

ETUDE ATTRACTIVITÉ DES MÉTIERS DE LA COMMUNICATION

OCCURRENCE POUR COM-ENT | OCTOBRE 2022

13 OCTOBRE 2022

ASSAËL ADARY - ISÉE BLANQUET – BASTIEN BOISGARD -

01 48 24 69 00

BASTIEN.BOISGARD@OCCURRENCE.FR



certifiée ISO 9001
depuis 2004

PROFIL DES RÉPONDANTS

1

Profil des répondants :

Sexe

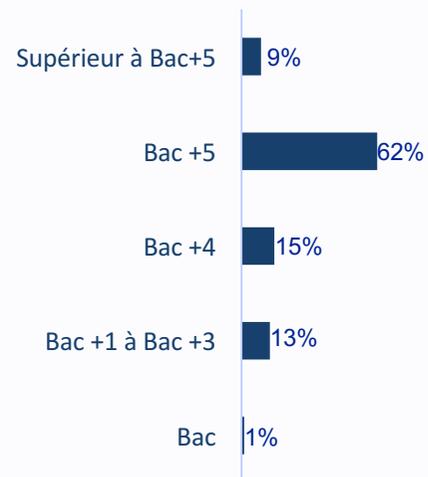


Moins de 1% des répondants sont « non binaires »

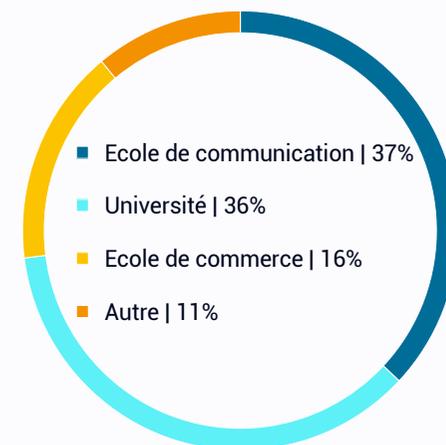
Âge



Niveau de diplôme



Etablissement d'étude



Profil des répondants :

Recruteur ?

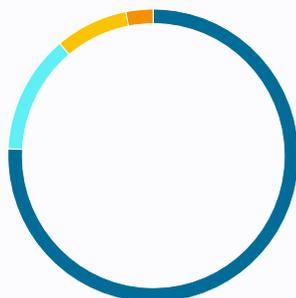


52% en position de recruter



48% pas en position de recruter

Statut



- Salarié | 75%
- Indépendant (autoentrepreneur, freelance,...) | 13%
- Etudiant | 8%
- Ne travail pas ou en transition de carrière | 3%

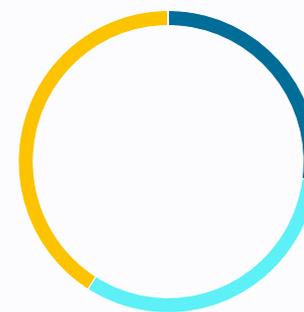


84% de cadres



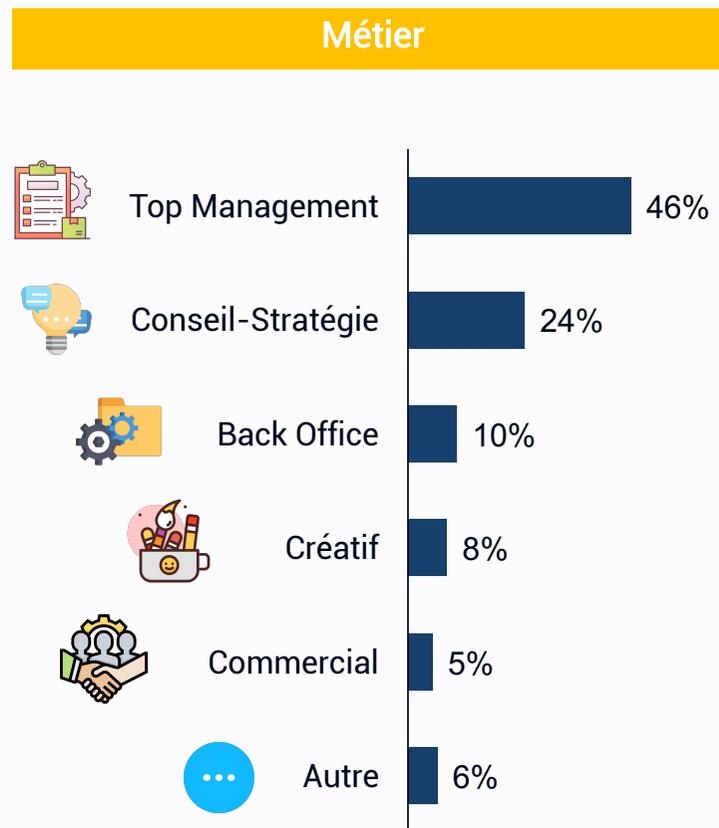
16% de non-cadres

Expérience



- Moins de 5 ans d'expérience | 27%
- De 5 à 15 ans d'expérience | 32%
- Plus de 15 ans d'expérience | 41%

Profil des répondants :

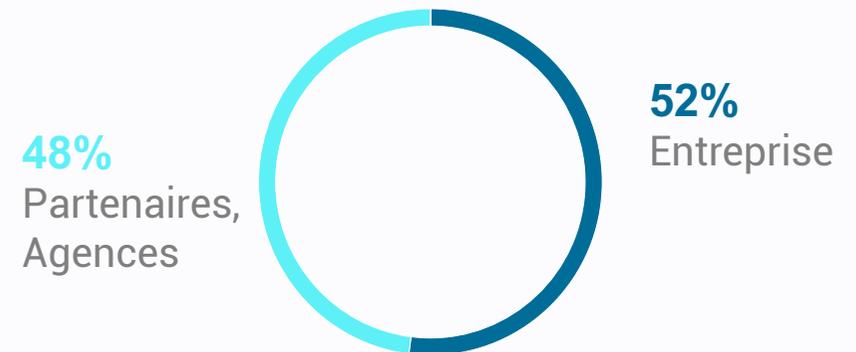
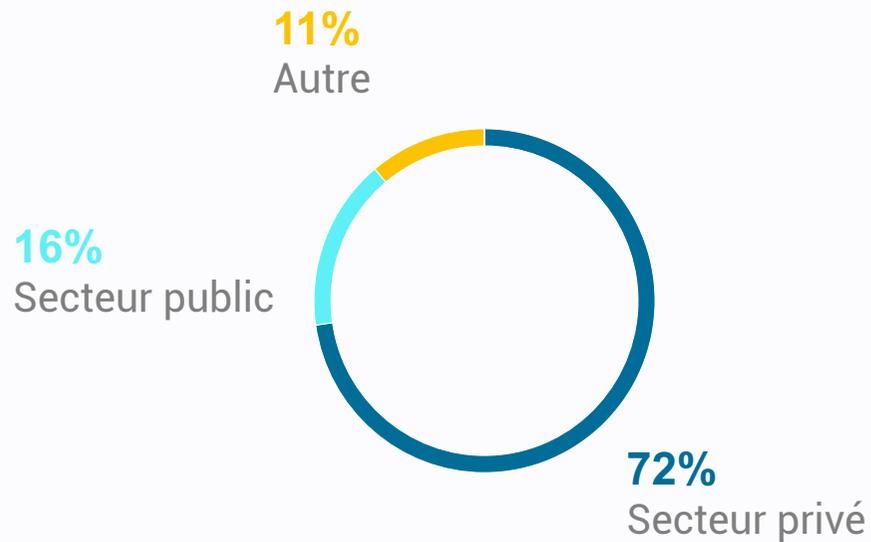


Focus sur les répondants salariés :



Focus sur les répondants salariés et indépendants :

Type d'organisation



RÉSULTATS



**Les métiers de la communication perçus comme
moyennement attractifs par la majorité des
répondants, avec une note de « seulement »**

6,7/10

Synthèse des notes d'attractivité du secteur

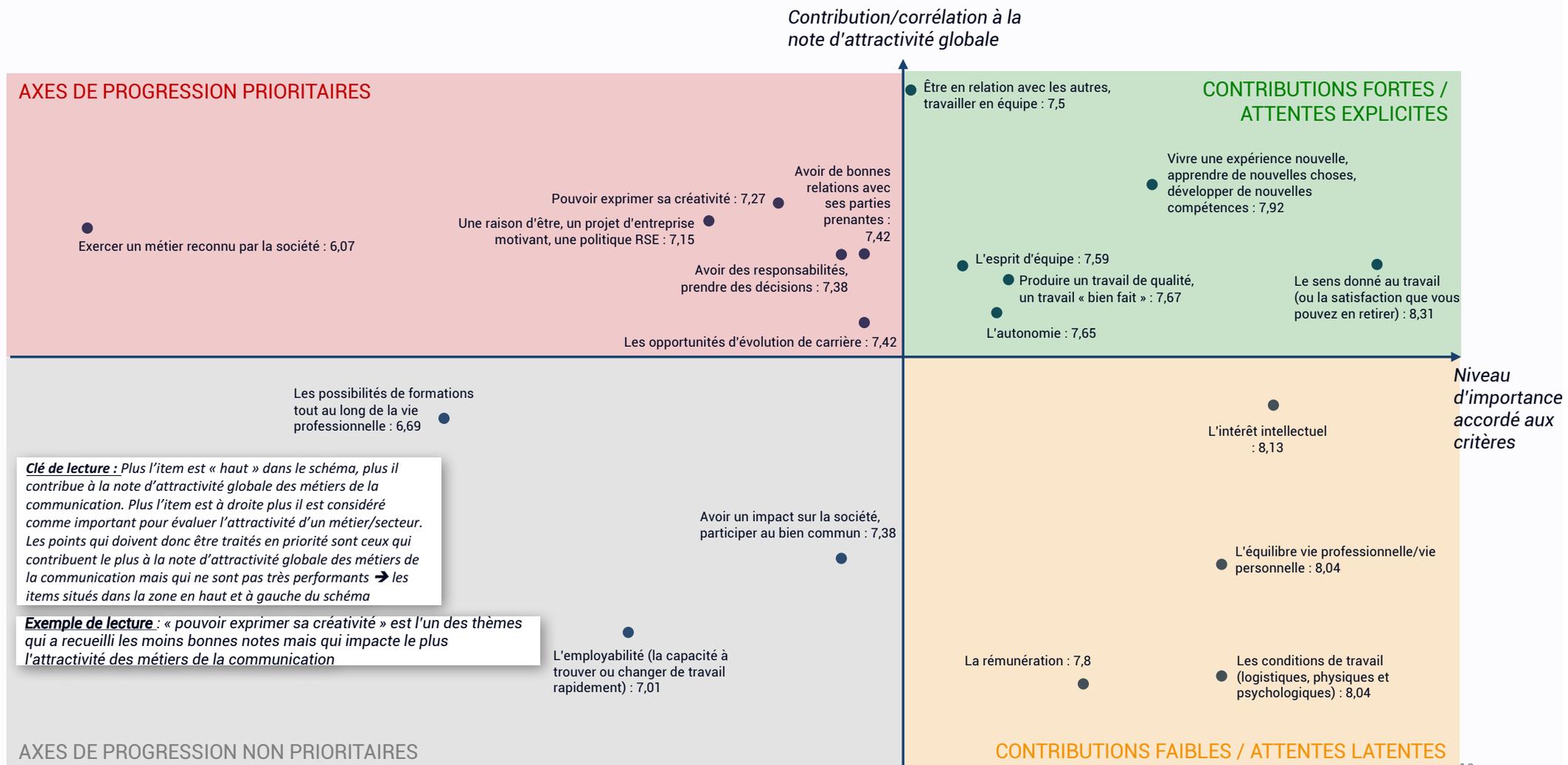
Profil	Note /10	Δ
Note moyenne	6,70/10	
Moins de 26 ans	7,20/10	+0,50 pt
De 26 à 35 ans	6,46/10	-0,24 pt
36 ans et +	6,68/10	-0,02 pt
Etudiant	7,33/10	+0,63 pt
Indépendants	7,79/10	+1,09 pt
Partenaires, agences	6,42/10	-0,28 pt
Entreprises	6,89/10	+0,19 pt
Secteur privé	6,60/10	-0,1 pt
Secteur public	6,90/10	+0,20 pt
Top management	6,92/10	+0,22 pt
Conseil - Stratégie	6,53/10	-0,17 pt
Back Office	6,48/10	-0,22 pt
Créatif	6,53/10	-0,17 pt

Le sens donné au travail est le critère perçu comme participant le plus à l'attractivité d'un métier/secteur

Q17 – 35. Selon vous, quels critères concourent le plus à l'attractivité d'un métier/d'un secteur ?

Critères	Moyennes obtenues sur tous les répondants Note /10 <i>(0 = pas du tout important et 10 = très important)</i>
Le sens donné au travail (ou la satisfaction que vous pouvez en retirer)	8,31
L'intérêt intellectuel	8,13
L'équilibre vie professionnelle/vie personnelle	8,04
Les conditions de travail (logistiques, physiques et psychologiques)	8,04
Vivre une expérience nouvelle, apprendre de nouvelles choses, développer de nouvelles compétences	7,92
La rémunération	7,8
Produire un travail de qualité, un travail « bien fait »	7,67
L'autonomie	7,65
L'esprit d'équipe	7,59
Être en relation avec les autres, travailler en équipe	7,5
Avoir de bonnes relations avec ses parties prenantes (ses clients, partenaires, prestataires)	7,42
Les opportunités d'évolution de carrière	7,42
Avoir des responsabilités, prendre des décisions	7,38
Avoir un impact sur la société, participer au bien commun	7,38
Pouvoir exprimer sa créativité	7,27
Une raison d'être, un projet d'entreprise motivant, une politique RSE	7,15
L'employabilité (la capacité à trouver ou changer de travail rapidement)	7,01
Les possibilités de formations tout au long de la vie professionnelle	6,69
Exercer un métier reconnu par la société (un métier bien considéré)	6,07

Matrice : les critères qui concourent le plus à l'attractivité d'un métier/secteur



Clé de lecture : Plus l'item est « haut » dans le schéma, plus il contribue à la note d'attractivité globale des métiers de la communication. Plus l'item est à droite plus il est considéré comme important pour évaluer l'attractivité d'un métier/secteur. Les points qui doivent donc être traités en priorité sont ceux qui contribuent le plus à la note d'attractivité globale des métiers de la communication mais qui ne sont pas très performants → les items situés dans la zone en haut et à gauche du schéma

Exemple de lecture : « pouvoir exprimer sa créativité » est l'un des thèmes qui a recueilli les moins bonnes notes mais qui impacte le plus l'attractivité des métiers de la communication

Lecture du graphique :

Contribution/corrélation à la note d'attractivité globale

AXES DE PROGRESSION PRIORITAIRES

Clé de lecture : Les critères suivants : pouvoir exprimer sa créativité, avoir de bonnes relations avec ses parties prenantes, avoir des opportunités d'évolution de carrière, avoir des responsabilités, avoir une raison d'être et exercer un métier reconnu par la société ne sont pas perçus comme concourant le plus à l'attractivité d'un métier/d'un secteur alors qu'ils sont fortement corrélés au fait de trouver les métiers de la communication attractifs.

Autrement dit, les répondants qui ont mis une mauvaise note à ces critères en ont aussi mis une mauvaise à l'attractivité globale des métiers de la communication.

On pourrait donc dire que les répondants trouvent que les métiers de la communication ne respectent pas ces critères alors que ces derniers sont fortement corrélés avec le fait de trouver un secteur/métier attractif. Il faudrait donc faire en sorte que les métiers de la communication remplissent ces critères pour faire augmenter l'attractivité globale des métiers de la communication.

CONTRIBUTIONS FORTES / ATTENTES EXPLICITES

Clé de lecture : Les critères suivants : être en relation avec les autres, vivre une expérience nouvelle, l'esprit d'équipe, produire un travail de qualité, l'autonomie et le sens donné au travail sont ceux qui sont perçus comme concourant le plus à l'attractivité d'un métier/d'un secteur et qui sont fortement corrélés au fait de trouver les métiers de la communication attractifs.

Autrement dit, les répondants qui ont mis une bonne note à ces critères en ont aussi mis une bonne à l'attractivité globale des métiers de la communication.

On pourrait donc dire que les répondants trouvent que les métiers de la communication respectent ces critères et qu'il faut faire en sorte de continuer à leur accorder de l'importance car si les métiers de la communication ne remplissent plus ces conditions, la note de l'attractivité globale de ces métiers va chuter.

Clé de lecture : Les critères suivants : les possibilités de formations tout au long de la vie professionnelle, l'employabilité et avoir un impact sur la société ne sont pas perçus comme concourant le plus à l'attractivité d'un métier/d'un secteur et ils ne sont pas forcément corrélés au fait de trouver les métiers de la communication attractifs. Autrement dit, les répondants qui ont mis une mauvaise note à ces critères n'en ont pas forcément mis une mauvaise à l'attractivité globale des métiers de la communication. Ces critères ne représentent donc pas un axe de progression prioritaire.

Clé de lecture : Les critères suivants : l'intérêt intellectuel, l'équilibre vie pro/vie perso, les conditions de travail, et la rémunération sont aussi perçus comme concourant le plus à l'attractivité d'un métier/d'un secteur mais ils ne sont pas forcément corrélés au fait de trouver les métiers de la communication attractifs.

Autrement dit, les répondants qui ont mis une bonne note à ces critères n'en ont pas forcément mis une bonne à l'attractivité globale des métiers de la communication.

On pourrait donc dire que les répondants trouvent que les métiers de la communication respectent ces critères même si ces derniers ne sont pas directement liés au fait de trouver les métiers de la communication attractifs. Néanmoins, il faut faire en sorte de continuer à leur accorder de l'importance car si les métiers de la communication ne remplissent plus ces conditions, le risque est que les individus se rendent compte finalement de leurs importances et qu'en conséquence ils perçoivent les métiers de la communication comme étant de moins en moins attractifs.

Niveau d'importance accordé aux critères

AXES DE PROGRESSION NON PRIORITAIRES

CONTRIBUTIONS FAIBLES / ATTENTES LATENTES

PERSONA

3

PERSONA EN FONCTION DE L'ÂGE

Base : 1 295
répondants



Persona : moins de 26 ans



Attractivité des métiers
de la communication :

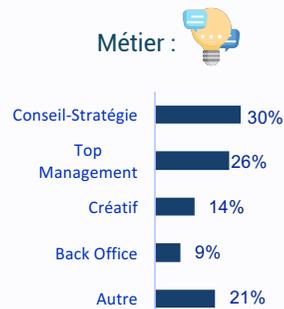
7,2/10
(+0,5pt)

Profil

Statut (cadre
non cadre)



Métier :



45% sont salariés et
51% sont étudiants



Dont **56%**
sont **partenaires**



Dont **53%**
dans une agence ou
une société d'études



Dont **86%**
en secteur privé

Critères qui concourent à l'attractivité d'un métier/secteur



Tops

Les conditions de travail :
8,15/10 (+0,11pt)

Le sens donné au travail :
8,05/10 (-0,26pt)

Vivre une expérience nouvelle :
8,04/10 (+0,12pt)



Moyens

La rémunération :
7,97/10 (+0,17pt)

L'équilibre vie pro/vie perso :
7,94/10 (-0,1pt)

Les opportunités d'évolution de
carrière : 7,82/10 (+0,4pt)



Flops

Avoir un impact sur la société :
7,19/10 (-0,19pt)

Les possibilités de formations
:
6,64/10 (-0,05pt)

Exercer un métier reconnu par la
société : 5,99/10 (-0,08pt)

Persona : de 26 à 35 ans

Profil



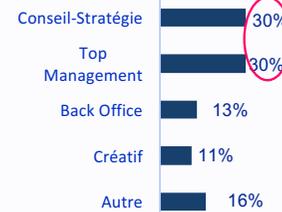
Attractivité des métiers
de la communication :

6,46/10
(-0,24pt)

Statut (cadre
non cadre)



Métier :



85%
sont salariés



Dont **54%**
sont **partenaires**



Dont **49%**
dans une agence ou
une société d'études



Dont **80%**
en secteur privé

Critères qui concourent à l'attractivité d'un métier/secteur



Tops

L'équilibre vie pro/vie perso :
8,31/10 (+0,27pt)

Le sens donné au travail :
8,27/10 (-0,04pt)

Les conditions de travail :
8,15/10 (+0,11pt)



Moyens

L'intérêt intellectuel :
7,98/10 (-0,15pt)

La rémunération :
7,9/10 (+0,1pt)

Vivre une expérience nouvelle :
7,84/10 (-0,08pt)



Flops

Une raison d'être :
6,87/10 (-0,28pt)

Les possibilités de formations :
6,64/10 (-0,05pt)

Exercer un métier reconnu par la
société : 5,76/10 (-0,31pt)

Persona : 36 ans et plus



Attractivité des métiers
de la communication :

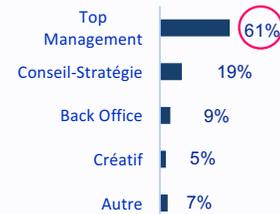
6,68/10
(-0,02pt)

Profil

Statut (cadre
non cadre)



Métier :



79%
sont salaires



Dont 31%
dans une agence ou
une société d'études



Dont 56%
sont **entreprise,
agence**



Dont 67%
en secteur privé

Critères qui concourent à l'attractivité d'un métier/secteur



Tops

Le sens donné au travail :
8,4/10 (+0,09pt)

L'intérêt intellectuel :
8,33/10 (+0,2pt)

Les conditions de travail :
7,95/10 (-0,09pt)



Moyens

Vivre une expérience nouvelle :
7,93/10 (+0,01pt)

L'équilibre vie pro/vie perso :
7,93/10 (-0,11pt)

L'autonomie :
7,73/10 (+0,08pt)



Flops

L'employabilité :
6,91/10 (-0,1pt)

Les possibilités de formations
:
6,73/10 (+0,04pt)

Exercer un métier reconnu par la
société : 6,25/10 (+0,18pt)

PERSONA STATUT ETUDIANT

Base : 110
répondants



Persona : étudiant



Attractivité des métiers de la communication :

7,33/10
(+0,63pt)

Profil



90% ont moins de 26 ans



98% ont moins de 5 ans d'expérience

Niveau de diplôme :

Supérieur à Bac + 5	4%
Bac + 5	31%
Bac + 4	28%
Bac + 1 à Bac + 3	35%
Bac	2%

En position de recruter :



■ Oui | 10%
■ Non | 90%

Métier :

Conseil-Stratégie	34%
Top Management	20%
Créatif	16%
Back Office	12%
Autre	18%

Critères qui concourent à l'attractivité d'un métier/secteur

Tops	Moyens	Flops
<p>Les conditions de travail : 8,18/10 (+0,14pt)</p> <p>Vivre une expérience nouvelle : 7,95/10 (+0,03pt)</p> <p>La rémunération : 7,93/10 (+0,13pt)</p>	<p>Le sens donné au travail : 7,83/10 (-0,48pt)</p> <p>Les opportunités d'évolution de carrière : 7,8/10 (+0,38pt)</p> <p>Produire un travail de qualité : 7,74/10 (+0,07pt)</p>	<p>L'employabilité : 7,06/10 (+0,05pt)</p> <p>Les possibilités de formations : 6,72/10 (+0,03pt)</p> <p>Exercer un métier reconnu par la société : 5,98/10 (-0,09pt)</p>

PERSONA PARTENAIRE/ AGENCE, ENTREPRISE

Base : 1 138 répondants (les salariés et les indépendants)



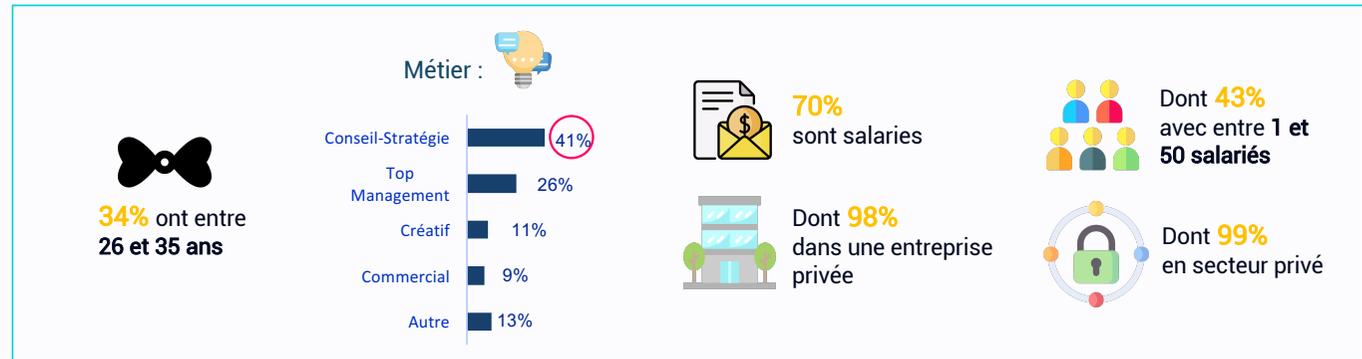
Persona : Partenaire/Agence



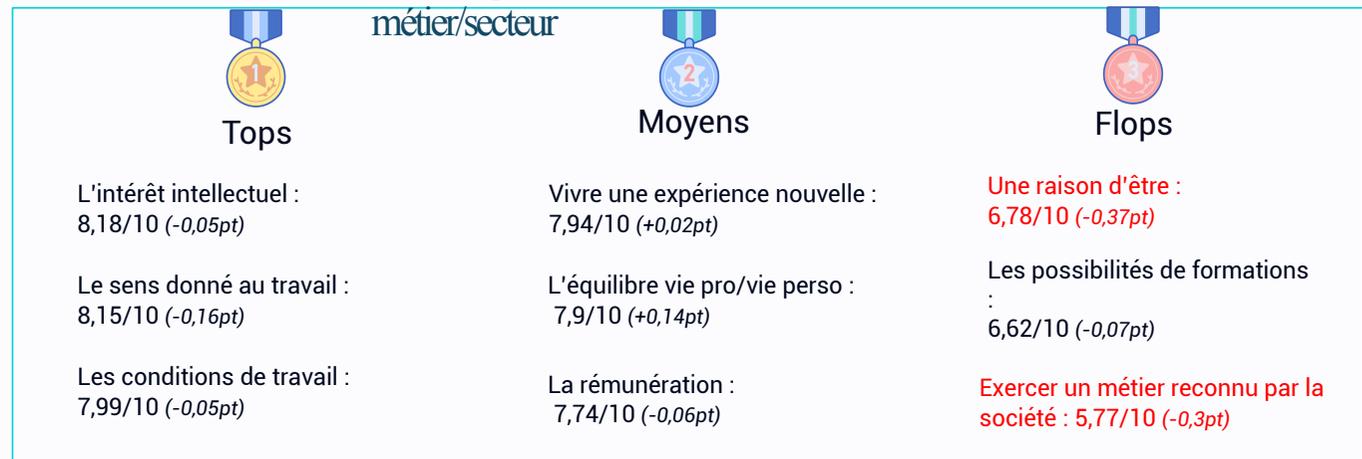
Attractivité des métiers
de la communication :

6,42/10
(-0,28pt)

Profil



Critères qui concourent à l'attractivité d'un métier/secteur



Persona : Entreprise



Attractivité des métiers de la communication :

6,89/10
(+0,19pt)

Profil

Métier :

30% ont entre **36 et 45 ans**

100% sont salariés

Pas de différence selon la taille de l'entreprise

Dont **48%** dans une entreprise privée

Dont **48%** en secteur privé

Métier	Pourcentage
Top Management	70%
Back Office	12%
Conseil-Stratégie	7%
Créatif	4%
Autre	7%

Critères qui concourent à l'attractivité d'un métier/secteur

Tops	Moyens	Flops
Le sens donné au travail : 8,51/10 (+0,2pt)	Les conditions de travail : 8,02/10 (-0,02pt)	L'employabilité : 7,12/10 (+0,11pt)
L'équilibre vie pro/vie perso : 8,22/10 (+0,18pt)	Vivre une expérience nouvelle : 7,86/10 (-0,06pt)	Les possibilités de formations : 6,73/10 (+0,04pt)
L'intérêt intellectuel : 8,15/10 (+0,02pt)	La rémunération : 7,81/10 (+0,01pt)	Exercer un métier reconnu par la société : 6,37/10 (+0,3pt)

PERSONA
SECTEUR PRIVE/SECTEUR
PUBLIC

Base : 1 140 répondants (les salariés et les indépendants)



Persona : Secteur privé



Attractivité des métiers
de la communication :

6,6/10
(-0,1pt)

Profil



34% ont entre
26 et 35 ans

43% avec un
métier
correspondant au
Top Management

80%
sont salariés

Dont **57%**
dans une agence ou
une société d'étude

Dont **66%**
sont **partenaires**

Dont **32%**
avec entre 1 et
50 salariés

Critères qui concourent à l'attractivité d'un métier/secteur



Tops

Le sens donné au travail :
8,26/10 (-0,05pt)

L'intérêt intellectuel :
8,15/10 (-0,15pt)

L'équilibre vie pro/vie perso :
8,02/10 (-0,02pt)



Moyens

Les conditions de travail :
8/10 (-0,04pt)

Vivre une expérience nouvelle :
7,97/10 (+0,05pt)

La rémunération :
7,78/10 (-0,02pt)



Flops

L'employabilité :
6,98/10 (+0,03pt)

Les possibilités de formations
:
6,69/10 (=)

Exercer un métier reconnu par la
société : 5,93/10 (-0,14pt)

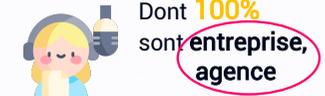
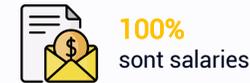
Persona : Secteur public



Attractivité des métiers de la communication :

6,9/10
(+0,2pt)

Profil



Critères qui concourent à l'attractivité d'un métier/secteur



Tops

Le sens donné au travail :
8,57/10 (+0,26pt)

L'intérêt intellectuel :
8,28/10 (+0,15pt)

L'équilibre vie pro/vie perso :
8,07/10 (+0,03pt)



Moyens

Les conditions de travail :
8/10 (-0,04pt)

Avoir un impact sur la société :
7,88/10 (+0,5pt)

La rémunération :
7,74/10 (-0,06pt)



Flops

L'employabilité :
6,84/10 (-0,17pt)

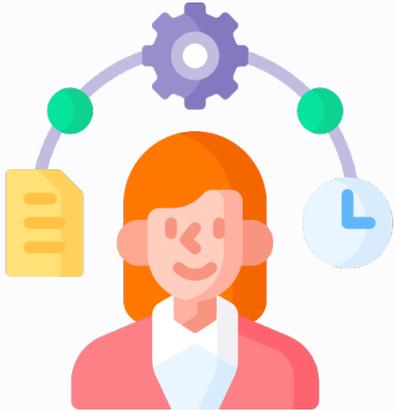
Les possibilités de formations :
6,65/10 (-0,04pts)

Exercer un métier reconnu par la société : 6,3/10 (+0,23pt)

**PERSONA
MÉTIER**



Persona : Top Management



Attractivité des métiers de la communication :

6,92/10
(+0,22pt)

Profil

-  27%
-  87% sont cadres
-  84% sont salariés
-  Dont 74% sont entreprise, agence
-  32% ont entre 46 et 55 ans
-  56% ont plus de 15 ans d'expérience
-  Dont 42% dans une entreprise privée
-  Dont 63% en secteur privé

Critères qui concourent à l'attractivité d'un métier/secteur

Tops 	Moyens 	Flops 
Le sens donné au travail : 8,44/10 (+0,13pt)	Les conditions de travail : 7,94/10 (-0,1pt)	L'employabilité : 6,97/10 (-0,04pt)
L'intérêt intellectuel : 8,21/10 (+0,08pt)	Vivre une expérience nouvelle : 7,87/10 (-0,05pt)	Les possibilités de formations : 6,69/10 (=)
L'équilibre vie pro/vie perso : 7,99/10 (-0,05pt)	La rémunération : 7,79/10 (-0,01pt)	Exercer un métier reconnu par la société : 6,27/10 (+0,2pt)

Persona : Conseil-Stratégie

Profil



Attractivité des métiers de la communication :

6,53/10
(-0,17pt)

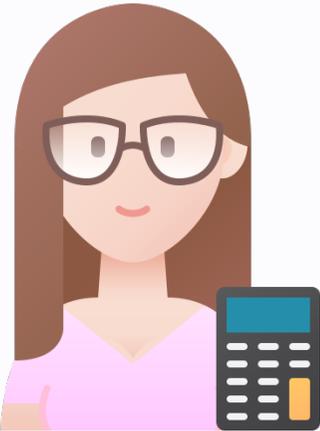
 31%
  78% sont cadres
  64% sont salariés
  Dont 84% sont **partenaire**

 36% ont entre 26 et 35 ans
  37% ont entre 5 et 15 ans d'expérience
  Dont 78% Dans une agence ou une société d'études
  Dont 89% en secteur privé

Critères qui concourent à l'attractivité d'un métier/secteur

Tops	Moyens	Flops
L'intérêt intellectuel : 8,33/10 (+0,2pt)	Vivre une expérience nouvelle : 7,96/10 (+0,04pt)	Une raison d'être : 6,76/10 (-0,39pt)
Le sens donné au travail : 8,16/10 (-0,15pt)	L'équilibre vie pro/vie perso : 7,91/10 (-0,13pt)	Les possibilités de formations : 6,69/10 (=)
Les conditions de travail : 8,01/10 (-0,03pt)	La rémunération : 7,75/10 (-0,05pt)	Exercer un métier reconnu par la société : 5,79/10 (-0,28pt)

Persona : Back Office



Attractivité des métiers de la communication :

6,48/10
(-0,22pt)

Profil

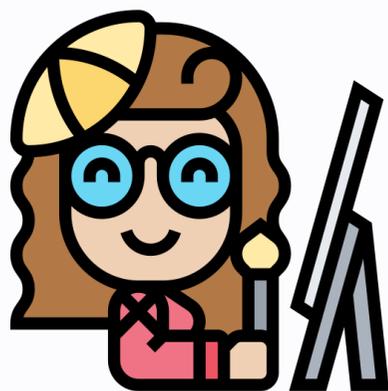


- 19%
- 66% sont cadres
- 77% sont salariés
- Dont 69% sont entreprise, agence
- 38% ont entre 26 et 35 ans
- 44% ont moins de 5 ans d'expérience
- Dont 31% dans une entreprise privée
- Dont 60% en secteur privé

Critères qui concourent à l'attractivité d'un métier/secteur

Tops	Moyens	Flops
L'équilibre vie pro/vie perso : 8,46/10 (+0,42pt)	L'intérêt intellectuel : 7,98/10 (-0,15pt)	Pouvoir exprimer sa créativité : 6,78/10 (-0,49pt)
Le sens donné au travail : 8,44/10 (+0,13pt)	Vivre une expérience nouvelle : 7,89/10 (-0,03pt)	Les possibilités de formations : 6,69/10 (=)
Les conditions de travail : 8,29/10 (+0,25pt)	La rémunération : 7,83/10 (+0,03pt)	Exercer un métier reconnu par la société : 6,19/10 (+0,12pt)

Persona : Créatif



Attractivité des métiers
de la communication :

6,53/10
(-0,17pt)

Profil



59% ne sont pas
cadres



Critères qui concourent à l'attractivité d'un métier/secteur



Tops

Pouvoir exprimer sa créativité :
8,52/10 (+1,25pt)

Les conditions de travail :
8,46/10 (+0,42pt)

L'équilibre vie pro/vie perso :
8,36/10 (+0,32pt)



Moyens

Le sens donné au travail :
8,16/10 (-0,15pt)

Produire un travail de qualité :
8,11/10 (+0,44pt)

La rémunération :
8,07/10 (+0,27pt)



Flops

L'employabilité :
6,96/10 (-0,05pt)

Les possibilités de formations
:
6,33/10 (-0,36pt)

Exercer un métier reconnu par la
société : 5,61/10 (-0,46pt)

FOCUS RECRUTEUR

4

La capacité relationnelle du candidat est le critère de sélection le plus important

Q43. Parmi la liste de critères de sélection d'un candidat suivante, quels sont les 3 que vous recherchez en priorité quand vous recrutez pour un poste en communication ?

