENTATION DE L'ENTREPRISE	2
1.1 QUI SOMMES-NOUS ?	2
1.2 HISTORIQUE	2
1.2.1 Organisation de l'entreprise	3
1.2.2 Organigramme du Groupe AUCHAN.....	4
1.2.3 Le conseil d'administration du Groupe Auchan Retail	5
1.3 MISSIONS ET BUT.....	5
1.4 OBJECTIFS ET CHAMPS STRATEGIQUES.....	5
1.4.1 OBJECTIFS STRATEGIQUES.....	5
1.4.2 CHAMPS STRATEGIQUES.....	6
1.5 ACTIVITE.....	6
1.6 CONCCURENCE	8
1.7 MATRICE SWOT.....	9
1.7.1 Forces et faiblesses.....	9
1.7.2 _ Menaces et Opportunités (selon les forces de Porter)	9
PRESENTATION DU METIERE EXPERT COMPTABLE.....	13
2.1 Les missions du l'expert-comptable	13
2.1.1 Les missions principales.....	13
2.1.2 Les missions secondaires	14
2.2 Les compétences /qualités nécessaires pour devenir l'expert-comptable	15
2.3 Les formations à suivre pour devenir l'expert-comptable.....	15
2.4 Les débouchés du métier et ses évolutions professionnelles.	15
2.5 Inconvénients du métier.....	17
3 BILAN ET PERSPECTIVES.....	17
3.1 BILAN	17
3.2 PERSPECTIVES	18
4 Conclusion.....	19

INTRODUCTION

Tout d'abord une organisation d'entreprise est influencée par la conception du management et par ses choix stratégiques. L'introduction des nouvelles générations technologiques de l'information dans tout environnement fait ravage et crée des concurrences dans le monde entier.

Aujourd'hui dans de nombreux secteurs environnementaux, ce fait concurrentiel et l'évolution des nouvelles technologies pose un certain besoin d'anticipation, facilite toutes les tâches et aides et/ou détruit de plus en plus l'environnement.

Beaucoup ne fonde pas leur différenciation sur la technologie d'innovation de procédée, d'organisation innovation marketing et commerciale et aussi à la demande réseaux sociaux.

En ce moment l'évolution a facilité des tâches d'entreprise de commercialisation et de vente rapide de produit ou service existant en ligne, tout en renouvelant rapidement des nouvelles gammes ou publicité d'entreprise.

La transformation numérique a considérablement changé les méthodes de commercialisation et est devenue très à la mode ces dernières années, elle illustre en réalité un phénomène en cours depuis une vingtaine d'années ; en fait depuis que l'e-mail a supplanté le fax et la lettre en tant que moyen de communication privilégié....

C'est ainsi que nous avons eu la chance de mener nos travaux et nos recherches, sur l'une des plus grandes entreprises de distribution alimentaires et de commercialisation au monde dont nous avons à faire notre mission d'entreprise qui porte pour thème « LE ROLE DE L'EXPERT-COMPTABLE ». A travers cette recherche, nous allons dans un premier volet faire la présentation de l'entreprise, puis dans un second volet vous présenter le métier d'expert-comptable.

PRESENTATION DE L'ENTREPRISE

1.1 QUI SOMMES-NOUS ?

- Un commerçant nouvelle génération
- Notre raison d'être : vouloir changer la vie de 8 milliards d'habitants d'ici à 2025
- Notre métier : être des commerçants nouvelles générations

1.2 HISTORIQUE

Créée par Gérard Mulliez en 1961, Auchan est une société faisant partie du secteur de la grande distribution et ouvre le premier magasin Auchan dans une usine désaffectée de l'entreprise Phildar après avoir rencontré les fondateurs des magasins Carrefour et Leclerc², le 6 juillet 1961³ fondée par son père, prénommé lui aussi Gérard. D'une superficie de 600 m², le magasin devait s'appeler « Ochan », mais le choix de la lettre « A » initiale était souhaité par les fondateurs pour apparaître en première place dans les annuaires et répertoires.

De l'ouverture à l'internalisation en 1981, Auchan crée la marque Alcampo, en Espagne ("al campo" est la traduction littérale espagnole de "au champ"). En 1983, elle crée la Banque Accord, filiale bancaire du groupe. En 1989, Auchan ouvre son premier hypermarché en Italie. et en 1996, Auchan acquiert le groupe Docks de France, présent en France avec les enseignes Mammouth et Atac, en Espagne avec l'enseigne Sabeco, au Portugal avec Pao de Açucar sous l'enseigne Jumbo. Jusqu'à cette date, Auchan disposait de la moyenne de superficie de magasins la plus élevée de France, mais avec l'achat en 1996 de Docks de France cette moyenne a fortement baissé. La même année, Auchan ouvre des hypermarchés au Luxembourg et en Pologne. En 1997, Auchan monte un partenariat avec le groupe italien La Rinascente.

En effet, elle se lance aussi dans le commerce en ligne dès 2000 avec le lancement du premier Auchan Drive. Cette activité est suivie dès 2001 de la création du cybermarché qui propose la livraison de courses à domicile en région parisienne, Lille, Lyon, Toulouse et Marseille.

En 2001, Auchan acquiert les hypermarchés taiwanais de RT Mart, tout en s'alliant au Groupe ONA au Maroc sous l'enseigne Marjane et ouvre les premiers supermarchés en Pologne qui est ensuite racheter par les magasins Billa, qui prendront le nom d'une nouvelle enseigne : Elea. La Banque Accord s'implante en Pologne et en Espagne. Enfin, le site Auchan direct est créé. Avec plus 337 800 employés dans 17 pays, Auchan compte 962 hypermarchés dont 144 en France.

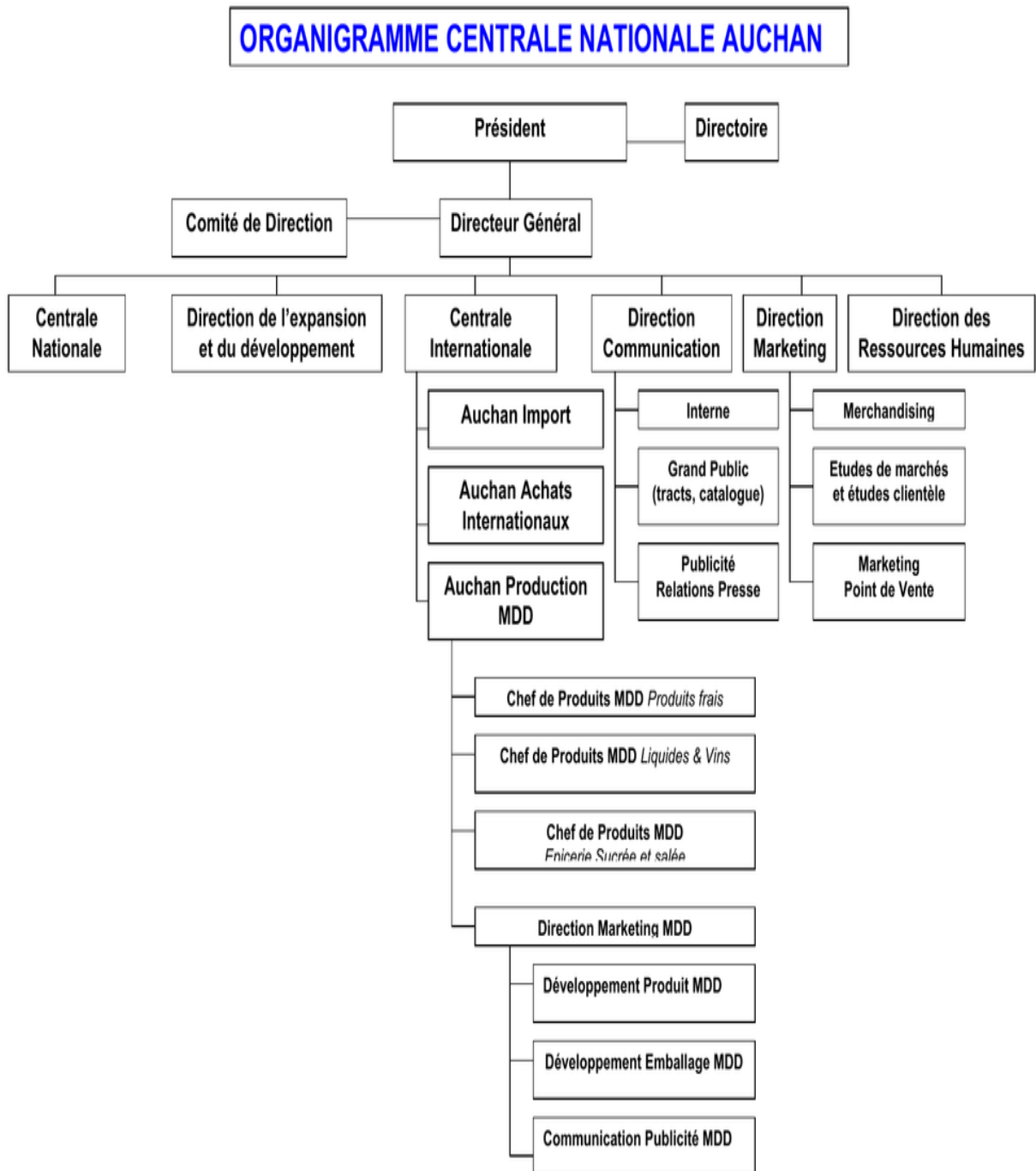
1.2.1 Organisation de l'entreprise

Le groupe Auchan a pour actionnaire principal l'Association Famille Mulliez avec près de 85 %, fondée et dirigée par la famille Mulliez. En 1977 Gérard Mulliez (créateur du groupe) décide d'ouvrir le capital du groupe aux salariés avec Le Fonds Commun de Placement (FCP) Valauchan qui se développe dans les autres pays avec Valauchan International en 1996, Valsuper en 1998 et Valsuper International en 2000. En 2007, 110 000 collaborateurs détiennent 13,5 % du capital de l'entreprise. Le groupe n'est pas coté en Bourse. Cette stratégie est voulue par Gérard Mulliez pour préserver le groupe de toute tentative de rachat.

Le groupe a une organisation transverse car divisée en activités :

- Grande distribution (Hypermarchés, Supermarchés, Commerce en ligne)
- Finance (Crédit, Epargne, Assurance)
- Immobilier (Promotion Immobilière, Commerciale)

1.2.2 Organigramme du Groupe AUCHAN



1.2.3 Le conseil d'administration du Groupe Auchan Retail

- M. Laurent Leclerc : Directeur Général Auchan Sénégal Retail.
- Mme. Assietou Dramé : Responsable de formation et de communication internet
- M. Ousmane Gakou : Chargé de recrutement chez Auchan
- Mme .Mayane Kalach : Directrice des Ressources Humaines
- M. Alassane Ndiaye : Responsable de rayon frais
- M. Florence Nicole Séne : Adjointe Manager Caisse
- M. Lionel Momiron : Directeur des Ventes
- Gerald Baliki : Responsable Approvisionnements Imports Des Produits Frais et Surgelées

1.3 MISSIONS ET BUT

D'un côté, la mission première du Groupe Auchan est de contribuer l'amélioration continue du pouvoir d'achat et la qualité de vie du plus grand nombre de clients tout en s'appuyant sur 3 valeurs : la confiance, le partage et le progrès.

Et de l'autre, dans un environnement où les clients sont de plus en plus exigeants mais également plus volatiles, elle se fixe pour but de chercher à mieux les connaître pour mieux les servir. L'offre est adaptée en fonction des besoins des clients avec un choix adapté de produits, des prix discounts, un dynamisme commercial et un travail permanent sur la qualité de service.

1.4 OBJECTIFS ET CHAMPS STRATEGIQUES

1.4.1 OBJECTIFS STRATEGIQUES

A l'échelle nationale, l'objectif est de faire face à la concurrence partout en France. Pour cela, Auchan vise à offrir au client des services diversifiés afin de satisfaire sa demande et ses besoins. Elle cherche à fidéliser les clients pour lutter contre ses concurrents

Au niveau international, le principal objectif du groupe est d'accélérer sa stratégie d'internationalisation pour rattraper ses concurrents. Dans ce cadre, Auchan se concentrera principalement vers les pays d'Europe Centrale et d'Asie du Sud-est.

1.4.2 CHAMPS STRATEGIQUES

Le groupe Auchan se concentre dans le secteur de la distribution et est présent dans 17 pays et régions, et s'organise sur 4 activités qui sont:

- ❖ Hypermarchés :
 - 12 pays et région (France, Espagne, Portugal, Italie, Luxembourg, Maroc, Chine, Taiwan, Russie, Pologne, Roumanie, Hongrie)
 - 413 hypermarchés 27,6 Mds€ de chiffre d'affaires
 - 78 % du chiffre d'affaires du Groupe dont 93 % en Europe (53 % en France)
 - 139000 collaborateurs
- ❖ Supermarchés :
 - 5 pays (France, Espagne, Italie, Russie, Pologne)
 - 708 supermarchés intégrés
 - 6,7 Mds€ de chiffre d'affaires dont 52 % à l'international
 - 19 % du chiffre d'affaires du Groupe
 - 27 700 collaborateurs
- ❖ Immobilier :
 - 11 pays (pas d'activité au Maroc)
 - 267 centres commerciaux gérés par Immochan
 - 1,2 millions de m² loués en galerie commerciale dont 60 % à l'international
 - 331M € de revenus dont 47 % à l'international
 - 300 collaborateurs
- ❖ Banque :
 - 9 pays (pas d'activité au Luxembourg, Taiwan et Maroc)
 - 4,8 millions de clients dont 2,6 millions en France
 - 6,8 Mds€ réglés avec les cartes Banque Accord
 - 57M€ de résultat d'exploitation
 - 1100 collaborateurs

1.5 ACTIVITE

Dans le but de continuer dans sa politique de croissance organique, le groupe Auchan a diversifié ses activités sur 4 métiers : Hypermarchés, Supermarchés, Immobilier et banques

Les domaines d'activités stratégiques du groupe Auchan sont :

- Hypermarché et supermarché (la grande distribution)

413 hypermarchés, 57 % d'entre-eux sont implantés en Europe occidentale (France, Espagne, Italie, Portugal, Luxembourg) et 43 % en Europe centrale et de l'Est (Pologne, Hongrie, Russie, Roumanie), et en Chine. Sous les enseignes Alcampo en Espagne, Jumbo au Portugal, RT-Mart à Taiwan, Marjane au Maroc...

L'enseigne s'implantera en Ukraine à partir de 2008 ; un accord de partenariat a été conclu avec le groupe Furshet. Les hypermarchés développent des gammes larges :

Elles intègrent marques nationales, produits régionaux, produits Auchan et produits premiers prix. La politique forte s'appuie sur une offre renforcée en produits économiques et sur des baisses de prix. Dans six pays (France, Espagne, Italie, Portugal, Pologne et Hongrie) des espaces "self-discount" regroupent les produits les moins chers de l'hypermarché. Les supermarchés sont présents dans 5 pays, en France avec ATAC, en Italie avec SMA, en Espagne avec SABECO, en Pologne avec ELEA.

Le nouveau concept de supermarché discount Simply Market a une vocation alimentaire ; ses produits frais sont son point fort. L'offre s'équilibre entre marques nationales, de distributeur (produits Auchan) et premiers prix.

➤ Immochan (l'immobilier)

Immochan est aujourd'hui à la fois promoteur, commercialisateur, gestionnaire et investisseur des centres commerciaux du groupe et l'une des premières sociétés européennes de promoteurs spécialisés en urbanisme commercial. La filiale immobilière a adopté, avec les enseignes du groupe, une démarche de développement durable, en optimisant l'utilisation des ressources naturelles et en travaillant à l'ancrage local de ses centres. De la conception architecturale à l'utilisation de matériaux locaux, en passant par l'animation commerciale, Immochan poursuit l'objectif de faire de chaque centre un espace unique à l'image de sa région d'implantation.

➤ Banque Accord (la finance)

La filiale bancaire du groupe est spécialisée dans :

- la distribution de produits et services financiers : financement, épargne, assurances, cartes de paiement bancaires et privatives, services.
- La monétique (en France) : paiement par cartes internationales ou privatives, par chèques, cartes cadeaux et événements des magasins Auchan.
- La gestion de la relation clients, à distance et sur les points de vente de ses enseignes partenaires.

En 2006, Les Banques Accord comptait 4,8 millions détenteurs dont 2,6 millions en France. Soit 18 % de part de marché en France et 26% au Portugal.

1.6 CONCURRENCE

➤ Rivalités des entreprises présentes

Il y a une certaine concurrence entre différents concurrents tels que le groupe Comadim est devenu depuis le 1/12/2007 BNP Paribas qui est sur le même secteur d'activité.

400 collaborateurs dédiés au Property Management et une présence dans huit pays européens, BNP Paribas Immobilier gère aujourd'hui 15,5 millions de m² d'Immobilier d'Entreprise, dont 8,5 millions en France. La concurrence reste forte au sein de ces groupes car ils proposent des prestations quasi identiques et doivent se différencier par rapport aux concurrents. La concurrence doit se faire dans le domaine de la prestation et du service pour fidéliser le client. La possibilité pour ces sociétés d'acheter des groupes déjà implanté sur le secteur permet de développer les activités et de gonfler le portefeuille financier car depuis 1996 la loi Raffarin limite les surfaces commerciales.

➤ Menaces des nouveaux entrants

La concurrence sur le marché des nouveaux entrants est très difficile car les groupes implantés posent différents problèmes face aux nouveaux concurrents qui par la force des choses devront se plier à une forme de monopole car déjà implanté sur le secteur depuis un certain nombre d'années. La possibilité pour ceux-ci est de trouver des partenaires qui souhaitent s'investir ensemble dans le domaine d'activité ou de racheter des surfaces existantes, cela constituera une force persuasion face aux dominants. Il y a aussi la possibilité de rachat d'un concurrent.

➤ Menaces des produits de substitutions

Immochan se trouve dans une situation de difficulté car il subit la possibilité de ne plus avoir le choix des produits en raison des hausses des matières premières. Ceci, engendrera des conséquences sur sa clientèle et donc son chiffre d'affaire. Il peut y avoir aussi un changement de politique des fournisseurs. Immochan peut se retrouver en situation de difficulté.

TITRE : Situation des groupes commerciaux

	Espace commercial	Chiffre d'affaire
BNP PARIBAS	15.5 millions de m ²	225 millions euros
IMMOCHAN	1.2 millions de m ²	331 millions euros

Sources : www.businesspme.com

1.7 MATRICE SWOT

1.7.1 Forces et faiblesses

FORCES	FAIBLESSES
Stratégie d'entreprise : ✓ Chef d'entreprise brillant et précurseur ✓ Expérience : premier magasin créé en 1961 par Gérard Mulliez ✓ Décentralisation : meilleure réactivité et adaptabilité, plus d'efficacité ✓ Marketing : très bonne implantation et satisfaction du client : écoute client, service client développé ✓ Stratégie de fidélisation de la clientèle ✓ Atouts : prix, choix, services, qualité ✓ Politique d'innovation : croissance interne régulière Management d'entreprise : ✓ Verticalisation des métiers : chaque métier correspond à un projet ✓ Politique de ressources humaines : ➤ développement de leur initiative personnelle (intéressement, participation des salariés aux résultats, responsabilisation) et bonnes possibilités d'évolution, formation ✓ Style de comportement spécifique : simplicité, proximité, transparence	Gestion des chaînes et des formats de magasins : ✓ différences entre les deux cultures dans les marchés internationaux qui provoquent leur méfiance ✓ optimisation de deux logistiques et systèmes d'information Manque de fiabilité des informations du marché international Politiques sociales : systèmes de couverture sociale différente

Sources : «Rapport d'activité d'Auchan en 2006»

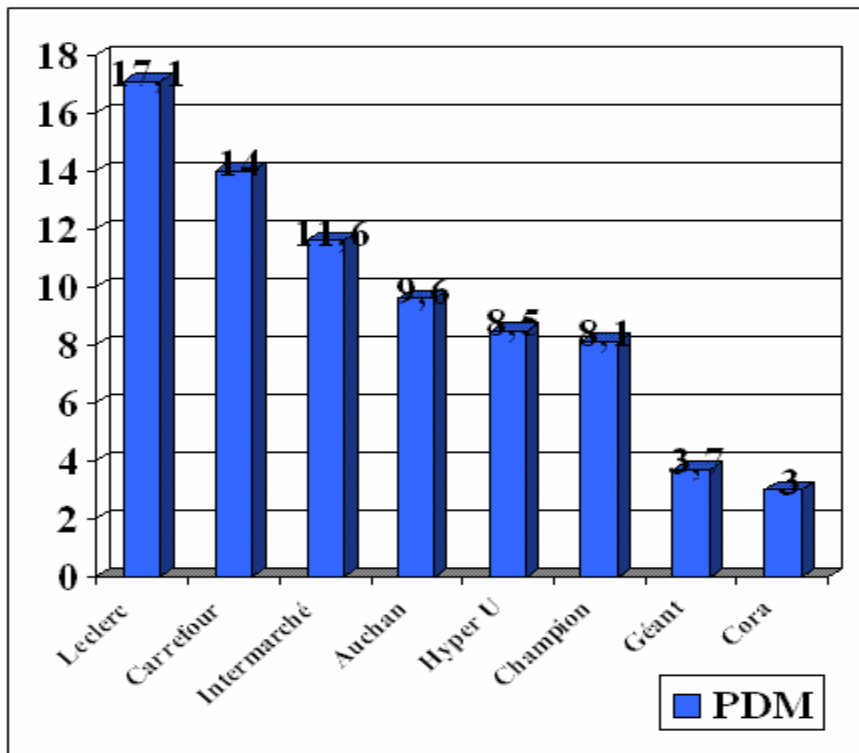
1.7.2 _ Menaces et Opportunités (selon les forces de Porter)

➤ Rivalité entre les firmes existantes

Au niveau national, le secteur de la grande distribution connaît une forte concurrence, le groupe Auchan doit lutter contre plusieurs grandes enseignes, notamment le groupe Carrefour. Le groupe Carrefour (Carrefour, Champion, Ed, Shopi, Marché plus, Promocash...) est leader de la grande distribution en Europe et numéro 2 mondial. Le groupe réalise un chiffre d'affaire de 97,9 milliards d'euros en 2006 avec près de 40 milliards d'euros dégagés en France. Présent dans 30 pays, le groupe Carrefour compte 1 040 hypermarchés, 2 425 supermarchés et réunit avec les enseignes maxidiscount et de proximité environ 12 500 magasins. Les centres Leclerc (Leclerc, Jardi, L'Auto, Manège à bijoux) représentent un chiffre d'affaires de 29,375 milliards d'euros. L'enseigne confirme sa place de leader avec 17,1 % de parts de marché sur l'ensemble des produits. L'enseigne compte 576 centres E. Leclerc, dont 69 à l'étranger. Les hypermarchés représentent 85% du parc.

Le groupe Les Mousquetaires (Intermarché, Ecomarché, Netto, Védi) constitue également un concurrent important avec un chiffre d'affaire de 31.55 milliards d'euros en 2006. Le groupe est présent dans sept pays exclusivement situés en Europe. Il compte environ 4 000 point de ventes sur ces sept pays dont 3 464 en France, avec 1474 Intermarchés. Soit un chiffre d'affaire pour Les Mousquetaires en France d'environ 21 milliards d'euros.

TITRE : Les parts de marché des enseignes d'hypermarché en France en 2006.



Source l'expansion.com

Le Groupe Auchan compte 413 hypermarchés et 708 supermarchés dans le monde avec un chiffre d'affaire pour 2007 de 35 milliards d'euros. La stratégie d'Auchan s'inscrit dans une vision internationale, en effet le groupe n'a réalisé que 14,5 milliards d'euros de chiffre d'affaire sur le territoire français et compte pour la France 121 hypermarchés et 295 supermarchés.

Au niveau international, le groupe doit concentrer ses efforts sur son développement en Europe, car il est classé à la 24ème place mondiale en tant qu'enseigne grande distribution. Il doit faire face au géant WallMart leader mondial devant Carrefour mais principalement implanté aux Etats-Unis. La concurrence reste très forte en Europe avec les groupes Allemands Metro et Schwarz (Lidl) tous les deux classés au top 10 mondial ainsi que le groupe Anglais Tesco 4ème mondial.

L'avantage concurrentiel du groupe Auchan en France se réalisera à travers la capacité à mener des prix bas et à proposer des services de qualité pour attirer le plus de clients possible, dû au fait que les produits proposés sur ce marché sont très faiblement différenciés.

➤ **Menace des nouveaux entrants**

Dans ce secteur d'activité, la menace de nouveaux entrants apparaît faible aux vues des importants acquis des groupes ou entreprises déjà présentes. En effet, les nouveaux entrants doivent faire face à plusieurs difficultés et situations qui tournent largement à l'avantage de groupes tels Auchan ou autres acteurs leaders. Les difficultés étant :

- de gros investissements de départ et des coûts fixes élevés les entreprises existantes bénéficient d'avantages en termes de coûts grâce aux effets de la courbe d'expérience ou aux équipements totalement amortis mais encore fonctionnels
- fidélité des clients à l'enseigne
- un savoir-faire protégé avec des brevets, des licences...
- la rareté de ressources importantes (main-d'œuvre qualifiée)
- le contrôle des réseaux de distribution par les entreprises déjà existantes
- une fidélité étroite de la part des clients aux entreprises déjà établies, par le biais de contrat de service et d'entretien campagnes publicitaires

Les barrières dans le secteur de la grande distribution peuvent également être de type législatif, notamment relevant de la santé publique (denrées périssables, OGM, normes ISO).

La menace peut tout de même se présenter sur le territoire étranger du fait de l'internationalisation du Groupe Auchan, il peut être confronté à la concurrence d'un groupe étranger arrivant ou d'une firme étrangère diversifiant ses activités dans les mêmes secteurs d'activités que le Groupe Auchan.

➤ **Pouvoir de négociation avec les clients**

Comme nous l'avons fait remarquer précédemment, la Grande Distribution est un marché où il existe une très forte concurrence entre les différentes enseignes. Le pouvoir de négociation des clients ne vient pas tant de leur capacité à négocier, mais plutôt de la pression concurrentielle du secteur. De fait, le Groupe Auchan est obligé d'intensifier et de multiplier les services rendus aux clients, car comme nous l'avons expliqué également, Carrefour, Auchan, Leclerc ... offrent des produits très peu différenciés en termes de marques ou de gammes. Ceci oblige également le groupe, en plus de multiplier les services, à appliquer une politique de bas prix toujours plus concurrentiels, et améliorer ses performances tant au niveau des délais qu'au niveau de la qualité des services rendus ou produits proposés.

➤ **Pouvoir de négociation des fournisseurs**

Au niveau de la négociation avec les fournisseurs, le Groupe Auchan apparaît dominant dans les rapports groupe-fournisseurs. En effet, les partenaires et fournisseurs d'Auchan sont principalement des PME et par conséquent, leurs tailles très inférieures au groupe et leurs clientèles largement plus faibles fait que ces PME n'ont pas un pouvoir financier et une autonomie financière à l'égal du Groupe Auchan. Elles sont donc contraintes de pratiquer les prix en grandes surfaces selon les conditions et politique de prix des groupes de la Grande Distribution. Cependant cette domination risque d'être fragilisée par la loi Galland (soumise depuis 1996 qui empêche les grands distributeurs de soumettre leur prix librement) mais qui en novembre 2007 est en discussion avec le gouvernement qui a envisagé d'y inscrire la négociabilité des tarifs des fournisseurs.

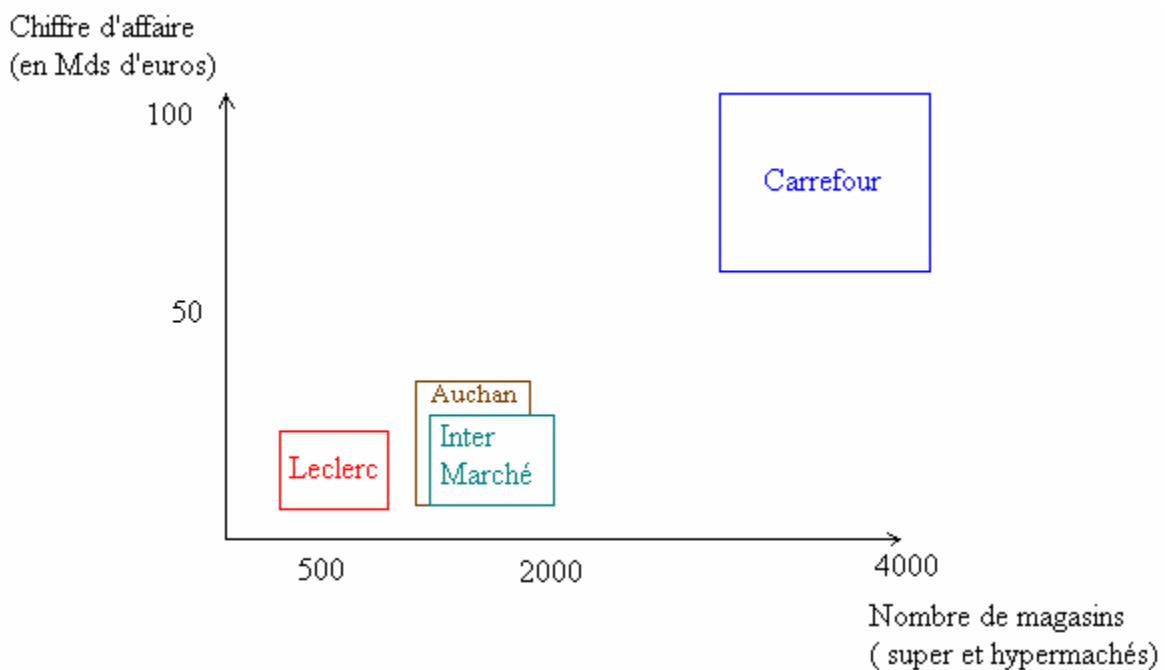
C'est ainsi que comme l'explique Arnaud Mulliez, président d'Auchan France « Les prix ne pourront plus baisser en 2008 » en expliquant « Mes négociations n'ont pas encore commencé et j'ai 8 000 fournisseurs alimentaires, pour ne parler que d'eux, dont une multitude de PME. Nous allons bientôt signer une charte d'engagement avec elles, afin de certifier par écrit notre responsabilité. Il est hors de question de ne pas garantir les intérêts des PME. ». Cela signifie que des grands groupes comme Coca-Cola pourraient fixer le prix et imposer ce même prix à tous les grands distributeurs, au détriment de la politique des prix bas prônée par le Groupe Auchan.

➤ Menace de produits de substitution

La menace peut venir d'Internet avec les achats en lignes sur des distributeurs alimentaires virtuels qui permettraient aux clients de ne pas déplacer pour le même prix pratiqué. Cependant les grands groupes ont réagi très rapidement en lançant eux-mêmes leur site d'achats en ligne comme Ooshop pour Carrefour et Auchan Direct pour Auchan. Jean Monnier directeur général Auchan Direct explique en 2002

« Nous comparons Auchan Direct aux hypermarchés de la région parisienne plutôt qu'aux autres cybermarchés, car nos principaux concurrents aujourd'hui sont les magasins physiques. Nous sommes les moins chers en ligne, selon le dernier comparatif effectué par la revue Linéaires. Pour la première fois en mai, nous sommes passés devant Ooshop et nous nous situons à peu près au même niveau que les hypermarchés d'Ile-de-France. »

TITRE : Carte des groupes stratégiques



Source : graphique élaboré par le groupe

PRESENTATION DU METIER D'EXPERT COMPTABLE

La réalité du métier d'expert-comptable est de pouvoir travailler à différents niveaux et différents secteurs d'activité, quel que soit la taille de l'entreprise ou le cabinet « c'est un métier attractif ».

En effet, l'expert-comptable est un professionnel agréé de la comptabilité et du droit. Il est l'intermédiaire entre le chef d'entreprise et ses tiers (administration, partenaires, fournisseur, client...).

En tant que prestataire interne, il est de son devoir d'être présent à plein temps, sauf sous permission de la société, et en tant que prestataire externe, il intervient ponctuellement (mensuel, trimestriel, semestriel ou annuel), tout dépend des termes du contrat qui unissent l'entreprise et ce professionnel ainsi que les clauses de sa lettre de mission.

Par ailleurs, l'expert-comptable se doit de suivre un code de déontologie établi par l'ordre des experts-comptables. Ainsi, il est tenu :

- Au secret professionnel
- Au devoir de conseil
- Au droit de rétention
- Au respect des normes professionnelles

Capable de renseigner et de conseiller dans de nombreux domaines tels que :

- La comptabilité
- Le conseil
- La fiscalité
- Les relations humaines
- Le domaine juridique
- L'évaluation

Il est présent pour accompagner l'entreprise à toutes les étapes de sa vie ; de la création du business plan ou encore des tableaux de bord de l'organisation d'entreprise à la gestion patrimoniale ou de la transmission d'entreprise que ce soit en cas d'acquisition ou de cession ou encore de la médiation.

2.1 Les missions du l'expert-comptable

2.1.1 Les missions principales

L'expert-comptable a en charge tout ce qui est relatif à la comptabilité. L'ordre comptable de ce dernier est, de nature, décomposé en trois missions :

Présentation des comptes annuels

Le chef entreprise choisit et confie tout (ou une partie) de sa comptabilité à l'expert-comptable. Ici, il s'agit de la tenue de la comptabilité, de la révision comptable, de l'établissement des comptes annuels, de la réalisation des déclarations fiscales et sociales.

Mission d'examen limité des comptes annuels

La mission d'examen limité, l'expert-comptable devrait attester qu'il n'a relevé aucun élément qui ne remet en cause la sincérité, régularité des comptes annuels et l'image fidèle de l'entreprise. Cette mission consiste à montrer la cohérence et la véracité des comptes annuels. Pour ce faire, l'expert-comptable s'appuie sur :

- Les informations données par le chef d'entreprise
- Les formations qu'il a suivies pour établir les comptes annuels et s'assurer de la régularité de la comptabilité
- Ses expériences professionnelles, ses connaissances sur l'entreprise et ses domaines d'intervention

Mission d'audit contractuel

A l'issue de cette mission, l'expert-comptable délivre une attestation de sincérité qui prouve la véracité des comptes de l'entreprise. Mandaté par l'entreprise elle-même ou par des tiers, ce professionnel doit respecter les dispositions des nouvelles normes d'audit internationales clarifiées (ISAs) pour réaliser l'audit des comptes annuels, consolidés ou intermédiaires.

2.1.2 Les missions secondaires

Outre sa mission principale, l'expert-comptable également prendre en charge plusieurs activités :

- Accompagner les entrepreneurs dans la concrétisation de leur projet : création ou reprise d'une entreprise, recherche de financements (conseils, plan de financement, paperasses, démarches...), établissement ou modification des statuts juridiques : changement de siège social, modification de l'objet social...
- Aider dans les démarches de dissolution ou de liquidation de l'entreprise
- Conseiller l'entrepreneur dans la gestion de son patrimoine dans le but d'obtenir des avantages fiscaux, par exemple
- Établir les déclarations fiscales : les impôts sur les sociétés, la TVA, la taxe professionnelle, etc. Et assister l'entreprise en cas de contrôle fiscal
- Aider dans la gestion du personnel : le recrutement, les contrats de travail, les absences, les congés, les conflits, les licenciements...
- Établir les fiches de paie et les déclarations sociales
- Accompagner les TPE-PME dans leur transformation numérique. En effet le 8 novembre 2016, l'ordre des experts-comptables a cosigné avec le Conseil National du Numérique une lettre d'engagement en faveur de la transition numérique des entreprises
- Fournir à l'entreprise des attestations qui certifient les informations contenues dans un document comptable ou financier établi par la direction.

2.2 Les compétences /qualités nécessaires pour devenir l'expert-comptable

L'expert-comptable fait le bilan des activités de l'entreprise, il analyse les comptes, les résultats des années précédentes et il est capable de donner la directive à suivre pour faire avancer la société.

Le métier a besoin d'une longue formation mêlant fiscalité, finance, et gestion, il intervient à toutes les étapes de la vie de l'entreprise ou un cabinet.

Cependant, il peut également travailler à l'extérieur d'une entreprises et apporter son expertise sur différentes missions à son nom (en libéral) ou dans un cabinet d'expertise comptable.

2.3 Les formations à suivre pour devenir l'expert-comptable

D'abord pour apprendre ce métier et devenir expert-comptable, il faut des formations et voir l'expérience élevée dans le domaine des finances, de la comptabilité et la gestion.

Dans cette optique, on doit d'emblée obtenir le baccalauréat, suivie d'un diplôme de DCG (diplôme de comptabilité et gestion) à la fin d'une licence. Par la suite, on doit valider le DSCG (diplôme supérieur de comptabilité et de gestion) aux niveaux master.

Après l'obtention d'un master bac+5, on continue avec trois (3) ans de stage où l'on est rémunéré, entre autre ceci s'avère être une étape obligatoire pour obtenir aussi le DEC (diplôme d'expert-comptable).

Le parcours pour devenir expert-comptable dure 8ans, ni plus ni moins. Cette filière compte trois diplômes nécessaires pour l'obtention du titre d'expert-comptable :

- DCG (diplôme comptabilité gestion)
- DSCG (diplôme supérieur comptabilité gestion)
- DEC (diplôme d'expert-comptable)

2.4 Les débouchés du métier et ses évolutions professionnelles.

➤ Collaborateur comptable confirmé

En lien direct avec plusieurs collaborateurs d'un cabinet d'expertise comptable, il intervient en support sur la saisie de pièces comptables mais aussi les déclarations de TVA et les rapprochements bancaires. Il est supervisé par un chef de mission ou un collaborateur, en étant formé aux missions qui lui sont confiées, ainsi qu'aux méthodes du cabinet. Les profils motivés et animés par la volonté de développer leurs capacités techniques et relationnelles montent en compétences et évoluent rapidement. Le salaire d'un collaborateur comptable confirmé est entre 35.000 et 50.000 €.

➤ Responsable comptable PME/PMI

Le responsable comptable gère l'ensemble des processus comptables qui permettent à l'entreprise de se conformer aux contraintes réglementaires d'élaboration de comptes sociaux, mais également des déclarations sociales et fiscales dont il est le garant. Il lui revient également d'animer et distribuer les tâches à une équipe de collaborateurs. Au sein de l'entreprise, il est sollicité pour toute demande de justification, de précision, d'explication et d'analyse des données comptables. Le salaire d'un responsable comptable expérimenté peut s'élever jusqu'à 60.000 €, voire plus.

➤ **Comptable**

En lien direct avec la direction, le comptable est en charge de la totalité des clients, fournisseurs directs ainsi que de toutes les tâches relatives à la comptabilité courante et à la paie : tenue de la comptabilité générale, contrôle et exécution des vérifications comptables, paiements et encaissements, recouvrement des créances de l'entreprise, participation aux opérations d'arrêté, etc.... Organisé et rigoureux, il maîtrise les outils informatiques et de bureautiques, crée et complète des tableaux de bord, détecte et analyse les anomalies et dysfonctionnement afin d'en alerter son responsable tout en proposant des solutions. Un comptable ayant 10 ans d'expérience peut percevoir un salaire annuel brut compris entre 23.000 € et 35.000 €.

➤ **Chef Comptable**

A la tête d'une équipe, le chef comptable prend en charge l'intégralité de la comptabilité/fiscalité de l'entreprise jusqu'à l'élaboration des bilans. Parmi les nombreuses missions dont il s'occupe, il assure le bon déroulement des activités « quotidiennes » du service et propose à sa hiérarchie des évolutions de procédures susceptibles d'améliorer la qualité du service rendu aux clients. Il est garant de la validité des éléments comptables produits par son équipe et prend part à l'élaboration des comptes de l'entreprise en partenariat avec un cabinet d'expertise comptable externe. Il est l'interlocuteur principal des organismes externes : commissaires aux comptes, experts comptables, partenaires... Le chef comptable accompagne également l'équipe de gestion et développement en matière de prévisions comptables. Il perçoit un salaire moyen de 40 K€ annuel.

➤ **Responsable Administratif et financier**

Le métier du Responsable Administratif Financier est quasi similaire à celui de Directeur Administratif et Financier à la seule exception que le RAF exerce plutôt au sein des PME, tandis que les DAF travaillent au sein de groupes ou de grandes entreprises. Au sein d'une PME-PMI, d'une banque ou d'une assurance, son rôle consiste à prévoir les ressources et à déployer les techniques financières nécessaires au développement et à la protection de l'entreprise. La coordination et la supervision des services de la comptabilité et des finances, le service du personnel, l'administration, les services généraux sont parmi ses prérogatives. Il est notamment le garant du respect des obligations légales, administratives et réglementaires de l'entreprise, il est également responsable des déclarations fiscales et comptables, de la gestion de la trésorerie, des budgets prévisionnels, etc. Son salaire moyen est de 60.000 € annuel.

➤ **Gestionnaire de portefeuilles clients**

Sous la responsabilité d'un chef de missions, il est en charge de la gestion d'un portefeuille de dossiers clients : réception et enregistrement des documents comptables, pointage, établissement des rapprochements bancaires, élaboration des déclarations fiscales périodiques, révision des comptes annuels, préparation des états financiers, communication des liasses fiscales à l'administration, tableaux de bord, reportings mensuels, mise à jour du dossier permanent, etc. Son salaire se situe entre 26.000 € et 30.000 € annuel, selon le profil et l'expérience.

2.5 Inconvénients du métier

Les honoraires réclamés par un expert comptables forment un coût qui peut paraître important pour une entreprise.

Expert-comptable se voit attribuer une rémunération que l'on appelle des honoraires et le monopole sur le marché de la tenue comptable n'est pas garanti.

La tendance à la simplification des formalités pour les entreprises fait peser un risque sur la pérennité du métier.

Ces dernières se négocient librement entre entreprise et son expert comptables. La loi ne fixe pas de barème professionnel applicable à la profession comme prévu pour les commissaires aux comptes.

Plus de la moitié des revenus viennent de la saisie comptable qui est vouée à disparaître du fait de la dématérialisation.

BILAN ET PERSPECTIVES

2.6 BILAN

Le métier expert comptable est un métier où un professionnel doit se comprendre et s'attendre cela beaucoup de dirigeant à répondre aux questions.

En effet le groupe Auchan a beaucoup travaillé et renforcé d'avantage leur agence commerciale pour garder et fidéliser leur clientèle.

Le professionnel a besoin de garder sa concentration et de rester calme pendant toute la durée de son travail, fermeté et vigilance sont les maîtres-mots pour ne pas commettre la moindre erreur. C'est un métier qui a une influence directe sur le chef d'entreprise, un métier qui, pour l'assimiler demande des longues années d'étude. Parfois les gens se disent un professionnel dur et beaucoup de réflexion mais indépendant aujourd'hui.

Relier des calculs, mathématiques avoir aimé les chiffres la bonne maîtrise de tous les outils financiers, gestion et comptabilité le métier plus touche.

2.7 PERSPECTIVES

L'expert-comptable peut former certains cadres en finance et, en partie, a le choix d'effectuer la fonction comptable libérale ou au sein d'une entreprise.

Face à ce changement, les comptables sont, pour la plupart, devenus des consultants experts comptables dans l'accompagnement des entreprises en croissance ; le métier de comptable n'est pas insensible au changement de la technologie. Cependant des entreprises comme des associations décident de garder quelle que soit comptable.

Le métier aussi des chiffres sont nombreux s'ils recherchent la même finalité la prise de décision stratégique, travailler avec rigueur.

Conclusion

L'expert-comptable est un métier assenti et très important pour une entreprise ou un cabinet dans tout le commerce.

C'est quelqu'un qui aime les chiffres est aussi titre de professionnel de la comptabilité et finance contre surveillance, améliore les comptes de l'entreprise comme comptes annuels.

Il joue plusieurs rôles dans son domaine et est capable de renseigner, de conseiller des futurs experts-comptables et de petite entreprise sur le marché.

Groupe Auchan est une entreprise grande de distribution alimentaire et de commercialisation des produits frais&locaux et plus confort.

Dans les années à venir, Auchan essaye de devenir le leader de la distribution alimentaire dans le pays et attire de plus en plus de clientèle avec un marketing performant.

C'est la première fois qu'un grand groupe international vient directement en Afrique de l'ouest (Sénégal).

Aujourd'hui la mise en place des réseaux de commerciaux de moins en moins chère sur le marché et 100% fiable avantage le groupe et s'approvisionne depuis ses propres industries sans marge, ce qui favorise grandement la diminution de ses prix.

Société anonyme au capital de 35 197 870 000 franc CFA, le siège social est situé à Auchan Yoff layenne route de l'aéroport Dakar (Sénégal).

Pendant la pandémie de COVID-19, Auchan respecte les mesures des gestes barrière et dispose des matériels de sécurité tel que le scanner pour vérifier la température des clients, le gel hydro alcoolique pour se laver les mains et favorise le port d'un masque obligatoire pour éviter la propagation du virus.

Tous les magasins Auchan poursuivent l'activité commerciale, des dispositions spéciales à l'endroit des clients et des collaborateurs ont été prises contre le covid19.

Auchan Retail Sénégal apporte sa contribution à la lutte contre la crise sanitaire et décide de faire un don de 400 000 (quatre cent mille) masques pour les élèves.