

THE DATE – 2 SEPTEMBRE 2022

REUNION LEADS

« SONDAGE ET ETAT D'ESPRIT DES AGENCES DE DESIGN SUR LES HONORAIRES, LES COÛTS ET LES APPELS D'OFFRES DÉDOMMAGÉS»



Après la reconnaissance par l'état de notre filière, et avec la croissance verte et la décarbonisation, l'indemnisation et le péri métrage des A.O seront l'héritage que notre génération peut laisser à nos successeurs.

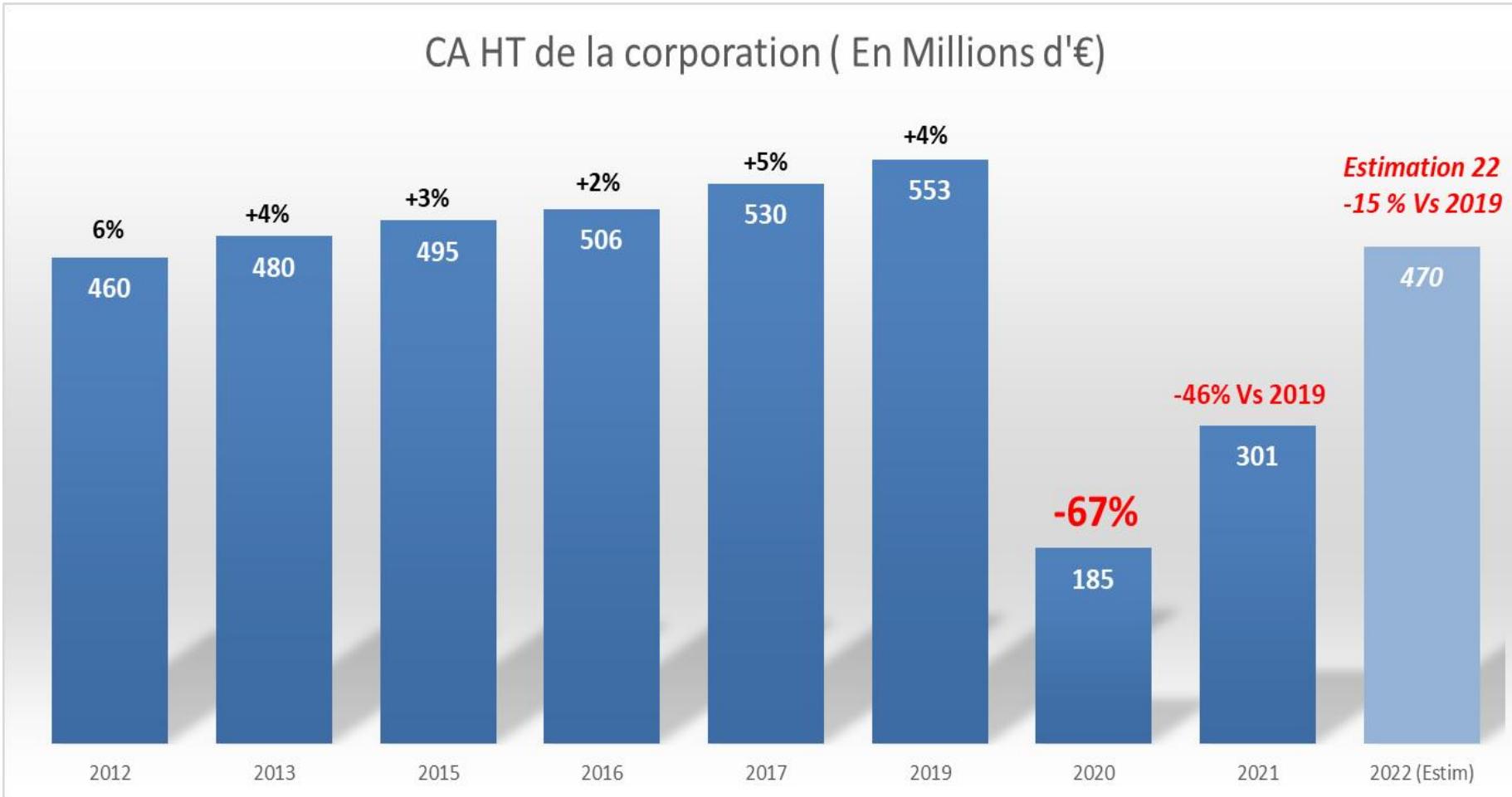
SOMMAIRE



leads
LES AGENCES
DESIGN&STAND

3. *Rappel : Evolution du CA des agences sur 10 ans*
4. A.O. Publics et privés, qui y répond ?
5. Structuration de nos forces commerciales
6. Taux de signature des prospects en 2019.
7. Combien de temps pour un projet de stand ? et combien coute une journée de travail ?
- 8. Combien coute un projet de stand ?**
9. Coût des études pour la profession.
10. *Mémo 2016 des ratios du métier.*
11. Combien d'agences en concurrence sur les A.O. ?
12. Qui présente les honoraires de créations et de conseils ?
13. Normes RSE
14. Quelles stratégies de captation de prospects pour les agences?
15. Moral des chefs d'entreprises
- 16. Faut-il mettre en place l'indemnisation des projets et pour quand ?**
- 17. Pour quelle raison faut-il le faire ?**
- 18. Comment le faire ?**

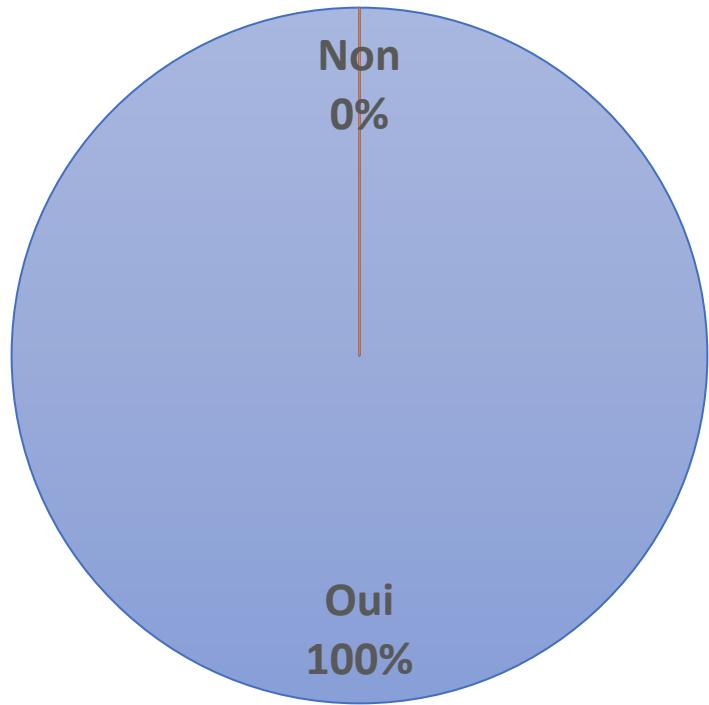
CA HT DES AGENCES DE DESIGN DE STAND (En M€)



Pour Info : 409 agences en 2018 . Le Nb 2021 n'a pas été mis à jour.

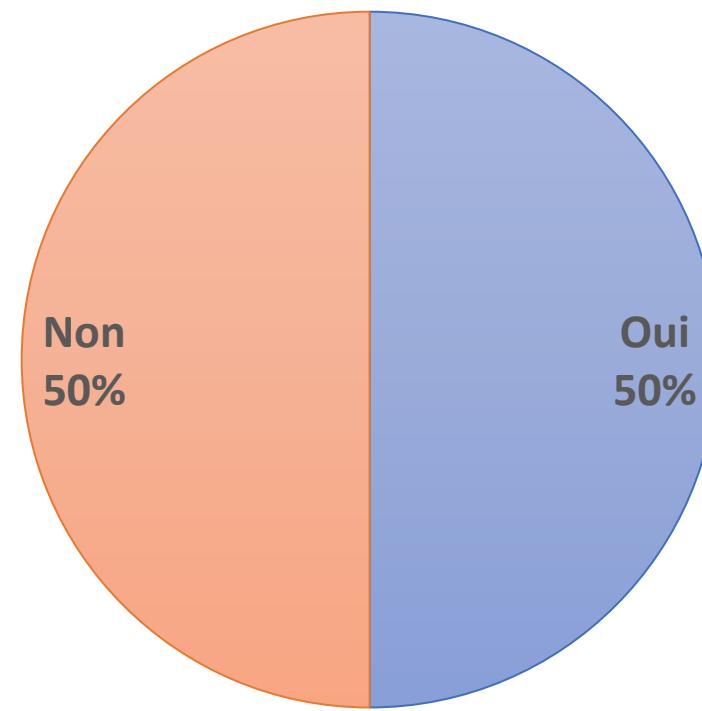
COMMENT LES AGENCES REPONDENT AUX APPELS D'OFFRES ?

Repondez-vous aux A.O privés ?



100 % des agences répondent aux A.O privés, de leurs clients et/ou des prospects.

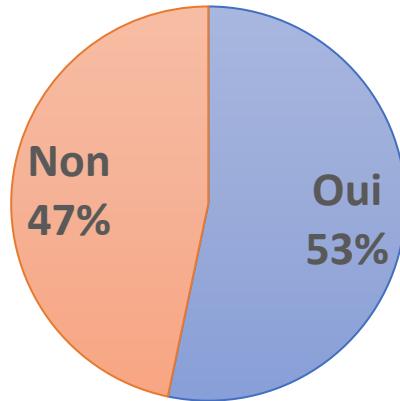
Repondez-vous aux A.O publics ?



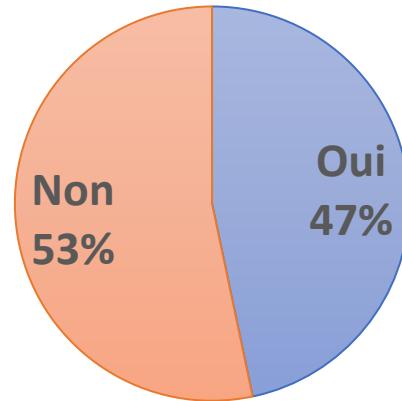
Seule une agence sur deux répond aux A.O. publics jugés trop complexes, peu fiables ou trop d'agences en compétition.
Le CA Moyen de ceux qui répondent aux AO Publics est deux fois supérieurs (3.1 M€) à ceux qui n'y répondent pas

NOS FORCES DE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL (chasseur – «business developer»)

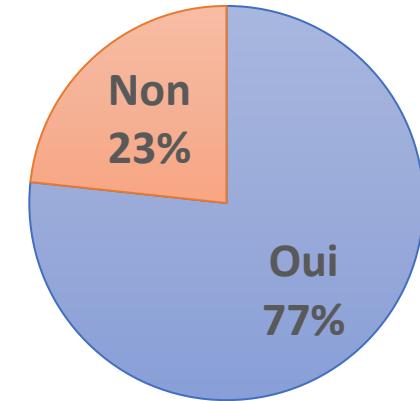
Possédez-vous en int ou ext un service de développement commercial ?



Votre agence est-elle proactive sur la démarche commerciale ?



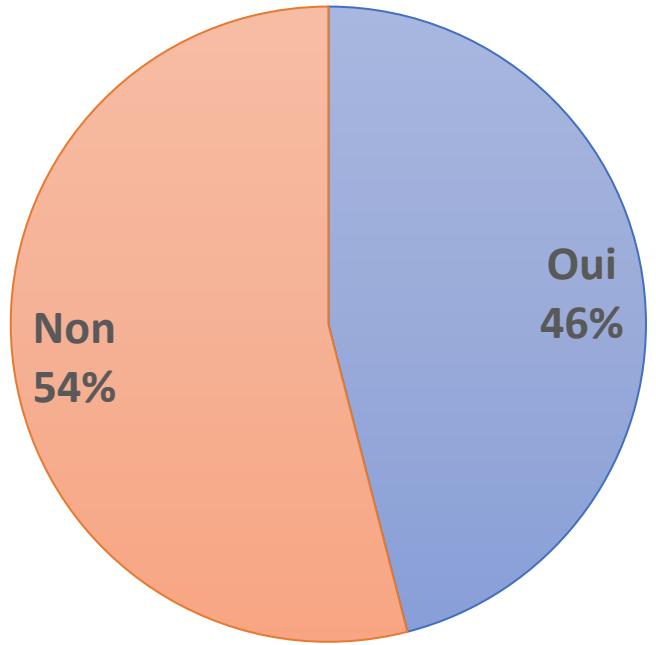
Dans quelle proportion le chef d'entreprise s'occupe t-il lui-même des prospects ?



- Si 53% des agences ont un service commercial, toutes ne sont pas pro-actives dans leurs démarches commerciales.
- 2/3 des chefs d'entreprises gèrent les prospects avec une grande majorité pour les agences de 2 M€ de CA en moyenne contre 4 M€ pour celles dont le dirigeant ne s'occupent des nouveaux contacts

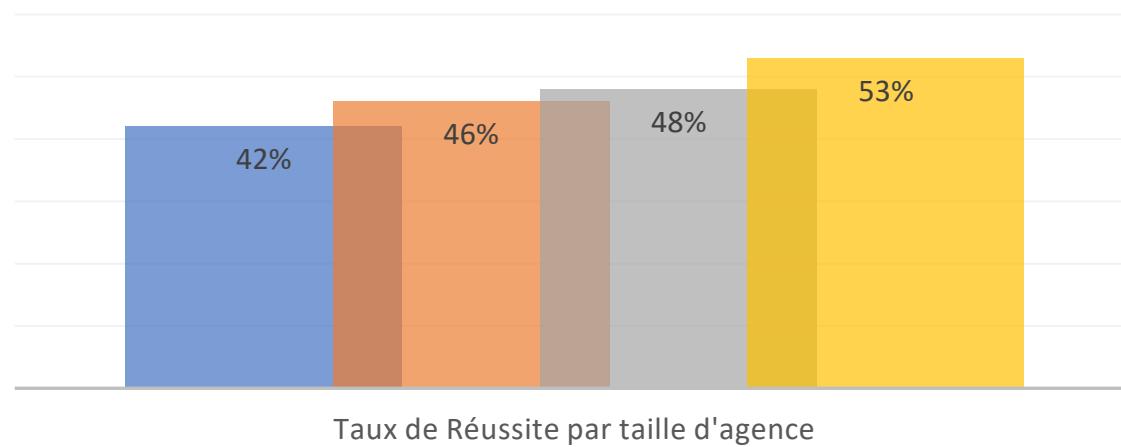
TAUX DE SIGNATURE PAR PROSPECT EN 2019.

Taux de signature sur les prospects en 2019?



- En 2019, année très dynamique, le taux de réussite sur prospect est de 46%.
- En Moyenne pondérée, chaque agence traite 1 prospect par tranche de 60 K€ de son CA.
- (Ex : 17 prospects pour une agence de 1 M€ de CA/an)

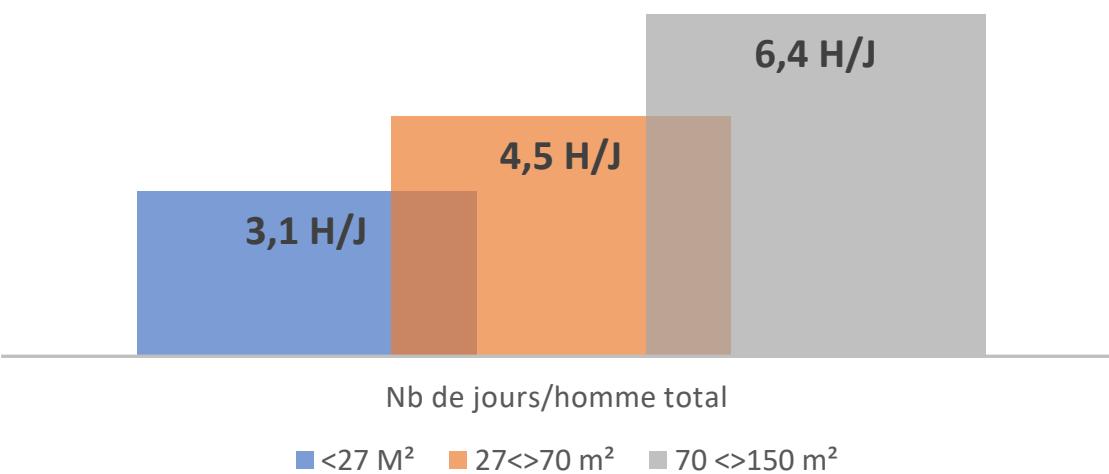
Taux de réussite sur prospect par taille d'agence



- Le taux de réussite augmente avec la taille de l'agence.
- Le CA Moyen d'une agence est de 1.3 M€ soit 22 prospects traités et 10 signés.

COMBIEN DE JOURS/HOMME FAUT-IL POUR RENDRE UN PROJET DE STAND ? (toutes expertises confondues avant signature : Design, commercial, technique, chiffrage ou modifications)

Temps moyen passé prospect, par type de surface de stand



Secteur Com & Graphique

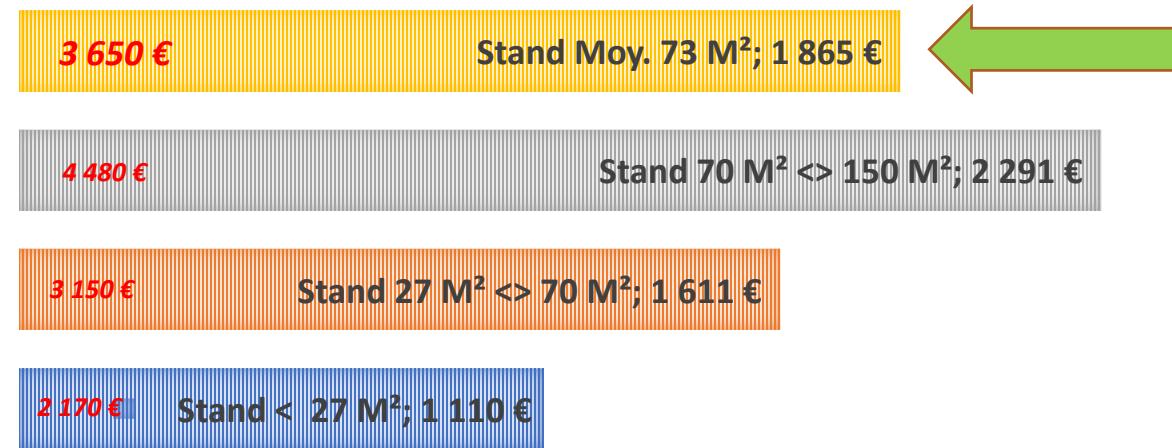


- En Moyenne, 1 m^2 de projet de stand, génère 0.5 heures de travail. (0.8h/ m^2 pour un stand de 27 m^2 et 0.4h/ m^2 pour un de 110 m^2)

- Le cout moyen de revient horaire en France de notre secteur : Base Insee 201/2022 (<https://www.insee.fr/fr/statistiques/4309405#tableau-figure1>) + inflation base Insee 2016/2022 T1 (<https://www.insee.fr/fr/statistiques/serie/010599846>)
- 43 € par heure (51.14 € avec CP) ou 358 € par jour sur une base de 151.57h/mois et 218 jours de travail/an

QUEL EST LE COUT D'UN PROJET MOYEN AVANT SIGNATURE : (design, technique, commercial, financier, modifications)

PRIX DE REVIENT D'UN PROJET



- Un stand Moyen sur mesure est compris entre 63 et 71 m² (Sce Leads)
- Prix de revient par projet : Attention ce cout ne comprend que le coût salarial. Un collaborateur opérationnel (design, technique, commercial) génère 1 600 €/HT de CA par jour (Sce Productivité Leads).
- En rouge prix de revient en prix facial de H/J (700 €/J)

QUEL IMPACT ONT LES COÛTS D'A.O. SUR NOS PnL (Comptes de résultats)

**3.1 %
de notre CA est
consacré aux prospects**

*1 prospect traité pour 60 K€ avec un
cout de revient moyen de 1 865 €.*

**LE COÛT SALARIAL DES
PROJETS PERDUS
REPRESENTE :
2.8% de notre CA
Soit autant que nos RN**

*Soit 3 650 € de cout moyen T/H (700
€) avec un taux de réussite de 46%.*

**Le temps passé sur un
projet perdu représente
8 160 € de CA non
réalisé par nos
ressources humaines.**

*5.1 jours de temps moyen x 1600 € de
CA moyen que réalise un CDP, un tech,
ou un designer.*

- Pour une agence de 1.35 M€ de CA (moyenne) le cout des projets perdus est de 37 800 € alors que le résultat net moyen déclaré en 2019 était de 42 000 €.
- Il faudra 8 % du CA supplémentaire (110 K€) pur rattraper ce coût.

En 2019 :

- les projets perdus ont couté 15.5 M€ et un bilan carbone à valoriser.
 - 9300 projets de prospects ont été traités et 4500 perdus
 - 23 000 jours hommes ont été dépensés soit 5.5 % de nos effectifs
- Soit 1050 tonnes* de CO₂. soit 6% de notre estimation métier et la moitié de l'objectif de réduction du gouvernement (10%) (*estimation à confirmer-Sce Hellocarbo)

Mémo profession

1.2/1.3 Millions de M² aménagés en stands sur mesure

4. 9 Millions de M² de stands vendus

18 500 stands par an

12 500 clients potentiels

73 M² la surface moyenne d'un stand trad

28% des surfaces de salon vendues en stands nus

74% de taux de fidélité de nos clients

406 €/m² prix moyen d'un stand remontage et neuf

238 370 € la productivité brute par personne

380 000 € la productivité nette des opérationnels

495 Millions de CA de la corporation

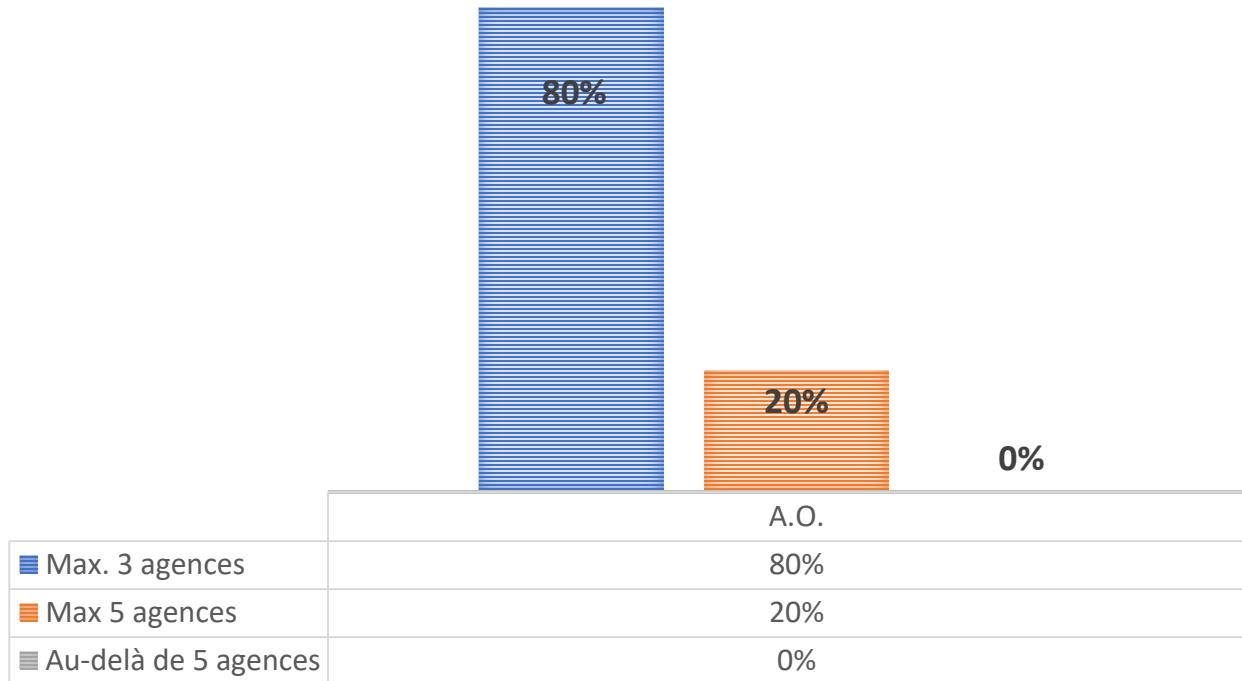
385 €/m² prix moyen d'un stand en remontage

Surface moyenne d'un stand organisateur : 27 m²

26 800€ le prix du stand moyen

490 €/m² prix moyen d'un stand neuf

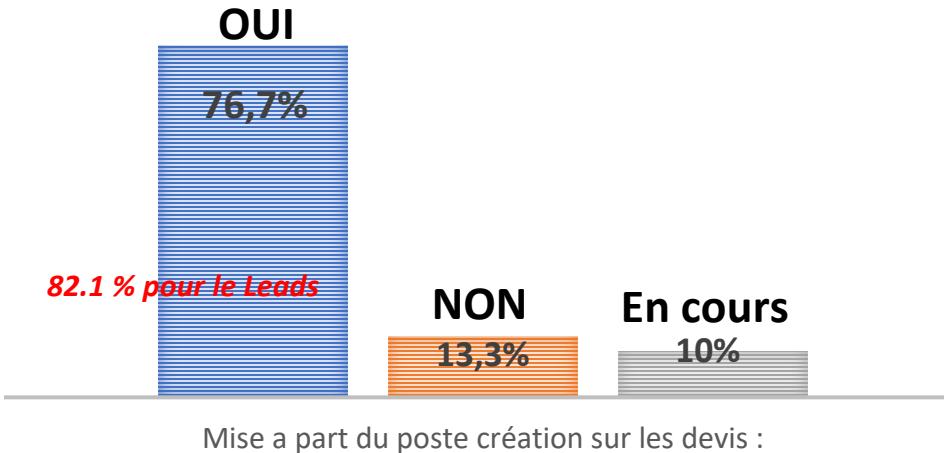
VOUS PARTICIPEZ AUX A.O. AVEC COMBIEN D'AGENCES EN CONCURRENCE MAXIMUM ?



- Une grande majorité, 80% des agences, refuse de participer à des A.O. au-delà de 3 agences. C'est un progrès majeur par rapport à 2015 où la norme était 5 agences et plus.
- L'amélioration du taux de réussite sur prospect, passant de 34% à 46% provient de cette différence (30% de réussite en + pour 30% d'agences en moins en compétition.)

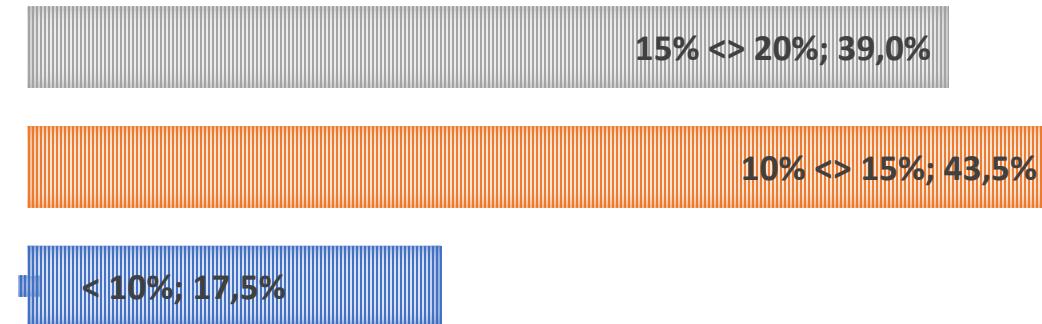
AFFICHEZ-VOUS SUR VOS DEVIS LES HONORAIRE DE CONSEILS & CREATIONS SUR UN POSTE A PART

Affichez-vous les honoraires ?



Quel valeur en % d'honoraires affichez-vous

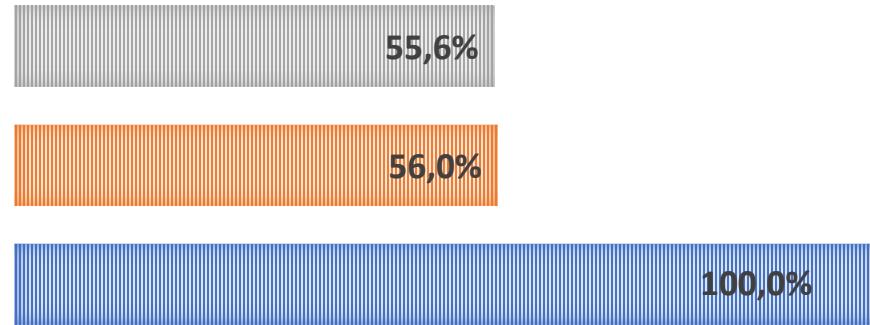
(15/20% recommandés)



- En tenant compte des « en cours » 87 % des agences pratiquent la valorisation séparée des honoraires de création (contre 66% en 2015 ; 92% au sein même du Leads)
- 50% de ceux qui répondent « Non » ne sont pas membres du Leads et les agences « en cours sous 12 mois » sont membres du Leads (Nouveaux membres ?)
- 4 agences sur 10 suivent les prescriptions de valorisation de la profession soit entre 15 et 20% d'honoraires de création.

QUELS SONT VOS OBJECTIFS 2022 & 2023 CONCERNANT LES A.O. ET LES PROSPECTS ?

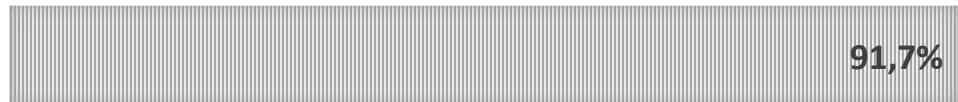
- Je vais mettre en place des actions pour augmenter mon nombre de prospect, pour accélerer mon développement.
- Je vais diminuer mon seuil d'acceptation du NB d'agence en compétition
- Je vais mettre en place une procédure pour qualifier encore mieux mes prospects



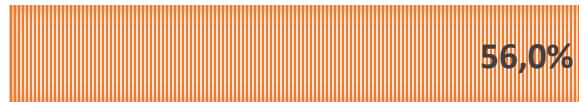
- Si 100 % des agences souhaitent mieux qualifier leurs prospects avant de répondre à un projet, une sur deux imagine augmenter son développement prospect pour acquérir du CA futur, tout en restant stricte sur le nombre d'agences en compétition.

FAUT-IL SE FAIRE INDEMINISER LES A.O. ? : OUI POUR UNE MISE EN PLACE EN JUIN 2023.

■ C'est le moment ou jamais, il faut le faire



■ Il faut le faire, la profession est prête



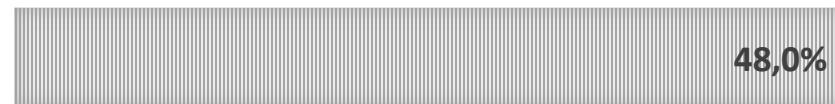
■ Mais il faut se donner 12 à 24 mois pour la mise en place



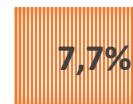
- + de 9 agences sur 10 souhaitent que la profession aille vers l'indemnisation des AO, dont 100 % des agences non Leads répondantes.
- 56% pensent que la profession est prête et la même proportion propose de mettre en place l'indemnisation sur les 12/24 mois qui suivent (pour 2023/2024)
- Nous avons donc 1 an (juin 23) pour se mettre d'accord et l'année suivante pour la mise en place.

INDEMNISATION DES AO : POUR QUELLES RAISONS ET AVEC QUEL ARGUMENT FAUT-IL LE FAIRE

■ C'est une survie financière



■ Il ne faut pas le faire, on va perdre nos clients et nos prospects



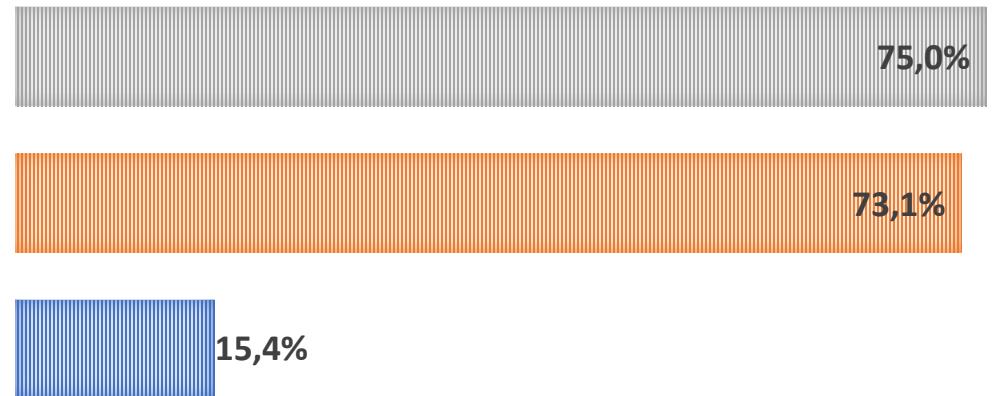
■ C'est un combat perdu d'avance



- Si la motivation principale n'est ni l'argent ni la rentabilité, il n'y a peu d'inquiétude quant à la perte des clients et encore moins que la non utilité du combat.

INDEMNISATION DES AO : COMMENT LE FAIRE ?

- Il faut le faire à chaque A.O.
- Plutôt uniquement sur les prospects
- de l'appliquer uniquement si nous sommes + de 3 en AO



- Si les agences sont très majoritaires pour une application systématique, 2/3 ne souhaiteraient le faire que sur les prospects. : Ce point sera le débat des 12 prochains mois.
- Pour Information, 53% déclarent aussi préférer mettre en place l'indemnisation de façon occasionnelle, mais cette réponse vient en partie en contradiction avec la ferme réponse des 75% qui veulent l'appliquer systématiquement. Peut-être que la question a été mal posée par nos soins.
- 20 % des agences déclarent être déjà en train de mettre la procédure demain.



LES AGENCES
DESIGN & STAND