

Observatoire des métiers de la communication dans l'enseignement supérieur

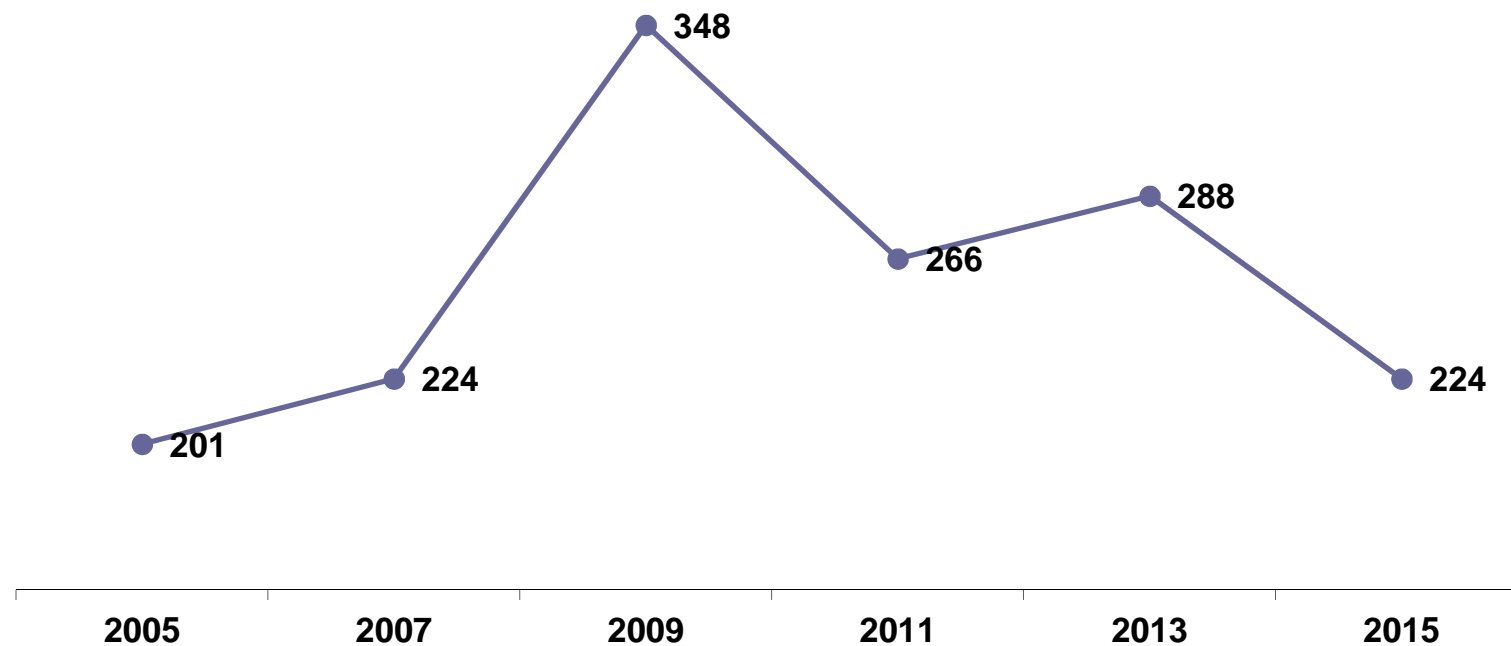
Enquête auprès des membres de l'ARCES

Vague 6 – Juin 2015

Synthèse

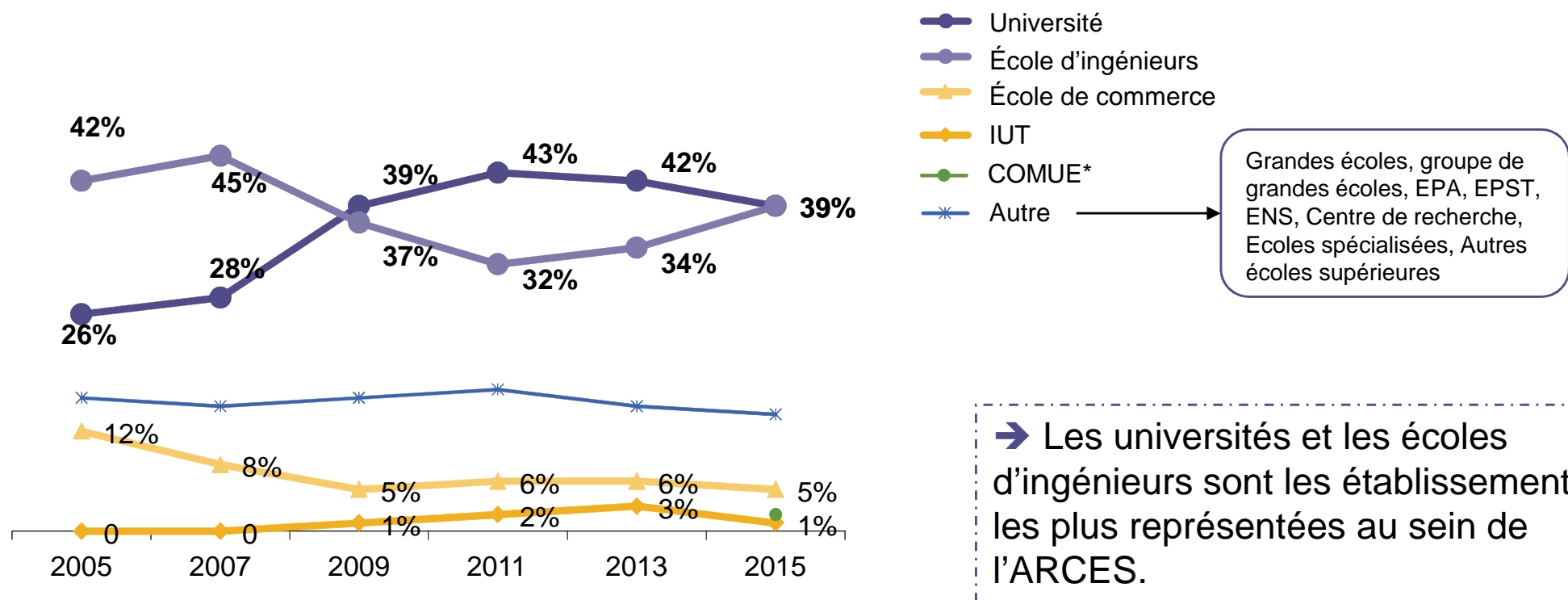
Dispositif méthodologique

- > Un questionnaire online **auto-administré** sur Internet en avril 2015.
- > **224** répondants sur 443 éligibles sollicités, soit un **taux de retour de 51%**.
- > Evolution du nombre de répondants depuis 2005 :



Plus des trois-quarts des communicants interrogés exercent en universités ou école d'ingénieurs

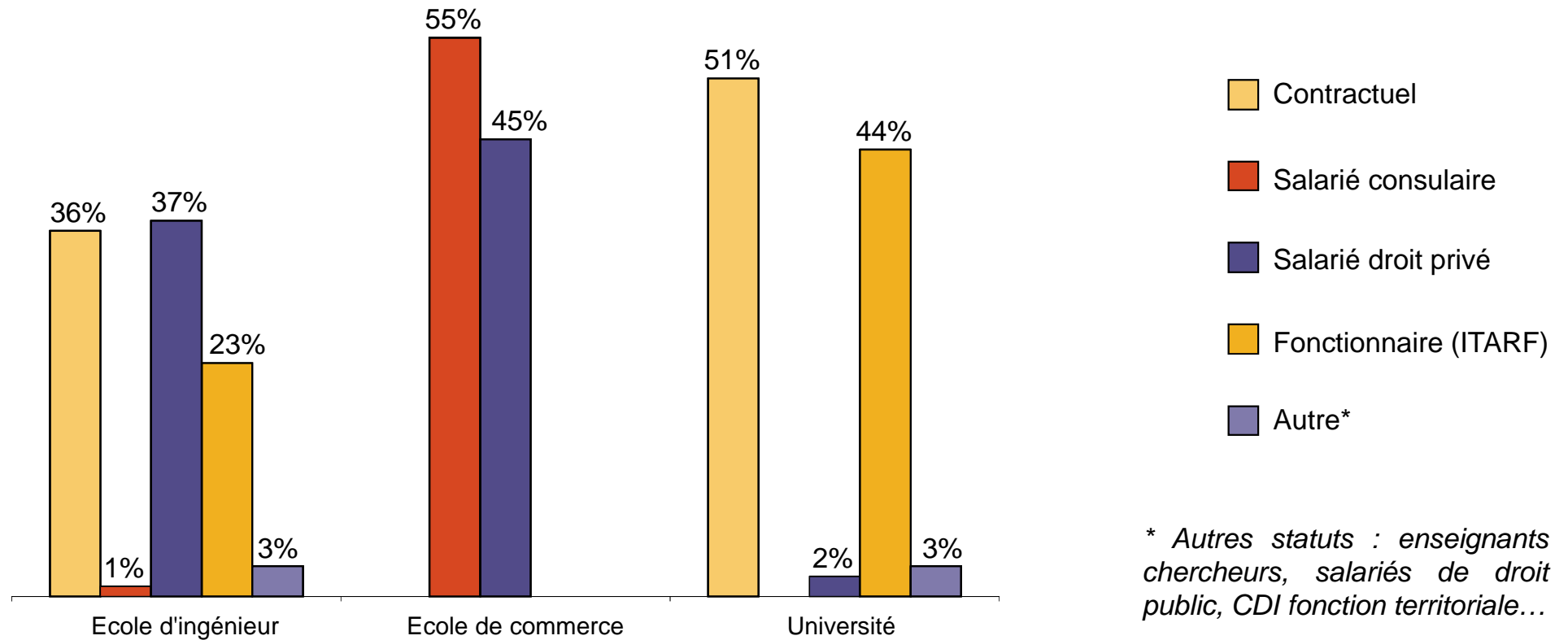
> Type d'établissement :



*Nouvelle modalité 2015

Des disparités de statut selon le type d'établissement

> Statut des répondants par type d'établissement :



10 ans d'observatoire, 10 grands enseignements

Profil des communicants

- | | |
|---|----|
| 1. La professionnalisation des communicants de l'enseignement supérieur | 6 |
| 2. Une fonction qui se renouvelle constamment | 12 |

Positionnement de la fonction

- | | |
|--|----|
| 3. L'ancrage de la fonction communication dans les établissements d'enseignement supérieur | 15 |
| 4. Une fonction qui s'affirme comme stratégique | 18 |

Equipe et budget

- | | |
|--|----|
| 5. Des équipes qui s'étoffent (dans des établissements de plus en plus grands) | 23 |
| 6. Une consommation budgétaire équilibrée | 27 |

Missions, actions, cibles & outils

- | | |
|--|----|
| 7. L'inflation des missions et des actions... jusqu'où ? | 31 |
| 8. La révolution digitale | 41 |
| 9. La communication de recrutement entre virtuel et réel | 46 |
| 10. La communication interne et l'accompagnement du changement, enjeux majeurs pour demain ? | 49 |

Bilan de 10 ans de communication dans l'enseignement supérieur... par les communicants eux-mêmes

51



OCCURRENCE

études et conseil en communication

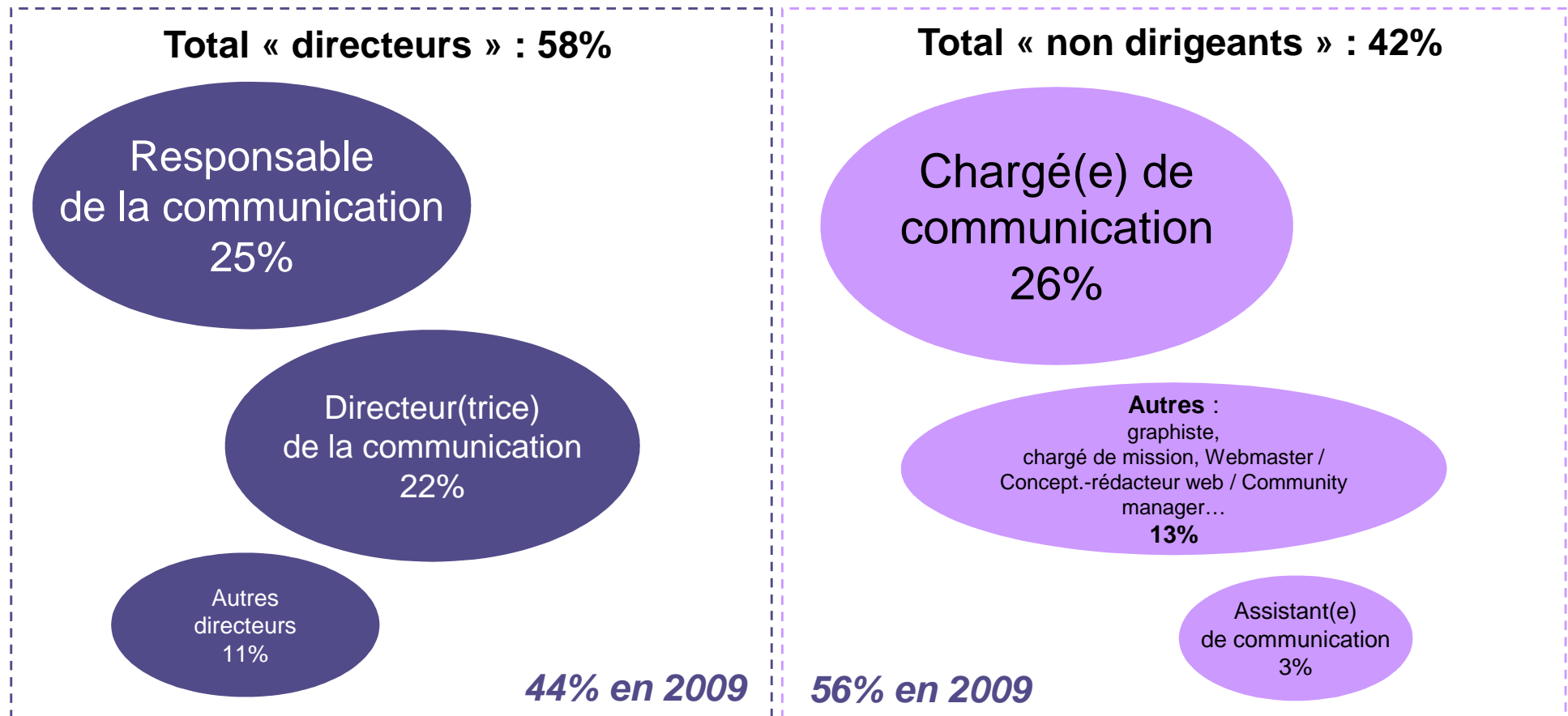


La professionnalisation des communicants de l'enseignement supérieur



Une évolution des titres qui témoigne de l'évolution des responsabilités

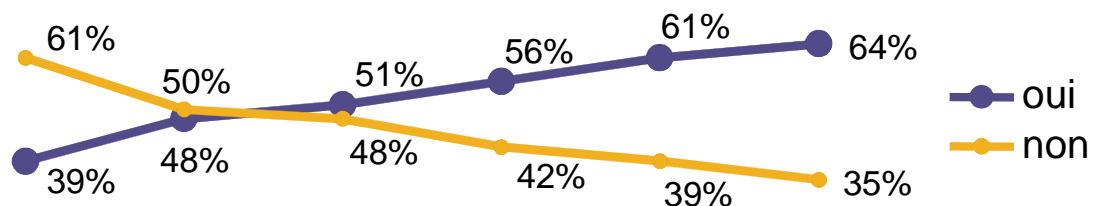
> Quel est votre titre exact ? *Question ouverte*



→ Une proportion dirigeants / non dirigeants inverse par rapport à 2009.

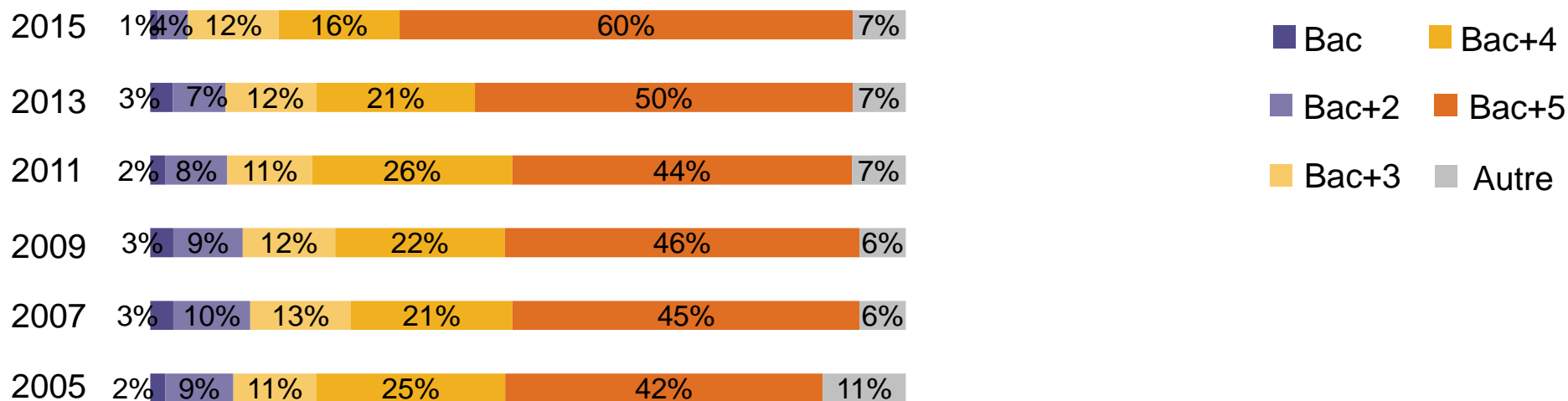
Des professionnels de plus en plus formés à la communication, des niveaux de diplôme de plus en plus élevés

> Avez-vous suivi une formation initiale en communication* ?



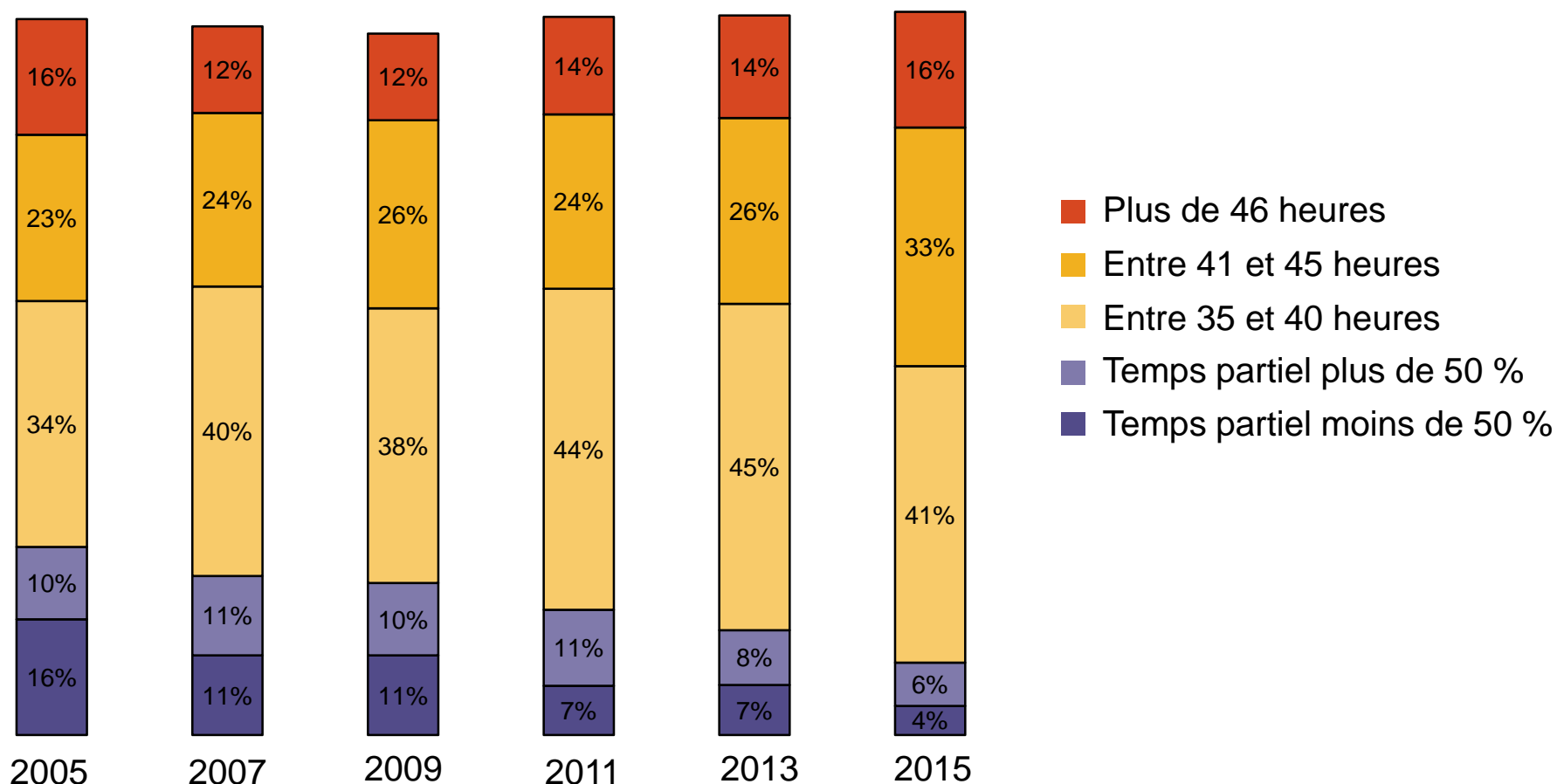
*2 à 1% de non-réponses en 2007, 2009, 2011 et 2015

> Votre diplôme le plus élevé :



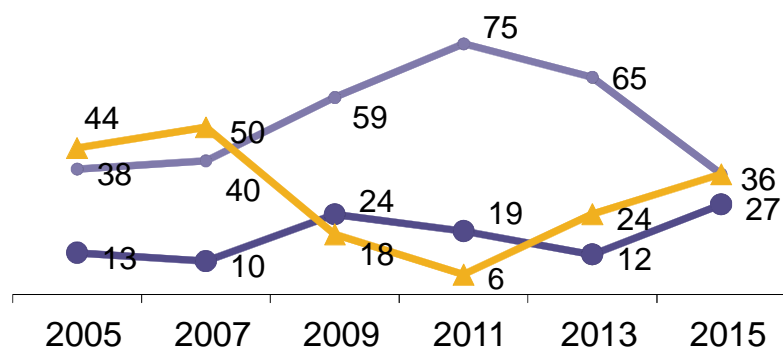
Une baisse du temps partiel qui continue depuis 2005 : un vrai métier s'affirme

> A combien de temps estimez-vous votre charge de travail hebdomadaire en communication ?

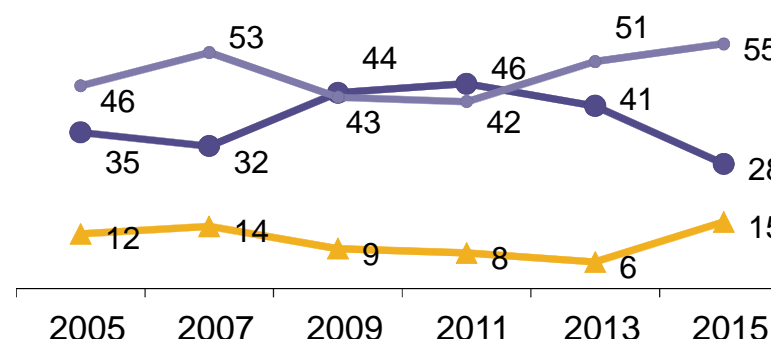


Evolution des salaires NETS par types d'établissement : **UNE tendance à la baisse des plus petits salaires**

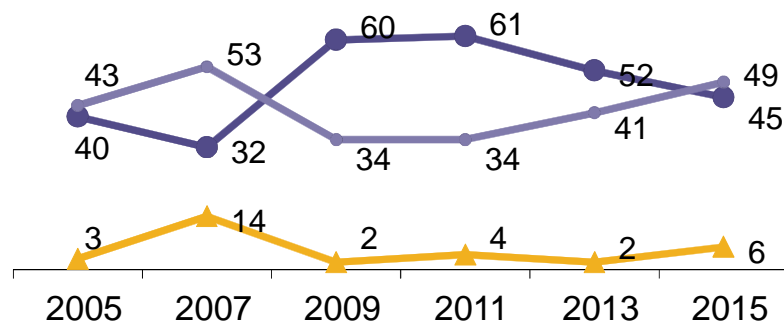
Ecoles de commerce (en %)



Ecoles d'ingénieur (en %)



Universités (en %)

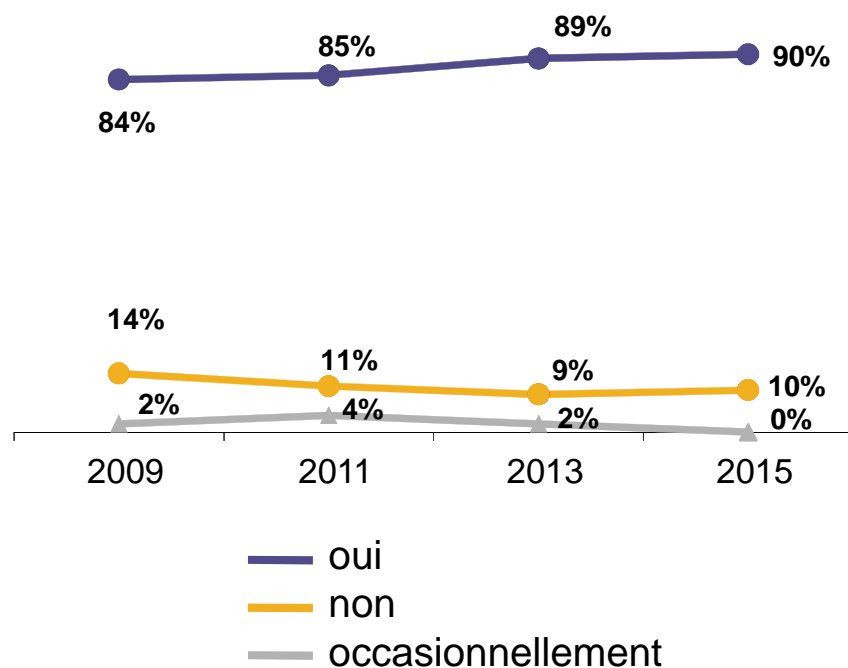


- Moins de 25 K€
- Entre 25 et 50 K€
- ▲ Plus de 50 K€

Des groupes de communication liés aux réseaux très répandus

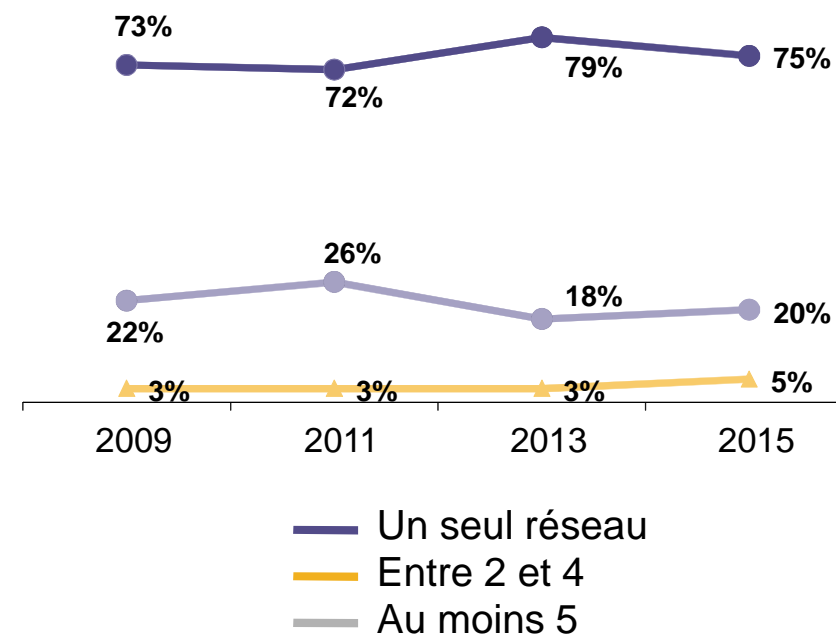
> Participez-vous à des groupes de communicants en relation avec les réseaux dont dépend votre établissement ?

Question à choix unique | Base répondants : 105 responsables du service communication



> Si oui, à combien de réseaux de communicants ?

Question à choix unique | Base répondants : 95 participant à des réseaux de communicants



* Questions non posées en 2005 et 2007



OCCURRENCE

études et conseil en communication

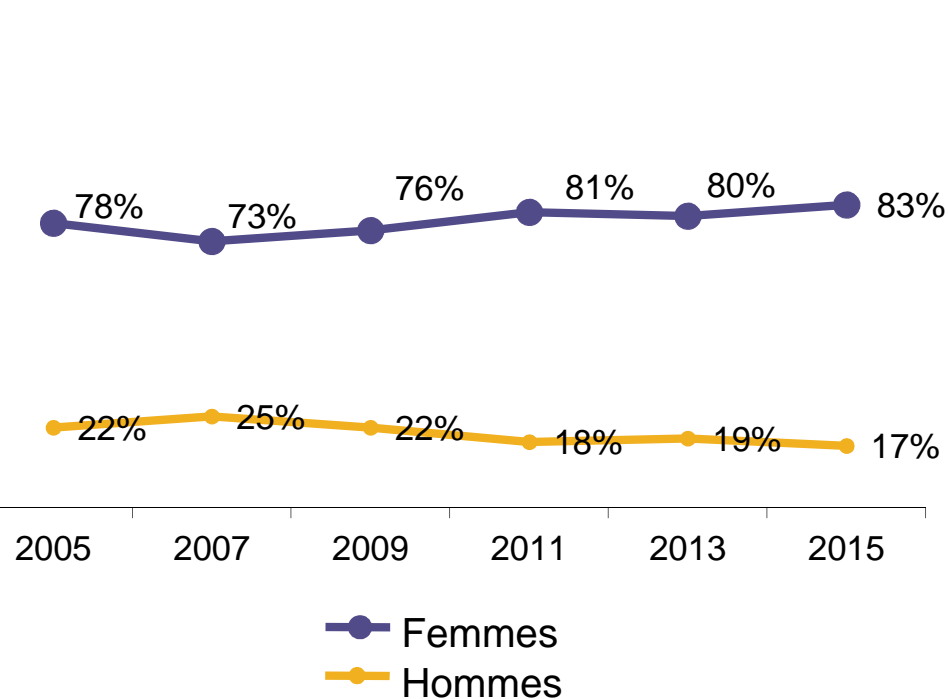


Une fonction qui se renouvelle constamment

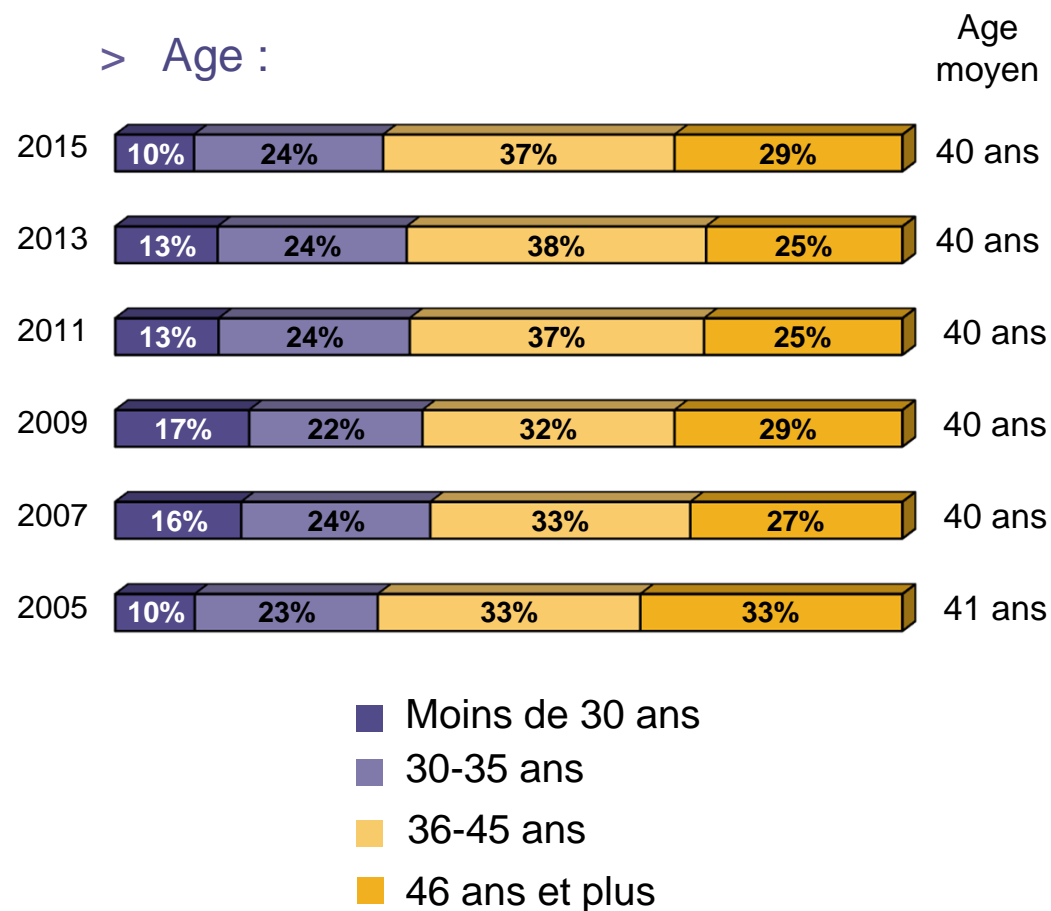
2

Une profession qui reste jeune et féminine

> Sexe :

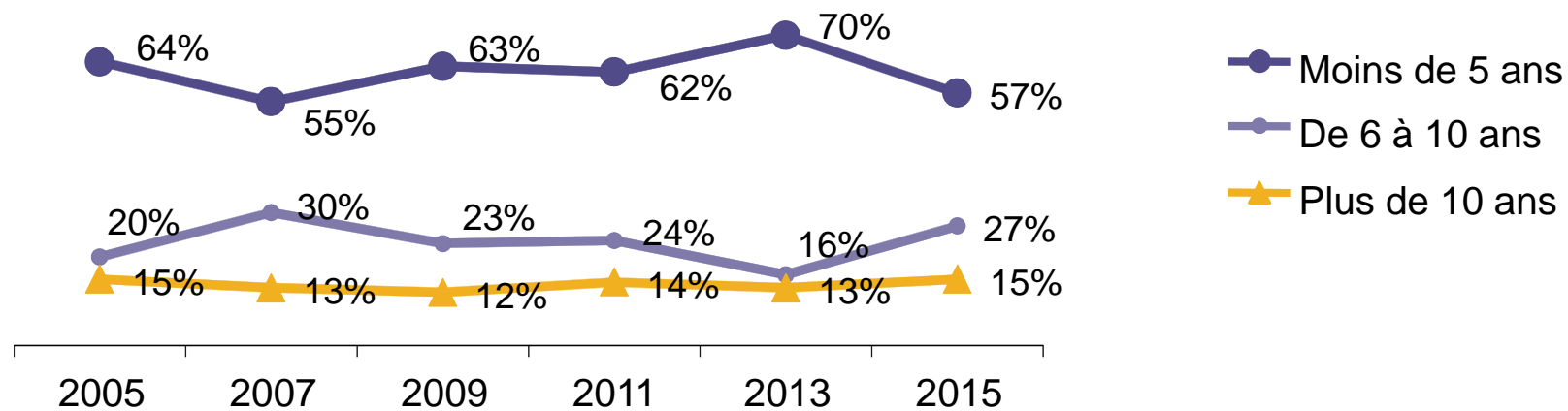


> Age :



Des communicants qui restent rarement plus de 10 ans en poste

> Depuis combien de temps êtes-vous à ce poste ?



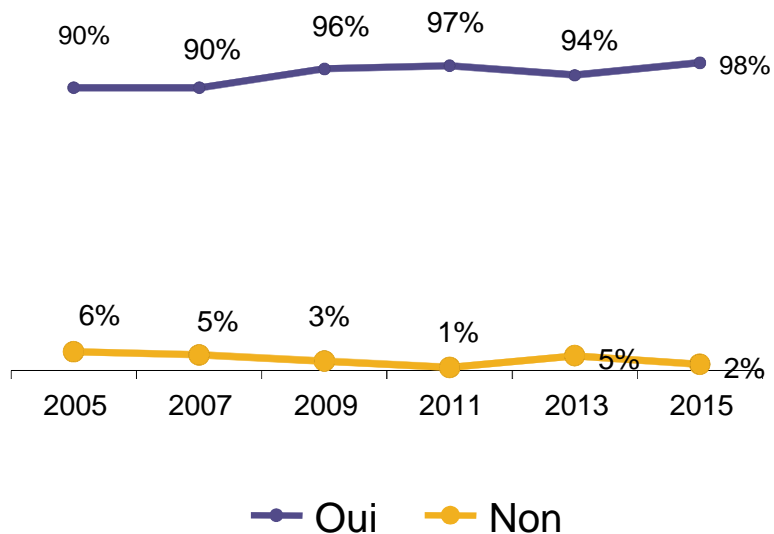
L'ancrage de la fonction communication dans les établissements d'enseignement supérieur



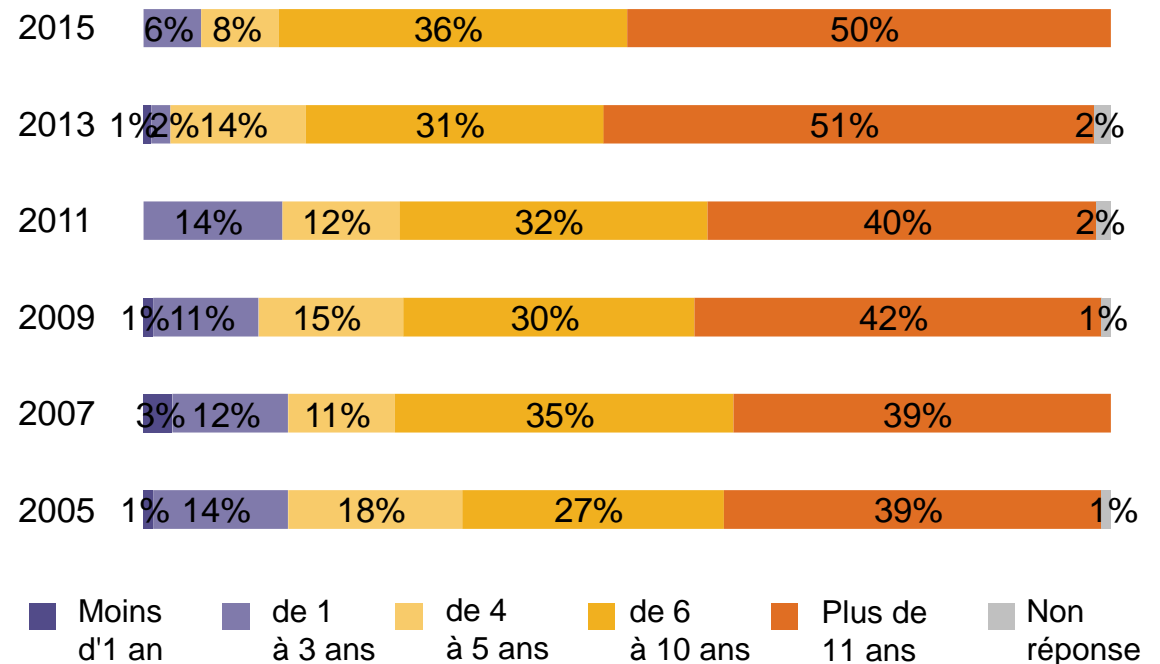
3

Des services communication bien implantés dans les établissements

> Existe-t-il un service de communication dans votre établissement ?



> Si oui, depuis combien de temps ?

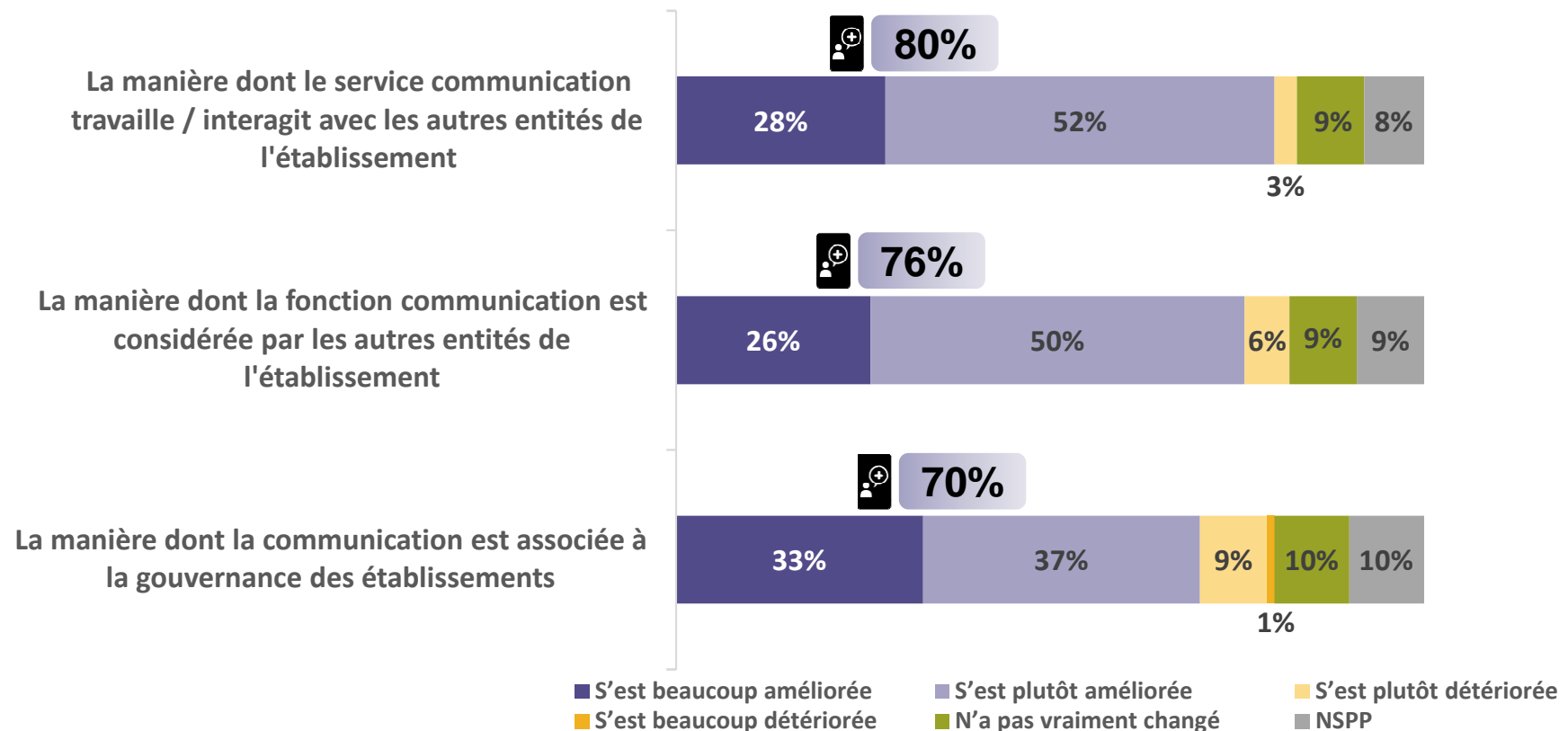


➔ Des services communication bien implantés, depuis plus de 11 ans pour la moitié d'entre eux.

Une fonction communication de mieux en mieux intégrée au sein des établissements

- > Diriez-vous que, depuis ces 10 dernières années, les éléments suivants se sont beaucoup améliorés, plutôt améliorés, plutôt détériorés, beaucoup détériorés ou que cela n'a pas vraiment changé ?

Question à choix unique | Base répondants : 105 responsables du service communication



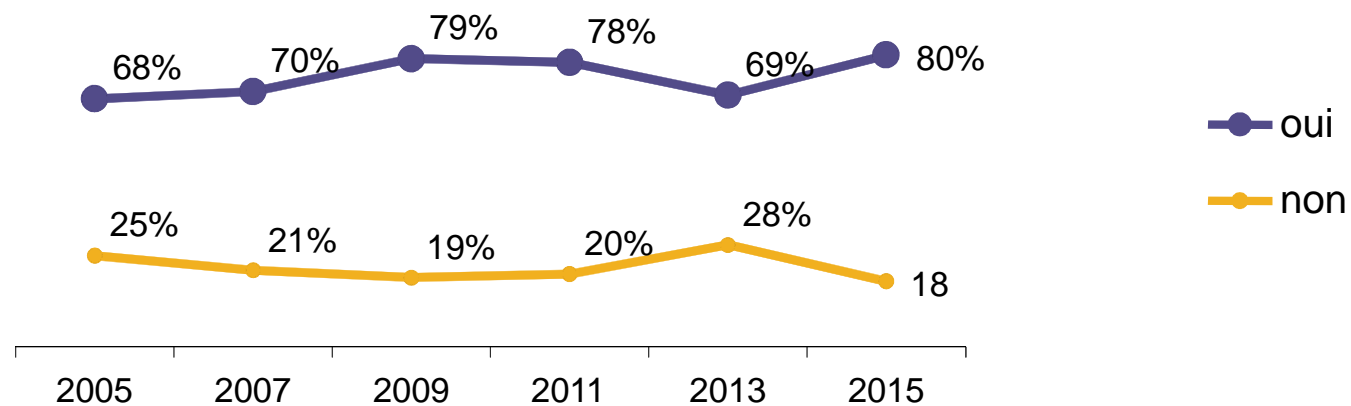
Une fonction qui s'affirme comme stratégique



4

Communication et stratégie : un nouveau départ ? (1/4)

> Diriez-vous que la communication fait partie intégrante de la stratégie de votre établissement ?



Communication et stratégie : un nouveau départ ? (2/4)

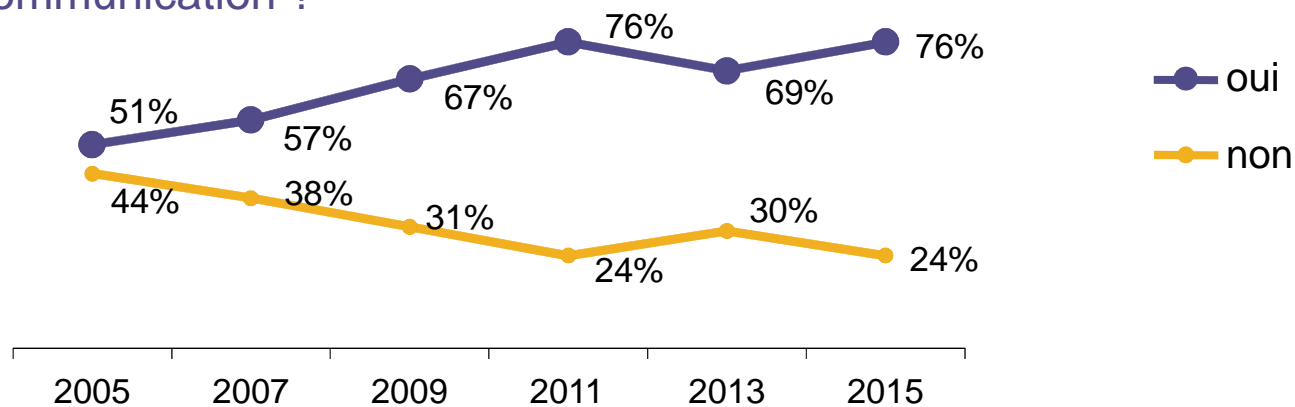
- > Profil des individus déclarant que la communication fait partie intégrante de la stratégie de leur établissement :

	Pourcentage de répondants déclarant que la communication fait partie de la stratégie de leur établissement	Différentiel avec le résultat global (69%)
Dans les écoles de commerce	100 %	+ 20 points
Dans les écoles d'ingénieurs	83 %	+ 3 points
Dans les universités	69 %	- 11 points
Dans les établissements de statut public	75%	- 5 points
Dans les établissements de statut privé / consulaire	95%	+ 15 points
Parmi les répondants appartenant au comité de direction	90%	+ 10 points
Parmi les répondants n'appartenant pas au comité de direction (y.c. occasionnellement)	58% (67%)	- 22 (- 13) points

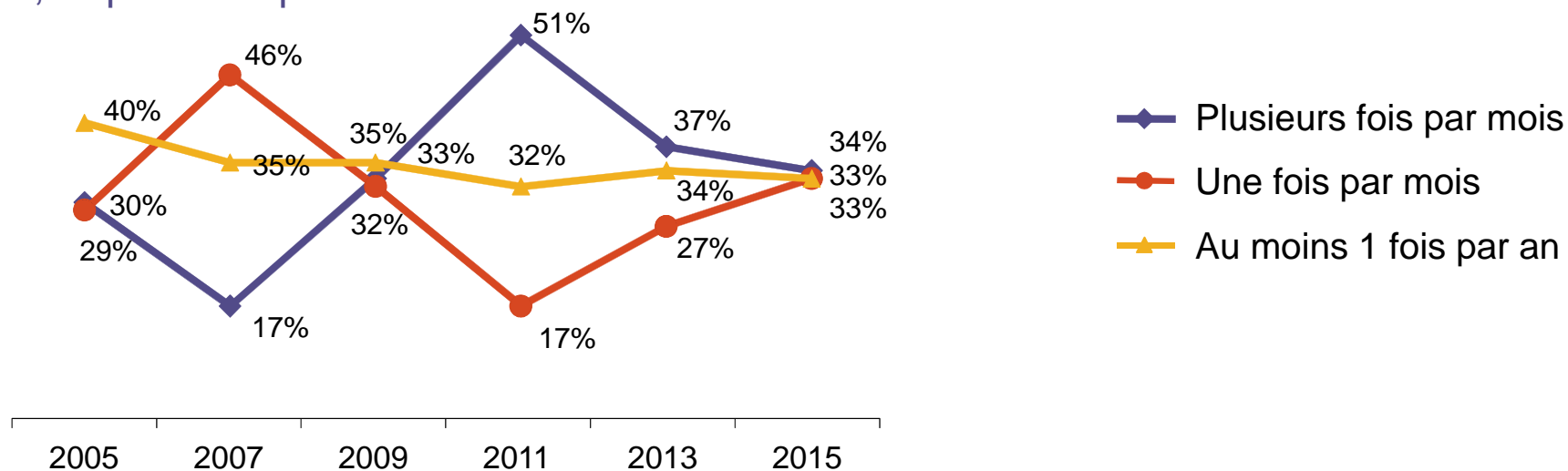
83% des répondants appartenant à une école d'ingénieurs déclarent que la communication fait partie de la stratégie, soit 3 points de plus que le résultat sur l'ensemble des individus.

Communication et stratégie : un nouveau départ ? (3/4)

> Y a-t-il dans votre établissement des réunions régulières consacrées uniquement à la communication ?

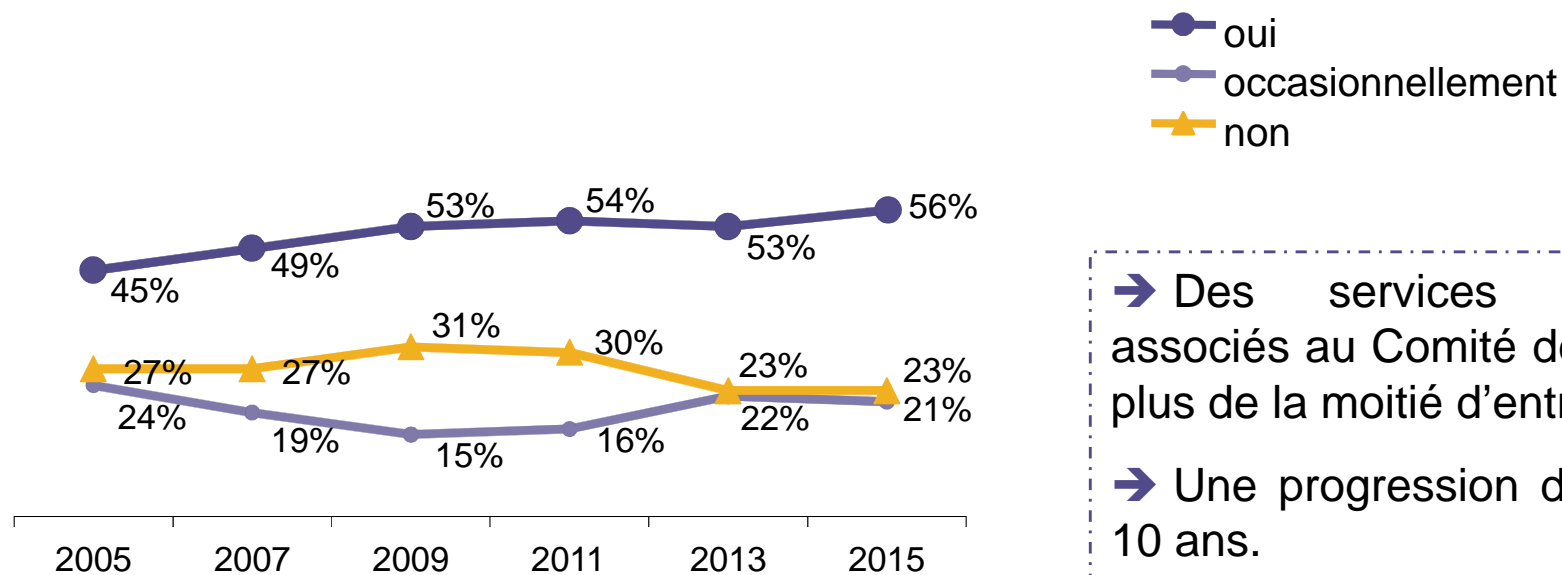


> Si oui, à quelle fréquence ont-elles lieu ?



Communication et stratégie : un nouveau départ ? (4/4)

> Faites-vous partie du comité de direction ?



→ Des services communication associés au Comité de direction pour plus de la moitié d'entre eux.

→ Une progression de 10 points en 10 ans.

→ La part des services de communication qui sont « exclus » de cette instance restent autour d'1/5.

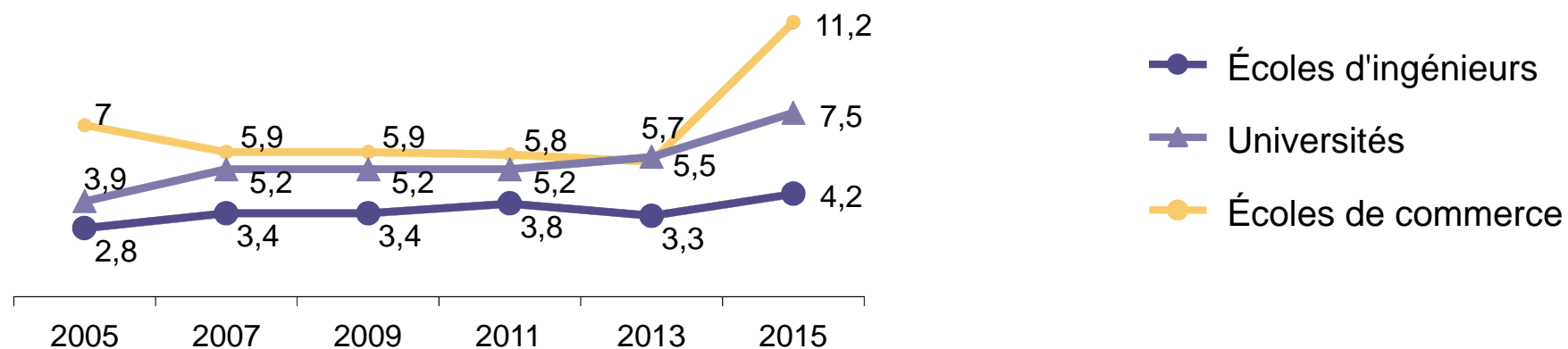
Des équipes qui s'étoffent (dans des établissements de plus en plus grands)



5

Des effectifs en hausse

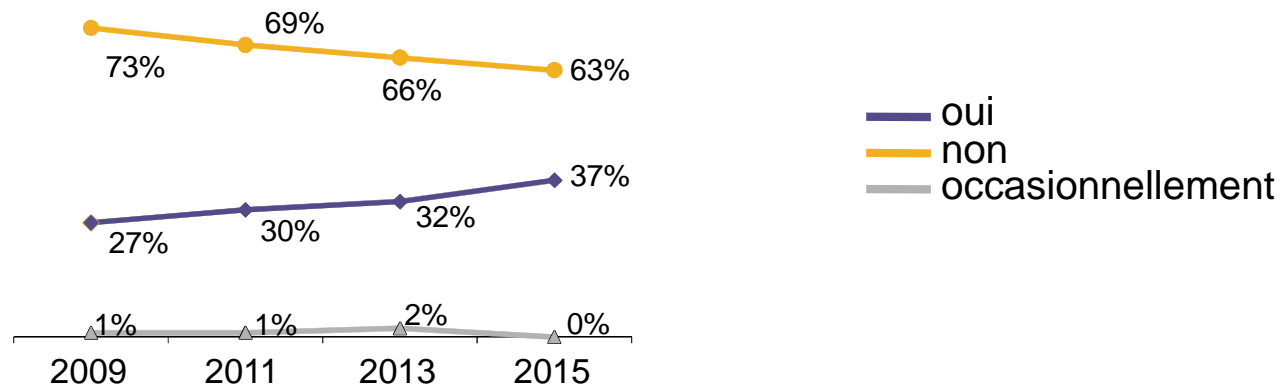
> Combien de personnes travaillent au sein de ce service ? (effectifs moyens)



Des recrutements « boostés » par le digital

> Avez-vous embauché récemment (moins de 2 ans) des personnes dédiées à la communication digitale ?

Question à choix unique | Base répondants : 105 responsables du services communication



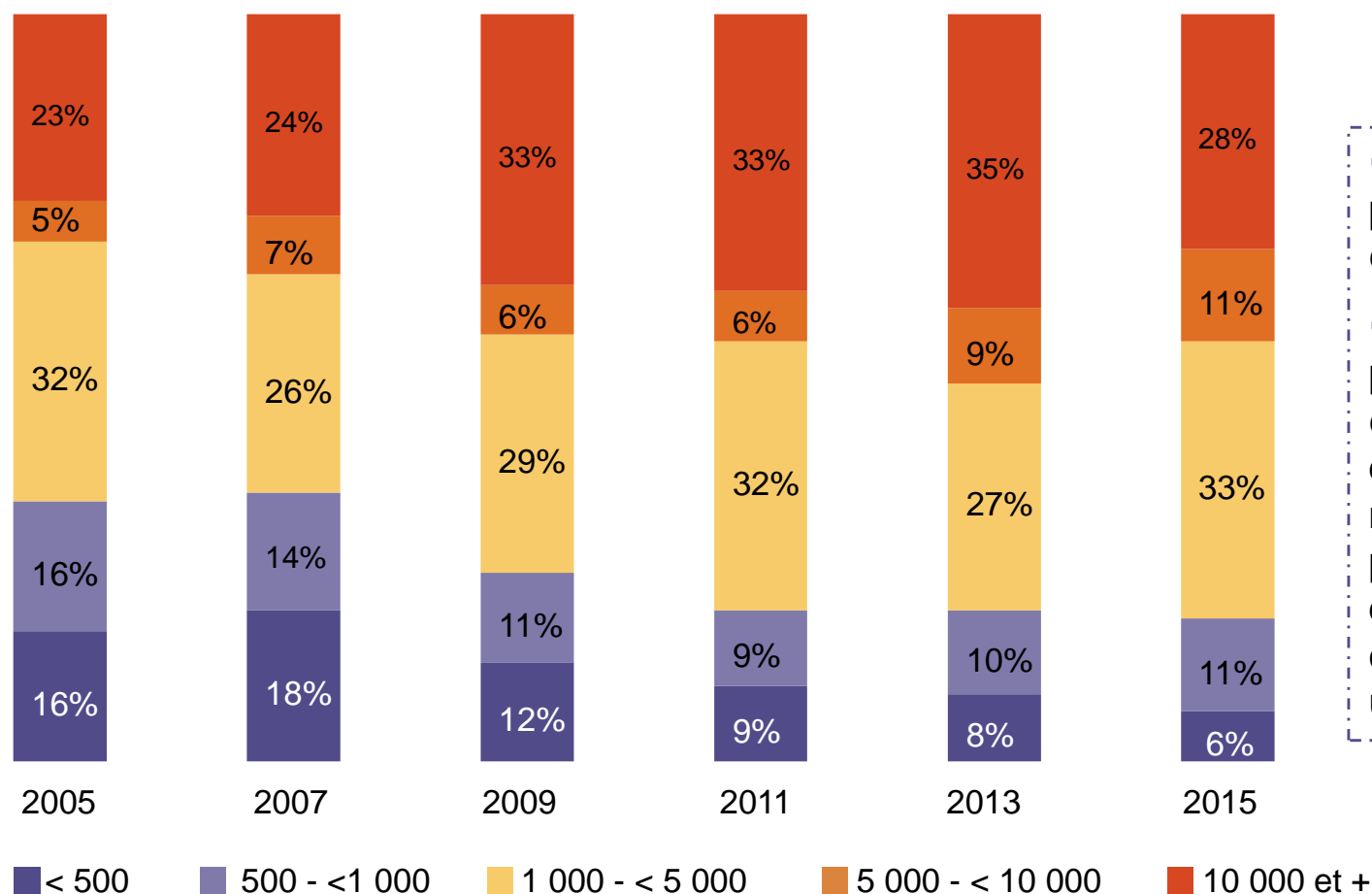
> Si oui combien ? (base : 40)

	2009	2011	2013	2015
1 personne à mi-temps	-	5%	2%	5%
1 personne	2%	83%	88%	85%
2 personnes	96%	10%	10%	5%
Non réponse	2%	2%	0%	5%

*Question non posée en 2005 et 2007

La population étudiante au sein des établissements

> Nombre d'étudiants



- Une baisse continue de la proportion des plus petits établissements.
- Une inflexion dans la progression des plus grands établissements et une hausse des établissements de taille moyenne (peut-être due à une progression des écoles d'ingénieurs dans l'échantillon cette année au détriment des universités).



OCCURRENCE

études et conseil en communication

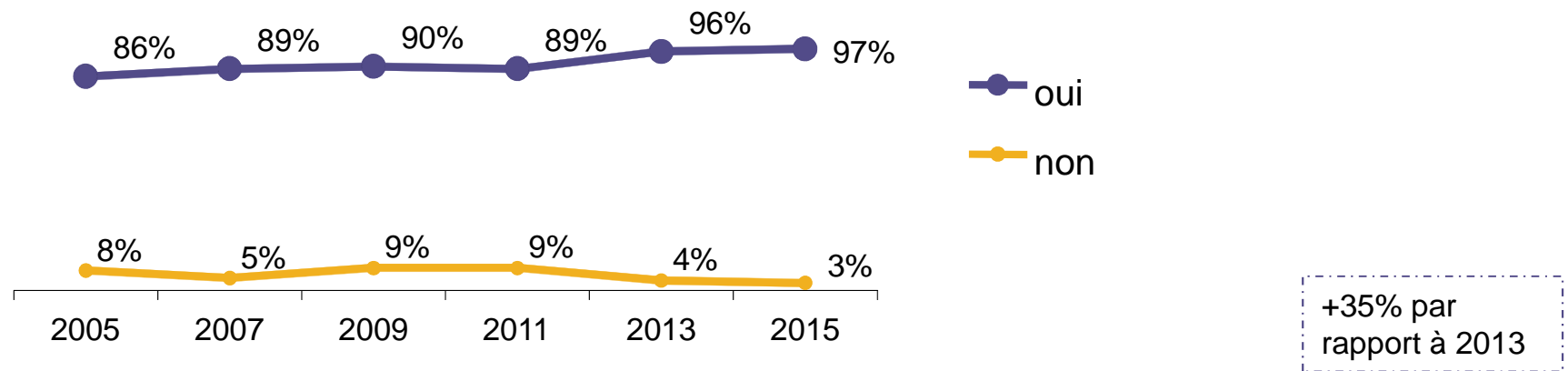


Une consommation budgétaire équilibrée

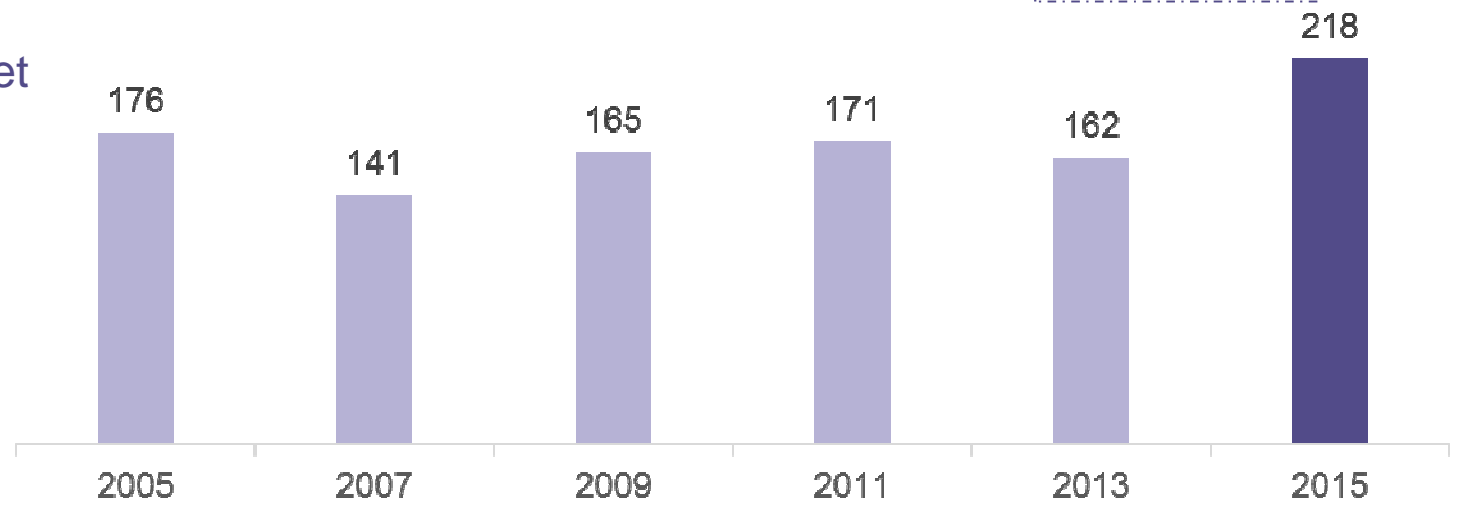


Des budgets globalement en hausse au sein des services communication

> Avez-vous un budget communication (hors salaires) défini annuellement ?

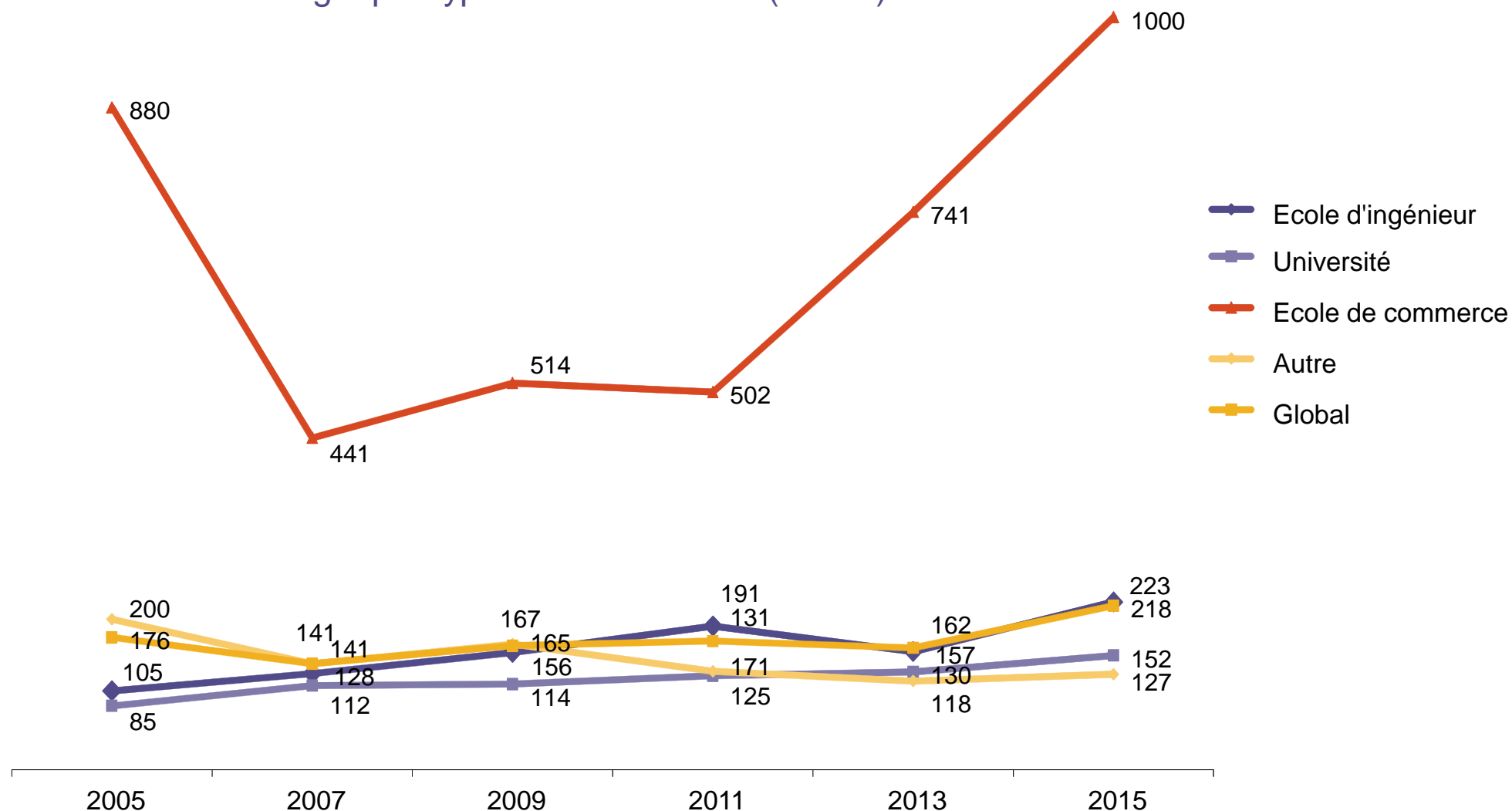


> Evolution du budget global, en K€ :



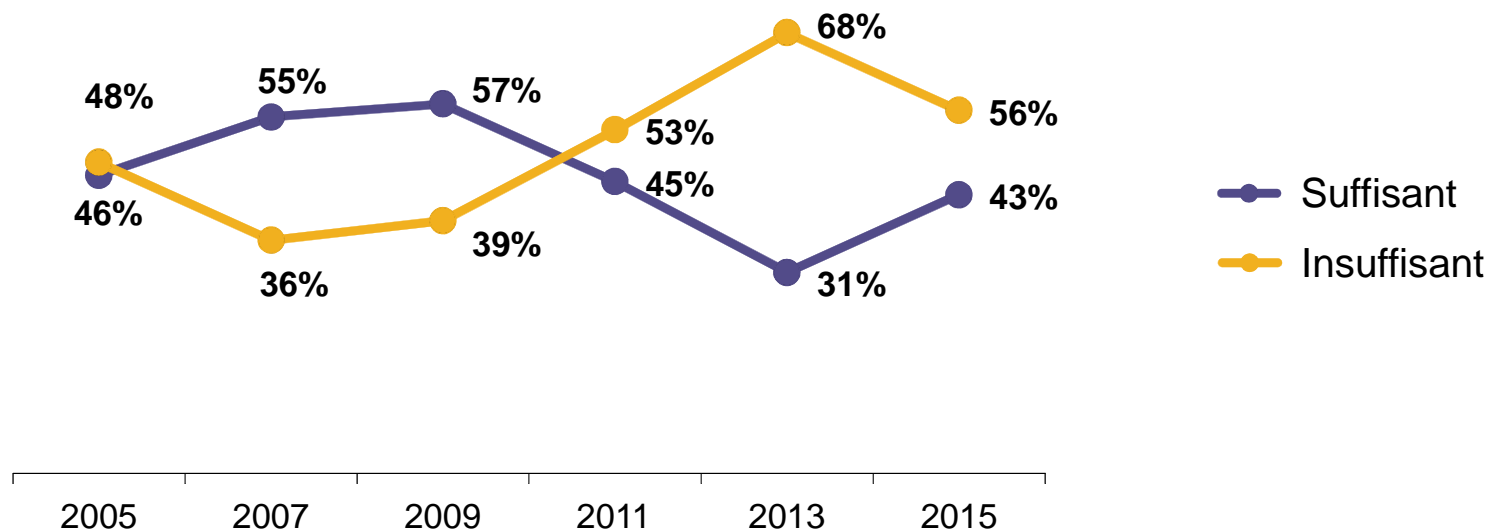
Des disparités en termes d'évolution

> Evolution du budget par type d'établissement (en K€) :



Un budget satisfaisant ?

> Le budget communication vous paraît-il suffisant pour accomplir vos missions ?

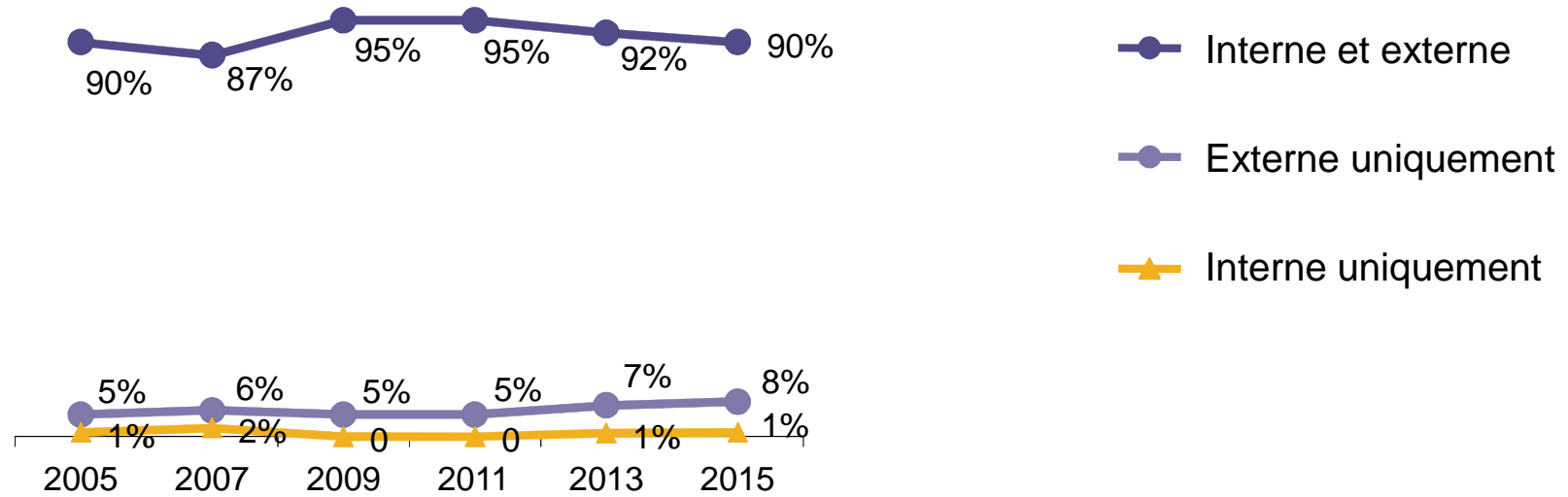


L'inflation des missions et des actions... jusqu'où ?



Une communication tournée vers l'externe et l'interne

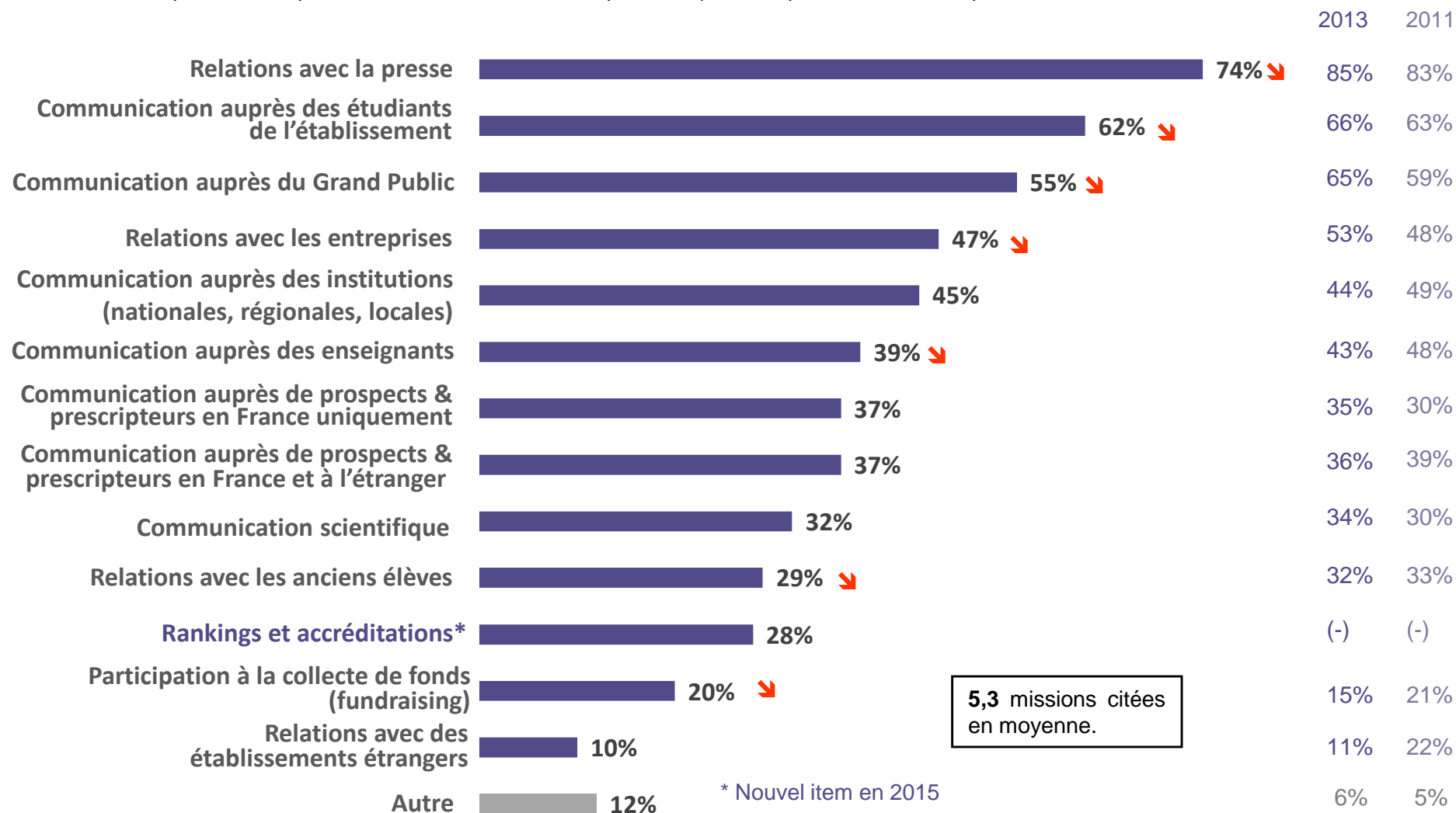
> Votre établissement mène-t-il des actions de communication... ?



Les grand public et les étudiants, cibles prioritaires

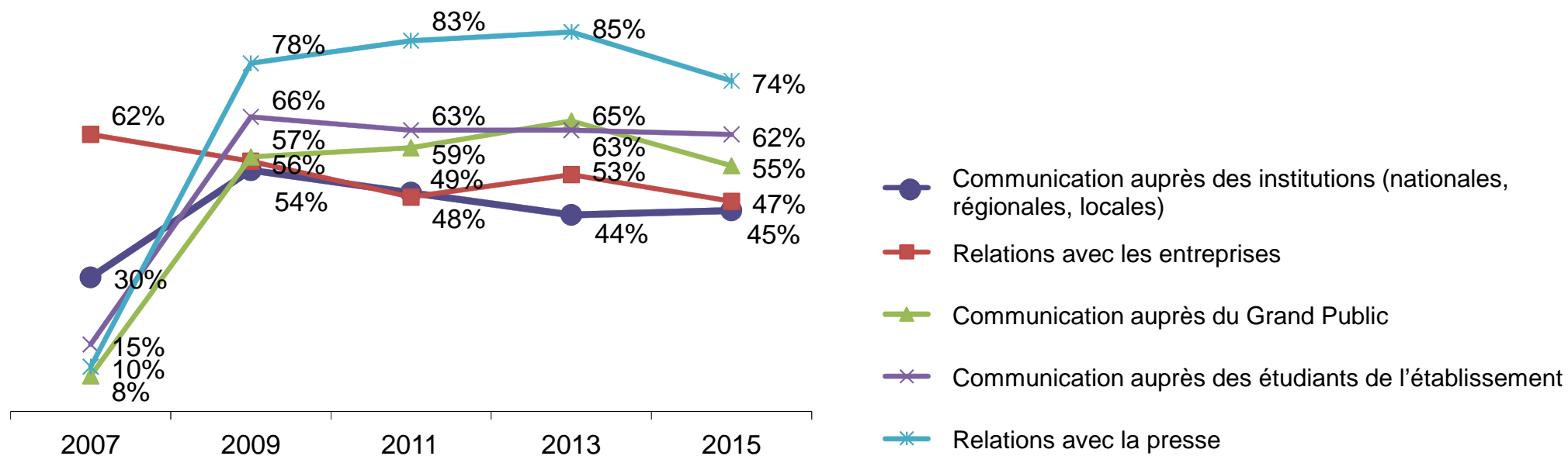
> Indiquez quelles sont les missions principales du service communication :

Question à réponses multiples classées selon l'ordre d'importance | Base répondants : 105 responsables du service communication



Les grand public et les étudiants, cibles prioritaires

> Indiquez quelles sont les missions principales du service communication :
Question à réponses multiples classées selon l'ordre d'importance



La communication de recrutement, une priorité pour un quart des établissements

> Indiquez quelles sont les missions principales du service communication :

1^{er} choix

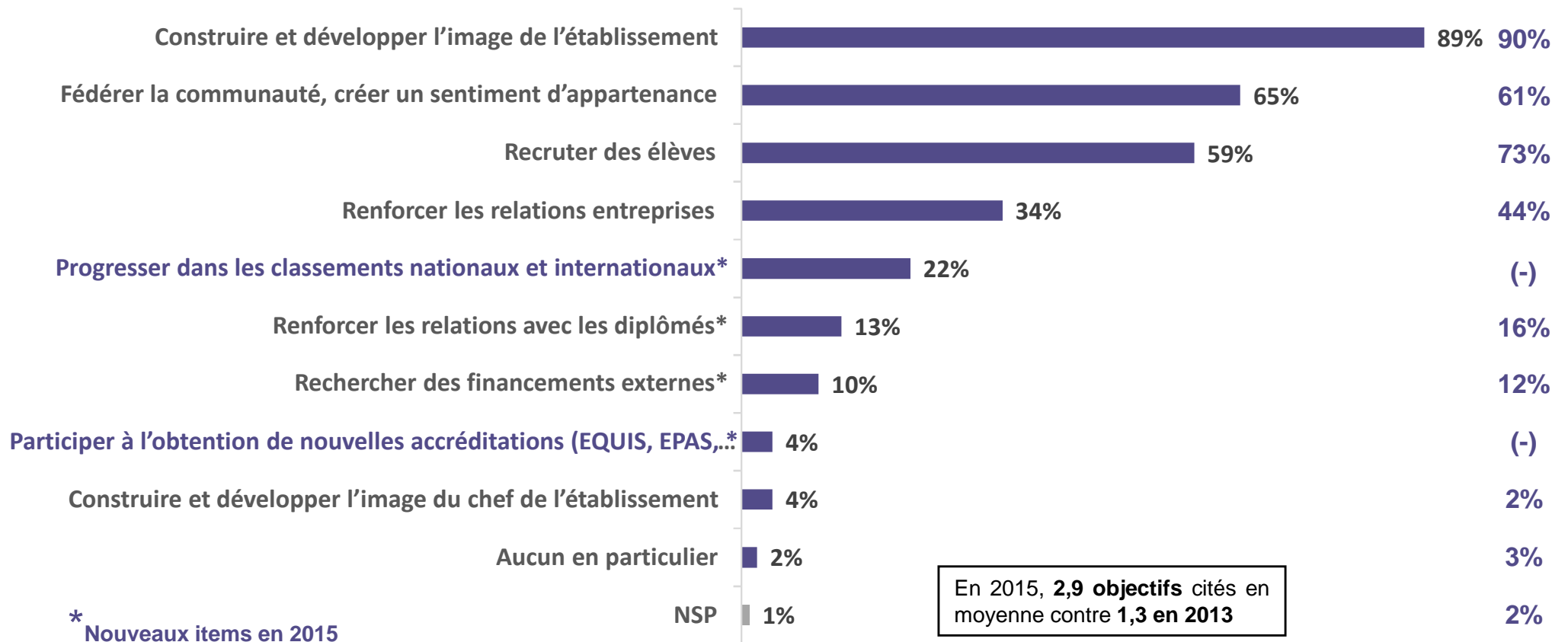
	2011	2013	2015
Communication auprès de prospects et prescripteurs en France uniquement	24%	26%	27%
Communication auprès des prescripteurs en France et à l'étranger	24%	24%	25%
Communication auprès du Grand Public	14%	12%	13%
Relations avec les entreprises	4%	11%	6%
Communication auprès des institutions	7%	5%	6%
Communication scientifique	2%	3%	6%
Relations avec la presse	9%	7%	5%
Communication auprès des étudiants de l'établissement	7%	8%	4%
Participation à la collecte de fonds	0%	0%	2%
<i>Ranking</i> et accréditations	-	-	2%
Communication auprès des enseignants	0%	2%	<1%
Relations avec les anciens élèves	0%	1%	<1%
Relations avec des établissements étrangers	3%	1%	0%

3 objectifs prioritaires : image, communication interne et communication de recrutement

> Quels sont les 3 objectifs prioritaires qui ont été fixés ?

Question à réponses multiples | Base répondants : 105 responsables du service communication

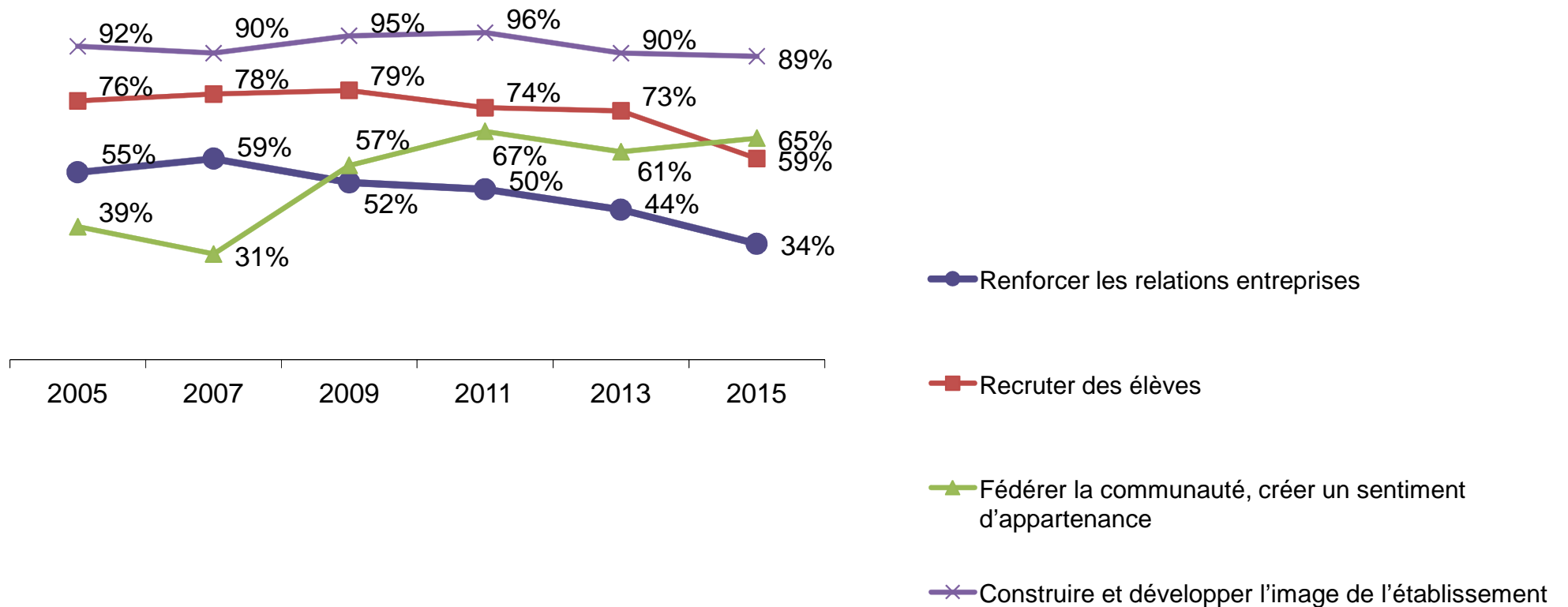
En 2013



* Items initiés en 2013

3 objectifs prioritaires : image, communication interne et communication de recrutement

> Quels sont les 3 objectifs prioritaires qui ont été fixés ?

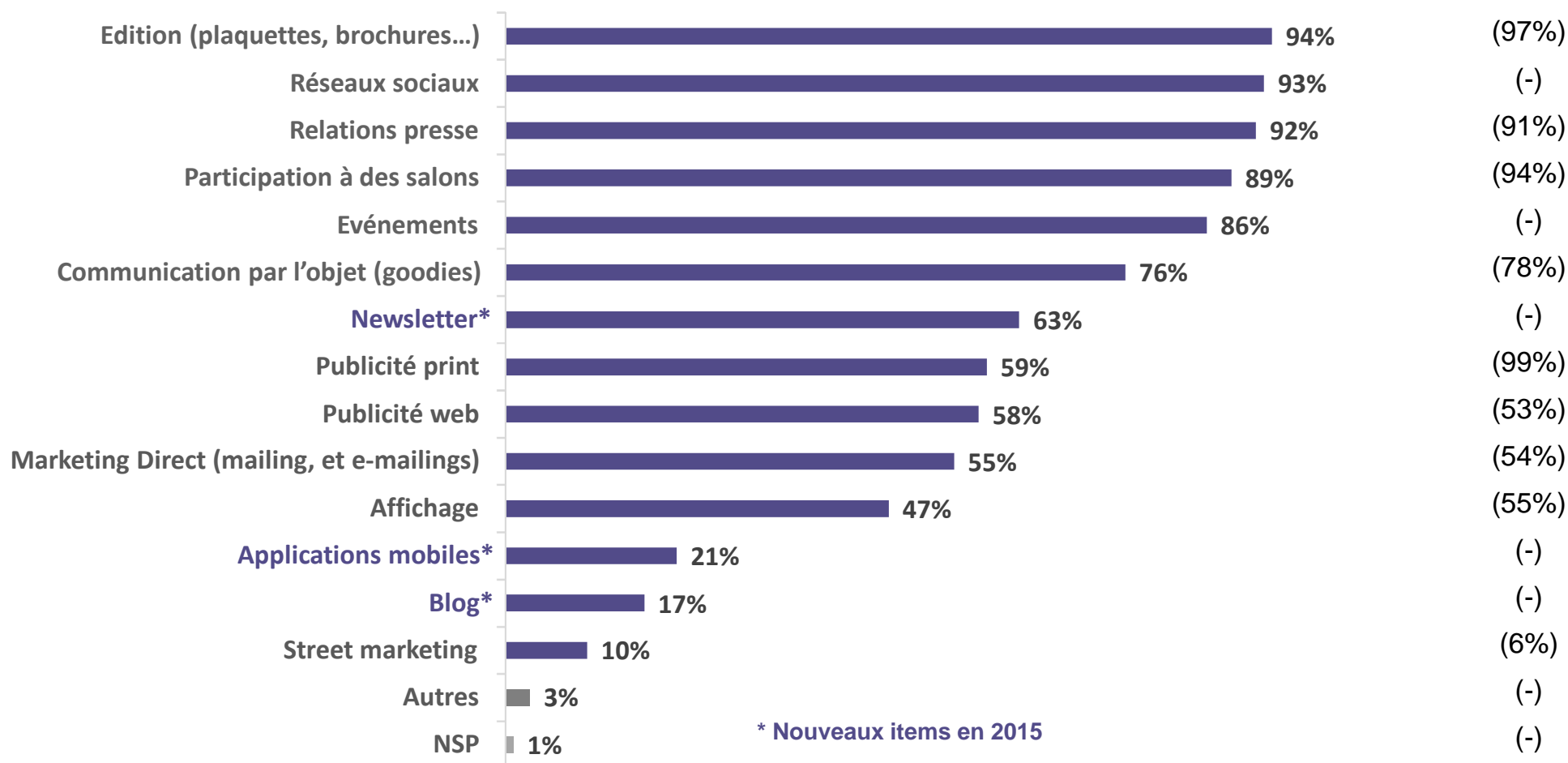


La multiplication des outils de communication

> Quels sont les outils que vous utilisez en communication externe ?

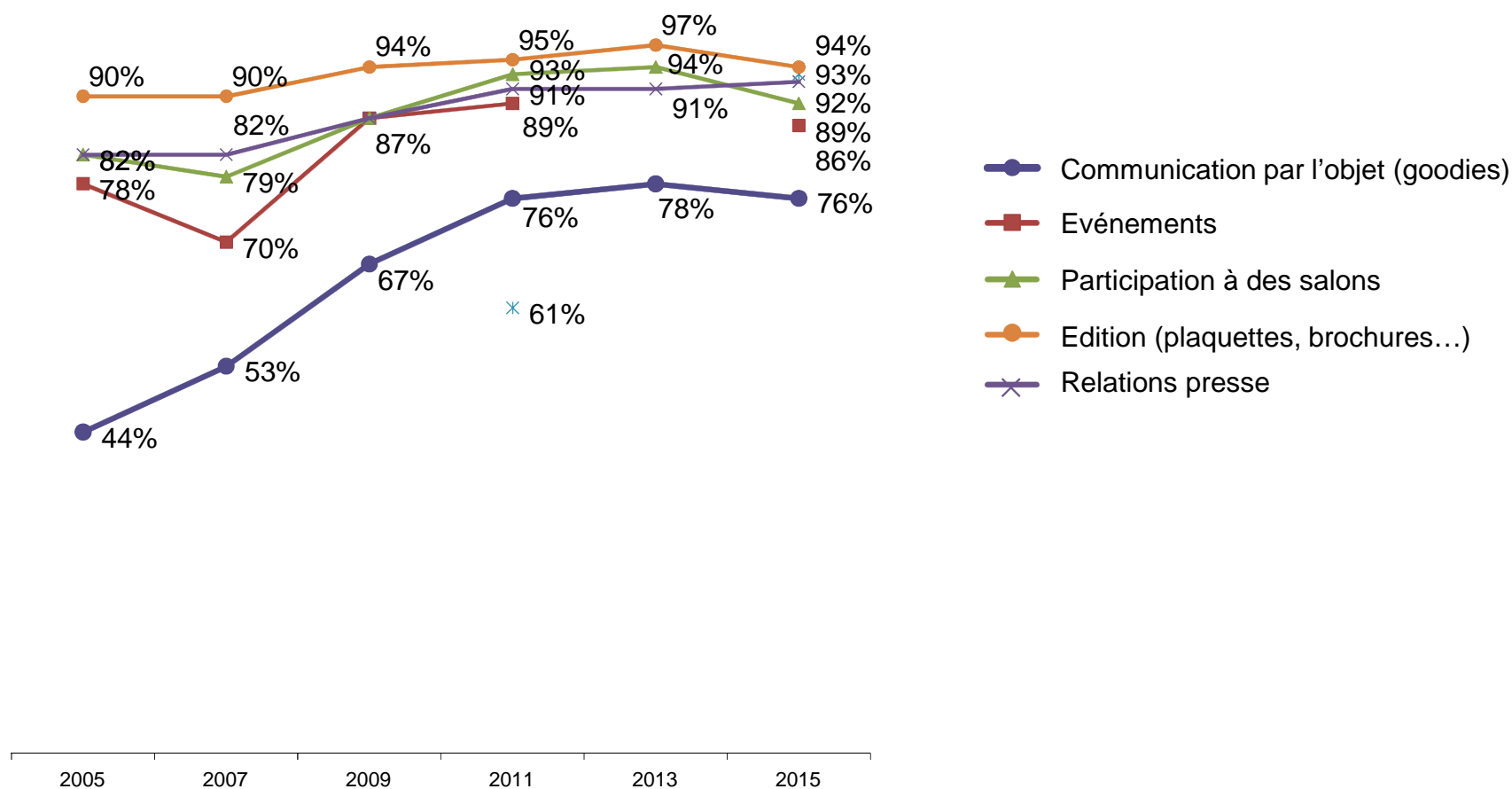
Question à réponse multiple | Base répondants : 105 responsables du service communication

(Rappel 2013)



La multiplication des outils de communication

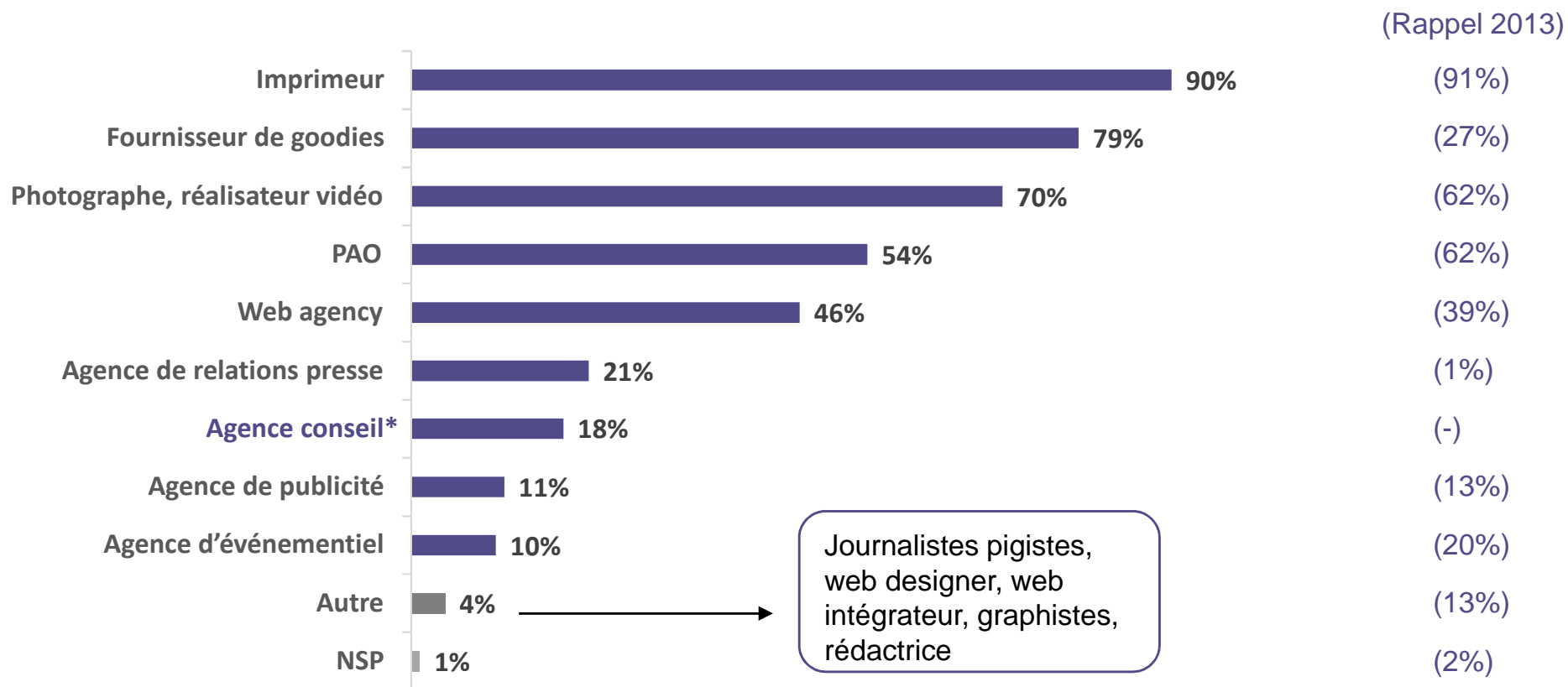
> Quels sont les outils que vous utilisez en communication externe ?



Les prestataires extérieurs sollicités

> Quels sont les profils des prestataires avec lesquels vous travaillez ?

Question à réponses multiples | Base répondants : 105 responsables du service communication



* Nouvel item en 2015

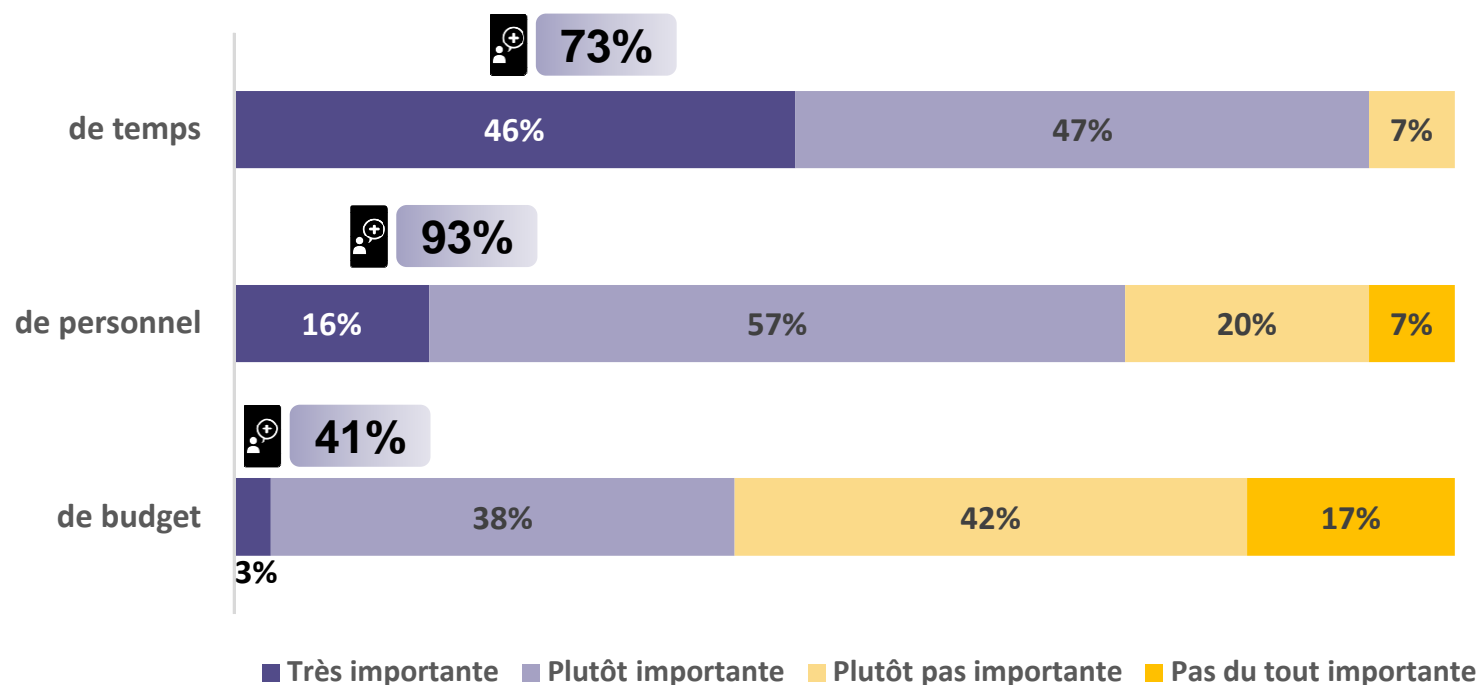
La révolution digitale



Montée en charge de la communication on-line

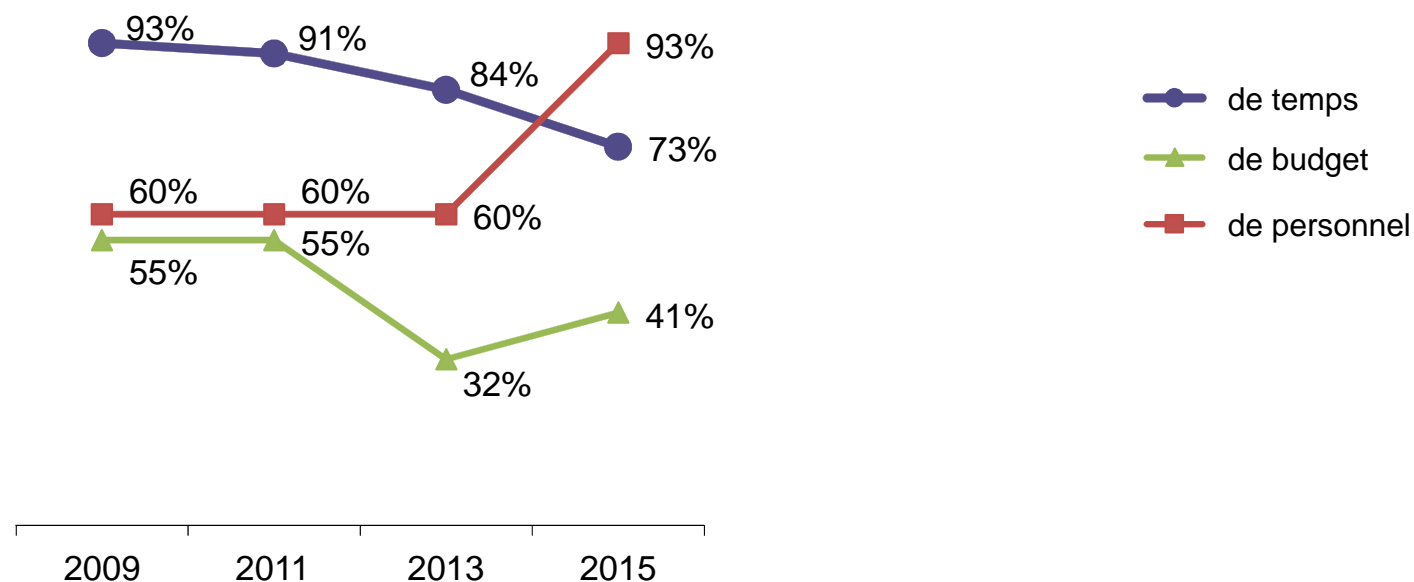
- > Diriez-vous que, dans la communication de votre établissement, la communication digitale a pris une part très importante, plutôt importante, plutôt pas importante ou pas du tout importante en termes...

Question à choix unique | Base répondants : 105 responsables du service communication



Montée en charge de la communication on-line

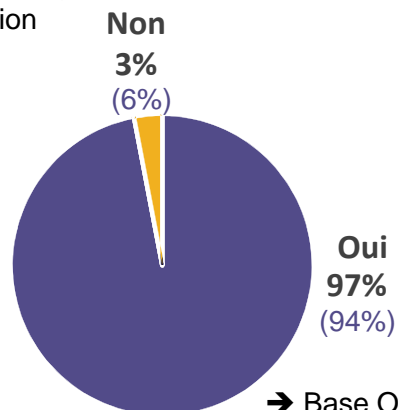
- > Diriez-vous que, dans la communication de votre établissement, la communication digitale a pris une part très importante, plutôt importante, plutôt pas importante ou pas du tout importante en termes...



Les réseaux sociaux, un passage obligé

> Votre établissement est-il présent sur les réseaux sociaux ?

Question à choix unique | Base répondants : 105 responsables du service communication

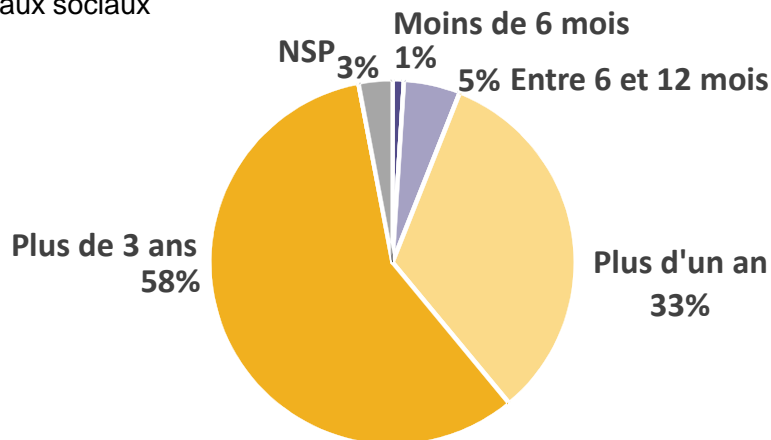


(Rappel 2013)

→ Base Oui = 102 répondants.

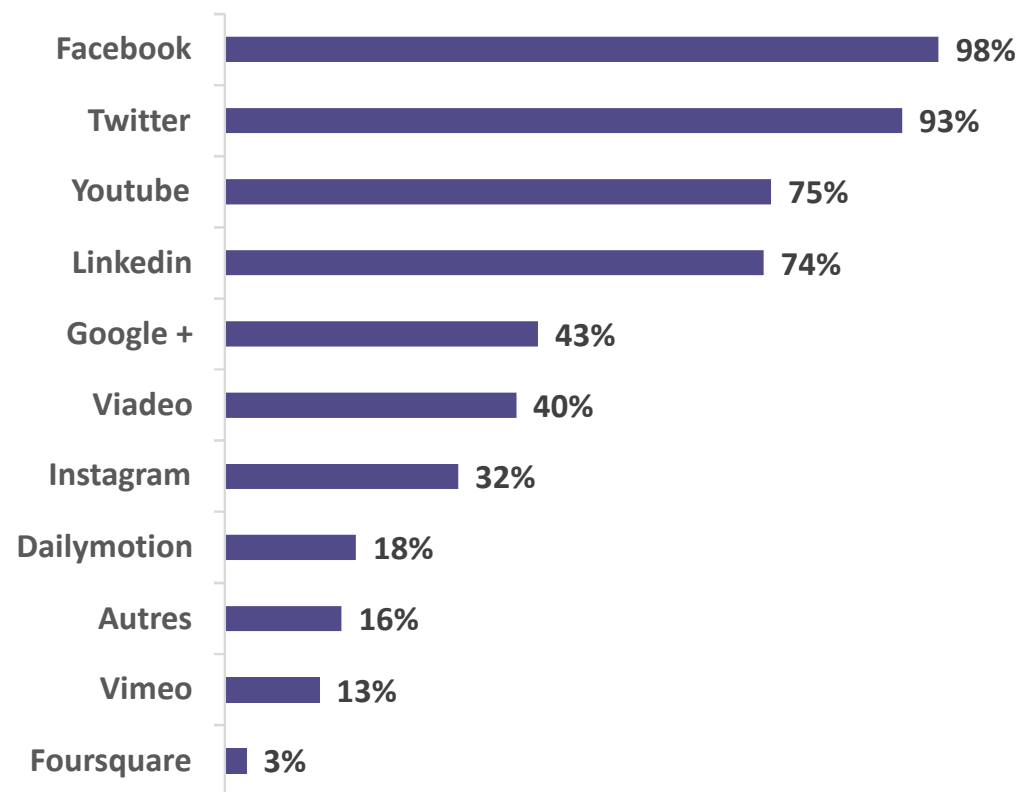
> Si oui, depuis combien de temps ?*

Question à choix unique | Base répondants : 102 présents sur les réseaux sociaux



> Si oui, sur quels réseaux sociaux ?*

Question à réponses multiples | Base répondants : 102 présents sur les réseaux sociaux

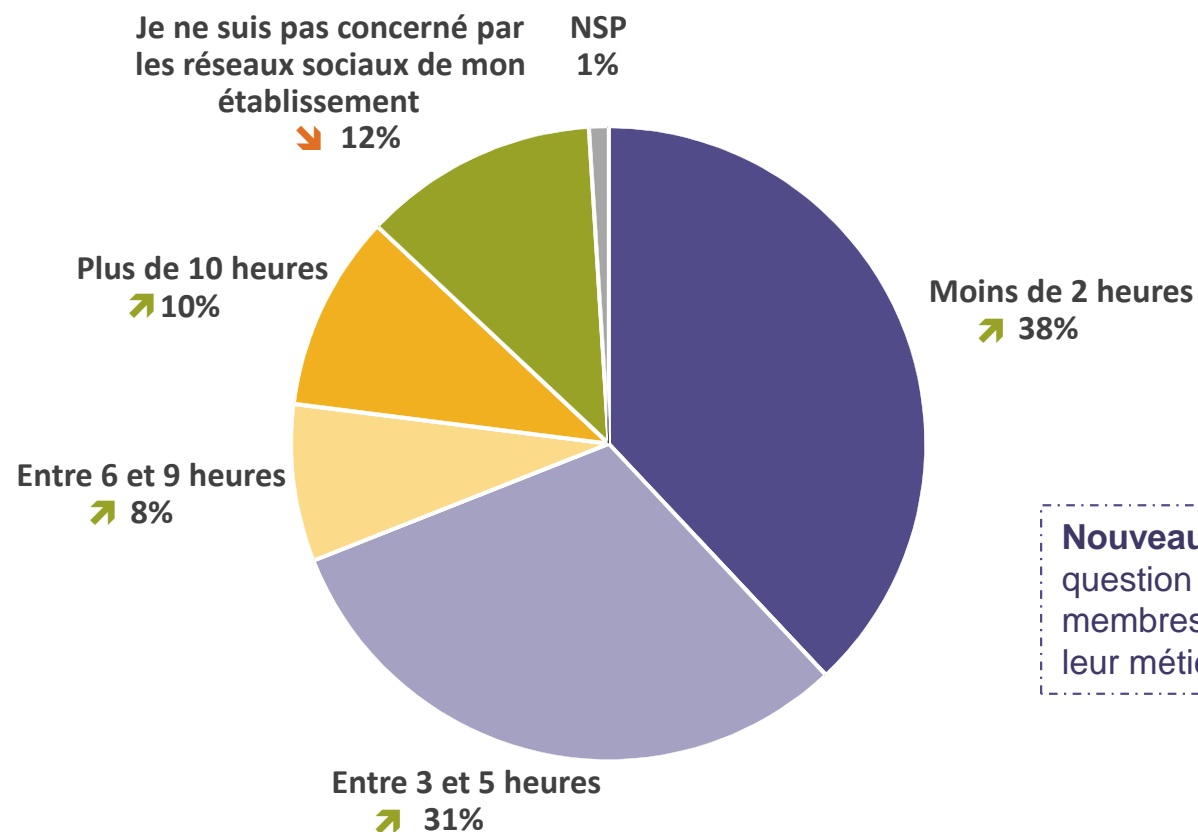


*Nouvelle question

Les réseaux sociaux, un passage obligé pour tous les communicants

- > Consacrez-vous du temps aux réseaux sociaux de votre établissement ? Si oui, combien de temps y consacrez-vous par semaine ?

Question à choix unique | Base répondants : 224



Nouveauté 2015 :
question posée à tous les membres, quel que soit leur métier.



OCCURRENCE

études et conseil en communication



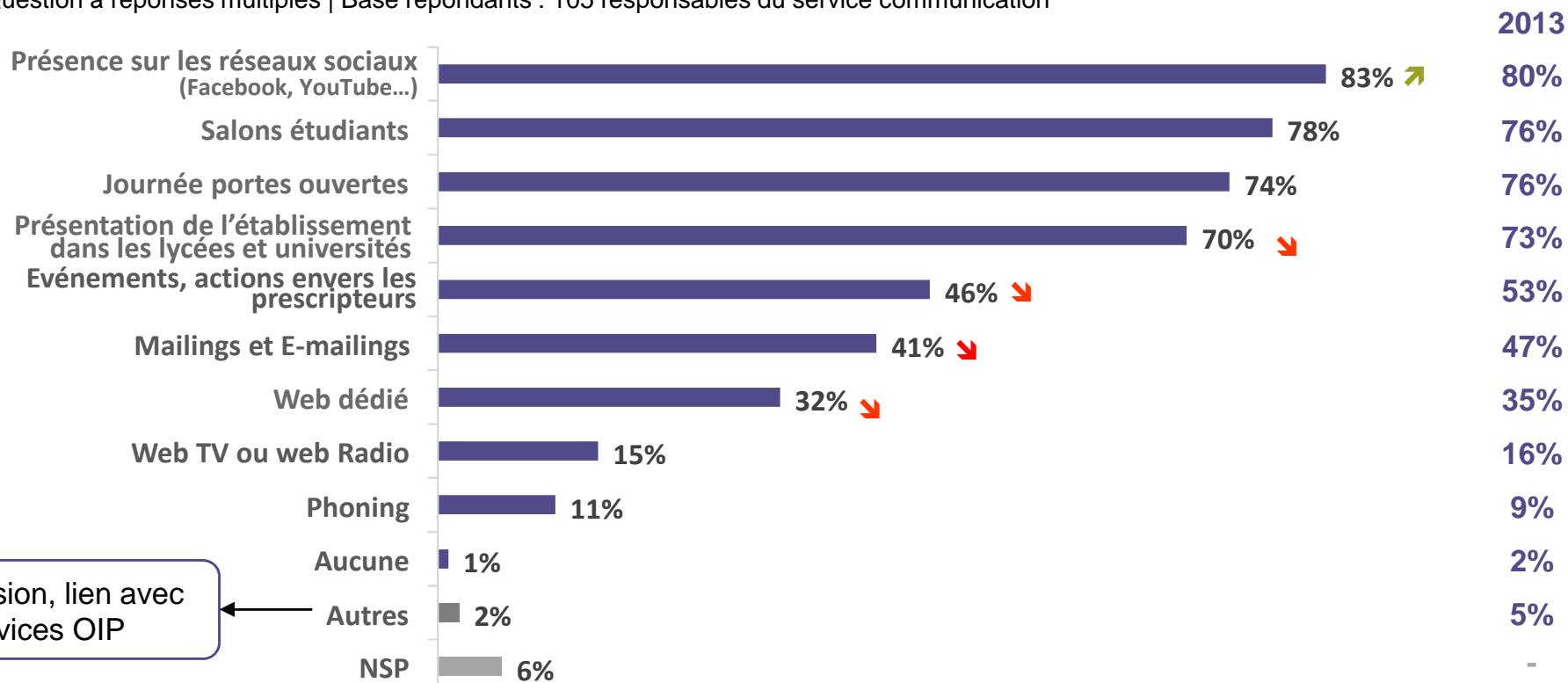
La communication de recrutement entre virtuel et réel



Réseaux sociaux et événementiel / salons, les 2 piliers de la communication de recrutement

> Parmi les actions de communication de recrutement, quelles sont celles mises en œuvre par votre service ?

Question à réponses multiples | Base répondants : 105 responsables du service communication



Immersion, lien avec les services OIP

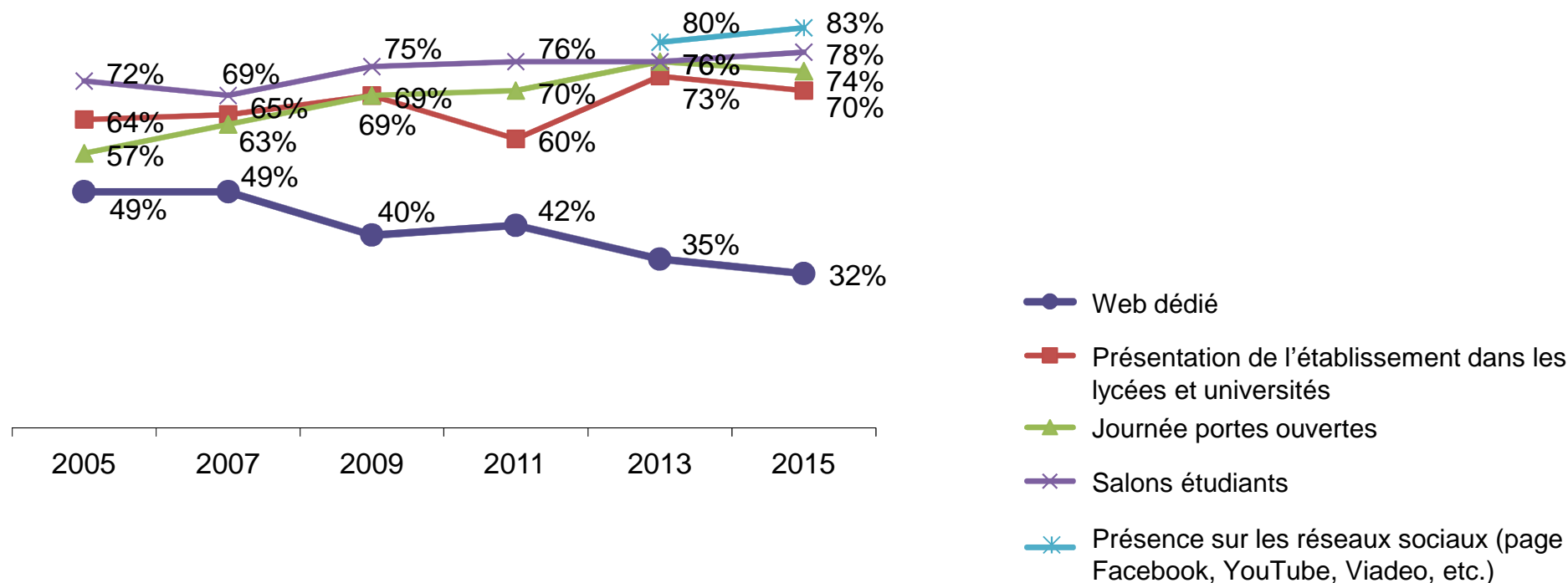
→ En moyenne, chaque service a mis en œuvre **4,5** actions de communication de recrutement en **2015** contre 4,8 en 2013 et 3,7 en 2011.

→ **Une présence qui s'affirme sur les réseaux sociaux.**

→ **Parallèlement, on note une baisse relative des événements et des actions envers les prescripteurs.**

Réseaux sociaux et événementiel / salons, les 2 piliers de la communication de recrutement

> Parmi les actions de communication de recrutement, quelles sont celles mises en œuvre par votre service ?



La communication interne et l'accompagnement du changement, enjeux majeurs pour demain ?

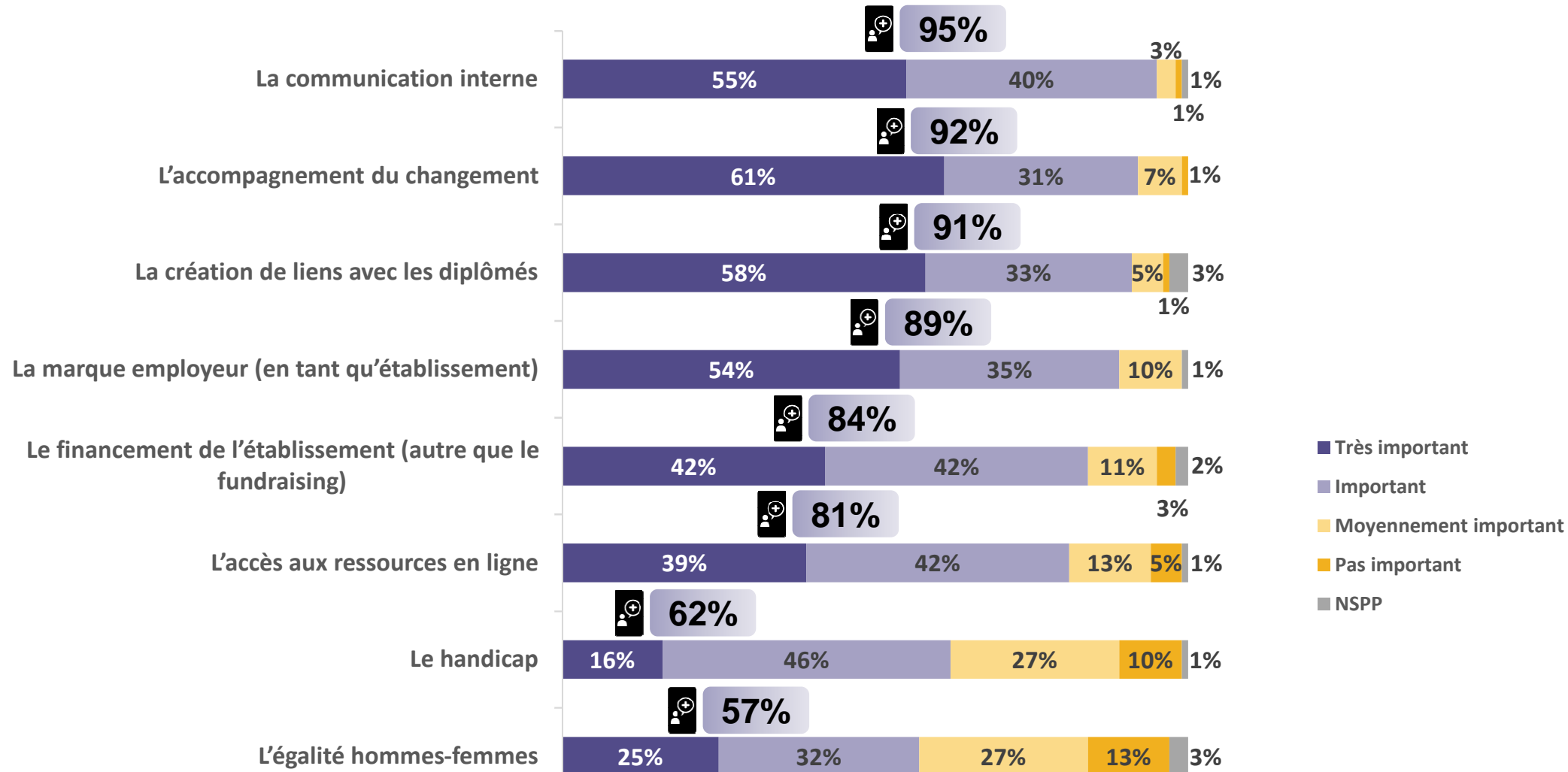


10

3 enjeux se dégagent : communication interne, accompagnement du changement, lien avec les diplômés

> Voici une série d'items qui nous semblent pertinents pour l'évolution de nos métiers. Merci de nous dire s'ils le sont pour vous :

Questions à choix unique | Base répondants : 105 responsables du service communication





OCCURRENCE

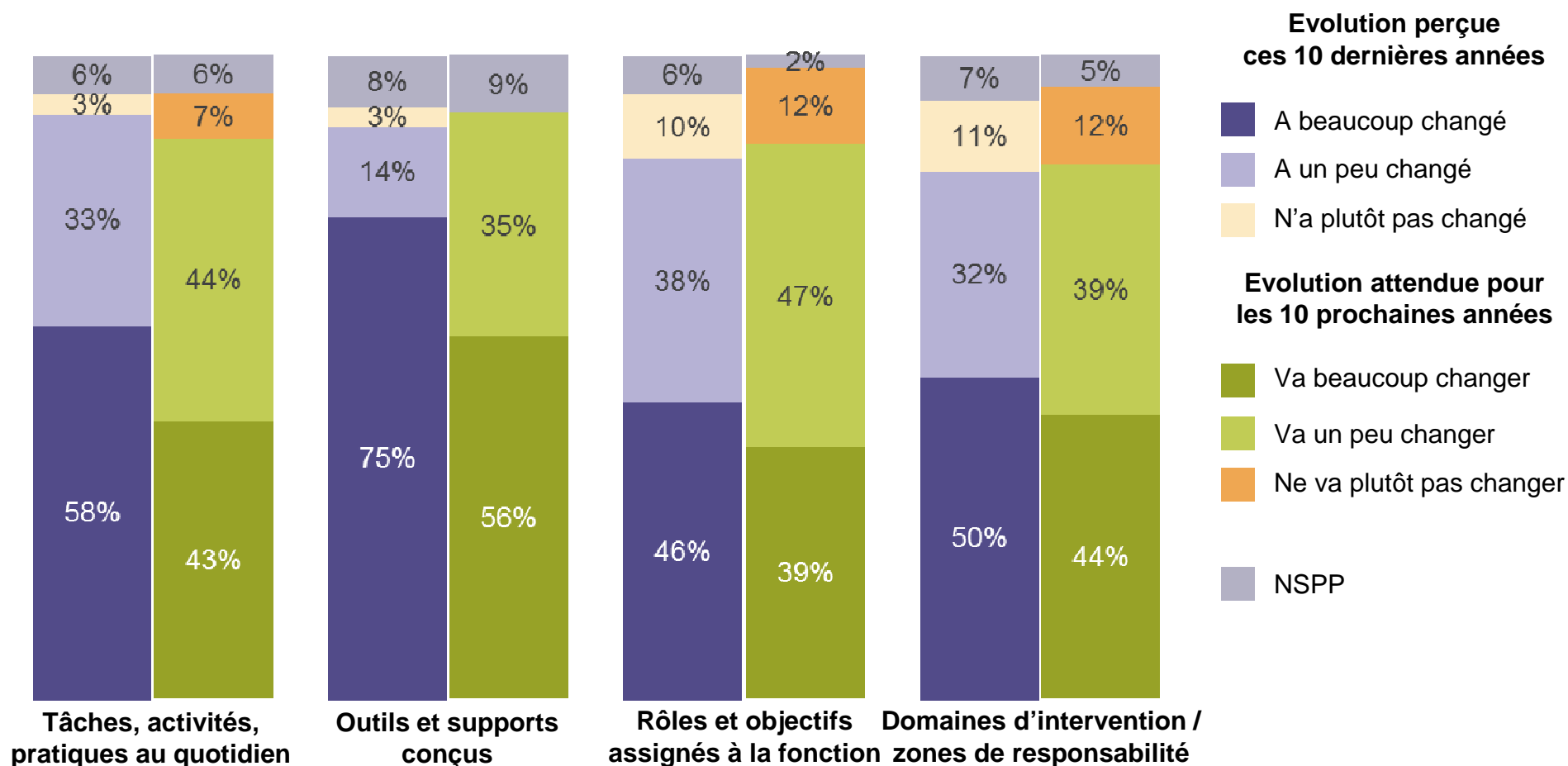
études et conseil en communication



Bilan de 10 ans de communication dans l'enseignement supérieur... par les communicants eux-mêmes

Bilan et perspectives pour la fonction

> Comparaison entre les évolutions perçues ces 10 dernières années et les évolutions envisagées pour les 10 prochaines années sur 4 dimensions de la fonction :



Internet et la multiplication des outils a bouleversé le paysage de la communication

> D'après vous, quels sont les principaux changements qui ont marqué la fonction communication dans l'enseignement supérieur ces 10 dernières années ?

Question à choix unique | Base répondants : 105 responsables du service communication

