

Paris, le 19 juin 2019

L'OBSERVATOIRE DES MÉTIERS DE LA COMMUNICATION DE L'ARCES : 8^e ÉDITION !

L'Arces (Association des Responsables de la Communication de l'Enseignement Supérieur) publie la 8^{ème} édition de son Observatoire des métiers de la Communication dans l'Enseignement supérieur, destinée à faire un état des lieux de la profession. Seize ans d'études qui permettent de suivre l'évolution du métier du communicant au sein de l'enseignement supérieur, qui se transforme, se digitalise et assoit sa place au sein des équipes de gouvernance.

Qui sont les communicants ? Comment travaillent-ils ? Avec quel budget ? Quelles équipes ? Quels objectifs ? Dans quelles conditions ? Telles sont quelques-unes des questions posées aux spécialistes de la communication dans les établissements d'enseignement supérieur, membres de l'Arces.

Cette étude est réalisée tous les 2 ans en partenariat avec le cabinet Occurrence auprès des 500 membres de l'Arces, permettant de mettre en exergue les grandes tendances de la communication dans le Sup'.

Dans l'étude 2019, on peut relever trois grands phénomènes marquants :

- 1) Les directions de la communication sont toujours placées au cœur des enjeux et des décisions politiques. Les services sont renforcés dans presque toutes les directions. L'effectif moyen est en constante progression depuis 2013 passant de 4 à 6 personnes en moyenne. Nous avons pu noter aussi une plus grande séniorité et expérience des communicants qui étaient 15% entre 2011 et 2017 à avoir plus de 10 ans d'ancienneté, en 2019, ils sont 22%.
- 2) Autre fait marquant sans surprise, une vraie explosion des réseaux sociaux, les communicants déclarent y passer plus de 6 heures par semaine (contre moins de 2h en 2017), un répondant sur deux a embauché au cours des deux dernières années un collaborateur dédié au digital, un résultat qui gagne 12 points par rapport à la vague précédente. 44% ont fait évoluer un ou plusieurs de leurs collaborateurs vers le digital. Par ailleurs les cibles et les objectifs des réseaux sociaux se diversifient. Il est à noter que les cibles externes comme les leaders d'opinion et les entreprises représentent une cible pour plus de 7 répondants sur 10.
- 3) La communication interne a pris un vrai envol avec l'explosion de tous les domaines qualité de vie au travail, diversité (égalité hommes-femmes, handicap), aspect règlementaire, elle devient donc un levier aussi en ressources humaines. La communication interne et la marque employeur atteignent des scores inégalés (98 et 97%) ; les communicants restent à 98% convaincus que leur mission d'accompagnement se diversifie et que du coup leur rôle est amené à se renforcer dans les années qui viennent.

Vous retrouverez en pièce jointe toutes les dernières analyses 2019, comparées aux dernières années.

Toutes les données sont en ligne sur : <https://www.arces.com/actualites/8eme-edition-de-l-observatoire-des-metiers-de-la-communication-dans-l-esr>