

# Quel avenir pour les métiers de la communication ?

Le secteur de la com' recherche des jeunes diplômés à l'aise avec les nouvelles technologies et les réseaux sociaux, qu'ils doivent maîtriser de manière poussée. Les conseils de nos experts pour tracer au mieux votre parcours.

**Le mois prochain : les métiers du tourisme-hôtellerie.**

## QUELS SONT LES MÉTIERS QUI RECRUTERONT D'ICI À CINQ ANS ?

### GREG MANSET

« À travers les offres d'emploi publiées sur notre site, nous constatons deux choses. D'abord que nous allons vers un élargissement des compétences des attachés de presse et chargés de communication, dans le marketing et le technique. Par exemple, il leur est aujourd'hui demandé non seulement d'avoir des retombées auprès des journalistes, mais aussi de faire du référencement

**« Vers un élargissement des compétences dans le marketing et la technique »** Web. Ensuite, les compétences qui sont demandées aux professionnels de la communication se rapprochent de plus en plus de celles demandées aux journalistes. Si bien que la plupart des annonces que nous recevons actuellement pourraient s'adresser indifféremment à ces deux types de professionnels. »

### MICHELLE AMIARD

« Bonne nouvelle, notre secteur a besoin des jeunes ! Des équipes trop "seniors" risquent d'être un peu "languées" avec les nouvelles technologies et les réseaux sociaux. On voit d'ailleurs apparaître de nouvelles fonctions : community management, webmastering... À côté de cela, les fondamentaux restent très importants. On recherche d'ailleurs toujours des profils qui savent bien écrire, bien parler, avec une bonne culture générale. Ce sont des bases qui ne s'avèrent pas si évidentes que ça à trouver chez les candidats. »

### VALÉRIE JEANNE-PERRIER

« Les modalités de communication interne et externe se rapprochent, notamment avec l'arrivée d'outils que l'on retrouve dans ces deux

contextes, comme les réseaux sociaux. Ainsi, les contenus ont tendance à circuler plus facilement de l'un à l'autre et les salariés à devenir les porte-paroles des organisations. Par ailleurs, le développement des réseaux sociaux génère l'idée que l'on fait tomber les hiérarchies. Or si les modes de communication deviennent plus transversaux, cela ne veut pas dire pour autant que les hiérarchies tombent. Les droits d'accès à l'information sont toujours gérés par les managers de communication, qui deviennent alors des experts capables d'aider les autres à être de bons communicants de l'entreprise. »

### FRÉDÉRIQUE PUSEY

« Nos métiers ont de l'avenir, car la gestion de l'image d'une entreprise ou la promotion d'un produit dépendent de l'opinion que peut s'en faire le consommateur final. Or il y a de moins en moins de filtres entre l'émetteur et le consommateur de l'information. Par conséquent, notre rôle de passeur devient réellement de plus en plus prégnant, essentiel dans la chaîne de l'information. Aujourd'hui, il y a un métier où les entreprises ont véritablement un mal fou à recruter, c'est celui de *community manager*. Il est difficile de trouver des

**« Les entreprises ont un mal fou à recruter pour le métier de community manager »** candidats suffisamment jeunes qui sont parfaitement à l'aise avec les nouvelles technologies, tout en ayant également la maturité suffisante pour réagir en temps réel, délivrer les bonnes informations et épauler un comité de direction. Ce sont des choses qui ne s'acquiescent qu'avec l'expérience. »

### Nos experts

#### Greg Manset



Fondateur et responsable de categorynet.com.

#### Valérie Jeanne-Perrier



Maître de conférences en sciences de l'information et de la communication au Celsa de l'université Paris-Sorbonne.

#### Virginie Munch



Directeur général de ISCOM (Institut supérieur de communication).

#### Frédérique Pusey



Présidente du SYNAP (Syndicat national des attachés de presse et des conseillers en relations publiques) et dirigeante de l'agence FP & A.

#### Michelle Amiard

Directrice générale de C3M (agence de relation presse et de communication).

## VIRGINIE MUNCH

« Les métiers traditionnels seront toujours là. En revanche, ce qui va changer, ce sont les usages que feront les professionnels de toutes les nouvelles technologies. En effet, le Web fait véritablement évoluer nos métiers : marketing collaboratif, échanges direct avec les cibles, gestion

de communauté, mais aussi gestion de contenu sont des exemples de nouvelles fonctions en plein essor. Je pense également que les métiers qui sont liés à la gestion de l'image d'une entreprise, à la gestion de crise ainsi que tous ceux touchant à la stratégie de marque sont promis à un bel avenir. »

## QUEL CHOIX D'ETUDES AUJOURD'HUI ?

### GREG MANSET

« Lorsque l'on recherche une formation, il est essentiel de vérifier que la dimension Internet a bien été intégrée aux fondamentaux. Dans beaucoup d'écoles, Internet reste un outil parmi d'autres, alors que c'est bien plus que ça. Le niveau de compétence Web actuel des attachés de presse et chargés de com' sortant de l'école est tellement bas que ces candidats passent à côté de nombreux postes. Je conseillerais donc de rechercher des formations complémentaires courtes et très pratiques, en marketing ou référencement, par exemple. Une double formation communication et webmarketing serait particulièrement intéressante en termes d'opportunités professionnelles. »

### MICHELLE AMIARD

« Nous sommes souvent amenés à coordonner des actions avec des confrères étrangers. Pour cela, une excellente maîtrise de l'anglais est indispensable. Toute formation doit donc inclure une réelle expérience à l'étranger. Nous avons un recrutement varié en termes de profils et de formations initiales. L'EFAP-École des métiers de la communication et le Celsa ont une très bonne réputation, mais nous apprécions également les diplômés de masters en communication, les formations en sciences politiques (IEP ou université). Le bac + 5 n'est pas indispensable, mais il correspond généralement à une maturité et à un niveau de culture générale. Pour le candidat, c'est aussi un plus en termes de grille salariale, or le salaire d'embauche est important pour la suite de la carrière. »

**« Toute formation doit inclure une expérience effective à l'étranger »**

### FRÉDÉRIQUE PUSEY

« Ces métiers sont ouverts à une grande et large diversité de profils. Si le Celsa reste l'une des voies royales pour ceux qui sont capables de faire des études longues, les IUP [instituts universitaires professionnalisés], comme les BTS [brevets de techniciens supérieurs] et formations universitaires classiques sont intéressants.

**« Les stages de longue durée ou, encore mieux, l'alternance, sont une nécessité »**

Il ne faut pas se leurrer, il y a un écart important entre le nombre de jeunes arrivant sur le marché du travail et le nombre de postes. Les stages de longue durée ou, encore mieux, l'alternance, sont donc une absolue nécessité. »

### VALÉRIE JEANNE-PERRIER

« Les parcours assez courts, du type DUT [diplôme universitaire de technologie] information-communication permettent des poursuites d'études à l'université en science de l'information et de la communication. En parallèle, il faut veiller à rester curieux de l'actualité économique et sociale. Si on a le goût de la technique, il y a des opportunités à saisir pour devenir expert sur les nouveaux médias et occuper des postes de community manager, media planner... On passera alors par des parcours d'ingénieurs pour devenir expert avant de bifurquer vers un M2 [deuxième année de master] de communication. »

### VIRGINIE MUNCH

« Je recommande une formation généraliste pour acquérir une compréhension du monde et de l'entreprise, une bonne culture générale et un esprit critique. Cette formation doit aussi stimuler la créativité, car les outils technologiques conduisent souvent à une stratégie d'imitation, alors que dans la communication, mieux vaut être dans l'innovation. Enfin, la formation doit enseigner les usages professionnels des outils de communication, qui sont différents de la maîtrise que les étudiants en ont à titre privé. » ■

PROPOS RECUEILLIS PAR GABRIELLE BLANCHOUT



**UNE ATTACHÉE DE PRESSE ET UN RESPONSABLE COMMUNICATION racontent leur métier en vidéo sur [letudiant.fr](http://letudiant.fr), rubrique « LetudiantTV ».**

## Le chiffre

✓ **Quatre années d'études postbac** (soit bac + 4), c'est le niveau moyen actuel de formation des professionnels de la communication.

Source : SYNAP, étude 2010.



Éditions L'Étudiant, 12,90 €.