

## Choisir sa société de portage salarial

**Compromis idéal entre la liberté d'être à son compte et le confort du salarié, le portage salarial séduit. Mais le marché est hétérogène et les offres très différenciées. Quelques pistes pour bien choisir.**

### Sites

- ▶ Syndicat National des Entreprises de Portage Salarial
- ▶ Fédération Nationale des Entreprises de Portage Salarial
- ▶ Union Nationale des Entreprises de Portage Spécialisé

Démarrer une activité à son compte, sans délai, sans investissement personnel et sans mettre en jeu son patrimoine. Contourner les lourdes formalités administratives, telles que les frais d'immatriculation, la location de bureaux, les déclarations URSSAF ou encore le suivi de la facturation client, pour se consacrer exclusivement à ses missions et à la prospection. Fonctionner comme un indépendant, avec l'exclusivité de son portefeuille de clients et sans prendre le risque de dépôt de bilan. Telles sont les principales motivations qui poussent de plus en plus de consultants indépendants à recourir à une société de portage salarial.

Ces entreprises signent avec les consultants portés des contrats de travail classiques, qui font de ces derniers des salariés. Mais qu'il s'agisse de la rémunération, des frais ou de la gamme des services proposés, les offres sont très variables d'un prestataire à l'autre. Voici quelques éléments pour bien choisir sa société de portage, parmi les quelque 250 prestataires du marché français.

## Coût et rémunération

Premier élément clé : l'aspect financier. Pour se rémunérer, les sociétés de portage prélèvent un pourcentage du montant des contrats que les consultants portés font rentrer. Cette commission peut varier fortement, entre 5 et 12 % selon la gamme de services dont le porté bénéficie. Jean-Charles Valet, directeur associé de Calleo Portage, met en garde contre les prestataires "low cost", qui affichent parfois des tarifs ultra-compétitifs autour des 2 ou 3 %. "Il est nécessaire de demander une simulation et de bien détailler les bulletins de paie, pour mettre à plat les différents postes de prélèvements." En moyenne, pour une prestation facturée 1.000 euros au client, le porté empoche la moitié en salaire net.



Les pratiques qui consistent à ne payer le porté que lorsque le client paye sont peu à peu abandonnées"

### Jean-Charles Valet



L'heure est toutefois à la normalisation des pratiques par rapport au droit du travail et les modes de rémunération des portés évoluent. "Les pratiques qui consistent à ne payer le porté que lorsque le client paye sont peu à peu abandonnées. Au contraire, nous nous engageons progressivement vers des modèles de rémunération avec un salaire versé régulièrement, y compris pendant les périodes d'intermissions, et des primes proportionnelles au volume de contrats rentrés", explique Jean-Charles Valet. Certains cabinets proposent aussi des rémunérations forfaitaires pour le temps consacré à la prospection.

Cette tendance s'est concrétisée en juin dernier avec l'affiliation du Syndicat National des Entreprises de Portage Salarial (SNEPS) à la Chambre de l'Ingénierie et du Conseil de France (CICF). Le processus est plébiscité par les clients, puisque les quinze sociétés de portage appartenant au syndicat représentent à elles seules 70 % du marché. Pour Alexandre Macieira, président de JAM Conseil, "si l'appartenance au SNEPS n'est pas indispensable pour être identifié comme un prestataire de qualité, elle demeure, pour les clients comme pour les portés, quelque chose de très rassurant."

## La gamme de services proposés

Il est indispensable, avant de choisir sa société de portage, de pouvoir en visiter les locaux. Outre un bureau et un espace de travail convenables, les locaux doivent disposer de box pour recevoir des clients et de salles de réunions pour organiser des formations. "Certains prestataires de petite taille opèrent encore depuis chez eux, rappelle Alexandre Macieira, et ne disposent pas des commodités adéquates, alors qu'il peut être nécessaire pour un porté de pouvoir inviter, comme gage de crédibilité, un prospect sur son lieu de travail." Les outils commerciaux élémentaires tels que la papeterie, les cartes de visites et plaquettes commerciales avec en-tête au nom de la société de portage, doivent également être mis à disposition des portés.



La valeur ajoutée des sociétés de portage est aussi de contribuer au développement professionnel des portés"



**Alexandre Macieira**

Autre facteur, parfois moins évident à repérer de prime abord, la proximité de l'encadrement. "Il est important de demander combien il y a de consultants par assistante ou si le back-office est basé dans les locaux, ou à 600 kilomètres, insiste Jean-Charles Valet. Cette proximité peut s'avérer précieuse pour régler les fréquents problèmes liés à la mise en place des contrats ou à la facturation. Enfin, poursuit-il, le candidat au portage doit s'interroger sur la lisibilité qu'il aura sur son activité, et notamment à quels outils informatiques il aura accès pour suivre les paiements de ses clients et ses dépenses de frais professionnels."

## L'offre de formation

Victimes de leur succès, les sociétés de portage salarial attirent un public de plus en plus large : "Nous accueillons beaucoup d'experts, tentés par l'indépendance et très compétents dans leur domaine, mais qui ont toujours travaillé dans de grands groupes et n'ont aucune expérience commerciale", explique Alexandre Macieira. Beaucoup de prestataires ont ainsi élaboré des formations en techniques commerciales à l'intention de leurs portés : modules de formation en ciblage de marché, formation à la vente, appréhension des outils écrits ou oraux de l'action commerciale... En fonction de leur taille, certains proposent des catalogues de formation plus étoffés, avec des programmes ciblés, en communication ou en RH par exemple. Certaines formations sont gratuites, financées notamment par les droits individuels à la formation, d'autres payantes, viennent s'ajouter aux frais professionnels du porté. Pour le président de JAM Conseil, l'objectif est clair : "au-delà de la sécurisation de l'environnement de travail des portés, la deuxième valeur ajoutée des sociétés de portage est de contribuer à leur développement professionnel."

### Quelques exemples de sociétés de portage salarial

Access étoile	Acefas
Aclys	ACPI
Ad'Missions	Adequalliance
Alter&Co	Altorem
Calleo	High Potential Resources
Institut du Temps Géré	Intervia
Jam Conseil	Savoir-Faire
Valor	

## L'activation des réseaux

C'est dans la même perspective que les sociétés de portage s'efforcent de développer les contacts entre portés et professionnels du secteur. "La notion de réseau est très importante et le porté doit être attentif à la manière dont sa société de portage les active" souligne Jean-Charles Valet. Dans ce cas encore, il est important de poser les bonnes questions. Existe-t-il des outils intranet et extranet contributifs permettant la mise en relation des consultants entre eux et avec les professionnels de leur secteur ? Y a-t-il un calendrier événementiel rythmé de rencontres comme par exemple des petits déjeuners de travail, au minimum tous les mois, ou des réunions de partage d'expérience avec d'anciens portés ? "Il est essentiel de faire se rencontrer ceux qui sont en mission et ceux qui sont hors mission, de façon régulière. D'abord pour briser l'isolement auquel sont souvent confrontés les portés. Ensuite, parce que cela permet de stimuler le réseau à des fins prospectives. Une rencontre intéressante peut être parfois plus efficace qu'un important mailing prospectif" poursuit le directeur associé de Calleo Portage.

**Et toujours**



**Le portage salarial, une transition moins risquée**

Le portage permet de tester la viabilité de son activité sans trop s'engager. Il limite les risques et évite certaines démarches administratives. Mais il peut coûter jusqu'à 15 % de son salaire.

Sous cet angle, la question de la taille du prestataire et son degré de spécialisation se pose pour un candidat au portage. Entre géant du portage ou petit prestataire spécialisé, il est toutefois difficile de trancher. Le premier peut contribuer à de fertiles échanges entre les professionnels de différents métiers, le second, avec un haut niveau de compétences dans un domaine spécifique, apportera une visibilité intéressante sur le marché. De même, si la taille est un atout pour bénéficier d'une gamme extensive de services, une petite structure sera garante d'une proximité rassurante entre porté et encadrement.

Dossier réalisé par Pierre-Louis Germain

Copyright 2007 Benchmark Group - 69-71 avenue Pierre Grenier, 92517 Boulogne Billancourt Cedex, FRANCE

[Lancer l'impression](#)