

**COMMUNIQUE DE PRESSE**  
Janvier 2025

Étude Occurrence x l'Association nationale des communicants sur « les enjeux 2025 des communicants »

**Les communicants s'adaptent et leur moral est bon !**

**A l'heure où la communication responsable challenge les communicants et où l'IA bouleverse le secteur, comment celui-ci perçoit et appréhende-t-il ces fortes mutations ? Dans quel état d'esprit les communicants sont-ils pour aborder 2025 et comment ces nouveaux défis impactent-ils leur vision du secteur ?**

L'étude sur « les enjeux 2025 des communicants », menée par Occurrence (groupe IFOP) en collaboration avec l'Association nationale des communicants auprès de ses membres et du secteur, met en évidence une vraie confiance dans l'avenir malgré les incertitudes économiques. Cette nouvelle édition révèle également une résilience de la fonction communication qui se transforme et s'adapte à l'IA en l'intégrant à sa pratique quotidienne.

**Principaux enseignements :**

**Des communicants confiants et optimistes...**

**Près de 9 communicants sur 10 (86%) se disent confiants pour l'avenir de leur secteur.** A noter, les annonceurs sont significativement plus nombreux à être confiants (90%) par rapport aux agences/indépendants (79%). Toutefois, si la confiance est stable depuis 3 éditions, elle tend à se fragiliser avec moins de « tout à fait confiants » (28% soit -8 pts vs 2021).

Dans le même esprit, **plus d'un communicant sur trois est optimiste vis-à-vis de sa situation professionnelle (36%)**. Néanmoins, près d'un sur deux (45%) pense qu'elle restera stationnaire. Seuls 3% d'entre eux pensent que leur situation va nettement se dégrader et 16% se dégrader un peu. Les inquiétudes liées à l'avenir professionnel sont en baisse (-9 pts), même si la tendance principale reste à la stabilité de la situation professionnelle.

A noter, les communicants d'agence sont plus positifs que lors de la dernière vague en 2021 (+8pts).

**L'instabilité (16%) et les transformations (15%) à venir pour l'année 2025 sont les principaux thèmes évoqués par les répondants** lorsqu'ils sont interrogés sur les deux mots qui vont qualifier cette année. L'IA remonte dans les réponses notamment au travers des technologies / innovation (12%). L'intelligence artificielle et les défis sont ainsi au cœur de cette nouvelle année. **Si plus d'un répondant sur deux utilise un mot neutre pour qualifier 2025** (2025 sera ainsi l'année de l'IA, du challenge et des changements), **près d'un communicant sur cinq donne un mot positif et optimiste** (L'opportunité, le progrès et la vitesse ; les révolutions du secteur telles que l'IA, la Communication Responsable les challengent donc positivement) et **près d'1/4 des répondants opte pour un mot négatif ou pessimiste** (L'incertitude, la difficulté et l'instabilité sont les principales craintes pour 2025)...

**Si près de la moitié des communicants en entreprise (49%) pensent que leur budget 2025 sera en baisse par rapport à 2024, pour autant, le pourcentage de répondants annonceurs déclarant avoir un**

budget en baisse perd 7pts par rapport à 2021. 2025 est perçue moins négativement que lors de la précédente vague (24% de pessimistes soient -20 pts vs 2021). En effet, malgré le contexte économique, les communicants semblent moins abattus qu'après le covid et la fonction se transforme positivement.

### ...Capables d'évoluer et de s'adapter

**Pour 1 répondant sur 2, l'IA est une opportunité qui constitue un changement profond pour leur métier avec un enjeu d'adaptation.** Le fait que l'item « opportunité » baisse (49% soit -9pts) et que celui de « nouvel outil » augmente (43% soit +4pts) par rapport à la précédente édition en 2023, laisse penser que les communicants sont passés de la découverte à la pratique et à l'intégration de l'IA dans leur process. **La crainte et la peur qu'elle suscite pour leur métier est par ailleurs en nette baisse (10% soit -16 points vs 2023).**

Il apparaît également que l'image de l'IA dans les métiers de la communication est majoritairement positive : **Ainsi 1 communicant sur 10 estime que l'IA aura un impact très positif sur son métier, c'est d'autant plus le cas chez les annonceurs. Une vision positive largement en hausse par rapport à la vague précédente (71% soit +17pts vs 2023), l'usage de l'IA rassure les communicants sur l'impact qu'elle aura sur leur métier.**

**La quasi-totalité des communicants (93%) a déjà eu recours à l'IA (+18pts) dans le cadre de son travail, dont plus d'un tiers régulièrement (39%), c'est d'autant plus le cas chez les agences (55%).** 54% des répondants utilisent l'IA « quelques fois / rarement » ce qui laisse penser à un usage encore récréatif de l'IA.

**Concernant les freins à l'utilisation de l'IA, les 3 premiers cités sont liés au juridique, à la confidentialité et à la corruption des données pour plus d'un répondant sur deux.**

**La crainte liée à la disparition des emplois et compétences a largement diminué par rapport à la vague précédente (39% soit -22pts), l'utilisation a probablement rassuré les communicants sur le fait que l'IA est un outil et ne peut pas les remplacer.**

**Pour Assaël Adary, et Constance Wiblé, coprésidents de l'Association nationale des communicants :** « Cette étude montre ô combien la fonction communication a bien conscience d'une évolution historique de ses métiers et plutôt que de l'appréhender avec un pessimisme de bon ton, elle préfère majoritairement l'adopter avec détermination et confiance. »

**Les résultats de l'intégralité de l'étude sont disponibles en pièce jointe.**

### Méthodologie

**Date de recueil :** du 25 septembre au 8 novembre 2024

**Echantillon :** 225 répondants

Étude réalisée auprès des membres de L'Association nationale des communicants et, plus largement, auprès du secteur de la communication soit sur un échantillon de 225 répondants.

Elle s'est articulée autour de 2 parties :

- Le moral des communicants → la 8ème vague du baromètre
- La communication et l'IA → la 2ème vague du baromètre



### **A propos d'Occurrence – Groupe Ifop :**

Créé en 1995, Occurrence est un institut d'études et conseil, spécialiste de l'évaluation de la communication (corporate & marque, analyses médias, communication interne, publique, événementielle, digitale...) et de l'analyse des opinions. Depuis près de 30 ans, Occurrence accompagne les entreprises et les agences en France et à l'international pour mesurer la performance de leur communication et éclairer leurs décisions stratégiques. Le cabinet travaille au service de nombreux grands comptes et institutions de référence : EDF, Orano, ADP, RATP, FDJ, ENEDIS, KEOLIS, LA POSTE, BNP Paribas, Caisse des Dépôts, Macif, Crédit Agricole, Servier et nombre de collectives alimentaires, des ministères, des institutions européennes, notamment la Commission européenne, ainsi que des collectivités locales, des associations, des ONG et des entreprises publiques.

En avril 2022, Occurrence et sa filiale Deep Opinion, société de conseil stratégique et opérationnel spécialisée dans la veille digitale, l'influence et l'e-réputation ont rejoint le groupe IFOP. Membre de Syntec Conseil, Occurrence est également certifié ISO 9001 depuis 2004 et engagé dans la norme ISO 26000.

[www.occurrence.fr](http://www.occurrence.fr)

### **A propos de l'Association nationale des communicants :**

L'Association nationale des communicants anime et rassemble tous les professionnels de la communication, qu'ils soient issus de l'entreprise, des agences, des organismes publics, indépendants ou encore étudiants. Forte de plus de 1 500 membres, l'Association nationale des communicants est la plus importante organisation des métiers de la communication.

Elle prend part à des réflexions d'experts sur des grandes thématiques qui impactent nos métiers et propose des actions fondées sur la puissance des contenus pour faire reconnaître la communication comme créatrice de valeur pour l'entreprise.

En organisant des rencontres, en favorisant les échanges et en diffusant ses contenus, l'Association nationale des communicants fait grandir ses membres, et l'ensemble de la profession. C'est un lieu d'échange, d'engagement et de convivialité depuis 1947.

<https://lescommunicants.fr/fr/>

**Contact presse** : Ethel Bachellerie - 06.62.79.19.21 - [ethel.bachellerie@yahoo.fr](mailto:ethel.bachellerie@yahoo.fr)