

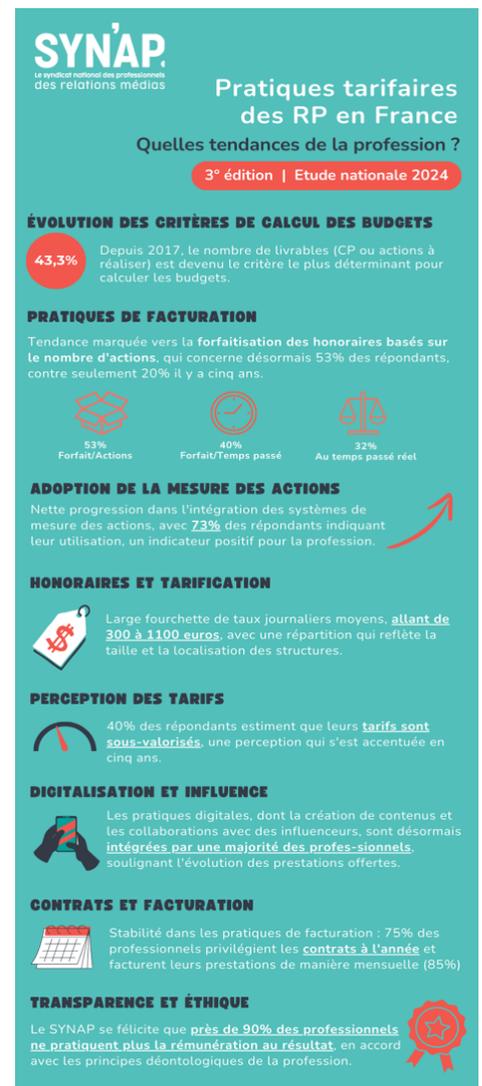
Le SYNAP dévoile les résultats de son étude sur les tarifs des Relations Presse 2024

*Des demandes de livrables toujours plus importantes,
une tendance toujours plus marquée vers la forfaitisation des honoraires
et un plus grand recours à des systèmes de mesures des actions.*

Paris, le 11 septembre 2024 – Le SYNAP (Syndicat national des professionnels des relations médias) présente les résultats de la troisième édition de son enquête nationale sur les pratiques tarifaires des professionnels des relations presse en France. Menée entre avril et mai 2024, l'étude offre un aperçu des tendances actuelles dans les secteurs des relations médias, des relations publiques et de l'influence.

Principaux enseignements de l'étude

- **Évolution des critères de calcul des budgets** : les critères utilisés pour calculer un budget RP budgets ont connu une évolution significative depuis 2017. Aujourd'hui, le **nombre de livrables** compris dans un programme constitue le facteur le plus déterminant, suivi par la **durée de la mission** et la **typologie de la presse** ; la **notoriété de l'entreprise ou de la marque** joue également un rôle non négligeable. En revanche, la complexité du dossier, auparavant prépondérante, est désormais moins prise en compte.
- **Pratiques de facturation** : l'étude révèle une tendance marquée vers la **forfaitisation des honoraires** basés sur le nombre d'actions ; une pratique qui concerne désormais **53% des répondants** contre seulement 20% il y a cinq ans. Le **forfait au temps passé** reste stable à 40%, tandis que la facturation au réel est en déclin.
- **Adoption de la mesure des actions** : les professionnels sont aujourd'hui une très grande majorité – **73,2% des répondants** – à intégrer des systèmes de mesure des actions ; un indicateur positif pour la profession qui gagne en transparence et en rigueur.
- **Honoraires et tarification** : les résultats montrent une large fourchette des taux journaliers moyens, allant de **300 à 1 100 euros**, avec une répartition qui reflète la taille et la localisation des structures. Les professionnels situés en régions, notamment, tendent à pratiquer des honoraires plus bas que leurs homologues parisiens.



- **Perception des tarifs** : **40% des répondants** estiment que leurs **tarifs sont sous-valorisés** ; une perception qui s'est accentuée depuis cinq ans.
- **Digitalisation et influence** : les pratiques digitales, y compris la **création de contenus** et les **collaborations avec des influenceurs**, sont désormais intégrées par **près de la moitié des professionnels**, soulignant l'évolution des prestations offertes.
- **Contrats et facturation** : la plupart des professionnels interrogés privilégient les **contrats à l'année (75%)** et **facturent** leurs prestations **de manière mensuelle (85%)**, ce qui reflète une certaine stabilité dans les pratiques de facturation. Le délai de paiement moyen reste autour de 30 jours pour la majorité.
- **Transparence et éthique** : le SYNAP se félicite de constater que **près de 90% des professionnels ne pratiquent plus la rémunération au résultat**, en accord avec les principes déontologiques de la profession.

Cette étude menée régulièrement par le SYNAP depuis 2012 fournit un éclairage sur les évolutions et les pratiques des professionnels des relations presse en France. Elle permet ainsi aux agences et freelances d'ajuster leurs stratégies tarifaires et de mieux répondre aux attentes de leurs clients. Le SYNAP reste à la disposition de ses adhérents pour les accompagner dans la mise en œuvre de bonnes pratiques et la défense de leurs intérêts.

Méthodologie et échantillon

L'étude, réalisée en ligne auprès de 2 000 personnes, a permis de collecter les réponses de 122 participants, incluant à la fois des freelances et des agences. Bien que ce nombre soit inférieur à celui de l'édition précédente, menée en 2017 (148 répondants), la qualité des données a été renforcée en ne conservant que les réponses complètes. Les participants, provenant de 32 départements différents, représentent un éventail diversifié du paysage des relations presse en France, avec une répartition équilibrée entre Paris (32,5%) et les régions (35%).

* * *

A propos du SYNAP

Créé en 1960, le SYNAP est le Syndicat national des professionnels des relations médias. Présent dans toute la France, il est l'un des organismes de promotion et de défense de ces professions qui représentent sur notre territoire quelque 20 000 personnes. Cette représentativité le qualifie pour engager toutes négociations auprès des pouvoirs publics, signer des conventions collectives et délivrer des labels professionnels. Le SYNAP regroupe des professionnels indépendants ou salariés, en entreprise, en agence ou en collectivité, soucieux du respect des usages et des règles de la profession définis par les codes d'éthique et de déontologie d'Athènes et Lisbonne, mais aussi par le code professionnel français des relations publiques et l'arrêté ministériel du 23 octobre 1964. Il anime une réflexion permanente sur les pratiques et l'évolution des métiers qu'il représente. Ses adhérents bénéficient d'avantages exclusifs ainsi que de tous les accompagnements et outils nécessaires à l'exercice de leur métier. Ils sont détenteurs d'une carte d'attaché de presse certifiant de leur professionnalisme.

Contact Presse

Bruno Sanvoisin

bruno@bs-communication.com

Tél. +33 (0)6 82 52 62 39