

Les métiers de la communication

Mis à jour le 11 Avril 2018



© Fotolia

Le secteur de la communication rassemble un large éventail d'activités, visant à promouvoir l'image d'un produit, d'un service, d'un événement, d'une personne ou d'une organisation.

Introduction

La communication, omniprésente dans le monde économique, concerne l'ensemble des secteurs d'activité. En 2015, selon une étude du cabinet EY, 155 000 personnes travaillent dans les services communication **chez l'annonceur** et 115 000 en **agence-conseil**. Mais il faut aussi tenir compte des emplois **indirects et induits**, lesquels, selon l'étude s'élèvent à 420 000. On arrive donc à un secteur qui représente environ **700 000 emplois**. 69 % de ces emplois seraient concentrés dans les PME et les microentreprises. Au final, **2,7 % de la population active française travaillent dans la communication**.

Les contours de la communication sont en effet très vastes. Ce secteur fait intervenir de nombreux professionnels, qui peuvent exercer leur activité dans différents types d'entreprises et sous différents statuts :

- **dans les services internes de communication** d'une organisation (entreprise, association, ou fonction publique) ;
- **en agence** (agence de communication généraliste ou spécialisée, agence de publicité) ;
- dans les régies publicitaires (en charge de la vente des espaces publicitaires des différents médias) ;
- **en indépendant** (conseillers en communication, journalistes d'entreprise, photographes, illustrateurs, etc.).

Une majorité d'activités de communication situées en Ile-de-France

L'Ile-de-France concentre une grande partie des emplois du secteur de la communication. Selon l'observatoire des métiers de la publicité, près de 49 % des entreprises d'information et de communication étaient implantées dans la région en 2015. Le territoire héberge également un grand nombre de salariés travaillant **dans le domaine de la communication institutionnelle**, en raison de la présence importante de sièges sociaux d'entreprises et d'administrations publiques. Géographiquement, la majorité de ces emplois sont situés à **Paris** et dans le département des **Hauts-de-Seine**.

L'Ile-de-France accueille les sièges de **grands groupes de communication**, de dimension internationale et aux effectifs importants (tels Publicis, Havas, Criteo ou TBWA). Néanmoins, la majorité des entreprises du secteur est constituée de **petites agences** n'employant que quelques salariés, ou de travailleurs indépendants.

Les activités concernées

La communication regroupe l'ensemble des activités visant à faire passer un message ou à promouvoir l'image d'un produit, d'un service, d'un événement, d'une personne ou d'une organisation auprès d'un public cible : médias, collaborateurs, clients, actionnaires, pouvoirs publics, etc. Deux grandes catégories de communication peuvent être distinguées :

- la **communication institutionnelle** (aussi appelée communication d'entreprise ou « corporate »), qui vise à promouvoir l'image d'une organisation auprès de ses collaborateurs en interne (communication interne) ou auprès de ses différents publics en externe (communication externe) ;
- la **communication de marque**, ou communication produit, qui vise à promouvoir un produit ou un service particulier.

L'une et l'autre peuvent mettre en oeuvre une grande variété d'actions de communication : publicité (campagnes média, marketing direct, etc.), événementiel (organisation de voyages, de séminaires, etc.), création éditoriale ou digitale, relations presse, relations publiques, mécénat, lobbying, etc.

Les opportunités actuelles et à venir

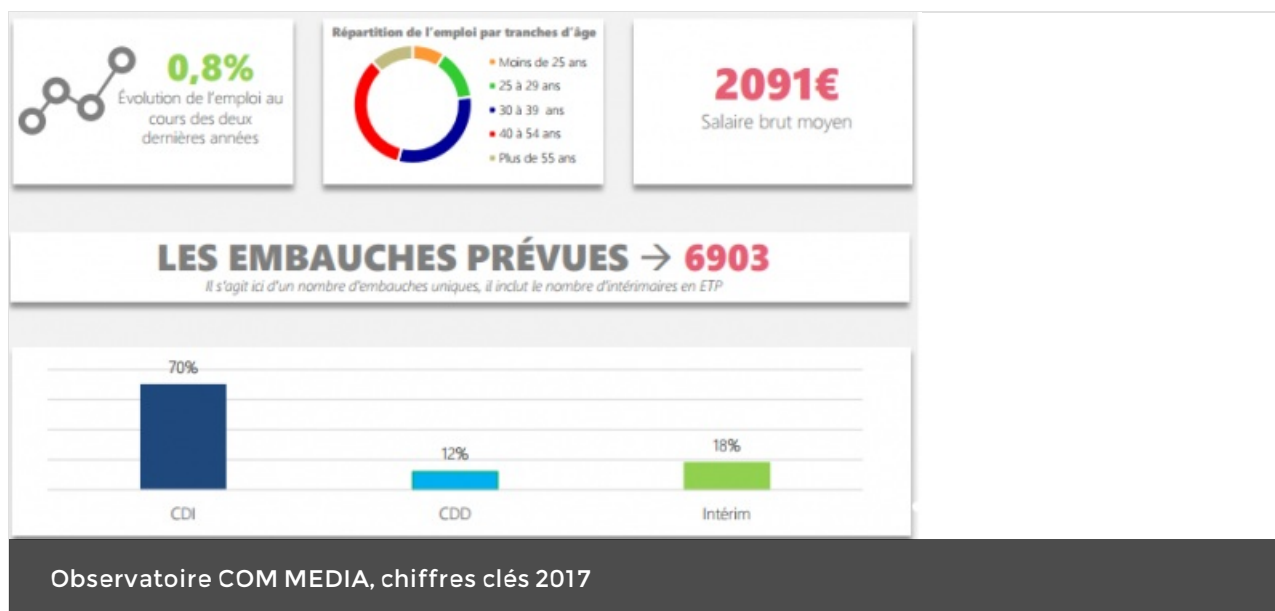
La communication représente en 2015 un poids économique de **46,2 milliards d'euros** dont **10,2 milliards de masse salariale**. Si on s'intéresse aux différents domaines de la communication, ce sont sans surprise la communication commerciale (14,2 milliards) et la communication publicitaire (10,5 milliards) qui sont les locomotives du secteur.

Le secteur de la communication a connu des **mutations importantes** avec l'arrivée d'internet et de nouveaux supports de communication (mobiles, tablettes, etc.). La baisse des recettes publicitaires de la presse et de la télévision affecte en premier lieu les régies publicitaires, qui doivent se réorganiser. Ces entreprises se tournent désormais **vers le web**, et réorientent leurs métiers, notamment vers l'**ad-exchange** (marché de l'achat et de la vente de publicité sur internet). Ainsi, la communication publicitaire serait déjà à 70 % **digitale**...

Si pour les jeunes diplômés, l'entrée sur le marché du travail s'avère difficile avec des contrats précaires et mal rémunérés, la communication est toutefois le secteur d'activité le plus porteur en 2017 en termes d'emplois. Selon RégionsJob, le nombre d'offres d'emplois dans le domaine du marketing-communication a ainsi progressé de 64 % en 2016 ! Des données que confirme le 1er Baromètre des métiers du Marketing et de la Communication publié par l'Observatoire COM MEDIA : le secteur devrait **créer 17 513 embauches en 2017** (6 903 en Ile-de-France), soit une progression moyenne de l'ordre d'un peu plus de 11%. On compte, parmi les métiers où l'on recrute le plus, les **chefs de pub, media planeurs, community managers, consultants E-réputation, et data analysts**.

Repères chiffrés

Infographie 1 : Emplois dans la filière communication en Ile-de-France



Tags : [communication](#) [1] | [publicité](#) [2] | [agences](#) [3] | [Ile-de-France](#) [4] | [mutations économiques](#) [5]