

Le conseil, un marché à facettes multiples

Taille des cabinets de conseil, domaines d'expertise... le marché du conseil se singularise par sa non-uniformité. Une même tendance toutefois : dans un contexte économique difficile, les consultants adaptent leurs prestations aux nouvelles attentes de leurs clients.

Par Jeanne Lano

Le paysage mondial et français du conseil a fortement évolué ces dernières années. L'affaire Enron-Arthur Andersen a eu pour conséquence l'émission d'avis défavorables quant à l'offre simultanée d'activités d'audit et de conseil. Ainsi, parmi les "Big Five", Pricewaterhouse Coopers a, par exemple, vendu à IBM sa branche mondiale de conseil et de service informatique, PwC Consulting, donnant naissance à IBM Consulting Services qui, avec 60 000 consultants, couvre 160 pays. Ernst & Young avait anticipé ce mouvement dès 2000, en confiant son activité de conseil en management à Cap Gemini. Andersen Consulting, devenu Accenture, avait, pour sa part, gagné son indépendance dès 1999 en se désengageant totalement d'Arthur Andersen.

Un marché hétérogène

Bien que dominé par les sociétés issues de ces mouvements, le marché français du conseil a pour caractéristique d'être hétérogène. "La France compte une quinzaine de cabinets de conseil d'envergure internationale. La majorité de ces entreprises sont d'origine américaine. Certaines, comme la Cegos, créées en France, ont réussi à s'implanter à l'étranger, explique Yves André Perez, directeur de l'IDCE (Institut de Formation aux métiers de conseil). Le marché est également composé de sociétés de taille moyenne (50 à 200 consultants), de très petites entreprises et de consultants indépendants."

Le terme "conseil" cache bien des réalités, y compris en matière de domaine d'expertise. En dehors des entreprises généralistes, les cabinets de conseil en organisation et management comme Bernard Brunhes Consultants, Insep Consulting ou IDRH se distinguent notamment des cabinets de conseil en informatique. Par exemple, CSC (Computer Science Corporation), l'un des leaders mondiaux dans les domaines du conseil, de l'intégration de solutions et de systèmes d'information et de l'externalisation, emploie quelque 2 500 collaborateurs en France. Ces sociétés sont d'ailleurs fédérées aux seins d'organisations professionnelles différentes. Membre de la fédération Syntec, le Syntec Conseil en Management regroupe, en particulier, des sociétés spécialistes des organisations, de la finance, du marketing, des ressources humaines, de la qualité, du management environnemental et des technologies de l'information. Il compte 58 sociétés membres sur les 310 de plus de 6 personnes qu'il a identifiées. Représentant environ 50 % du marché, ses adhérents génèrent la moitié du chiffre d'affaires du conseil en management en France, lequel s'élève à 4 Mds €.

Des tendances communes

Si les sociétés de conseil composent un marché disparate, elles cherchent à répondre aux mêmes exigences de leurs clients : réduire les coûts et obtenir des résultats tangibles dans de courts délais. "Les consultants sont aujourd'hui en relation avec les services achats de leurs clients. Ils subissent ainsi une forte pression sur les prix, explique Alain Donzeaud, président de Syntec Conseil en Management. Les entreprises privées comme les administrations attendent, par ailleurs, des résultats mesurables afin de percevoir rapidement le changement." Les consultants sont, depuis cinq à six ans, "invités à s'impliquer dans la mise en oeuvre des plans d'action qu'ils préconisent, note Yves André Perez. Leur cœur de métier n'est plus seulement de réaliser un diagnostic pertinent, c'est également d'accompagner le changement."

Selon le Syntec Conseil en Management, les firmes de conseil employaient, en 2002, plus de 24 000 personnes, continuant, malgré la crise, de recruter (1800 embauches). Face aux difficultés, les cabinets de conseil se sont structurés en cherchant à mieux maîtriser leurs coûts. L'année 2003 a déjà marqué un léger retour à la croissance. Cette tendance ascendante devrait se poursuivre en 2004.

La déontologie aux coeurs des préoccupations actuelles

Marqués par l'affaire Enron Arthur Andersen (qui ne remettait pourtant en cause que le sérieux des activités d'audit), les professionnels du conseil doivent aujourd'hui rassurer sur leurs pratiques. Le Syntec Conseil en Management a ainsi revisité en 2003 son code de déontologie. "Nous l'avons modernisé, précise Alain Donzeaud, président de Syntec Conseil en Management. Ce texte, qui engage nos adhérents à garantir à leurs clients la rigueur dans la conduite de leurs missions, s'articule autour de sept valeurs fondamentales : la compétence, le devoir de conseil, la transparence, la confidentialité, l'indépendance, la loyauté et l'éthique. Les consultants doivent notamment tenir un discours non-ambigu et ne pas subordonner l'intérêt de leurs clients à leurs intérêts propres. "

Autre initiative du syndicat : la mise en place d'un label Syntec Conseil de la "valorisation des compétences", destiné à encourager le développement des compétences des consultants tout au long de leur parcours professionnel. "Les sociétés qui désirent obtenir ce label doivent se plier à un audit réalisé par un tiers (l'AFAQ), attestant la conformité de leurs actions aux orientations données par le syndicat indique Alain Donzeaud. Parce que ce dispositif, nous entendons donner une identité à la profession et la valoriser auprès de ses consultants, des candidats adhérents et de ses clients. A ce jour dix cabinets de conseil ont obtenu ce label".