

Communiqué de presse, le 21 avril 2008

La sécurité privée mène l'enquête

L'USP et le SNES dévoilent les résultats d'une enquête menée auprès des prestataires et clients de sécurité privée

Sur un marché où les donneurs d'ordre ne sont globalement pas satisfaits de la qualité des prestations fournies et où les entreprises de sécurité privée parlent d'un secteur sinistré qui a vu ses marges considérablement diminuer, l'USP (Union des entreprises de Sécurité Privée) et le SNES (Syndicat National des Entreprises de Sécurité) ont choisi de réagir ensemble.

Les deux organisations ont chargé SerdaLab de mener l'enquête¹ auprès de clients et prestataires de sécurité privée. Les résultats leur permettront de mettre cartes sur table afin de créer une nouvelle relation avec les clients et ainsi bâtir un contrat de performance durable et responsable.

Les difficultés du secteur de la Sécurité Privée

Les clients ne seraient pas très conscients des difficultés économiques de certains acteurs du marché de la sécurité privée

- 44,2% des entreprises de sécurité privée pensent que le secteur change en mal, d'un point de vue économique, tandis que 48% des clients pensent qu'il change en bien.

Qu'ils soient clients ou dirigeants d'entreprise de sécurité privée, tous citent en priorité trois principaux problèmes du secteur :

- « **l'État ne fait pas appliquer la loi** » ; un reproche connu et souvent énoncé par les entreprises de sécurité privée qui estiment qu'actuellement, « la loi n'est pas applicable ».
- « **Il est trop facile de créer une société de sécurité** » : une opinion qui fait écho aux organisations professionnelles qui souhaitent mettre en place une garantie financière et en finir avec la "mauvaise réputation" qui accompagne trop souvent leur profession.
- « **l'absence de critères qualitatifs objectifs pour juger de la qualité des prestations** » ; une attente qui se traduit concrètement par la volonté affirmée des organisations professionnelles (représentatives des clients et des entreprises de sécurité) de travailler ensemble à la mise en place de référentiels communs visant à améliorer la qualité des prestations et de la relation client/prestataire.

Les entreprises de sécurité privées attentistes

- Dirigeants d'entreprises de sécurité privée et clients considèrent en grande majorité (respectivement 86% et 83%) que les entreprises de sécurité privée sont attentistes et subissent les difficultés économiques sans réagir.

Contre une concentration du marché à plus de 90%

- La quasi majorité des personnes interviewées, dirigeants d'entreprises de sécurité privée (97,6%) ou clients (88%), souhaitent que les PME du secteur restent indépendantes et reprennent des parts de marché.

L'achat des prestations de sécurité

Des utilisateurs associés à la procédure d'achat

- La très grande majorité des utilisateurs de sécurité (96%) sont associés à la démarche d'achat de prestations de sécurité, au moins pour une partie de la procédure et 36% pilotent toute la procédure. Restent 4% qui ne sont pas consultés.

¹ Enquête en ligne menée par SerdaLab (groupe Serda) entre le 21 février et le 28 mars 2008 auprès d'un échantillon représentatif interrogé de 120 directeurs d'entreprises de sécurité privée et de 430 utilisateurs/clients (directeurs de services généraux, directeurs de sécurité ...)

Les critères de choix d'un prestataire

- « La proximité géographique » figure comme la première des exigences pour 72 % des clients interrogés. Viennent ensuite « les références de l'entreprise sur des marchés similaires » (64 % des utilisateurs), « l'implication des dirigeants dans l'appel d'offre » (56 %). « L'image de l'entreprise » et « le prix » se révèlent également importants et arrivent tous deux à pourcentage égal pour 48% des utilisateurs. Enfin, « l'ancienneté de l'entreprise sur le marché français » est importante pour 44% des personnes interviewées.

Des clients prêts à payer plus ?

- Les clients s'annoncent prêts à payer plus dès lors que l'entreprise leur offre les garanties et atouts suivants :
 1. La formation/la compétence avérées des personnels de l'équipe
 2. La disponibilité de l'encadrement pour les agents
 3. Des engagements concrets sur la performance
 4. La disponibilité d'un interlocuteur unique pour le donneur d'ordre
 5. La fiabilité garantie de l'entreprise (garantie financière, etc.)
 6. La certification de l'entreprise
 7. La capacité à me conseiller « gratuitement »
- ⇒ A Paris et région parisienne, 47,6% des clients sont prêts à payer entre 17 et 19 euros HT, le prix horaire d'achat d'un agent de sécurité (contre 55 % en province), et 38,1 % sont prêts à payer plus de 20 euros HT (contre seulement 25 % pour la province). Le prix horaire d'achat moyen acceptable selon les clients est de 19,62 euros HT à Paris / RP et de 18,10 euros HT en province.

Une qualité de prestation en hausse

- 75% des clients (DSG, directeurs de sécurité...) ont une meilleure appréciation de la qualité des prestations puisqu'ils considèrent que son niveau est en hausse. Cette vision est partagée par 71% des entreprises de sécurité privée.

Et la marge brute ?

- La perception de l'évolution du niveau de marge brute est à l'opposé pour les entreprises de sécurité privée et les clients. Pour 84% des entreprises de sécurité privée, le niveau de marge brute est sur une tendance à la baisse alors que 58,3% des clients estiment qu'il est sur une tendance à la hausse.

Le certificat de qualification professionnelle (CQP)

Une mise en place difficile

- La moitié des entreprises de sécurité privée appliquent partiellement le CQP. Un quart attendent une simplification du dispositif pour l'appliquer. 12,5% vont l'appliquer mais n'ont pas encore eu le temps. 12,5% ne comptent pas l'appliquer car il est trop compliqué à mettre en place

Des conséquences financières et RH

- 78,4% des prestataires de sécurité privée estiment qu'il a pour conséquence de faire baisser leurs marges. Un constat qui concerne surtout les petites entreprises de moins de 50 salariés. Autre conséquence : la création de structures de formation surtout pour les grandes entreprises de plus de 250 salariés.

« Le temps est venu pour tous, prestataires et clients, de sortir du cercle vicieux du dumping social, réglementaire, tarifaire et qualitatif. Garantie financière, certification de qualité de service de base, obligation de RC, guide des bonnes pratiques de l'achat de prestations de sécurité privée. Il nous faut composer ensemble les fondamentaux de ce nouveau contrat de performance sur lequel seul pourra s'instaurer une indispensable relation équilibrée avec les donneurs d'ordre fondée sur le partage d'une réelle et utile valeur ajoutée. », déclare Jean-luc Lattuca, président du SNES.

« Aujourd'hui, nos clients ne sont pas satisfaits des prestations que nous leur offrons et globalement nous ne sommes pas satisfaits, nous prestataires de sécurité privée, des conditions dans lesquelles nous développons notre offre. C'est pourquoi nous devons mieux vendre de la valeur ajoutée dans le cadre d'une relation équilibrée avec les donneurs d'ordre. Il est donc urgent de proposer un plan d'actions qui associera clients et prestataires

afin de créer un contrat de performance durable et responsable. C'est une base fondamentale qui se concrétisera notamment par la réalisation d'un référentiel d'achat commun souhaité par l'ensemble des organisations représentatives des clients. », ajoute Claude Tarlet, président de l'USP.

A propos des organisations professionnelles et patronales partenaires de l'étude :

- le Syndicat National des Entreprises de Sécurité (SNES) - www.e-snes.org

- l'Union des entreprises de Sécurité Privée (USP) - www.uspsecurite.com

Le SNES et l'USP sont les deux seules organisations professionnelles représentatives du secteur des entreprises de surveillance humaine et de sécurité privée dans toute leur diversité de taille et d'origine : TPE, PME, Groupes nationaux et internationaux, indépendante ou filiale notamment des multinationales exerçant l'activité réglementairement "exclusive" de sécurité privée.

Ensemble, SNES et USP pèsent les 3/4 d'un marché de prestations humaines qui emploie 150 000 salariés et réalise un CA annuel de plus de 3 Milliards d'Euros (surveillance humaine seule) en croissance annuelle moyenne de 10 % depuis 1998 (contre 5,5% seulement pour 2006, dernière donnée globale annuelle connue : Rapport paritaire de Branche de la profession).

SNES et USP inscrivent et déploient leurs actions dans un large réseau patronal et professionnel : COESS – (Confédération Européenne des Services de Sécurité), Groupement des Professions de Services - GPS (MEDEF), CGPME... et dispose chacune d'assises régionales leur permettant de couvrir tout le territoire national. Depuis fin 2007, SNES et USP agissent en synergie pour redresser le secteur et instaurer avec les donneurs d'ordre les fondements d'une nouvelle relation gagnant-gagnant au travers de la mise en place d'un nouveau contrat de performance durable et responsable . un rapprochement de parole et d'action scellé en mars dernier par une déclaration communes des Présidents des deux organisation: Jean-Luc Lattuca, Président du SNES et Claude Tarlet, Président de l'USP.

C'est le 8 avril dernier à Paris Bercy durant la première "Convention Nationale de la Sécurité Privée " qui a rassemblé plus 300 prestataires, clients et partenaires du secteur, que le SNES et l'USP ont ensemble révélé les résultats de cette enquête unique mettant à jour les enjeux et défis majeurs auxquels ont décidé de faire face ensemble les deux organisations professionnelles pour relancer durablement la croissance du secteur.

Contact presse :

Presse Attitude

Isabelle Laville

Tél. : 01 40 86 40 72

Mail : ilaville@presseattitude.com