



UNE MARQUE D'AVANCE



Communiqué de presse - novembre 2013

40 FICHES SUR LES METIERS DE LA COMMUNICATION LE PREMIER REFERENTIEL METIER CONSTRUIT PAR UN COLLECTIF DE PROFESSIONNELS

Fruit d'un travail collectif de plus de 36 mois des 10 principaux syndicats et associations nationaux, représentant l'ensemble des métiers de la communication, le site www.metiersdelacomunication.fr a été mis en ligne le 20 novembre.

Contexte

L'idée de ce projet est né du constat que ces métiers en pleine mutation se sont particulièrement professionnalisés ces dernières années entraînant une modification profonde du périmètre dans lesquels ils s'exercent.

Ce premier travail participe d'un désir commun des associations représentées de dresser à terme un état des lieux objectif des métiers de la communication pour :

- mesurer le poids économique (CA, nombre d'emplois générés, etc.) de chaque filière,
- évaluer la création de valeur générée par la communication.

Le référentiel recense, sous forme de 40 fiches, les principaux métiers de la communication, en mettant en exergue leur réelle spécificité et leur variété : l'événementiel, les relations presse et publics, le numérique, la communication corporate ou institutionnelle, la publicité, la communication interne ou externe...

Ce référentiel vise à couvrir l'ensemble des métiers de la communication, afin d'être utile à tous les professionnels et futurs professionnels de la communication, mais également aux chefs d'entreprise, aux recruteurs (cabinets, DRH), aux pouvoirs publics et organismes officiels (INSEE, Pôle Emploi, ministères, CIO, ONISEP...), ainsi qu'au monde de l'enseignement et de la formation. Il doit en effet permettre de faciliter l'orientation professionnelle des jeunes et de mieux adapter les formations aux pratiques professionnelles. Le public étudiant pourra y trouver des réponses précises aux nombreuses questions et idées reçues que suscitent les métiers de ce secteur.

Structure du référentiel

Afin de favoriser une plus grande lisibilité, les organisations partenaires ont délibérément choisi de limiter le nombre de métiers répertoriés. Ceux-ci connaissent en effet d'innombrables déclinaisons en fonction du secteur et de la structure où le professionnel exerce.

Ce site recense 40 fiches classées en 4 familles métiers :

- conseil en communication
- création et contenus
- fabrication/production
- commercial/développement

Les fiches sont toutes présentées selon une nomenclature homogène :

- définition du métier
- missions
- domaine et périmètre d'intervention
- activités et tâches
- compétences

Méthodologie

Afin de réaliser ce référentiel, un groupe de travail dédié a été mis en place réunissant un représentant de chaque association ou syndicat partenaire du projet. Le groupe a sélectionné les principaux métiers référencés, a travaillé sur une trame commune des fiches, a recensé l'ensemble des travaux existants avant de passer à la rédaction de celles-ci. L'harmonisation des fiches a été confiée à des rédactrices spécialisées en ressources humaines qui ont complété leur mission par des entretiens auprès de professionnels.

Qui sommes-nous ?

Les dix principaux syndicats et associations nationaux du secteur de la communication ont élaboré ce référentiel des métiers de la communication.

AACC

Créée en 1972, l'Association des agences-conseils en communication (AACC), est un syndicat professionnel. Représentant plus de 80 % de la profession, l'AACC regroupe 200 entreprises qui emploient aujourd'hui près de 10 000 salariés.

AFCI

Créée en 1989, l'Association française de communication interne (AfcI), regroupe plus de 480 membres, professionnels de la communication dans des entreprises publiques et privées, consultants et universitaires. Espace de professionnalisation, d'échange, et d'ouverture, l'AfcI contribue à faire évoluer la fonction communication interne et à renforcer la place de la communication dans les organisations et les pratiques de management.

ANAé

Créée en 1994, l'ANAé, Association des agences de communication événementielle, fédère 60 agences. Elle œuvre à la valorisation, la représentation et à la défense des métiers de l'événementiel. Elle a par ailleurs créé un Club des Prestataires en 2008 afin de créer des synergies entre les acteurs de la communication événementielle.

Le Club des Annonceurs

Depuis 1991, Le Club des Annonceurs rassemble plus de 100 professionnels du marketing et de la communication issus d'entreprises de premier plan.

Sa vocation est de permettre à ses membres d'anticiper dans la pratique de leur métier et d'optimiser leurs performances opérationnelles, avec pour objectif prioritaire la gestion de la marque dans tous ses points de contact.

Avec une approche pragmatique et un état d'esprit collaboratif, le Club des Annonceurs est à la fois un lieu d'échanges, de partages d'expériences et de connaissances, d'innovation et de formation.

Son ambition est de permettre à chacun d'intégrer les leviers nécessaires pour bâtir une marque forte, une marque préférée, une marque d'avance !

Communication & Entreprise

Fondée en 1947, Communication & Entreprise anime et rassemble tous les professionnels de la communication, qu'ils soient indépendants ou issus de l'entreprise, des agences, des organismes publics, ou encore étudiants. Forte de plus de 1 650 adhérents, elle joue un rôle référent de représentation et de promotion de la profession, afin de faire reconnaître la communication comme créatrice de valeur pour l'entreprise.

Communication publique

L'association regroupe les directrices et directeurs de communication des ministères, administrations, entreprises et établissements publics, organismes sociaux et d'intérêt général, collectivités territoriales. La rencontre entre ces différents acteurs publics a construit la notoriété de Communication publique auprès des professionnels et sa place originale auprès des institutions.

Information Presse & Communication (IP&C)

Fondée en 1956, Information Presse & Communication est une association regroupant plus de 200 professionnels de la communication et des relations presse. IP&C défend les codes déontologiques des métiers de la Communication et initie des rencontres médias avec des journalistes ou des débats d'idées autour de nos métiers respectifs.

Synap

Créé en 1960, le Synap, Syndicat National des Attachés de Presse Professionnels et des Conseillers en Relations Publiques, compte aujourd'hui plus de 200 membres. Il a pour vocation l'information, la défense et la promotion de ses membres.

Syntec RP

Créé en 1988, Syntec Conseil en Relations Publics représente, à travers son appartenance à la Fédération Syntec, les entreprises spécialisées en Relations Publics au sein du Medef. Le syndicat compte une quarantaine d'agences soit environ 1000 collaborateurs et 65% du marché qui partagent la même vision et la même déontologie dans la pratique de leurs métiers au quotidien.

UDA

L'Union des annonceurs (UDA) est, en France, l'organisation représentative des annonceurs, entreprises, collectivités ou organismes qui recourent aux différentes techniques de communication pour promouvoir leur notoriété, leur image, leurs produits ou leurs services. Elle compte plus de 5 000 membres, au sein de ses 300 entreprises adhérentes, de toutes tailles, tous statuts et tous secteurs.

Contact Presse :

Sophie Cornet – C'est dit, c'est écrit

tél : 01 58 56 66 66

courriel : scornet@cditcecrit.com

Frédérique Pusey – FP&A

tél : 01 30 09 67 04/06 14 79 35 52

courriel : fred@fpa.fr