

# ETUDE ANNUELLE D'ACTIVITÉS & OBSERVATOIRE SOCIAL

# Sommaire

Contexte et méthodologie	3
Principales tendances de 2019	6
Présentation des agences	8
Etude d'activité annuelle	10
Observatoire social et rémunération	22
Flash prospective	50

# 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.

## CLÉS DE LECTURE

-  : augmentation par rapport à l'enquête 2018
-  : diminution par rapport à l'enquête 2018
-  : stagnation par rapport à l'enquête 2018



# Methodologie

## Questionnaire en quatre volets :

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

**Recueil online** : du 29 mai au 31 juillet 2020

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

**Taux de participation** : (30 répondants / 50 adhérents)

- Etude annuelle d'activité : 60% (69% pour l'enquête 2018)
- Observatoire social & rémunération : 60% (69% pour l'enquête 2018)

**Vérification des données** : du 31 juillet au 7 septembre 2020



**PRINCIPALES TENDANCES DE  
2019**

**2**

## 5 enseignements à retenir

1

**Une croissance du marché limitée en 2019** (CA stable et honoraires à +1,1%) **avec de fortes disparités**. Seules les agences de taille moyenne présentent une croissance de +6% du CA et +12% des honoraires.

2

**Une tension du marché avec une baisse de la marge brute** (-6%) alors que sa masse salariale continue d'augmenter (+3%).

3

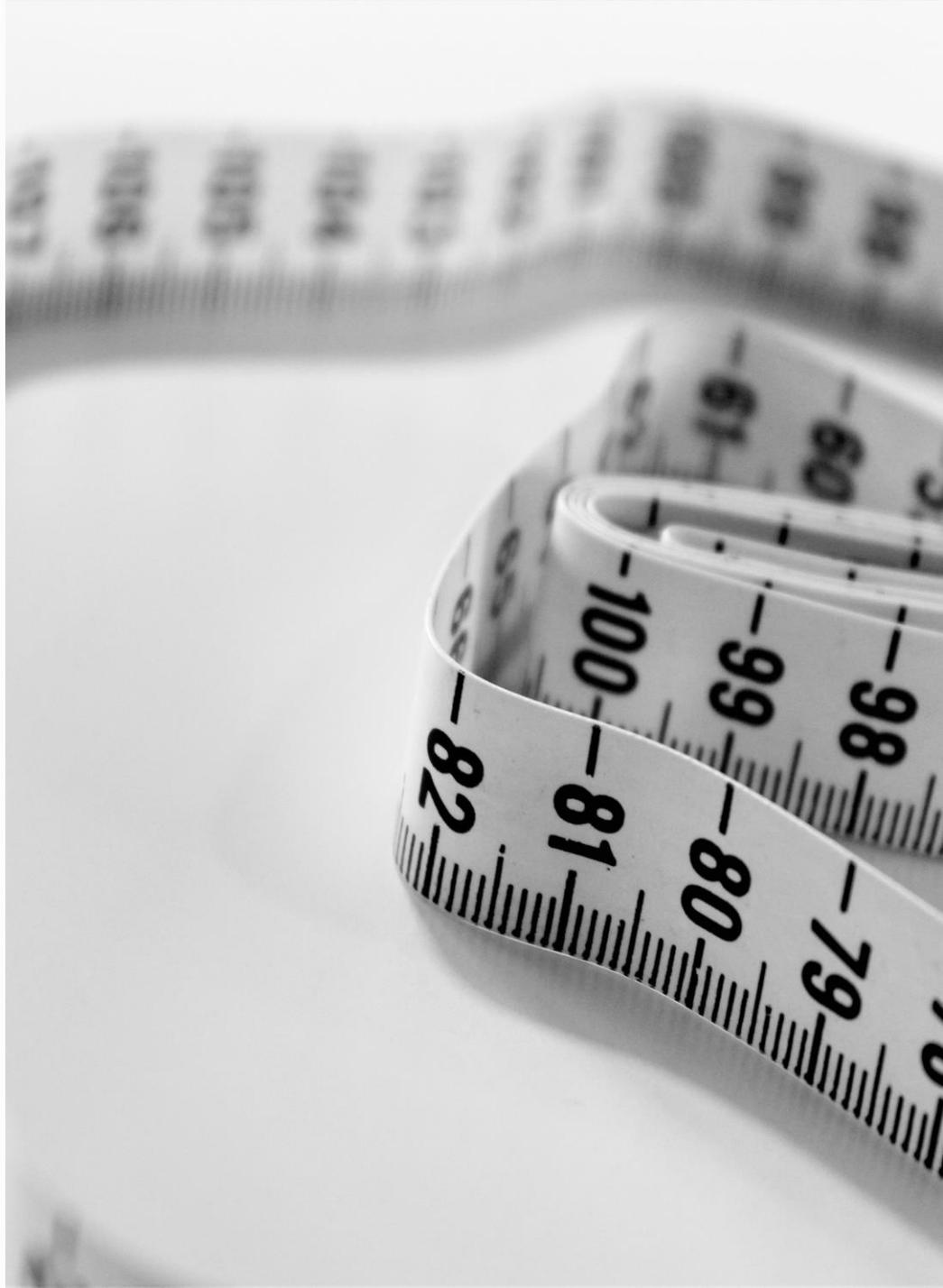
**Un marché de l'emploi dynamique et des indicateurs** (taux d'absentéisme très faible de 2,9 j/pers) **prouvant une certaine qualité de vie en agence PR** : démarche RSE pour 96% et financement des activités pour le bien être des collaborateurs pour 74% des agences

4

**Confirmation d'une nouvelle forme de collaboration** : 81% (+2pts) des agences font appel à des free pour des fonctions créatives et 78% (+7pts) pour des activités cœur de métier.

5

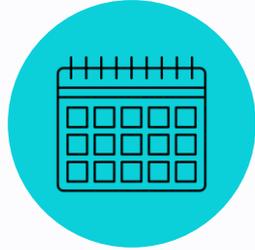
**COVID-19 | Les agences PR s'en sortent plutôt bien** au vu du contexte en réussissant à maintenir leur trésorerie (pour 64% d'entre elles) et à fidéliser leurs clients (pour 95% d'entre-elles).  
**Recul de croissance estimé à 5%**



# **PRÉSENTATION DES AGENCES**

**3**

# Présentation des agences



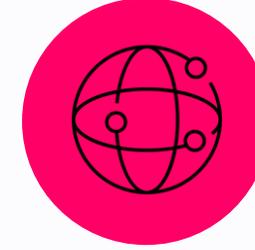
## DATE DE CRÉATION

1970 - 1979	<b>2%</b>
1980 - 1989	<b>19%</b>
1990 - 1999	<b>36%</b>
2000 - 2009	<b>24%</b>
2010 - 2019	<b>19%</b>



## TYPE DE STRUCTURE

Structure indépendante	<b>74%</b>
Filiale, BU ou partie d'un groupe indépendant	<b>5%</b>
Filiale, BU ou partie d'un groupe international	<b>21%</b>



## ACTIVITÉ À L'INTERNATIONAL

Votre société est le siège ou la filiale d'un groupe international de relations publics	<b>24%</b>
Vous avez des associés exclusifs dans plusieurs pays	<b>2%</b>
Vous faites partie d'un réseau indépendant de consultants ou d'agences de relations publics	<b>36%</b>
Vous avez des contacts informels et occasionnels avec des agences de relations publics d'autres pays	<b>29%</b>
Vous n'avez aucun lien à l'international avec d'autres agences	<b>10%</b>

# ÉTUDE D'ACTIVITÉ ANNUELLE

4

# Evolution du marché par rapport à 2018



01

## Honoraires totaux

**155 millions d'€** d'honoraires

+ 1% par rapport à 2018

62% des agences sont en croissance (67% en 2018)

02

## Chiffre d'affaires totaux

**234 millions d'€** de chiffre d'affaires

+ 1% par rapport à 2018

03

## Marge brute totale

**149 millions d'€** de marge brute

- 6% par rapport à 2018

04

## Masse salariale totale

**74 millions d'€** de masse salariale

+ 3% par rapport à 2018

# Portraits-types des sociétés

Base répondants : 29

Taille des sociétés	Tranches honoraires en 2019	CA 2019 moyen	Honoraires 2019 moyens	% moyen des honoraires dans le CA	Effectif moyen 2019	Honoraires / Effectif moyen
Ensemble (29)		3 673 456 € =	2 851 954 € =	82% ↑ +6pts	22	114 204 €
Petits (11)	Honoraires < 1M€	817 781 € ↓ -4%	675 394€ =	85% ↓ -2pts	7	103 857 €
Moyens (9)	1M€ > Honoraires < 3M€	2 444 521 € ↑ +6%	1 888 665€ ↑ +12%	83% ↑ +10pts	18	116 302 €
Grands (5)	3M€ > Honoraires < 6M€	5 151 801 € =	3 933 005€ ↓ -5%	78%	36	123 499 €
Majors (4)	Honoraires > 6M€	12 443 736 € =	9 653 579 € =	79%	80	133 460 €

## Une croissance limitée mais avec de fortes disparités.

### Evolutions des honoraires par types de structure

Ensemble (29)	Petits (11)	Moyens (9)	Grands (5)	Majors (4)
+1,1%	-0,9%	+12,2%	-4,8%	+0,3%

*Exemple de lecture : en 2019, les agences PR de moyenne taille ont connu une augmentation moyenne de leurs honoraires de 12,2%.*

# Une croissance limitée mais avec de fortes disparités.

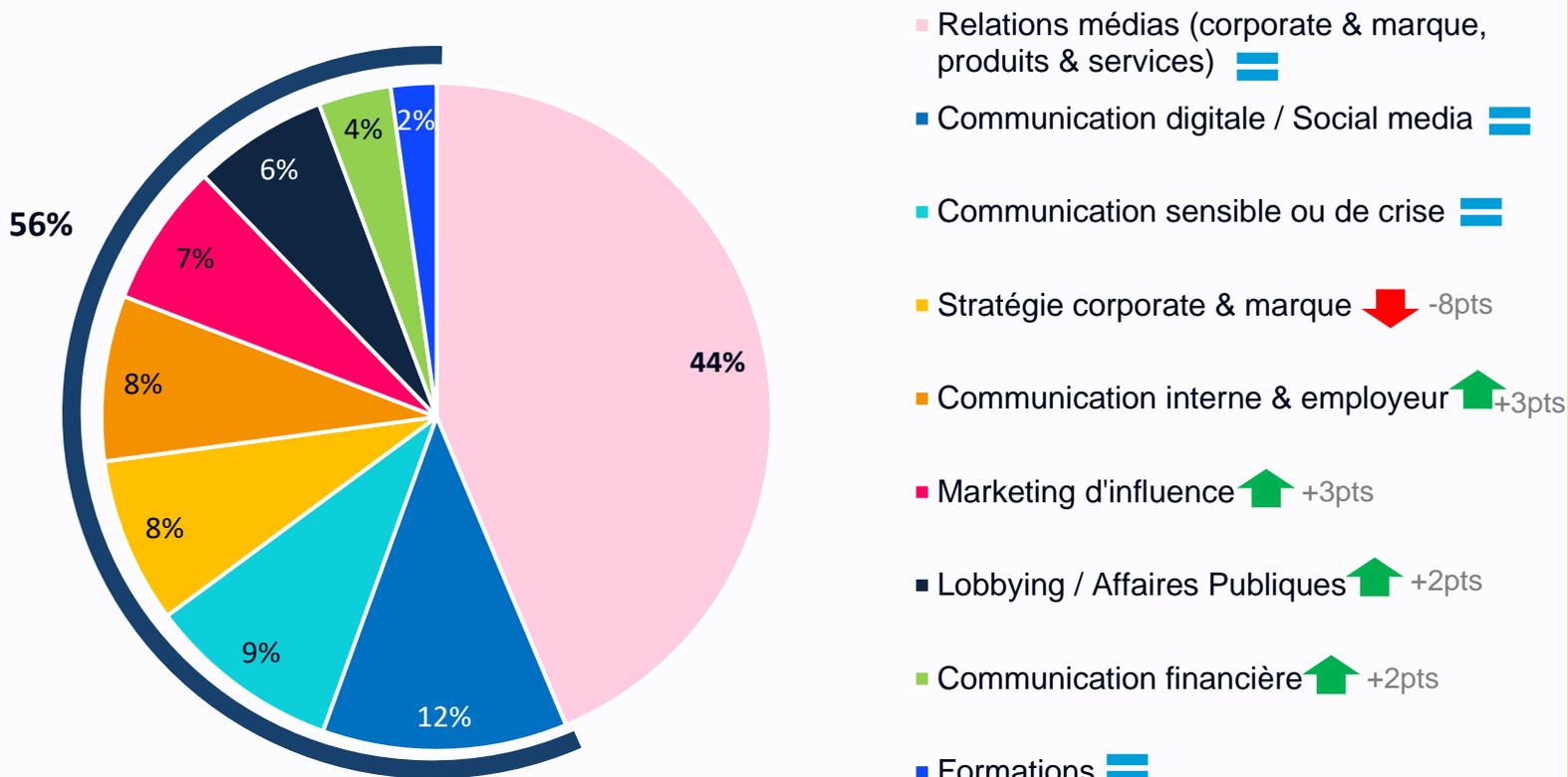
## Evolution des honoraires des adhérents

Evolution des honoraires	Nombre d'adhérents concernés
Supérieur à 10%	8 adhérents
Entre +1% et +10%	6 adhérents
Entre +1% et -1%	7 adhérents
Entre -1% et -10%	4 adhérents
Inférieur à -10%	4 adhérents

*Exemple de lecture : en 2019, les honoraires de 14 adhérents ont été en croissance, dont 8 adhérents avec une croissance supérieure à 10%.*

# Domaines d'intervention des sociétés de conseil RP

## Répartition des honoraires par nature de missions en 2019



NB : ces catégories d'expertises contiennent à la fois le conseil et le déploiement opérationnel.

## Top 3 des missions

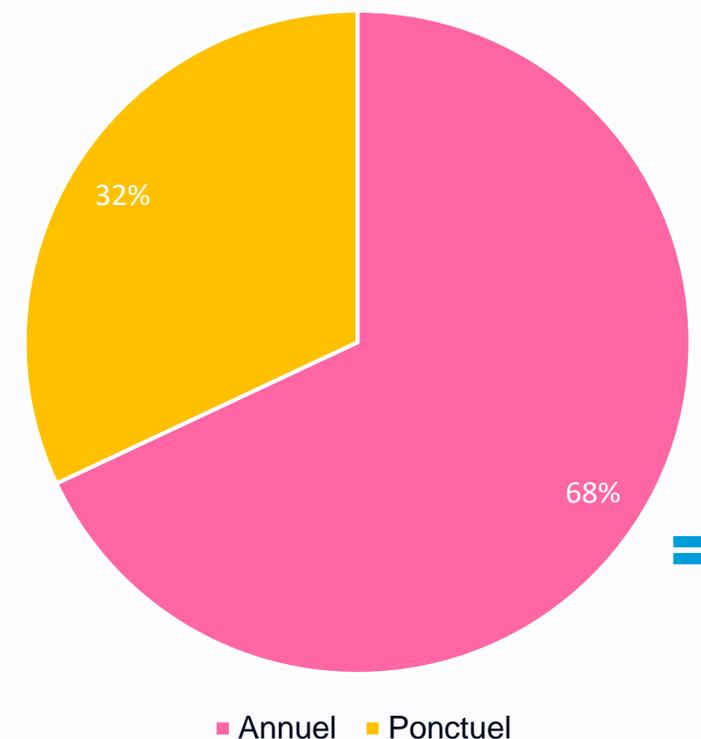
- 1 Relations médias (corporate & marque, produits & services)
- 2 Communication digitale / Social Media
- 3 Communication sensible ou de crise

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

Taille des sociétés	Tranches honoraires en 2019	Nombre de clients moyen en 2019	Panier moyen client (honoraires / nombre de clients)
Ensemble (26)		57	50 192 €
Petits (11)	Honoraires < 1M€	28	23 812 €
Moyens (8)	3M€ > honoraires > 1M€	43	43 543 €
Grands (5)	3M€ > honoraires > 6M€	80	48 918 €
Majors (3)	Honoraires > 6M€	133	72 857 €

Base répondants : 26

## Répartition des honoraires en 2019



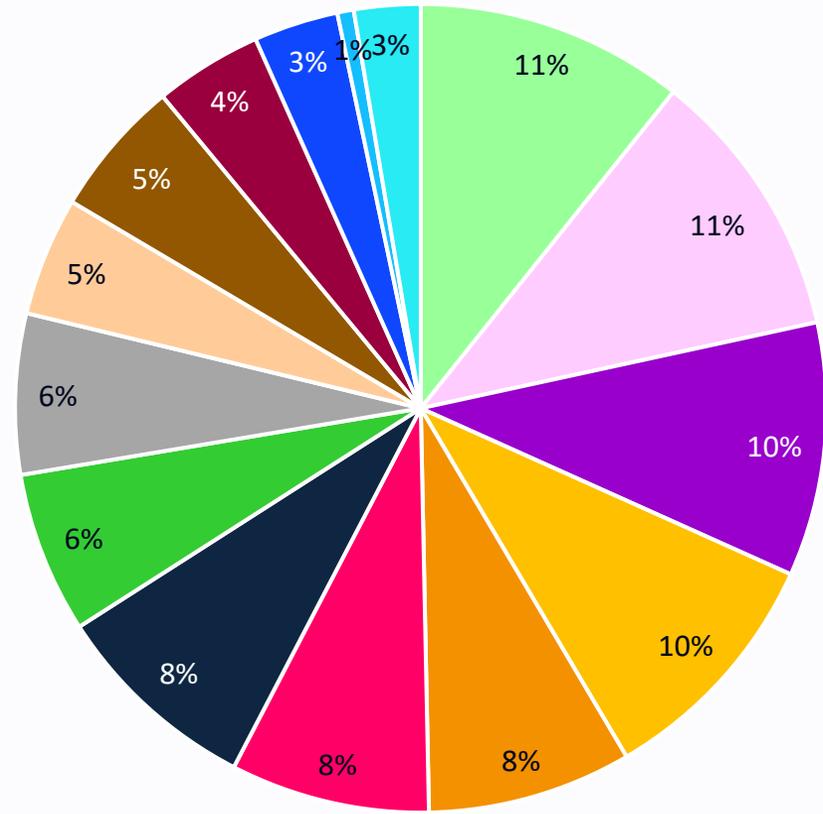
Base répondants : 27

# Activité sectorielle des sociétés de conseil en RP en 2019

Base répondants : 30

- Technologies et Telecoms =
- Produits de grande consommation ↓ -4pts
- Autres services non marchands ↑ +6pts
- Industries agro-alimentaires, agriculture, sylviculture et pêche ↓ -7pts
- Energies, industries de la chimie et du plastique et autres industries, telles que l'aéronautique et l'exploitation minière ↑ +2pts
- Commerce (& e-commerce) et distribution =
- Organismes financiers, banques et assurances =
- Bâtiment et travaux publics ↑ +2pts
- Voyage, tourisme et loisirs =
- Ministères, Administrations, Collectivités territoriales et instance européennes et mondiales ↑ +2pts
- Sociétés de services professionnels =
- Santé =
- Transport routier, aérien, maritime, ferroviaire et automobile ↓ -2pts
- Mode ↓ -2pts
- Autres ↑ +2pts

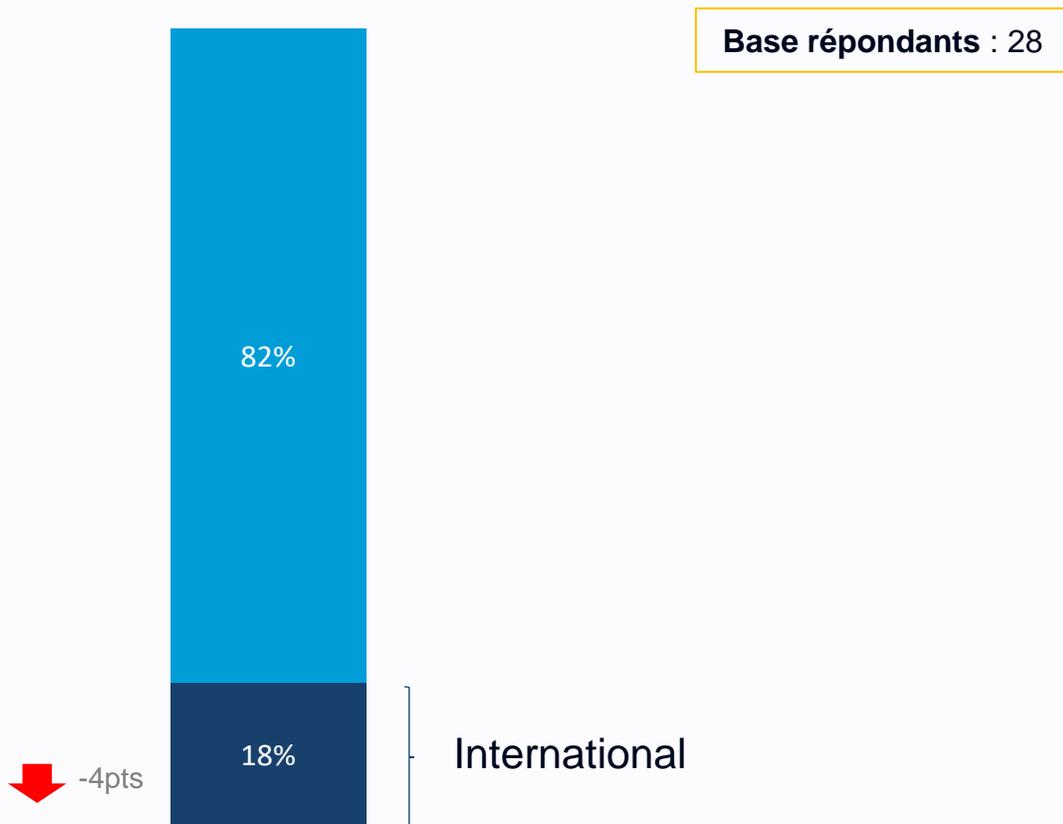
Répartition des honoraires par secteur d'activité des clients



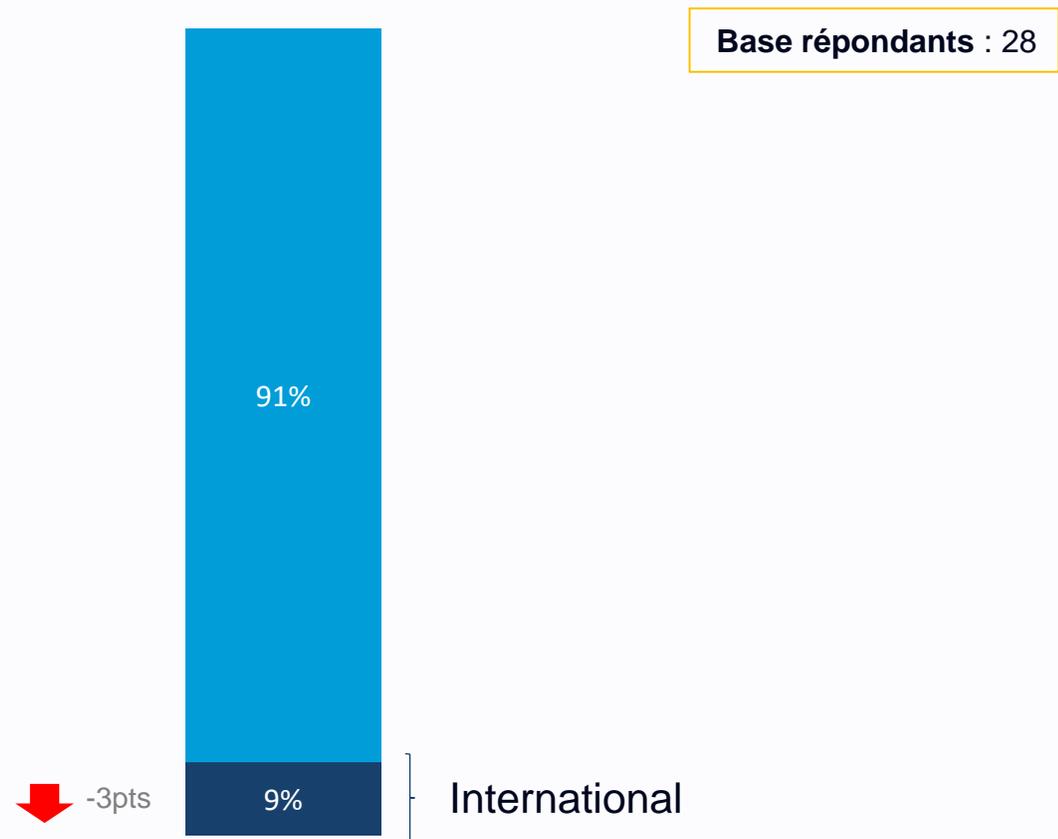
NB : L'éducation, l'utilities et le consulting ont été cités en « Autres ».

# Activité à l'international

En 2019, quelle a été la part de clients internationaux (selon la localité du siège social) parmi l'ensemble de vos clients ?



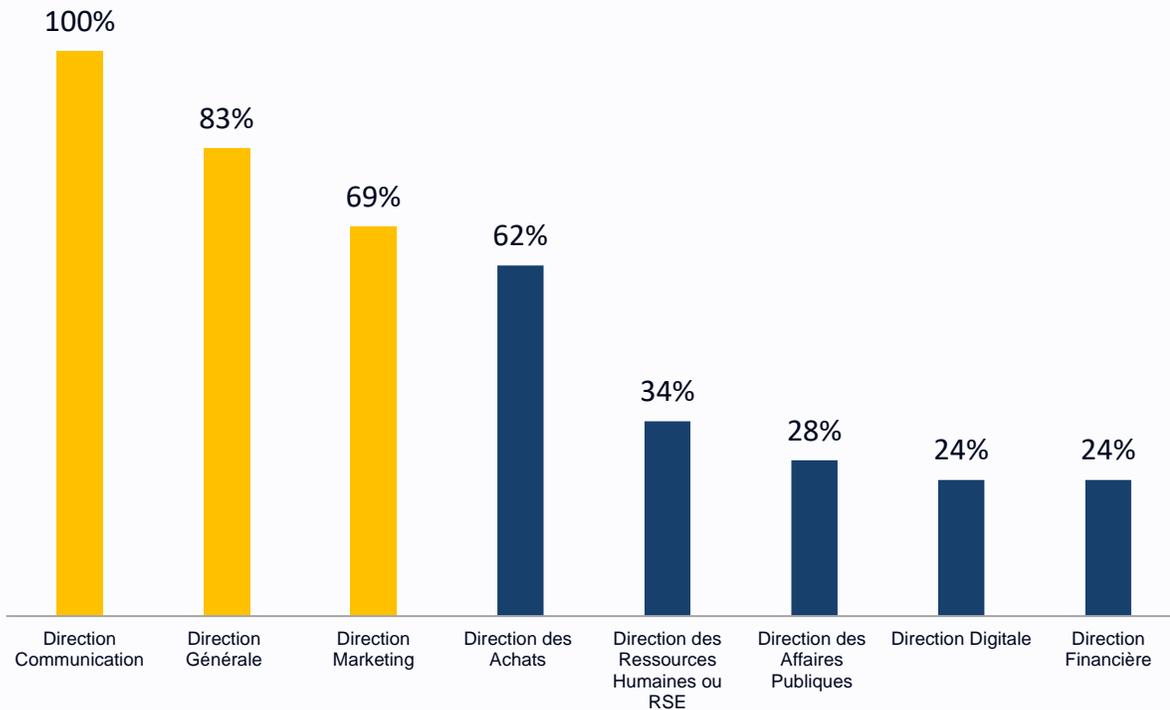
En 2019, quelle a été la part des honoraires qui correspond à des prestations réalisées à l'international ?



# Les interlocuteurs des sociétés de conseil en RP

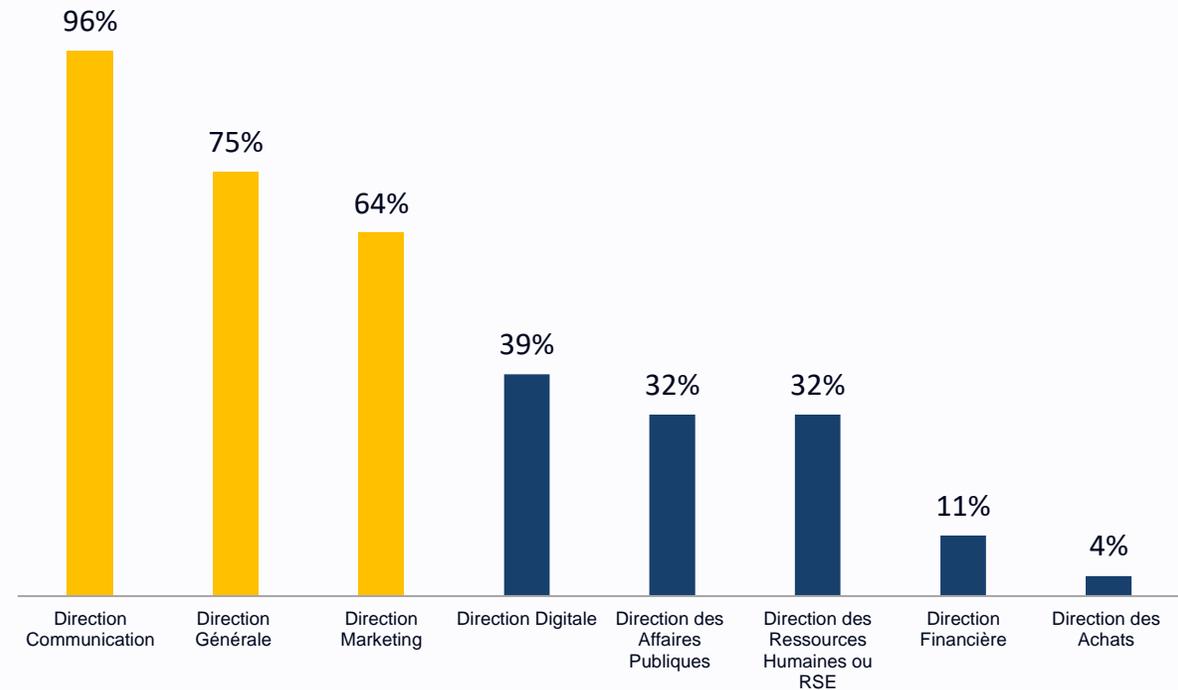
Nouvelle question

*En 2019, avec quelles directions êtes-vous en relation au moment de l'appel d'offre et des négociations ?*



Base répondants : 29

*En 2019, avec quelles directions travaillez-vous au quotidien ?*

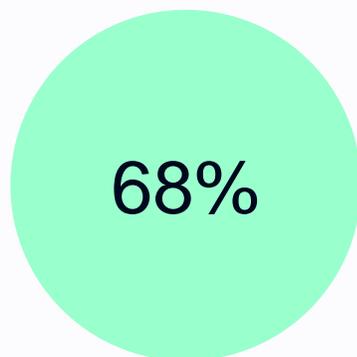


Base répondants : 28

# Appel d'offre et conseil en choix d'agence

Nouvelle question

Combien de fois dans l'année 2019 avez-vous été sollicité pour un appel d'offre par un conseil en choix d'agence ?



Des adhérents ont été sollicités pour un appel d'offre par un conseil en choix d'agence

Base répondants : 28

Nombre de sollicitations moyen pour un appel d'offre par un conseil en choix d'agence en 2019

Ensemble (28)	Petits (11)	Moyens (8)	Grands (5)	Majors (3)
3	3	2	5	5

## \ En résumé

- **Une croissance du marché ralentie.** Alors que 2018 présentait une croissance exceptionnelle du marché (+11% du CA et +10% des honoraires en moyenne), 2019 est une année à croissance limitée (CA stable et honoraires en très faible croissance +1,1%). Des disparités importantes en fonction des répondants. **Seules les agences de taille moyenne s'en sortent avec une croissance moyenne de +6% du CA et +12% des honoraires.**
- **Les PR, une discipline avec une multiplicité d'expertises.** La diversité de nos métiers se confirme : des relations médias qui représentent 44% des honoraires des PR, suivies par la communication digitale (19%) et la communication de crise (9%).
- **Un recul (-4 points) de l'activité à l'international, expliqué peut-être par son faible rendement.** Les clients internationaux représentent 18% des clients alors qu'ils ne pèsent que pour 9% des honoraires.

# **OBSERVATOIRE SOCIAL ET RÉMUNÉRATION**

**5**

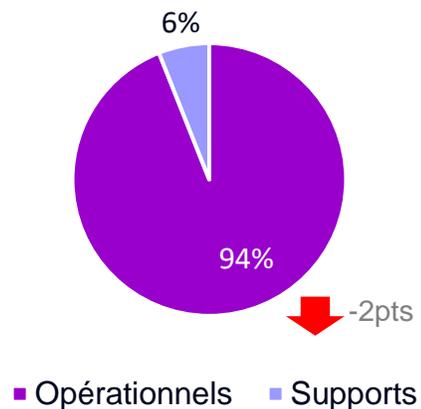
ETP

# 22

## ETP moyens dédiés au conseil en RP par agence

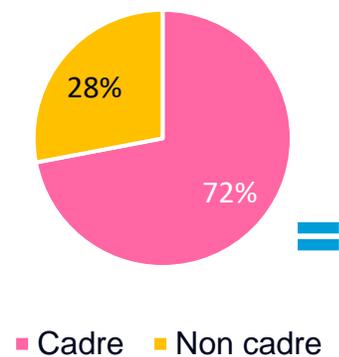
Base répondants : 28

### Fonction



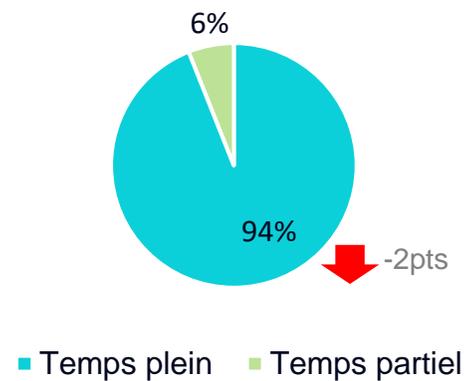
Base répondants : 28

### Statut



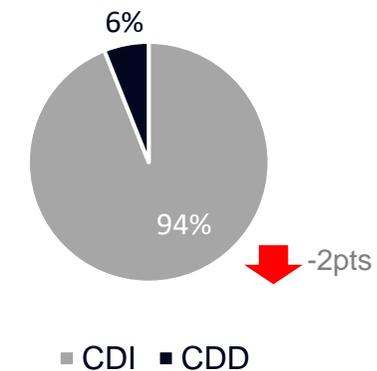
Base répondants : 28

### Rythme de travail



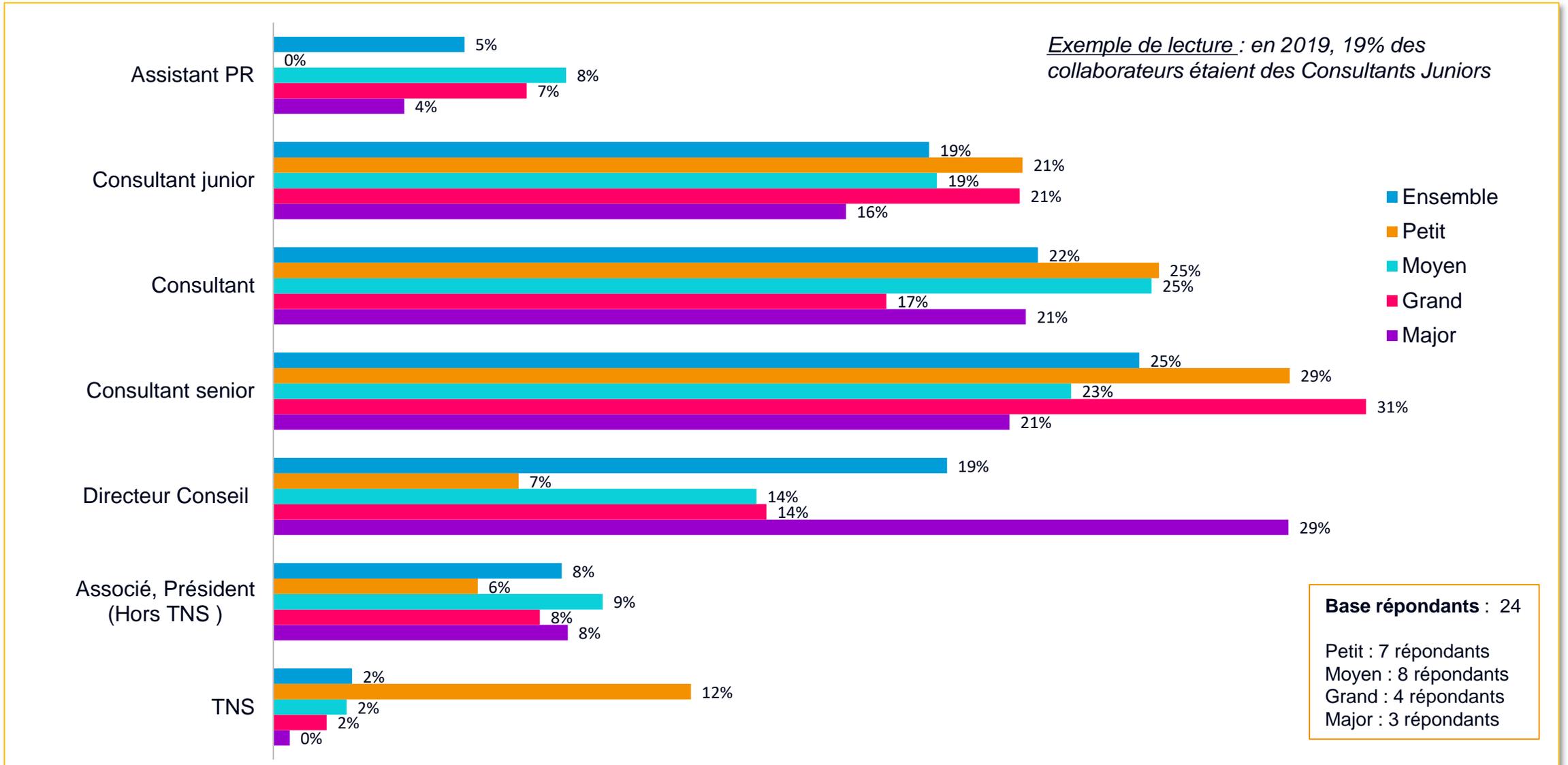
Base répondants : 28

### Contrat



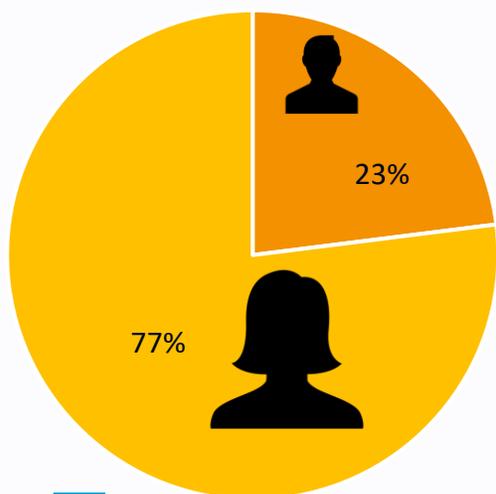
Base répondants : 28

# Profils des collaborateurs



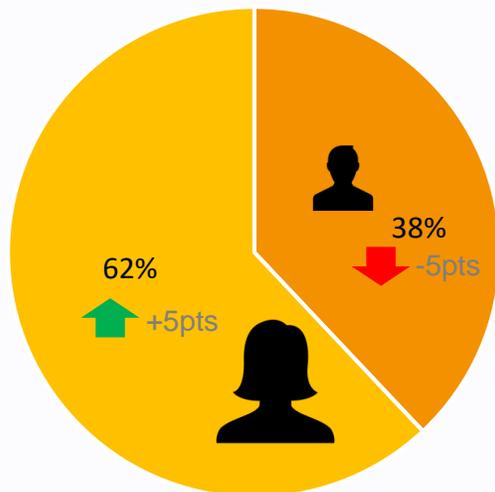
# Description des salariés

## Sexe



- Homme
- Femme

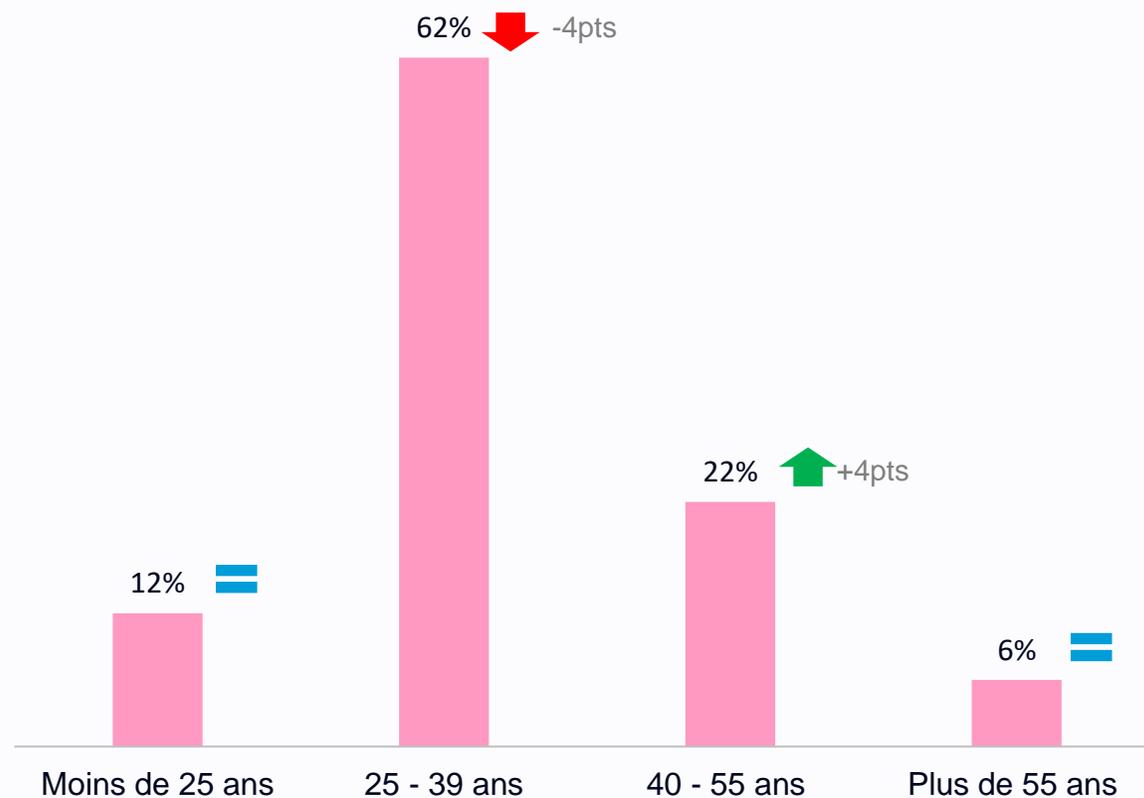
Base répondants : 28



- Directeur Généraux homme
- Directeur Généraux femme

Base répondants : 28

## Age



Base répondants : 27

## Profil assistant(e) PR

### Effectif

Effectif moyen au global	Effectif moyen chez les petits*	Effectif moyen chez les moyens*	Effectif moyen chez les grands*	Effectif moyen chez les majors*
1,3	0	1,5	2,5	2,7

Base répondants : 28

### Rémunération

Rémunération brute annuelle de base	Rémunération variable sur objectifs	Prime exceptionnelle et autres bonus accordés
26 059€ [min : 10 238€ – max : 35 519€]	23€ [min : 0€ – max : 700€]	747€ [min : 0€ – max : 2 500€]
	Pour les 4% des répondants qui donnent une rémunération variable, la moyenne est de 700€	Pour les 13% des répondants qui donnent une prime et autres bonus, la moyenne est de 1 256€

Base répondants : 7

Base répondants : 23 / 1

Base répondants : 23 / 3

\*Petits : honoraires < 1M€ | Moyens : 1M€ > honoraires < 3M€ | Grands : 3M€ > honoraires < 6M€ | Majors : honoraires >6M€

# \ Profil consultant(e) junior

Effectif				
Effectif moyen au global	Effectif moyen chez les petits*	Effectif moyen chez les moyens*	Effectif moyen chez les grands*	Effectif moyen chez les majors*
4,5	1,4	3,5	7,5	11,7

Base répondants : 23

Rémunération		
Rémunération brute annuelle de base	Rémunération variable sur objectifs	Prime exceptionnelle et autres bonus accordés
27 585€ = [min : 19 480€ – max : 38 000€]	99€ ↓ --64% [min : 0€ – max : 5 000€]	293€ ↓ --71% [min : 0€ – max : 2 000€]
	Pour les 17% des répondants qui donnent une rémunération variable, la moyenne est de 2 583€	Pour les 30% des répondants qui donnent une prime et autres bonus, la moyenne est de 1 035€
Base répondants : 17	Base répondants : 23 / 4	Base répondants : 23 / 7

\*Petits : honoraires < 1M€ | Moyens : 1M€ > honoraires < 3M€ | Grands : 3M€ > honoraires < 6M€ | Majors : honoraires >6M€

## Profil consultant(e)

Effectif				
Effectif moyen au global	Effectif moyen chez les petits*	Effectif moyen chez les moyens*	Effectif moyen chez les grands*	Effectif moyen chez les majors*
5,5	2,3	4,5	5,8	16,7

Base répondants : 24

Rémunération		
Rémunération brute annuelle de base	Rémunération variable sur objectifs	Prime exceptionnelle et autres bonus accordés
33 667€  +2% [min : 26 500€ – max : 45 000€]	254€  -64% [min : 0€ – max : 5 000€]	533€  -72% [min : 0€ – max : 3 000€]
	Pour les 17% des répondants qui donnent une rémunération variable, la moyenne est de 1 917€	Pour les 45% des répondants qui donnent une prime et autres bonus, la moyenne est de 1 531€
Base répondants : 21	Base répondants : 23 / 4	Base répondants : 23 / 10

\*Petits : honoraires < 1M€ | Moyens : 1M€ > honoraires < 3M€ | Grands : 3M€ > honoraires < 6M€ | Majors : honoraires >6M€

# Profil consultant(e) senior

Effectif				
Effectif moyen au global	Effectif moyen chez les petits*	Effectif moyen chez les moyens*	Effectif moyen chez les grands*	Effectif moyen chez les majors*
5,6	2	4,3	10,8	15

Base répondants : 26

Rémunération		
Rémunération brute annuelle de base	Rémunération variable sur objectifs	Prime exceptionnelle et autres bonus accordés
42 475€  -1% [min : 35 500€ – max : 80 000€]	1 338€  +69% [min : 0€ – max : 12 500€]	702€  -72% [min : 0€ – max : 4 000€]
	Pour les 22% des répondants qui donnent une rémunération variable, la moyenne est de 4 281€	Pour les 54% des répondants qui donnent une prime et autres bonus, la moyenne est de 1 789€
Base répondants : 23	Base répondants : 23 / 5	Base répondants : 23 / 13

\*Petits : honoraires < 1M€ | Moyens : 1M€ > honoraires < 3M€ | Grands : 3M€ > honoraires < 6M€ | Majors : honoraires >6M€

# Profil directeur(e) conseil

Effectif				
Effectif moyen au global	Effectif moyen chez les petits*	Effectif moyen chez les moyens*	Effectif moyen chez les grands*	Effectif moyen chez les majors*
4,4	0,8	2,5	4,8	21

Base répondants : 26

Rémunération		
Rémunération brute annuelle de base	Rémunération variable sur objectifs	Prime exceptionnelle et autres bonus accordés
64 510€  [min : 40 000€ – max : 91 880€]	2 092€  -6% [min : 0€ – max : 15 000€]	1 862€  -74% [min : 0€ – max : 11 924€]
	Pour les 22% des répondants qui donnent une rémunération variable, la moyenne est de 6 695€	Pour les 46% des répondants qui donnent une prime et autres bonus, la moyenne est de 3 836€
Base répondants : 17	Base répondants : 23 / 5	Base répondants : 24 / 11

\*Petits : honoraires < 1M€ | Moyens : 1M€ > honoraires < 3M€ | Grands : 3M€ > honoraires < 6M€ | Majors : honoraires >6M€

## \ 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*	Effectif moyen chez les majors*
2	0,4	1,8	2,5	6

Base répondants : 25

Rémunération		
Rémunération brute annuelle de base	Rémunération variable sur objectifs	Prime exceptionnelle et autres bonus accordés
106 864€  -14% [min : 12 600€ – max : 160 000€]	2 298€  -47% [min : 0€ – max : 14 000€]	2 524€  -77% [min : 0€ – max : 8 000€]
	Pour les 14% des répondants qui donnent une rémunération variable, la moyenne est de 8 466€	Pour les 26% des répondants qui donnent une prime et autres bonus, la moyenne est de 4 170€
Base répondants : 16	Base répondants : 22 / 3	Base répondants : 23 / 8

\*Petits : honoraires < 1M€ | Moyens : 1M€ > honoraires < 3M€ | Grands : 3M€ > honoraires < 6M€ | Majors : honoraires >6M€

# Profil TNS

Effectif				
Effectif moyen au global	Effectif moyen chez les petits*	Effectif moyen chez les moyens*	Effectif moyen chez les grands*	Effectif moyen chez les majors*
0,7	1,2	0,4	0,5	0,3

Base répondants : 28

Rémunération		
Rémunération brute annuelle de base	Rémunération variable sur objectifs	Prime exceptionnelle et autres bonus accordés
83 558€  -49% [min : 50 000€ – max : 150 000€]	4 722€  -79% [min : 0€ – max : 50 000€]	2 778€  -81% [min : 0€ – max : 10 000€]
	Pour les 10% des répondants qui donnent une rémunération variable, la moyenne est de 33 750€	Pour les 17% des répondants qui donnent une prime et autres bonus, la moyenne est de 10 000€
Base répondants : 10	Base répondants : 20 / 2	Base répondants : 24 / 4

\*Petits : honoraires < 1M€ | Moyens : 1M€ > honoraires < 3M€ | Grands : 3M€ > honoraires < 6M€ | Majors : honoraires >6M€

# \ Evolution de la rémunération globale en 2019

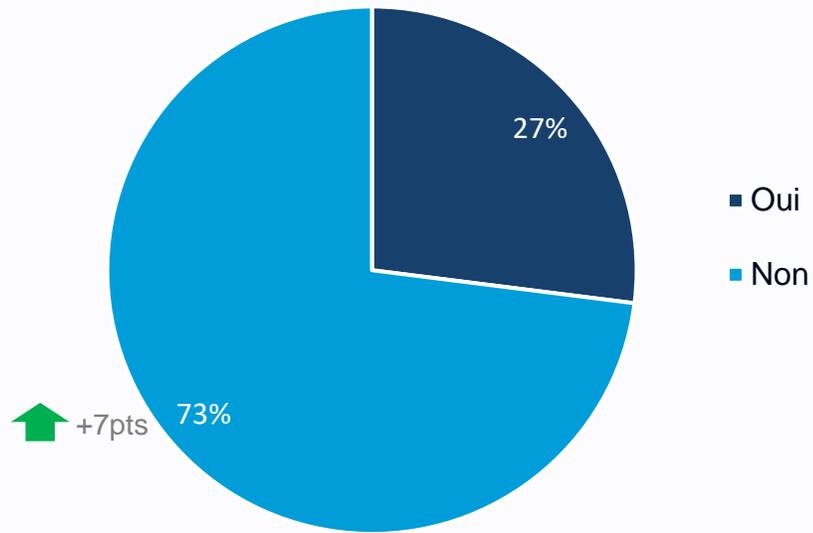


Evolution moyenne de la rémunération au global en 2019.

**Base répondants : 26**

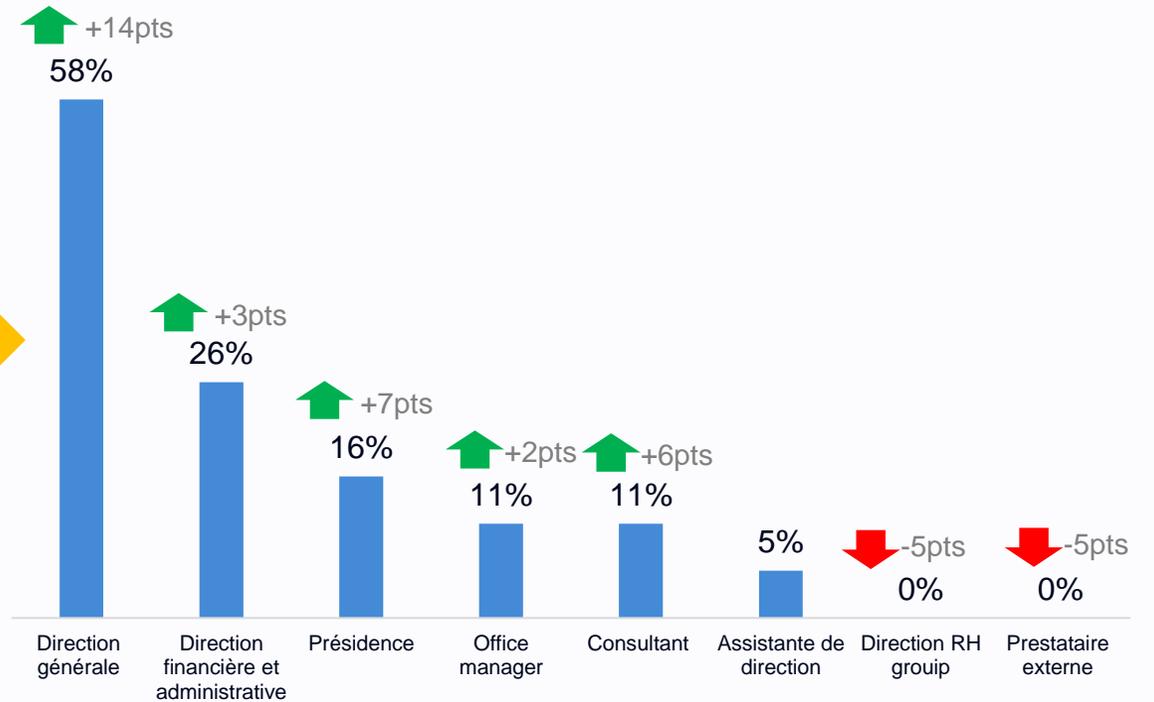
# Ressources Humaines

Avez-vous une personne dédiée aux RH ?



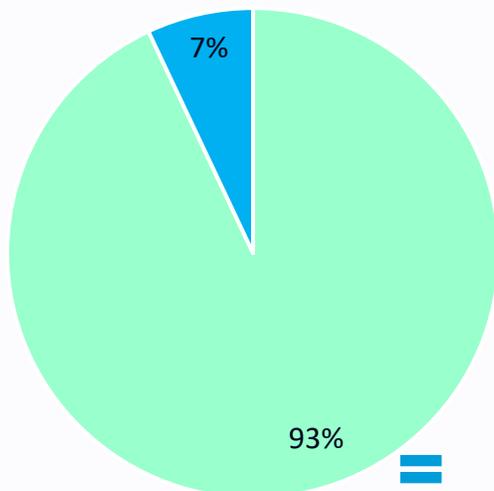
Base répondants : 26

Autres personnes en charge des RH



Base répondants : 19

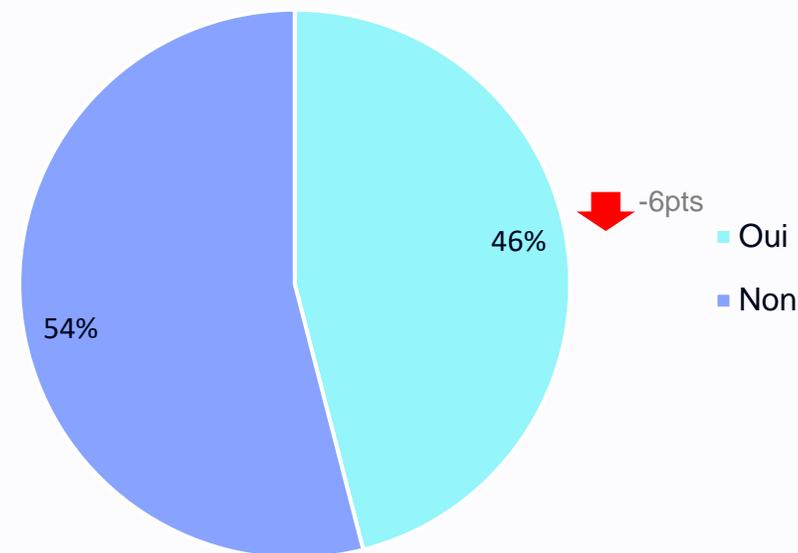
## Entreprises employant au moins un collaborateur en situation de handicap



- 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 et 2018).

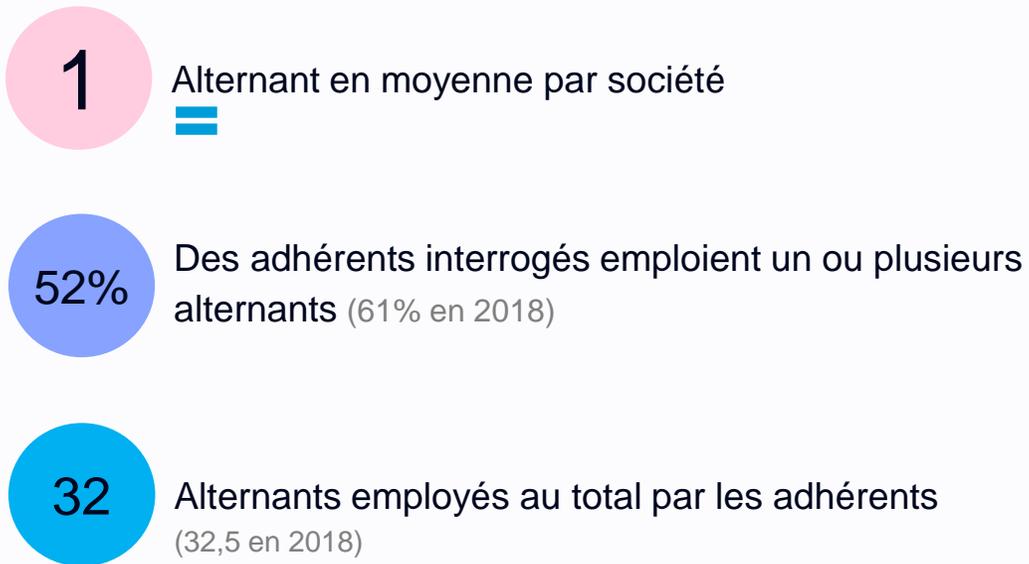
## Vous acquittez-vous partiellement de l'obligation d'emploi des travailleurs handicapés (OETH) en passant des contrats de fourniture, de sous-traitance ou de prestations de services ?



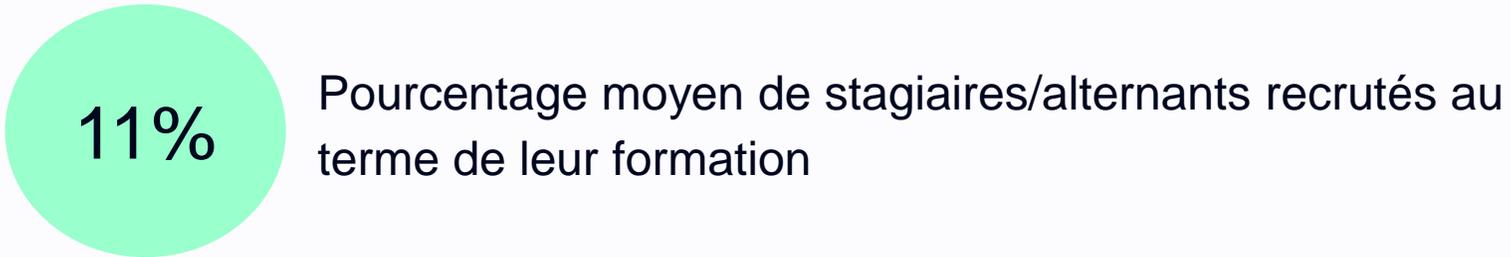
\*OETH : Obligation d'emploi des travailleurs handicapés

# Alternance et stage

## Alternance



## Stage



## Recrutement moyen par types de structure

Ensemble (29)	Petits (11)	Moyens (8)	Grands (4)	Majors (3)
6	2	5	10	20

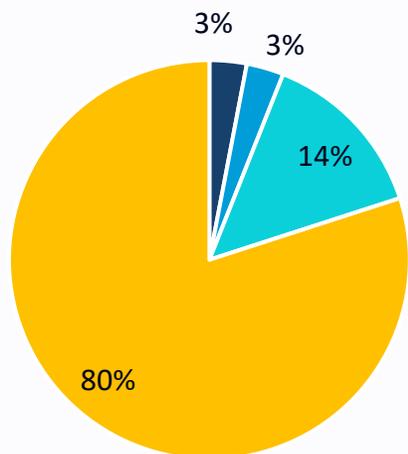
*Exemple de lecture : en 2019, les adhérents ont recrutés en moyenne 6 personnes*

Base répondants : 29

# Recrutements des jeunes diplômés en 2019

Nouvelle question

## Nouvelles embauches selon le niveau de formation



Evolution du recrutement entre 2018 et 2019	
Bac +2	-1pt
Bac +3	=
Bac +4	+5pts
Bac +5	-3pts

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

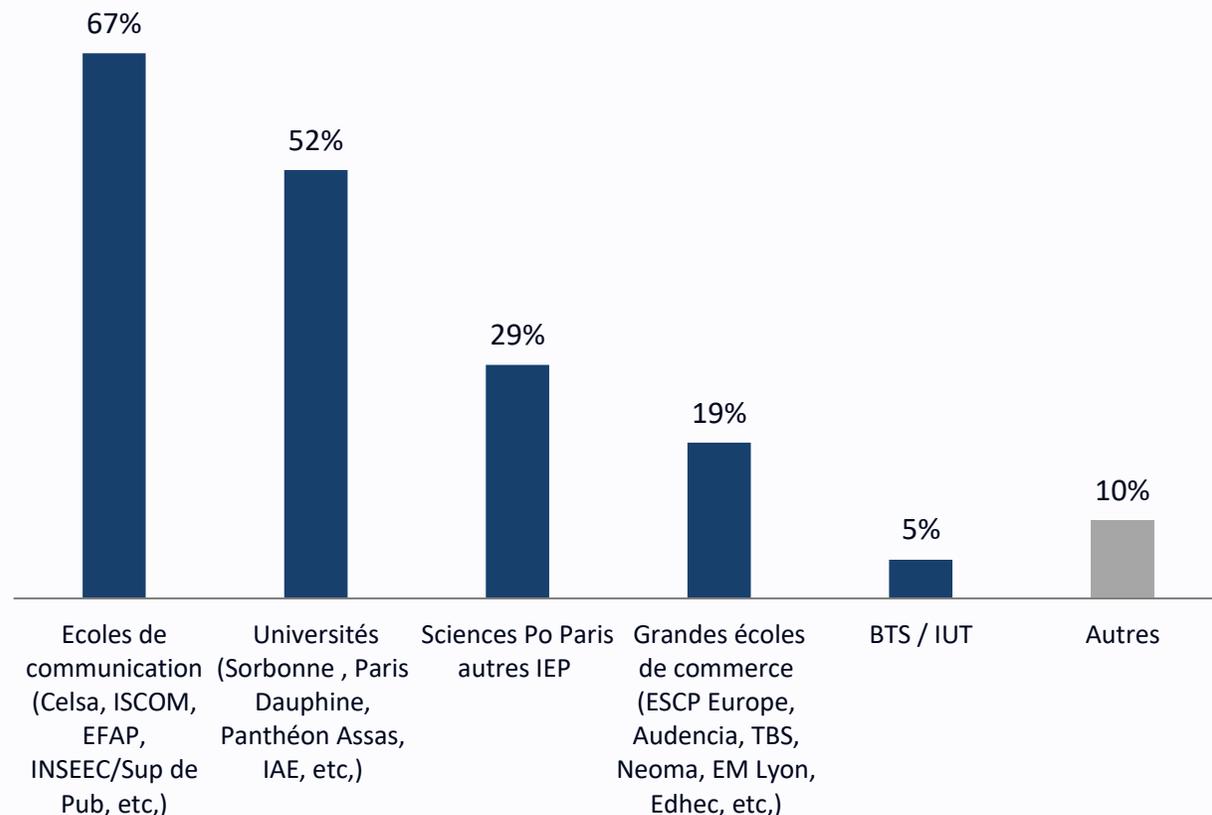
## Nombre moyen d'embauches de jeunes diplômés



Global	4
Petits	1
Moyens	3,5
Grands	3,3
Majors	14,3

Base répondants : 27

## Les écoles dont sont issus les jeunes diplômés

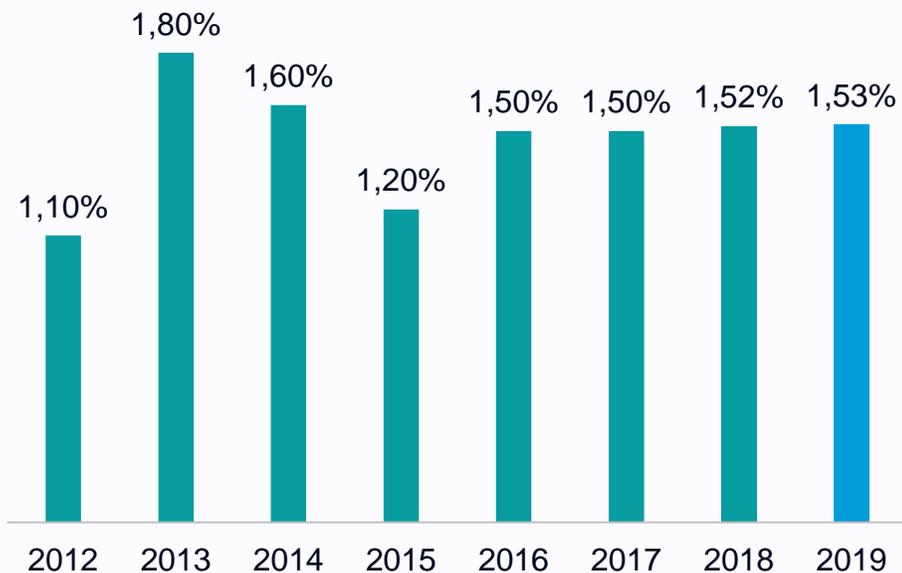


*Exemple de lecture : en 2019, 67% des adhérents ayant recruté des jeunes diplômés ont embauché un ou plusieurs jeunes diplômés d'une école de communication.*

Base répondants : 21

# Formation

## % de la masse salariale dédiée à la formation

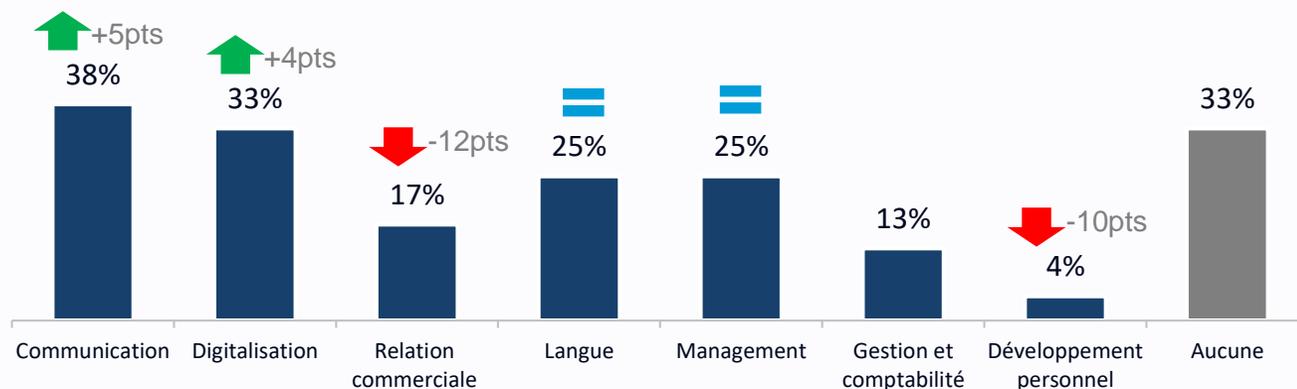


Base répondants : 25

## Grandes lignes du plan de formation

### Détails des thématiques de formation :

- **Communication** : Prise de parole en public / Gestion de crise / Contenu / Réseaux sociaux / Créa / Rédaction de contenus
- **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
- **Gestion administrative** : Outils de suivi administratif / AFCI

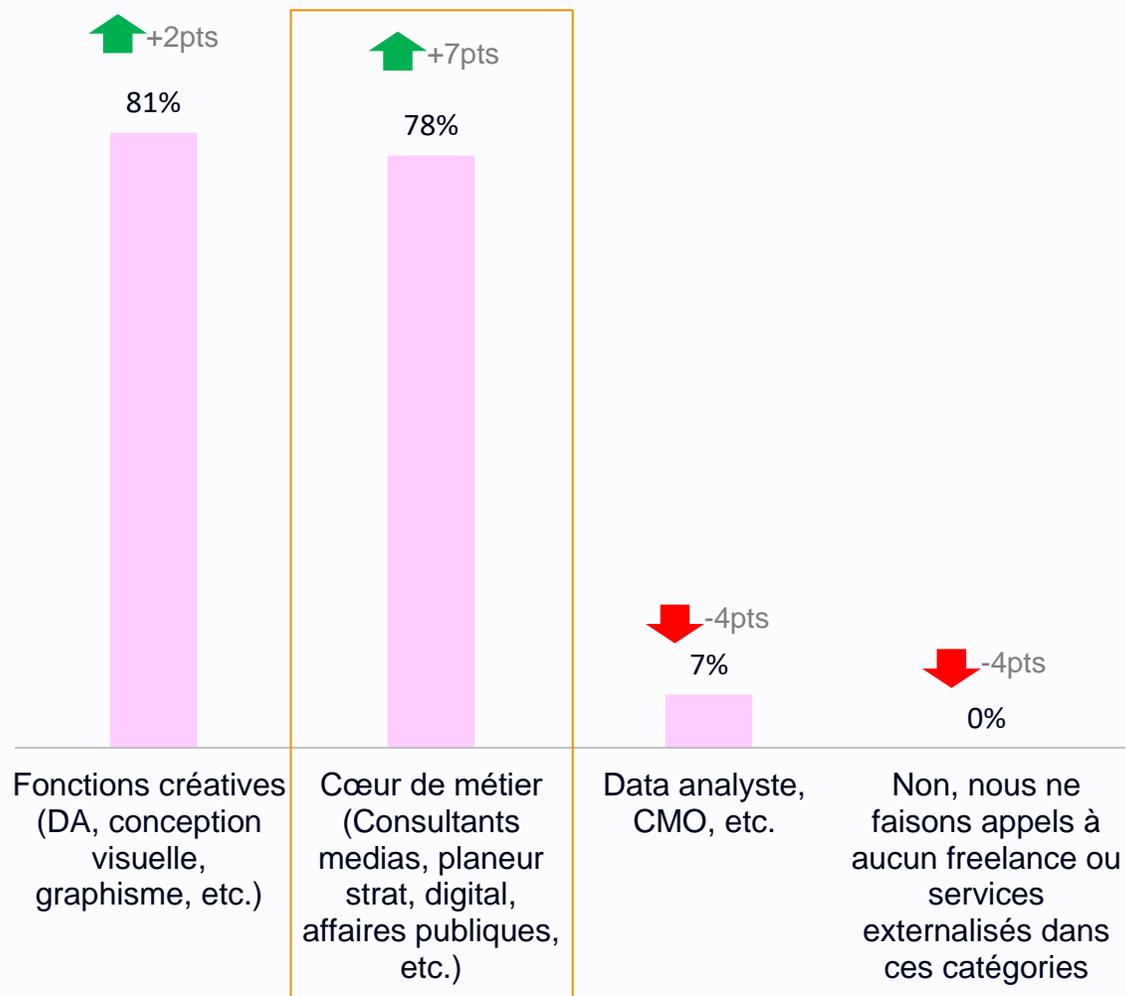


*Exemple de lecture : 17% des répondants ont intégré dans leur plan de formation, une formation en Relation Commerciale*

Base répondants : 24

# Freelances et services externalisés

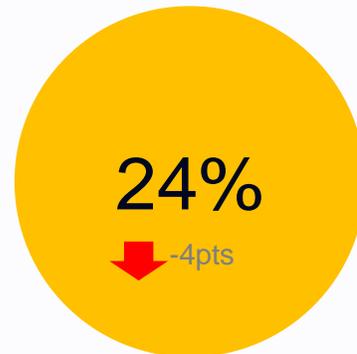
Faites-vous régulièrement appel à des freelances et services externalisés pour ces différents types de missions ?



Quel est le budget annuel dédié à l'externalisation pour ce type de mission ?

	Budget moyen par adhérents	Part de la masse salariale
Cœur de métier 20 répondants	51 691€	3,36%
Fonction créatives 19 répondants	20 955€	1,41%
Data analyste 4 répondants	63 333€	5,82%

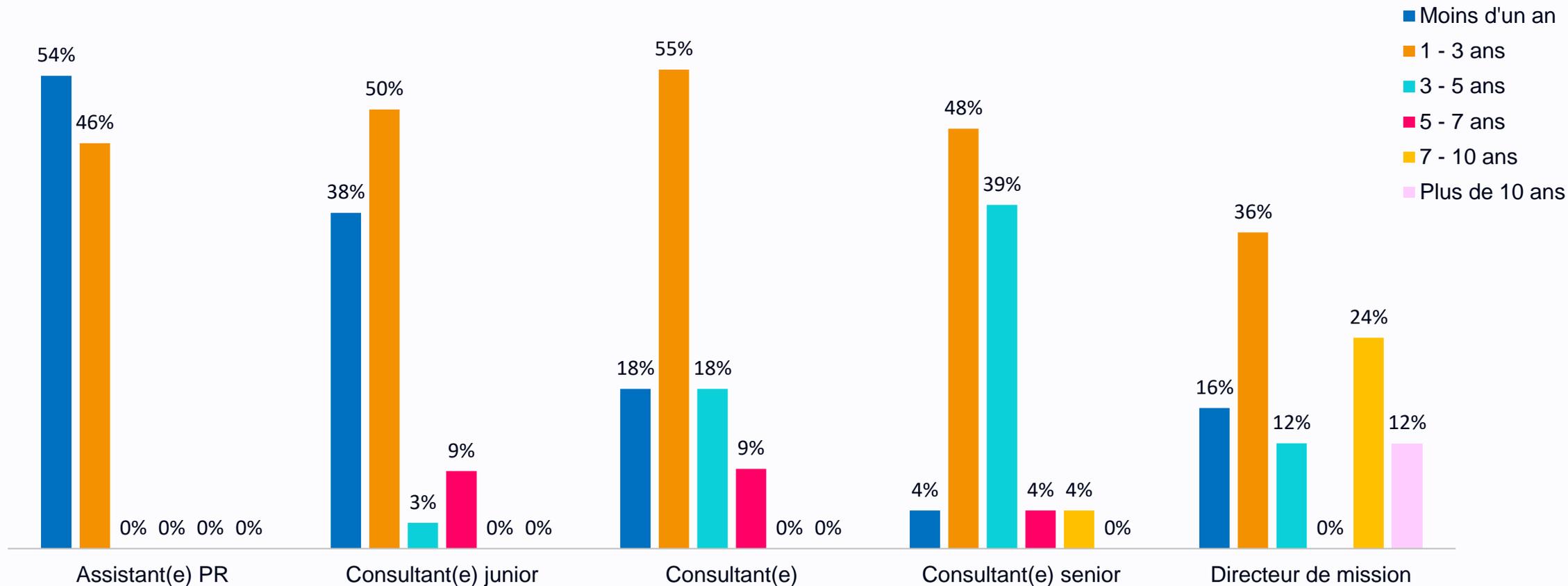
Nouvelle question



Turn over global

NB : le turn over est calculé de la manière suivante  
[(nombre entrée + nombre sortie) / 2 ] /effectif 2019

# Ancienneté par profil lors des sorties du personnel



*Exemple de lecture : En 2019, 54% des assistant(e)s PR qui ont quittés une agence sont restés moins d'un an dans celle-ci.*



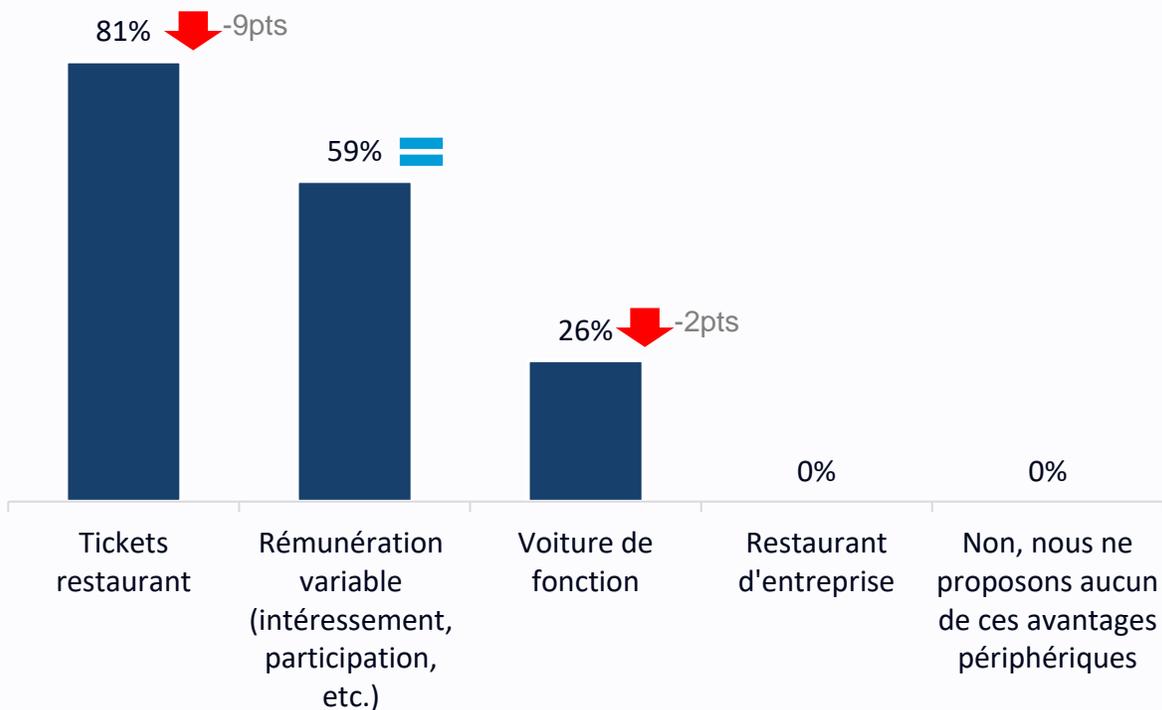
Nombre de jours d'arrêt maladie moyen en 2019.

NB : l'absentéisme est calculé avec la formule suivante, nombre jours moyen / salarié

# Avantages périphériques [1/2]

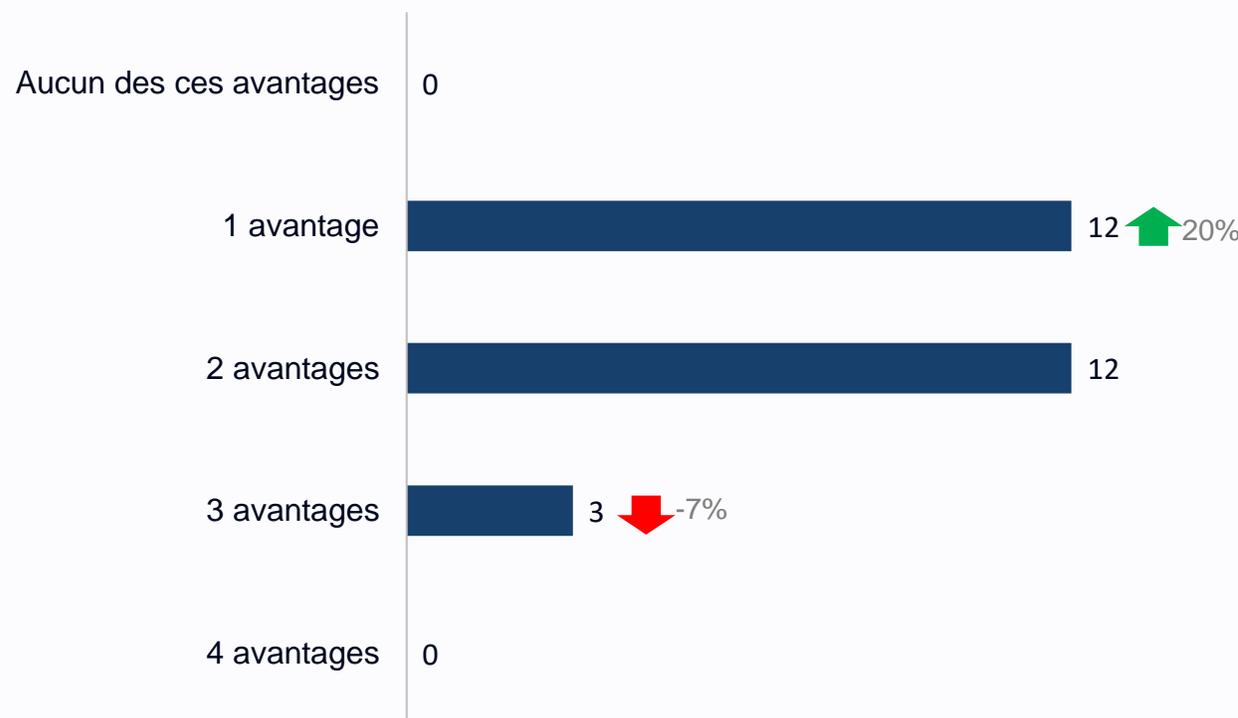
Base répondants : 27

Quels avantages périphériques accordez-vous à votre personnel ?



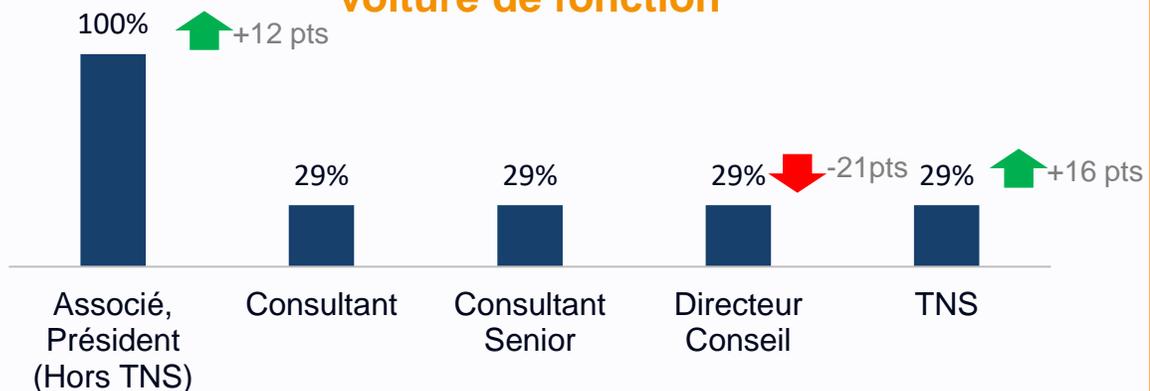
*Exemple de lecture : en 2019, 81% des adhérents proposaient des tickets restaurant comme avantage périphérique*

Nombre d'adhérents qui proposent :



# Avantages périphériques [2/2]

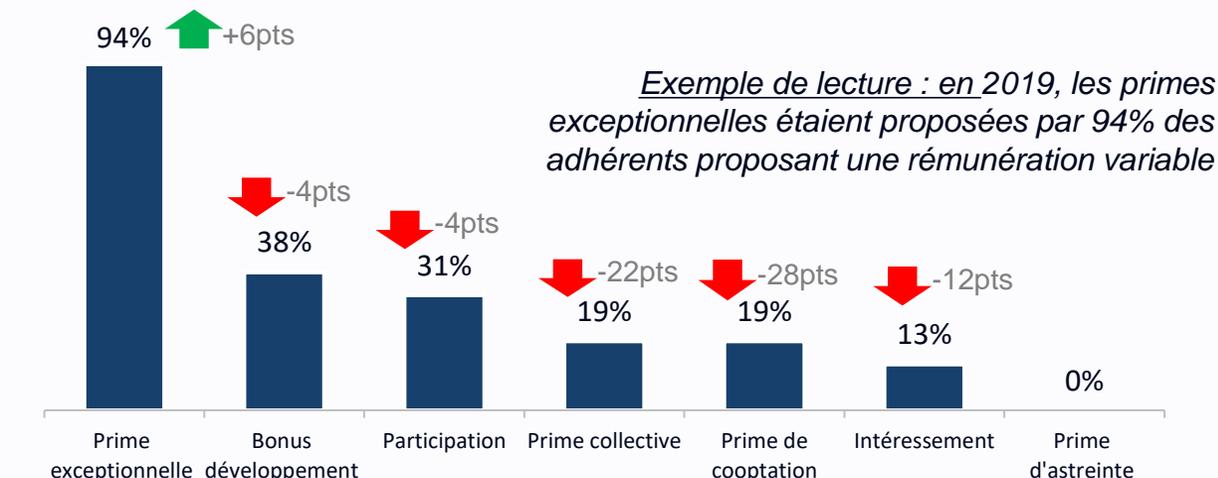
## Zoom sur les profils concernés par la voiture de fonction



*Exemple de lecture : en 2019, quand la voiture de fonction était un avantage proposé, elle était attribuée à 100% aux associés & présidents*

Base répondants : 7

## Zoom sur les types de rémunération variable



*Exemple de lecture : en 2019, les primes exceptionnelles étaient proposées par 94% des adhérents proposant une rémunération variable*

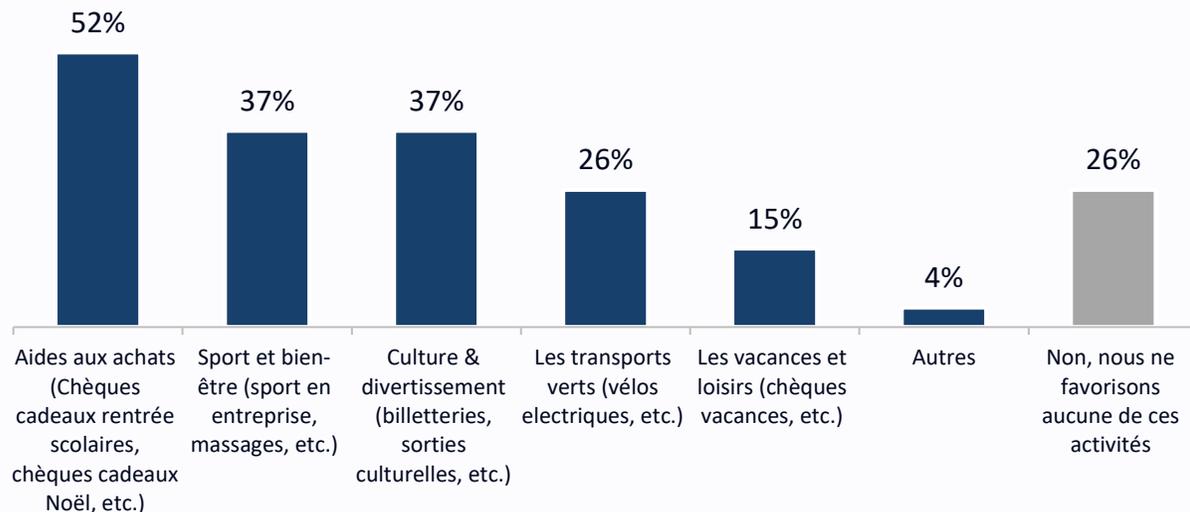
Base répondants : 16

## Nombre d'adhérents qui proposent :

Base répondants : 16



## Activités favorisées avec participation financière de l'entreprise

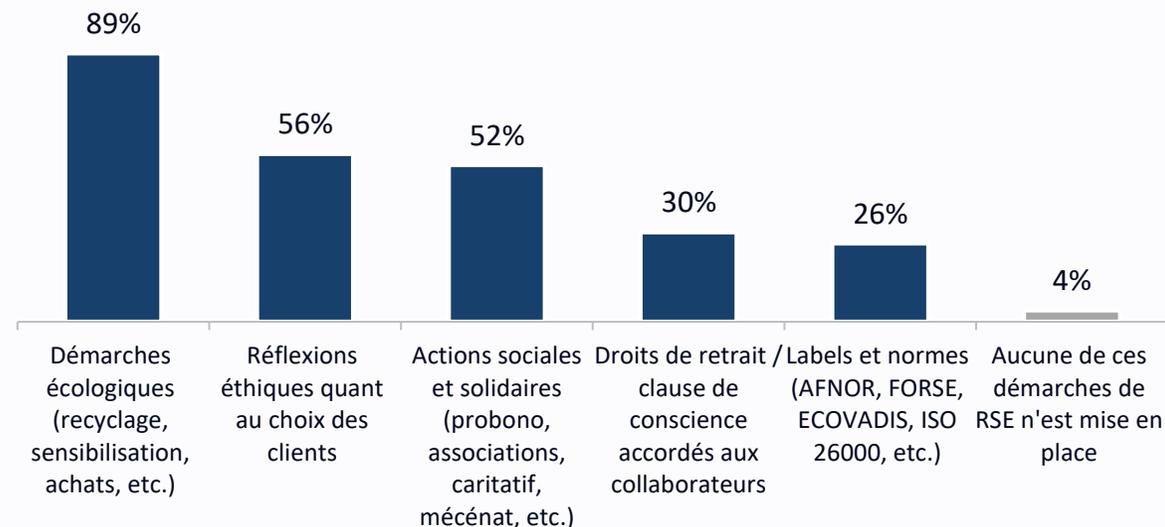


*Exemple de lecture : en 2019, 37% des adhérents ont favorisé les sorties culturelles en y participant financièrement.*

NB : les sorties d'équipes financées par l'entreprise ont été citées dans « Autres »

Base répondants : 27

## Démarches RSE mises en place au sein des structures

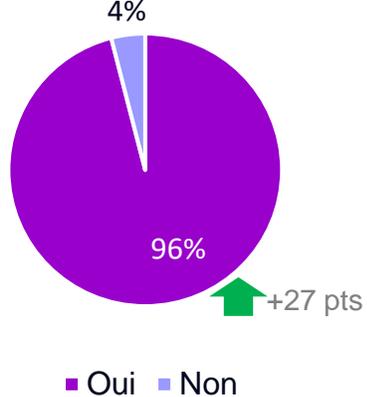


*Exemple de lecture : en 2019, 89% des adhérents ont mis en place une démarche écologique.*

Base répondants : 27

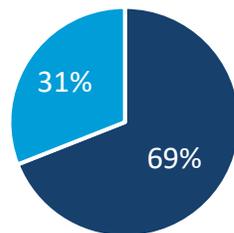
# Télétravail

## Autorisation de télétravail



Base répondants : 27

## Jours de la semaine définis pour le télétravail

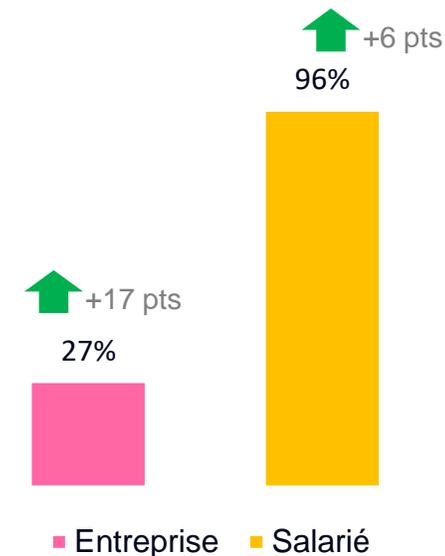


- N'importe quels jours de la semaine
- Seulement certains jours de la semaine

En 2017, **4** sociétés pratiquaient le télétravail un jour spécifique dans la semaine, contre **15** en 2018 et **8** en 2019.

Base répondants : 26

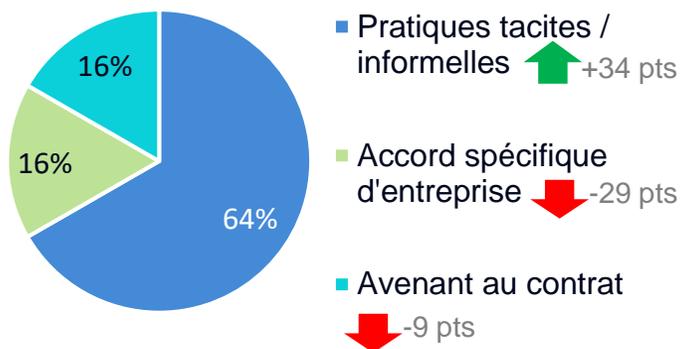
## Demande



Base répondants : 26

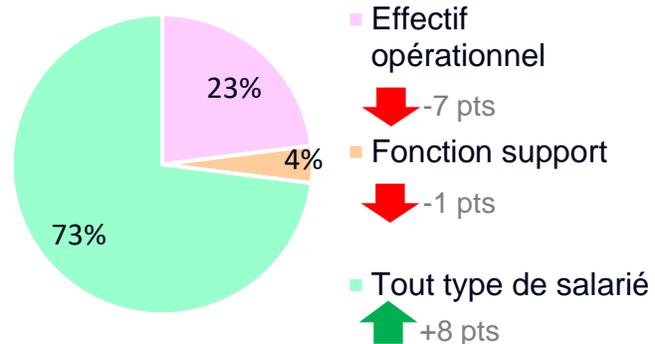
En 2018, dans **90%** des cas, la demande de télétravail émanait du **salarié**.

## Degré de formalisation



Base répondants : 25

## Population concernée



Base répondants : 26

## Sexe des demandeurs

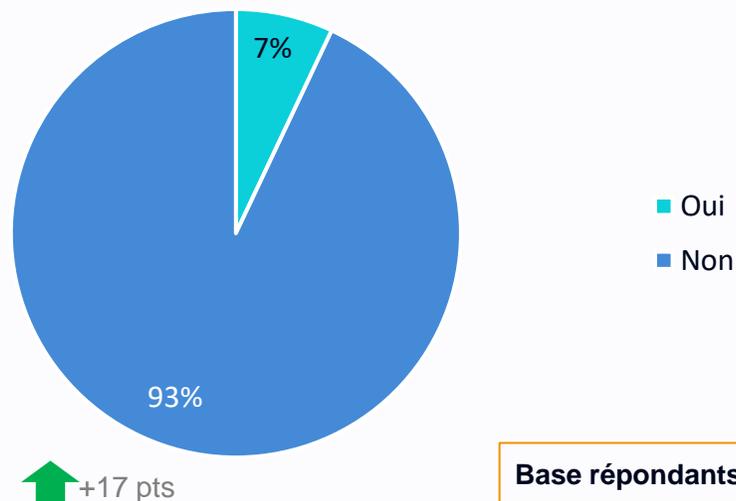


Base répondants : 25

# Flex office et droit à la déconnexion

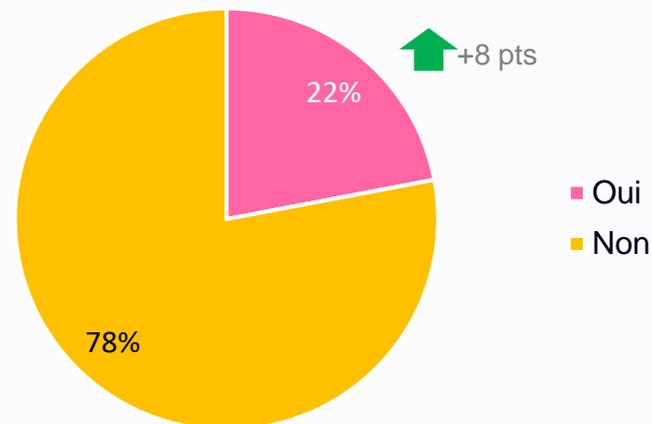
## Flex office

Avez-vous mis en place le flex office ?



NB : Un adhérent a indiqué que les  $\frac{3}{4}$  de ses collaborateurs étaient concernés par le flex office (sauf le DG et les supports administratif ou production)

## Mise en place de mesure pour le droit à la déconnexion



### Moyens utilisés :

- Inclure le droit à la déconnexion dans le règlement intérieur
- Procédure inscrite et en annexe du contrat de travail
- Circulaire interne
- Mise en place d'une politique fixant les règles du droit à la déconnexion en lien avec le CSE
- Politique informelle et tacite

Base répondants : 5

## \ En résumé

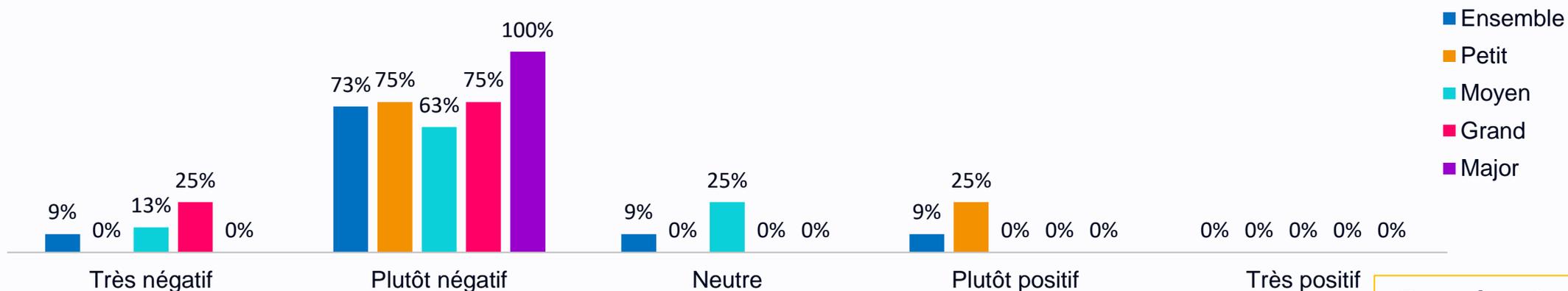
- **Un marché de l'emploi dynamique** avec une augmentation des ETP dédiés au conseil en RP de 9% par agence en moyenne et une hausse de la rémunération globale de 4,1% en 2019. Des salaires de base plutôt stables. En moyenne l'agence PR embauche en moyenne 6 collaborateurs par an, dont 4 jeunes diplômés.
- **Une qualité de vie en agence avec un absentéisme particulièrement faible** (2,9 jours d'arrêt maladie) qui s'explique probablement par les efforts mis en œuvre par les agences. 96% des agences ont mis en place des démarches RSE tournées vers l'extérieur (écologiques, éthiques clients...) contribuant à donner du sens aux collaborateurs. 74% financent des activités pour le bien-être des collaborateurs (aide aux achats, sport et bien-être, culture...)
- **Confirmation d'une nouvelle forme de collaboration existante en agence PR.** 81% (+2pts) des agences font appel à des freelances ou des services externalisés pour des fonctions créatives et 78% (+7pts) pour des activités cœur de métier.

# FLASH PROSPECTIVES

6

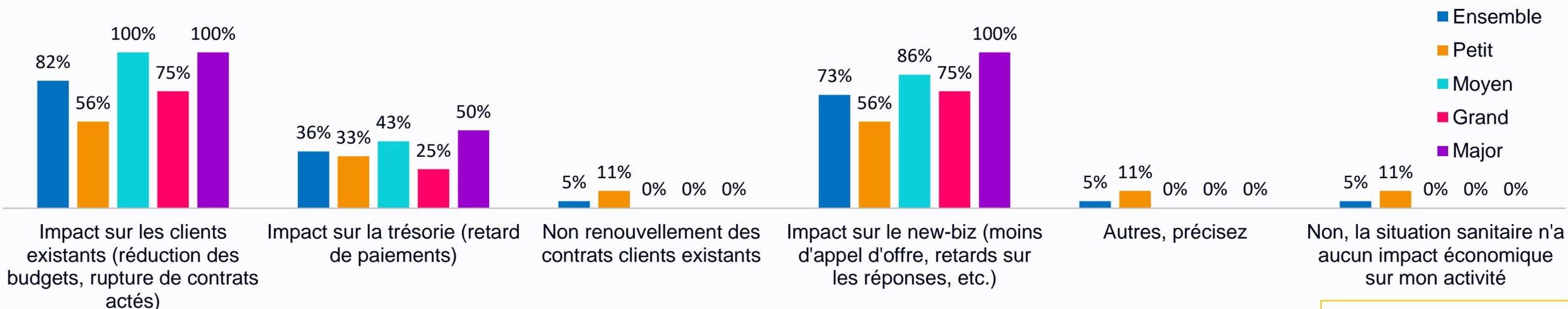
# Impact économique de la crise sanitaire sur l'activité

## La situation sanitaire actuelle a-t-elle des impacts économiques sur votre activité ?



Base répondants : 22

## Quels impacts sur votre activité ?

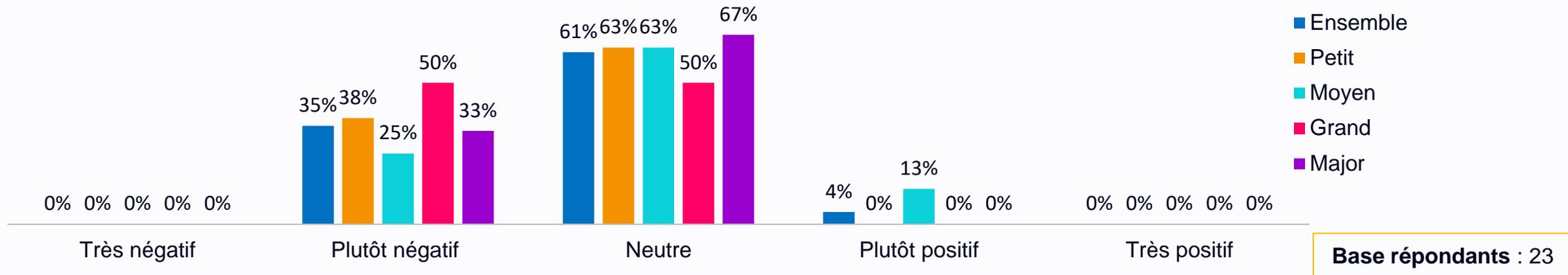


NB : le report de l'activité sur le digital et le gel temporaire de prestations ont été cités en « Autres ».

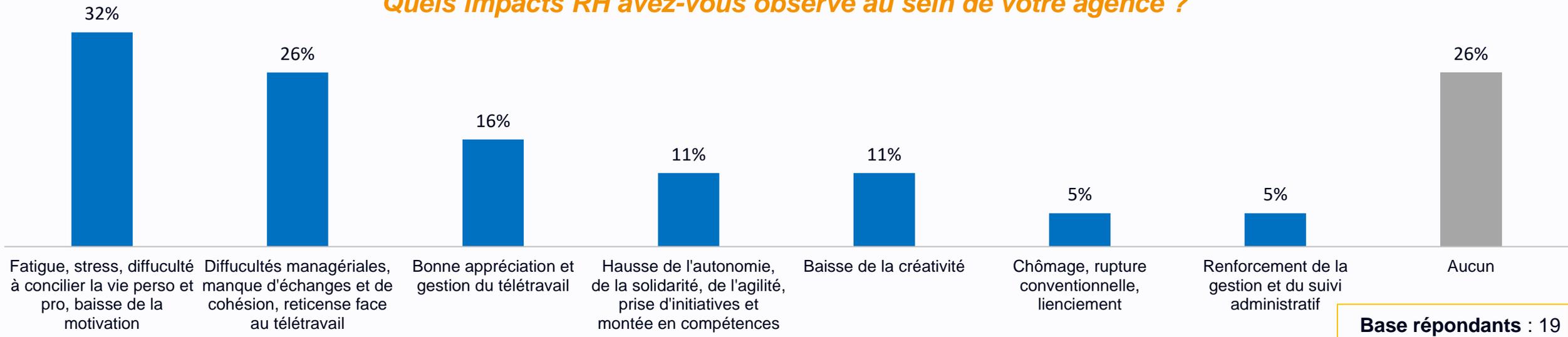
Base répondants : 22

# Impact économique de la crise sanitaire sur les RH

*La situation sanitaire actuelle a-t-elle des impacts RH au sein de votre agence ?*

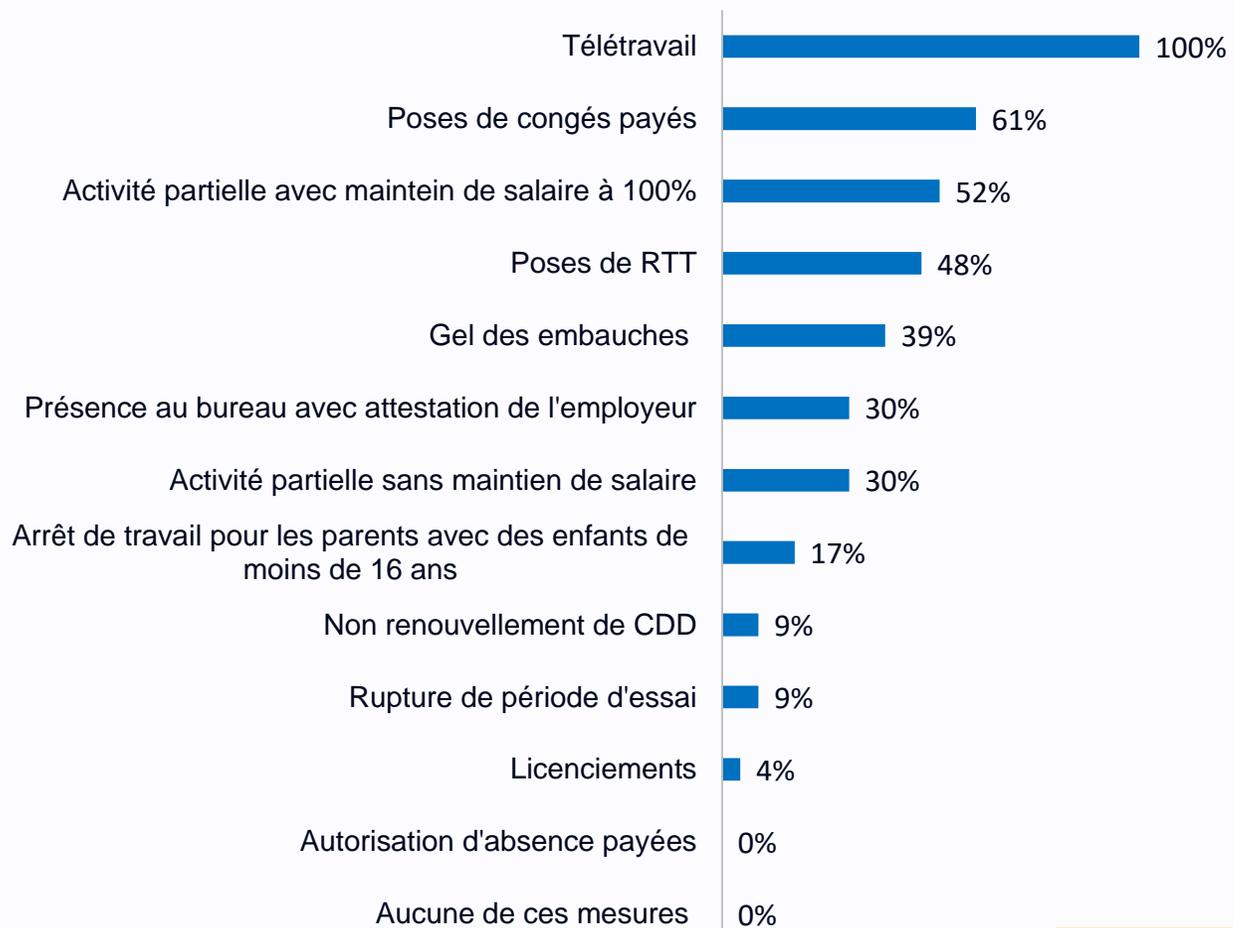


*Quels impacts RH avez-vous observé au sein de votre agence ?*



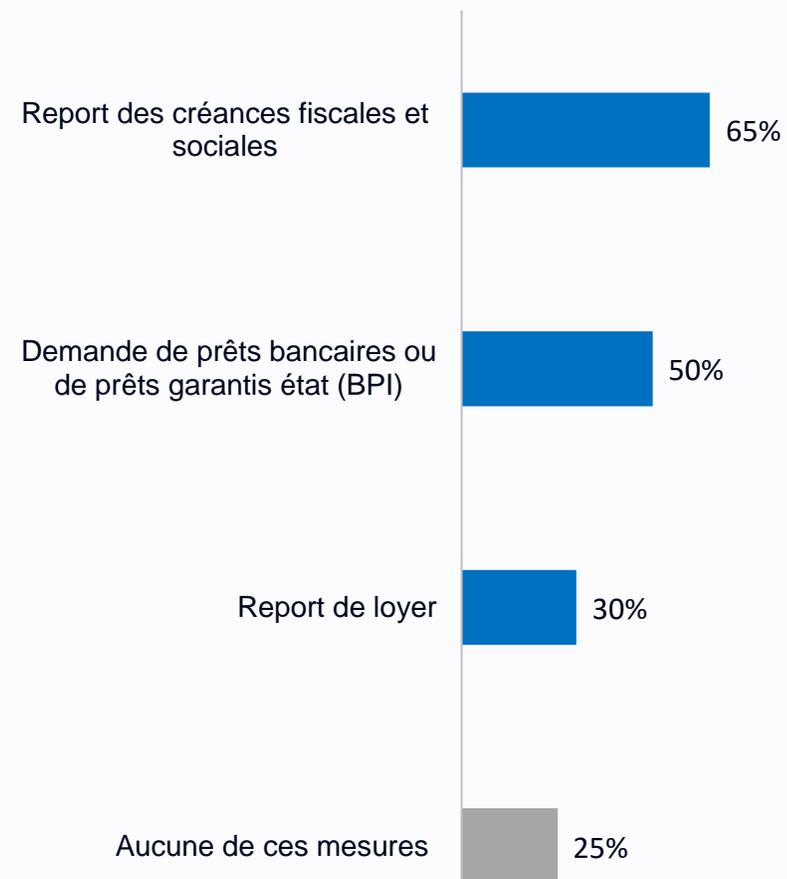
# Mesures exceptionnelles liées à la crise sanitaire

*Lors du confinement, quelles mesures avez-vous prises ou mises en place ?*



**Base répondants : 23**

*Quelles mesures exceptionnelles avez-vous sollicités ?*



**Base répondants : 20**

# Prospectives de croissance en 2020

## Chiffre d'affaires



Prospectives d'évolution moyennes du chiffre d'affaires en 2020.

Petits	-4%
Moyens	-6,4%
Grands	-4,1%
Majors	-10%

## Honoraires



Prospectives d'évolution moyennes des honoraires en 2020.

Petits	-4,4%
Moyens	-5,7%
Grands	-5,4%
Majors	-7,5%

## \ En résumé

- **Avec un recul estimé à 5% en moyenne, l'impact de la crise Covid-19 est jugée, sans surprise, comme négative sur l'activité économique** . Les petites et moyennes agences répondent moins négativement. Peut-être ont-elles pu se montrer plus flexibles.
  - 82% des agences observent ainsi une réduction des budgets.
  - Elles sont 73% à constater un impact sur le new biz.
- **Cependant, les agences PR s'en sortent plutôt bien au vu du contexte** en réussissant maintenir leur trésorerie (pour 64% d'entre elles) et à fidéliser leurs clients (pour 95% d'entre-elles).
- **75% des agences ont sollicité les mesures d'aide exceptionnelles** : report des créances fiscales et sociales (65%) ; prêts ( 50%) et reports de loyers (30%).

**Pour toute information complémentaire, contactez**



**Syndicat du Conseil en Relations Publics**

Anne-Mareille Dubois, déléguée générale

[am.dubois@relations-publics.org](mailto:am.dubois@relations-publics.org)



**Assaël Adary**

[assael.adary@occurrence.fr](mailto:assael.adary@occurrence.fr)

**Louise Amiot**

[louise.amiot@occurrence.fr](mailto:louise.amiot@occurrence.fr)