

LA FORMATION EN FIDUCIAIRE

Une opportunité d'avenir pour la jeune génération

Lorsqu'on évoque les métiers de la fiduciaire, beaucoup de jeunes, et parfois leurs parents, imaginent encore un univers figé, fait de chiffres, de classeurs et de travail solitaire. Cette perception, héritée du passé, ne reflète pourtant plus la réalité actuelle du métier.

ProEconomy

Au fil des vingt dernières années, la profession a profondément évolué. Digitalisation, automatisation et attentes accrues des entreprises ont transformé le quotidien des fiduciaires. Aujourd'hui, les professionnels du domaine ne sont plus seulement des techniciens des chiffres, mais des partenaires stratégiques des PME, jouant un rôle clé dans l'analyse, le conseil et l'accompagnement.

Des parcours de formation multiples et accessibles

L'un des grands atouts du secteur réside dans la diversité des parcours de formation. La voie de l'apprentissage joue un rôle central: elle permet d'entrer rapidement dans la vie professionnelle tout en acquérant des bases solides en comptabilité, fiscalité et gestion.

Après l'apprentissage, différentes options sont possibles, comme la maturité professionnelle, les brevets fédéraux, notamment de spécialiste en finance et comptabilité ou spécialiste en fiduciaire et conseil (agent fiduciaire). Puis, pour ceux qui le souhaitent, des formations d'expert. Ces titres reconnus ouvrent l'accès à des fonctions à haute valeur ajoutée.

« Ce que je trouve inspirant en fiduciaire, ce sont les parcours de vie de nos clients et cette relation de confiance que je n'ai trouvée nulle part ailleurs. »

Christian Florey, président de Pro-Economy

Les jeunes titulaires d'une maturité gymnasiale ou professionnelle peuvent également rejoindre le monde des fiduciaires par le biais d'un stage. Cette voie permet une immersion progressive dans le métier et constitue souvent un tremplin vers une formation supérieure. Des parcours plus académiques, via les hautes écoles spécialisées ou l'université, existent également. Ces différentes voies peuvent mener aux mêmes niveaux de responsabilité, illustrant la richesse et la perméabilité du secteur.

Un métier de plus en plus relationnel

La transformation numérique a libéré les professionnels d'une grande partie des tâches de saisie. Importation automatique des données, outils digitaux et précomptabilisation permettent aujourd'hui de se concentrer davantage sur l'analyse et le conseil. Cette évolution renforce la dimension humaine du métier. Souvent comparé à un « médecin de famille » de l'entreprise, le conseiller fiduciaire bénéficie d'une relation de confiance privilégiée avec ses clients. Comme le souligne Christian Florey, Président de Pro-Economy: « Ce que je trouve inspirant en fiduciaire, ce sont les parcours de vie de nos clients et cette relation de confiance que je n'ai trouvée nulle part ailleurs. »





HooRa
Make people & business successful

Un défi d'attractivité relevé par l'association Pro-Economy et HooRa

Malgré ces atouts, les métiers de la fiduciaire restent encore peu prisés du fait d'un manque de visibilité. Face à ce constat, l'association Pro-Economy a décidé d'agir en collaborant avec la start-up valaisanne HooRa afin de casser les clichés et d'attirer les jeunes vers des apprentissages et des stages en fiduciaire.

HooRa accompagnera également les fiduciaires qui le souhaitent dans la conception et le déploiement de leurs campagnes et, au besoin, assurera la présélection des profils grâce à des outils digitaux et un recruteur virtuel vocal utilisant l'intelligence artificielle.

les visuels graphiques sont également mis à disposition des membres de l'association pour leurs propres actions de recrutement.

HooRa accompagnera également les fiduciaires qui le souhaitent dans la conception et le déploiement de leurs campagnes et, au besoin, assurera la présélection des profils grâce à des outils digitaux et un recruteur virtuel vocal utilisant l'intelligence artificielle.

Un métier d'avenir

Plus numériques, plus relationnels et plus stratégiques, les métiers de la fiduciaire offrent aujourd'hui de réelles opportunités de carrière aux jeunes générations. Le défi n'est donc pas de transformer le métier, mais de mieux le faire connaître afin d'assurer la relève indispensable à l'avenir de la profession. ■

Cette démarche s'est traduite par la réalisation d'une vidéo dédiée et par des campagnes sur les réseaux sociaux, afin d'aller à la rencontre des jeunes là où ils passent une grande partie de leur temps. La vidéo et

Pro-Economy.vs