

Paris, le jeudi 12 mars 2020

Découvrez les grandes tendances de l'Observatoire des métiers du marketing et de la communication

L'[ISEG](#) a confié à l'institut [IPSOS](#) le soin d'interroger plus de 300 dirigeants d'entreprise du domaine du marketing et de la communication pour mieux comprendre leurs attentes vis à vis des jeunes diplômés, ainsi que les grandes tendances du secteur.

Transformation digitale, compétences... : quand l'ISEG et l'IPSOS sondent les acteurs de la communication et du marketing

Les résultats de l'Observatoire des métiers du marketing et de la communication coordonnés par l'ISEG et l'Institut IPSOS, ont été dévoilés ce mardi 10 mars 2020 lors d'une conférence donnée au sein du Campus Paris Centre du [Groupe IONIS](#).

L'occasion pour **Adrienne Jablanczy**, directeur général de l'ISEG et **Federico Vacas**, directeur adjoint du département politique et opinion d'IPSOS France de revenir sur **les grandes tendances d'un secteur multipliant les innovations et les réussites** via l'analyse de données recueillies auprès de **plus de 300 dirigeants d'entreprises**.

Les principaux enseignements de cette étude.

Un secteur en pleine évolution, transformant les entreprises.

Pour la quasi-totalité des entreprises consultées, cela ne fait aucun doute : actuellement le secteur du marketing et de la communication est confronté à des transformations importantes (96%). Fait particulier notable, près d'un cadre dirigeant sur deux estime même que ces transformations sont « très » importantes (48%).

Une large majorité des cadres dirigeants confirme que ces transformations encouragent le travail en mode projet dans leur entreprise (86%). Il ne s'agit donc pas d'un effet théorique et lointain : les équipes peuvent ressentir au quotidien les effets de cette évolution... Bien plus dans les structures « innovantes » qui sont purement digitales (72% pensent que ces transformations encouragent « vraiment cette manière de travailler contre 53% en moyenne) que dans les agences et les médias davantage « traditionnels » (46%).

Digitalisation et réseaux sociaux : les maîtres mots de la transformation du secteur.

Les principales transformations auxquelles est confronté le secteur du marketing et de la communication sont la digitalisation (56%) et l'utilisation des réseaux sociaux (52%). Sont ensuite cités par les personnes interrogées, le ciblage (34%), l'ouverture à la RSE (32%), l'utilisation de l'IA (28%)... soient des domaines variés. Les marques à raison d'être (12%) et l'internationalisation (9%) ferment le classement, probablement car il s'agit de transformations enclenchées il y a plusieurs années.

Les transformations diffèrent selon le profil des entreprises consultées. Ainsi, les annonceurs sont nettement plus nombreux que la moyenne à considérer la digitalisation comme la principale transformation (65% contre 56% en moyenne) ; un résultat qui témoigne de leur besoin de se réinventer un monde 2.0. Il est particulièrement intéressant d'observer les résultats des structures purement digitales qui sont, on pourrait le penser, « imprégnées » des transformations. Pour elles, la digitalisation est moins un sujet (43% la citent contre 56% au global) que l'utilisation des réseaux sociaux (50% vs 52%).

Des jeunes diplômés aux nombreuses compétences.

Pour la majeure partie des sondés, les jeunes diplômés sont suffisamment munis des compétences indispensables à l'exercice de leur métier (71%), des compétences nécessaires pour évoluer dans leur secteur (66%) ou des soft-skills qui peuvent faire la différence (66%).

[Télécharger la brochure](#)



Contact médias

Mélanie BARROW

Responsable communication de l'ISEG

melanie.barrow@iseg.fr / 01 84 07 41 21

OBSERVATOIRE DES MÉTIERS DU MARKETING ET DE LA COMMUNICATION

Fiche technique de l'étude :
Profil des entreprises / personnes interrogées

300 responsables et directeur.rices du secteur market' / com'

En entreprises ou agences, en Île-de-France principalement

Les principales compétences recherchées chez les diplômés en market' / com'

- Esprit d'initiative, capacités d'adaptation
- Créativité et volonté d'initiative
- Bonne capacité à s'intégrer à une équipe de travail

Les principales transformations auxquelles est confronté le secteur market'/com'

La digitalisation L'utilisation des réseaux sociaux

Le ciblage, la personnalisation / le marketing tribal

Une étude réalisée par IPSOS pour l'ISEG

ISEG DIGITAL / MARKETING COMMUNICATION SCHOOL

GAME CHANGERS Ipsos

[Toutes les dernières actualités de l'ISEG sont sur notre Newsroom](#)



À propos de l'ISEG

L'ISEG, la grande école du marketing et de la communication de l'ère digitale, créée en 1980, forme les futurs experts du marketing et de la communication, dans 7 villes de France (Paris, Bordeaux, Lille, Lyon, Nantes, Strasbourg et Toulouse) et délivre une formation en 5 ans post bac (titres enregistrés au RNCP, niveau I). En phase avec les professionnels et les entreprises, elle permet à ses étudiants de s'implanter au cœur de son secteur, grâce aux différentes semaines événements, projets et de nombreux stages réalisés tout au long de leur cursus. L'ISEG est membre de [IONIS Education Group](#) et elle compte plus de 20 000 anciens élèves.

www.iseg.fr

À propos d'IPSOS

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective dans 88 pays, il emploie plus de 16 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays. Créé en 1975, Ipsos est contrôlé et dirigé par des professionnels des études. Ils ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique de multi-spécialistes – Études sur les Médias et l'Expression des marques, Recherche Marketing, Études pour le Management de la Relation Clients / Employés, Opinion et recherche sociale, Recueil de données sur mobile, Internet, face à face et téléphone, traitement et mise à disposition des résultats.

www.ipsos.com