

Paris, le jeudi 27 janvier 2022

## Découvrez les grandes tendances du 2<sup>e</sup> Observatoire IPSOS/ISEG des métiers du marketing et de la communication

Pour la deuxième fois, 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 et innovations du secteur.

Les résultats du 2<sup>e</sup> Observatoire des métiers du marketing et de la communication ont été dévoilés ce mardi 25 janvier 2022 lors d'une conférence donnée au sein du **Campus Paris Centre** du **Groupe IONIS** donnée pour **Adrienne Jablanczy**, directeur général de l'ISEG et **Federico Vacas**, directeur adjoint du département politique et opinion d'IPSOS France.

« Confronter nos projections relatives aux évolutions des métiers du marketing et de la communication avec les milieux professionnels, appréhender les attentes des entreprises vis-à-vis des nouvelles générations d'étudiants, tels sont les axes majeurs de réflexion que l'ISEG, grande école de marketing et de communication de l'ère digitale se doit de développer et d'intégrer dans la mise en place de ses programmes. Cet objectif est à l'origine de la création en 2020 avec notre partenaire IPSOS de l'Observatoire des métiers du marketing et de la communication. Depuis, les transformations de notre société, induites par la crise sanitaire internationale et les nouvelles contraintes et opportunités qui font jour dans les univers professionnels du digital, du marketing et de la communication, nous ont imposé de réitérer cette démarche au seuil de la nouvelle année 2022. »

**Adrienne JABLANCZY**, directeur général de l'ISEG



## Les 5 principaux enseignements de cette étude :

### 1. Communication et marketing, des secteurs en pleine transformation

La quasi-totalité des responsables interrogés considèrent que le secteur du marketing et de la communication est confronté à des transformations importantes (93%). Ils sont même 38% à juger que ces transformations sont très importantes (une proportion en baisse de 10 points mais qui reste globalement très élevée). Ces transformations sont davantage jugées « très importantes » dans les structures purement digitales (49%) notamment depuis le début de la crise sanitaire (57%). La crise a en effet participé à renforcer le rôle central de ce type de structures, lesquelles ont dû rapidement s'adapter et répondre à une demande en forte hausse.

### 2. Digitalisation, RSE et réseaux sociaux : les 3 piliers de la transformation

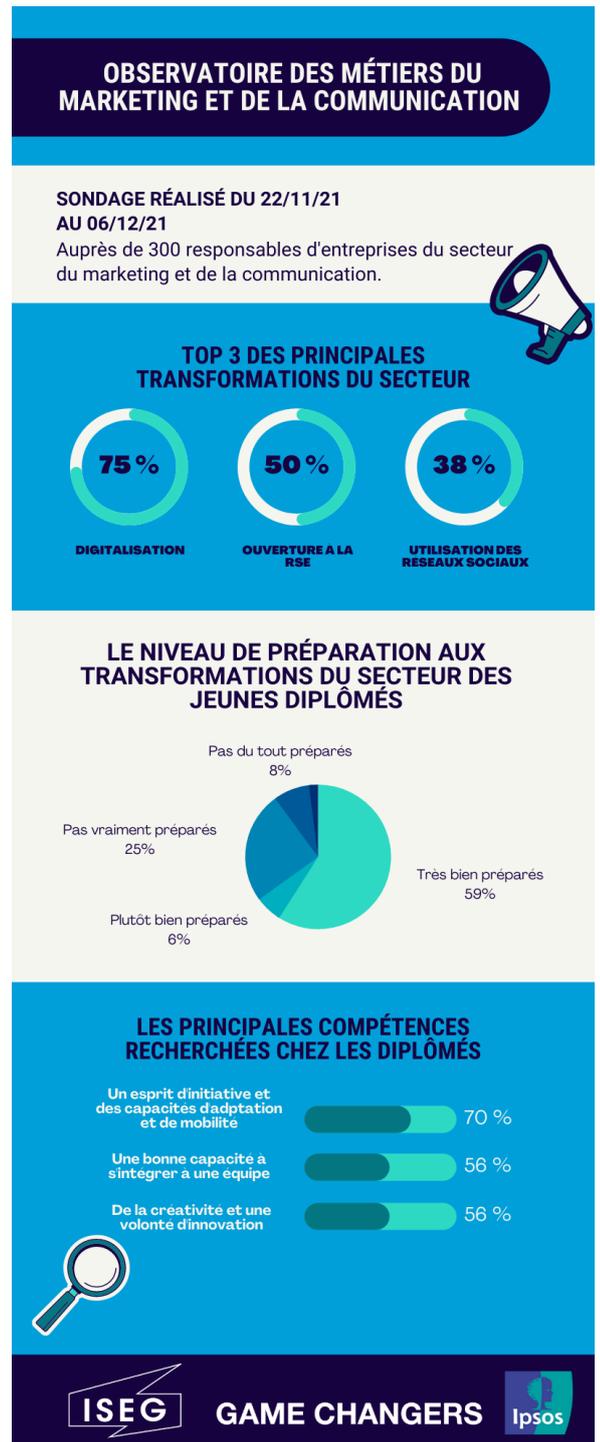
Cette année, les trois quarts des responsables d'entreprise situent la digitalisation dans le top 3 des transformations du secteur du marketing et de la communication 75% (+19 points vs janvier 2020). Cet enjeu apparaît ainsi comme le premier moteur de transformation du secteur, plus nettement encore qu'avant la crise sanitaire.

Parallèlement, l'ouverture à la responsabilité sociétale de l'entreprise est citée par la moitié des responsables 50% (+18 points) et se hisse ainsi en deuxième position, devant l'utilisation des réseaux sociaux 38% (+14 points). Le top 3 est le même quel que soit le type d'entreprise, à l'exception des structures purement digitales, dans lesquelles l'utilisation de l'intelligence artificielle arrive en troisième position à égalité avec le ciblage (36%). À noter par ailleurs que les transformations liées à la RSE sont en très nette progression dans ce secteur 55% (+38 points).

### 3. Des transformations qui ont un impact sur l'organisation de l'entreprise et le profil des candidats recherchés

Trois responsables sur quatre déclarent que les transformations du secteur ont un impact important sur l'organisation de l'entreprise 74%. Si ce sentiment reste très largement partagé, il est en baisse par rapport à janvier 2020, (+11 points), ce qui laisse entendre que les entreprises se sont déjà bien adaptées à une partie de ces transformations, notamment la digitalisation.

D'ailleurs, les structures purement digitales perçoivent moins l'impact des transformations du secteur sur l'organisation de leur entreprise (66%) que la moyenne. Plus spécifiquement, trois quarts des responsables déclarent que les transformations en cours encouragent l'organisation du travail en mode projet c'est-à-dire de manière transversale et interdisciplinaire 75% (+11 points), un constat particulièrement répandu dans les entreprises de 50 salariés et plus (80%). Près de deux tiers des dirigeants déclarent que ces transformations ont un impact sur le profil des candidats recherchés 64% (+15 points). C'est moins le cas dans les structures digitales (55%) qui ont été parmi les premières à



devoir recruter des salariés à l'aise avec le numérique, mais l'impact reste important quel que soit le type ou la taille de l'entreprise.

#### **4. Esprit d'initiative, capacités d'adaptation et d'intégration et créativité : les trois principales compétences attendues chez les nouvelles recrues**

L'esprit d'initiative et les capacités d'adaptation et de mobilité restent les principales qualités recherchées par les responsables dans le secteur du marketing et de la communication. 70% les citent dans leur top trois des qualités qu'ils recherchent en priorité chez les jeunes diplômés). La capacité à s'intégrer à une équipe est de plus en plus jugée prioritaire et arrive en deuxième position 56% (+10 points) à égalité avec la créativité et la volonté d'innovation 56% (+8 points).

Le niveau académique n'arrive finalement qu'en 7e position et est de moins en moins jugé prioritaire 17% (-5 points). Ainsi, dans le secteur du marketing et de la communication, les soft skills l'initiative et l'esprit de collaboration sont jugées plus essentielles que les connaissances, qui peuvent par ailleurs s'acquérir au cours de l'expérience professionnelle.

#### **5. Les jeunes diplômés jugés bien préparés, tant sur le plan des compétences pratiques et des connaissances que sur le plan relationnel**

Les deux tiers des dirigeants considèrent que les jeunes diplômés d'écoles de marketing et de communication sont bien préparés aux transformations du secteur 65% (+10 points). Ce chiffre en progression laisse entendre que les formations ont su s'adapter aux nouvelles attentes dans les secteurs. L'opinion sur les jeunes diplômés est d'ailleurs très majoritairement favorable et en progression aussi bien sur les compétences indispensables à l'exercice du métier 76% (+5 points), que sur les connaissances nécessaires dans le secteur d'activité 70% (+4 points), ou encore sur les soft skills 73% (+7 points). Sur l'ensemble des qualités jugées prioritaires par les responsables du secteur, les jeunes diplômés sont jugés bien préparés. Plus de trois quarts les jugent bien préparés en termes d'esprit d'initiative, de capacités d'adaptation et de mobilité 76% (+10 points), 1er critère jugé prioritaire. La quasi-totalité considère qu'ils sont bien préparés en ce qui concerne la capacité d'intégration en équipe 94% (+7 points) / 29% très bien préparés / 2e critère jugé prioritaire. Enfin, près de 4 responsables sur 5 considèrent qu'ils sont bien préparés en ce qui concerne la créativité et la volonté d'innovation 79% 3e critère jugé prioritaire.

Plus généralement, ils estiment qu'ils ont un bon niveau académique 80% (+6 points), et une bonne capacité à apprendre et à progresser dans l'entreprise 87% (+ 4 points).

< [Télécharger l'observatoire complet](#) >

#### **Contact médias**

**Mélanie BARROW**

Responsable communication de l'ISEG

[melanie.barrow@iseg.fr](mailto:melanie.barrow@iseg.fr) / 01 84 07 41 21

**Toutes les dernières actualités de l'ISEG sont sur notre Newsroom**



### **À propos de l'ISEG**

Créée en 1980, l'ISEG est la grande école du marketing et de la communication de l'ère digitale. Elle forme les futurs experts du marketing et de la communication, dans 9 villes de France (Paris, Bordeaux, Lille, Lyon, Montpellier, Nantes, Nice, Strasbourg et Toulouse). Elle compte 2500 étudiants et délivre une formation en 5 ans post bac (titres enregistrés au RNCP, niveau 7).

En phase avec les professionnels et les entreprises, l'ISEG permet à ses étudiants de s'implanter au coeur de ses secteurs, grâce aux différentes semaines événements, projets, challenges et aux nombreux stages réalisés durant leur cursus. Ils évoluent ensuite, tout au long de leur carrière, dans un réseau de près de 21 000 Alumni.

L'ISEG est membre de [IONIS Education Group](#)

[www.iseg.fr](http://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](http://www.ipsos.com)