

LE BAROMÈTRE DES MÉTIERS de la Communication

N°3-2015

PAR

SUP'DE COM

L'ÉCOLE SUPÉRIEURE
DE COMMUNICATION

Pour la 3^{ème} année consécutive, l'Ecole supérieure de communication SUP'DE COM dévoile les résultats de son baromètre des métiers de la communication. Pensé pour mieux répondre aux attentes des employeurs, ce nouveau baromètre a été construit en interrogeant 142 annonceurs et agences, entre février et mai 2015. Cette infographie se divise en deux parties : à gauche, les résultats pour les annonceurs, à droite ceux des agences de communication et agences média.

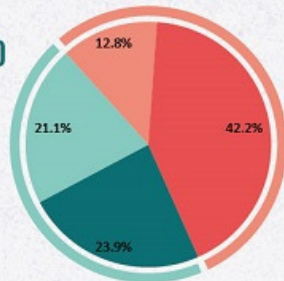
Les annonceurs représentent 81.7% des réponses du panel, et les agences 18.3%.

RECRUTEMENT

Période
du dernier
recrutement



45%
- DE
12 MOIS

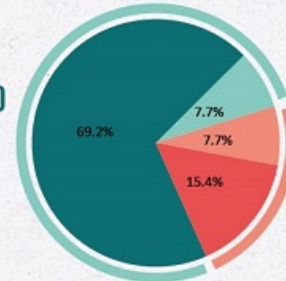


55%
+ DE
12 MOIS

MOINS DE 6 MOIS
6 À 12 MOIS
12 À 18 MOIS
PLUS DE 18 MOIS

ANNONCEURS ⚡ AGENCES

76,9%
- DE
12 MOIS

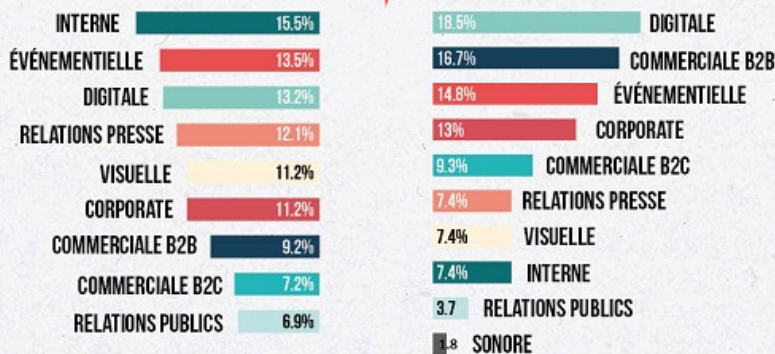


23,1%
+ DE
12 MOIS

Type de
Communication



ANNONCEURS ⚡ AGENCES

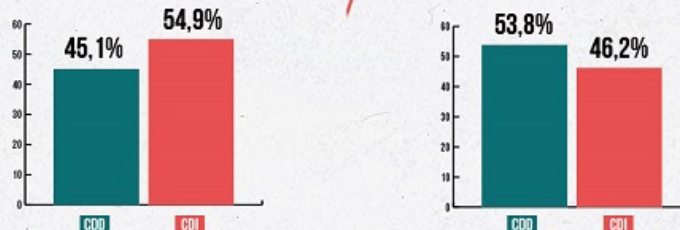


Chiffre marquant de cette édition : en un an, la communication interne passe de la dernière à la première place dans les recrutements chez les annonceurs.

Contrat



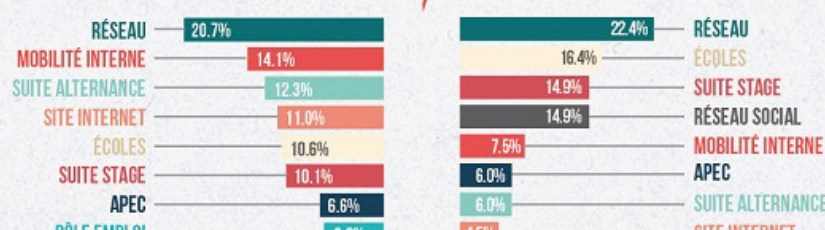
ANNONCEURS ⚡ AGENCES



Canal de
Recrutement
privilegié



ANNONCEURS ⚡ AGENCES

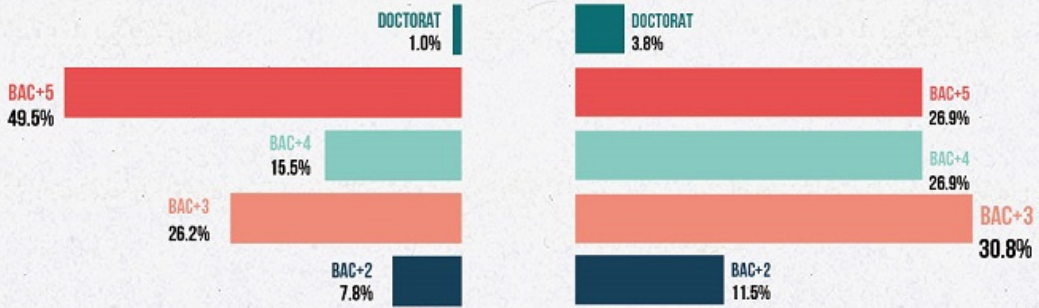


D'une année sur l'autre, Le réseau reste le canal de recrutement largement privilégié par les entreprises comme les agences.

Les écoles sont également un moyen très apprécié par les deux parties, largement en tête si l'on regroupe les items « école », « suite stage » et « suite alternance ».

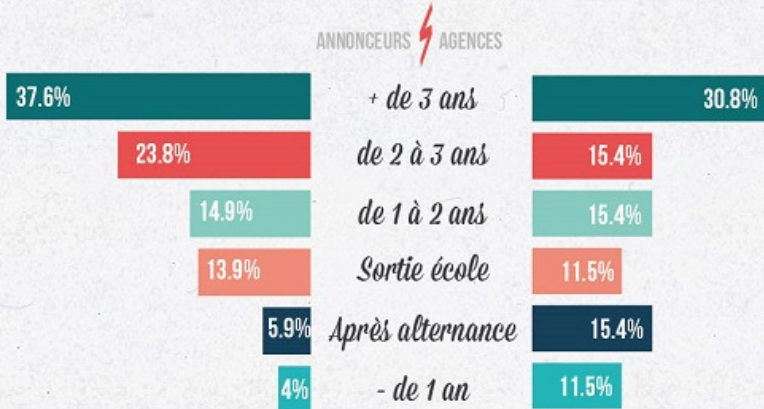


Niveau d'études



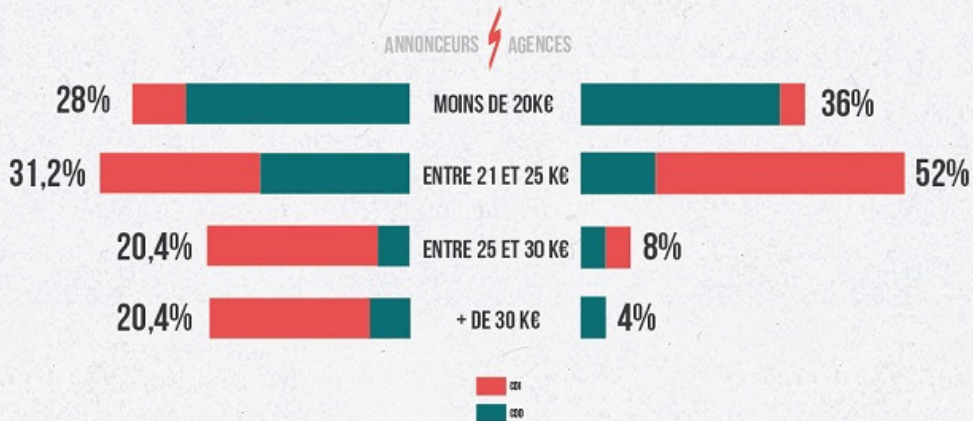
Contrairement à l'édition 2014, les agences privilégient aujourd'hui davantage le Bac+3 alors que les entreprises recruteront quant à elles principalement en niveau master.

Expérience requise

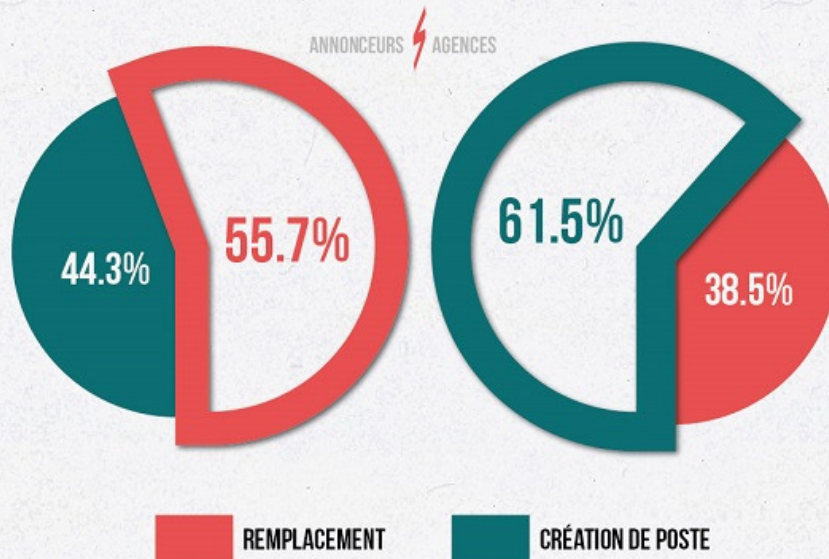


Les recruteurs demandent toujours majoritairement une expérience de plus de 3 ans, mais cette part diminue d'année en année côté agences pour comptabiliser davantage l'alternance comme une réelle expérience professionnelle.

Salaires



Création de poste ou Remplacement ?



CRITÈRES DÉTERMINANTS

Généraliste
ou Spécialiste ?



75%

À UNE NETTE MAJORITÉ,
AGENCES COMME ANNONCEURS
PRIVILÉGIENT LES PROFILS
Généralistes

Le plus
important...



*Lors d'un entretien
Pour les entreprises
comme pour les agences,
le critère le plus important
est...*



LA QUALITÉ
Relationnelle

Savoir-faire
requis

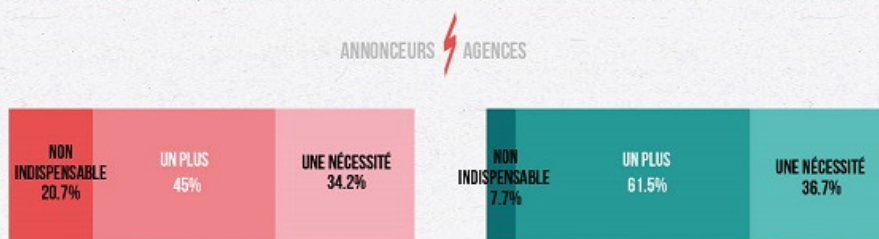


Le rédactionnel prend une part toujours plus importante dans les critères de recrutement, en agence comme chez l'annonceur. En 2014, il n'arrivait qu'en 2^{ème} position en entreprise et en 6^{ème} pour les agences.

Savoir-être
requis



La maîtrise de
l'anglais est...



LE BAROMÈTRE DES MÉTIERS, UNE ÉTUDE RÉALISÉE EN 2015 PAR

