



**OCCURRENCE**

études et conseil en communication

**ARCES**

# Observatoire des métiers de la communication dans l'enseignement supérieur

*Enquête auprès des membres de l'ARCES*

Vague 5 – Juin 2013

Synthèse

Occurrence est  
**certifiée**  
**ISO 9001:2000**  
depuis 2004



# Sommaire

	Page
> Principaux enseignements de de la vague 2013	3
> Dispositif méthodologique	4
> Les communicants de l'ARCES : Carte d'identité	6
> Etat des lieux de la communication dans l'enseignement supérieur	18
> Pistes pour l'avenir et attentes des communicants	35
> Comparaisons avec les communicants d'autres secteurs	42

# Principaux enseignements de la vague 2013

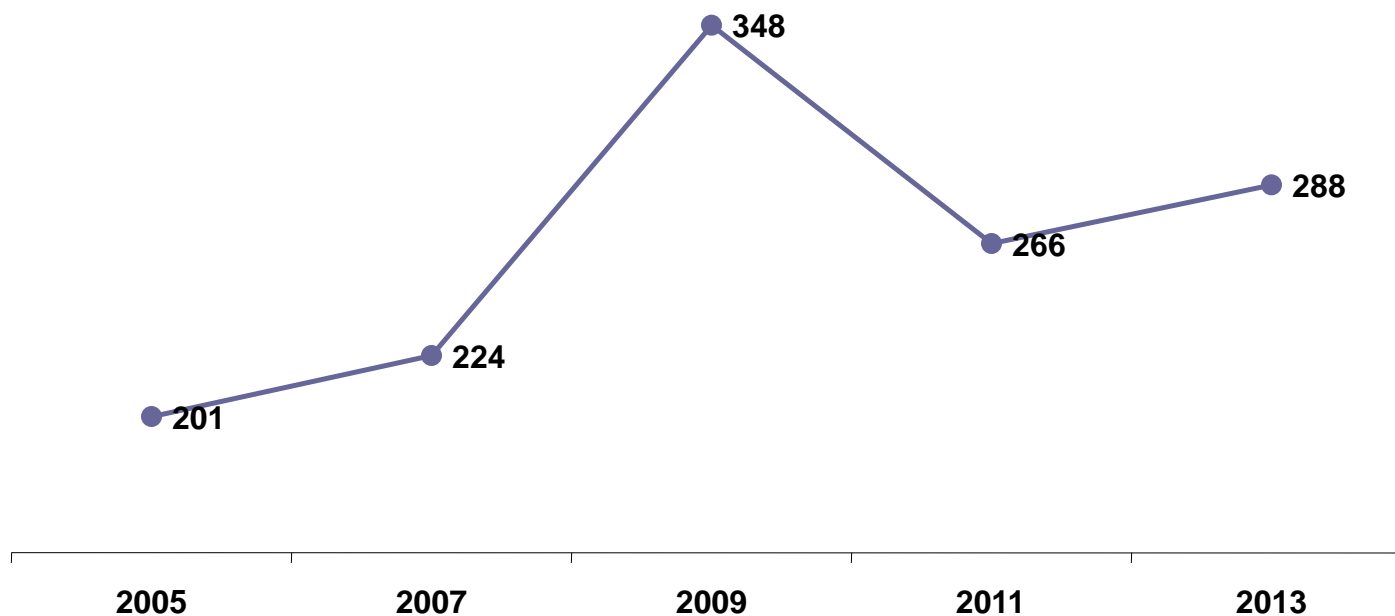
- > La fonction communication dans l'enseignement supérieur est une profession qui reste majoritairement féminine et... toujours aussi jeune ! Est-ce en raison d'un turnover important ou de créations de postes dans de nouveaux établissements ou regroupements d'établissements ? En tous cas c'est la marque d'un certain dynamisme.
- > La tendance des dernières années se confirme, à savoir que ces professionnels sont de plus en plus formés à la communication et que la fonction se professionnalise :
  - > Une « vraie » fonction : on relève effectivement une baisse continue des temps partiels depuis 2005.
  - > Des services communication bien implantés dans les établissements.
- > En revanche, sans doute comme dans d'autres secteurs, le travail au quotidien se trouve compliqué par la conjonction de plusieurs facteurs :
  - > Une tendance à la baisse des effectifs.
  - > Une tendance à la baisse des budgets.
  - > Alors que parallèlement les outils de communication se multiplient et que de nouveaux métiers et de nouvelles compétences émergent, liés à la montée en puissance du web et des réseaux sociaux.
- > On note cette année une tendance au recul de l'implication de la fonction communication dans les instances / décisions stratégiques des établissements, alors même que les responsables communication se positionnent sur des enjeux importants (accompagnement du changement, création de liens avec les diplômés, marque employeur...). Une tendance propre au secteur de l'enseignement supérieur, ou qui se généralise à l'ensemble de la fonction communication ?

# Dispositif méthodologique



# Dispositif méthodologique

- > Un questionnaire online **auto-administré** sur Internet en mars-avril 2013.
- > 288 répondants sur 503 éligibles interrogés, soit un bon taux de retour de près de 60%.
- > Evolution du nombre de répondants depuis 2005 :



# Les communicants de l'ARCES :

## Carte d'identité



# Une diversité de titres et de niveaux de responsabilités

> Quel est votre titre exact ? *Question ouverte*

**Total « directeurs » : 50%**

Responsable  
de la communication  
25%

Directeur(trice)  
de la communication  
18%

Autres  
directeurs\*  
7%

\*Directeur adjoint,  
Responsable de la valorisation...

→ Dont près de 75%  
sont responsables  
du service  
Communication  
de l'établissement

**Total « non dirigeants » : 50%**

Chargé(e) de  
communication  
31%

Webmaster / Concept.-rédacteur  
web / Community manager  
7%

Autres :  
graphiste,  
chargé de mission...  
6%

Assistant(e)  
de communication  
5%

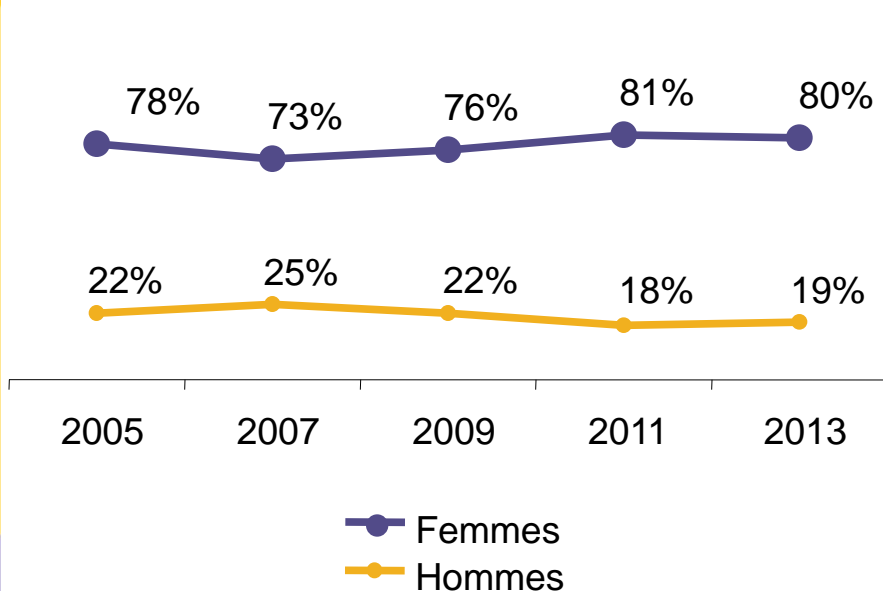
→ Dont plus de 15%  
sont responsables  
du service  
Communication  
de l'établissement

→ Un échantillon 2013 parfaitement équilibré entre dirigeants et non dirigeants.

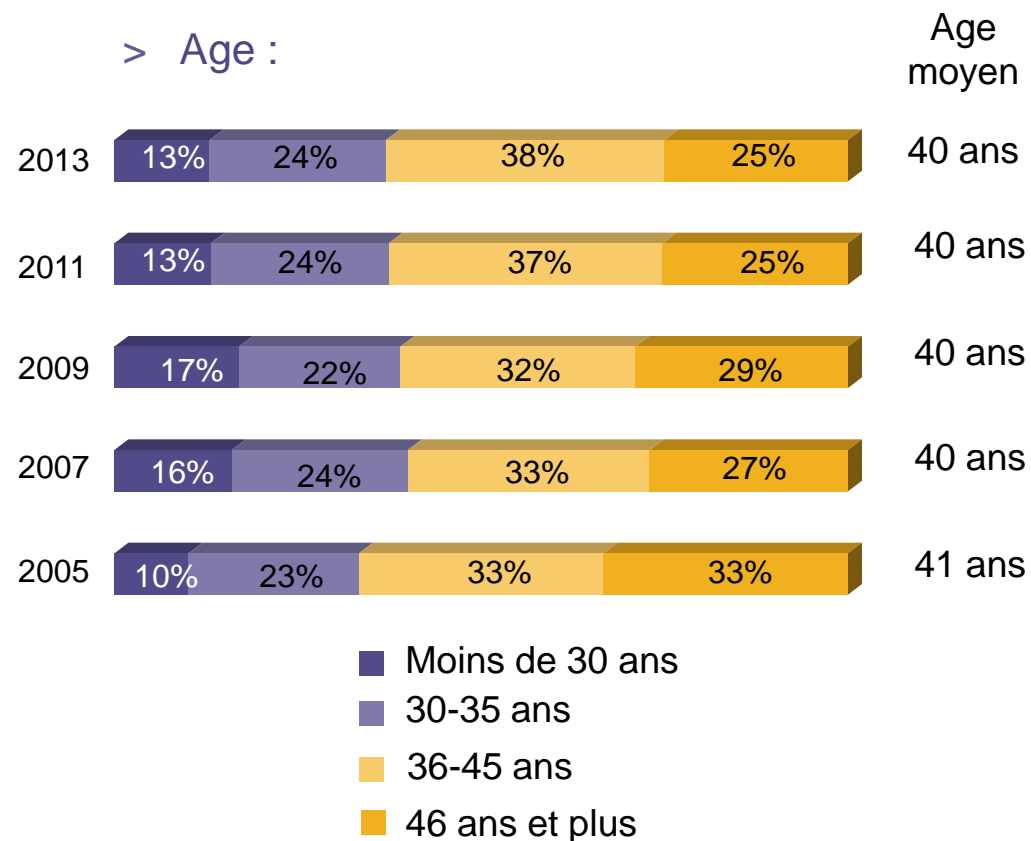
→ L'apparition d'une « fonction web » qui recouvre néanmoins des titres variés. 7

# Une profession qui reste jeune et féminine

> Sexe :



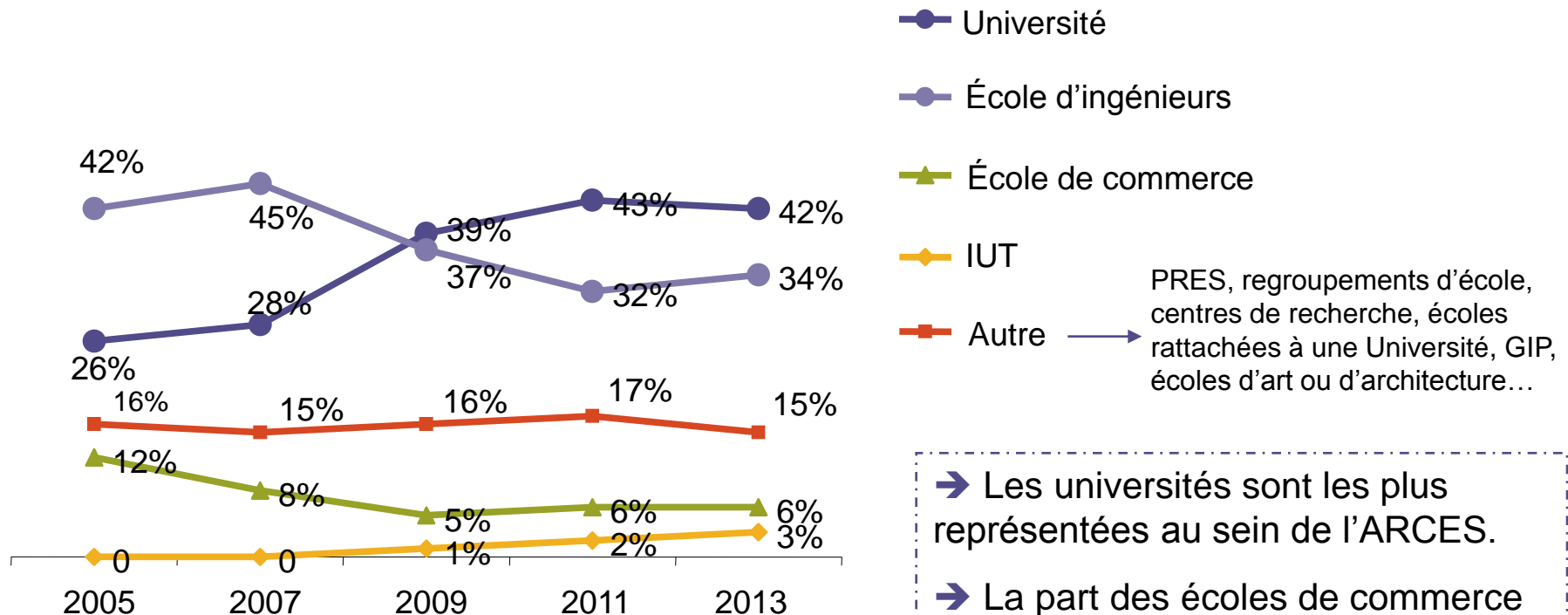
> Age :





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

> Type d'établissement :



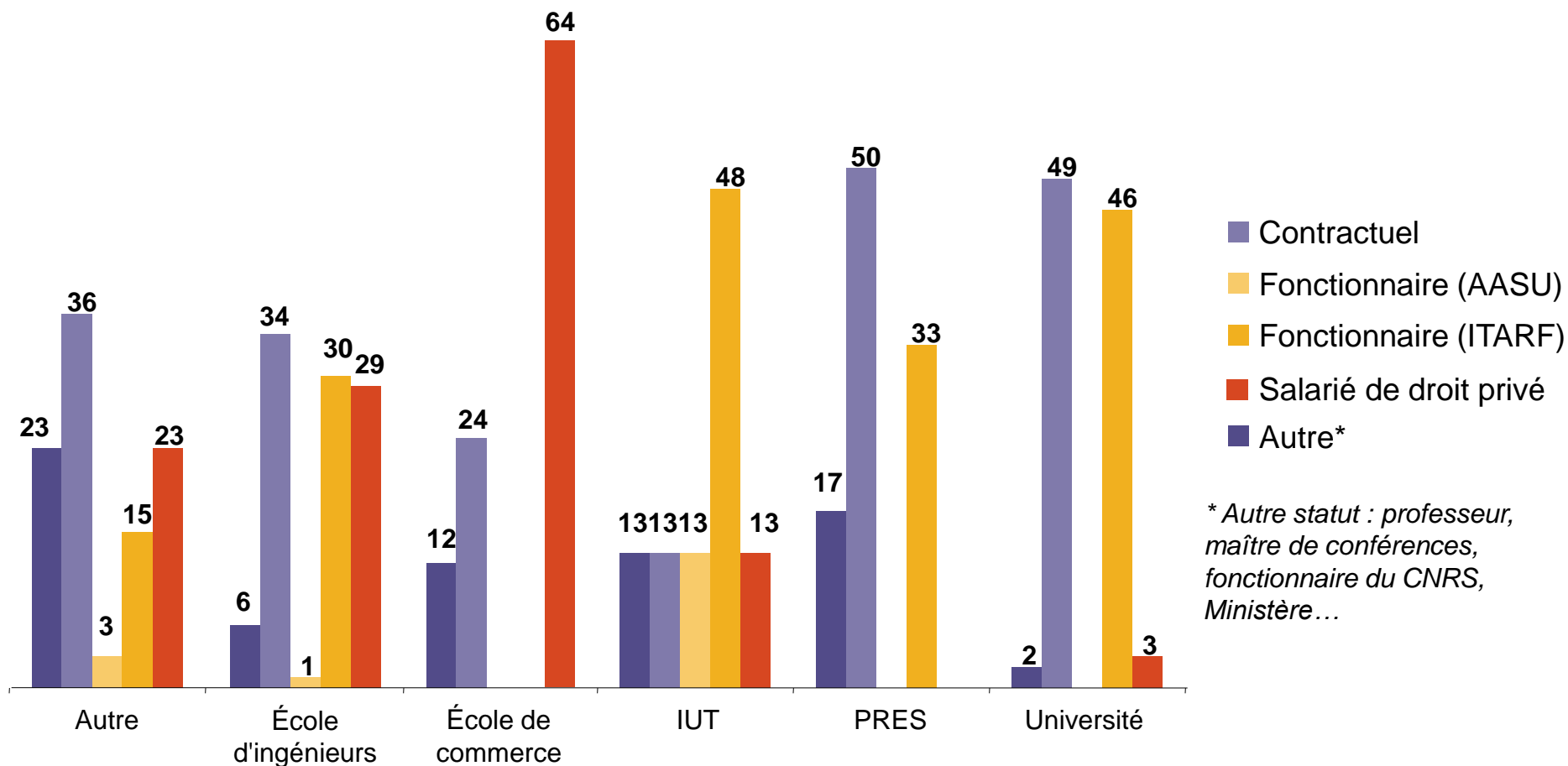
\* Données non disponibles pour 2005 et 2007

→ Les universités sont les plus représentées au sein de l'ARCES.

→ La part des écoles de commerce et d'ingénieurs se stabilisent cette année.

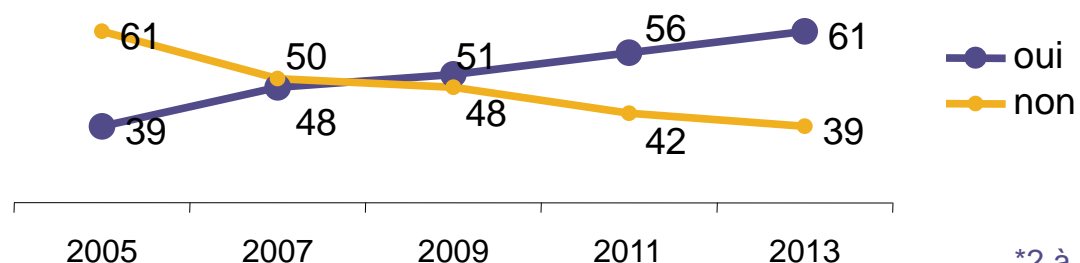
# Des disparités de statut selon le type d'établissement

> Statut des répondants par type d'établissement (en %) :



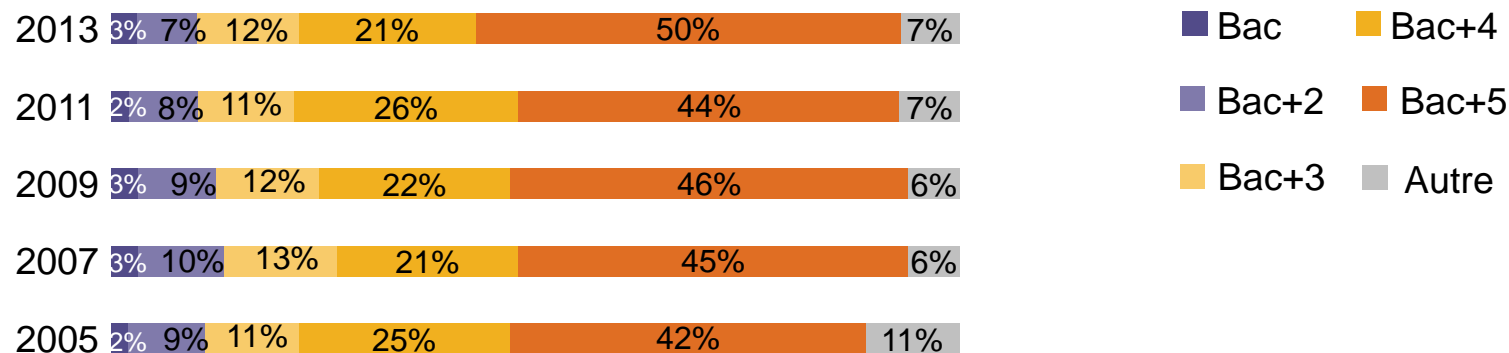
# Des professionnels de plus en plus formés à la communication

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



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

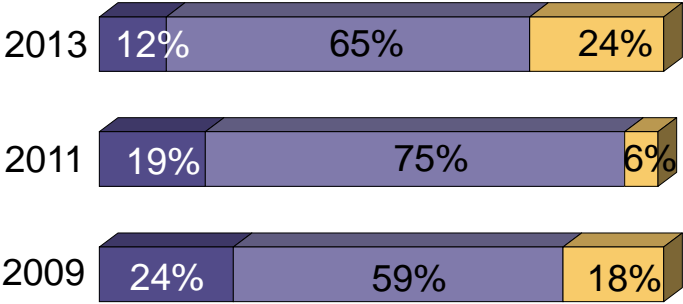
> Votre diplôme le plus élevé :



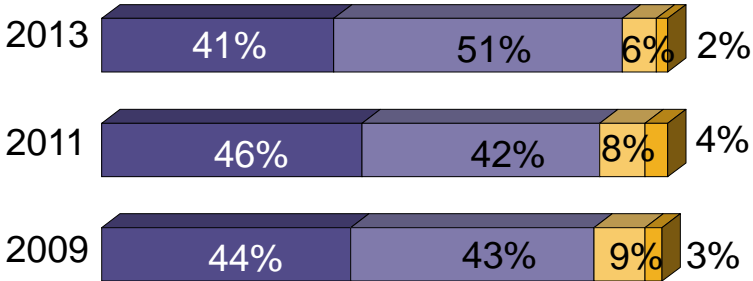
# Des disparités de salaire selon le type d'établissement

> Salaire net des membres par type d'établissement :

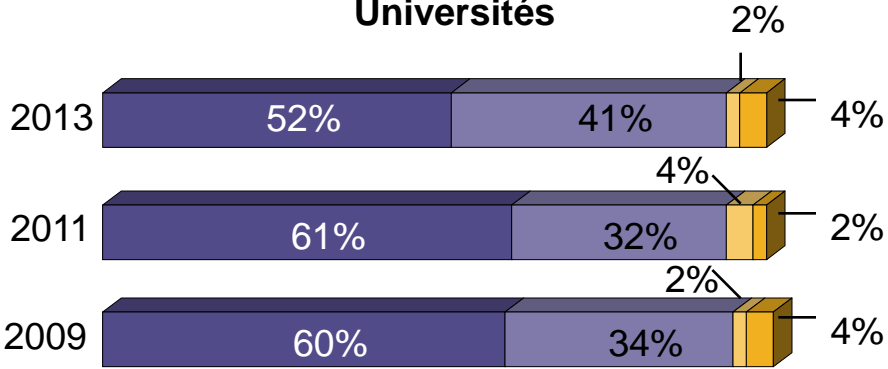
**Ecoles de commerce**



**Ecoles d'ingénieurs**



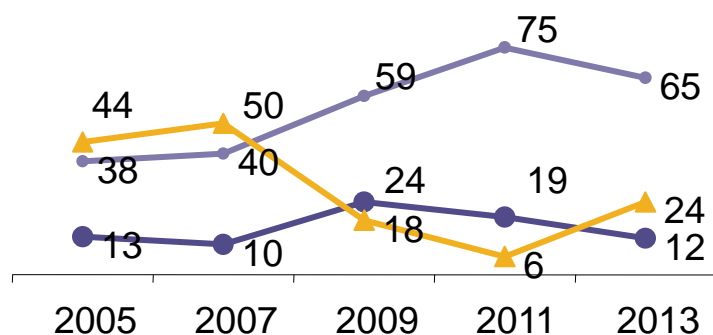
**Universités**



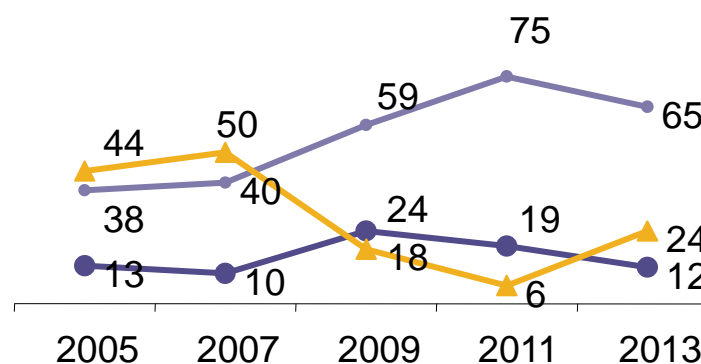
■ Moins 26K    ■ De 26K à 50K  
 ■ Plus de 50K    ■ NSPP

# Evolution des salaires depuis 2005 par types d'établissement

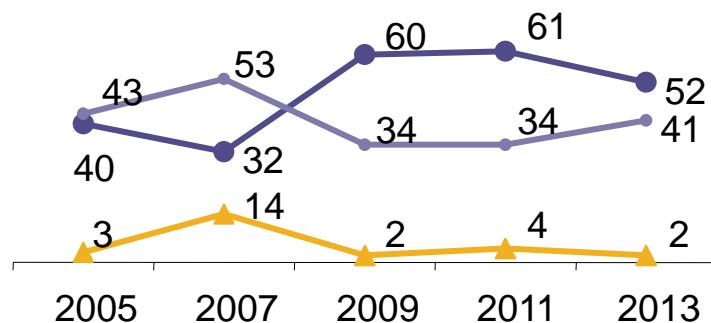
Ecoles de commerce (en %)



Ecoles d'ingénieur (en %)



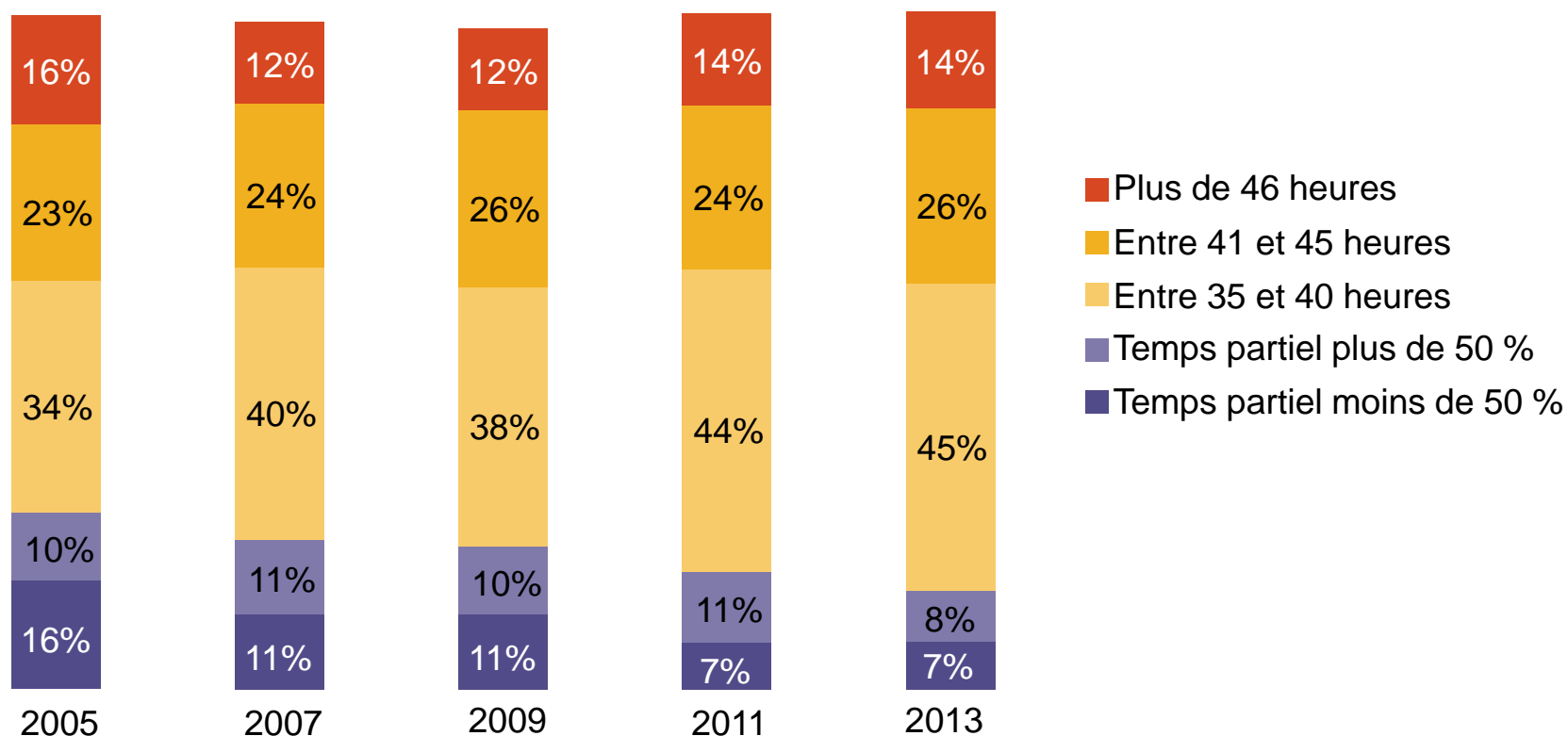
Universités (en %)



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

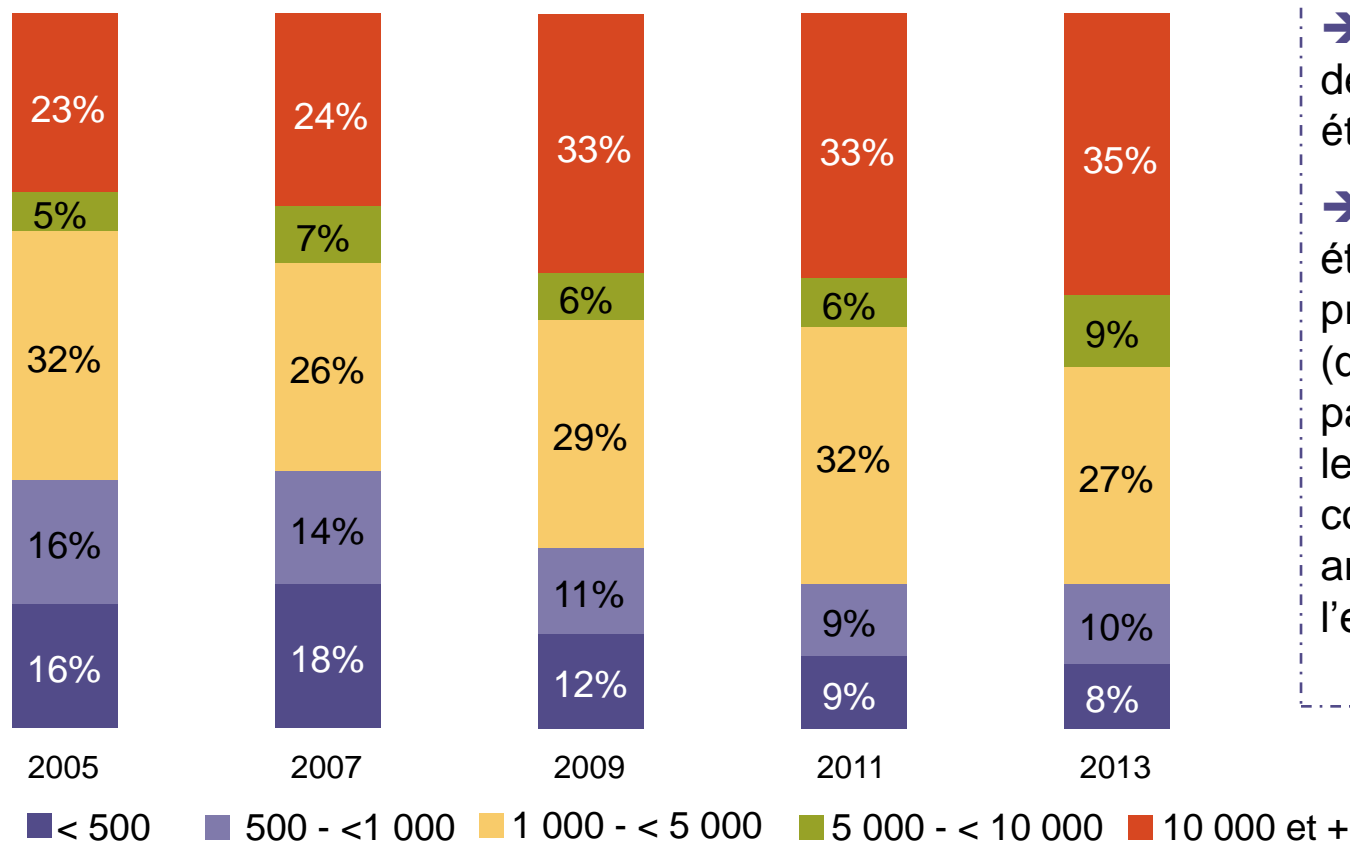
# Une baisse du temps partiel depuis 2005

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



# La population étudiante au sein des établissements

## > Nombre d'étudiants



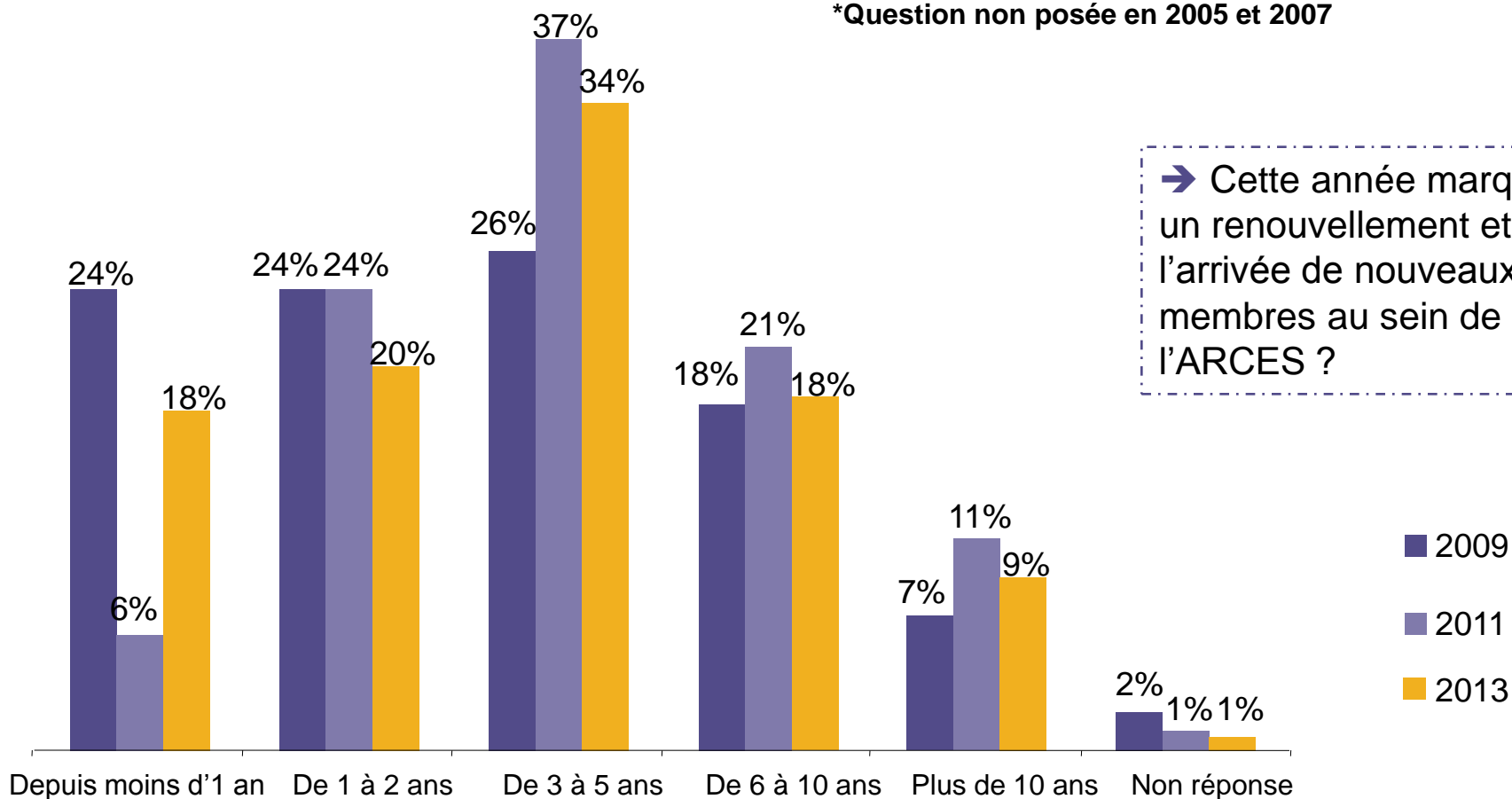
→ Une hausse constante des plus grands établissements.

→ Une tendance logique étant donné l'évolution du profil des établissements (davantage d'universités) parmi les répondants et les regroupements en cours depuis plusieurs années au sein de l'enseignement supérieur.

# 2013 marque un afflux de nouveaux membres au sein de l'ARCES ?

> Depuis combien de temps êtes-vous membre de l'ARCES ?\*

\*Question non posée en 2005 et 2007

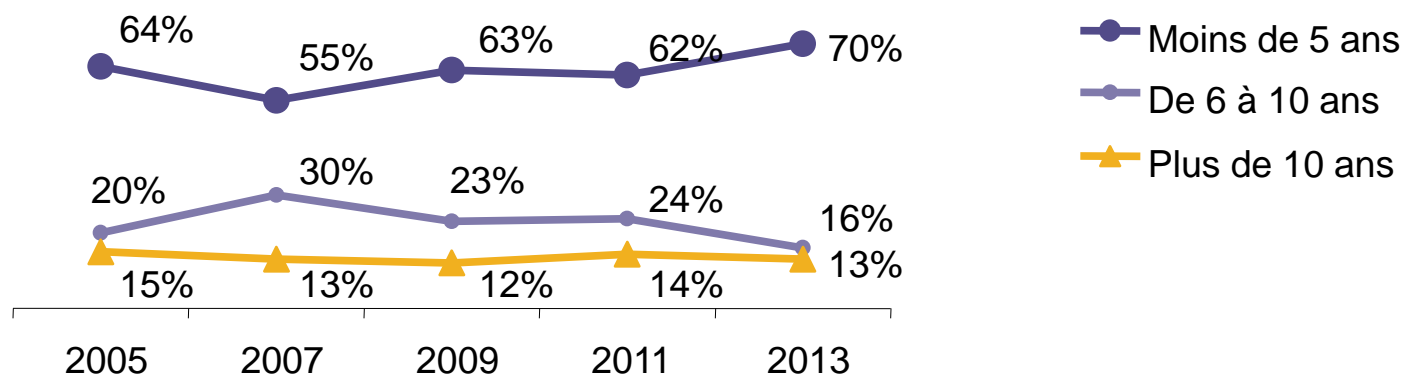


→ Cette année marque un renouvellement et l'arrivée de nouveaux membres au sein de l'ARCES ?



# Des communicants qui restent rarement plus de 10 ans en poste

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





**OCCURRENCE**

études et conseil en communication

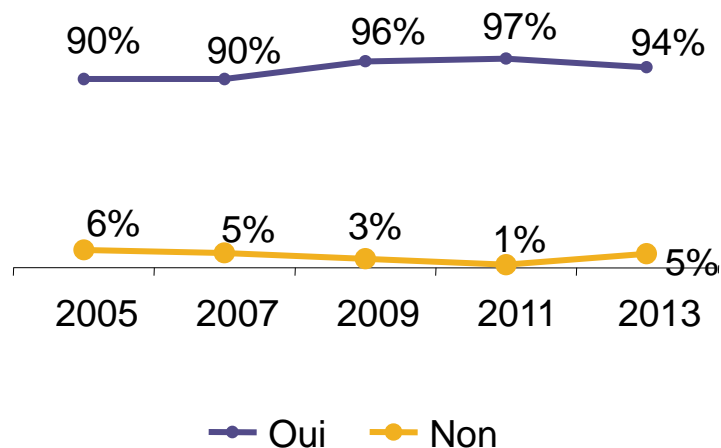


# Etat des lieux de la communication dans l'enseignement supérieur

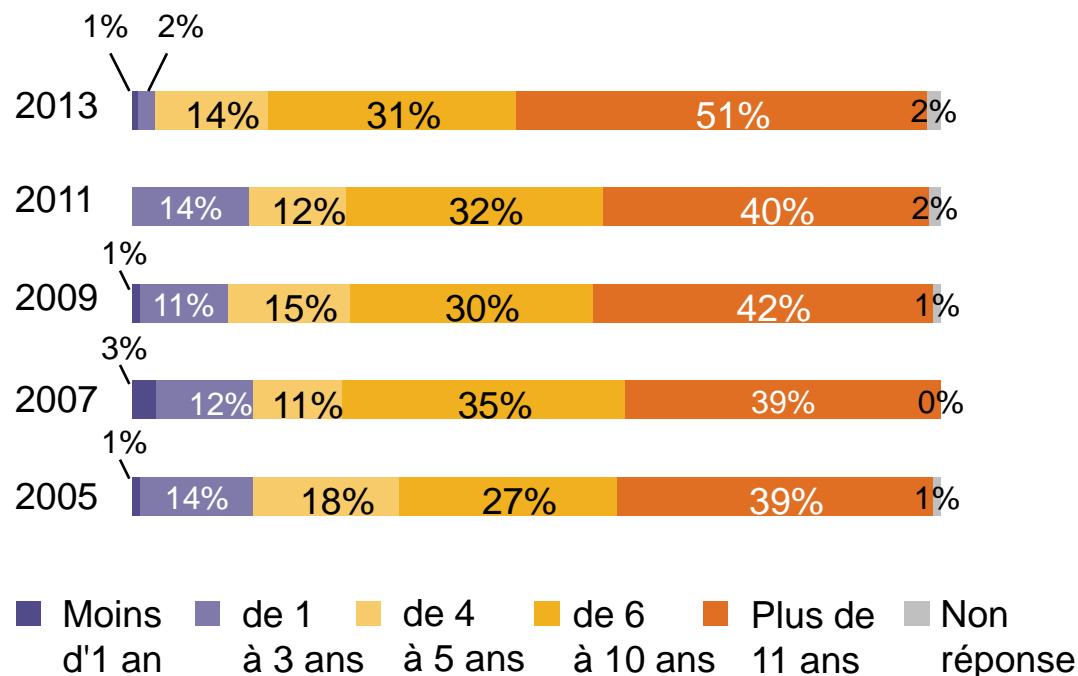


# Des services communication bien implantés dans les établissements

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



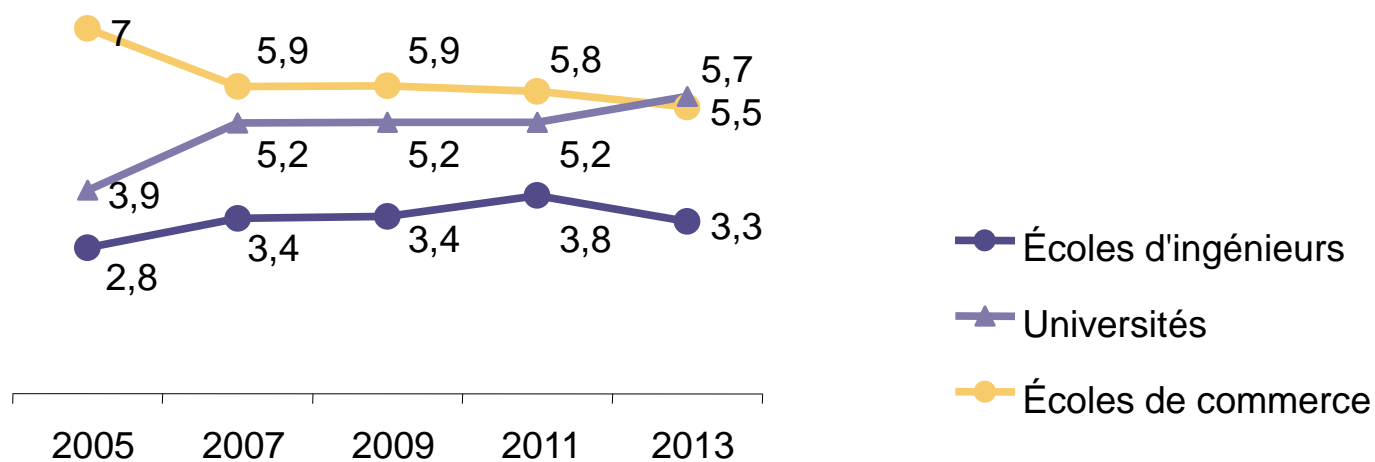
> Si oui, depuis combien de temps ?



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

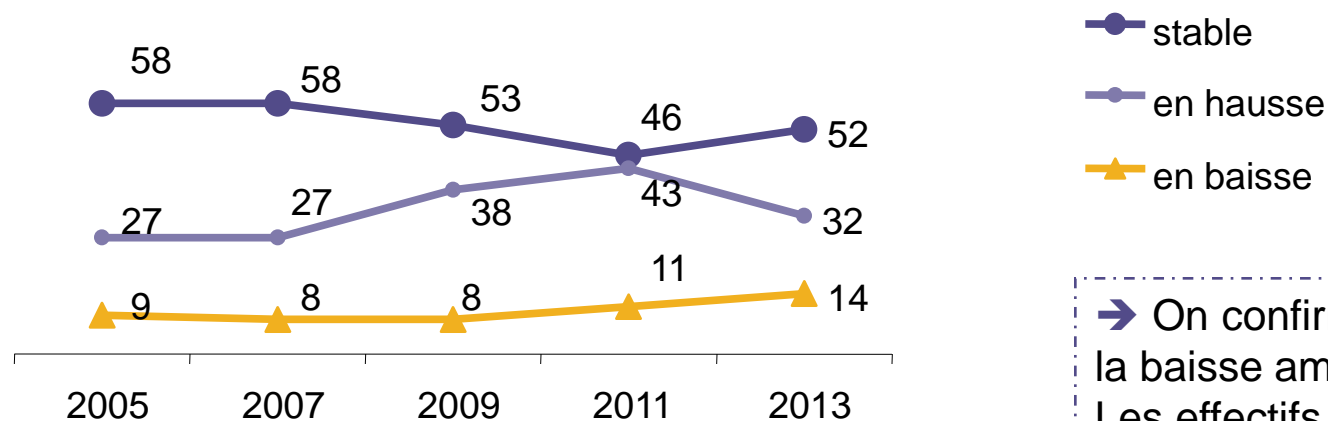
# Une tendance à la baisse des effectifs (1/2)

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



## Une tendance à la baisse des effectifs (2/2)

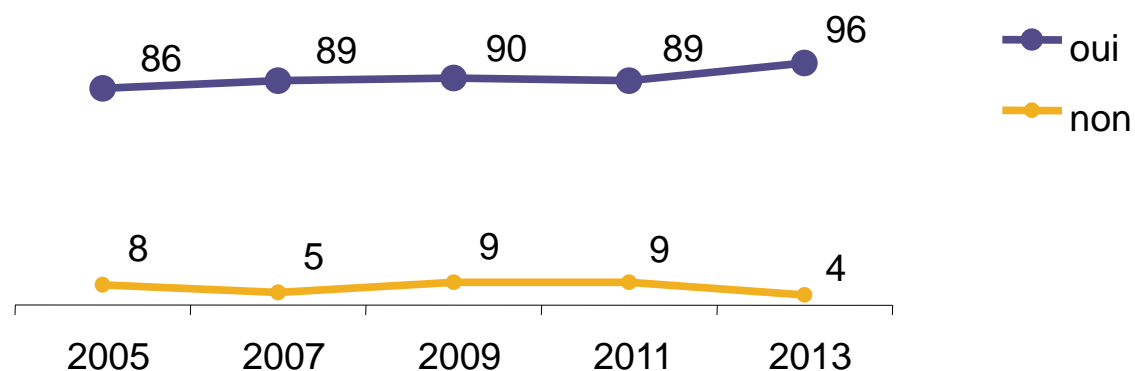
> Depuis 2 ans, le nombre de personnes au sein de l'équipe est-il... ?



→ On confirme la tendance à la baisse amorcée en 2011. Les effectifs sont, au mieux stables, plus rarement en hausse qu'il y a 2 ou 4 ans.

# Des budgets globalement en baisse au sein des services communication

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



Evolution du budget global :

2005 : 176 K€

2007 : 141 K€

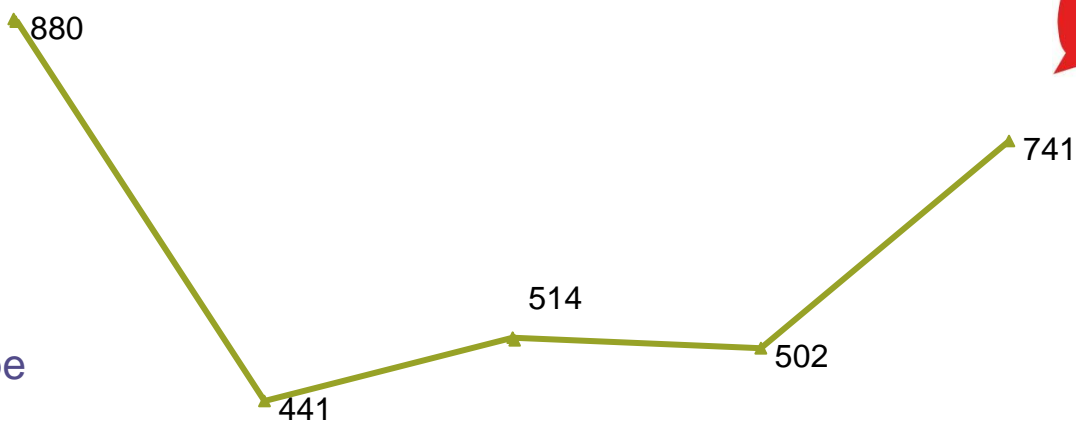
2009 : 165 K€

2011 : 171 K€

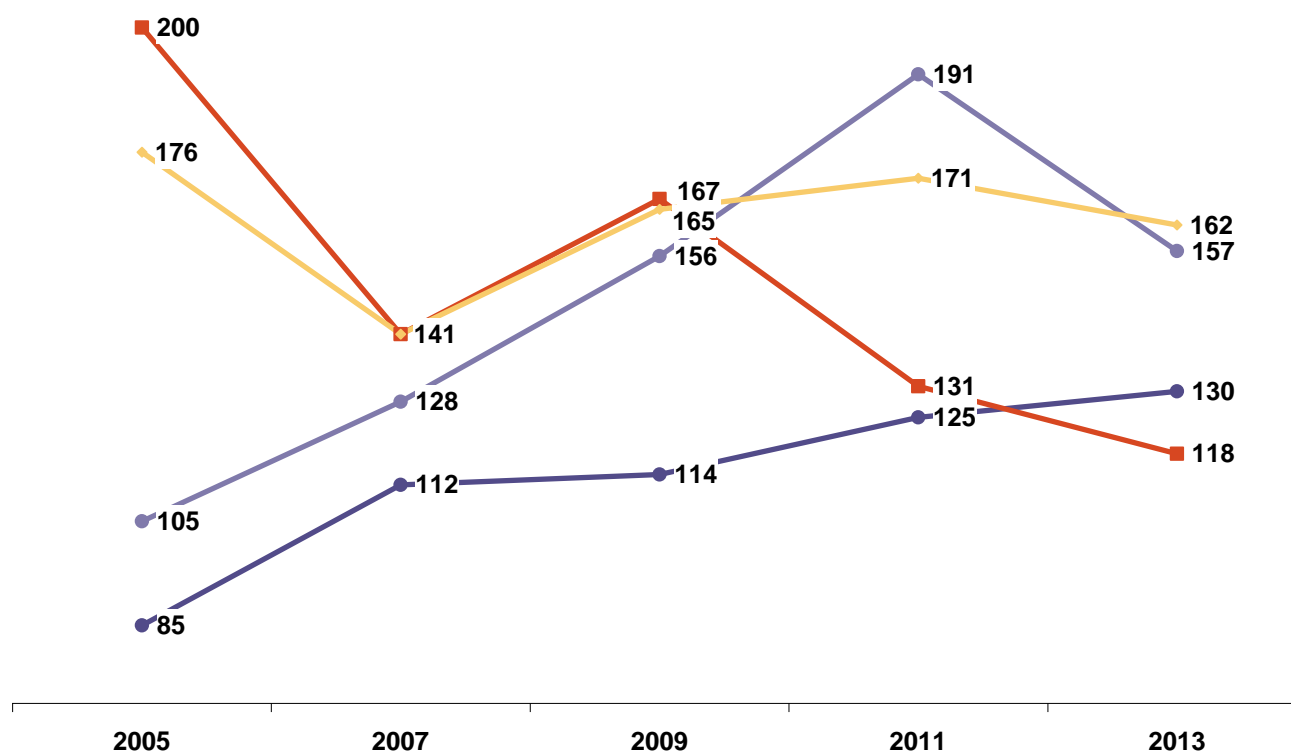
2013 : 162 K€

# Des disparités en termes d'évolution

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

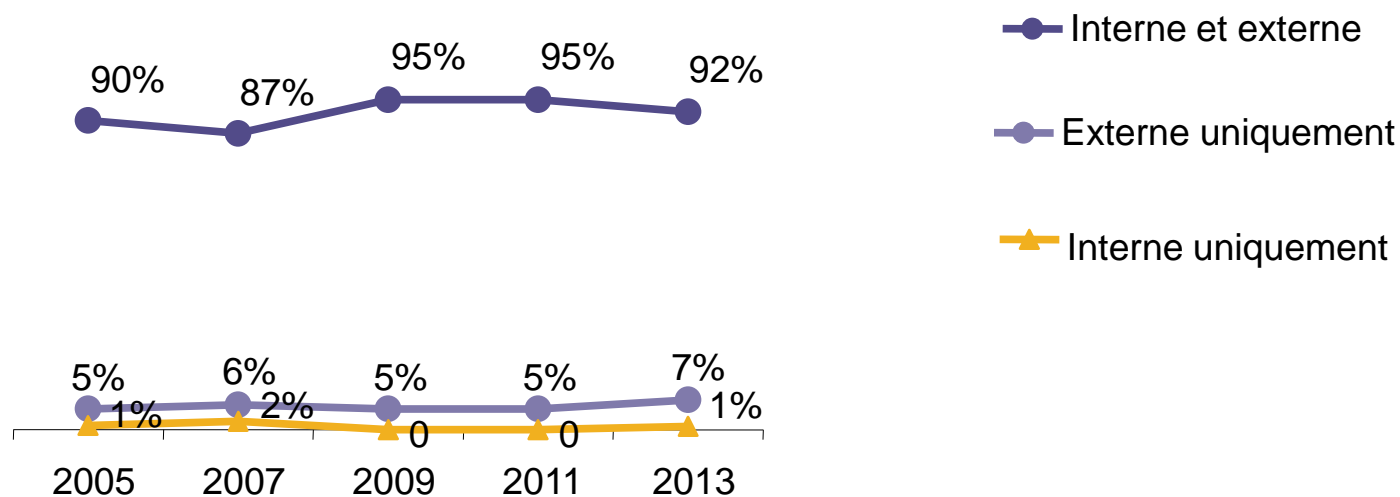


- Université
- École d'ingénieurs
- ▲ École de commerce
- ◆ GLOBAL
- Autre



# Une communication tournée vers l'externe et l'interne (1/4)

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

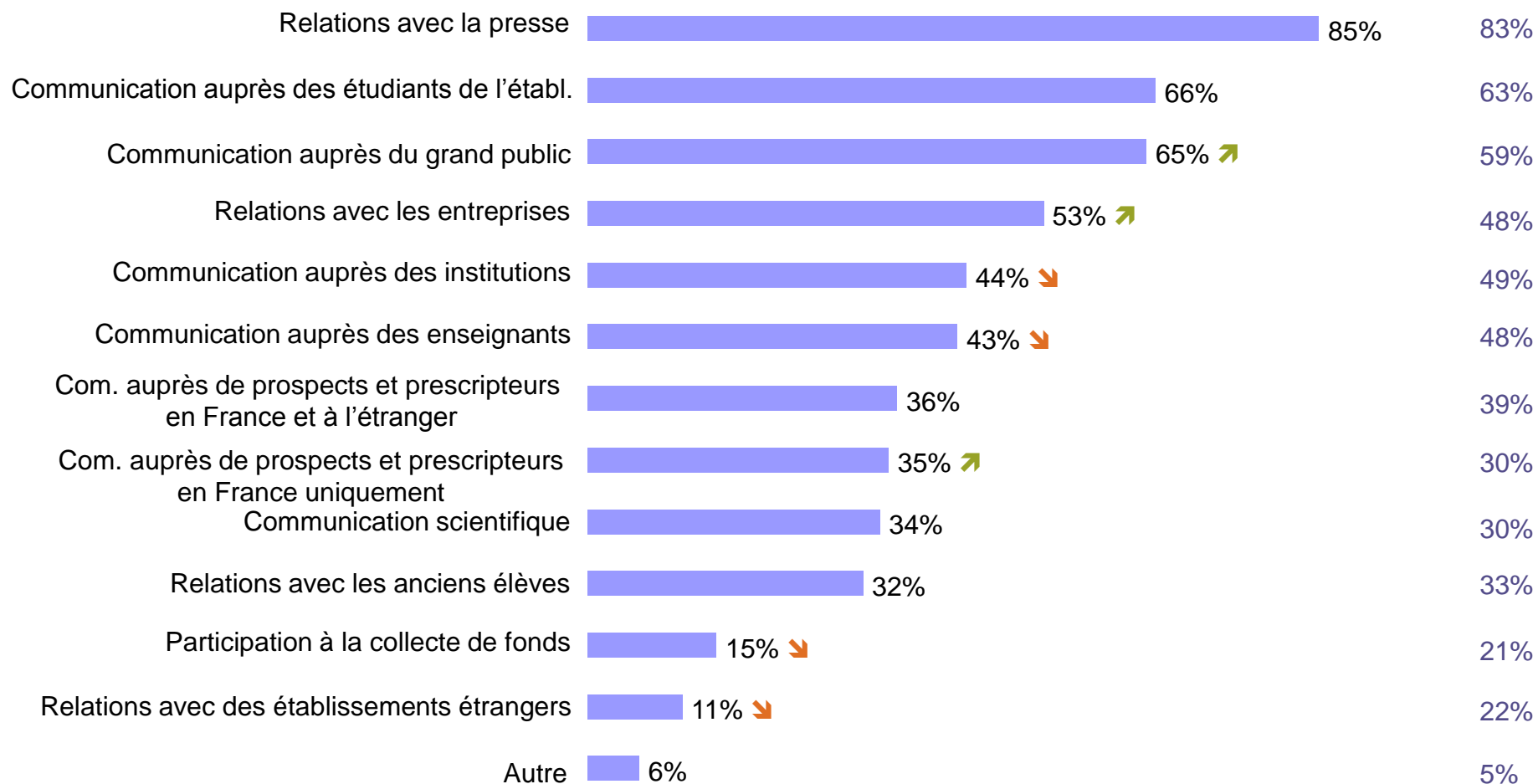




# Une communication tournée vers l'externe et l'interne (2/4)

> Indiquez quelles sont les missions principales du service communication :

En 2011



## Une communication tournée vers l'externe et l'interne <sup>(3/4)</sup>

# Les actions de communication prioritaires

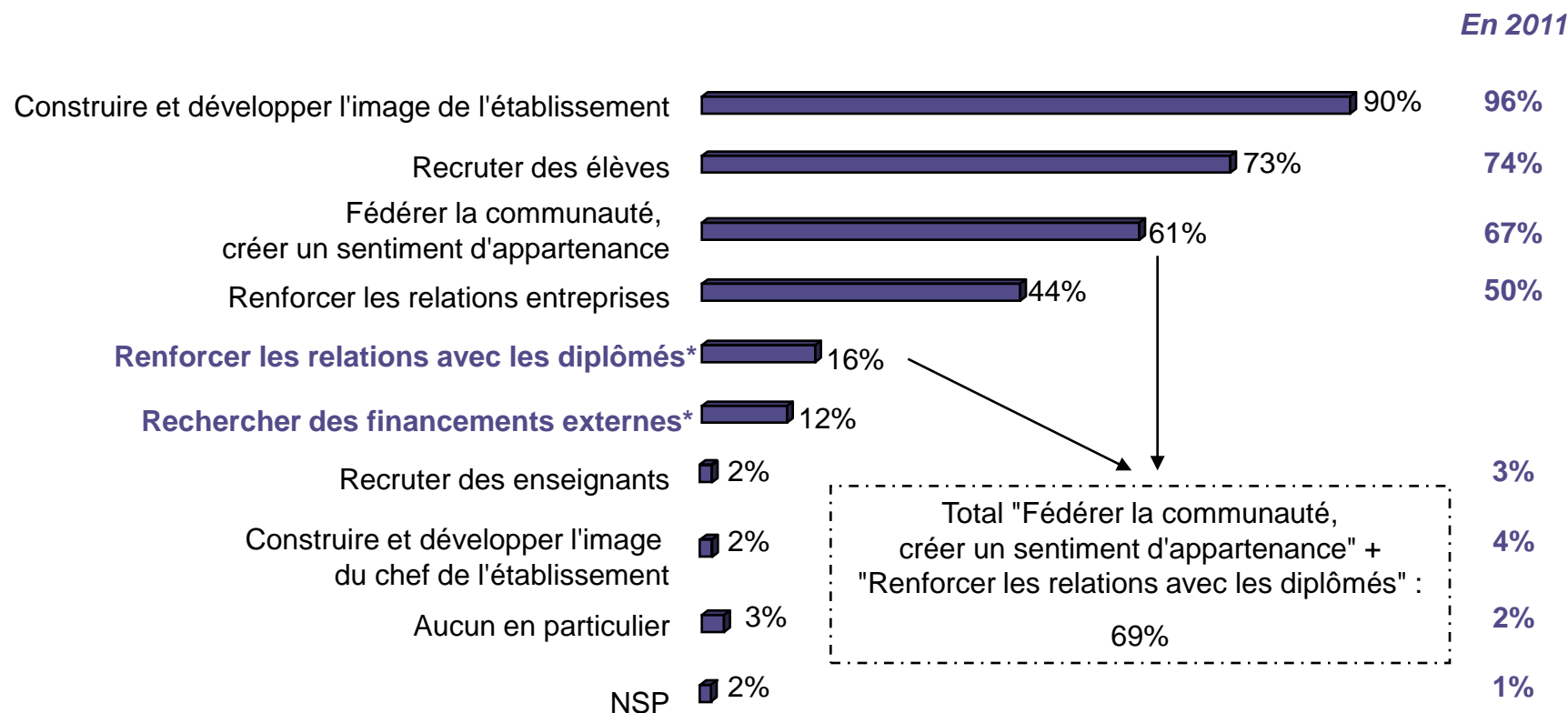
> Indiquez quelles sont les missions principales du service communication :

### 1<sup>er</sup> choix

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

# Une communication tournée vers l'externe et l'interne (4/4)

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



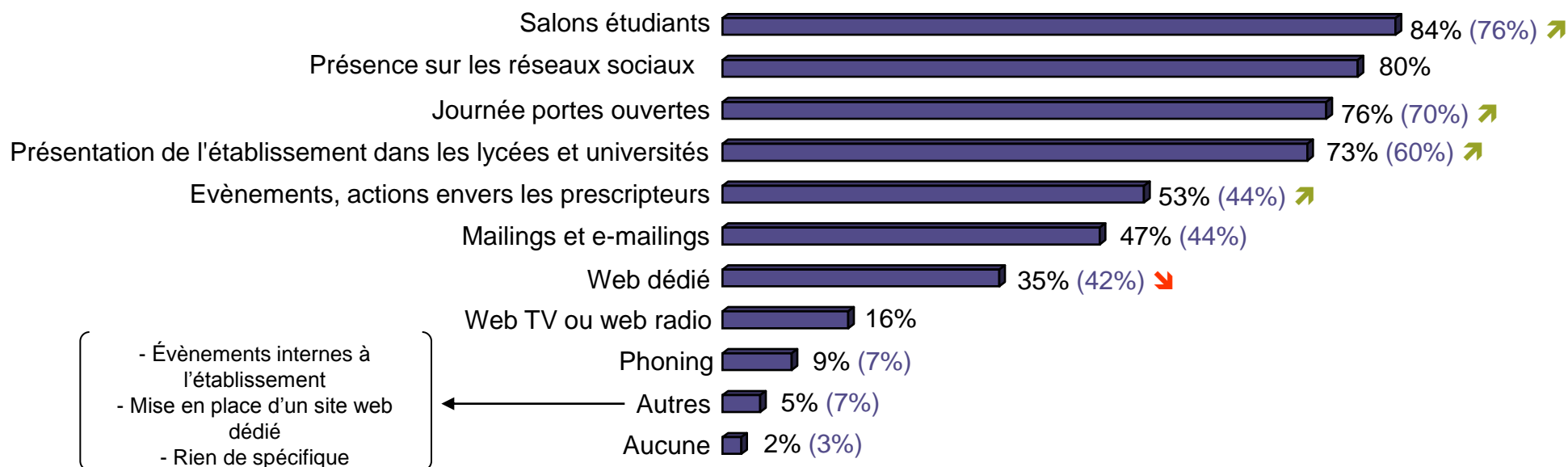
En 2013, 1,3 objectifs cités en moyenne contre 1,5 en 2011

\* **Nouvel item par rapport à l'an dernier**

# 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 : 127 responsables du service communication



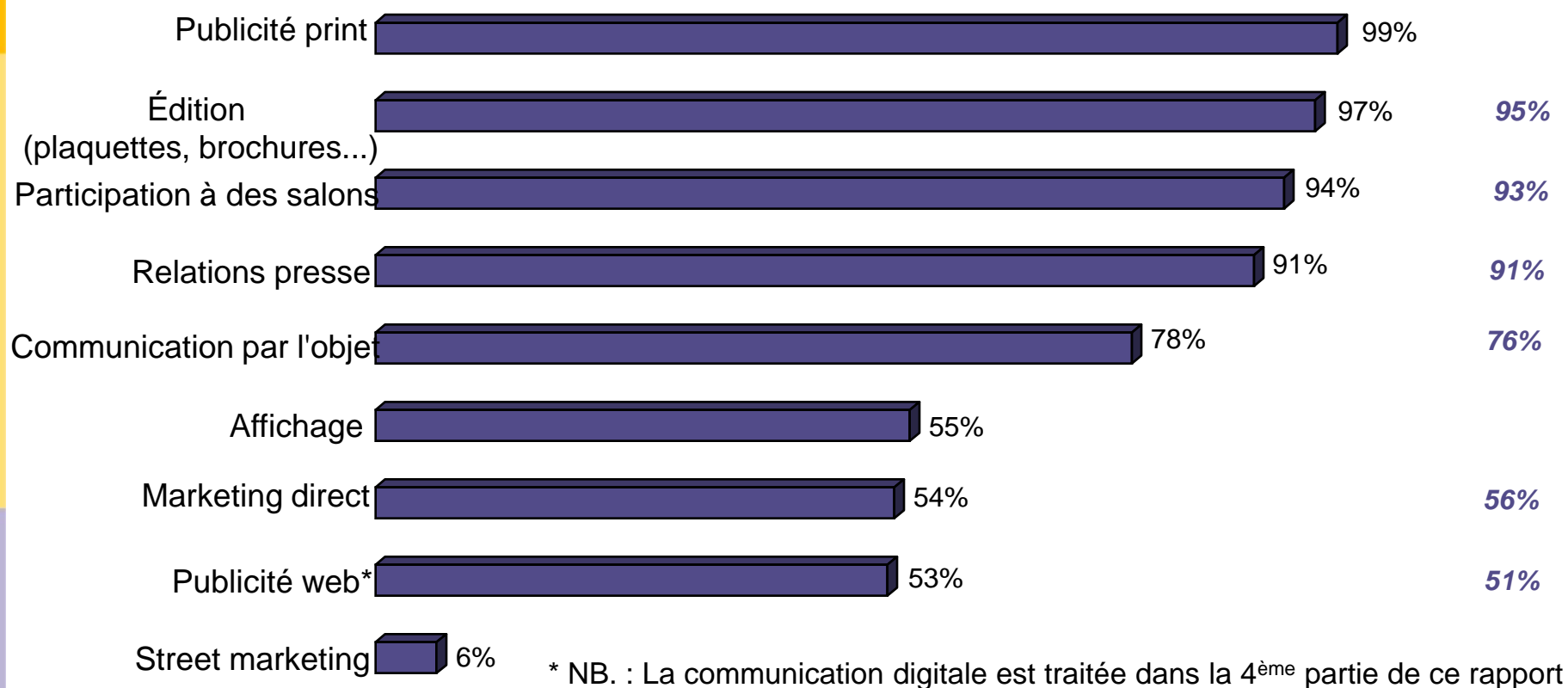
→ En moyenne, chaque service a mis en œuvre 4,8 actions de communication de recrutement en 2013 contre 3,7 en 2011.

→ "Historiquement", de la communication événementielle essentiellement.  
 → Les réseaux sociaux s'affirment comme un nouveau moyen majeur de faire la promotion des établissements.  
 → Une communication de recrutement qui connaît des mutations rapides et radicales pour mieux s'adapter à un public jeune et dynamique et pour faire face à une compétition accrue entre les établissements.

# La multiplication des outils de communication

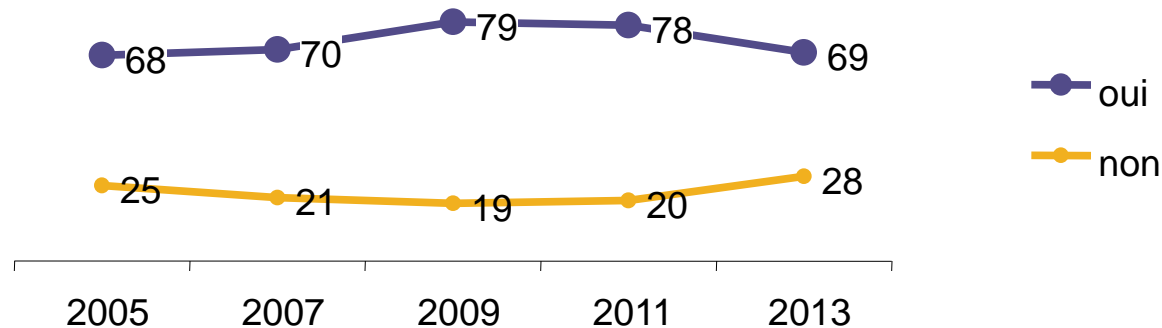
> Quels sont les outils que vous utilisez en communication externe ?

En 2011



# Communication et stratégie : retour à la case départ ? (1/4)

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



# Communication et stratégie : retour à la case départ ? (2/4)

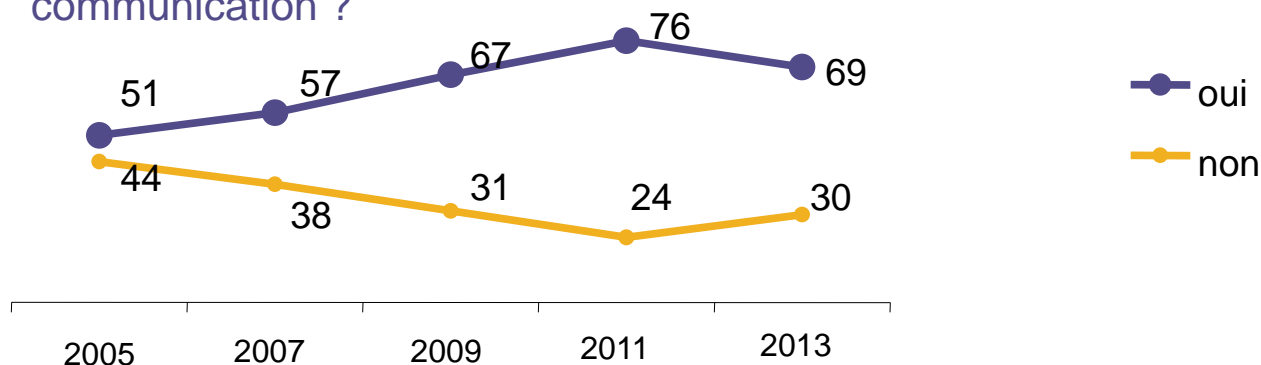
- > Profil des individus déclarant que la communication fait partie intégrante de la stratégie de leur établissement :

	Pourcentage de répondants déclarant que la communication fait partie de la stratégie de leur établissement	Différentiel avec le résultat global ( <b>69%</b> )
Dans les <b>écoles de commerce</b>	<b>100 %</b>	+ 23 points
Dans les <b>écoles d'ingénieurs</b>	<b>78 %</b>	+ 9 points
Dans les <b>universités</b>	<b>21 %</b>	- 48 points
Dans les <b>établissements de statut public</b>	<b>64 %</b>	- 5 points
Dans les <b>établissements de statut privé</b>	<b>54 %</b>	- 15 points
Parmi les répondants <b>appartenant au comité de direction</b>	<b>85%</b>	+ 16 points
Parmi les répondants <b>n'appartenant pas au comité de direction</b>	<b>33%</b>	- 36 points

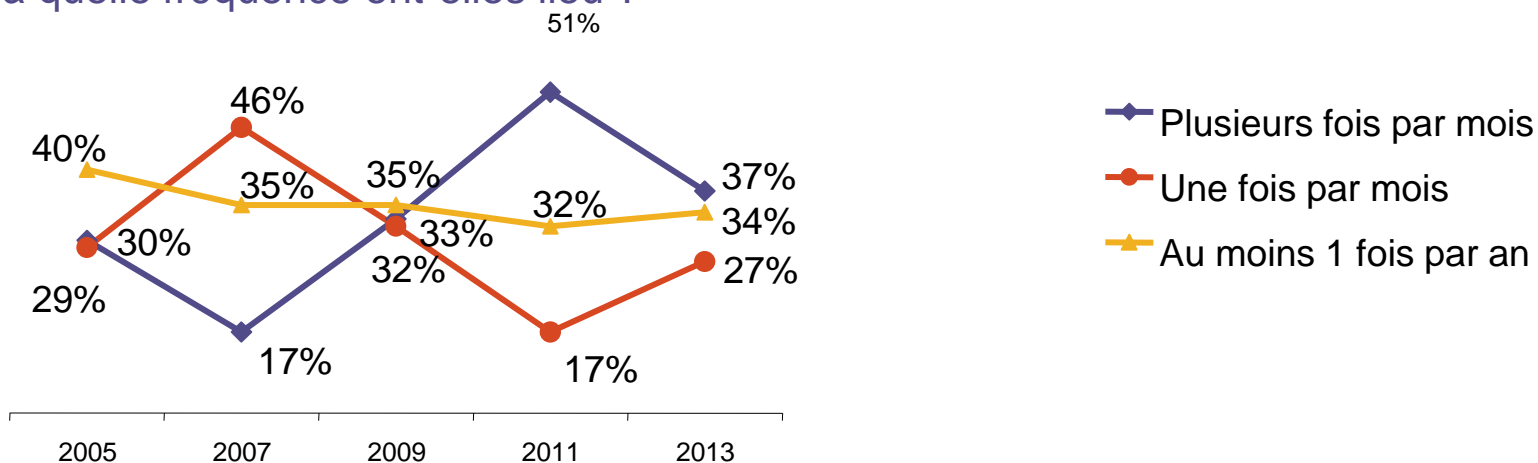
78% des répondants appartenant à une école d'ingénieurs déclarent que la communication fait partie de la stratégie, soit 9 points de plus que le résultat sur l'ensemble des individus.

# Communication et stratégie : retour à la case départ ? (3/4)

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



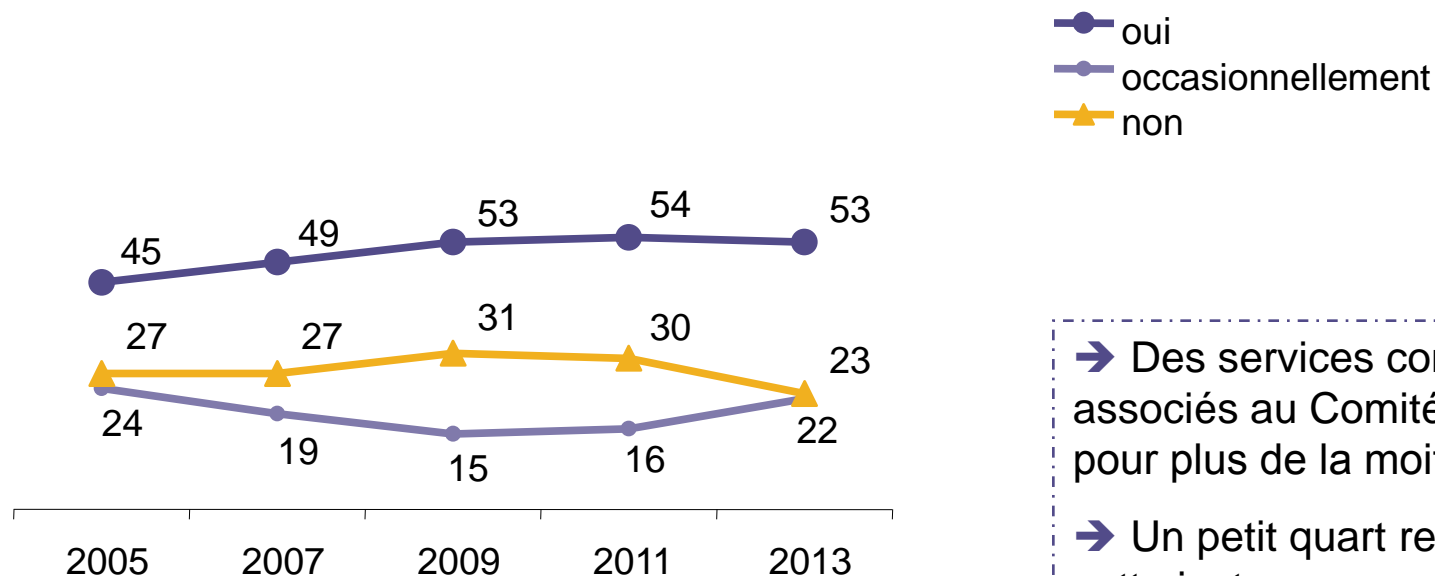
> Si oui, à quelle fréquence ont-elles lieu ?





# Communication et stratégie : retour à la case départ ? (4/4)

> Faites-vous partie du comité de direction ?



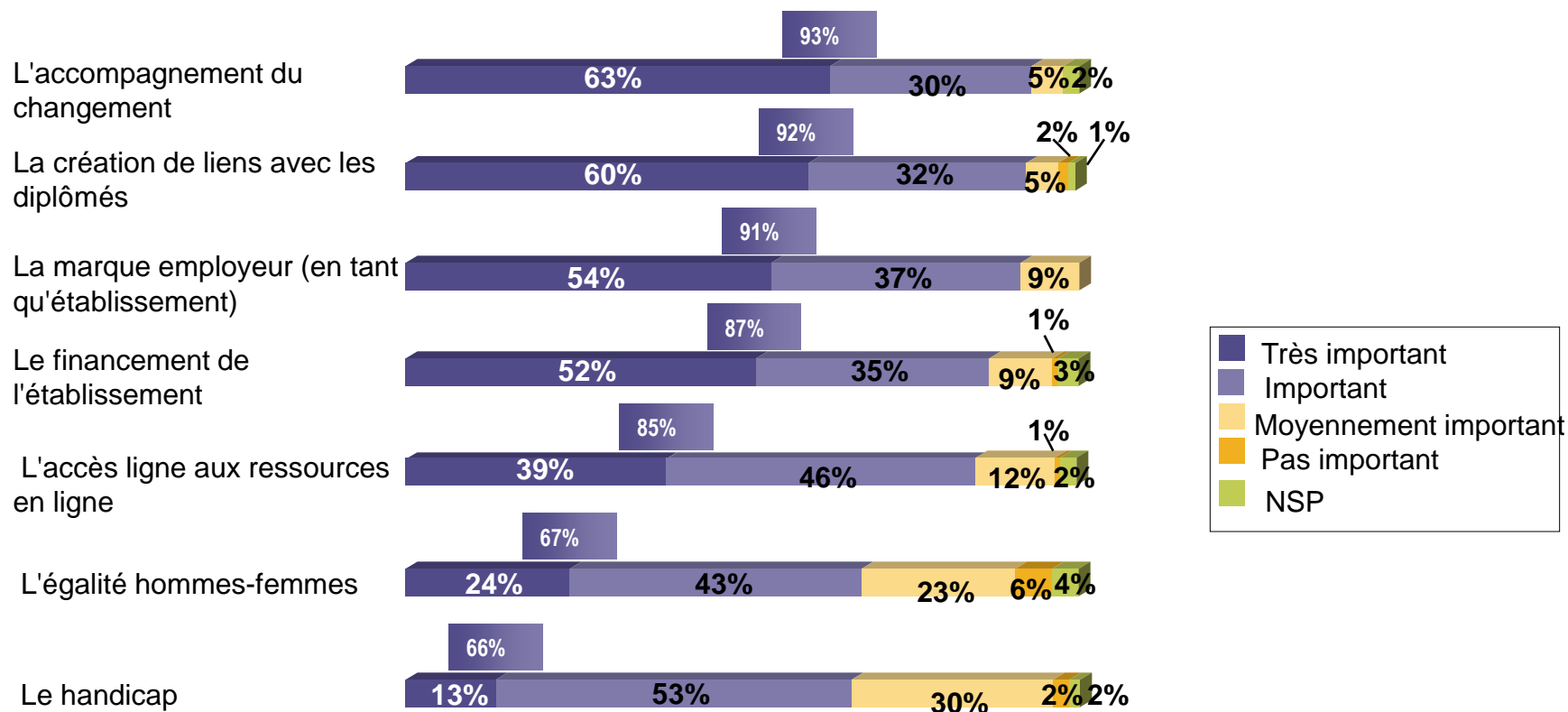
→ Des services communication associés au Comité de direction pour plus de la moitié d'entre eux.

→ Un petit quart restent exclus de cette instance.

# Les enjeux de la communication dans l'enseignement supérieur

> Ces items vous semblent-ils pertinent pour qualifier l'évolution de nos métiers?

Question à choix unique | Base répondants : 127 responsables du service communication





**OCCURRENCE**

études et conseil en communication



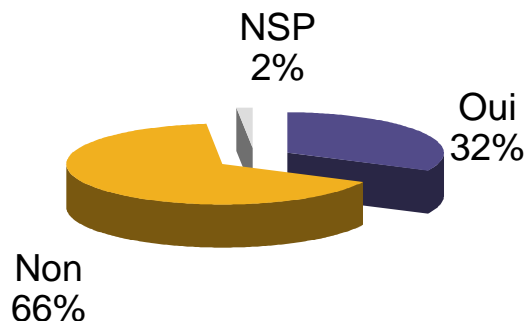
# **Pistes pour l'avenir et attentes des communicants**

**4**

# Montée en charge de la communication on-line

(1/2)

- > Avez-vous embauché récemment (moins de 2 ans) des personnes dédiées à la communication on-line ?\*



	2009	2011	2013	
Oui	27%	30%	32%	↗
Non	73%	69%	66%	↘
Non réponse	1%	1%	2%	

- > Si oui combien ? (base : 40)

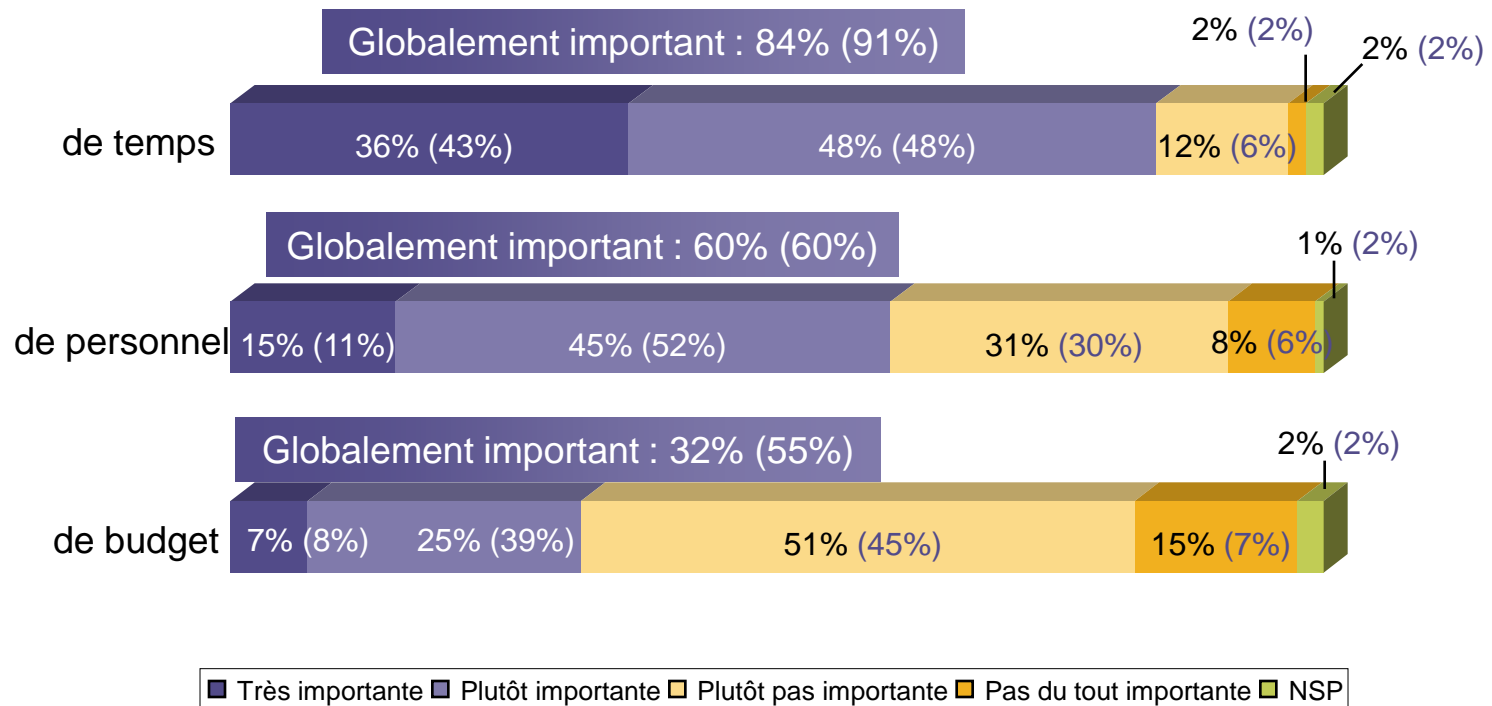
	2009	2011	2013	
1 personne à mi-temps	-	5%	2%	↘
1 personne	2%	83%	88%	↗
2 personnes	96%	10%	10%	→
Non réponse	2%	2%	0%	

\*Question non posée en 2005 et 2007

# Montée en charge de la communication on-line (2/2)

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

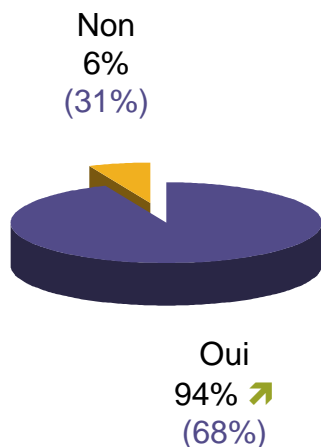
(Rappels 2011)



# Les réseaux sociaux

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

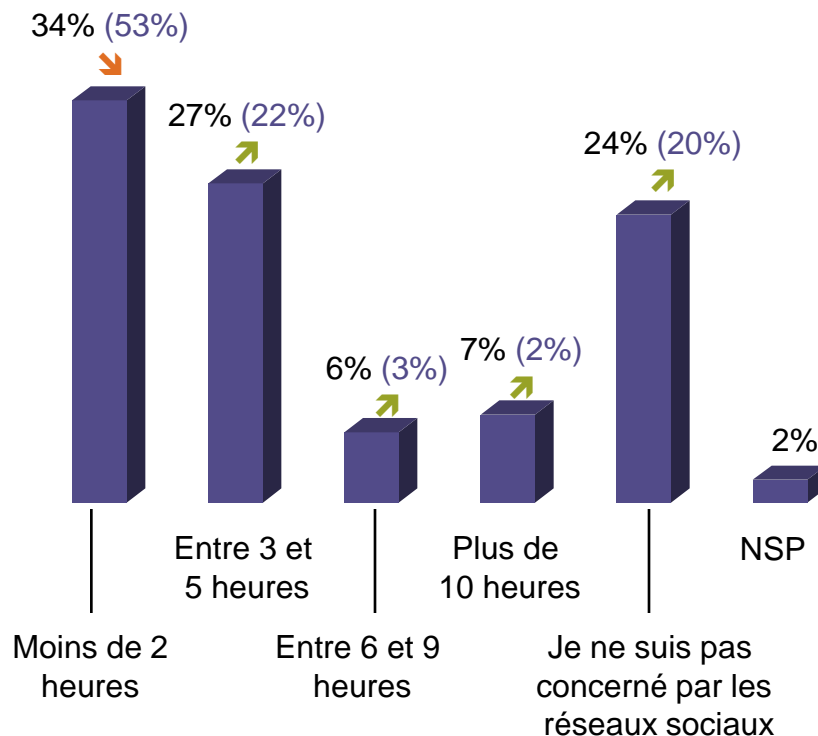
Question à choix unique | Base répondants : 288



Base « Oui » : 269

> Si oui, combien de temps y consacrez-vous par semaine ?

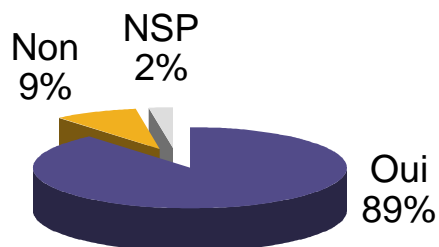
Question à choix unique | Base répondants : 269 dont l'établissement est présent sur les réseaux sociaux



(Rappel 2011)

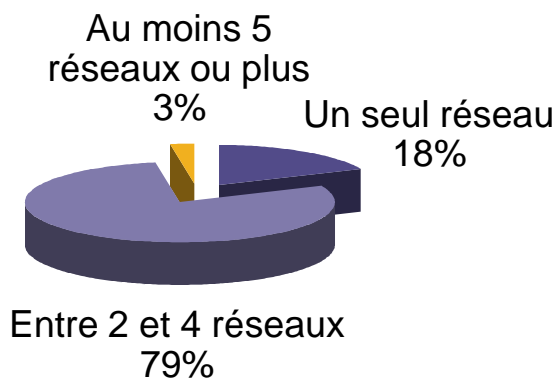
# Des groupes de communication liés aux réseaux très répandus

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



	2009	2011	2013	
Oui	84%	85%	89%	↗
Non	14%	11%	9%	↘
Non réponse	2%	4%	2%	↘

- > Si oui, à combien de réseaux de communicants ?



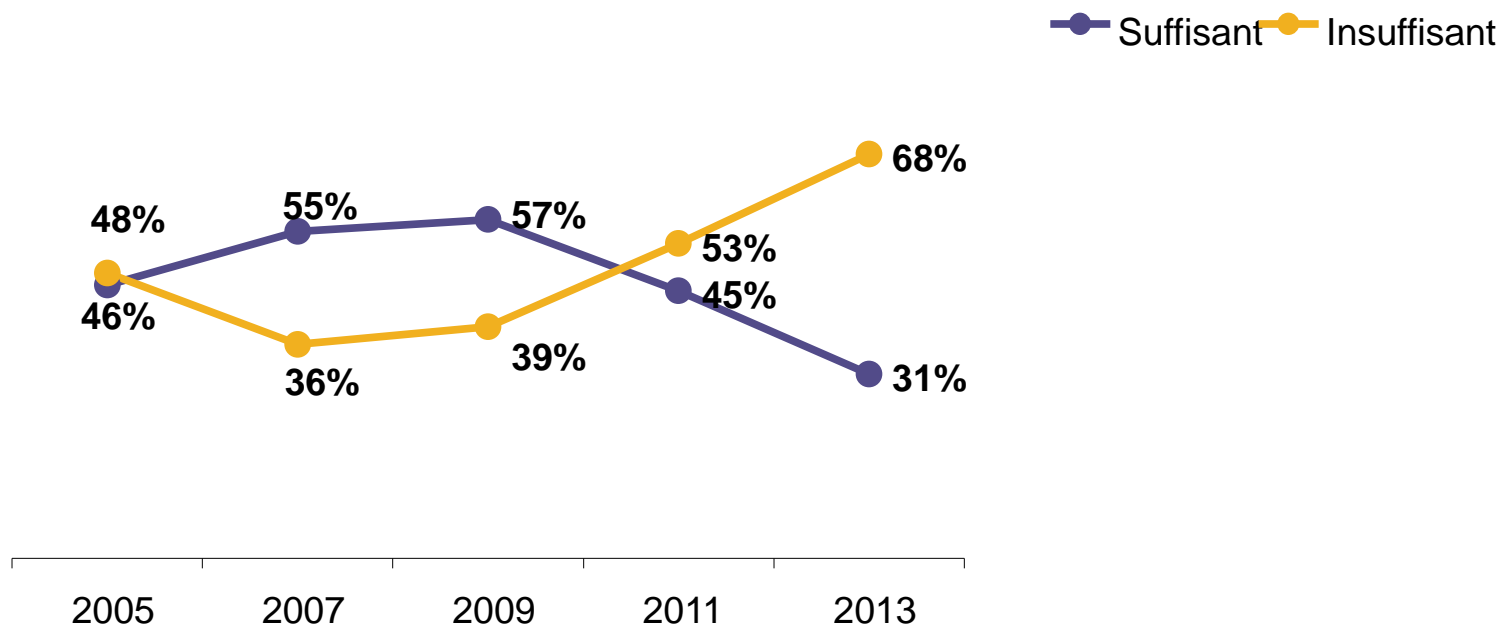
\*Pas de comparaison avec les années 2005 et 2007 possible

	2009	2011	2013	
Un seul réseau	22%	26%	18%	↘
Entre 2 et 4 réseaux	73%	72%	79%	↗
Au moins 5 réseaux	3%	3%	3%	→
Non réponse	1%	-	-	

\* Question non posée en 2005 et 2007

# Un budget satisfaisant ?

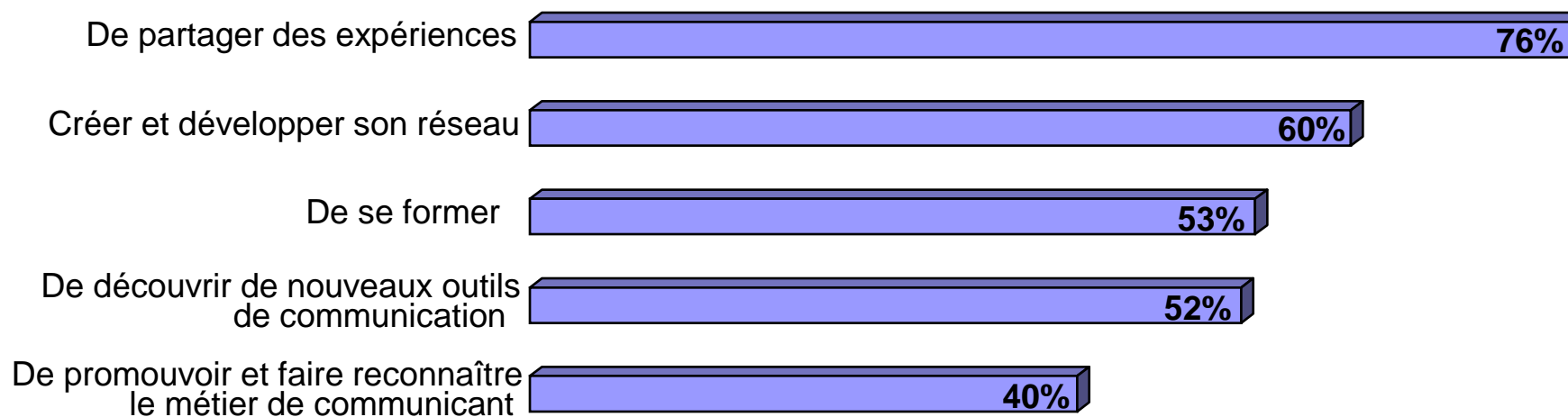
> Le budget communication vous paraît-il suffisant pour accomplir vos missions ?





# Les services de l'ARCES

> Les services de l'association doivent en priorité correspondre aux besoins... :





**OCCURRENCE**

études et conseil en communication



# Comparaisons avec les communicants d'autres secteurs



# Les autres observatoires auprès de communicants

- > Baromètre UDA-Harris Interactive sur la communication d'entreprise – 180 répondants

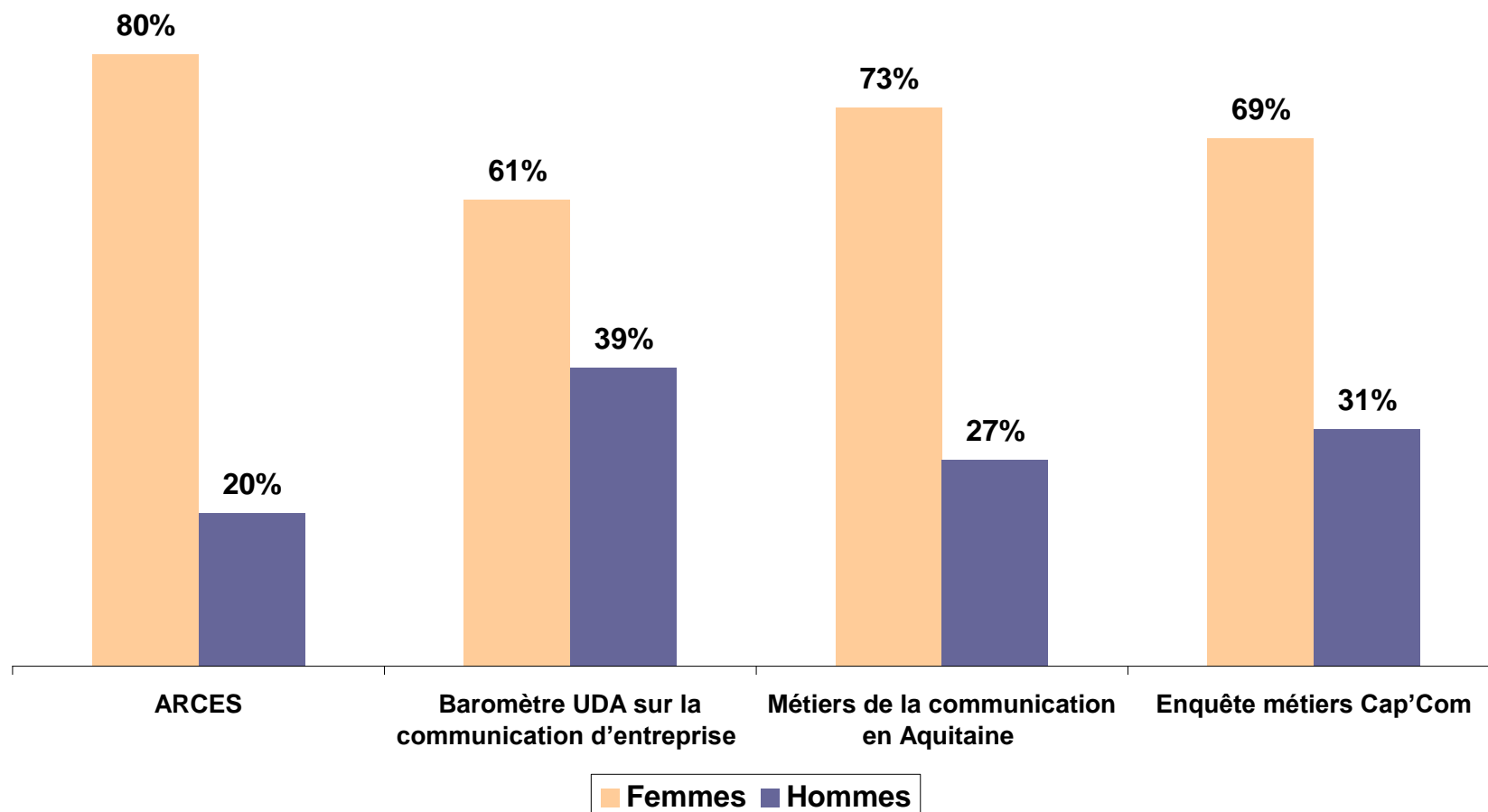
Enquête par questionnaire auto-administré adressé aux responsables de communication des 2 500 premières entreprises françaises ou implantées en France.

- > Observatoire des métiers de la communication en Aquitaine – 78 répondants
- Enquête en ligne a été envoyée par mail aux 500 membres de l'APACOM (Association des Professionnels Aquitains de la Communication).

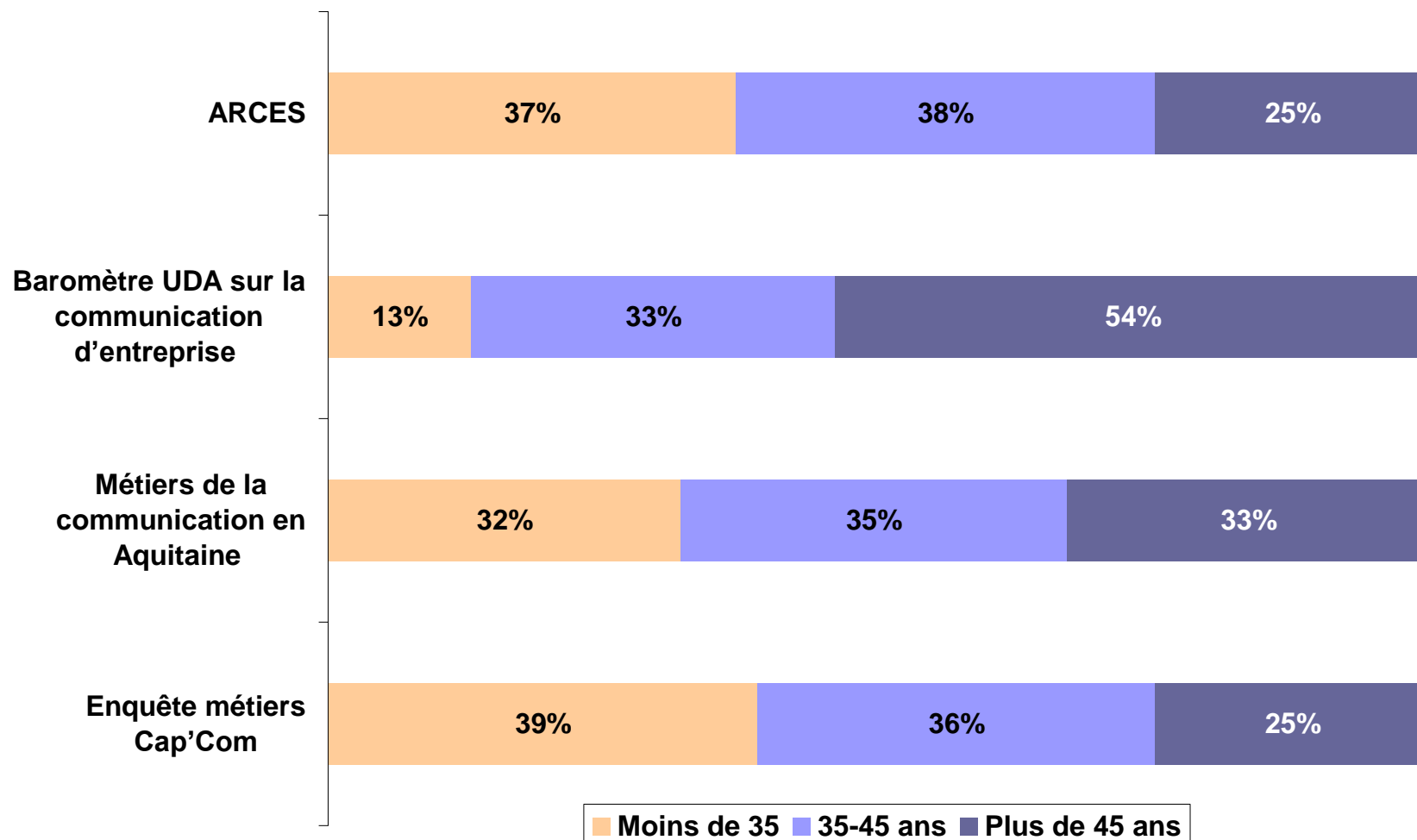
- > Enquête Métiers Cap'Com-Occurrence 2011, en partenariat avec le CNFPT – 588 répondants

Enquête par questionnaire auto-administré adressé aux responsables de la communication des collectivités territoriales.

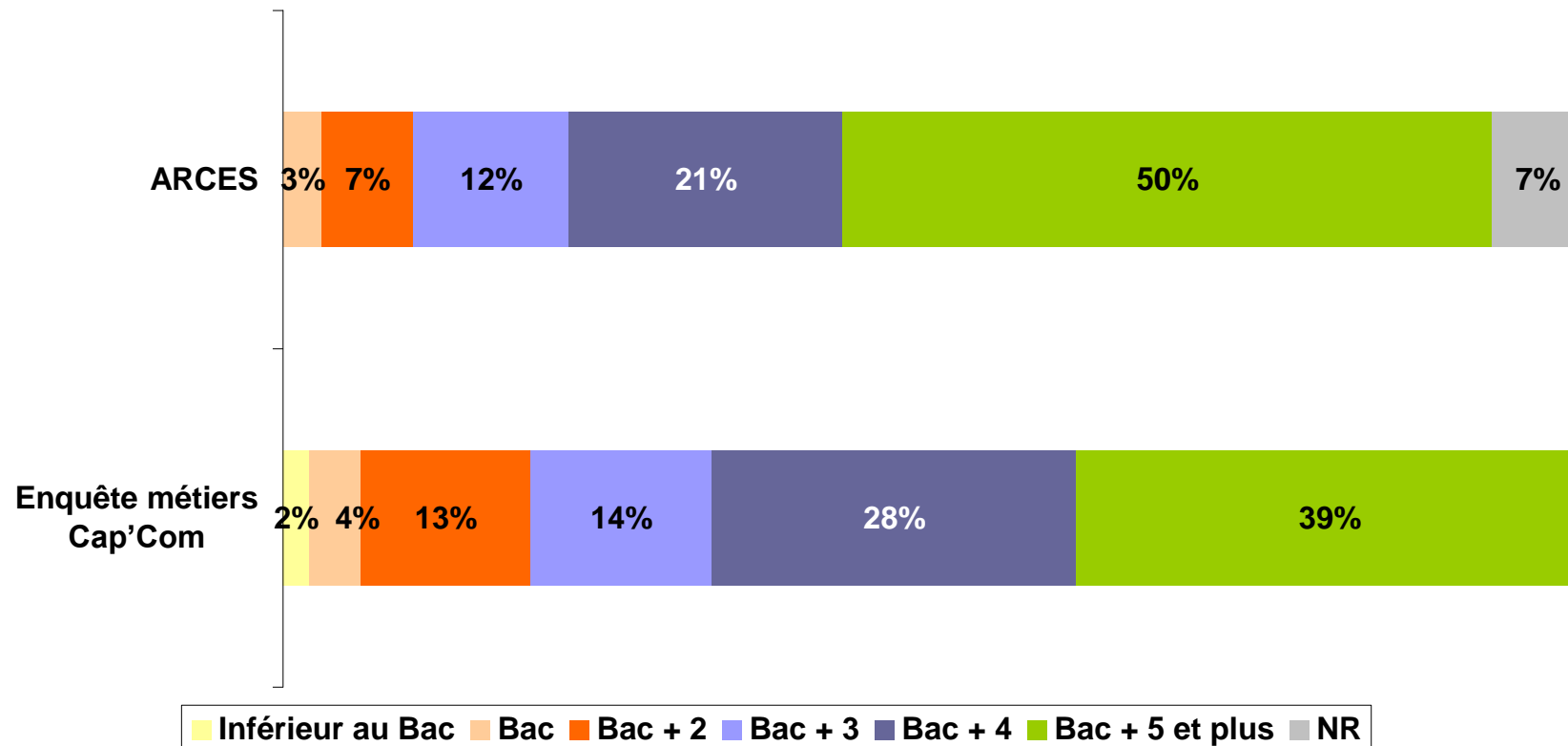
# Une population plus féminine qu'ailleurs



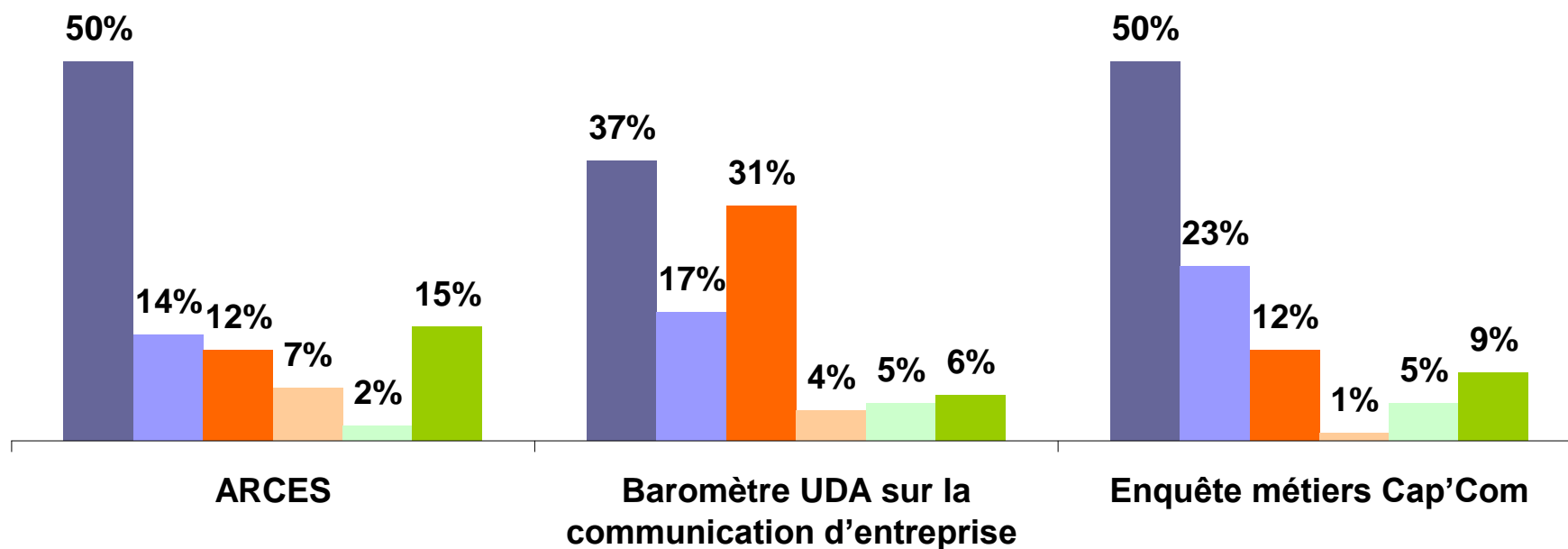
# Une population jeune, comme dans d'autres secteurs



# Un niveau de diplôme très élevé parmi les membres de l'ARCES

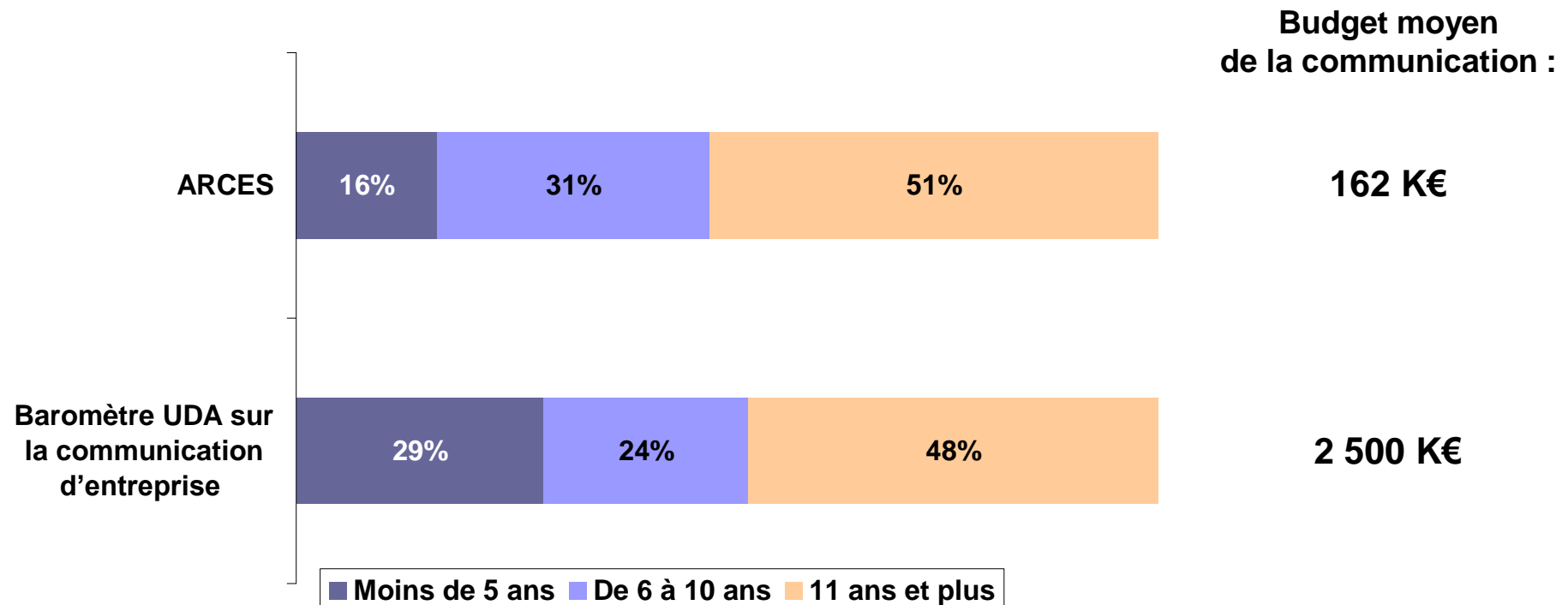


# Formation initiale



# Ancienneté des services / fonctions communication

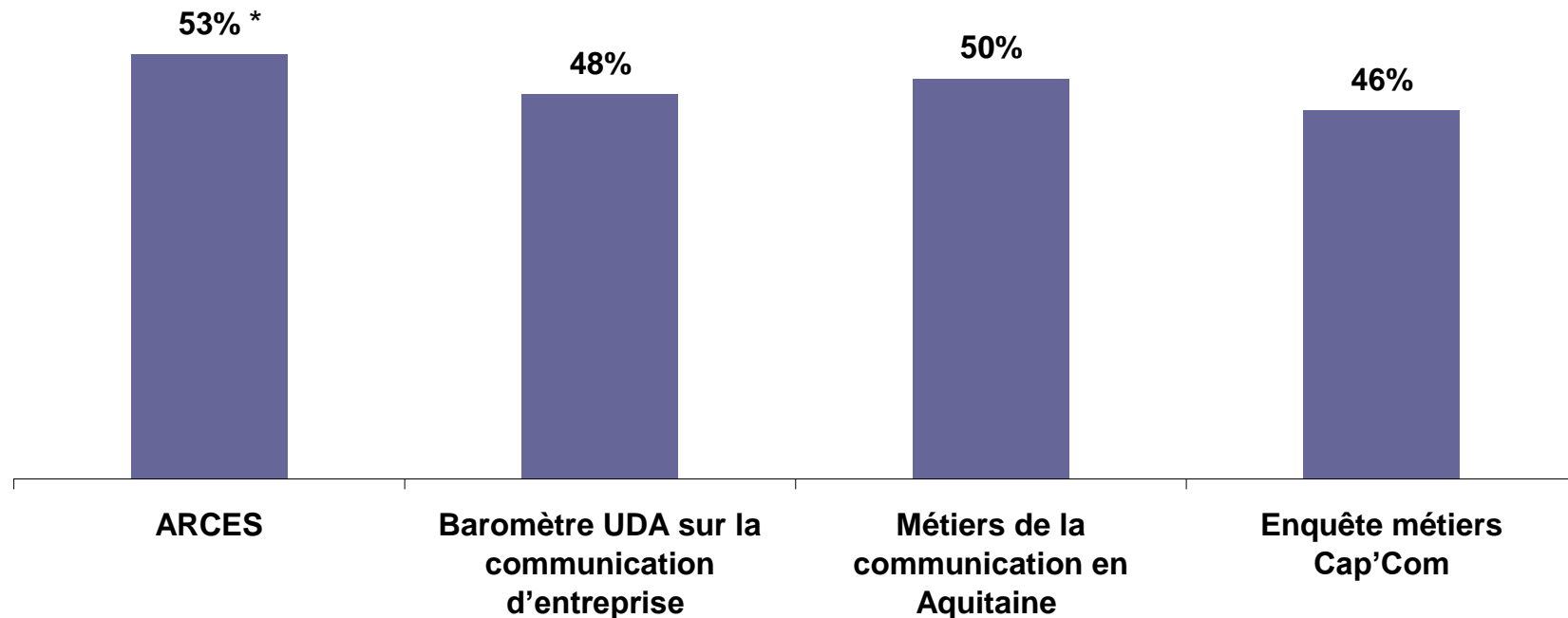
> Ancienneté du service communication :





# Une influence pas plus importante dans d'autres secteurs

> Taux de participation au Codir des communicants :



\*75% quand on y intègre ceux qui y participent "occasionnellement"