

Une étude BVA Opinion pour GENIUS conforte une nouvelle ère pour les métiers de la communication, du marketing et du digital

Alors que l'on assiste à la mutation du monde du travail et des aspirations professionnelles des actifs, les secteurs de la communication, du marketing et du digital n'y échappent pas. L'arrivée des générations X et Y et leur approche de l'emploi a accéléré les transformations de l'organisation du travail. Très répandu dans le secteur de l'informatique et de la finance, l'outplacement peut pourtant se révéler être une réponse aux aspirations professionnelles des actifs de la communication, du marketing et du digital. Ainsi, **GENIUS**, première communauté de talents dans ces secteurs, a mené une enquête avec **BVA Opinion** en mai 2018 auprès de **professionnels et de décideurs en entreprises**.

Un nomadisme affiché

Force est de constater que les changements de poste sont dorénavant de mise dans une carrière. L'époque où l'on effectuait l'ensemble de son parcours professionnel au sein d'une même entreprise est définitivement révolue.

Ainsi, on observe que **78% des actifs de la communication, du marketing et du digital interrogés ont changé d'emploi au moins une fois au cours de leur carrière**. Un nomadisme qui intervient très tôt puisque **les 18-34 ans sont près de 7 sur 10 à avoir déjà été dans ce cas (69%)**. « *Le mode mission proposé ici est intéressant car cela permet de mêler la diversité et la capacité de choisir, c'est une possibilité de se constituer un véritable CV C'est quelque chose qui attire les jeunes.* », détaille **Danièle Linhart**, sociologue et directrice de recherche émérite au CNRS.

Plusieurs motivations entraînent ce souhait de changement chez les actifs. Arrivent en premier lieu, le désir d'une **meilleure rémunération (63% des citations)** et le souhait de **gagner en compétences (60%)**. Près de la moitié citent également la **volonté d'évoluer de statut dans leur activité (46%)**.

Face à ce besoin de changement, certains choisissent le freelancing (+126% en 10 ans du nombre de freelances en France¹) ou encore l'outplacement, nouvellement disponible dans le secteur de la communication, du marketing et du digital.

Une attractivité de l'outplacement qui se confirme

La volonté de changement régulier d'emploi affichée par les professionnels peut parfois être freinée par les risques encourus ou obstacles rencontrés : crainte du changement (démission/période d'essai non validée), une recherche d'emploi en étant en poste se révèle parfois longue et chronophage, mauvaise impression des recruteurs face au cumul d'expériences, etc... L'outplacement se révèle être ainsi une solution pour accéder au changement : **6 actifs sur 10 interrogés déclarent être intéressés par cette solution (60%)** et plus encore chez les moins de 25 ans (73%). Cet intérêt fort s'illustre par les avantages attendus par les actifs :

- **la découverte de différentes entreprises (32%),**
- **l'acquisition de nouvelles compétences (26%),**
- **les avantages du statut de salarié (21%)** cumulés aux avantages de la diversité qu'offre le freelancing,
- **la formation professionnelle (13%).**

« *Cette façon de travailler me permet d'intégrer beaucoup de compétences et d'expériences en peu de temps du fait de la diversité des missions* », explique **Amira Arfaoui**, talent GENIUS.

¹ Données Eurostats

Enfin, du côté des entreprises, elles sont **52% à penser avoir recours**, dans les prochaines années, à **des consultants extérieurs pour des périodes plus ou moins longues**. Les sociétés y voient plusieurs avantages, dont :

- **l'apport en expertise différente (76%),**
- **la possibilité de disposer de ressources supplémentaires rapidement (57%),**
- **la transmission de savoir entre les équipes salariées et les professionnels extérieurs (52%).**

« *Ce qui est intéressant c'est la possibilité d'acquérir une expertise dans un cadre de recrutement sécurisé. Mais aussi d'avoir des professionnels qui vont s'intégrer rapidement et s'adapter à différentes cultures d'entreprise.* » expose **Nathalie Lemesle**, ex-DRH dans de grands groupes français et cofondatrice d'un cabinet de conseils en Ressources Humaines.

Un partage d'expériences riche entre actifs et entreprises

La diversité, tant des actions que des expertises, s'affiche très nettement comme étant au cœur de l'attente, des actifs et des entreprises. En effet, **48% des actifs estiment pouvoir bénéficier d'une diversité des actions et sujets** à travers les missions proposées par l'outplacement. **76% des entreprises** perçoivent ce type d'intervention comme **un apport en expertise** et **44% comme une façon d'insuffler une dynamique nouvelle au sein de leur organisation à travers les méthodologies atypiques des consultants extérieurs**.

GENIUS, une approche en adéquation avec les attentes des professionnels et des entreprises

En s'adaptant au bouleversement des codes de l'emploi du secteur de la communication, du marketing et du digital, GENIUS répond à la fois aux attentes des professionnels et à celles des entreprises.

Des missions variées au cœur de différents secteurs, des formations dispensées tout au long de l'année et une sérénité assurée à travers un contrat en CDI sont les promesses premières de la solution GENIUS.

Des missions ponctuelles de 3 à 36 mois, des experts recrutés par des professionnels du secteurs sont autant de réponses au besoin d'expertise et d'adaptabilité des entreprises.

« *Nous avons pour ambition de réinventer la relation de travail entre entreprises et actifs sur notre secteur, en créant une communauté de talents, formés en continu et placés chez nos clients pour répondre à leurs besoins.* », précise **Josselin Martin**, Directeur Général de GENIUS.

Méthodologie de l'étude :

Etude réalisée par internet et téléphone du 22 au 29 mai 2018 auprès d'un échantillon représentatif de 224 salariés ou indépendants ayant un emploi dans les secteurs du marketing, de la communication ou du digital et 202 entreprises de 50 salariés et plus (interrogation des fonctions de direction : chef d'entreprise, DG/DGA, DRH, directeur marketing/communication/digital). La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, statut d'emploi, région de résidence.

A propos de GENIUS :

GENIUS, fondée en janvier 2017, est une communauté de talents experts sur les métiers de la communication, du marketing et du digital, et placés en mission au service de ses clients. GENIUS réinvente la relation de travail entre professionnels et entreprises.

A propos de BVA Opinion :

BVA **3ème institut d'études en France** et dans le **top 25 mondial** avec un CA de 90 millions d'euros en 2014, est structuré autour de 4 grands pôles d'expertise : Opinion, Services, Grande Consommation et Healthcare. Le département Opinion rassemble une vingtaine de spécialistes des études d'opinion, qualitatives et quantitatives, qui accompagnent leurs clients institutionnels privés ou associatifs sur leurs problématiques politiques, sociétales ou de communication.

Contact Presse : Le Bureau de Com

Juliette Lemoine – 01 85 09 27 14 – jlemoine@lebureaudecom.fr

Laurine Latrubesse – 01 85 09 28 20 – llatrubesse@lebureaudecom.fr