



## Présentation du premier Baromètre de l'Emploi des métiers marketing et communication

Observateur et analyste attentif de la filière de la communication et du marketing depuis près de dix ans, l'Observatoire COM MEDIA souhaitait pouvoir présenter une étude précise et pertinente du marché de l'emploi de son écosystème en France et pour chacun des secteurs qui le compose.

La 5<sup>e</sup> édition de l'étude sur l'économie de la communication s'enrichie cette année d'un baromètre sur l'emploi des 19 secteurs d'activité de la filière de la communication et du marketing. Il a pu être réalisé grâce à la valeur des données dont dispose l'Observatoire COM MEDIA (cartographie exhaustive des 40 000 entreprises composant la filière de la communication) mais également par l'utilisation d'un outil unique déployé par ADECCO ANALYTICS. Celui-ci permet de disposer en temps réel de l'état de l'emploi de chaque secteur mais aussi du nombre d'embauches prévues par secteur, par entreprise et par bassin d'emploi. Ce baromètre a pour ambition, entre-autres, d'être un outil pratique pour toutes celles et tous ceux qui veulent créer durablement de la valeur dans leur secteur contribuant à la performance, à la pérennité du tissu économique, à la cohésion sociale et à la compétitivité globale de notre pays.

### LA STRUCTURE DE LA FILIERE DE LA COMMUNICATION ET DU MARKETING

L'Observatoire COM MEDIA pour son Baromètre de l'Emploi des métiers marketing et communication distingue 19 secteurs dans son écosystème, divisés en 4 « macro-secteurs » regroupant 40 000 entreprises (principalement TPE/PME).

Les macro-secteurs et les secteurs qui leur sont intégrés :

- **Agences** (Agences, Cibleurs, Photo, Production de films publicitaires)
- **Médias** (Régies publicitaires)
- **Industriel** (Affranchissement, Distribution, Editique, Fabrication de machines, Fabrication d'enveloppes, Imprimerie de journaux, Imprimerie de labeur, Papier, Plateforme, Prépresse, Routage, Reliure, Logistique)
- **Evénement** (Foires-Congrès-Salons)

La filière de la communication et du marketing sur le territoire national (Métropole et Outre-mer) générait **un chiffre d'affaires en 2014 de 35, 1 Mds €** avec environ **40 000 entreprises identifiées**.

Ce CA se répartissait ainsi entre les 4 macro-secteurs : Agences (25%) Médias (25%), Industriel (43%), FCS (7%).



16 rue Troyon, 92310 Sèvres

01 55 95 97 00

[www.obs-commedia.com](http://www.obs-commedia.com)

## LES ENJEUX DE L'EMPLOI DE LA FILIERE COMMUNICATION ET MARKETING EN FRANCE

La filière communication représente en France **157 163 salariés<sup>(1)</sup> et 17 513 embauches<sup>(2)</sup>** étaient prévues en 2017. Présente à travers tout le territoire national, elle voit ses acteurs économiques inégalement répartis selon les macro-secteurs auxquels ils appartiennent et leur localisation.

Le macro-secteur des Agences en France représente plus de 66 666 emplois salariés en progression de 0,5%<sup>(3)</sup> et 7 105 embauches. Celui des médias, 10 576 emplois salariés en progression de 1,4%, et 1 070 embauches, celui des Foires-Congrès-Salons, plus de 11 531 emplois salariés en progression de 1,7% pour 1 860 embauches. Le macro-secteur Industriel enregistre une légère baisse de 1,3 % du nombre d'emplois salariés mais demeure le premier employeur de la filière avec plus de 68 391 emplois salariés et 7 478 embauches de programmées en 2017.

**Au total, les deux macro-secteurs Agences et Industriel (17 secteurs) représentent à eux deux 86% des emplois salariés de la filière de la communication et 83% des embauches prévues en 2017.**

## LE POIDS DE LA REGION ÎLE-DE-FRANCE SUR LA FILIERE DE LA COMMUNICATION ET MARKETING

Sur l'Île-de-France (IDF), Pôle emploi enregistre plus de 39 000 demandeurs d'emplois en rapport avec les métiers de la communication et des médias (ex : réalisation de contenus multimédias, journalisme, organisation d'événements, photographie, prépresse, etc.). On mesure à ce seul indicateur, la nécessité de disposer de chiffres précis sur la situation de l'emploi afin d'anticiper les besoins des employeurs, de faciliter l'évolution des compétences des demandeurs d'emplois et de planifier des cycles de formation pouvant répondre aux évolutions technologiques et structurelles de la filière de la communication.

La région concentre une grande part des emplois salariés de trois des quatre macro-secteurs. **Dans les macro-secteurs Agences, Médias et Foires-Congrès-Salons, l'IDF concentrent respectivement 60,8%, 65,7% et 58,0% du nombre total d'emploi salariés.** Seul le macro-secteur de l'industrie se distingue en ne comptant que 25,6 % de ses effectifs dans la région IDF, secteur traditionnellement implanté en régions.

**Il est à noter également que le nombre d'emplois salariés du macro-secteur Agences en IDF représente à lui seul 22% du total de l'ensemble de la filière de la communication en France.**

## DES METIERS QUI CONNAISSENT UNE MUTATION ACCELEREE

L'observatoire COM MEDIA avait constaté à travers ses études et les remontées de ses adhérents, que la filière de la communication connaissait une mutation accélérée de ses métiers et par conséquent des compétences à déployer. La mise en place de ce premier Baromètre de l'emploi des métiers marketing et communication tend à confirmer cette réalité en l'illustrant de données précises et objectives.

L'arrivée du numérique, et l'apparition de nouveaux supports de communication entraînant une complexité accrue pour les annonceurs dans l'arbitrage de leurs moyens de communication. Ainsi, l'Observatoire COM MEDIA constate des mutations parmi les entreprises de la filière de la



16 rue Troyon, 92310 Sèvres

01 55 95 97 00

[www.obs-commedia.com](http://www.obs-commedia.com)

communication notamment avec l'arrivée de nouveaux acteurs, principalement start-ups et de nouveaux métiers.

L'étude par fonctions démontre également une forte disparité entre les macro-secteurs, le poids de la région Île-de-France dans cette nouvelle économie mais aussi la place de la filière de la communication par rapport à l'ensemble de l'économie française.

Parmi les métiers traditionnels, on retrouve les mêmes indicateurs que ceux des macro-secteurs : une progression du nombre d'emplois et une part conséquente de l'IDF dans les macro-secteurs Agences, Médias et FCS tandis que les métiers du macro-secteur industriel connaissent un recul de leurs effectifs et sont majoritairement situés hors de l'IDF.

Les indicateurs du Baromètre de l'Emploi des métiers marketing et communication de trois métiers « traditionnels » de la filière communication et marketing illustrent cette réalité

**Quelques focus par fonction :**

Les chefs de publicité. On dénombre 14 446 postes de salariés en France dont 10 401 pour la seule région d'Île-de-France (soit 71,9 % du total) en évolution respectivement de 1,5 et 1,2%. Si l'IDF concentre l'essentiel des emplois de chef de pub, elle ne représente que 3,2% des embauches planifiées en 2017.

Les médias planneurs représentent 10 151 salariés en IDF pour 14 479 sur le territoire national, en évolution de 1,4 et 0,8%, tandis que les embauches pour 2017 sont au nombre de 442 et 657. L'Île-de-France concentre l'essentiel des emplois et des embauches soit 70% et 67,2%

Si l'Observatoire COM MEDIA n'est pas surpris par ces données, il attendait de son premier Baromètre de l'Emploi des métiers marketing et communication un nouvel éclairage sur les « nouveaux » métiers qui sont pour la plupart en lien direct avec les nouvelles technologies du numérique.

Il ressort des premiers indicateurs que ces métiers connaissent une progression en constante accélération tant en nombre d'emplois que d'embauches mais que la filière de la communication et du marketing est appelée à connaître une forte marge de progression quant à la pénétration de ces nouvelles compétences au sein de son écosystème.

Les indicateurs de trois métiers de cette nouvelle économie sont instructifs en la matière.

Les community managers, en charge des réseaux sociaux d'une entreprise, sont près de 400 000 en France toutes filières confondues. Ce chiffre est à comparer aux 5 124 salariés référencés dans les 19 secteurs de la filière communication et marketing, soit 1,3% du total du nombre d'emplois salariés. Même constat concernant les embauches avec une part de la filière communication et marketing à 1,07% du total.

Les data analysts constituent les salariés dont les compétences sont considérées parmi les 10 plus recherchées dès à présent dans la filière du marketing et de la communication. Plutôt en fin de chaîne des projets Data et avec l'appui du Data Scientist sur les dimensions technico-scientifiques, le data analyst se concentre sur l'exploration et l'exploitation des données métier, dont il extrait des KPI pertinents. Il peut ainsi vulgariser et restituer les résultats aux décideurs. Ils sont 153 652 en France, toutes filières confondues, contre 4 555 dans la seule filière de la communication et du marketing soit 2,9% du total.



16 rue Troyon, 92310 Sèvres

01 55 95 97 00

[www.obs-commedia.com](http://www.obs-commedia.com)

Enfin les consultants en e-réputation, qui veillent à l'image de marque d'une entreprise sur le web, sont 110 580 salariés en France dont 9 403 dans la filière communication et marketing.

Ces premiers chiffres seront affinés et actualisés tous les trimestres et dans les prochains Baromètres de l'Emploi des métiers communication et marketing. Il est certain que ces nouveaux métiers vont connaître une accélération de la progression de leurs effectifs bien qu'ils soient, eux-mêmes, en constante mutation notamment concernant le contenu même de leurs compétences. L'Observatoire COM MEDIA fort des résultats, présents et à venir, de son Baromètre communiquera auprès des acteurs de son écosystème pour analyser les tendances, réfléchir sur les points d'amélioration tant en termes que de proposition de postes que de formation, et remonter leurs avis quant à ces nouveaux métiers (définition des compétences et des périmètres d'intervention).

Pour ces nouveaux métiers dans la filière de la communication et marketing, la région IDF est le principal bassin d'emplois et d'embauches.

## **POUR UNE ANALYSE REGULIERE DU MARCHÉ DE L'EMPLOI**

Ce premier Baromètre de l'Emploi des métiers marketing et communication présente les premières tendances du marché de l'emploi de l'écosystème de l'Observatoire COM MEDIA. Au fil des trimestres, plusieurs études complémentaires vont lui permettre d'analyser les évolutions des métiers au sein des 19 secteurs. Chaque trimestre, un état des lieux sera publié et les données collectées apporteront un éclairage supplémentaire aux travaux menés par le groupe de travail Emploi.

(1) Les chiffres sur le nombre d'emplois salariés et leur évolution datent de décembre 2016

(2) Données enregistrées au second trimestre 2016

(3) Evolution constatée sur deux années glissantes

### **Contacts presse**

#### **Observatoire COM MEDIA :**

Alexandre Scalia

Tel : 01 55 95 97 00

Mail : [alexandre@obs-commedia.com](mailto:alexandre@obs-commedia.com)

#### **A propos de l'Observatoire COM MEDIA :**

Association loi 1901 créée en 2008, représentative de la branche de la communication (les adhérents pèsent 40% de la filière en poids économique), elle regroupe annonceurs (donneurs d'ordres) et l'ensemble de la chaîne de valeur de la communication (agence, médias, acteurs du digital, imprimeurs, papeterie, routeurs, logisticiens, distributeurs, etc.). L'association a notamment été pilote en France avec la Médiation des entreprises à Bercy sur l'instauration de relations durables et équilibrés entre les acteurs de la communication (80% des adhérents sont signataires de la Charte « Relations Fournisseur Responsables ». L'association a également été à l'origine de la publication de la première étude économique et financière de la filière en partenariat avec ALTARES. Plus d'informations : [www.obs-commedia.com](http://www.obs-commedia.com)



16 rue Troyon, 92310 Sèvres

01 55 95 97 00

[www.obs-commedia.com](http://www.obs-commedia.com)