

CONSEIL EN COMMUNICATION

Êtes-vous fait pour ce secteur d'activité ?

COMPÉTENCES 	SPÉCIFICITÉS 	VIE PRIVÉE 
Qualification professionnelle ● ● ● ● ● ○	Poids des investissements ● ● ● ● ● ○	Niveau de rémunération ● ● ● ● ● ○
Aptitudes commerciales ● ● ● ● ● ●	Importance de la qualité de l'emplacement ● ● ● ● ● ○	Degré des contraintes horaires ● ● ● ● ● ○
Maîtrise de la gestion ● ● ● ● ● ○	Intensité de la concurrence ● ● ● ● ● ○	Facilité de remplacement ● ● ● ● ● ○

SOMMAIRE

LE MARCHÉ DU CONSEIL EN COMMUNICATION	2
LA RÉGLEMENTATION DU CONSEIL EN COMMUNICATION	4
L'ACTIVITÉ DU CONSEIL EN COMMUNICATION	6
LES POINTS DE VIGILANCE DU CONSEIL EN COMMUNICATION	9
EN SAVOIR PLUS SUR CE SECTEUR	11

LE MARCHÉ DU CONSEIL EN COMMUNICATION

Ces dernières années, le chiffre d'affaires du secteur a progressé sous l'effet d'une demande soutenue. Les professionnels du secteur évoluent toutefois dans un contexte difficile :

- La concentration du secteur tend à favoriser les groupes leaders présents dans le secteur au détriment des agences indépendantes. En effet, ces derniers ont, notamment, souvent plus d'atouts pour remporter les appels d'offres.
- Evoluant ces dernières années dans un contexte économique globalement tendu, les professions connexes (agences média, sociétés de conseil en stratégie...), en quête de relais de croissance, se sont diversifiées sur l'activité de conseil en communication, contribuant à l'intensification de la concurrence. La digitalisation de la publicité (réseaux sociaux, téléphonie mobile, objets connectés) attire de nouveaux entrants issus du numérique (big data, intelligence artificielle) ce qui accentue la pression concurrentielle.
- La multiplication des supports de communication (téléphones mobiles, internet, chaînes de télévision thématiques...) contraint les agences de communication à sans cesse s'adapter, favorisant les opérateurs les plus importants ou ceux qui sont spécialisés.

Dans ce contexte, les agences indépendantes généralistes (activités média et hors-média) ont intérêt à se regrouper en réseau pour renforcer leur visibilité et développer des synergies. Les agences spécialisées doivent, quant à elles, se positionner sur des marchés de niches.

Tendances

La concentration du secteur se poursuivra, au détriment des opérateurs indépendants.

Face au déclin des supports traditionnels et à l'émergence de nouveaux médias, les professionnels du secteur devront s'adapter et innover.

		CONSEIL EN RELATIONS PUBLIQUES ET COMMUNICATION
NOMBRE D'ENTREPRISES DU SECTEUR	2016	24 956 ⁽¹⁾
CHIFFRE D'AFFAIRES DU SECTEUR (en milliards d'euros)	2014	2,492 Md€ ⁽²⁾
ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU SECTEUR EN VALEUR (indice ICA base 100 en 2010)	2016	192,3 ⁽³⁾
	2015	178,0
	2014	162,2
	2013	146,9
	2012	136,9
	2011	120,0
	2010	100,0

⁽¹⁾ Source : INSEE, démographie des entreprises et des établissements 2015 - champs marchand non agricole, Stocks d'entreprise au 1er janvier 2015

⁽²⁾ Source : INSEE, ESANE

⁽³⁾ Source : INSEE, Bulletin statistique.

Les aptitudes professionnelles

Les professionnels du secteur ont généralement soit suivi une formation universitaire de niveau master en commerce, marketing ou communication, soit, ils sont issus d'une grande école (HEC, Ecoles de Commerce....).

Créatif et cultivé, le professionnel doit disposer d'excellentes aptitudes rédactionnelles et relationnelles. Il doit être capable d'évaluer avec précision le budget des campagnes, respecter les délais, élaborer le plan média et s'assurer de sa bonne exécution.

L'environnement réglementaire

Les contraintes à l'installation

Il n'y a pas de conditions d'installation spécifiques à la profession. L'immatriculation se fait au registre du commerce et des sociétés.

Les principaux points de la réglementation professionnelle

La publicité est protégée par le droit d'auteur et le droit des marques.

Le secteur est régi par la loi Sapin (publicité et transparence), le code de la consommation (protection des consommateurs, opérations promotionnelles, publicité comparative) et la loi Informatique et Liberté (protection de la personne).

Certaines réglementations s'appliquent lorsque la publicité concerne certaines catégories de produits (alcool, tabac, médicaments, armes...).

Statut juridique et fiscal

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mes impôts & taxes pour connaître le taux de TVA qui s'applique à votre activité ainsi que le mode d'imposition de vos bénéfices.

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mon régime social pour connaître le montant des cotisations et des prestations de votre régime social obligatoire.

L'installation

La création d'une nouvelle agence de conseil en communication est souvent le fait d'un ancien cadre salarié issu du secteur. Le créateur doit disposer d'un bon carnet d'adresses pour s'assurer rapidement ses premiers contrats.

Les investissements

Le matériel informatique, les logiciels et l'aménagement des locaux constituent l'essentiel des investissements.

La gestion

Le suivi au quotidien

Le professionnel veille à l'exécution des plans médias tout en démarchant de nouveaux clients ou en répondant à des appels d'offres. Il veille à la rentabilité de son activité en établissant des budgets de campagnes lui permettant de s'assurer une marge commerciale suffisante.

Les recettes de l'activité :

Les professionnels du secteur facturent soit un forfait soit un nombre d'heures de travail effectué pour une mission.

Les charges à surveiller

Les charges de personnel et les frais de déplacement constituent les charges les plus importantes. Pour les agences qui sous-traitent le plan média, la sous-traitance constitue une part importante des charges.

La maîtrise du résultat

Les professionnels du secteur doivent veiller au maintien de leur chiffre d'affaires en se constituant un portefeuille de clients potentiels importants.

La gestion financière et les besoins en trésorerie

Les besoins en trésorerie sont peu importants dans ce secteur. Un fonds de roulement de 30 jours minimum est nécessaire en raison des délais de paiement des clients.

		CONSEIL EN COMMUNICATION
EVOLUTION DU NOMBRE DE CRÉATION	2016	6 718 ⁽¹⁾
	2015	6 394
	2014	6 442
	2013	6 671
	2012	6 147
	2011	3 592
	2010	6 244
	LES RATIOS DE GESTION CLEFS	Chiffre d'affaires moyen
Marge brute		188 K€ ⁽²⁾
Excédent brut d'exploitation		96,85 % du CA
Rotation des stocks		27,73 % du CA
Crédit clients		0 jour de CA
Crédits fournisseurs		65 jours de CA
Besoin en fonds de roulement		88 jours de CA
		36 jours de CA

⁽¹⁾ Source : Insee, Démographie des entreprises et des établissements - champ marchand non agricole, Créations d'entreprises.

⁽²⁾ Source : Moyenne indicative élaborée à partir de données Insee "Données du compte de résultat et bilan pour les personnes physiques". Données exprimées en % et jours de chiffre d'affaires

LES POINTS DE VIGILANCE DU CONSEIL EN COMMUNICATION

Les principales difficultés du métier

Le secteur du conseil en communication reste relativement risqué en raison de sa forte dépendance à la conjoncture économique et à l'intensité des pressions concurrentielles.

- **La concentration du secteur :**

Les agences indépendantes ont du mal à rivaliser avec les leaders du secteur, notamment pour répondre à des appels d'offres.

- **La conjoncture économique :**

Le secteur est très sensible aux fluctuations économiques. Dans un contexte économique plus tendu, les pressions tarifaires s'intensifient en raison de la contraction des budgets consacrés à la communication.

Dans ce contexte, les créateurs disposant d'un carnet d'adresses conséquent ou ceux qui seront positionnés sur un segment de niche, seront plus à même de réussir.

		CONSEIL EN COMMUNICATION
TAUX DE SURVIE AU-DELÀ DES 5 PREMIÈRES ANNÉES	Agences, conseil en publicité	48,1 % ⁽¹⁾
	Moyenne tous secteurs	51,9 %

⁽¹⁾ Source : Insee, Taux de Survie à 5 ans pour la génération 2006.

Les principales organisations professionnelles

AACC

Association des Agences Conseils en Communication

40 boulevard Malesherbes - 75 008 Paris

Tel : 01.47.42.13.42

<http://www.aacc.fr>

IREP

Institut de recherche et d'étude publicitaire

62 rue La Boétie - 75 008 Paris

Tel : 01.45.63.71.73

<http://www.irep.asso.fr/>