

PROJECTEURS

L'ÉCLAIRAGE INDISPENSABLE
POUR PRÉPARER VOTRE PROJET

DEVENIR CONSULTANT INDÉPENDANT



AVRIL 2023

bpifrance

CRÉATION

PROJECTEURS

AVANT-PROPOS

Les dossiers Projecteurs constituent un outil de premier niveau d'analyse d'un métier ou d'un secteur. Ils s'adressent aux porteurs de projets entrepreneuriaux, futurs micro-entrepreneurs ou dirigeants de TPE (commerçants, artisans, professions libérales, *etc.*), et à leurs conseillers.

Chaque dossier présente de façon synthétique et pédagogique une description de l'activité sur les plans économique et réglementaire, les tendances, les chiffres-clés du métier et/ou du marché, la réglementation applicable, des contacts et des sources d'information, une bibliographie ainsi que de nombreux conseils.

Ce document ne développe pas la méthodologie générale de création/reprise d'entreprise. Celle-ci est détaillée sur le site **[Bpifrance-creation.fr](https://bpifrance-creation.fr)**. Vous y trouverez des contenus spécifiques sur les **structures juridiques**, les **financements**, les **aides**, la **fiscalité**, les **locaux**, le **statut social et fiscal de l'entrepreneur**... Rapprochez-vous également des **réseaux d'accompagnement** à la création/reprise d'entreprise pour une étude locale de votre marché.

Si vous souhaitez actualiser les informations contenues dans ce dossier, n'hésitez pas à vous renseigner directement auprès des sources mentionnées.

Le dossier Projecteurs DEVENIR CONSULTANT INDÉPENDANT est édité par Bpifrance.

Son contenu est 100 % numérique. Il est vendu au prix de 16 € TTC à l'adresse : <https://bpifrance-creation.fr/librairie>

27-31, avenue du Général Leclerc, 94700 Maisons-Alfort

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

Nicolas Dufourcq

CONTACTS

Sonia Julaud (sonia.julaud@bpifrance.fr)

Laurence Tassone (laurence.tassone@bpifrance.fr)

ISBN : 978-2-38076-047-7

Bpifrance, avril 2023

MISES EN GARDE

1. Ce dossier est réalisé par Bpifrance Création avec la collaboration de certains organismes professionnels. Malgré tout le soin apporté à sa réalisation, Bpifrance ne peut garantir les informations dans le temps et décline toute responsabilité quant aux conséquences résultant de leur usage ou d'erreurs éventuelles. Les exemples sont donnés à titre indicatif et non exhaustif, et ne sauraient en aucun cas engager la responsabilité de Bpifrance à quelque titre que ce soit.
2. Ce dossier ne constitue pas une méthodologie de création ou de reprise d'entreprise. Seules sont analysées les spécificités d'une profession. Pour répondre à des questions d'ordre général sur la méthodologie de la création d'entreprise, reportez-vous au site Internet de Bpifrance Création : <https://bpifrance-creation.fr>
3. En application du Code de la propriété intellectuelle, IL EST INTERDIT DE REPRODUIRE intégralement ou partiellement ce document, sur quelque support que ce soit, sans l'autorisation préalable écrite de Bpifrance Création. Pour toute demande, utilisez le [formulaire de contact](#) du site de Bpifrance Création.

PROJECTEURS

DEVENIR CONSULTANT INDÉPENDANT

“ Le plus grand danger, dans les moments de turbulence, ce n’est pas la turbulence ; c’est d’agir avec la logique d’hier. ”

Peter Drucker*

MERCI

aux personnes qui ont bien voulu répondre à nos questions, en particulier :

- Séverine Bourlier, vice-présidente en charge de la communication chez **Cinov Conseil**
- Erwan Castain, cofondateur de **Pimlica Sustainability Studio**
- Grégory Imbert, président de Cinov Conseil

N’hésitez pas à partager avec nous vos réflexions et expériences !

* Consultant américain en management d’entreprise (1909-2005), surnommé « le pape du management », citation extraite de son ouvrage « L’Entreprise face à la crise mondiale » (InterEditions, 1981).

SOMMAIRE

1.	EN BREF	5
2.	DÉFINITION DE LA PROFESSION	7
3.	ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ	11
4.	MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ	26
5.	ÉLÉMENTS FINANCIERS	29
6.	RÈGLES DE LA PROFESSION	34
7.	CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION	38

**EN
BREF**

1.

EN BREF

En croissance constante malgré un léger recul en 2020, le secteur du conseil se porte bien. Si les grands cabinets détiennent la majorité du marché, la plupart des entreprises de la profession sont des TPE. De plus en plus de consultants se mettent à leur compte, exploitant le carnet d'adresses qu'ils se sont constitué au cours de leur carrière salariée. L'actuelle pénurie de talents dans le secteur profite à ces consultants indépendants, en particulier aux profils seniors.

Le consultant indépendant apporte à ses clients, privés comme publics, les compétences stratégiques qui leur font défaut, leur permettant ainsi de se concentrer sur leur cœur de métier. Sa force réside dans sa capacité à apporter des expertises de niche et une approche personnalisée. Deux types d'acteurs font de plus en plus appel à des consultants indépendants : les PME pour définir leur stratégie, et les grands cabinets de conseil pour assurer des missions nécessitant des expertises pointues.

Aujourd'hui, le consultant est surtout attendu sur la mise en œuvre de la responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE), de sa transition énergétique et écologique (TEE) et de sa transformation digitale. Les nouvelles méthodes managériales et l'évolution des réglementations font aussi partie des enjeux du moment en entreprise.

Les secteurs financier et industriel sont actuellement les plus consommateurs de prestations de conseil. Toutefois, il est prévu une croissance de la demande provenant notamment des domaines de l'énergie, du spatial et de la biologie.

Dans un monde en pleine transformation, le consultant doit être plus réactif que jamais. Il est à l'affût des signaux faibles annonçant les nouvelles mutations, propose des idées disruptives (« *out of the box* ») et fait preuve d'un esprit « *geek* » qui s'adapte aux nouveaux outils numériques. Ses missions s'inscrivent de plus en plus dans la durée. Il devient alors un véritable chef d'orchestre, acteur de la transformation essentielle des entreprises.

CHIFFRE-CLÉ

+ 10 %

de croissance annuelle du chiffre d'affaires prévue d'ici 2025

(Opiiec, en France)

2.

DÉFINITION DE LA PROFESSION

Activité

Le consultant est un expert dont la mission est d'accompagner une organisation publique ou privée à améliorer sa performance en répondant aux problématiques qu'elle rencontre. Il apporte des compétences de niche stratégiques, que les salariés de l'entreprise ne possèdent pas. Il aide managers et équipes à prendre du recul pour mieux décider. En ayant ainsi recours à un professionnel externe, l'entreprise peut se concentrer sur son cœur de métier.

Lors de ses missions, le consultant :

- étudie et analyse la problématique de son client ;
- propose la mise en place d'actions concrètes ;
- établit un plan de réalisation de ces actions (*planning*, budget, ressources nécessaires) ;
- accompagne son client dans la mise en œuvre du projet.

Voici les principaux domaines d'intervention d'un consultant :

- stratégie et politique d'entreprise (y compris en matière de RSE) ;
- technologie (y compris les sujets de transformation numérique) ;
- finances ;
- management de projet ;
- étude de marché ;
- production et logistique ;
- ressources humaines ;
- recrutement ;
- marketing et commercial ;
- communication, relations publiques ;
- management du développement durable ;
- management de la qualité ;
- management de la sécurité et de l'environnement ;
- accompagnement à l'international.

Les activités de conseil ne sont pas réglementées, sauf lorsqu'elles concernent :

- la comptabilité ;
- l'immobilier ;
- l'investissement financier ;
- le droit.

Ces métiers exigent les qualifications et titres obligatoires d'**expert-comptable**, **agent immobilier**, **conseiller en investissements financiers** ou **avocat**.

Sources :

- CINOV CONSEIL. « **Nos membres et instances** », rubrique en ligne.
- CONCEPTEURS D'AVENIR. « **Le conseil vu par des pros du secteur** », rubrique en ligne.
- OPQCM. « **Domaines de qualification** », document publié en mars 2015.

Les activités de conseil en comptabilité, immobilier, investissement financier, droit, communication, relations publiques et en ressources humaines ne sont pas abordées dans ce dossier Projecteurs.

De même, le *coaching* des personnes physiques en entreprise (individuellement ou en groupe) ne fait pas partie des activités couvertes par ce dossier. En effet, contrairement au consultant, le *coach* n'apporte

DÉFINITION DE LA PROFESSION

pas de contenu et ne connaît pas forcément les aspects techniques du métier du *coaché*. Son rôle est d'amener les individus ou les groupes à dépasser les obstacles qu'ils rencontrent, et à gagner en efficacité.

Code APE de la NAF

La profession de consultant relève du code d'activité principale de l'entreprise (APE) **70.22Z « Conseil pour les affaires et autres conseils de gestion »** au sein de la nomenclature d'activités française (NAF, révision 2 de 2008). Il comprend le conseil et l'assistance opérationnelle aux entreprises et aux services publics dans les domaines suivants :

- la conception de méthodes ou procédures comptables, de programme de comptabilisation des dépenses, de procédures de contrôle budgétaire ;
- le conseil et l'assistance aux entreprises et aux services publics en matière de planification, d'organisation, de recherche du rendement, de contrôle, d'information de gestion, *etc.*

Ce code ne comprend pas :

- la conception de logiciels informatiques pour systèmes comptables (62.01Z) ;
- le conseil et la représentation juridiques (69.10Z) ;
- les activités comptables (69.20Z) ;
- les activités de conseil en architecture et en ingénierie (71.11Z, 71.12B) ;
- les activités de conseil en environnement, agronomie, sécurité et domaines similaires (74.90B) ;
- les activités de conseil en recherche et placement de cadres (78.10Z) ;
- les activités de conseil en éducation (85.60Z).

Le conseil en relations publiques et communication relève du code NAF 70.21Z et les activités de conseil en environnement, agronomie, sécurité et domaines similaires du code NAF 74.90B, deux activités qui ne sont pas couvertes par ce dossier Projecteurs.

Pour en savoir plus :

- ➔ MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DES FINANCES ET DE LA SOUVERAINETÉ INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE. « **Activité de votre entreprise : code APE, code NAF, qu'est-ce que c'est ?** », rubrique en ligne.

Aptitudes

Pour offrir une prestation pertinente, le consultant doit :

- apprécier le contact, être à l'écoute et avoir le sens du dialogue afin de cerner avec justesse les problèmes rencontrés par son client et gagner sa confiance : cette aptitude est de plus en plus nécessaire dans un monde digitalisé où créer de la proximité devient un défi ;
- être à l'aise à l'écrit et à l'oral ;
- être pédagogue, éviter la posture de l'expert qui « donne des leçons » ;
- avoir la fibre commerciale, savoir mettre en valeur ses compétences pour être perçu comme un spécialiste ;
- faire preuve d'un excellent sens de l'analyse et d'une grande rigueur, être pragmatique plus que théorique ;
- posséder une culture générale très développée concernant le contexte économique, les secteurs d'activité, les métiers, le fonctionnement de l'entreprise en général, le droit du travail ;

DÉFINITION DE LA PROFESSION

- faire une veille régulière et suivre des formations afin d'être au fait des prochaines tendances et de leurs impacts sur l'organisation ;
- pouvoir formuler des idées nouvelles, disruptives (« *out of the box* »), par un regard neuf, extérieur à l'organisation : des compétences rares, notamment chez les profils senior extérieurs au conseil ;
- avoir l'esprit « *geek* » pour pouvoir s'adapter aux logiciels et outils numériques nécessaires à la réalisation des missions ;
- être à même de présenter des résultats (datavisualisation, graphisme) et capable de diversifier les formats des livrables afin de toucher les différentes strates de l'organisation ;
- se montrer persévérant et dynamique pour susciter l'adhésion des équipes à la mise en œuvre des recommandations.

Sources :

- ÉVOLUTION PERSPECTIVES. « [Ce qu'il faut savoir sur le métier de consultant avant de se lancer !](#) », article publié le 28/01/2021.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès de Cinov Conseil en février 2023.
- OPIIEC. « [Métiers et compétences des missions de conseil : étude sur les compétences attendues dans les missions de conseil en stratégie et management](#) », étude publiée en janvier 2022.

Pour en savoir plus :

- ➔ BEABOSS.FR. « [Felger : faire de sa vie un rêve](#) », article publié le 06/03/2023.
- ➔ CONSULTOR. « [Philippe Pruneau : des bancs du conseil à ceux du Stade Français](#) », article publié le 08/03/2023.

3.

**ÉLÉMENTS
DE L'ÉTUDE
DE MARCHÉ**

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Le marché

Le marché mondial des services de conseil

Entre 148 milliards d'euros estimés par Statista pour 2020 et 462 milliards d'euros par Plunkett Research pour 2021, les évaluations du marché mondial des services de conseil varient fortement selon les instituts de recherche. D'après Consulting Quest, si la gestion des systèmes d'information et le conseil en ingénierie sont inclus, les chiffres du marché sont encore beaucoup plus élevés.

Le rapport sur le marché des services de conseil dans le monde publié en 2020 par Mordor Intelligence prévoit un taux de croissance annuel de chiffre d'affaires de + 4,3 % entre 2021 et 2026. Si le marché des États-Unis est le plus important (il regroupe les plus grandes entreprises de conseil au monde), celui de l'Asie-Pacifique connaît la croissance la plus rapide.

Sources :

- CONSULTING QUEST. « **L'industrie mondiale du conseil en gestion : un guide complet** », article publié le 02/05/2022.
- MORDOR INTELLIGENCE. « **Marché des services de conseil : croissance, tendances, impact du Covid-19 et prévisions (2023-2028)** », rapport publié en 2020.

Le marché français des services de conseil

En 2021, le marché français du conseil représentait 11,6 milliards d'euros (en croissance de près de 12 % par rapport à 2020). L'Observatoire des métiers du numérique, de l'ingénierie, du conseil et de l'événement (Opiiec) table sur une croissance de 10 % par an d'ici 2025.

Si les grands cabinets de conseil détiennent la majorité du marché, la plupart des acteurs du marché sont de très petites entreprises (TPE). De plus en plus de consultants se mettent à leur compte, exploitant le carnet d'adresses constitué au cours de leur carrière salariée.

En matière d'effectifs, Syntec Conseil indique que le secteur emploie 48 357 personnes en 2021. L'organisme table sur une croissance de 9 % par an d'ici 2025, ce qui représentera alors 68 260 personnes. Ces effectifs sont concentrés principalement en Île-de-France.

Sources :

- LES ÉCHOS. « **Le marché du conseil en France change d'échelle** », article publié le 08/06/2022.
- OPIIEC. « **Métiers et compétences des missions de conseil : étude sur les compétences attendues dans les missions de conseil en stratégie et management** », étude publiée en janvier 2022.
- SYNTEC CONSEIL. « **Le marché du conseil en France 2021-2022** », étude publiée en 2022.

Pour en savoir plus :

➔ ADESATT. « **Typologie des TPE-PME et de leurs salariés** », étude publiée en 2021.

L'état des lieux du secteur

Voici quelques chiffres issus du Répertoire d'entreprises et des établissements (REE) de l'Insee pour dimensionner la dynamique entrepreneuriale dans le secteur.

Le nombre de créations d'entreprises dans le secteur du Conseil pour les affaires et autres conseils de gestion a doublé entre 2016 et 2021, soit en à peine cinq années, et continue de progresser fortement en 2022 (+ 19 % par rapport à 2021).

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

ÉVOLUTION DES CRÉATIONS D'ENTREPRISES DU SECTEUR DU CONSEIL, 2016-2022

2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
32 792	43 413	54 326	61 807	59 806	66 598	79 337

Champ : France entière, entreprises du secteur « Conseil pour les affaires et autres conseils de gestion » (code NAF 70.22Z).

Source : Insee (Sirene 2022).

La régénération du tissu entrepreneurial de ce secteur est très élevée : le taux de nouvelles entreprises au regard du stock d'entreprises existantes est deux fois supérieur à la moyenne nationale (33 % vs 16 %), ce qui préjuge d'un marché fortement dynamique et avec une part non négligeable d'acteurs récents.

DYNAMIQUE DU SECTEUR DU CONSEIL, 2022

ACTIVITÉ	NOMBRE D'ENTREPRISES EN 2020	NOMBRE DE CRÉATIONS EN 2022	TAUX DE NOUVELLES ENTREPRISES
Conseil pour les affaires et autres conseils de gestion (70.22Z)	237 398	79 337	33 %
Total entreprises	6 513 742	1 071 881	16 %

Champ : France entière, entreprises du secteur « Conseil pour les affaires et autres conseils de gestion » (code NAF 70.22Z).

Source : Insee (REE, 2022).

Évolution du secteur

Répartition sectorielle du chiffre d'affaires du conseil en management

Depuis plusieurs années, le secteur financier est le plus grand demandeur de prestations de conseil, représentant, à lui seul, 30 % du chiffre d'affaires global du marché de la consultance. Viennent ensuite :

- l'industrie (26 %) ;
- le secteur public (10 %) ;
- l'énergie (9 %) ;
- les télécommunications (4 %) ;
- la distribution (4 %).

La crise entraîne cependant une évolution du domaine du conseil. La part du secteur de la santé (notamment pour l'audit des normes de soin) et celle de la banque (sur la diversification des activités accrue par les taux d'usure) ont augmenté en 2021 par rapport à 2020 dans le chiffre d'affaires global du marché du conseil.

En parallèle, les poids des secteurs de l'aéronautique, du transport aérien, de l'automobile et du tourisme sont en baisse.

Source : OPIIEC. « **Métiers et compétences des missions de conseil : étude sur les compétences attendues dans les missions de conseil en stratégie et management** », étude publiée en janvier 2022.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Tension sur les ressources humaines

Selon l'étude de l'Opiiec menée en 2021, les difficultés de recrutement sont élevées dans les métiers du conseil. Cette situation apporte un surcroît d'activité aux consultants indépendants. Dans les entreprises de conseil, le top 5 des recrutements prévus au cours des trois prochaines années est dominé par celui des consultants senior (pour 47 % des répondants à l'étude) et junior (40 %). Le métier le plus en tension est celui de consultant senior (pour plus d'un tiers des répondants).

Source : OPIIEC. « **Métiers et compétences des missions de conseil : étude sur les compétences attendues dans les missions de conseil en stratégie et management** », étude publiée en janvier 2022.

Une évolution des missions à anticiper pour les prochaines années

Le consultant est généraliste lorsqu'il se lance, puis se spécialise dans les domaines d'expertise qu'il aborde au fil de ses missions.

Les missions les plus demandées

- La définition de plans stratégiques (développement à l'international, responsabilité sociétale des entreprises – RSE...).
- L'animation/organisation de Comité de direction – Codir (notamment sur la définition des valeurs, les sociétés à mission...).
- Les séminaires stratégiques à distance.
- Les diagnostics 360.
- La création de fonction RH (ressources humaines).
- L'optimisation et l'accompagnement du *middle management* (cadres intermédiaires).

Source : OPIIEC. « **Métiers et compétences des missions de conseil : étude sur les compétences attendues dans les missions de conseil en stratégie et management** », étude publiée en janvier 2022.

Pour en savoir plus :

- ➔ BPIFRANCE LE LAB. « **Se doter d'une raison d'être, devenir une société à mission** », étude publiée le 07/07/2021.

Les expertises dont la demande se confirme

Dans les prochaines années, les missions du consultant porteront sur :

- l'accélération de la transformation digitale (*e-commerce* et expérience client, cybersécurité, *fintech*) ;
- les nouvelles technologies (5G, *cloud*) ;
- l'excellence opérationnelle et l'usine 4.0 ;
- l'intégration de méthodes d'optimisation de production ;
- la transformation de la chaîne d'approvisionnement (*supply chain*) ;
- l'intégration de préoccupations environnementales dans les stratégies d'entreprise ;
- la gestion de nouveaux enjeux sociaux ;
- l'évolution des cadres légaux ;
- la maîtrise des nouvelles pratiques du conseil (*design thinking*, *serious game*, management visuel participatif – MVP).

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Les secteurs dont la demande va s'intensifier

- La banque.
- L'assurance.
- L'énergie.
- Le médical.
- Le spatial.
- La biologie.

Les grands cabinets ont donc besoin d'experts dans des domaines très pointus que leurs ressources internes ne maîtrisent pas toujours. Plusieurs solutions s'offrent à ces cabinets au-delà du recrutement, parmi lesquelles le rachat de concurrents pour élargir leur champ de compétences, mais aussi le recours à des consultants indépendants (en sous-traitance). Un peu plus de la moitié des répondants à l'étude de l'Opiiec menée en 2021 ont déjà recours à des consultants indépendants ou en font leur priorité pour les trois années à venir.

Les prestations en déclin

- L'assistance à la maîtrise d'ouvrage (pilotage de projet).
- La collecte et l'exploitation d'information (en raison de l'accessibilité de la donnée et de l'intégration de l'intelligence artificielle). Les consultants sont plutôt attendus sur l'analyse de la donnée et les choix stratégiques qui en découlent.

Le format des missions change

Plus de 90 % des répondants à l'étude de l'Opiiec considèrent que les missions vont être de plus en plus conduites à distance. La connaissance des outils virtuels adéquats est donc nécessaire. C'est un point fort pour les jeunes consultants, et un point de vigilance pour les consultants seniors qui n'ont parfois pas l'habitude de ces nouvelles méthodes.

Sources :

- CONSULTOR. « [Pourquoi les cabinets de conseil rachètent à tout-va](#) », article publié le 13/05/2022.
- CONSULTOR. « [Les freelances surnagent](#) », article publié le 15/07/2020.
- ÉVOLUTION PERSPECTIVES. « [Le marché du conseil en France en 2021 : les chiffres du consulting](#) », article publié le 15/11/2021.
- OPIIEC. « [Métiers et compétences des missions de conseil : étude sur les compétences attendues dans les missions de conseil en stratégie et management](#) », étude publiée en janvier 2022.

Les axes d'évolution majeurs

La responsabilité sociétale des entreprises (RSE)

Application concrète des enjeux de développement durable, la RSE est au cœur des préoccupations des entreprises, pour des raisons d'éthique, de stratégie, de rentabilité, de réglementation, de gestion des risques et d'image (auprès des clients, des salariés et des candidats à l'embauche). Le cadre réglementaire est en effet de plus en plus élargi et exigeant sur ce sujet, et la pression des acteurs financiers vers la transition écologique, selon les critères « environnementaux, sociaux et de gouvernance » (ESG) et d'« investissement socialement responsable » (ISR), se fait plus forte.

Empreinte carbone, taxonomies européennes, impact du numérique... le besoin d'accompagnement des entreprises sur ces sujets croît sans faiblir, apportant des opportunités d'affaires aux entreprises de conseil. Près de 75 % d'entre elles estiment que la RSE représente une opportunité de développement. D'autant que le marché connaît une pénurie de profils formés et expérimentés dans ce domaine. C'est l'occasion pour les acteurs du conseil déjà présents sur le marché de renouveler leur offre et, pour les nouveaux arrivants, d'intégrer nativement cette dimension RSE.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Selon l'étude de Xerfi, le marché du conseil en RSE est estimé à 360 millions en 2022, ce qui représente une croissance de plus de 24 % par an entre 2018 et 2022. Syntec Conseil indiquait en 2022 que sur le total de l'activité des sociétés de conseil et d'études, la part relative des missions à forte composante RSE pourrait atteindre en moyenne 10 % sur l'année, contre 5 % en 2020. L'étude de l'Opiiec montre en outre que 84 % des entreprises du secteur du conseil interrogées considèrent que les missions d'intégration de la RSE dans les stratégies d'entreprise vont connaître une forte, voire une très forte augmentation.

Voici quelques exemples de missions pouvant être confiées au consultant RSE :

- intégration de préoccupations environnementales dans les stratégies d'entreprise ;
- management environnemental (planification et gestion des processus régis par la norme **ISO 14001**) ;
- obtention de certifications environnementales ;
- réalisation de bilans carbone et d'études d'impact environnemental (biodiversité, pollution, risques naturels et technologiques, préservation du patrimoine).

L'expertise en RSE nécessite un engagement et des convictions de la part du consultant, qui ne doit pas pour autant adopter une attitude militante. Face à certaines préconisations, les entreprises peuvent encore se montrer frileuses ou limitées dans leurs capacités à se transformer. Il est alors important de ne pas inquiéter le client, en faisant preuve de souplesse et en proposant une transition douce vers l'implémentation des objectifs de développement durable (ODD).

Sources :

- CONSULTOR. « **Pourquoi les cabinets se dotent-ils de forces de frappe ESG ?** », article publié le 16/12/2022.
- HELLOCARBO. « **Doit-on faire appel à un consultant RSE pour aider son entreprise ?** », article mis à jour en février 2023.
- OPIIEC. « **Métiers et compétences des missions de conseil : étude sur les compétences attendues dans les missions de conseil en stratégie et management** », étude publiée en janvier 2022.
- SYNTEC CONSEIL. « **Le marché du conseil en France 2021-2022** », étude publiée en 2022.
- XERFI. « **Le marché du conseil en RSE** », étude publiée le 20/12/2022.

Pour en savoir plus :

- ➔ BIRDEO. « **Créer un business model durable pour plus d'impact** », livre blanc publié le 18/02/2022.
- ➔ EY. « **Reporting ESG des entreprises françaises : sont-elles prêtes pour la CSRD ?** », bilan publié le 02/11/2022.
- ➔ MEDEF. « **Baromètre de perception de la RSE : synthèse des résultats 2022** », publié en septembre 2022.
- ➔ OPIIEC. « **La RSE dans les métiers du conseil** », étude publiée le 01/06/2019.

Les mutations managériales

La crise de la Covid-19 a accéléré la transformation managériale. « En l'espace de cinq, six ans, nous sommes passés d'une organisation pyramidale à un modèle transversal. Les managers sont souvent démunis pour gérer cette transition », déclare Séverine Bourlier, vice-présidente en charge de la communication de Cinov Conseil. « Les jeunes arrivants sur le marché du travail sont autonomes, créatifs et adeptes du travail à distance. Ils ne sont pas habitués au management directif et au présentiel obligatoire. La cohabitation de ces nouvelles recrues et des seniors peut demander des ajustements. »

Les collaborateurs, en particulier les *millennials*, aussi appelés « génération Y » (nés entre le début des années 1980 et la fin des années 1990), sont en quête de sens. Le *Millennial Survey 2022* de Deloitte montre que l'entreprise doit s'orienter vers un nouveau modèle, notamment à deux niveaux : la maximisation de son impact sociétal et la construction d'un environnement de travail positif. Les nouvelles aspirations représentent autant de défis managériaux sur lesquels un expert externe à l'entreprise peut apporter son expérience et son recul.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

L'étude de l'Opiiec liste quelques missions pouvant être confiées à un consultant :

- définition des valeurs et de la mission de l'entreprise ;
- mise en place de nouveaux modes de travail ;
- renforcement de la marque employeur ;
- investissement dans les outils numériques collaboratifs (solution *cloud*, réseaux sociaux d'entreprise).

Sources :

- DELOITTE. « [Striving for balance, advocating for change: the Deloitte global 2022 Gen Z and Millennial survey](#) », enquête publiée en 2022.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès de Cinov Conseil en février 2023.
- OPIEC. « [La RSE dans les métiers du conseil](#) », étude publiée le 01/06/2019.
- SYNTEC CONSEIL. « [Le marché du conseil en France 2021-2022](#) », étude publiée en 2022.

Pour en savoir plus :

- ➔ BPIFRANCE LE LAB. « [Passez à l'action : développez votre marque employeur](#) », étude publiée le 26/06/2018.

La révolution numérique

Présent dans les entreprises depuis déjà de nombreuses années et dopé par la crise de la Covid-19 qui l'a rendu incontournable, le digital est un enjeu stratégique. De nombreuses entreprises publiques et privées sont dépassées par cette explosion du digital qui irrigue tous les niveaux de leur organisation.

Le numérique impacte donc fortement les métiers et compétences du consultant. Aujourd'hui, tous les cabinets ou presque offrent des expertises dédiées. Le consultant doit à la fois intervenir en matière de stratégie mais également proposer des solutions techniques à mettre en œuvre.

Le digital étant un domaine en constante évolution, les entreprises sont et continueront d'être très demandeuses de prestations de conseil en digital dans les prochaines années. Les répondants à l'étude de l'Opiiec le confirment. Pour les trois prochaines années :

- 92 % considèrent que les missions d'intégration du digital dans les process des entreprises vont connaître une forte, voire très forte augmentation ;
- 88 % estiment que les plans de transformation digitale seront amenés à augmenter.

Les missions d'avenir pour les consultants comprendront entre autres :

- la mise en œuvre des outils digitaux ;
- l'usage de la donnée : par exemple le *datacrunching* (traitement des données), le *datamining* (extraction de données), la création et gestion de base de données (les grands cabinets recrutent de plus en plus de *data analysts* ou de *data scientists* pour répondre aux nombreuses demandes des clients) ;
- l'appropriation des nouvelles technologies (*blockchain*, Internet des objets – IoT –, intelligence artificielle – IA –, 5G...) ;
- le déploiement de l'usine du futur et de l'industrie 4.0.

Sources :

- CONSULTOR. « [Plus que jamais, conseil en stratégie rime avec IT](#) », article publié le 03/07/2022.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès de Cinov Conseil en février 2023.
- LA TRIBUNE. « [Conseils et services aux entreprises : les domaines d'intervention](#) », article publié le 08/02/2021.
- OPIEC. « [Métiers et compétences des missions de conseil : étude sur les compétences attendues dans les missions de conseil en stratégie et management](#) », étude publiée en janvier 2022.

Un contexte légal et réglementaire en adaptation face aux transformations de la société

Les grands enjeux sociétaux et économiques actuels nécessitent la modification ou la mise en place de nouvelles réglementations. Elles portent sur des problématiques climatiques, digitales (sécurité informatique, protection des données à caractère personnel), financières (conformité, fraude, lutte contre le blanchiment) et constituent des défis pour les entreprises.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Ainsi, les nouvelles missions du consultant portant sur le réglementaire peuvent être axées sur :

- le renforcement des considérations liées au Règlement général de protection des données (RGPD) ;
- l'intégration des politiques anti-corruption au sein des entreprises ;
- la signature de l'Accord de Paris sur le climat ;
- la protection contre la cybercriminalité ;
- la mise en place des dispositions de la loi Pacte, notamment celle des entreprises à mission ;
- la gestion de la réforme de la formation professionnelle (compte personnel de formation – CPF).

Source : OPIIEC. « **Métiers et compétences des missions de conseil : étude sur les compétences attendues dans les missions de conseil en stratégie et management** », étude publiée en janvier 2022.

Tendances du secteur

Le consultant d'aujourd'hui est attendu pour aider ses clients à « inventer le monde demain » indique l'étude de l'Opiiec.

Manager dans l'incertitude

La conjoncture génère de nombreuses incertitudes : « Aujourd'hui, nous sommes tous sur un fil », confirme Séverine Bourlier de Cinov Conseil. « Personne ne peut anticiper ce qui va se passer dans les dix prochaines années. La situation politique et sociale est complexe, les géants d'Internet réduisent leurs effectifs, les révolutions technologiques telles que celle du métavers restent modestes, l'intelligence artificielle prend de l'ampleur, avec les questionnements que ce phénomène peut générer. »

Voici ce que ces problématiques impliquent pour le consultant :

- posséder une ou des expertises spécifiques, mais devenir de plus en plus polyvalent ;
- être à l'affût des nouvelles tendances et des signaux faibles pour proposer des solutions innovantes, être pro-actif ;
- avoir une vision de la conjoncture économique à 360 degrés et la capacité de prendre du recul, ce à quoi les dirigeants ne peuvent consacrer le temps nécessaire, trop occupés à gérer leur entreprise ;
- être capable de rebondir rapidement pour adapter les stratégies qu'il préconise.

Sources :

• Informations recueillies par Bpifrance auprès de Cinov Conseil en février 2023.

• OPIIEC. « **Métiers et compétences des missions de conseil : étude sur les compétences attendues dans les missions de conseil en stratégie et management** », étude publiée en janvier 2022.

L'accompagnement long

La transformation écologique, digitale et managériale actuelle amène une évolution du métier de consultant. « Les organisations conçoivent de moins en moins les missions sur un temps court. Le consultant devient un accompagnant à long terme, parfois sur plusieurs années. Il reste prêt à intervenir au cas où des ajustements sont nécessaires ou lorsque de nouvelles problématiques se présentent. Il met en place un lien de confiance qui rassure le client », remarque Séverine Bourlier de Cinov Conseil.

Le consultant sera donc amené à être un véritable chef d'orchestre en :

- pilotant la mission ;
- centralisant les échanges ;

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

- effectuant les rapports d'équipe ;
- permettant un échange de compétences entre les départements au sein des entreprises.

Sources :

- CINOV CONSEIL. « **Manager dans l'incertitude : les processus** », article publié le 06/06/2022.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès de Cinov Conseil en février 2023.

Clientèle

Le démarchage

Le consultant peut démarcher ses clients :

- en direct (entreprises privées – dont les cabinets de *consulting* – et publiques) ;
- par l'intermédiaire de cabinets de conseil qui sous-traitent à des indépendants (voir la rubrique « **Concurrence** » plus bas dans cette partie) ;
- via des plateformes de mise en relation (voir la rubrique « **Concurrence** » plus bas dans cette partie).

Les attentes globales des clients

Aujourd'hui, selon l'étude de l'Opiiec, tous les types de clients :

- souhaitent que la période d'adaptation du consultant à leur entreprise soit la plus courte possible ;
- expriment une forte demande en prestations courtes, dites « coup de poing » ou « éclair », même si l'accompagnement long devient la tendance ;
- cherchent des consultants d'expérience ayant une excellente connaissance du « vrai » monde du travail ;
- sont à la recherche d'expertises de niche, souhaitent une approche personnalisée et font de moins en moins appel aux grands cabinets ;
- renforcent la planification de l'achat de prestations en raison de la conjoncture économique (pénurie de matières premières notamment) ;
- privilégient, outre le tarif, les deux critères suivants pour sélectionner un prestataire : son CV ainsi que ses références.

Sources :

- OPIIEC. « **Métiers et compétences des missions de conseil : étude sur les compétences attendues dans les missions de conseil en stratégie et management** », étude publiée en janvier 2022.
- REPUBLIK ACHATS. « **Le freelancing attire autant de travailleurs que d'entreprises** », article publié le 18/04/2022.
- SYNTEC CONSEIL. « **Baromètre des achats de conseil 2022-2023** », publié en décembre 2022.

Des besoins différents selon le type d'entreprise

Le consultant indépendant peut aussi bien travailler pour des TPE, des PME, des ETI, des grands groupes que pour des organisations publiques. Mais l'approche du conseil et les besoins diffèrent :

Les très petites entreprises (TPE)

- Sollicitent les consultants pour affûter leur stratégie et étoffer leurs ressources au démarrage de leur activité.
- Cherchent des consultants de proximité.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Les petites et moyennes entreprises (PME)

- Font de plus en plus appel à des consultants indépendants.
- Ont besoin de prestations de conseil avant tout pour des missions ponctuelles.
- Cherchent des consultants avec une grande maturité et une expérience avérée.
- Souhaitent que le consultant ait une bonne connaissance du marché et du secteur afin d'apporter le recul nécessaire à l'entreprise.
- Manifestent un grand intérêt pour la veille sectorielle et technologique.
- Ont besoin d'être accompagnées dans la mise en place de leur stratégie.

Les entreprises de taille intermédiaire (ETI)

- Sont souvent des entreprises familiales nécessitant une approche politique de la gestion des prestations de conseil.
- Ont régulièrement recours au conseil pour faire valider une stratégie en interne ou aligner les équipes.

Les grands groupes

- Font appel au conseil de façon récurrente.
- Ont des services achats plus matures que ceux des autres types d'entreprises (référéncements, recherche de certifications), et des budgets plus conséquents.
- Sont à la recherche d'idées nouvelles.
- Valorisent l'approche internationale du conseil.

Source : OPIIEC. « **Métiers et compétences des missions de conseil : étude sur les compétences attendues dans les missions de conseil en stratégie et management** », étude publiée en janvier 2022.

Des besoins différents selon les secteurs

Dans les services

- Les expertises recherchées concernent la chaîne d'approvisionnement (*supply chain*), la distribution, le e-commerce (*UX/UI design, blockchain, cryptomonnaie*) et la cybersécurité.
- La digitalisation des processus internes entraîne des besoins d'accompagnement des équipes.

Dans l'industrie

- Les expertises recherchées relèvent de l'excellence opérationnelle, de l'usine du futur, de l'industrie 4.0, des nouvelles technologies (*data, IA*) ou de la cybersécurité.
- Les profils de consultants ingénieurs sont appréciés, car ils rassurent l'entreprise quant à leur capacité à comprendre son environnement.

Dans le secteur public

- Demande aux consultants une compréhension des enjeux politiques.
- A besoin d'un renforcement de capacité, d'encadrement et de management.
- Réalise des appels d'offres complexes et détaillés, dont les cahiers des charges intègrent de plus en plus de critères environnementaux.
- Découpe et attribue les missions en différents lots sur lesquels plusieurs entreprises peuvent intervenir.
- Exprime une demande croissante de certification.

Source : OPIIEC. « **Métiers et compétences des missions de conseil : étude sur les compétences attendues dans les missions de conseil en stratégie et management** », étude publiée en janvier 2022.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Le critère du prix perd en influence

Bonne nouvelle pour les consultants : 71 % des acheteurs estiment que la part moyenne des critères financiers ne compte désormais que pour 35 % à 50 % dans le choix d'un prestataire de conseil. Un taux qui démontre que les services des achats se concentrent désormais sur la valeur des prestations et non uniquement sur leur prix.

Source : SYNTEC CONSEIL. « [Baromètre des achats de conseil 2022-2023](#) », publié en décembre 2022.

Les relations entre acheteurs et consultants se détendent

Les services des achats des entreprises sont adeptes du référencement des sous-traitants (base de fournisseurs commune à tous les collaborateurs) et font souvent pression pour la baisse des taux journaliers moyens (TJM). De leur côté, les consultants voient ce référencement comme de l'achat sur étagère et trouvent parfois les négociations difficiles.

L'étude de Syntec Conseil montre une légère amélioration des relations, tout du moins côté acheteurs (qui attribuent aux consultants la note de 7,3/10, en progression de 0,6 point par rapport à 2015). Toutefois, les consultants restent moins enthousiastes : la note attribuée atteint à peine la moyenne (5,4/10 vs 4,5/10 en 2015).

C'est notamment dans le but de développer la relation de confiance entre acheteurs et consultants et de renforcer la solidarité de la filière que Syntec Conseil, avec la collaboration du [Médiateur des entreprises](#), a rédigé une charte des achats responsables dédiée au monde du conseil. L'objectif est aussi de privilégier une approche intégrant la dimension RSE.

Sources :

- REPUBLIK ACHATS. « [Entre acheteurs et consultants, c'est "je t'aime moi non plus"](#) », article publié le 21/12/2022.
- SYNTEC CONSEIL. « [Baromètre des achats de conseil 2022-2023](#) », publié en décembre 2022.
- SYNTEC CONSEIL. « [La toute première charte des achats de conseil responsables](#) », publiée le 13/12/2022.

Un recours encore modéré aux plateformes

Les plateformes d'intermédiation (comme Malt, Comatch, Colibee, Missioneo, One Man Support), qui se développent depuis environ cinq ans, mettent en relation des consultants indépendants avec tous types de client (en majorité des TPE et PME) à la recherche de prestations souvent ponctuelles plutôt que stratégiques. Les cabinets de conseil eux-mêmes viennent y trouver des ressources rares. Ces plateformes peuvent être généralistes ou spécialisées. Les plus importantes rassemblent des viviers de plusieurs milliers de consultants. Leurs tarifs représentent un avantage concurrentiel majeur.

Les mutations dues à la crise entraînant le besoin de profils pointus ont renforcé le recours à ces intermédiaires. Cependant, le Baromètre des achats de Syntec Conseil indique qu'en 2022, seulement 37 % des répondants recourent aux plateformes d'intermédiation pour acheter des prestations de conseil. En outre, si le chiffre d'affaires des plateformes a atteint un peu plus de 1 milliard d'euros en 2021 (contre 680 millions d'euros en 2020), il reste à comparer au volume que représente le marché global des prestations intellectuelles, soit près de 60 milliards d'euros.

Être sur ces plateformes s'avère intéressant pour le consultant, surtout quand il démarre, à condition de savoir exposer clairement son offre et la valoriser, car la concurrence y est très présente.

Sources :

- LES ÉCHOS. « [Adieu les cabinets de conseil : ces consultants se mettent à leur compte et multiplient leur salaire](#) », article publié le 28/11/2022.
- REPUBLIK ACHATS. « [Les achats de prestations intellectuelles s'imprègnent des enjeux RSE](#) », article publié le 17/06/2022.
- SYNTEC CONSEIL. « [Baromètre des achats de conseil 2022-2023](#) », publié en décembre 2022.
- SYNTEC CONSEIL. « [La toute première charte des achats de conseil responsables](#) », publiée le 13/12/2022.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

AUTRES SOURCES D'INFORMATION POUR UNE ÉTUDE DE MARCHÉ LOCALE OU RÉGIONALE

- La mairie, les organismes consulaires (Chambre de commerce et d'industrie – CCI – et Chambre de métiers et de l'artisanat – CMA), les **données de l'Insee** (ex-Odil) et les sociétés de géomarketing apportent des informations sur la population.
- Le site de la **Direction générale des finances publiques** (DGFiP) du ministère de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique permet d'accéder aux seuils d'imposition par commune.
- La consommation des ménages est analysée par l'Insee grâce aux **indices de disparité des dépenses de consommation** (IDC).
- Les antennes départementales des fédérations professionnelles (voir la partie 7 « **Contacts et sources d'information** ») et la Fédération des centres de gestion agréés (FCGA) qui présente aussi **ses ratios par région**.
- La **base de données publiques** en *open data*.
- Pour les créateurs franciliens ou de passage à Paris, le **pôle Prisme de la Bibliothèque nationale de France** (BNF) permet l'accès – physique uniquement – à des études de marché couvrant l'ensemble des secteurs de l'industrie, du commerce, des services et de l'artisanat en France et dans de nombreux pays étrangers, voire au niveau mondial.

Concurrence

Très nombreux, les acteurs du conseil en France ont des profils variés :

- les cabinets mondiaux axés sur les prestations de stratégie (BCG, Bain, Kearney, Roland Berger...) ;
- les acteurs de l'audit qui se sont mis à proposer des services de conseil (Deloitte, PwC, KPMG, Mazars...) ;
- les filiales des entreprises de services numériques (ESN) opérant dans le conseil (IBM GBS, Capgemini Invent, CGI Business Consulting, Sopra Steria, Atos...) ;
- les spécialistes du *consulting* en innovation et transformation numérique (Accenture, Wavestone, BearingPoint, Talan...) ;
- les spécialistes français du conseil en management et organisation (Kea & Partners, Sia Partners, Eurogroup, Advancy...) ;
- les spécialistes du conseil spécialisé par exemple dans les nouvelles technologies, la transformation digitale, la transformation agile, ou la transformation *business* (Julhiet Sterwen, Weem, Converteo, Ailancy, Ayming, ConvictionsRH...) ;
- les plateformes d'intermédiation ou *Consultech* (Malt, Comatch, Colibee, Missioneo, One Man Support...) ;
- les services de conseil internes aux entreprises, qui proposent parfois du conseil à leurs clients (Thales, Airbus, Engie Consulting...) ;
- les filiales des *majors* de la communication (Publicis Sapient, The Salmon Consulting, Havas...) ;
- les acteurs du management de transition (Valtus, Procadres...) ;
- les banques d'affaires qui disposent de plus en plus souvent de leurs propres équipes d'accompagnement dans le cadre des opérations qu'elles financent ;
- les incubateurs et les accélérateurs qui ont pour mission d'accompagner les entreprises dans leur création, leur développement ou leur transformation.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Pour en savoir plus :

- XERFI. « [Nouveaux enjeux dans le conseil en stratégie et organisation](#) », étude publiée le 24/02/2022.

Communication et prospection commerciale

De nombreux consultants éprouvent des difficultés à associer leur activité de conseil avec l'indispensable prospection commerciale, qui devrait pourtant représenter environ un tiers de leur temps de travail.

La communication classique

La carte de visite

Elle est souvent le premier outil de communication d'un consultant. Distribuez-la sans hésiter :

- à vos clients potentiels ;
- à votre entourage ;
- à vos anciens employeurs qui pourront vous recommander ;
- lors des salons professionnels, événements, conférences, ateliers, petits déjeuners auxquels vous participez.

La prospection téléphonique

Votre objectif est clair : obtenir un rendez-vous. Préparez votre discours, ne cherchez pas à dérouler un argumentaire de vente au pied levé. Assurez-vous que vous vous adressez au bon interlocuteur avant même de vous présenter. Effectuez les recherches nécessaires au préalable pour savoir à qui vous avez affaire et montrer que vous vous êtes renseigné sur l'activité et l'actualité de l'entreprise.

Les envois de courriel

Le courriel est efficace surtout lorsqu'il est personnalisé. La tâche prend donc un peu de temps, d'où l'intérêt d'identifier avec soin les entreprises qui pourraient recourir à vos spécialités. Mettez en avant votre expérience, les compétences susceptibles de les intéresser et proposez des pistes d'amélioration de leur activité si vous connaissez bien l'entreprise.

GESTION D'UN FICHER CLIENT ET RGPD

La gestion des fichiers clients obéit à des règles déontologiques. Il est interdit de collecter et de stocker des données à caractère personnel qui ne sont pas utiles directement à l'exercice de la profession. Ces informations relèvent du Règlement général de protection des données (RGPD) visant à la protection de la vie privée.

Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE CRÉATION. « [Me mettre en conformité avec le RGPD \(Cnil\)](#) », rubrique en ligne.
- CNIL. « [RGPD : par où commencer](#) », rubrique en ligne.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Les clubs et réseaux d'entrepreneurs

Faire des rencontres, collecter des conseils, éviter l'isolement, nourrir le bouche-à-oreille : être membre de réseaux d'affaires ou de clubs d'entrepreneurs peut être un excellent moyen de développer votre activité. Soyez à l'affût des événements qu'ils organisent (conférences, ateliers, *afterworks*, réunions d'information), ainsi que de ceux proposés, entre autres, par :

- les associations d'anciens élèves des établissements universitaires que vous avez fréquentés ;
- les pépinières et les couveuses d'entreprises ;
- les chambres consulaires ;
- les organismes professionnels ;
- les espaces de *coworking*.

Vous pouvez aussi organiser vos propres événements, comme des petits-déjeuners thématiques ou de réseautage.

Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE CRÉATION. « [Étendre votre réseau professionnel pour développer votre business](#) », rubrique en ligne.

Les réseaux d'accompagnement

N'hésitez pas à faire appel à ces réseaux qui vous informent et vous accompagnent dans le montage de votre projet. Ils organisent des événements de réseautage, proposent des formations, mettent en place des groupes de recommandation d'affaires qui permettent de développer sa clientèle. Y adhérer permet de rompre l'isolement mais aussi d'être soutenu dans le développement de votre activité par l'échange avec les autres membres.

Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE CRÉATION. « [Infographie : entrepreneurs, trouvez le bon réseau d'accompagnement selon vos besoins !](#) », « [Les réseaux pour m'accompagner dans mon projet](#) », rubriques en ligne.
- Rubrique « [Organismes professionnels](#) » en partie 7 de ce dossier.

Les salons professionnels

Visiter les salons spécialisés est une bonne occasion de se faire connaître. Assistez, en tant que spectateur ou participant, à des conférences ou des tables rondes. C'est le moment de vous faire repérer, d'aller féliciter les intervenants, de rencontrer d'autres personnes, d'agrandir votre réseau et de rencontrer des organismes professionnels qui pourront vous conseiller dans le développement de votre clientèle.

Source : DO MARCOLINO Pierre-Michel. « [Consultant : 138 fiches opérationnelles](#) », livre publié en 2019.

Pour en savoir plus :

- Rubrique « [Organismes professionnels](#) » en partie 7 de ce dossier.

Les interviews, articles et livres blancs

N'hésitez pas à accorder des *interviews*, à rédiger des articles pour tous types de média, ou des livres blancs sur vos domaines d'expertise (environ 10 à 20 pages).

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

La communication digitale

Le site Internet

La recherche d'un fournisseur/prestataire commence souvent en ligne : les futurs clients consultent votre site Internet, mais aussi vos différents comptes sur les réseaux sociaux dans le but de se renseigner sur votre parcours et votre formation.

Voici quelques conseils :

- Présentez votre offre : quels types d'expertises possédez-vous ?
- Rendez la rubrique « Contact » bien visible et facile d'utilisation.
- Illustrez votre site avec une photo de vous pour apporter de la convivialité et de la crédibilité.
- Racontez votre parcours en mettant en valeur votre formation, votre expérience, votre vision du métier. Dans toute démarche de communication, le *storytelling* est important.
- Faites figurer sur votre site les prestations réalisées et les recommandations de vos clients.
- Créez un blog, en complément de votre site Internet. Il peut générer 73 % de prospect de plus qu'un site Internet et est souvent mieux référencé sur les moteurs de recherche qu'un site, grâce à la multiplicité des sujets abordés et la fréquence de publication. Vous pouvez y diffuser des actualités concernant le métier, des billets d'humeur, des conseils, des *interviews*.
- Travaillez sur le référencement de votre site pour que celui-ci arrive en tête des résultats sur les moteurs de recherche.

Source : SALON SME TV. « [5 étapes pour \(enfin !\) trouver des clients avec le Web](#) », conférence vidéo publiée le 02/09/2021.

Pour en savoir plus :

- ➔ BEABOSS.FR. « [Consultant : comment vendre mes activités de conseil ?](#) », article publié le 24/03/2023.
- ➔ BEABOSS.FR. « [Consultants : comment attirer de nouveaux clients ?](#) », article publié le 23/03/2023.
- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [Comment attirer des clients sur les réseaux sociaux sans prospector ?](#) », webinaire diffusé le 23/02/2023.

Les réseaux sociaux

Comme sur votre site Internet et/ou votre blog, partagez et rédigez des contenus en rapport avec votre activité. Mettez en valeur votre expertise. Envoyez des demandes de contact et des messages privés à vos prospects en prenant soin d'adapter votre offre à chaque cible. Il peut aussi être pertinent d'intégrer des groupes de confrères/consœurs pour élargir votre réseau.

Pour en savoir plus :

- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [Comment communiquer efficacement sans budget ?](#) », rubrique en ligne.
- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [Comment attirer des clients sur les réseaux sociaux sans prospector ?](#) », webinaire diffusé le 23/02/2023.
- ➔ BPIFRANCE INNO GÉNÉRATION – BIG 2021. « [Développer son personal branding \(ou marketing de soi\) sur LinkedIn](#) », vidéo du 07/10/2021.
- ➔ SALON SME TV. « [Être visible sur Internet, c'est simple !](#) », conférence vidéo publiée le 17/09/2021.
- ➔ SALON SME TV. « [5 étapes pour \(enfin !\) trouver des clients avec le Web](#) », conférence vidéo publiée le 02/09/2021.

4.

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

Ressources humaines

Formations

Le métier de consultant n'étant pas réglementé (à l'exception de certaines activités – voir la rubrique « [Règles et usages de l'activité](#) » en partie 6), aucun diplôme n'est donc exigé pour le pratiquer. Il n'existe pas de formation de consultant à proprement parler, mais un solide bagage universitaire est conseillé pour acquérir les connaissances du monde de l'entreprise.

Voici quelques exemples de master pertinents :

- master en école supérieure de management ;
- master en école d'ingénieur, spécialité management ;
- master de gestion et plus spécifiquement de gestion d'entreprise ;
- master de ressources humaines ;
- master de pilotage stratégique d'entreprise ;
- master spécialisé en conseil en organisation.

Source : EDHEC ONLINE. « [Devenir consultant : zoom sur ce métier](#) », article publié le 03/03/2023.

Convention collective

La convention collective nationale applicable est la [convention collective nationale des bureaux d'études techniques, des cabinets d'ingénieurs-conseils et des sociétés de conseils du 15 décembre 1987](#).

Pour en savoir plus :

- Toute convention est disponible au [Journal officiel](#) et consultable sur le site de [Légifrance](#).

Locaux

Les consultants peuvent travailler chez eux ou dans les locaux de leur client.

Attention : il existe des restrictions à l'exercice de l'activité à son domicile.

Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE CRÉATION. « [Domiciliation et exercice de l'activité chez soi](#) », rubrique en ligne.

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

Vous pouvez également :

- louer ou acheter un local, notamment si vous souhaitez recevoir vos clients ;
- louer un bureau dans un espace de *coworking*.

Pour en savoir plus :

→ BPIFRANCE CRÉATION. « [Quels locaux pour une jeune entreprise ?](#) », rubrique en ligne.

Équipement – Investissement de départ

L'investissement de départ pour le consultant est raisonnable. L'équipement de base comprend :

- un ordinateur de bureau et/ou portable avec un ou plusieurs écrans ;
- une connexion rapide à Internet ;
- un téléphone portable ;
- une imprimante ;
- des logiciels de bureautique et de gestion (comptabilité, facturation), un anti-virus, un espace de stockage virtuel ;
- un site Internet et/ou un blog ;
- des cartes de visite et brochures commerciales.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

5.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

Chiffre d'affaires – Facturation

Comment calculer vos tarifs ?

Une prestation de conseil peut être facturée selon différentes modes :

- la régie, facturation en fonction du temps passé ;
- le forfait, pour une mission globale ;
- l'abonnement, avec réduction du coût horaire ;
- la rémunération variable, en fonction des résultats.

Pour déterminer vos tarifs, vous pouvez commencer par vous renseigner auprès de confrères et consœurs. Mais le bon tarif sera celui qui générera les revenus dont vous avez besoin et permettra à votre activité de perdurer. La question est, tout simplement : « De quel revenu mensuel ai-je besoin ? »

Voici une méthode de calcul : multipliez par 12 le revenu mensuel que vous souhaitez générer, ajoutez vos charges annuelles minutieusement évaluées (charges sociales, fiscales et d'exploitation), ainsi que l'épargne que vous devez mettre de côté pour financer vos congés, des dépenses imprévues ou pour lisser vos revenus sur l'ensemble de l'année. Ensuite, divisez cet objectif annuel de chiffre d'affaires par le nombre d'heures facturables (le total de votre temps de travail annuel auquel vous aurez soustrait le temps consacré à des tâches autres que celle de la réalisation de vos missions à proprement parler – facturation, comptabilité, formation, relation client, prospection). Vous obtenez alors un tarif horaire de base, que vous pouvez convertir en tarif journalier, et qui servira aussi de base pour définir un forfait. En tenant compte de toutes les tâches citées plus haut et de ses congés, un consultant indépendant facture en réalité rarement plus de 100 à 150 journées par an (sur un total de 302 jours ouvrables par an).

Pour en savoir plus :

➔ BIRDEO. « [Étude de rémunérations Birdeo 2022 : salaires des professionnels du développement durable et la RSE](#) », publiée le 19/07/2022.

Les taux journaliers

De façon générale, une diminution des taux journaliers moyens (TJM) a été constatée sur les vingt dernières années. L'Opiiec déplore le risque que les services achats considèrent les prestations de conseil comme n'importe quel autre achat et les consultants comme de simples sous-traitants.

Nous ne pouvons pas indiquer de fourchette de tarifs, ceux-ci variant de façon très importante d'une mission à l'autre et d'une région à l'autre.

Sources :

- CONSULTOR. « [Les consultants freelances, jokers des cabinets](#) », article publié le 07/12/2022.
- ÉVOLUTION PERSPECTIVES. « [Comment décrocher ses premières missions de consultant ?](#) », article publié le 14/01/2021.
- OPIIEC. « [Métiers et compétences des missions de conseil : étude sur les compétences attendues dans les missions de conseil en stratégie et management](#) », étude publiée en janvier 2022.

Charges d'exploitation

Voici la liste des principales charges d'exploitation d'un consultant :

- forfait téléphonique et Internet ;
- fournitures, petit matériel ;
- location éventuelle de matériel ;
- maintenance et licences informatiques ;
- frais de déplacement éventuels ;
- dépenses de promotion : communication classique (cartes de visite, brochures...), stratégie de *webmarketing* (temps passé à l'administration du site Internet, ajout de photos, rédaction de contenus, gestion des rendez-vous, temps passé sur les réseaux sociaux...) ;
- assurances des locaux et professionnelles ;
- coûts de fonctionnement d'un local loué (ne devant pas dépasser 20 % de votre chiffre d'affaires estimé la première année) : loyer, eau, gaz, électricité, impôts et taxes (d'habitation, foncière), ménage ;
- coût de la location éventuelle d'un espace en *coworking* ;
- cotisations aux réseaux d'entrepreneurs, clubs, associations ;
- dépenses de formation ;
- abonnements à des outils de veille (presse, sites Internet d'information) ;
- frais de comptabilité.

Les ratios de gestion

L'Union nationale des associations agréées (Unasa) distingue les activités de conseil en :

- stratégie d'entreprise ;
- organisation ;
- économie gestion ;
- communication ;
- relations publiques ;
- ressources humaines.

Dans le tableau en page suivante, nous indiquons les statistiques concernant les entreprises individuelles libérales (hors sociétés) des trois premières catégories. En effet, les activités de conseil en communication, relations publiques et ressources humaines ne sont pas abordées dans ce dossier.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

RATIOS DES ENTREPRISES INDIVIDUELLES DU SECTEUR, 2021

	CONSEIL EN STRATÉGIE	CONSEIL EN ORGANISATION	CONSEIL EN ÉCONOMIE GESTION
Montant net des recettes	73 166 €	62 320 €	85 205 €
EN % DES RECETTES NETTES			
Achats	1,2	0,7	1,5
Charges de personnel	2,3	7,8	4,5
Impôts et taxes	5,8	4,2	4,8
Charges externes	40,1	41,8	37,5
Bénéfice	51,0	47,1	52,2

Champ : voir tableau suivant.

Source : Unasa (statistiques 2021).

DÉTAIL DES CHARGES EXTERNES DES ENTREPRISES INDIVIDUELLES DU SECTEUR, 2021

	CONSEIL EN STRATÉGIE	CONSEIL EN ORGANISATION	CONSEIL EN ÉCONOMIE GESTION
EN % DES RECETTES NETTES			
Loyers et charges locatives	2,5	3,4	3,3
Locations	0,4	0,3	0,7
Honoraires	2,2	2,4	2,3
Primes d'assurance	0,6	0,7	0,6
Autres TSFE*	1,7	1,5	1,8
Frais de déplacement	9,2	10,4	6,7
Charges sociales personnelles	17,9	19,0	16,3
Frais de réception	1,5	1,3	1,7
Fournitures de bureau	2,2	1,7	2,0
Autres frais de gestion	1,9	1,1	2,1

* Travaux, fournitures, services extérieurs.

Champ : France entière, ensemble des 171 entreprises libérales relevant de l'activité « Conseil en stratégie d'entreprise », des 45 relevant de l'activité « Conseil en organisation » et des 360 relevant de l'activité « Conseil en économie gestion », toutes adhérentes de l'Unasa.

Source : Unasa (statistiques 2021).

Financement – Aides spécifiques

Le site de Bpifrance Création détaille les différentes formes de financement mobilisables en fonction du projet, de la situation personnelle du porteur de projet et de ses besoins. Ces informations se trouvent dans les rubriques « [Comment financer un projet de création d'entreprise ?](#) » et « [5 conseils pour bien financer votre projet de création d'entreprise](#) ».

Les aides à la création ou à la reprise d'entreprise sont décrites dans les rubriques « [Quelles sont les aides pour créer une entreprise ?](#) » et « [Les aides à la création et à la reprise d'entreprise](#) ».

Financements indirects

Les petites et moyennes entreprises, voire les très petites comme les entreprises de taille intermédiaire, peuvent être accompagnées financièrement dans leur transition écologique par Bpifrance et l'Ademe. Le plan « France Relance » peut financer par exemple la mobilisation d'un consultant RSE.

6.

RÈGLES DE LA PROFESSION

RÈGLES DE LA PROFESSION

Règles et usages de l'activité

Les activités de conseil ne sont pas réglementées, sauf lorsqu'elles concernent : la comptabilité ; l'immobilier ; l'investissement financier ; le droit.

Ces métiers exigent les qualifications et titres obligatoires d'[expert-comptable](#), [agent immobilier](#), [conseiller en investissements financiers](#) et [avocat](#).

Les assurances

S'il n'exerce aucune des quatre activités mentionnées ci-dessus, le consultant n'est pas tenu de contracter d'assurance. Certaines sont cependant vivement conseillées, telles que :

- la protection juridique, qui couvre les litiges avec le client, notamment en matière de résultat ;
- la responsabilité civile professionnelle (RC Pro), qui couvre les dommages qu'il pourrait causer dans le cadre de son activité (car le consultant travaille souvent dans les locaux de ses clients).

Le délit de marchandage

Le délit de marchandage est constitué dès lors qu'une main-d'œuvre est fournie d'une entreprise à une autre dans un but lucratif, en opérant un transfert juridique du lien de subordination entre employeur et salarié, causant à celui-ci un préjudice.

Tel que stipulé dans l'article [L8231-1](#) du Code du travail, « le marchandage, défini comme toute opération à but lucratif de fourniture de main-d'œuvre qui a pour effet de causer un préjudice au salarié qu'elle concerne ou d'éluder l'application de dispositions légales ou de stipulations d'une convention ou d'un accord collectif de travail, est interdit ».

La preuve du délit de marchandage se trouve dans le contexte, à savoir les conditions d'emploi de la personne qui va réaliser la prestation, ainsi que le rendu du travail effectué. Le juge va s'intéresser au faisceau d'indices pour statuer sur une situation donnée et définir si celle-ci est un moyen de détourner les dispositions protectrices du droit du travail lui permettant donc de qualifier un délit de marchandage.

La qualification du besoin en sous-traitance par l'entreprise est, de fait, une étape importante pour différencier, notamment, un besoin en ressources humaines d'une prestation intellectuelle. La pratique des prestations en régie représente donc pour les clients du consultant deux risques majeurs : la requalification en contrat de travail (un consultant qui exerce depuis des années chez un même client sans profiter des avantages d'un salarié peut demander sa requalification) et le délit de marchandage.

Le fait de commettre le délit de marchandage est puni d'un emprisonnement de deux ans et d'une amende de 30 000 €.

Les peines sont portées à cinq ans d'emprisonnement et à 75 000 € d'amende lorsque l'infraction est commise à l'égard de plusieurs personnes ou d'une personne dont la vulnérabilité ou l'état de dépendance est apparent ou connu de l'auteur.

Les peines sont portées à dix ans d'emprisonnement et à 100 000 € d'amende lorsque l'infraction est commise en bande organisée (article [L8234-1](#) du Code du travail).

Source : SYNTEC CONSEIL. « [Baromètre des achats de conseil 2022-2023](#) », publié en décembre 2022.

Le salariat déguisé

Pour un consultant, réaliser des missions très régulières pour un même client, portant sur des tâches récurrentes pouvant être exécutées par un salarié et ne faisant donc pas appel à l'expertise ponctuelle et spécifique d'un consultant, peut être assimilé à du salariat déguisé. Il doit donc exercer son activité professionnelle en toute indépendance, en étant responsable de ses actes. De ce fait, il faut qu'il soit libre d'organiser son travail à sa convenance, de choisir ses clients, ses fournisseurs, ses sous-traitants, de fixer ses prix... et cela sans contrainte. S'il se trouve dans une situation de subordination juridique vis-à-vis d'un ou de plusieurs clients, leur relation professionnelle pourra être requalifiée par l'Urssaf de « faux indépendant » et donc en contrat de travail.

Le client peut alors être passible d'une amende de 225 000 € pour délit de travail dissimulé ou abus de vulnérabilité. Il devra également payer les salaires, heures supplémentaires, primes, congés, indemnités de toute nature correspondant à un poste de salarié équivalent, et ce, depuis le début avéré de la relation de travail, ainsi que les cotisations sociales du régime général pour toute la durée de la relation contractuelle. Il sera également soumis à des sanctions administratives : suppression et remboursement des aides publiques, exclusion des contrats publics et risque d'une fermeture administrative pouvant aller jusqu'à trois mois.

Pour en savoir plus :

➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [Indépendance juridique : risque de requalification du contrat de mission en contrat de travail](#) », rubrique en ligne.

Statut de l'entrepreneur

Le métier de consultant indépendant correspond au statut de profession libérale non réglementée.

Structure juridique

Trois quarts des consultants indépendants sont des micro-entrepreneurs, le quart restant n'est quasiment composé que de sociétés.

STRUCTURES JURIDIQUES CHOISIES PAR LES NOUVEAUX CHEFS D'ENTREPRISE DU CONSEIL, 2022

CODE APE	SOCIÉTÉS	ENTREPRISES INDIVIDUELLES	MICRO-ENTREPRENEURS	AUTRES*	TOTAL CRÉATIONS
70.22Z	19 596	912	58 714	115	79 337

* Associations, fondations, syndicats, organismes professionnels, etc.

Source : Insee (2022).

Pour en savoir plus :

➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [Que dois-je savoir avant de choisir un statut ?](#) », rubrique en ligne qui présente les différentes structures juridiques, ainsi que les calculs de cotisation et les aspects sociaux et fiscaux.

Autres structures juridiques possibles

Le Groupement d'intérêt économique (GIE)

Certains consultants se regroupent sous la forme de GIE. Il s'agit d'un collectif d'au moins deux membres qui met en commun ses ressources (capacité de travail, argent ou autres) pour exercer ensemble une même activité et payer les dépenses afférentes.

Ainsi, deux consultants peuvent créer un GIE pour louer un local qu'ils partageront, produire un site vitrine pour proposer leurs services ou répondre à un appel d'offres. Le GIE a sa propre comptabilité (et peut donc facturer des clients et collecter la TVA), mais ses bénéfices sont distribués et chaque membre paie individuellement les cotisations sociales et l'impôt sur la part qui lui revient.

Les formalités de création et de gestion d'un GIE sont relativement simples, toutefois, comme ses membres sont solidairement responsables de ses dettes et de ses actions, il vaut mieux bien choisir ses partenaires et formaliser les termes de votre accord.

Source : BPIFRANCE CRÉATION. « [GIE – Groupement d'intérêt économique](#) », rubrique en ligne.

Pour en savoir plus :

➔ BPIFRANCE. « [Entreprendre autrement : coopératives d'activité, couveuses, sociétés de portage salarial](#) », « [Infographie : quel statut juridique choisir pour mon entreprise ?](#) », « [Que dois-je savoir avant de choisir un statut ?](#) », « [Quel statut juridique pour votre entreprise ?](#) », rubriques en ligne.

Le portage salarial

De façon occasionnelle ou récurrente, le consultant peut effectuer ses missions par l'intermédiaire d'une société de portage salarial. C'est elle qui facture le client puis rétrocède le montant sous forme de salaire, après déduction des cotisations sociales et d'une commission.

Avec cette formule, c'est le consultant qui, comme un indépendant, définit les modalités de son offre de services ainsi que ses prix, tout en bénéficiant de la protection sociale d'un salarié : indemnités chômage, retraite, assurance maladie et complémentaire santé. Par ailleurs, il est possible de cumuler l'Allocation d'aide au retour à l'emploi (ARE) avec des revenus issus d'une activité portée. Certaines sociétés exigeront que vous ne pratiquiez pas des tarifs en-deçà d'un montant qui leur permet d'assurer leur rentabilité.

Source : BPIFRANCE CRÉATION. « [Recourir au portage salarial](#) », rubrique en ligne.

Régime fiscal – TVA

La taxe sur la valeur ajoutée (TVA) applicable aux activités de conseil pour les affaires et autres conseils de gestion est de 20 %.

Pour en savoir plus :

➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [TVA](#) », rubrique en ligne.

7.

CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION

CONTACTS

ET SOURCES D'INFORMATION

Organismes professionnels

Pourquoi adhérer à un organisme professionnel ?

Cela comporte de nombreux avantages, comme rompre son isolement, être tenu au courant des évolutions de sa profession, se constituer un réseau, participer aux congrès annuels, obtenir des conseils juridiques, recevoir une assistance administrative, suivre une formation, etc. Les services offerts sont généralement mis en valeur sur le site Internet de ces organismes.

La procédure d'affiliation diffère beaucoup d'un organisme à l'autre. Il en est de même des coûts : certaines adhésions sont gratuites, d'autres payantes, en fonction des revenus ou du chiffre d'affaires. Des tarifs spéciaux sont parfois prévus pour les nouveaux adhérents en phase de création. Certains organismes n'acceptent pas les créateurs et réservent leurs services aux entreprises ayant une certaine ancienneté.

Les principaux organismes professionnels et fédérations

- **Association des forces organisatrices pour la performance des entreprises (Afope)**

Cette association a pour objectif de favoriser les échanges d'expériences et d'information entre managers et acteurs de l'organisation en entreprise. Elle organise des journées de partage d'expériences, des ateliers de travail, une convention annuelle, des formations. Elle met à disposition un carnet d'adresses de professionnels relevant des fonctions de l'organisation des entreprises et a publié un manifeste exposant les clés nécessaires à l'organisation et à la performance des entreprises.

- **Fédération européenne des associations de conseil en management (Feaco)**

Cette fédération a pour objectif de développer le marché du conseil en management, d'améliorer son image au niveau européen et international, par la promotion de normes professionnelles communes en matière d'éthique et de qualité (« *best practices* »). Elle publie des enquêtes et des bulletins d'information. Ses groupes de travail portent sur les relations avec la Commission européenne sur les questions liées aux marchés publics (Ecic) et les relations entre les institutions européennes et les principales sociétés internationales de conseil en gestion sur la libre circulation des services.

- **Office professionnel de qualification des conseils en management (OPQCM)**

La marque OPQCM de l'ISQ (Qualité des services intellectuels) a pour vocation de délivrer une qualification aux cabinets de conseil, leur permettant ainsi de faire reconnaître leurs compétences et leur professionnalisme. Elle est obligatoire pour les cabinets de conseil qui délivrent des prestations juridiques à titre accessoire.

- **Syndicat national du conseil en management (Cinov Conseil)**

Ce syndicat englobe toutes les filières des métiers du conseil. L'organisme offre à ses adhérents des services tels que l'appui juridique, la mise à disposition de modèles et contrats types, la diffusion d'une veille juridique, l'assurance responsabilité civile professionnelle (RCP), l'accès à des formations à un tarif préférentiel, à la garantie assurance perte d'emploi (GSC).

- **Syndicat professionnel des acteurs du conseil (Syntec Conseil)**

Ce syndicat offre à ses membres un accompagnement sur les problématiques juridiques, sociales et RH, des services en matière de mutualisation de coûts et d'assurances professionnelles, et des informations sur la transformation du secteur, sur l'évolution de la législation et de la jurisprudence.

Ouvrages, rapports et études

- ADESATT. « **Typologie des TPE-PME et de leurs salariés** », étude publiée en 2021.
- BIRDEO. « **Étude de rémunérations Birdeo 2022 : salaires des professionnels du développement durable et la RSE** », publiée le 19/07/2022.
- CARLIER Fabrice. « **Réussir ma première mission de consultant** », livre publié en 2021.
- CIELLE Arnaud. « **Consultant : se lancer, réussir et durer** », livre publié en 2020.
- DO MARCOLINO Pierre-Michel. « **Consultant : 138 fiches opérationnelles** », livre publié en 2019.
- HUGOT Jean-Baptiste. « **Le guide des cabinets de conseil en management** », livre publié en 2021. Prochaine édition en mai 2023.
- OPIIEC. « **Métiers et compétences des missions de conseil : étude sur les compétences attendues dans les missions de conseil en stratégie et management** », étude publiée en janvier 2022.
- OPIIEC. « **La RSE dans les métiers du conseil** », étude publiée le 01/06/2019.
- SYNTEC CONSEIL. « **Le marché du conseil en France 2021-2022** », étude publiée en 2022.
- SYNTEC CONSEIL. « **Baromètre des achats de conseil 2022-2023** », publié en décembre 2022.
- XERFI. « **Le marché du conseil en RSE** », étude publiée le 20/12/2022.
- XERFI. « **Le conseil en supply chain management à l'horizon 2024** », étude publiée le 13/10/2022.
- XERFI. « **Le conseil en financement de l'innovation à l'heure de la maturité** », « **Nouveaux enjeux dans le conseil en stratégie et organisation** », études publiées le 24/02/2022.

Revue et médias

- **Consulting magazine**, média en ligne (en anglais), gratuit avec inscription : actualités, études, offres d'emploi, agenda.
- **Consultor**, média en ligne : expertises sectorielles, emploi, guide des cabinets, tendances.

Salons et événements

- **Convention de la Fédération Cinov Conseil**, événement annuel, dans une ville différente chaque année. S'adresse aux dirigeants, indépendants, aux salariés de tous les métiers de la prestation de services intellectuels du numérique, de l'ingénierie, du conseil. Tables rondes, ateliers thématiques, « boîte à outils » sur le management.
- **Grand prix Syntec Conseil**, événement annuel, à Paris. Ce prix récompense les projets qui ont démontré les meilleures performances : transition structurée et durable pour l'entreprise ou l'institution cliente, démonstration de la mise en œuvre d'innovations sur le plan organisationnel, technique, social, sociétal et humain, résultats probants.
- **Les Rencontres du Conseil**, événement annuel, à Paris. Journée d'échange entre étudiants, professionnels de l'enseignement et professionnels du conseil, organisée par Syntec Conseil.



CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION

- **Printemps des études**, événement annuel, à Paris. Organisé par le collectif Re-création, il rassemble des professionnels des études et du marketing et des dirigeants d'entreprises, lors de conférences autour des thèmes de « *research/data/insights* » (recherche, données, tendances).

N'hésitez pas à visiter tous les salons spécialisés dans vos domaines d'expertises.

NOTES

PERSONNELLES



<https://bpifrance-creation.fr>



<https://twitter.com/bpifrancecrea>



<https://linkedin.com/company/bpifrance>

bpifrance

CRÉATION

CE DOSSIER EST VENDU DANS LA LIBRAIRIE DE BPIFRANCE CRÉATION

Prix : 16 € TTC

ISBN : 978-2-38076-047-7