

- **GUIDE ULTIME
FACTURE ÉLECTRONIQUE :
COMMENT CONDUIRE -
LE CHANGEMENT POUR
LE CABINET ET SES CLIENTS ?**

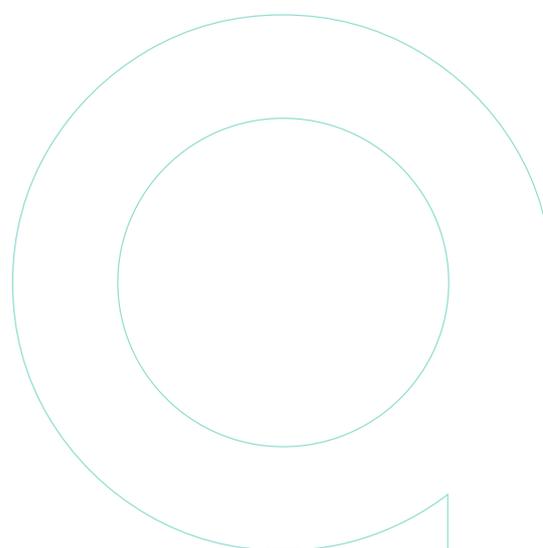




La facture électronique, si vous le souhaitez vraiment, c'est dès 2025 !

Plus qu'une réforme fiscale supplémentaire, c'est un réel projet à la dimension stratégique, tant pour vos cabinets que pour vos clients. Les raisons d'accélérer le déploiement devraient vous convaincre de franchir le pas. Mais, il vous faut la bonne méthode, pour ne pas épuiser les équipes dans un processus mal cadré et sans objectifs.

Acteurs de la dématérialisation, par nos outils, mais aussi au travers de notre offre de services, nous vous proposons ici 4 étapes essentielles pour faire de la facture électronique un projet à succès pour 2025.



SOMMAIRE

Préambule : la facture électronique, un enjeu plus que palpable dès 2025	p.4
Étape 1 : penser le déploiement de la facture électronique en mode projet	p.8
Étape 2 : segmenter son portefeuille client et réfléchir à son offre de services	p.12
Étape 3 : préparer la facture électronique en interne du cabinet	p.16
Étape 4 : communiquer auprès de ses clients pendant la période fiscale et au-delà	p.20
Comment AGIRIS accompagne-t-il ses clients experts-comptables dans un tel projet ?	p.26
Lancez sans attendre votre projet facture électronique avec l'aide d'AGIRIS	p.27

Préambule : la facture électronique, un enjeu plus que palpable dès 2025

Certains ont suivi le report de calendrier de loin. Ils ont parfois écarté le dossier de la facturation électronique du haut de la pile de leurs priorités. D'autres auraient souhaité accélérer le processus, mais attendaient une interopérabilité effective entre les PDP ainsi qu'une mise en

service du PPF. Dans tous les cas, la facture électronique devient réalité en 2025. En effet, les annonces gouvernementales de fin 2024, notamment lors de la plénière FNFE-MPE, vont donner la possibilité aux cabinets de réaliser des tests en grandeur nature.

Un planning 2025 qui rend la facture électronique opérationnelle dès cette année

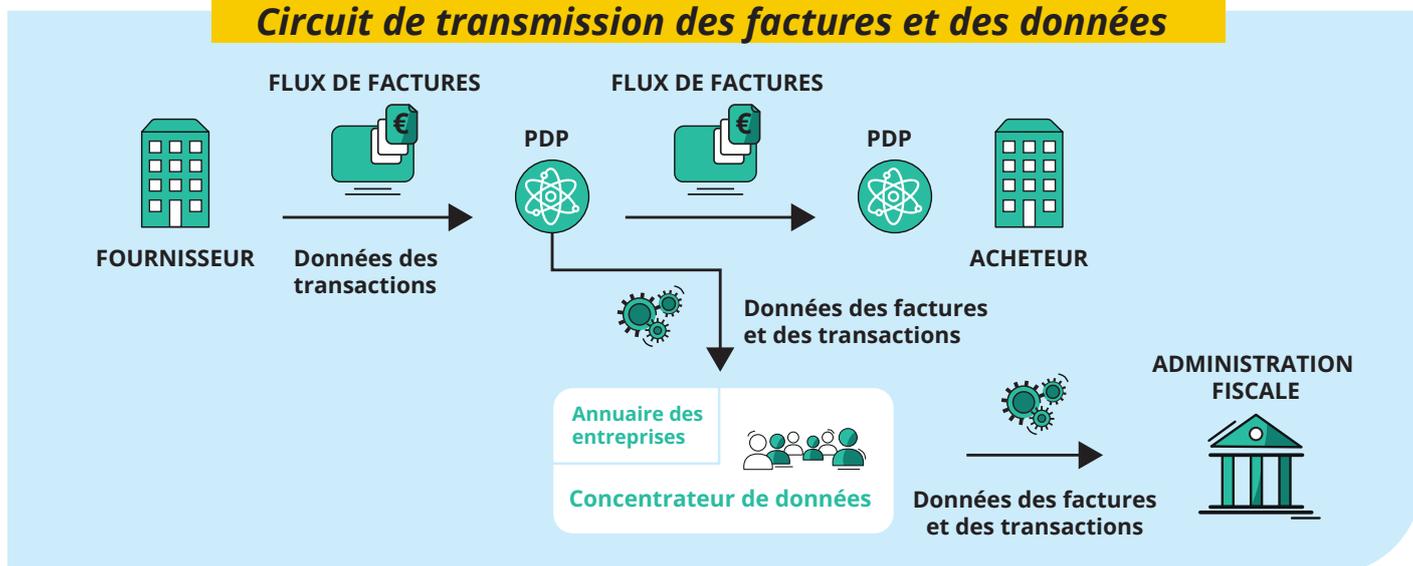
Le gouvernement a annoncé le 15 octobre 2024 la modification du projet. Il a réduit le rôle du portail public de facturation. Le PPF n'est plus une plateforme de dématérialisation partenaire gratuite. Il devient un organe chargé seulement de l'annuaire des entreprises et de la concentration des données à destination de la DGFiP. Tous les professionnels assujettis à la TVA doivent désormais adopter obligatoirement une ou plusieurs PDP.

Les informations communiquées lors de la plénière FNFE-MPE de décembre 2024 ainsi que la parution dans la foulée des nouvelles spécifications externes ont rassuré : le déploiement national de la facturation électronique est bien en marche.

Comme le détaille Cyrille Sautereau, Président FNFE-MPE dans son article posté sur LinkedIn le 13 décembre 2024, plusieurs étapes fondamentales sont prévues en 2025 :

- Création de Peppol France en janvier 2025, pour garantir une interopérabilité native entre les PDP, sous la direction de la DGFiP ;
- Ouverture le 3 février 2025 de l'annuaire du PPF en mode bêta-testeur, puis mise en production au cours du mois (tests de toutes les PDP) ;
- Fonctionnement réel de la facture électronique fin avril 2025 ;
- Mise en place du concentrateur PPF pour le 13 octobre 2025 et tests des PDP ;
- Immatriculation définitive des PDP fin 2025 à l'issue des tests ;
- Mise en production du concentrateur le 9 février 2026, avec des entreprises volontaires.

Circuit de transmission des factures et des données



Des entreprises encore à sensibiliser

La réforme avance en France et pourtant l'insuffisance d'information et de préparation des entreprises demeure, même si parfois les TPE et PME surestiment leur connaissance du sujet.

Ainsi, selon la dernière enquête réalisée par OpinionWay pour le CNOEC et ECMA en juin et juillet 2024 :

3

entreprises sur 4 disent connaître leur obligation en matière de facturation électronique

4

structures sur 5 ne savent pas expliquer les différences entre les acteurs de la réforme (PDP, PPF et OD).

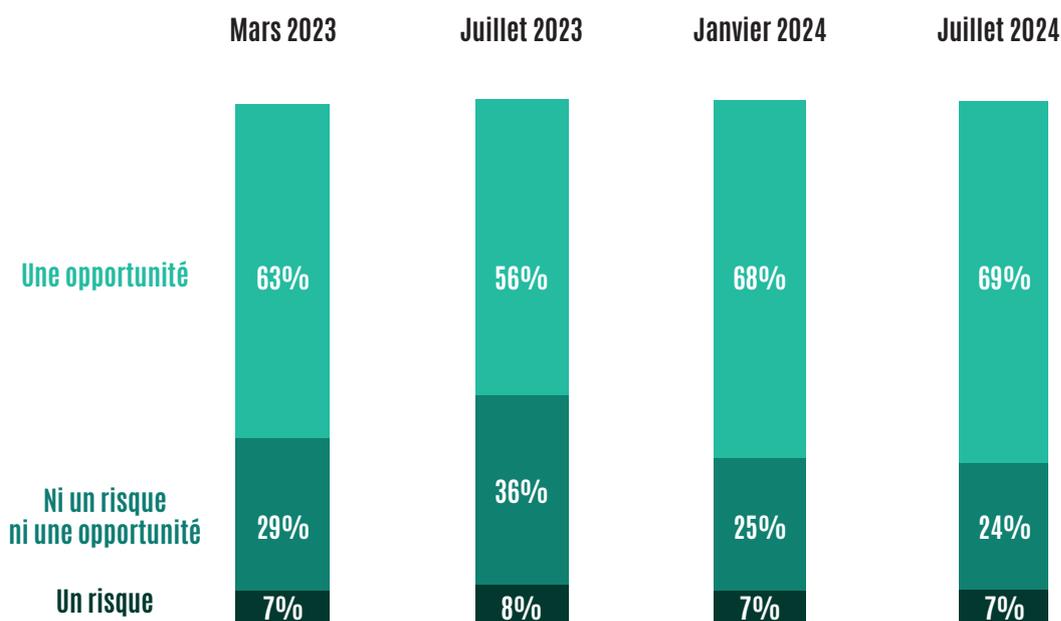
L'expert-comptable, un relais essentiel au déploiement de la facture électronique... avec un objectif stratégique

Selon ce même baromètre sur la facture électronique, 89 % des entreprises **attendent un accompagnement par leur expert-comptable**. Ils avancent d'ailleurs en grande majorité le besoin d'informations sur le processus.

Face à ce besoin d'appui des entreprises par leur expert-comptable, 69 % des cabinets interrogés dans cette

même enquête perçoivent une **opportunité pour la profession**. 80 % des cabinets citent en premier argument une meilleure traçabilité et conformité des factures. Les gains de productivité arrivent en second avantage perçu. Deux tiers des experts-comptables pensent aussi que la facture électronique va permettre de **développer les missions de conseil**.

Considérez-vous la facturation électronique pour le métier d'expert-comptable comme...



Source: *Regards croisés sur la facture électronique, Revue Française de Comptabilité, octobre 2024.*
<https://revuefrancaisedecomptabilite.fr/regards-croises-sur-la-facture-electronique/>

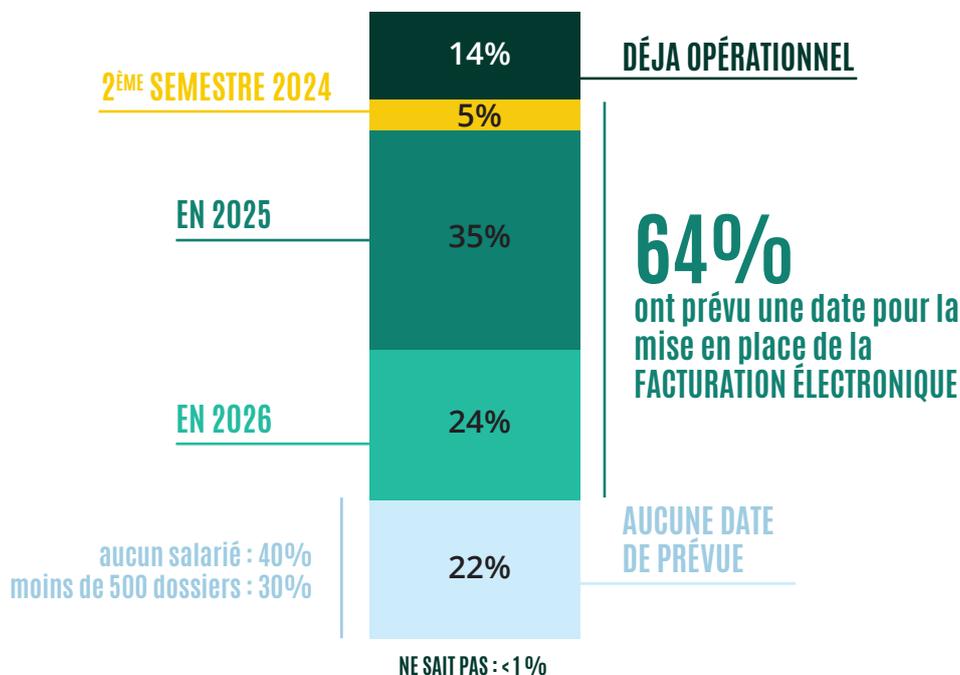
Réforme Facture Électronique - NEWS suite à la Plénière FNFE-MPE du 13 décembre 2024, Cyrille Sautereau, 13 décembre 2024.
<https://www.linkedin.com/pulse/r%C3%A9forme-facture-electronique-news-suite-%C3%A0-la-pl%C3%A9ni%C3%A8re-sautereau-yht7e/>

La tergiversation ou la procrastination : une stratégie à risques

Les chiffres du baromètre cité précédemment sont têtus. À mi 2024, de nombreux cabinets avaient repoussé la mise en place de la facture électronique, suite au report du calendrier acté en 2023. 4 cabinets sur 5 envisa-

geaient un déploiement postérieur à 2024. Seul un tiers des structures avançaient un déploiement effectif pour 2025, et même 22 % n'avaient encore pas fixé de date pour leur projet.

Quand pensez-vous que la facturation électronique sera mise en place au sein de votre cabinet ?



Regards croisés sur la facture électronique, Revue Française de Comptabilité, octobre 2024.
<https://revuefrancaisedecomptabilite.fr/regards-croises-sur-la-facture-electronique/>

Pourtant, repousser les échéances jusqu'au dernier moment comporte de nombreux risques. D'une part, c'est **une attitude de suiveur et non pas de leader**, ce qui peut défavoriser ceux qui procrastinent. C'est d'autant plus embêtant que les autres acteurs, dont en premier lieu les banques, sont déjà extrêmement actifs en communication auprès des entreprises. Le risque est de perdre la position privilégiée actuelle de l'expert-comptable.

En outre, pour **attirer les talents et conserver les ressources**, un cabinet qui traîne à intégrer les dernières

technologies souffre doublement. Les multiples bénéfices organisationnels tant pour le cabinet que pour ses clients restent alors inaccessibles, faute de déployer la dématérialisation à grande échelle.

Enfin, repousser le projet peut **accroître le stress des équipes** et des clients, lorsque l'échéance de l'obligation approche à grands pas. Dans la mesure où c'est impossible d'implémenter les processus chez tous les clients en même temps, la planification par étape apporte de la sérénité.

La directive ViDA (VAT in the digital age) adoptée en Europe

La réforme fiscale française en cours ne constitue qu'un palier dans le déploiement de la facturation électronique. Elle s'insère dans une **volonté plus large au niveau de l'Europe** d'harmoniser à terme les dispositifs d'échanges et de facturation. Avec l'adoption du règlement européen,

le **projet ViDA**, fin 2024, d'autres étapes interviendront dans les prochaines années en France. Ainsi en 2030, les flux intracommunautaires devront obligatoirement être dématérialisés. C'est à la fois loin et très près.

Les 4 étapes pour déployer la facture électronique dans votre cabinet et chez vos clients

Début 2025, une fois la période fiscale digérée, si vous ôtez le mois d'août souvent consacré aux vacances, **il vous reste finalement à peine 6 mois pour agir**. Pour 2026, le temps sera encore plus court d'ici le 1^{er} septembre 2026, date à laquelle tous vos clients doivent

avoir choisi une PDP pour recevoir leurs factures électroniques. Se mettre dès à présent en mode projet avec un diagramme de Gantt donne des repères avec des jalons précis à atteindre.



1^{ère} étape : penser le déploiement de la facture électronique en mode projet

Cette étape constitue plutôt une phase de pré-projet, afin de structurer la démarche et son organisation. Julien Catanese, diplômé d'expertise comptable et qui accompagne les clients d'AGIRIS, propose de se poser successivement plusieurs questions pour façonner son "projet FE".



Pourquoi le projet comporte-t-il deux phases, la mise en conformité et l'évolution du cabinet post-réforme ?

Lorsque vous interrogez les équipes en cabinet, les mots qui viennent au sujet de la facturation électronique se classent en deux catégories :

- automatisation, gain de temps, changement, usine à gaz, etc. ;
- opportunité, transformation du métier, avenir.

Les réactions dépendent des fonctions occupées dans le cabinet. Par exemple, les collaborateurs chargés de la saisie des écritures peuvent ressentir de l'inquiétude sur leur devenir. L'important est d'anticiper et de communiquer pour faire prendre conscience que le travail continuera d'exister pour tous. La mise en conformité est indispensable, mais le plus important c'est ce qu'elle engendre dans les organisations.

Comment se former et s'informer pour se préparer avec méthode ?

Prenez le temps de vous remettre en tête toutes les notions de base sur le sujet de la facture électronique. C'est un préalable pour bâtir, ensuite, une communication claire pour les clients, car les idées reçues ont la vie dure dans les entreprises.

Voici les éléments fondamentaux à appréhender :

- savoir ce qu'est une facture électronique ;
- connaître les objectifs finaux de la réforme ;
- maîtriser le périmètre de la réforme.



Pourquoi s'organiser en mode projet ?

■ LES IDÉES REÇUES

Certains cabinets pensent que le mode projet est inutile, car **les éditeurs vont tout gérer** et le 2 septembre 2026, la réception des factures électroniques fonctionnera automatiquement. Or, même si les prestataires conçoivent des PDP, **les outils ne font pas tout** dans une telle réforme. En outre, l'organisation de la production dans le cabinet va évoluer avec la facture électronique. Ceci se structure bien en amont, afin de disposer de processus fluides.

D'autres cabinets commettent une seconde erreur. Ils laissent chaque collaborateur communiquer seul avec les clients, sans cadre, échéances et jalons. **Le risque est que le déploiement n'avance pas** suffisamment vite pour le cabinet.

■ EN MARS 2025, IL VOUS RESTE SEULEMENT 18 MOIS

Sur papier, vous disposez de 18 mois d'ici la première étape de septembre 2026. Cette date concerne toutes les entreprises assujetties à la TVA et établies en France. Vous ne devez pas la minimiser. Tous les acteurs économiques devront avoir la **capacité de recevoir des factures électroniques** et donc avoir déjà choisi une PDP. Les pénalités existent et les clients sauront en parler à leur expert-comptable, le cas échéant !

C'est un peu la quadrature du cercle, car tout cabinet doit piloter ce projet alors :

- qu'il implique la gestion du changement ;
- et que le temps manque toujours.



■ LES AUTRES ACTEURS (NOTAMMENT LES BANQUES) SONT TRÈS ACTIFS

Enfin, les experts-comptables doivent être conscients que d'autres prestataires se positionnent pour **capoter les flux de factures électroniques** des entreprises. Ils peuvent même proposer des services de comptabilité ou de pré-comptabilité gratuits.

précieux. Il serait confronté à des soucis pour intégrer les factures dans ses outils de production. L'objectif du cabinet est d'accompagner les clients vers la plateforme de dématérialisation partenaire que le cabinet a choisie, plutôt que de subir.

Mieux vaut être **prêt avant de se faire rattraper** par la voiture-balai de septembre 2026 et celle de septembre 2027. En effet, plus le cabinet attend et plus il risque d'obtenir un portefeuille fragmenté avec de multiples PDP installées chez ses clients. Il perdrait alors un temps

Le **scénario du pire** pour les experts-comptables est celui qui s'est produit en Australie... Les cabinets y ont connu une baisse d'honoraires significative, du fait d'un report du déploiement trop important.

Quels sont les aspects organisationnels majeurs pour le cabinet ?

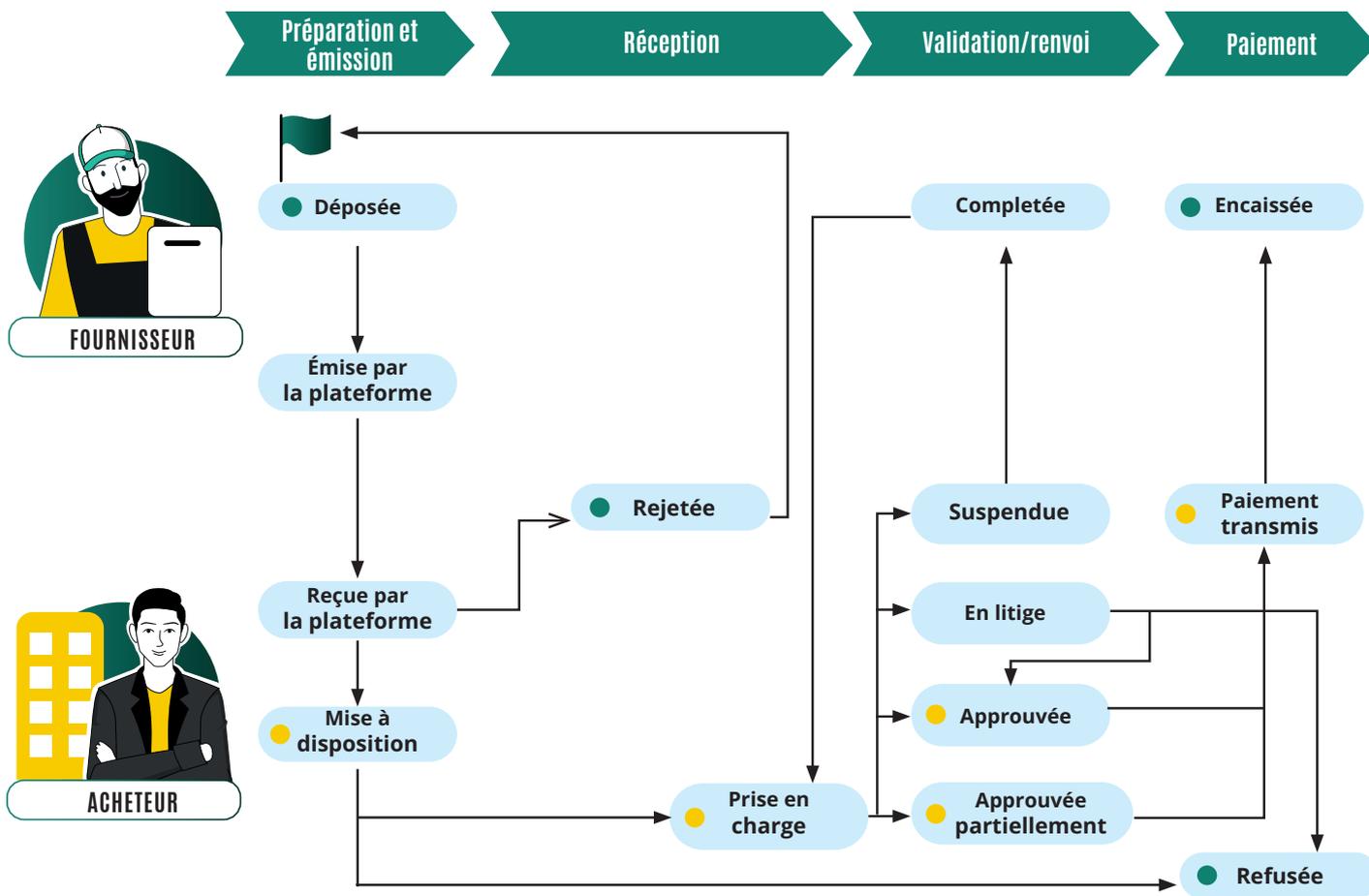
Prenons deux exemples très parlants : l'e-reporting et les statuts de facture. Les deux vont modifier sensiblement le travail, tant pour le cabinet que pour ses clients.

Les **délais de transmission de l'e-reporting** constituent un changement majeur pour les cabinets. Par exemple, pour les clients au réel mensuel, les informations sont à communiquer trois fois par mois à la DGFIP, via la PDP,

puis le PPF. Imaginez les données de caisse d'un commerçant pour lequel vous n'avez pas anticipé l'installation d'un logiciel connecté à une PDP.

La remontée des **statuts de factures** demande également de mettre en place suffisamment tôt la bonne organisation. Comment les clients perçoivent-ils cela aujourd'hui ? Que va proposer le cabinet sur ce plan ?

Gestion du cycle de vie sur le PPF



Agence pour l'Informatique Financière de l'État

● Statuts obligatoires ● Statuts recommandés

Source : support de présentation des spécifications externes b2b en 2021
https://www.impots.gouv.fr/sites/default/files/media/1_metier/2_professionnel/EV/2_gestion/290_facturation_electronique/support_de_presenta-tion_specifications_externes_b2b_-_07122021.pdf

Quelles étapes respecter pour avancer sereinement ?

Le fait de s'organiser en mode projet revient à fixer :

- le calendrier (à quelle date terminer le déploiement chez les clients) ;
- les objectifs et les indicateurs pour suivre l'avancement ;
- l'équipe projet et la nomination d'un référent, y compris avec un accompagnement externe pour les personnes qui exercent seules ;
- les moyens humains et matériels.

Le calendrier comporte lui-même plusieurs phases :

- la fixation des objectifs et la constitution de l'équipe projet ;
- la segmentation du portefeuille client et la construction d'une offre adaptée à chaque segment ;
- la formation des équipes et l'organisation interne du cabinet ;
- la communication auprès des entreprises ;
- le déploiement effectif de l'offre, avec une date butoir.

Petit exercice rapide : divisez le nombre de dossiers de votre cabinet par 18 mois (délai restant en mars 2025 d'ici septembre 2026). Vous obtenez la quantité moyenne d'entreprises à basculer vers la facture électronique chaque mois.

Quels objectifs se fixer pour un projet de déploiement de la facture électronique ?

Les **objectifs sont identiques dans tous les cabinets** :

- tous les clients doivent avoir la capacité de recevoir les factures électroniques de leurs fournisseurs au 1^{er} septembre 2026, et donc disposer d'une PDP ;
- tous les clients PME, TPE et micro-entreprises doivent pouvoir émettre leurs factures, réaliser l'e-reporting et gérer les statuts pour septembre 2027.

Les **sous-objectifs** comprennent donc pour chaque client du cabinet :

- le choix d'une PDP et l'inscription ;
- l'utilisation d'un logiciel de facturation et/ou d'un logiciel de caisse conforme ;
- une organisation claire entre ce que fait le client et ce que fait le cabinet, avec les formations nécessaires de chaque acteur.

Chaque objectif doit faire l'objet d'un indicateur, afin de suivre l'avancement du projet de façon factuelle. Par exemple, pour l'adhésion à une PDP, le cabinet suit le taux de clients inscrits à date sur une plateforme.

Comment gérer l'équipe projet et quels outils utiliser ?

AGIRIS apporte plus de conseils à ses clients sur cette étape de la gestion du projet. Notamment, nous vous suggérons des modes de fonctionnement pour **votre équipe projet**. La gestion du changement implique en effet de piloter les ressources, en appliquant les bonnes pratiques qui ont fait leurs preuves, quel que soit le projet.

Quant aux outils de gestion de projet, de nombreuses solutions existent. Citons Sharepoint de Microsoft, Google Drive, Notion, Trello, Monday, Asana, etc. Un diagramme de Gantt facilite aussi le travail. C'est d'ailleurs **un outil qu'AGIRIS offre à ses clients** pour le projet facture électronique.

2^{ème} étape : segmenter son portefeuille client et réfléchir à son offre de services

Beaucoup d'experts-comptables n'ont pas encore adopté cette **technique marketing**. Elle peut pourtant s'avérer d'un grand secours pour de la gestion de projet.

Une segmentation de la clientèle utile aussi pour l'après-projet FE

La démarche de segmentation client s'avère pertinente pour **toute réflexion relative à la stratégie commerciale** des cabinets, tant pour le projet facturation électronique que pour l'après.

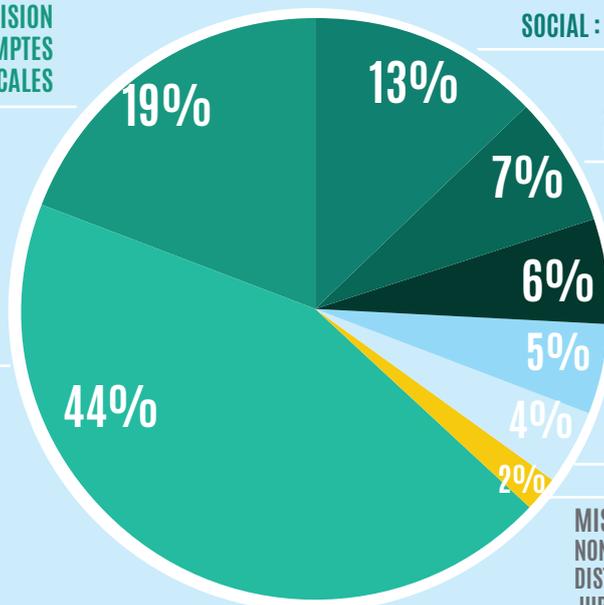
Selon une étude de 2020 réalisée par le think tank Les Moulins, 63 % du chiffre d'affaires des cabinets était lié à la saisie comptable et à la production des comptes. Interrogez-vous aussi sur les honoraires que les clients accepteront de payer pour des tâches demain automatisées à 80 %, grâce à la facture électronique.

Ajoutons que les autres acteurs qui émergent vont tirer les tarifs par le bas. Ces deux phénomènes **remettent en cause le modèle économique de la profession**. C'est finalement une bonne nouvelle, quand vous prenez conscience de tout ce que les clients attendent de leurs cabinets et que ceux-ci ne peuvent pas leur apporter pour le moment. La facture électronique sera une opportunité majeure de transformer son CA et d'accroître la part du conseil. Encore faut-il étudier les besoins et les comportements de chaque segment de clientèle.

Quelle est la répartition du chiffre d'affaires de votre cabinet par activité ?

SURVEILLANCE/RÉVISION
ET ÉTABLISSEMENT DES COMPTES
ANNUELS + DÉCLARATIONS FISCALES

TENUE ET ÉTABLISSEMENT
DES COMPTES ANNUELS
+ DÉCLARATIONS FISCALES



SOCIAL : PAIE ET TRAVAUX ANNEXES

JURIDIQUE COURANT
ET TRAVAUX ANNEXES

ACCOMPAGNEMENT
DE GESTION/PILOTAGE

ACCOMPAGNEMENT
ADMINISTRATIF : FULL SERVICE

COMMISSARIAT AUX COMPTES

MISSIONS EXCEPTIONNELLES
NON RÉCURRENTES DE CONSEIL FACTURÉES
DISTINCTEMENT EN FISCAL, SOCIAL,
JURIDIQUE, GESTION...

Source : Enquête Les Moulins, Les métiers de demain, 2020

<https://lesmoulins.club/wp-content/uploads/lesmoulins-quels-metiers-demain-septembre-2020.pdf>

Quels critères retenir pour segmenter le portefeuille ?

Tous les clients n'ont **clairement pas les mêmes besoins** en matière de facturation électronique. Aussi, établir la segmentation du portefeuille aide à déterminer la solution adaptée à chaque segment. Ici, nous évoquons la segmentation afin de proposer une offre de services autour de la facture électronique. D'autres segmentations s'envisagent pour l'après-projet FE.

Voici des **exemples de critères** pour trier les clients :

- le champ d'application de la réforme ;
- l'équipement du client ;
- la volumétrie à traiter ;
- l'activité ;
- le comportement des dirigeants.

Ensuite, **après cette première segmentation grossière**, vous pouvez développer des critères secondaires pour aller plus en détail. Mais ce premier niveau est déjà très pertinent. Ainsi, vous pouvez ajouter le sous-critère des ventes export, les ventes B2B ou B2C, les spécificités sectorielles, etc.

La typologie des offres en matière de facturation électronique par rapport aux critères

Par exemple, les entreprises qui ne disposent pas d'outil de facturation conforme doivent commencer par en adopter un et le mettre en place.

Quel que soit le niveau d'équipement du client, s'il refuse d'aller vers la facture électronique, le cabinet doit toutefois **déterminer une offre de services adaptée** à chaque cas. Il peut s'agir d'une externalisation des tâches auprès du cabinet. La communication diffère également pour chaque cas de figure.

Quelques exemples :

Un coiffeur n'émet pas de factures, mais est concerné par la réforme au niveau des tickets de caisse (e-reporting). Dispose-t-il d'un logiciel de caisse conforme ?

Un artisan plombier peut facturer des entreprises et des particuliers, ce qui le contraint à mettre en place les deux processus, e-invoicing et e-reporting. Quel est son niveau d'équipement informatique actuel ?



Impact de la segmentation sur le travail et l'organisation interne du cabinet

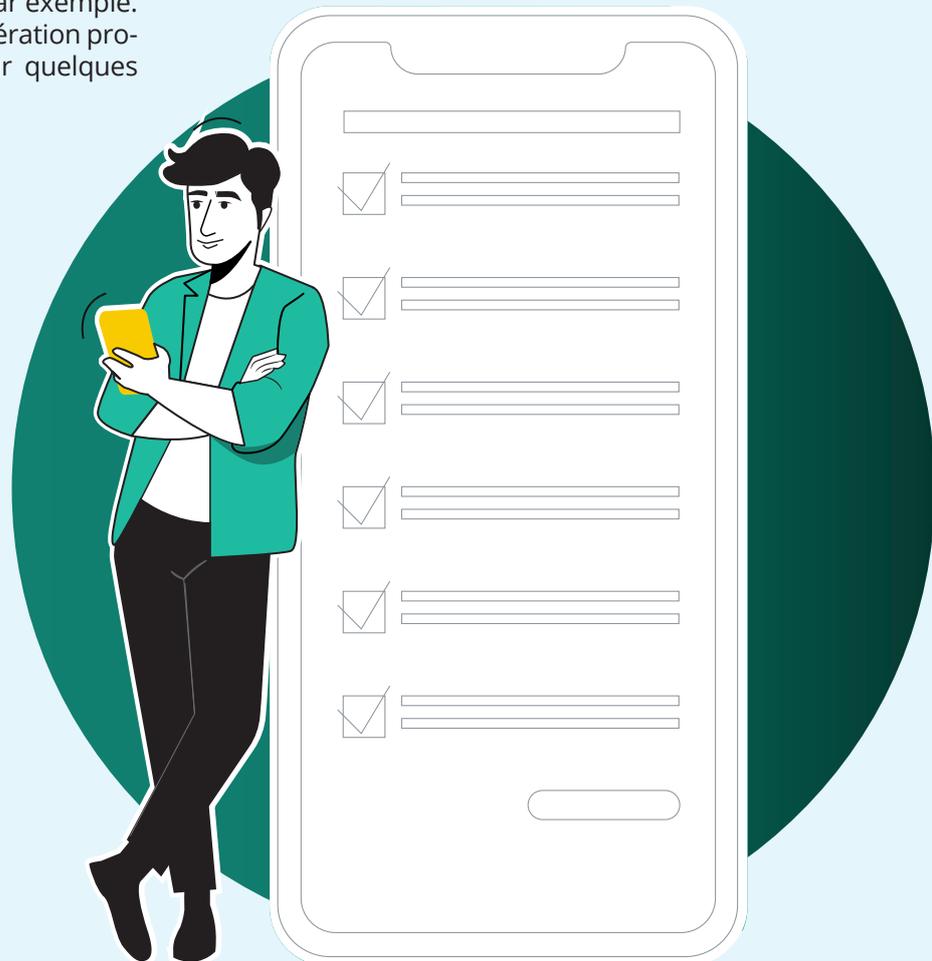
L'équilibre actuel des tâches et de la charge de travail entre les membres de l'équipe peut être remis en cause, notamment à cause de l'e-reporting. Certains collaborateurs qui ont davantage de CA12 dans leur portefeuille (régime simplifié) auront moins de travail que ceux qui ont plus de clients au régime réel. En effet, ces derniers

devront remonter **les données e-reporting** trois fois par mois. Il en va de même pour la gestion des statuts de factures. Tous ces aspects impactent fortement la production du cabinet et l'offre de services aux clients. C'est tout l'intérêt de la segmentation.

Collecte des informations auprès des clients

Une fois les critères de segmentation définis, vient le temps de **recueillir les informations clients**. Mettez en place un questionnaire pour les points dont le cabinet ne dispose pas déjà de l'information. De nombreux outils comme Google Forms facilitent ce processus et le dépouillement automatique des réponses. Vous pouvez aussi fonctionner avec une check-list donnée à chaque collaborateur et qu'il remplit lors de sa rencontre avec ses clients.

Le canal de remontée de l'information dépend parfois des segments clients et de leur comportement. Certains sont réfractaires à des enquêtes par e-mail par exemple. Planifiez ce travail avec des objectifs de récupération progressive des informations, au maximum sur quelques mois.



Réfléchir à l'offre client

Cette étape peut se lancer, **sans attendre le retour des informations liées à la segmentation**. Mieux vaut d'ailleurs le faire en amont, car les échanges clients vont générer des questions auxquelles vous devrez répondre tout de suite.

Une fois les segments clients définis, il devient possible de visualiser la répartition du portefeuille sur un graphique du type nuages de points. Par exemple, sur l'abscisse, vous situez les clients assujettis à la TVA en fonction de leur équipement informatique. Sur l'ordonnée, vous mesurez leur niveau de maturité numérique (résistance au changement).

Ainsi, vous avez une vue synthétique des **trois axes à travailler pour votre offre de services** :

- équipement en logiciel ;
- accompagnement et formation ;
- externalisation de certaines tâches par l'entreprise auprès du cabinet.

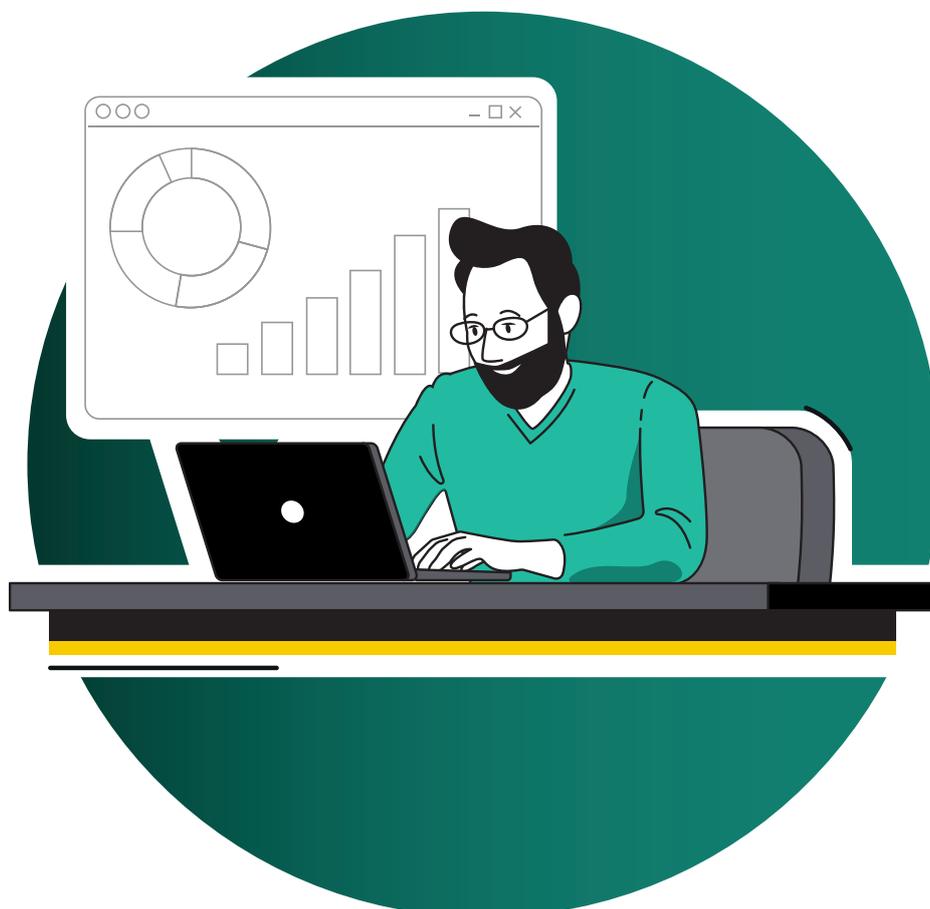
Prenons quelques exemples :

- **L'entreprise sans équipement** et réticente au changement informatique peut se voir proposer une prestation du cabinet qui consiste à faire les factures à sa

place. C'est important aussi de prévoir un point régulier avec ce dirigeant, afin de conserver le contact et de prodiguer du conseil.

- **Le client dont l'outil n'est pas conforme** et qui souhaite se lancer dans le processus pourrait être tenté par des outils sur le marché, en dehors de l'offre du cabinet. Ici, l'urgence est d'apporter une solution logicielle pour la facturation et en tant que PDP.
- **L'entreprise est déjà équipée** pour la facturation électronique. N'oubliez pas ces types de clients et les services que vous leur proposez pour le fonctionnement effectif de leur comptabilité.

Pour chaque offre, réfléchissez aussi au temps de travail engendré pour le cabinet et établissez une **tarification adaptée pour les différents services** proposés. Toute cette démarche permet de réfléchir à ce que vous souhaitez inclure et exclure de votre offre.



3^{ème}

étape : préparer la facture électronique en interne du cabinet

Mieux vaut avoir déjà bien réfléchi à son offre et à la segmentation de la clientèle pour attaquer cette troisième phase du projet. C'est aussi important d'avoir rassuré les équipes et apporté les bonnes consignes en interne, avant de passer à l'étape ultime : l'information des clients.

Ainsi, tout le cabinet est en ordre de marche, avec des **messages coordonnés et cohérents**. Chacun peut répondre aux questions des clients de façon structurée, le

tout en phase avec la stratégie retenue. Vous disposez alors d'ambassadeurs pour le projet.

Tous les acteurs avancent en dehors de l'expertise comptable. Les PDP communiquent. L'administration réalise également des annonces de nouvelles étapes régulièrement (rôle du PDP, Peppol France, ViDA, etc.). Et les banques ne sont pas en reste, loin de là. Reporter le projet comporte des risques pour les experts-comptables.

Comprendre les résistances au changement pour mieux accompagner les collaborateurs

Ici, le travail consiste d'abord à identifier ce qui semble **le plus bloquant pour vos équipes**. Voici des exemples :

- manque de connaissance sur la réforme et scepticisme ;
- peur du changement dans les processus de travail et aussi dans la relation avec le client ;
- communication insuffisante au sein du cabinet ;
- manque de temps pour y penser ;
- incompréhension de qui doit faire quoi ;
- réceptivité insuffisante des clients.

Clairement, sans informations et communication, c'est impossible d'embarquer les équipes. Le manque de temps est aussi un facteur bloquant majeur.

Quel que soit le projet, les statistiques mettent toujours en évidence trois catégories de personnes en matière comportementale. C'est le concept de la courbe de diffusion de l'innovation :

16%

de réceptifs

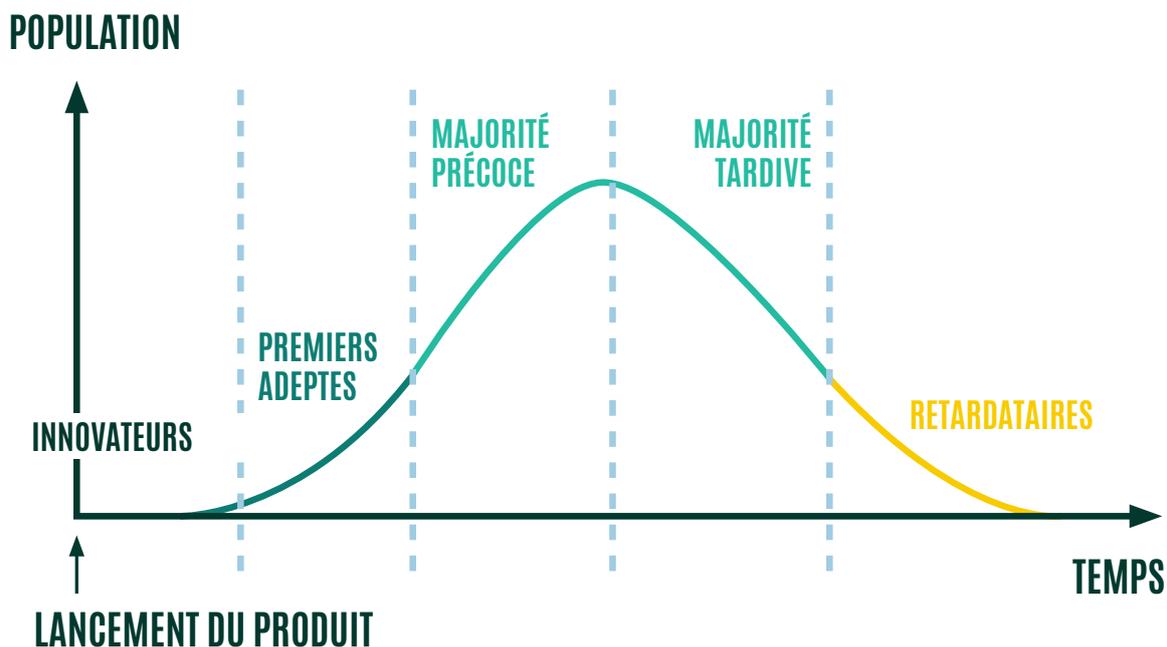
68%

de suiveurs

16%

de réfractaires

La courbe de diffusion de l'innovation (Rogers) (Adoption/Innovation Curve)



Source : Law of Diffusion Innovation selon Everett Roger et Geoffrey Moore
<https://www.lescahiersdelinnovation.com/la-courbe-de-diffusion-de-l-innovation/>

Pour la facture électronique, les craintes majeures sont les suivantes :

PEUR DE PERDRE SON EMPLOI ;



CRAINTE DE NE PAS ÊTRE À LA HAUTEUR ;



MANQUE DE CONFORT PAR RAPPORT AUX HABITUDES ANTÉRIEURES ;



DU TRAVAIL SUPPLÉMENTAIRE PENDANT LA PHASE DE TRANSITION.

Savoir lever les inquiétudes des collaborateurs

D'une part, le cabinet aide les équipes à **comprendre l'impact de la réforme**. Aborder le sujet par les aspects purement techniques (PDP, PPF, concentrateur, annuaire, etc.) n'est pas la meilleure manière de les motiver. Pourtant, vous devez éviter de rester dans l'abstrait.

Commencez par des **choses concrètes à gérer pour chaque client** du cabinet :

- comment recevoir des factures ;
- comment émettre des factures ;
- comment suivre les statuts des factures ;
- comment gérer et envoyer les données de caisse à l'administration fiscale.

Pour chaque point, échangez pour savoir qui sera concrètement en charge :

- d'équiper les clients ;
- de former les clients ;
- de gérer les clients peu à l'aise sur le plan informatique ;
- de préparer le e-reporting.

Chaque point évoqué doit aussi comporter des éléments concrets sur le **fonctionnement des différents outils** à chaque étape. AGIRIS propose de nombreuses vidéos sur les interactions entre ses logiciels.

Expliquer la vision stratégique du cabinet aux collaborateurs

Vous devez expliquer à vos collaborateurs votre stratégie. Vous pouvez aussi faire travailler les équipes directement sur la segmentation du portefeuille. L'essentiel est de disposer avant de la vision stratégique du cabinet. En réalisant de la **co-construction**, vous embarquez davantage les collaborateurs. Le fait de leur exposer l'offre construite permet aussi de leur parler ensuite de leurs **futurs métiers**.



Mesurer les impacts sur les métiers et sur les ressources

Actuellement, la **production comptable** s'organise autour des phases de collecte, de saisie et pointage, de révision des dossiers et de restitution aux clients. D'ailleurs, la très grande majorité des embauches en cabinet correspond pour le moment à des profils comptables.

La digitalisation des factures conduit inéluctablement à une transformation profonde des métiers. Les premières étapes de la production sont remplacées par **l'intégration des flux et leur vérification**. S'ajoutent à cette nouvelle chaîne de production, les nouvelles offres de service liées au déploiement de la facture électronique.

Cette évolution va faire émerger de nouveaux métiers :

- **Le collecteur de données.** C'est une personne qui réalise la veille auprès des éditeurs et qui peut installer les outils et former les utilisateurs. Il n'a pas forcément de formation comptable, mais une bonne connaissance du monde de l'entreprise. Il est à l'aise avec les outils informatiques.
- **Le contrôle ou gestionnaire de flux** (data controller) dispose de connaissances comptables. Il s'assure de la correcte insertion des flux en comptabilité. Cela peut être un assistant comptable actuel qui évolue vers ce poste.
- **Le comptable** est chargé de la révision des dossiers.

- **Le conseiller d'entreprise** est un collaborateur distinct. Il prend en charge la restitution des bilans et des situations, ainsi que l'accompagnement sur les nouveaux services.

Notez toutefois que pour les nouvelles offres liées à la facture électronique, plusieurs profils sont sollicités. Par exemple, le collecteur de données peut prendre en charge l'installation des outils et la formation des clients.

Certaines missions d'accompagnement, comme l'externalisation de la facturation, le recouvrement de créances, peuvent intéresser un assistant comptable. Il devient alors **assistant administratif**.

Une fois ce travail effectué avec l'équipe, il convient de se projeter afin de dégager les ressources manquantes et d'évaluer les formations, voire les recrutements à organiser. L'Ordre des experts-comptables propose des outils pour **réaliser cette analyse et pour se former aux nouveaux métiers** :

[Profession comptable 2030](#)

[Cap 2030](#)



4^{ème} étape : communiquer auprès de ses clients pendant la période fiscale et au-delà

Votre projet est en marche. L'offre client est bâtie et les collaborateurs sont informés. Il est grand temps de communiquer avec les clients. Les **rendez-vous bilans** constituent un excellent moment d'échange avec les entreprises, même si ce ne sont pas les seuls. C'est aujourd'hui incontournable d'aborder le sujet systématiquement avec chaque client, vu les délais qu'il reste pour embarquer toutes les entreprises.

Même si vous n'êtes pas totalement prêt, ne repoussez pas cette communication. Les autres acteurs sont ultra-présents sur le marché de la facture électronique, en particulier les banques. Vous ne pouvez plus attendre. Votre communication doit **devenir top of mind** dans l'esprit de vos clients.

Les fondamentaux de la gestion du changement

Comme évoqué précédemment au niveau de la psychologie du changement, dans tout projet, vous distinguez trois catégories de réaction :

16%

des personnes réceptives qui agissent du fait de l'attrait de la nouveauté

68%

de suiveurs qui se positionnent en fonction de ce qu'ils observent et de la réaction des autres

16%

de réfractaires, qui évoluent uniquement du fait d'une obligation et du risque de la sanction

Vous devez donc préparer des arguments différents pour ces trois catégories distinctes. C'est le critère de l'attitude face au changement qui est important.

Par qui commencer et pourquoi éviter une campagne de communication globale ?

Si vous démarrez par les clients réceptifs au changement, vous aurez des **retours rapides de ces ambassadeurs**. Une fois qu'ils ont finalisé la préparation à la facture électronique, faites-les témoigner. Ainsi, ils entraîneront les clients qui sont dans la catégorie des suiveurs. Il ne vous restera plus qu'à convaincre les plus réfractaires.

En évitant de commencer par les clients les plus négatifs, vous ne vous épuisez pas à les convaincre. Ils ne sont pas prioritaires dans la démarche de communication.

Comment font les autres acteurs de la facture électronique pour communiquer ?

C'est important de savoir ce que vos clients entendent en dehors de leur cabinet d'expertise comptable. Jusqu'à présent, vous êtes le seul à **avoir en accès privilégié le détail des flux d'achat et de vente**, factures et tickets de caisse, de toutes les entreprises. Pour le moment, le banquier a besoin de l'expert-comptable pour établir un prévisionnel, sur lequel il peut se baser pour octroyer un financement. C'est ce qui vous confère la position de partenaire privilégié et de confiance.

Ainsi, avant la facture électronique, les pièces collectées par le cabinet y demeurent et ne sont pas accessibles aux autres partenaires de l'entreprise. **Avec la numérisation, la barrière que constituait le papier disparaît**. Le client peut même choisir de déposer ses flux numériques d'abord auprès de sa banque, ce qui mettrait l'expert-comptable en seconde ligne. Vous devez donc absolument éviter la dispersion de vos clients auprès de PDP tierces multiples, car vous allez vous épuiser à recentraliser ces flux.

Les premiers à communiquer dès fin 2024 sont la banque en ligne Qonto et Kolecto, la filiale PDP du Crédit



Agricole. L'analyse de leurs messages de communication est intéressante. **Leur discours est positif et orienté sur les bénéfices.**

La communication massive par tous les conseillers bancaires va démarrer dès le printemps, alors que les experts-comptables sont encore dans leur période fiscale. **Inspirez-vous de ces slogans positifs pour communiquer** avec vos clients. Évitez l'anxiété et le discours négatif pendant la période fiscale.

Mettez en avant les points positifs pour l'entreprise. **Le client ne se soucie pas des problèmes techniques** que vous allez devoir gérer en tant qu'expert-comptable. Les contrôles des données émanant des PDP ou envoyées aux PDP, ce n'est pas son sujet. C'est le vôtre. Si l'entreprise vous confie le travail, c'est pour avoir l'assurance que vous prenez en charge ces aspects techniques et pratiques.

Cartographier ses clients et adapter le message à chaque typologie



LE CLIENT MODÈLE ET OUVERT AU CHANGEMENT TECHNOLOGIQUE

- Mise en avant de l'innovation et des opportunités apportées par la facture électronique.
- Détail des atouts du processus et des gains de performance.



LE CLIENT DE BONNE VOLONTÉ, MAIS ATTENTISTE

- Simplicité et accompagnement.
- Mise en avant des aspects pratiques de la facturation électronique.



LE CLIENT RÉFRACTAIRE, VOIRE DÉTRACTEUR

- Approche pédagogique sur les gains de la facturation électronique.
- Réponse aux inquiétudes.
- Détail des sanctions en cas de non-respect de l'obligation.
- Selon le choix du cabinet, évocation du surcoût en honoraires, voire de l'arrêt de la mission.



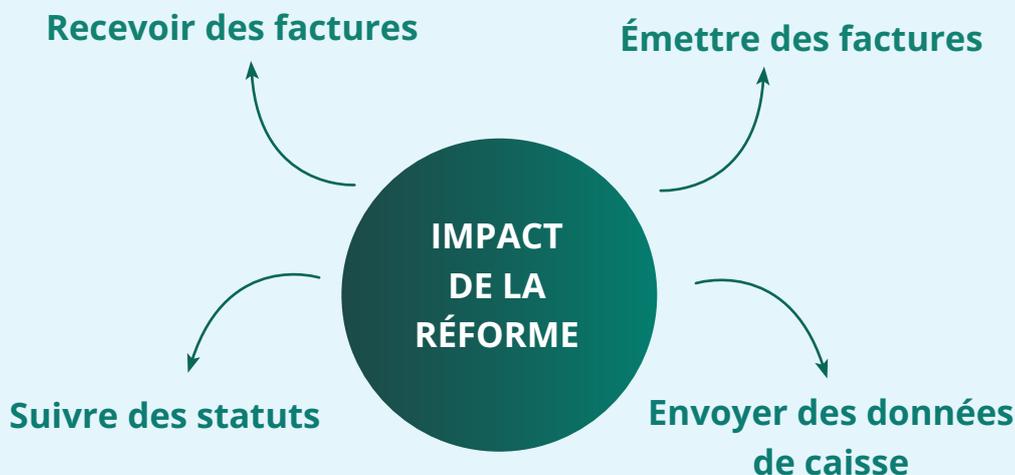
Construire son approche client

Vous pouvez commencer par **bâtir un message simple et harmonisé** pour tous les collaborateurs du cabinet auprès de tous les clients. Il peut contenir les points suivants :

- le cabinet suit les changements et les anticipe ;
- le passage à la facturation électronique comporte de nombreux avantages ;
- le changement va créer une nouvelle relation, avec plus de proximité, de conseil, et moins tournée sur le passé.

Évitez d'être trop technique et de parler de vous et du cabinet. À terme, le sujet technique de la plateforme n'est plus un sujet pour le client. C'est peut-être le vôtre, mais cela est secondaire.

Bannissez des termes comme PDP, e-invoicing, e-reporting, etc. Ce qui importe pour le client, c'est **le concret qui le concerne au quotidien** (comme pour la communication avec vos collaborateurs).



Les bénéfiques à mettre en avant pour le client

- ✓ Zéro papier et envoi automatique des factures
- ✓ Baisse des coûts de gestion sur toute la chaîne de la facture
- ✓ Meilleure gestion des échéances (raccourcissement des délais de paiement)
- ✓ Réduction des litiges
- ✓ Facilité et sécurité du stockage des factures sur la plateforme
- ✓ Pérennité de la solution adoptée en 2025, avec adaptation au fur et à mesure des évolutions réglementaires (directive ViDA par exemple)

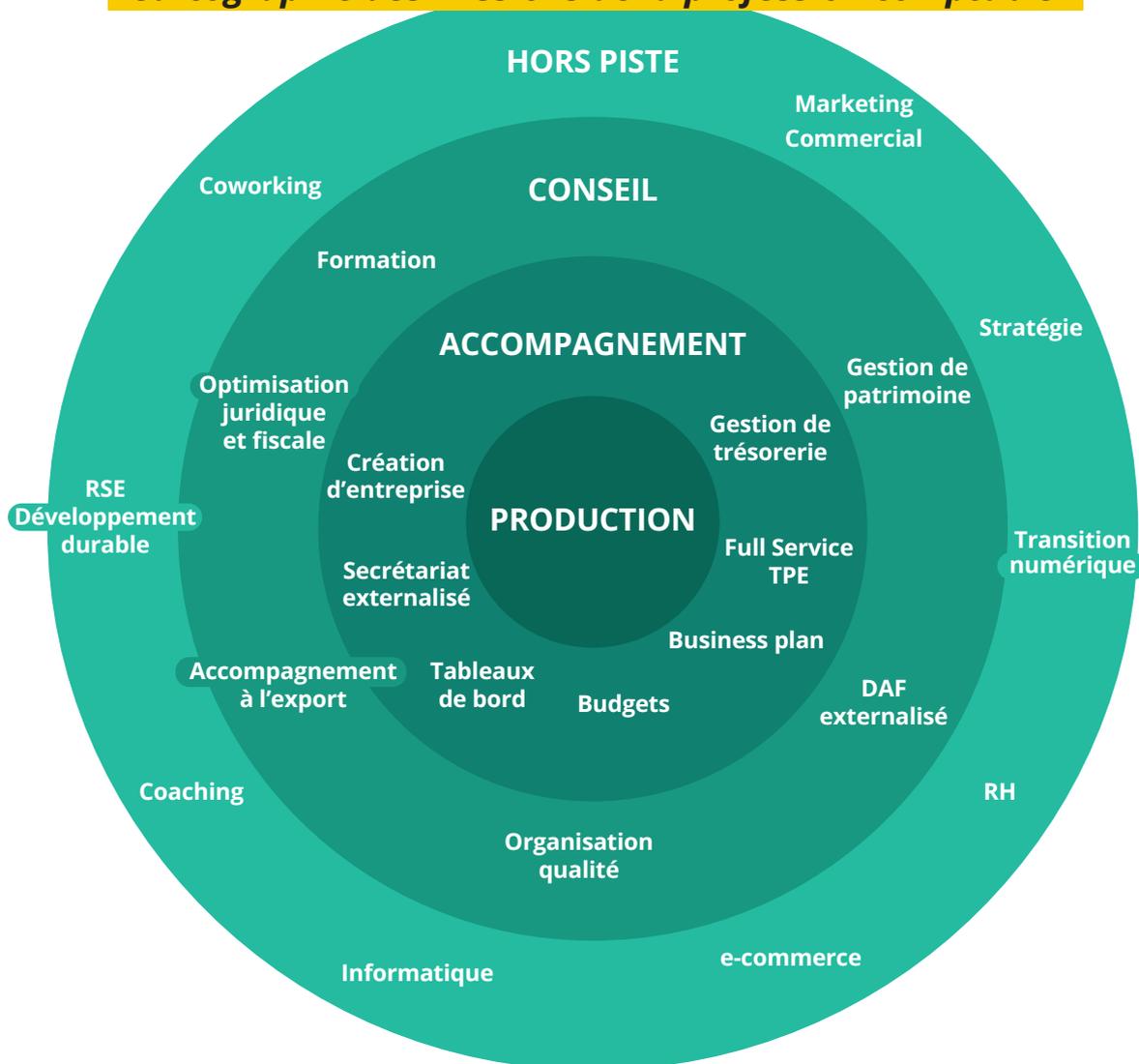


Insérer l'offre du cabinet dans la communication

Soyez prêt à répondre aux objections sur les honoraires et le temps économisé. En disposant d'une offre de services facture électronique et aussi de missions de conseil, vous pouvez argumenter. Si vous oubliez cette partie essentielle à la communication et restez sur l'aspect automatisé et gain de temps, vous risquez d'enlever des prestations avec votre client, **sans rien ajouter d'autre**. C'est essentiel de rééquilibrer la balance immédiatement, en exposant ce que l'expert-comptable propose pour demain.

Le schéma ci-dessous du think tank Les Moulins donne une idée de la **palette envisageable**. Pensez à aborder l'intérêt des données en temps réel dont vous allez enfin disposer et qui vont vous ouvrir le champ des possibles pour l'accompagnement en gestion. C'est aussi une manière d'expliquer que vous rencontrerez votre client régulièrement pour échanger sur son business.

Cartographie des missions de la profession comptable



Source : *quelles missions demain ? @Les Moulins, juillet 2017.*

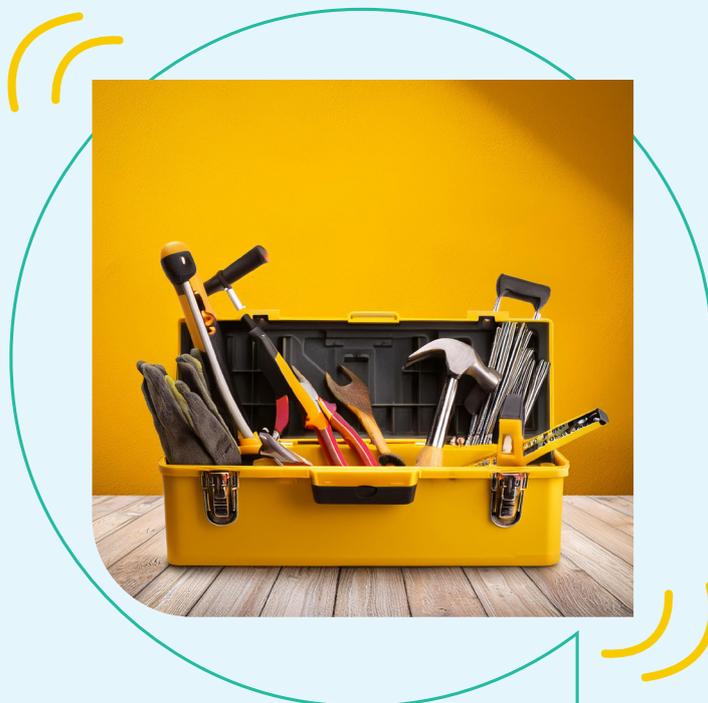
<https://lesmoulins.club/wp-content/uploads/etudes-missions-demain-juillet-2017.pdf>

Préparer les objections des clients et les réponses

C'est important d'avoir **les réponses réflexes préparées avant les rendez-vous** avec les clients. Faites des mises en situation avec les collaborateurs pour les entraîner à répondre aux clients. Pour les clients AGIRIS, les formations en ligne comportent des listes d'objections et de réponses.

Les boîtes à outils pour votre projet FE

AGIRIS propose de nombreux **outils pratiques** que nous vous détaillons dans la dernière partie du livre blanc. Le Conseil national de l'ordre des experts-comptables est également une source d'information très riche pour vous aider à déployer le processus de la facture électronique. Notamment, vous y trouverez des **modèles de lettre de mission** pour la transformation numérique de l'entreprise.



Comment AGIRIS accompagne-t-il ses clients experts-comptables dans un tel projet ?

AGIRIS est un **éditeur de logiciels** qui offre toute la panoplie d'applications utiles pour la gestion des dossiers clients et du cabinet. Nous nous efforçons de vous apporter les supports documentaires, les formations et les outils de communication pour la réforme de la facturation électronique.

L'offre logiciel d'AGIRIS, le socle pour une dématérialisation réussie

La **facturation électronique avec AGIRIS**, c'est un pilotage en temps réel avec un seul circuit pour tous les clients et un espace d'archivage unique. C'est l'assurance pour le cabinet de se simplifier la vie.

Ainsi, **AGIRIS propose aux experts-comptables** :

- **AMICOMPTA**, l'outil IA pour le traitement des factures et la saisie automatisée des écritures comptables ;
- **ISACOMPTA CONNECT** pour l'automatisation de la collecte des factures et pour la digitalisation de la relation client ;
- **eFacture**, la PDP d'AGIRIS qui s'intègre parfaitement aux autres outils du cabinet.

Nos services d'accompagnement pour les cabinets d'expertise comptable

Nous avons conçu toute une **boîte à outils** pour vous faciliter la gestion du projet facture électronique au sein du cabinet et chez vos clients.

■ LES SESSIONS DE FORMATION OFFERTES À NOS CLIENTS

Ces **4 sessions de consulting AGIRIS** animées par Julien Catanese vous aident à mettre en œuvre votre projet facture électronique. Elles comportent quatre webinaires sur les 4 étapes évoquées dans ce livre blanc. D'une durée de 1h à 1h30 chacune, elles vous apportent les clés essentielles pour la mise en place opérationnelle de chaque étape dans votre cabinet et chez vos clients. Lors de chaque session, les participants repartent avec des actions concrètes à réaliser avant d'assister au webinaire suivant.

■ L'AIDE À LA SEGMENTATION CLIENT

AGIRIS offre à ses clients un outil d'analyse du portefeuille avec sa plateforme **FE Ready "Fready"**. Ainsi, vous disposez d'un scoring des clients et d'une aide à la classification, afin de leur proposer un accompagnement personnalisé pour leurs besoins.

■ LA PLATEFORME FE READY, UNE BOÎTE À OUTILS POUR CHAQUE CABINET

AGIRIS met à disposition de ses clients la plateforme web "Fready" pour les aider à gérer le projet facture électronique au sein du cabinet. Ils y trouveront des outils comme un diagramme de Gantt pour bien comprendre les différentes étapes du projet, une aide à la segmentation de leur base clients, mais aussi une bibliothèque de documents sur la facture électronique à partager aux collaborateurs du cabinet et à ses clients.

Lancez sans attendre votre projet facture électronique avec l'aide d'AGIRIS

Les autres acteurs de la facture électronique sont plus qu'à l'affût. Ils sont à l'action et la communication va s'intensifier. La période fiscale 2025 ne doit pas vous faire oublier l'importance stratégique de **communiquer avec vos clients dès ce printemps**. Les risques de perdre la primauté de l'information dont vous disposez historiquement sont bien réels. Une telle communication orientée client doit se préparer en amont. C'est un réel projet stratégique pour chaque cabinet.

AGIRIS accompagne la profession depuis 20 ans et ne cesse d'innover sur le plan des logiciels proposés. Pour la facture électronique, nous sommes prêts. Nous offrons un **accompagnement complet à tous nos clients experts-comptables**, afin de mettre concrètement en marche le projet facture électronique.

Pour en savoir plus sur ce type d'accompagnement, [prenez rendez-vous avec un conseiller](#).



**La confiance
est un élément majeur :
sans elle, aucun
projet n'aboutit.**

Éric Tabarly,
Mémoires du large.

À PROPOS D'AGIRIS

AGIRIS est le partenaire de 7 100 cabinets comptables et 87 000 entreprises, facilitant leur gestion et leur collaboration, en plaçant l'humain au cœur de sa démarche.

Premier éditeur de logiciels français et indépendant, fort d'une expérience de plus de 20 ans, AGIRIS est riche d'un savoir-faire et d'une expertise produit unique.

AGIRIS conçoit sa gamme de solutions et son écosystème pour répondre aux besoins d'automatisation et de nouveaux services des cabinets comptables et des chefs d'entreprise. Chaque année, l'entreprise investit 25 % de son CA pour moderniser et réinventer ses logiciels de production, de pilotage et d'accompagnement du chef d'entreprise.

AGIRIS mobilise chaque jour plus de 750 collaborateurs pour former et accompagner ses clients dans l'utilisation de ses solutions. Développer une relation de confiance, de proximité et d'intelligence collective, porteuse de sens pour chaque collaborateur et chaque client est une priorité.

Derrière AGIRIS c'est tout un groupe qui garantit le choix d'un partenaire français et indépendant. Le Groupe ISAGRI conçoit et intègre des solutions informatiques qui facilitent le quotidien des entrepreneurs depuis 1983. Labellisé Great Place To Work® depuis 8 années, le groupe se caractérise par l'indépendance, l'innovation et l'investissement à long terme.

Pour plus d'informations, rdv sur www.agiris.fr



www.agiris.fr

AGIRIS est une marque ISAGRI
Avenue des Censives - BP 50333 - Tillé - 60026 BEAUVAIS Cedex
Tél. 03 44 06 84 00 - communication@agiris.fr
ISAGRI - SAS au capital de 5 100 000 euros - 327 733 432 RCS Beauvais

agiris.