

ETUDE ANNUELLE D'ACTIVITÉS & OBSERVATOIRE SOCIAL

Une étude réalisée par

Sommaire

Contexte et méthodologie	3
Principales tendances de 2018	6
Présentation des agences	8
Etude d'activité annuelle	10
Observatoire social et rémunération	21

CONTEXTE ET MÉTHODOLOGIE

1

\ Contexte et objectifs de la mission

- Chaque année, le Syndicat du Conseil en Relations Publics réalise une grande enquête auprès de ses adhérents pour analyser le marché du conseil en relations publics.
- Cette enquête remplit plusieurs missions :
 - Aider les adhérents à situer l'activité et la structure de leur agence par rapport aux autres ;
 - Fournir aux adhérents des éléments de comparaison de leur évolution par rapport à celle de leurs confrères ;
 - Contribuer à la promotion de la profession.



Methodologie

Questionnaire en quatre volets :

- Présentation agence
- Etude annuelle d'activité
- Observatoire social / rémunération
- Flash prospectives

Recueil online : du 12 novembre au 24 décembre 2019

Confidentialité : L'anonymat des répondants est garanti par une connexion via un numéro d'adhérent.

Taux de participation : 83% avec 35 répondants sur 42 adhérents sollicités

- Etude annuelle d'activité : 69% (64% en 2017)
- Observatoire social & rémunération : 69% (47% en 2017)

Vérification des données : du 8 au 16 janvier 2020



**PRINCIPALES TENDANCES DE
2018**



4 enseignements à retenir

1

2018, une année de forte croissance

Avec une croissance à deux chiffres, le marché français du conseil en relations publics se porte bien

2

Une performance tirée par la diversité des expertises des PR

Une croissance multipliée par cinq pour les agences proposant une palette variée d'expertises PR

3

Une dynamique sectorielle qui se reflète dans le marché de l'emploi

6% de hausse des effectifs et de 5,2% de la rémunération globale.

4

Des prémices d'une nouvelle forme de collaboration ?

71% des agences font appel à des freelances ou services externalisés pour leurs activités cœur de métier

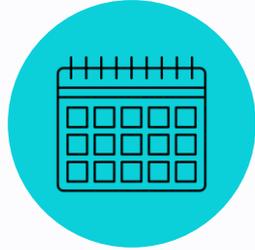


PRÉSENTATION DES AGENCES

3

\ Présentation des agences

Base répondants : 35



DATE DE CRÉATION

1970 - 1979 : **3%**

1980 - 1989 : **20%**

1990 - 1999 : **37%**

2000 - 2009 : **20%**

2010 - 2019 : **20%**

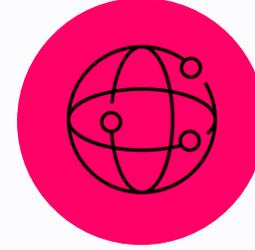


TYPE DE STRUCTURE

Structure indépendante : **68%**

Filiale, BU ou partie d'un groupe
indépendant : **6%**

Filiale, BU ou partie d'un groupe
international : **26%**



ACTIVITÉ À L'INTERNATIONAL

Votre société est le siège ou la filiale d'un groupe international de
relations publics : **28,5%**

Vous avez des associés exclusifs dans plusieurs pays : **3%**

Vous faites partie d'un réseau indépendant de consultants ou
d'agences de relations publics : **34%**

Vous avez des contacts informels et occasionnels avec des
agences de relations publics d'autres pays : **28,5%**

Vous n'avez aucun lien à l'international avec d'autres agences : **6%**

ÉTUDE D'ACTIVITÉ ANNUELLE

4

Evolution du marché par rapport à 2017



01

Honoraires totaux

154 millions d'€ d'honoraires

+ 11% par rapport à 2017

67% des agences sont en croissance (50% en 2017)

02

Chiffre d'affaires totaux

232 millions d'€ de chiffre d'affaires

+ 11% par rapport à 2017

03

Marge brute totale

159 millions d'€ de marge brute

+ 10% par rapport à 2017

04

Masse salariale totale

72 millions d'€ de masse salariale

+ 4% par rapport à 2017

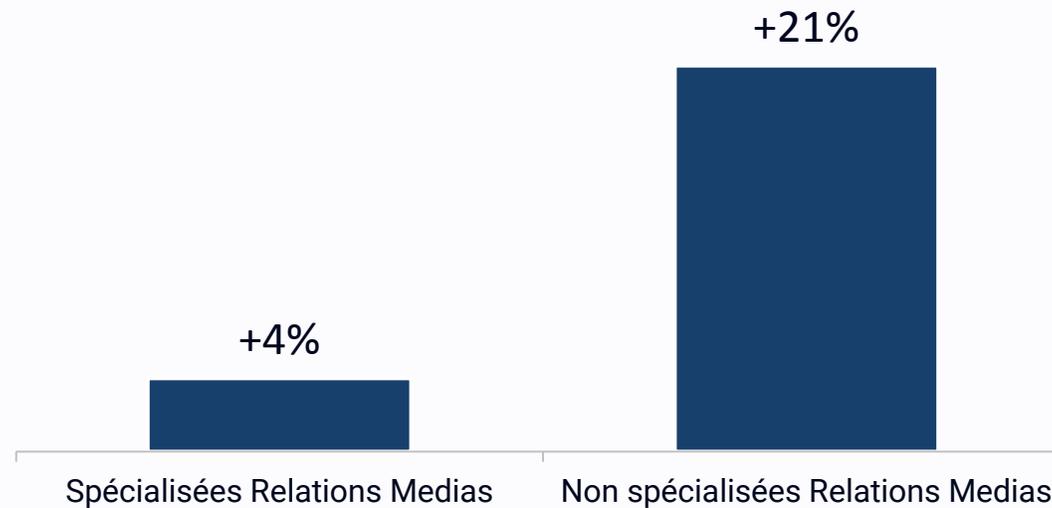
Portraits-types des sociétés

Base répondants : 26

Taille des sociétés	Tranches honoraires en 2018	CA 2018 moyen	Honoraires 2018 moyens	% moyen des honoraires dans le CA	Effectif moyen 2018	Honoraires / Effectif moyen
Ensemble (26)		6 546 330€	4 503 338€	76%	40	111 745€
Petits (5)	Honoraires < 1M€	826 198€	691 583€	87%	7	98 798€
Moyens (11)	1M€ > Honoraires < 3 M€	2 681 634€	1 941 331€	73%	18	107 852€
Grands & Majors (10)	Honoraires > 3M€	13 438 154€	9 557 424€	74%	78	122 531€

Une croissance plus marquée chez les agences non spécialisées Relations Médias

Evolutions moyennes des honoraires par types de structure



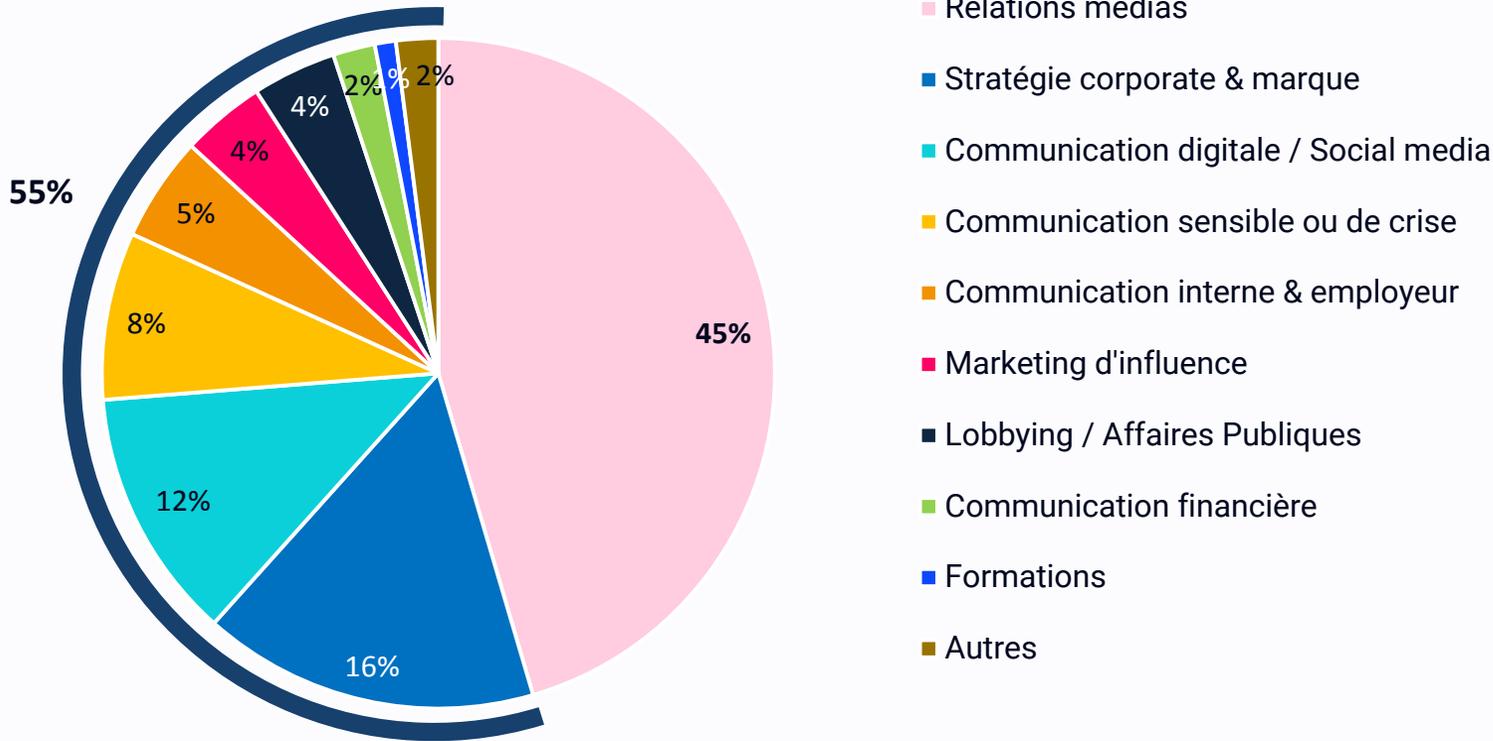
Exemple de lecture : en 2018, les agences spécialisées en Relations Médias ont connu une croissance moyenne de leurs honoraires de +4%

NB : sont considérés comme spécialisées les agences dont les relations medias pèsent pour plus de 45% de leur honoraires

Domaines d'intervention des sociétés de conseil RP

Base répondants : 30

Répartition des honoraires par nature de missions en 2018



Ce sont ces 55% qui tirent la croissance du marché

Ces catégories d'expertises contiennent à la fois le conseil et le déploiement opérationnel.

Top 3 des missions



1 Relations médias (corporate & marque, produits & services)



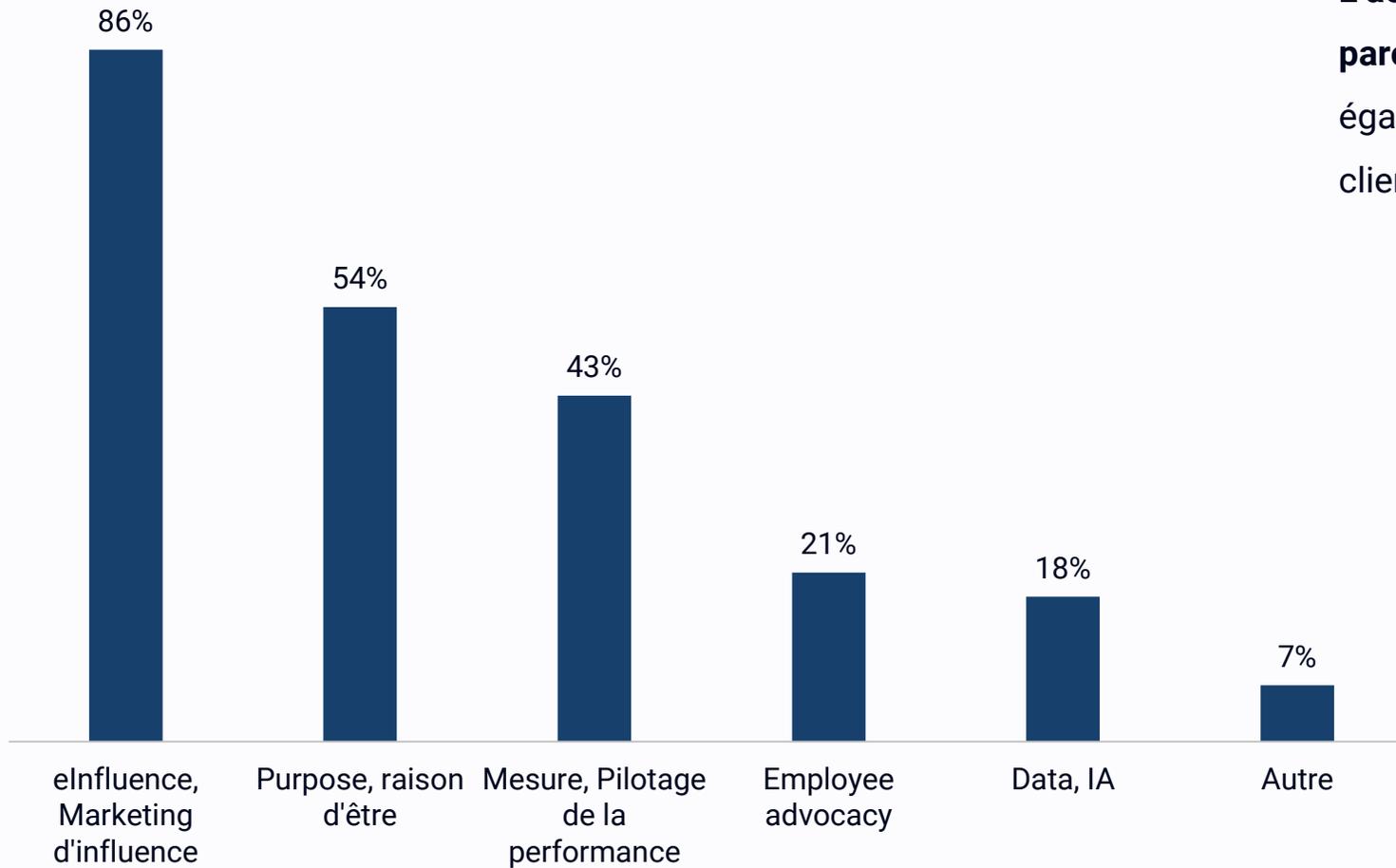
2 Stratégie corporate & marque



3 Communication digitale / Social media

Demandes émergentes des clients

Base répondants : 28



L'accompagnement des dirigeants dans les prises de parole média et les relations médias efficaces sont également cités dans les demandes émergentes des clients.

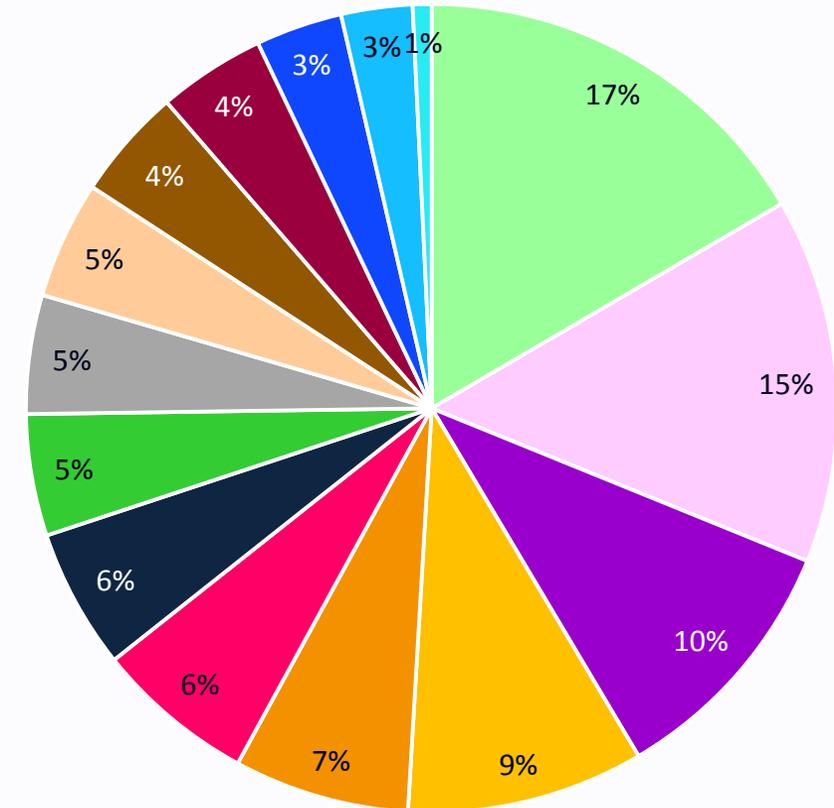
Exemple de lecture : en 2018, le eInfluence/Marketing d'influence est cité par 86% des adhérents comme étant une demande émergente des clients

Activité sectorielle des sociétés de conseil en RP en 2018

Base répondants : 29

- Industries agro-alimentaires, agriculture, sylviculture et pêche
- Produits de grande consommation
- Technologies et Telecoms
- Commerce (& e-commerce) et distribution
- Organismes financiers, banques et assurances
- Energies, industries de la chimie et du plastique et autres industries, telles que l'aéronautique et l'exploitation minière
- Sociétés de services professionnels
- Santé
- Voyage, tourisme et loisirs
- Transport routier, aérien, maritime, ferroviaire et automobile
- Autres services non marchands
- Bâtiment et travaux publics
- Ministères, Administrations, Collectivités territoriales et instance européennes et mondiales
- Mode
- Autres

Répartition des honoraires par secteur d'activité des clients

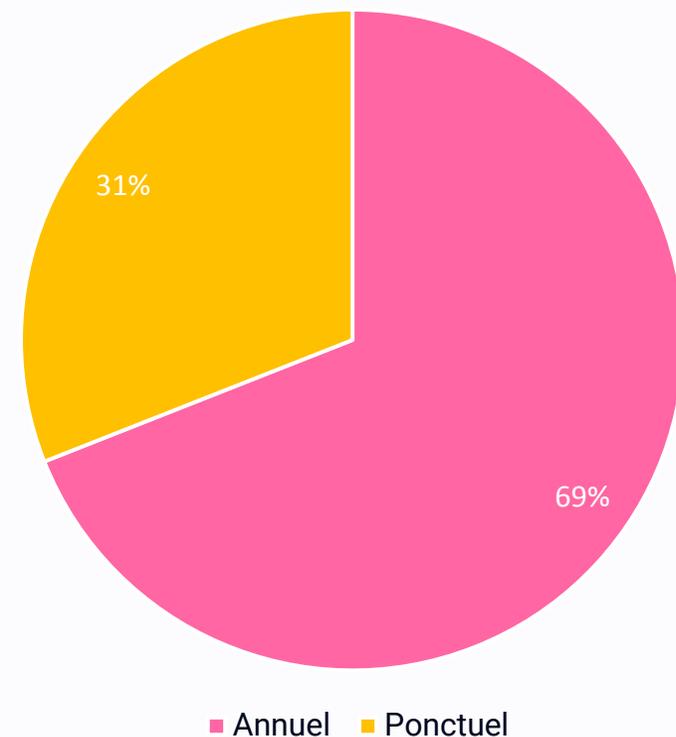


Les clients et typologie de missions des sociétés de conseil en RP

Taille des sociétés	Tranches honoraires en 2018	Nombre de clients moyen en 2018	Panier moyen client (honoraires / nombre de clients)
Ensemble (26)		70	61 285€
Petits (5)	Honoraires < 1M€	22	34 106€
Moyens (11)	3 M€ > honoraires > 1M€	42	55 410€
Grands & Majors (10)	Honoraires > 3M€	128	81 338€

Base répondants : 26

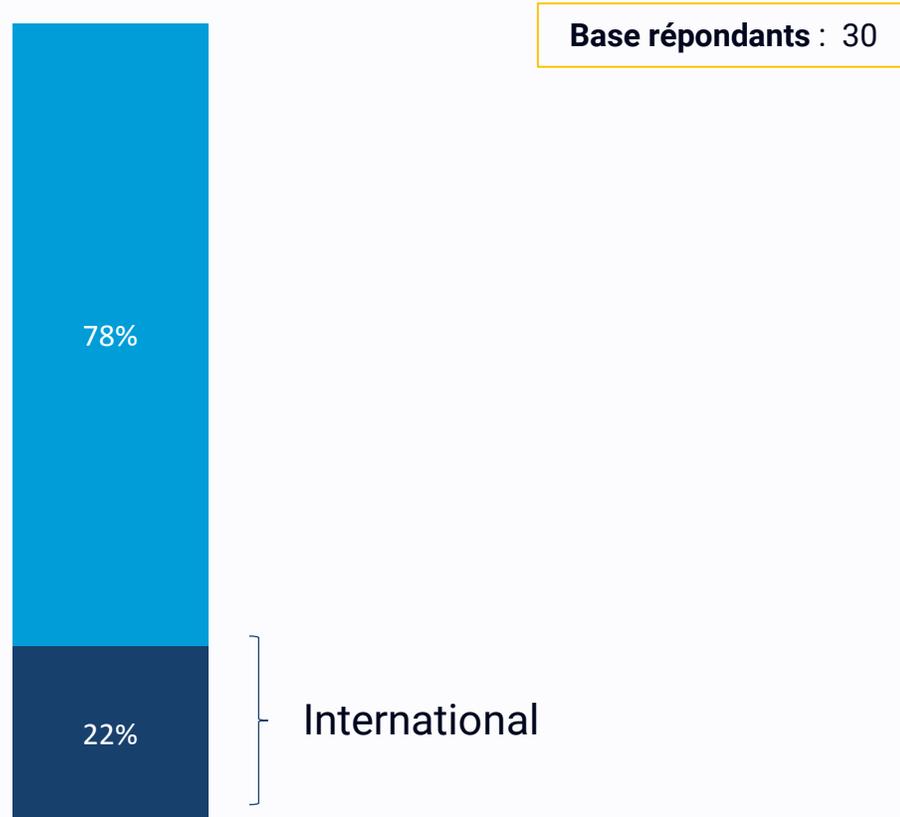
Répartition des honoraires en 2018



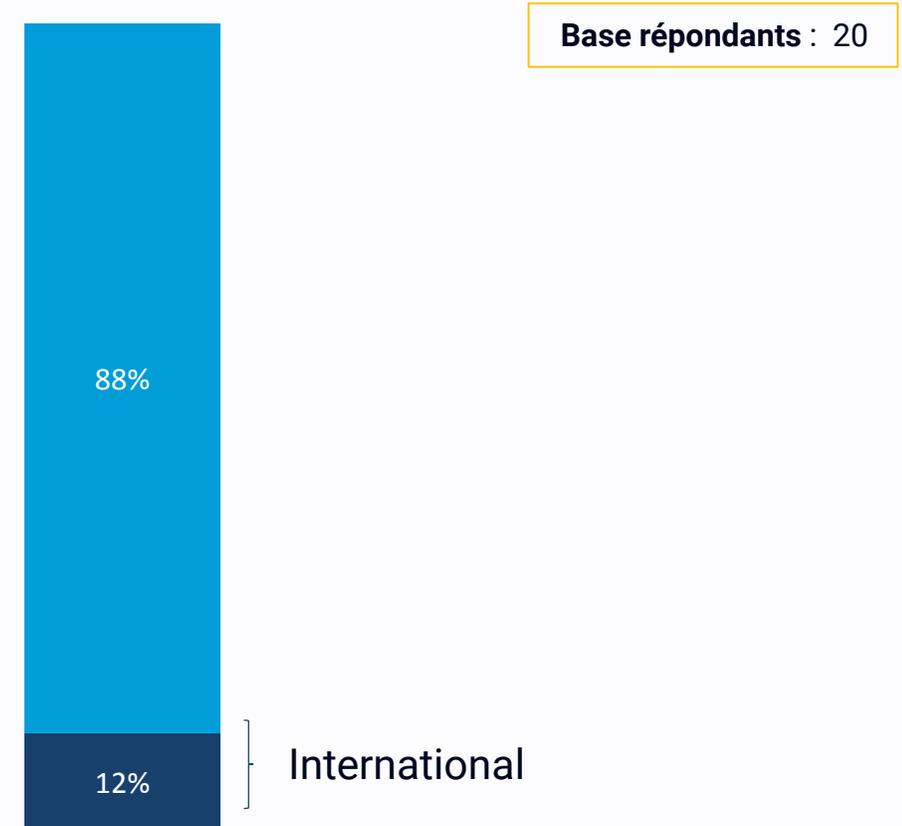
Base répondants : 30

Activité à l'international

En 2018, quelle a été la part de clients internationaux (selon la localité du siège social) parmi l'ensemble de vos clients ?



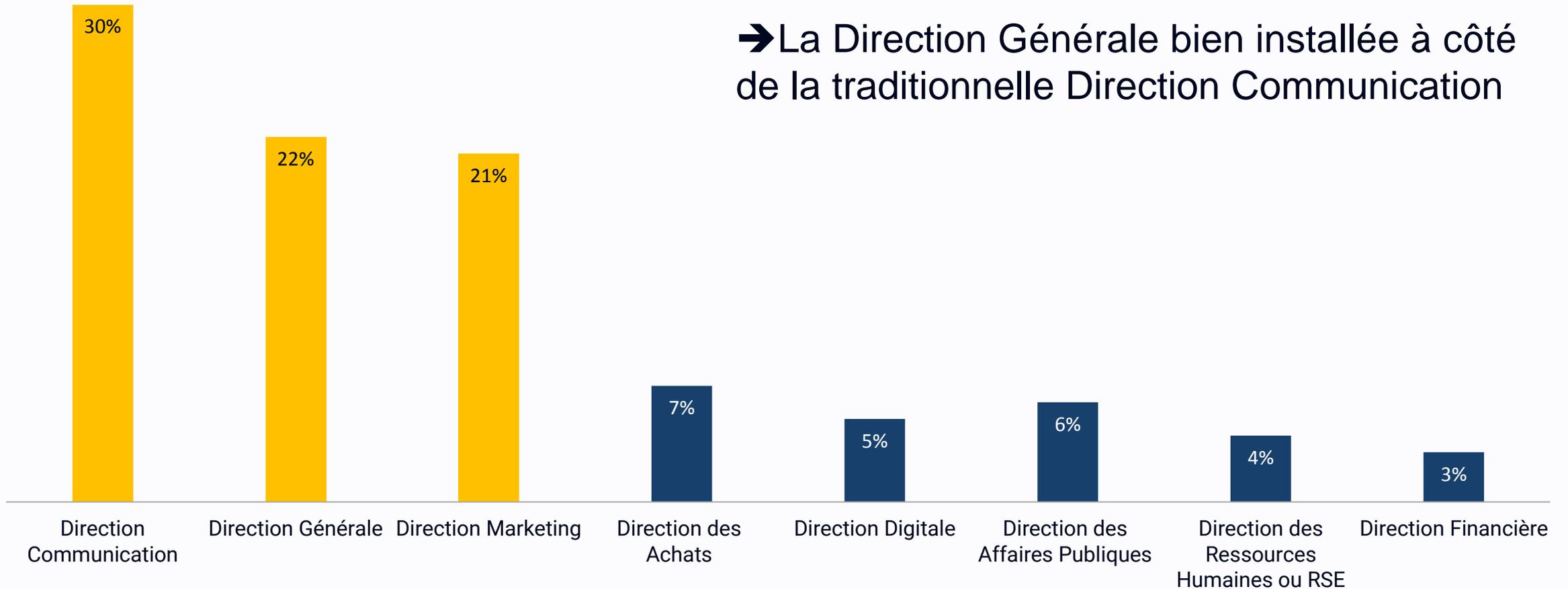
En 2018, quelle a été la part des honoraires qui correspond à des prestations réalisées à l'international ?



Les interlocuteurs privilégiés des sociétés de conseil en RP

Base répondants : 30

En 2018, quels ont été vos principaux commanditaires ?



En résumé

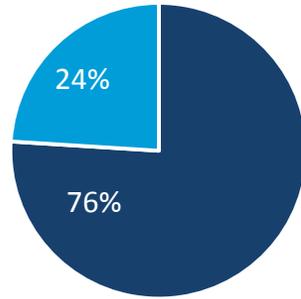
- **Forte croissance du marché du conseil en PR** : progression du CA (+11%) avec des marges préservées (+10%)
- **Une performance tirée par la diversité des expertises RP**. Une croissance 5x plus importante chez les agences dont les relations médias représentent moins de 45% de leurs honoraires.
- Parmi les **demandes émergentes des clients, le Marketing d'influence arrive en tête** des répondants avec 86 % de citation, suivi des problématiques de Purpose/Raison d'être, puis la Mesure/pilotage de la performance.
- **Les agences PR s'imposent comme interlocuteur clé au plus au niveau de l'entreprise**. Outre la traditionnelle direction de la communication (30%), la direction générale (22%) s'impose comme interlocutrice privilégiée des agences, aux côtés de la dir. marketing (21%)

**OBSERVATOIRE SOCIAL ET
RÉMUNÉRATION**

5

Effectifs des sociétés

Métiers



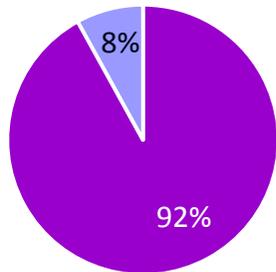
■ Conseil en RP ■ Autres métiers

+6% d'ETP
sur le périmètre
Conseil en RP

40 ETP
en moyenne
par agence

Base répondants : 29

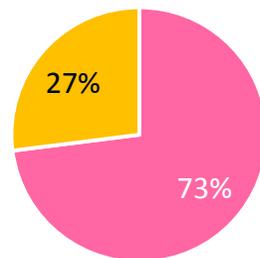
Fonction



■ Opérationnels ■ Supports

Base répondants : 25

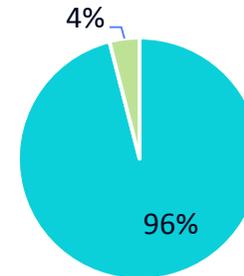
Statut



■ Cadre ■ Non cadre

Base répondants : 29

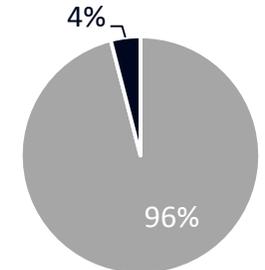
Rythme de travail



■ Temps plein ■ Temps partiel

Base répondants : 28

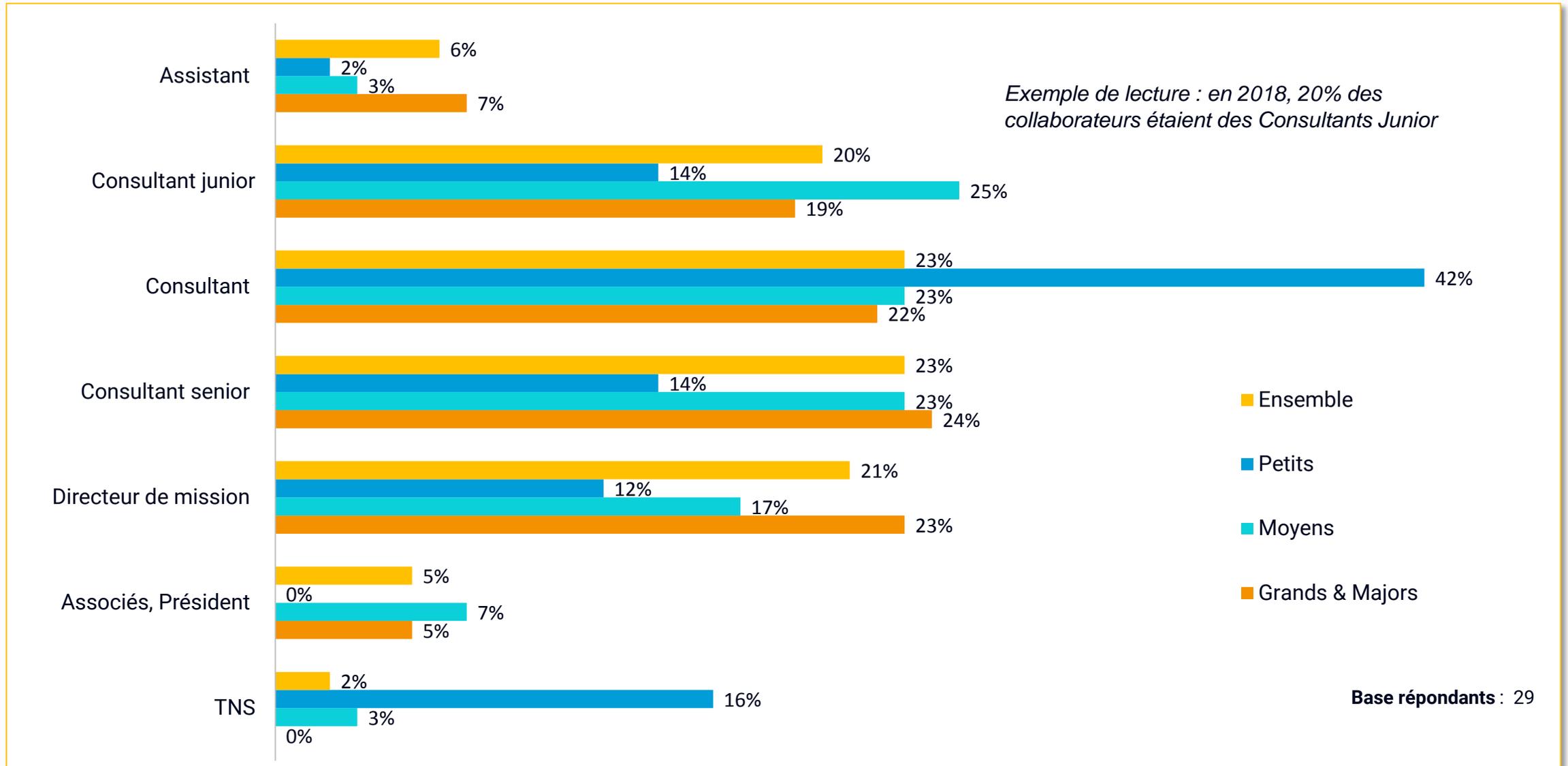
Contrat



■ CDI ■ CDD

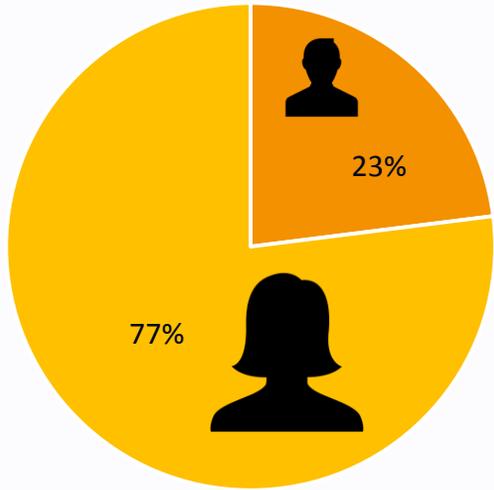
Base répondants : 28

Profils des collaborateurs



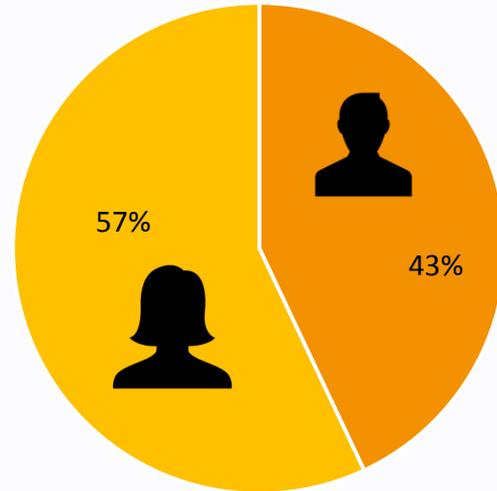
Description des salariés

Sexe



- Homme
- Femme

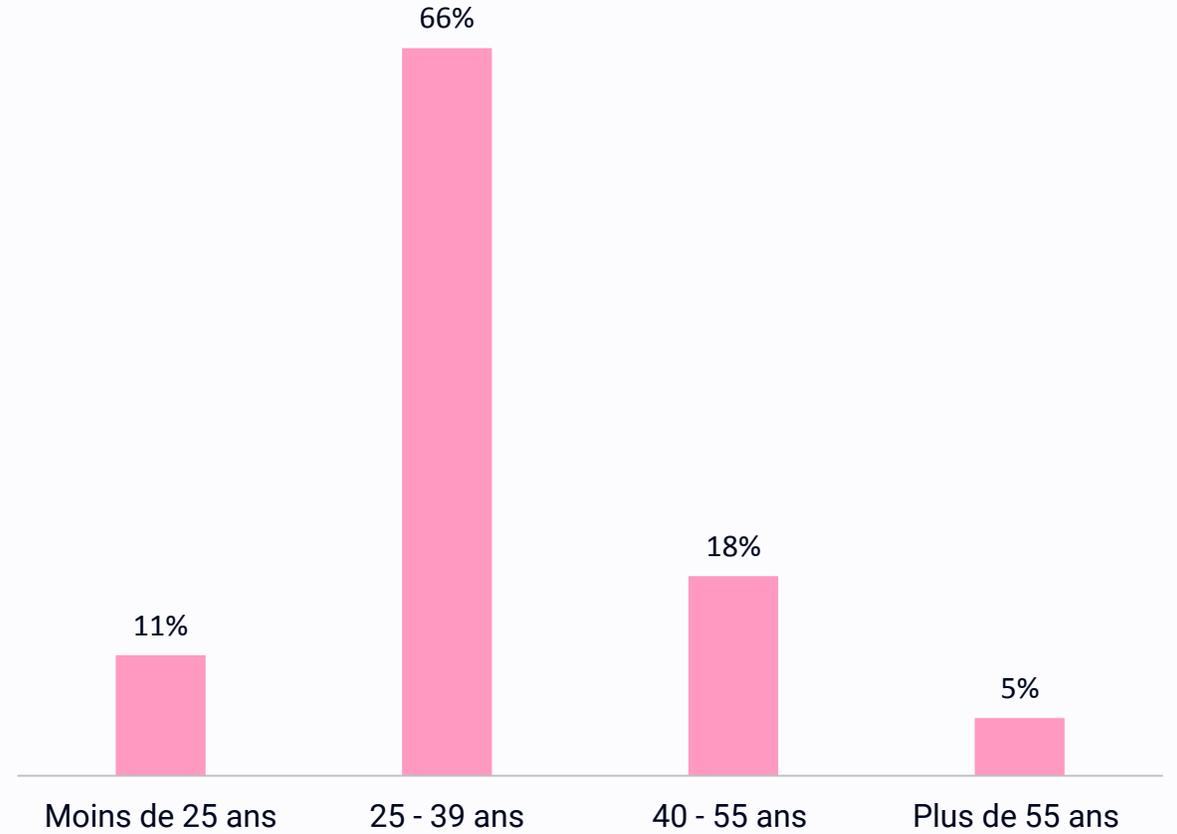
Base répondants : 28



- Directeur Généraux homme
- Directeur Généraux femme

Base répondants : 29

Age



Base répondants : 28

\ Profil consultant(e) junior

Effectif

Effectif moyen au global	Effectif moyen chez les petits*	Effectif moyen chez les moyens*	Effectif moyen chez les grands & Majors*
6,2	1	4,5	10,5

Base répondants : 29

Rémunération

Rémunération brute annuelle de base	Rémunération variable sur objectifs	Prime exceptionnelle et autres bonus accordés
27 976€ [min : 18 968€ – max : 35 794€]	273€	1 001€

Base répondants : 25

Base répondants : 15

Base répondants : 14

*Petits : honoraires < 1M€ | Moyens : 1M€ > honoraires < 3M€ | Grands & Majors : honoraires >3M€

\ Profil consultant(e)

Effectif

Effectif moyen au global	Effectif moyen chez les petits	Effectif moyen chez les moyens	Effectif moyen chez les grands & Majors
7,1	3	4,2	11,8

Base répondants : 29

Rémunération

Rémunération brute annuelle de base	Rémunération variable sur objectifs	Prime exceptionnelle et autres bonus accordés
33 084€ [min : 28 000€ - max : 44 946€]	557€	1 887€

Base répondants : 27

Base répondants : 15

Base répondants : 16

*Petits : honoraires < 1M€ | Moyens : 1M€ > honoraires < 3M€ | Grands & Majors : honoraires >3M€

\ Profil consultant(e) senior

Effectif

Effectif moyen au global	Effectif moyen chez les petits	Effectif moyen chez les moyens	Effectif moyen chez les grands & Majors
7,1	1	4,2	12,8

Base répondants : 29

Rémunération

Rémunération brute annuelle de base	Rémunération variable sur objectifs	Prime exceptionnelle et autres bonus accordés
42 696€ [min : 33 000€ - max : 57 123€]	790€	2 547€
- 3% par rapport à 2017	+ 207% par rapport à 2017	+ 58% par rapport à 2017

Base répondants : 27

Base répondants : 15

Base répondants : 15

*Petits : honoraires < 1M€ | Moyens : 1M€ > honoraires < 3M€ | Grands & Majors : honoraires >3M€

\ Profil directeur(e) conseil

Effectif

Effectif moyen au global	Effectif moyen chez les petits	Effectif moyen chez les moyens	Effectif moyen chez les grands & Majors
6,4	0,8	3	12,3

Base répondants : 29

Rémunération

Rémunération brute annuelle de base	Rémunération variable sur objectifs	Prime exceptionnelle et autres bonus accordés
64 237€ [min : 46 200€ - max : 91 235€]	2 237€	7 294€
+/- 0% par rapport à 2017	+ 200% par rapport à 2017	+ 200% par rapport à 2017

Base répondants : 26

Base répondants : 17

Base répondants : 16

*Petits : honoraires < 1M€ | Moyens : 1M€ > honoraires < 3M€ | Grands & Majors : honoraires >3M€

\ Profil associé(e) , président(e) (hors TNS)

Effectif

Effectif moyen au global	Effectif moyen chez les petits	Effectif moyen chez les moyens	Effectif moyen chez les grands & Majors
1,6	0	1,2	2,8

Base répondants : 29

Rémunération

Rémunération brute annuelle de base	Rémunération variable sur objectifs	Prime exceptionnelle et autres bonus accordés
124 052€ [min : 54 000€ - max : 221 833€]	4 375€	10 989€
+ 18%	+ 402% par rapport à 2017	Montant 2017 indisponible

Base répondants : 16

Base répondants : 9

Base répondants : 10

*Petits : honoraires < 1M€ | Moyens : 1M€ > honoraires < 3M€ | Grands & Majors : honoraires >3M€

Effectif

Effectif moyen au global	Effectif moyen chez les petits	Effectif moyen chez les moyens	Effectif moyen chez les grands & Majors
0,5	1,2	0,5	0,3

Base répondants : 29

Rémunération

Rémunération brute annuelle de base	Rémunération variable sur objectifs	Prime exceptionnelle et autres bonus accordés
117 952€ [min : 72 000€ - max : 235 000€]	22 548€	15 000€

Base répondants : 10

Base répondants : 4

Base répondants : 3

*Petits : honoraires < 1M€ | Moyens : 1M€ > honoraires < 3M€ | Grands & Majors : honoraires >3M€

Evolution de la rémunération globale en 2018



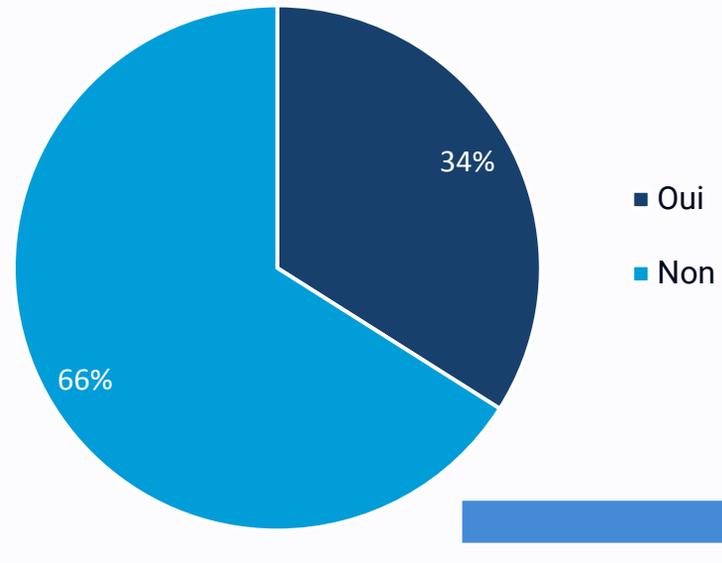
Evolution moyenne de la rémunération au global en 2018.

Base répondants : 26

→ Une rémunération globale tirée par les augmentations des variables

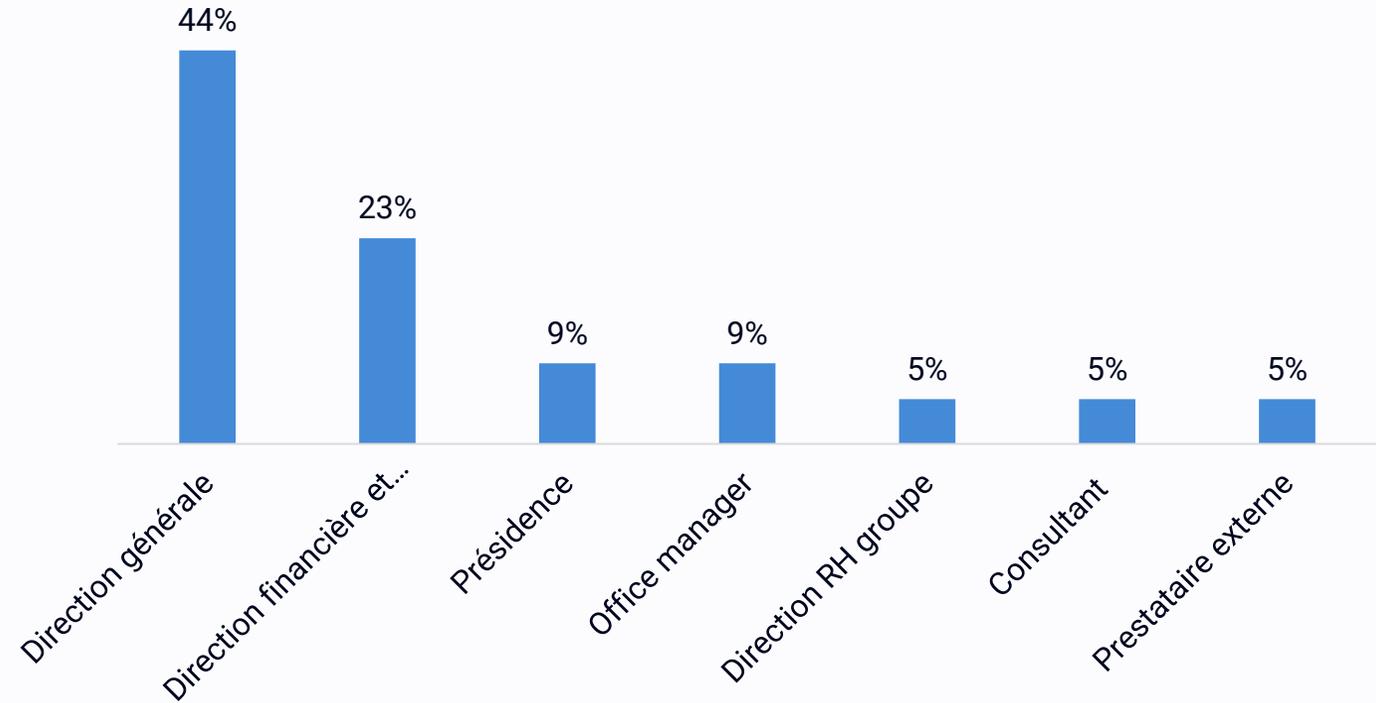
RH & Evolution de la rémunération

Avez-vous une personne dédiée aux RH ?



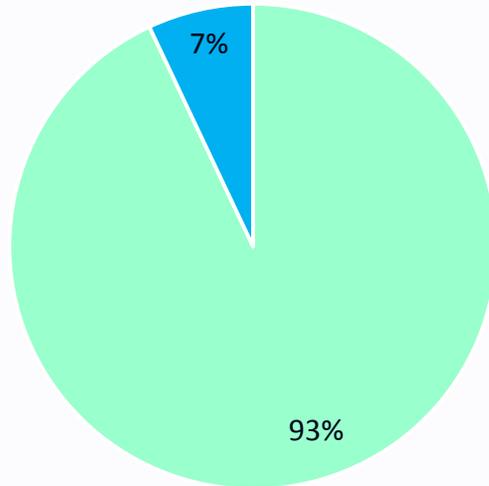
Base répondants : 29

Autres personnes en charge des RH



Base répondants : 19

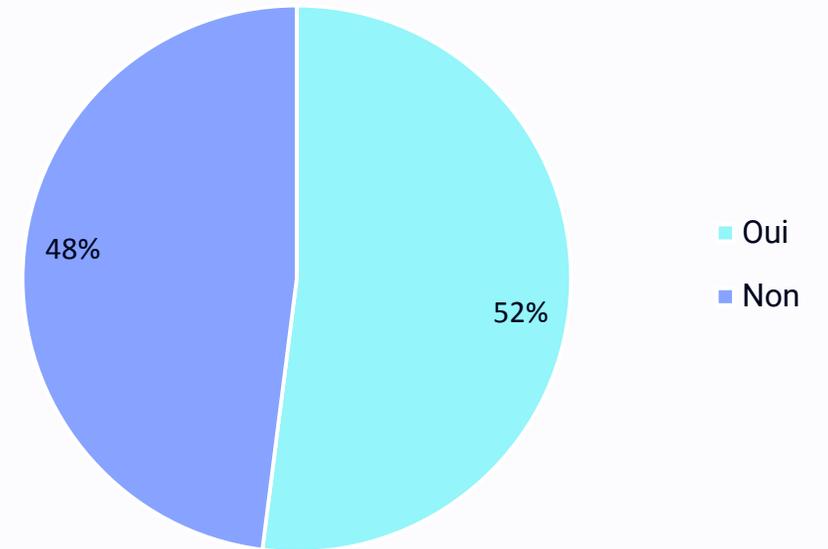
Entreprises employant au moins un collaborateur en situation de handicap



- Entreprise sans collaborateurs en situation de handicap
- Entreprise avec un collaborateur en situation de handicap

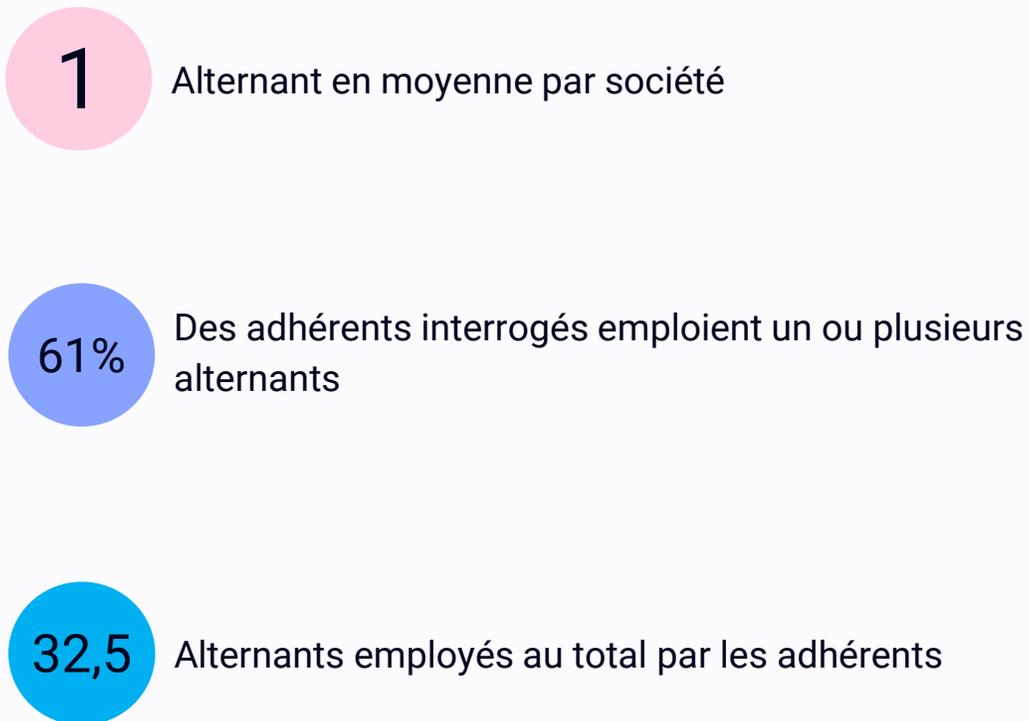
Seules 2 sociétés emploient **1 collaborateur en situation de handicap** (comme en 2017).

Vous acquittez-vous partiellement de l'obligation d'emploi des travailleurs handicapés (OETH) en passant des contrats de fourniture, de sous-traitance ou de prestations de services ?

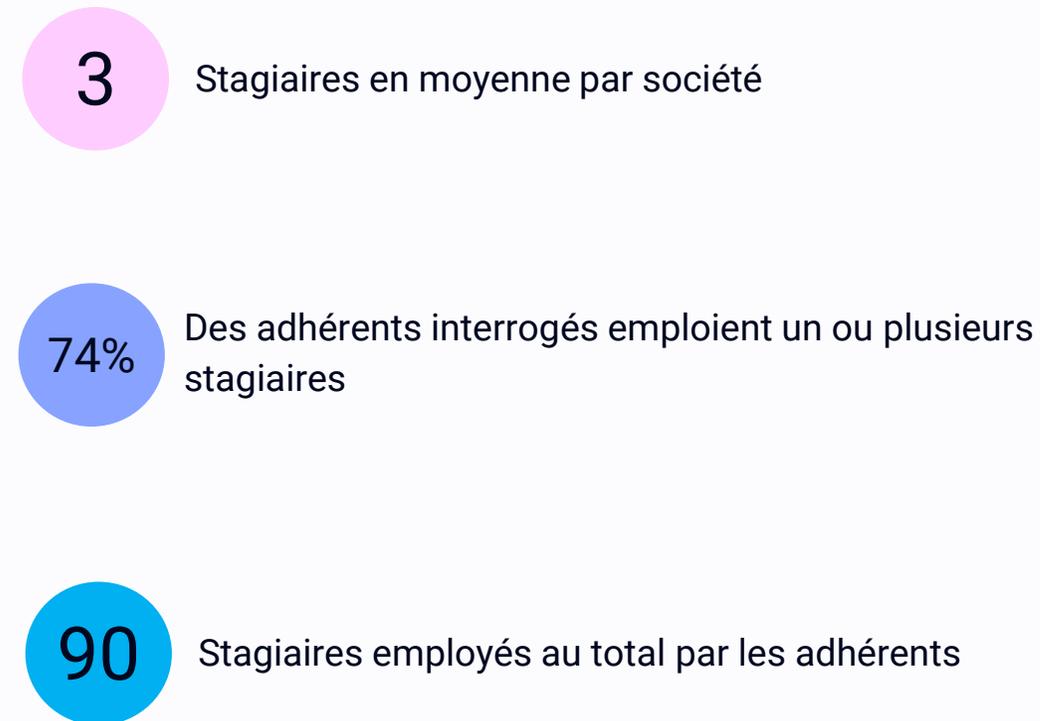


*OETH : Obligation d'emploi des travailleurs handicapés

Alternance



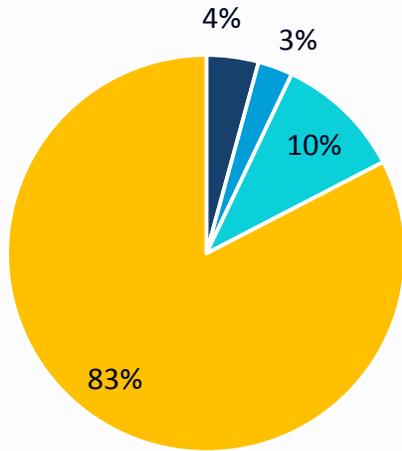
Stage



Recrutements en 2018

Base répondants : 28

Nouvelles embauches selon le niveau de formation



Evolution du recrutement entre 2017 et 2018	
Bac +2	+4pts
Bac +3	-8pts
Bac +4	-4pts
Bac +5	+8pts

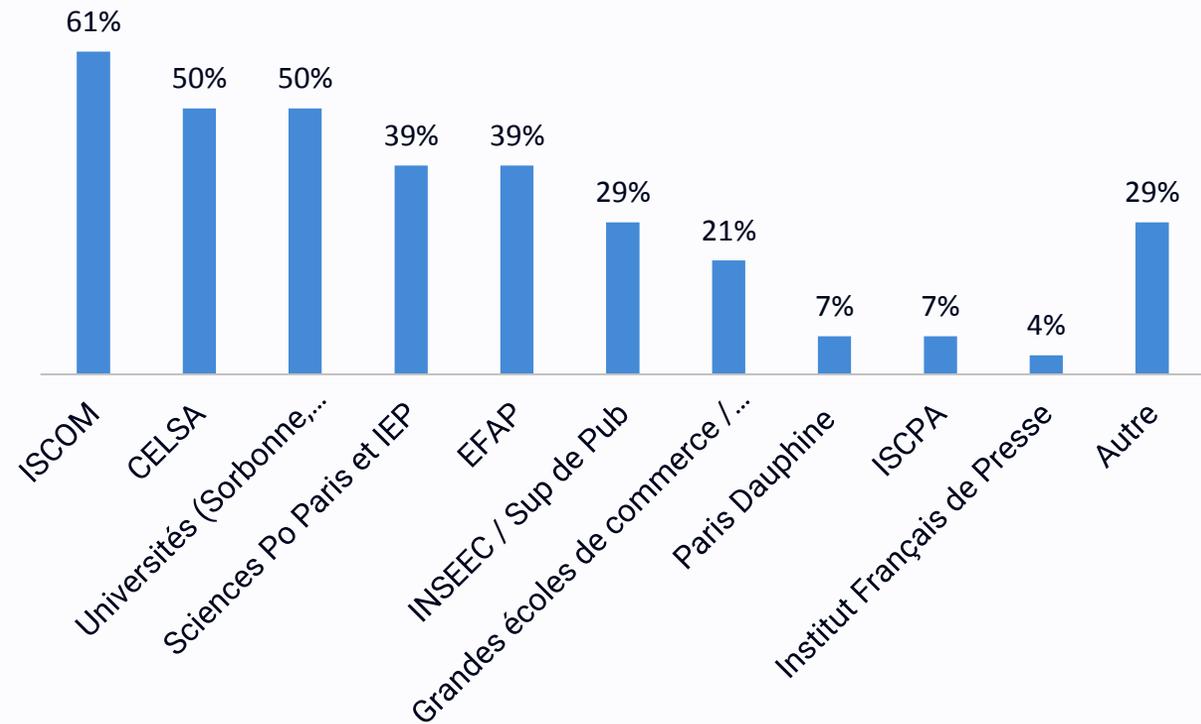
■ Bac +2 ■ Bac +3 ■ Bac +4 ■ Bac +5 et +

Nombre moyen d'embauches



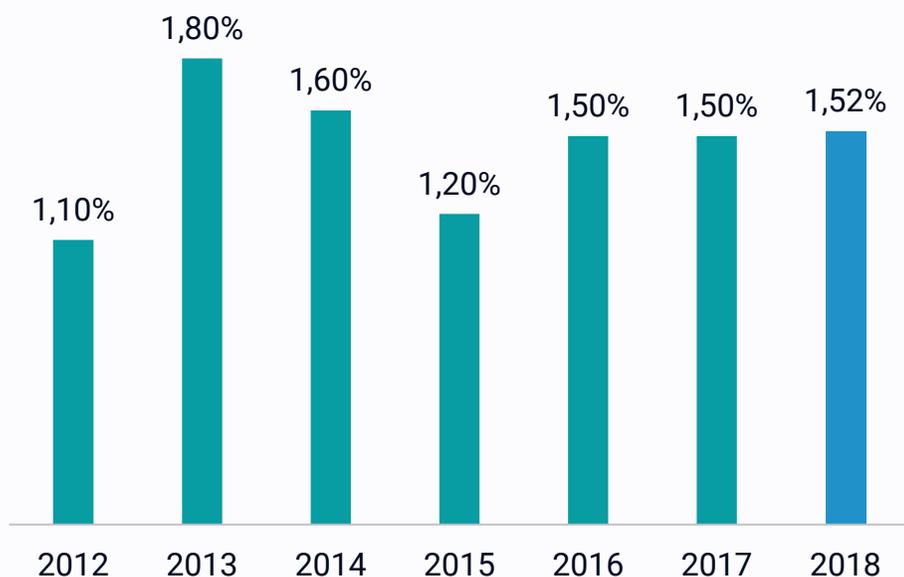
Global	9,5
Petits	2,3
Moyens	5,4
Grands & Majors	17,1

Les écoles dont sont issus les jeunes diplômés



Exemple de lecture : en 2018, 61% des adhérents ayant recruté des jeunes diplômés ont embauché un ou plusieurs jeunes diplômés de l'ISCOM

% de la masse salariale dédiée à la formation

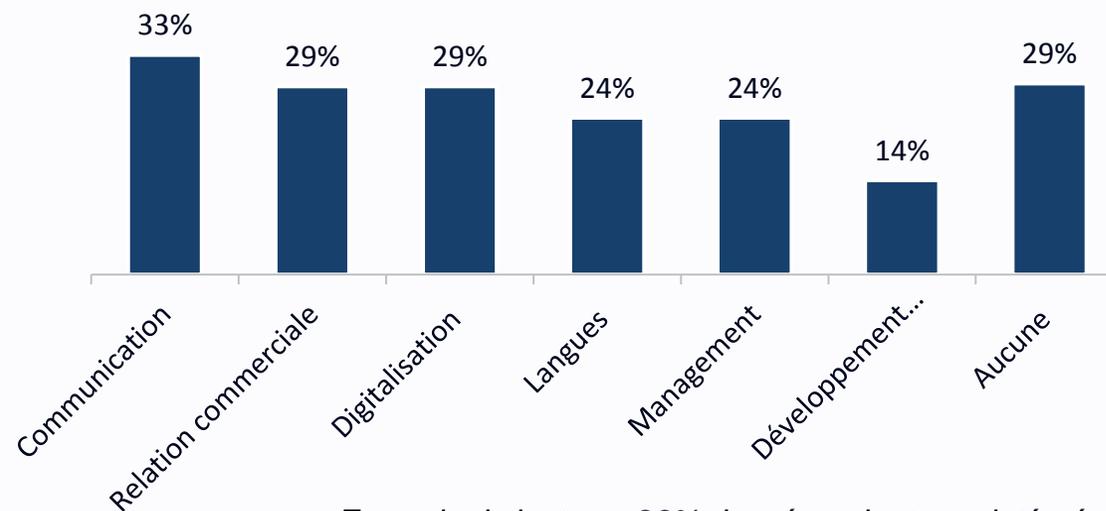


Base répondants : 24

Grandes lignes du plan de formation

Détails des thématiques de formation :

- **Communication** : Prise de parole en public / Gestion de crise / Contenu / Réseaux sociaux
- **Relation commerciale** : Techniques de vente / Relation commerciale / New Business / Négociation financière / Gestion commerciale / Développement
- **Digitalisation** : Data / Connexion / Outils informatiques
- **Langue** : Anglais
- **Management** : On-boarding / Développement des compétences / Management d'équipe
- **Développement personnel** : Bien-être et citoyenneté / Soft skills / Développement personnel

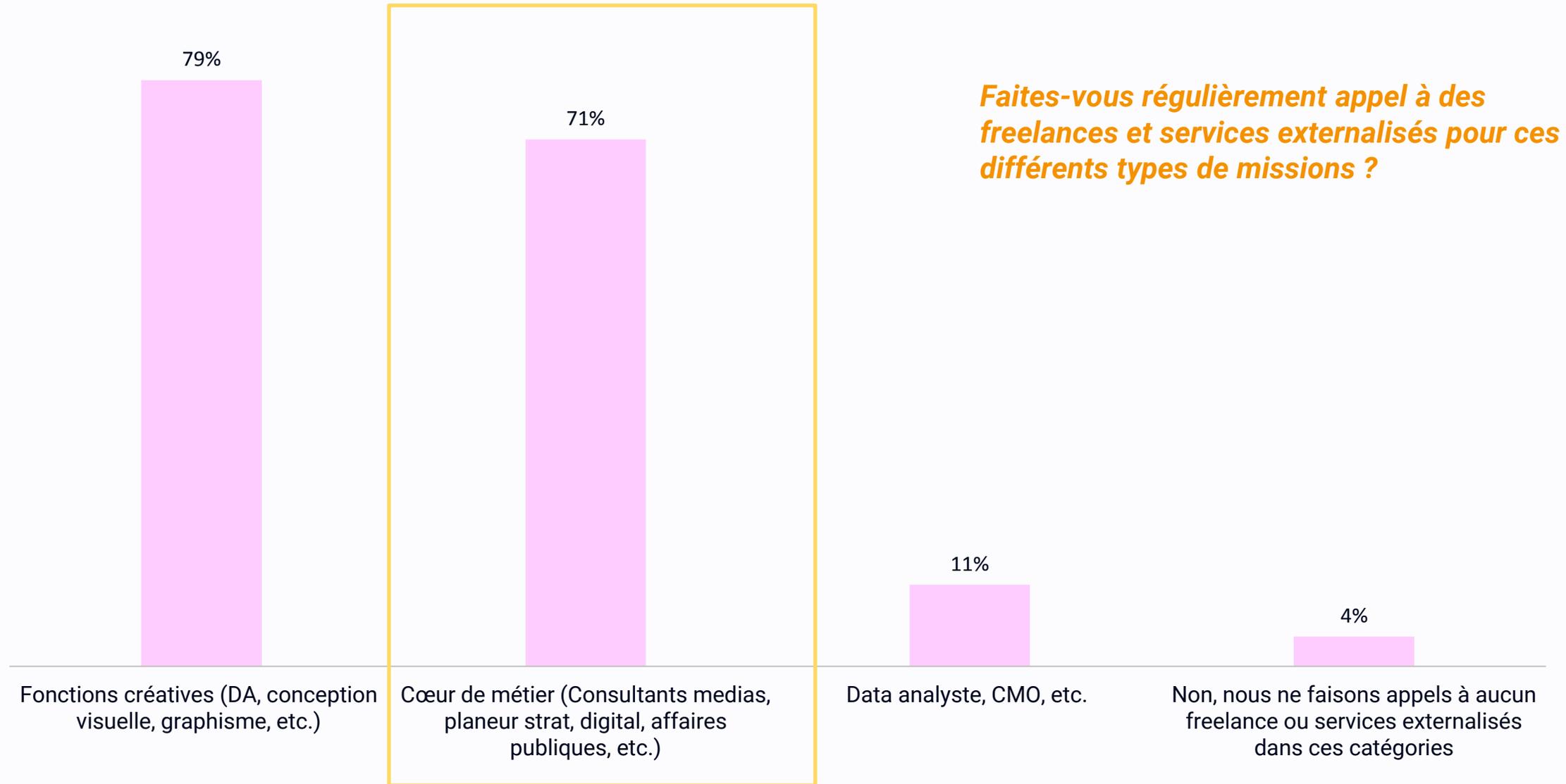


Base répondants : 21

Exemple de lecture : 29% des répondants ont intégré dans leur plan de formation, une formation en Relation Commerciale

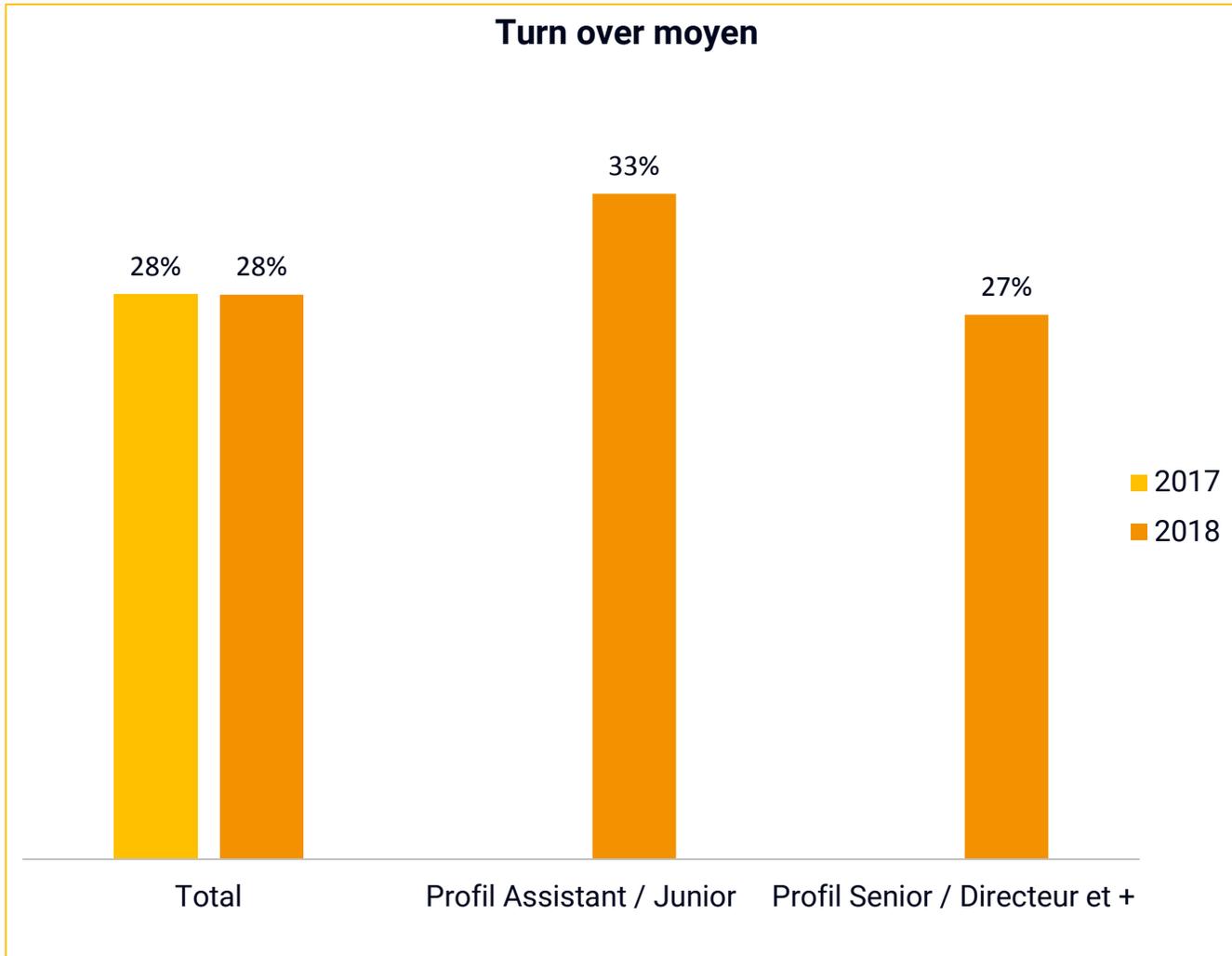
Freelances et services externalisés

Base répondants : 28



Turn over et absentéisme

Turn over



Base répondants : 27

Répartition des profils :

- Profil Assistant / Junior : Assistant, Consultant Junior / Consultant
- Profil Senior / Directeur et + : Consultant Senior / Directeur Conseil / Associé, Président (Hors TNS) / TNS

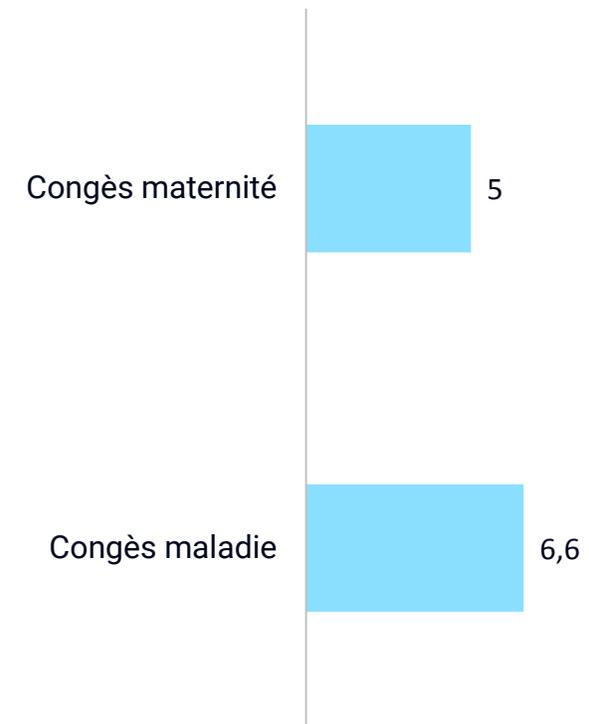
Détails des calculs :

- Turn over : $[(\text{nombre d'entrée} + \text{nombre de sorties}) / 2 / \text{effectif au } 01/01/2018]$

Absentéisme

Base répondants : 24

Nombre de jours annuels moyen

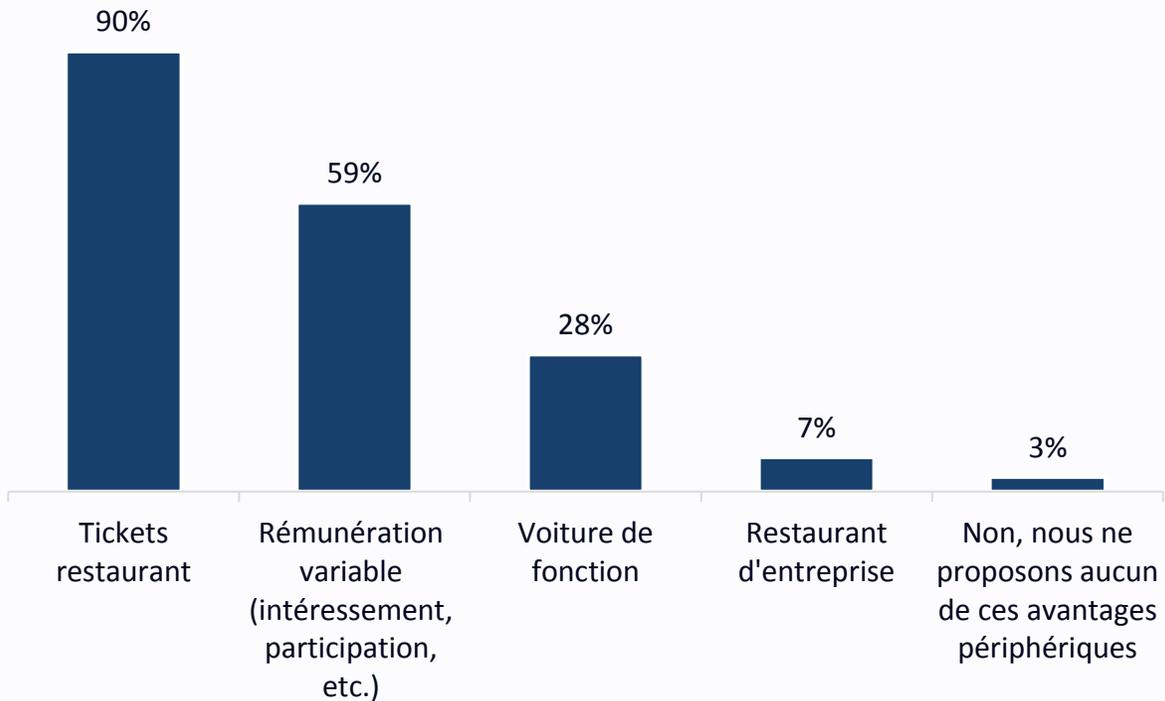


Congès maternité nb de jours moyen / femme
Congès maladie : nb de jours moyen / salarié

Avantages périphériques [1/2]

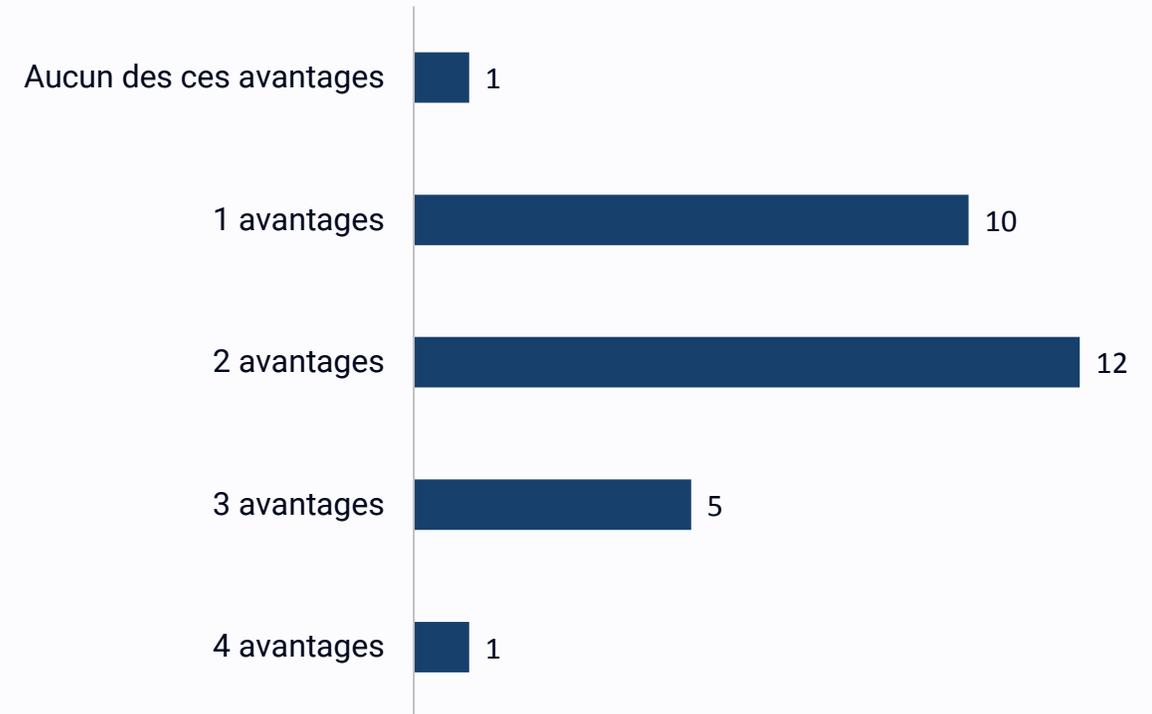
Base répondants : 29

Quels avantages périphériques accordez-vous à votre personnel ?



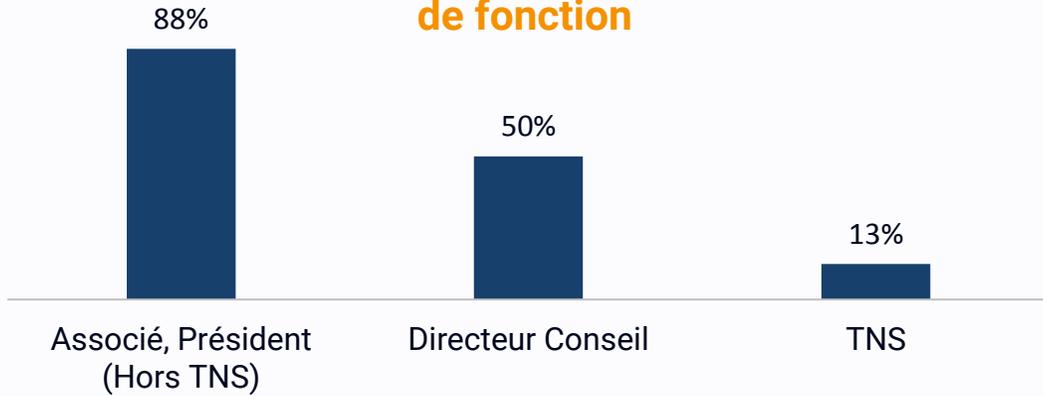
Exemple de lecture : en 2018, 90% des adhérents proposaient des tickets restaurant comme avantage périphérique

Nombre d'adhérents qui proposent :



Avantages périphériques [2/2]

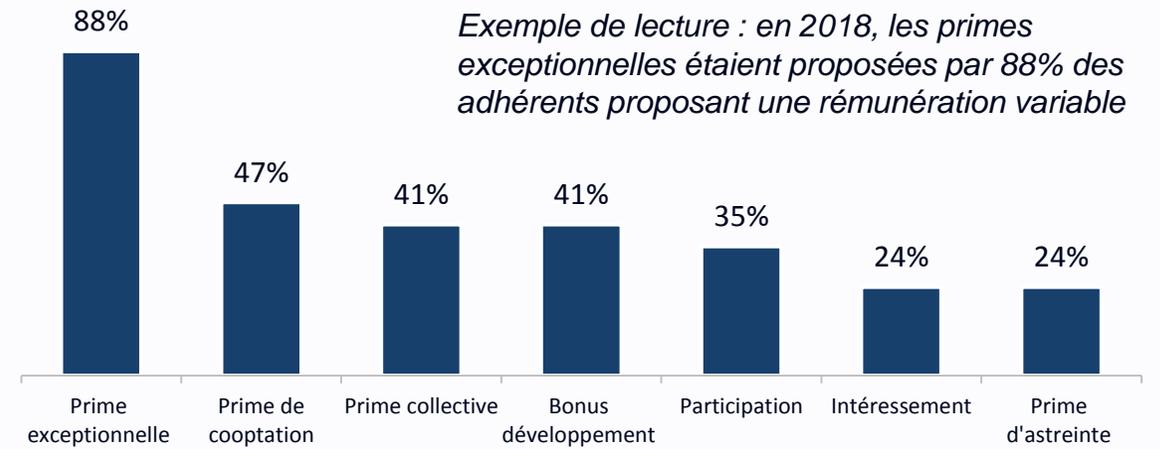
Zoom sur les profils concernés par la voiture de fonction



Base répondants : 8

Exemple de lecture : en 2018, quand la voiture de fonction était un avantage proposé, elle était attribuée à 88% aux associés & présidents, soit 7 fois sur 8

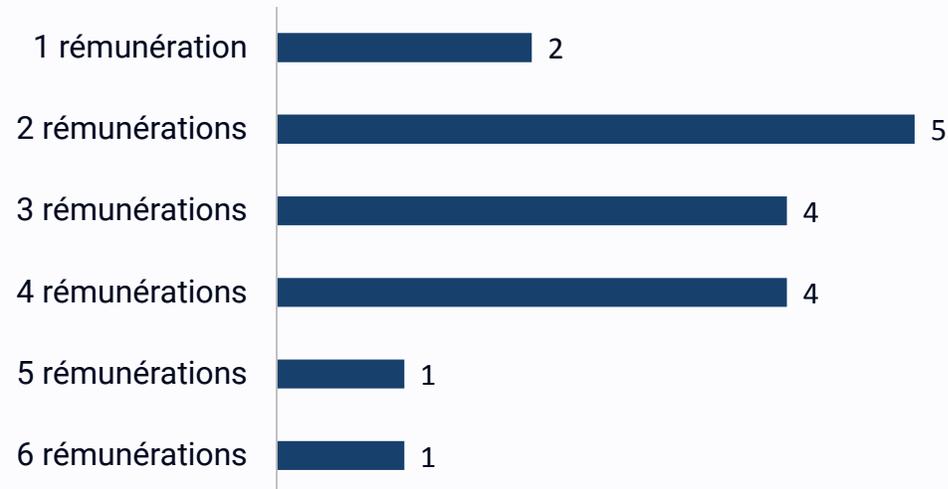
Zoom sur les types de rémunération variable



Base répondants : 17

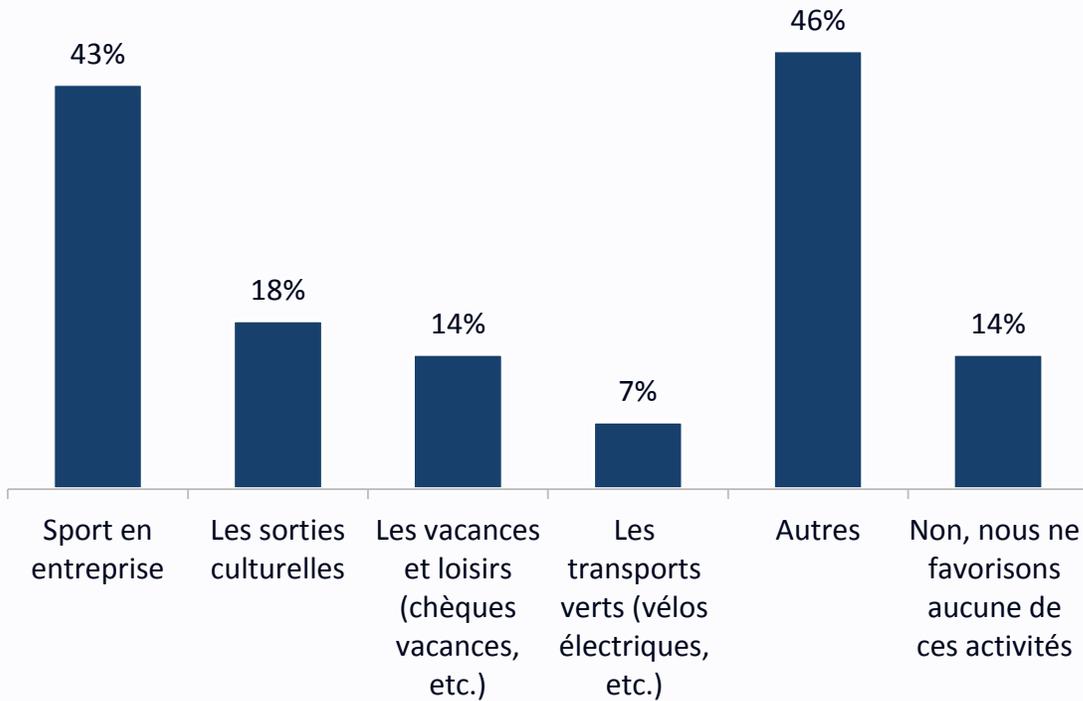
Nombre d'adhérents qui proposent :

Base répondants : 17



Qualité de vie & RSE

Activités favorisées avec participation financière de l'entreprise



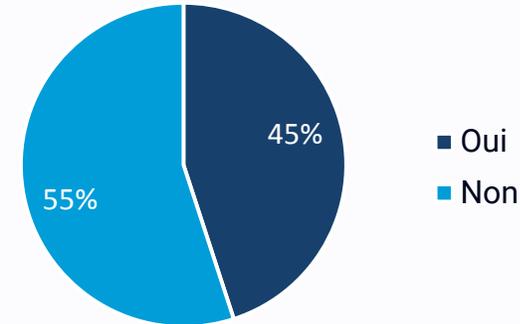
Cités en « autres » : chèques cadeaux, massage & bien-être, yoga, plateforme de billetterie.

Base répondants : 28

Exemple de lecture : en 2018, 18% des adhérents ont favorisé les sorties culturelles en y participant financièrement

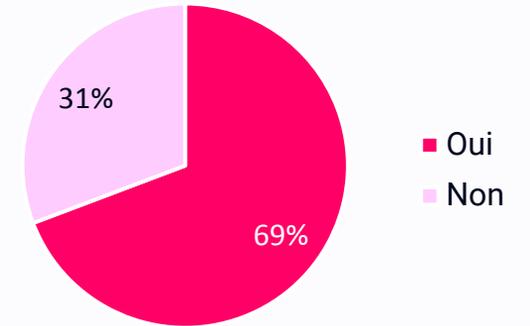
RSE

Démarche RSE associant les collaborateurs mise en place



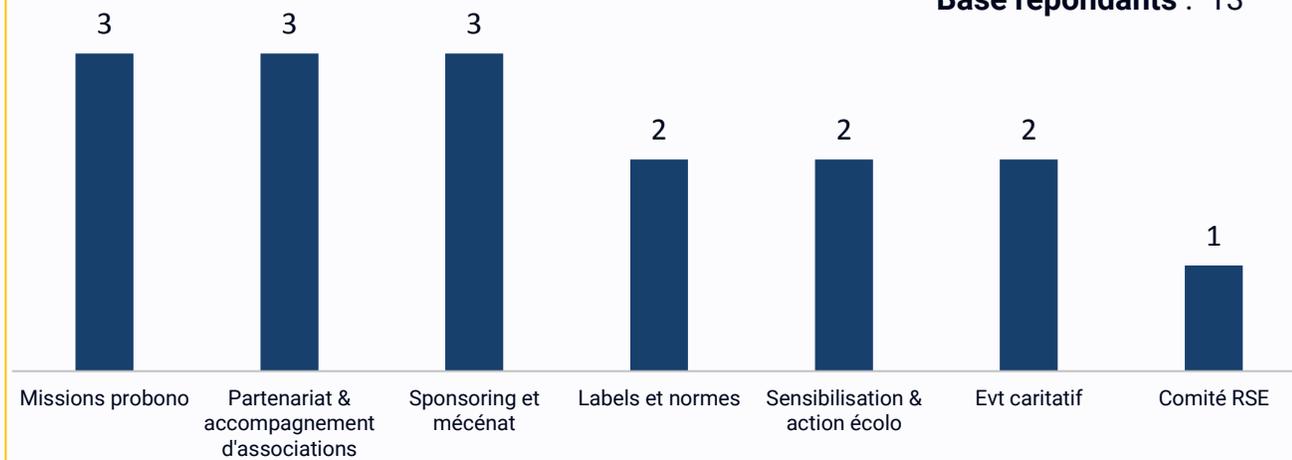
Base répondants : 29

Indicateurs et objectifs mis en place



Base répondants : 13

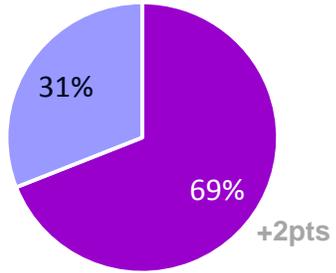
Actions RSE mises en place



Base répondants : 13

Nous avons comparé les données avec l'enquête rémunération 2017.

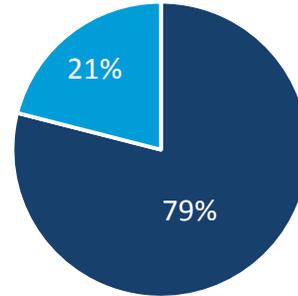
Autorisation de télétravail



■ Oui ■ Non

Base répondants : 29

Jours de la semaine défini pour le télétravail

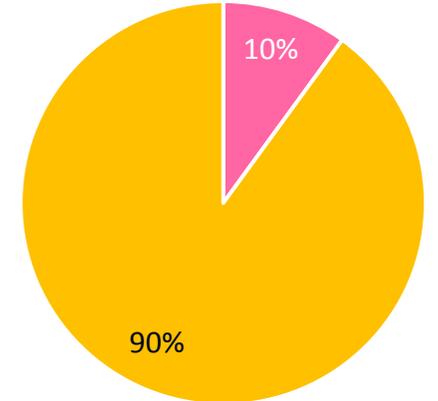


■ Oui ■ Non

En 2017, **4** sociétés pratiquaient le télétravail un jour spécifique dans la semaine, contre **15** en 2018.

Base répondants : 19

Demande

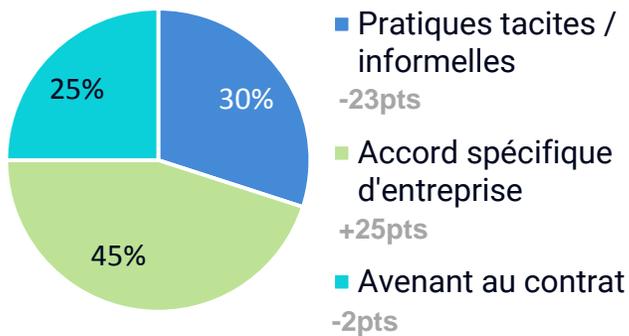


■ Entreprise ■ Salarié

Base répondants : 20

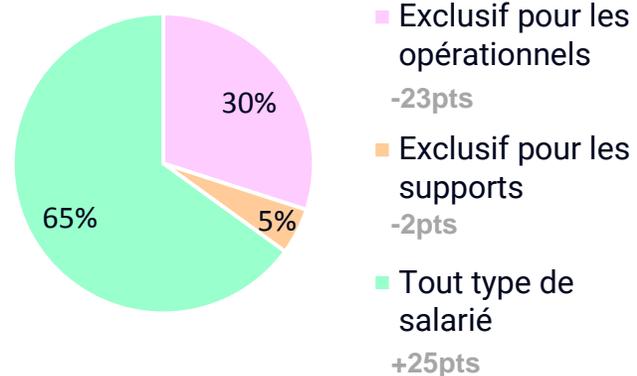
En 2017, dans **100%** des cas, la demande de télétravail émanait du **salarié**.

Degré de formalisation



Base répondants : 20

Population concernée



Base répondants : 20

Sexe des demandeurs

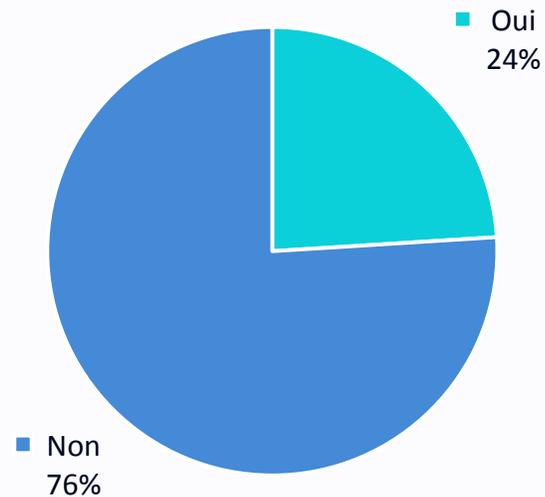
Dans tous les cas, le télétravail est autant permis aux femmes qu'aux hommes

Base répondants : 18

\ Flex office et droit à la déconnexion

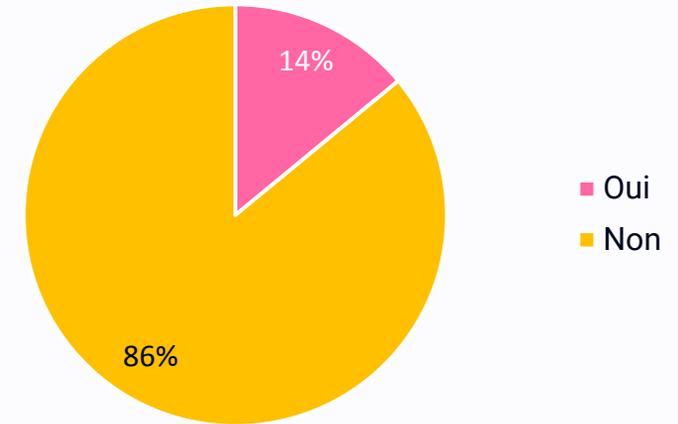
Flex office

Avez-vous mis en place le flex office ?



Base répondants : 29

Droit à la déconnexion



Base répondants : 28

Moyen utilisés :

- Application d'une Group Policy : déconnexion après 20H00, jusqu'à 8H00 le lendemain
- Circulaire interne
- Lettre destinée chaque salarié pour rappel des horaires et droit à la déconnexion
- Charte

Base répondants : 4

\ En résumé

- **Une dynamique sectorielle qui se retrouve dans le marché de l'emploi** : augmentation des effectifs (+6%) et de la rémunération globale (+5,2%)
- Des salaires fixes plutôt stables mais une **montée de la rémunération variable**
- **Un secteur qui recrute** - en moyenne 9,5 collaborateurs par an - avec un fort turn-over - 28% - mais stable dans le temps
- **Des prémises d'une nouvelle forme de collaboration qui s'installe en agence ?** 79% des agences font appel à des freelances ou des services externalisés pour des fonctions créatives et 71% pour des fonctions cœur de métier.

MERCI DE VOTRE ATTENTION !

Pour toute information complémentaire, contactez



Syndicat du Conseil en Relations Publics

Anne-Mareille Dubois, déléguée générale

am.dubois@relations-publics.org



Assaël Adary

assael.adary@occurrence.fr

Louise Amiot

louise.amiot@occurrence.fr

4 enseignements à retenir

1

2018, une année de forte croissance

Avec une croissance à deux chiffres, le marché français du conseil en relations publics se porte bien

2

Une performance tirée par la diversité des expertises des PR

Une croissance multipliée par cinq pour les agences proposant une palette variée d'expertises PR

3

Une dynamique sectorielle qui se reflète dans le marché de l'emploi

6% de hausse des effectifs et de 5,2% de la rémunération globale.

4

Des prémices d'une nouvelle forme de collaboration ?

71% des agences font appel à des freelances ou services externalisés pour leurs activités cœur de métier

