

Observatoire des métiers de la communication dans l'enseignement supérieur

Enquête auprès des membres de l'ARCES

Vague 6 – Juin 2015

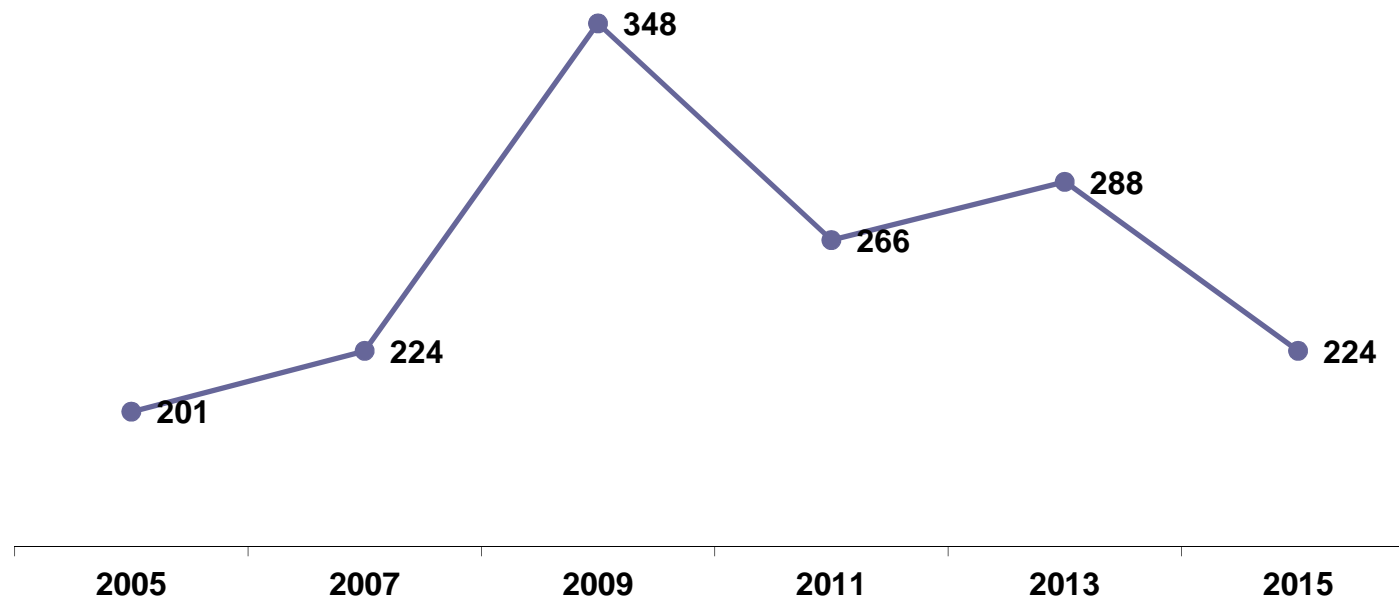
 Synthèse

Occurrence est
certifiée
ISO 9001:2000
depuis 2004



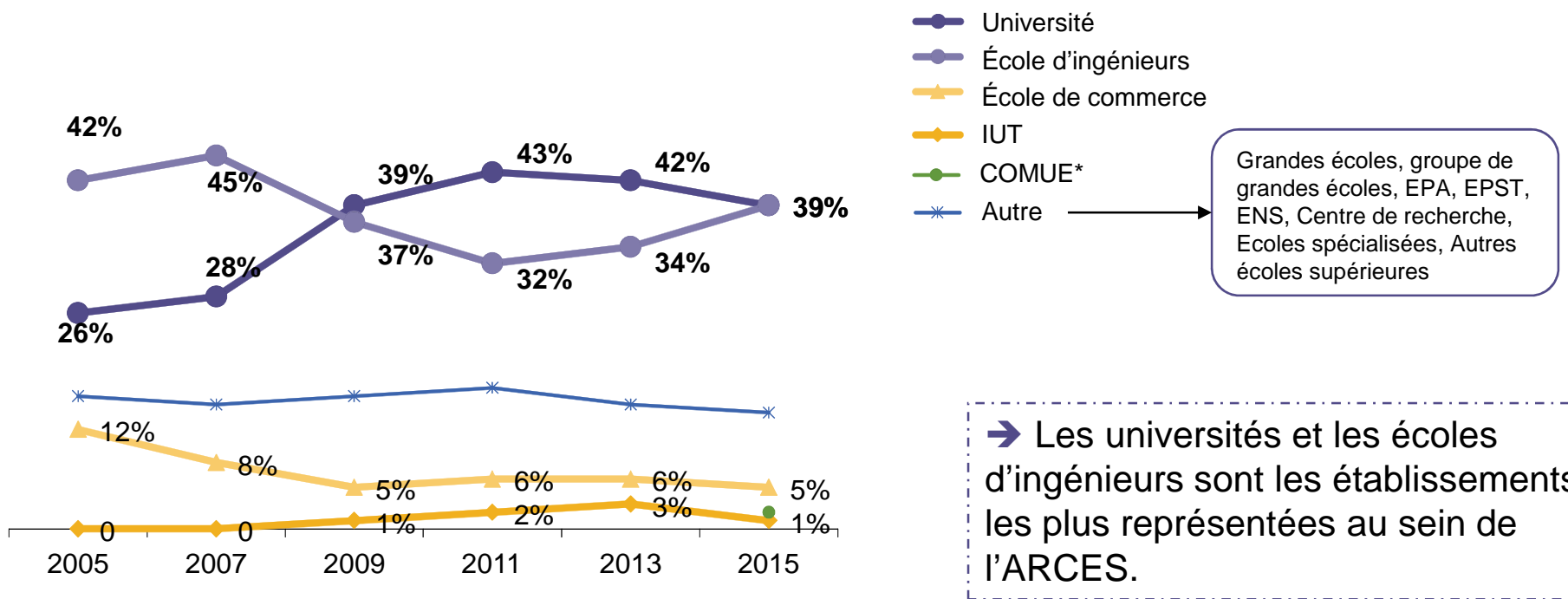
Dispositif méthodologique

- > 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

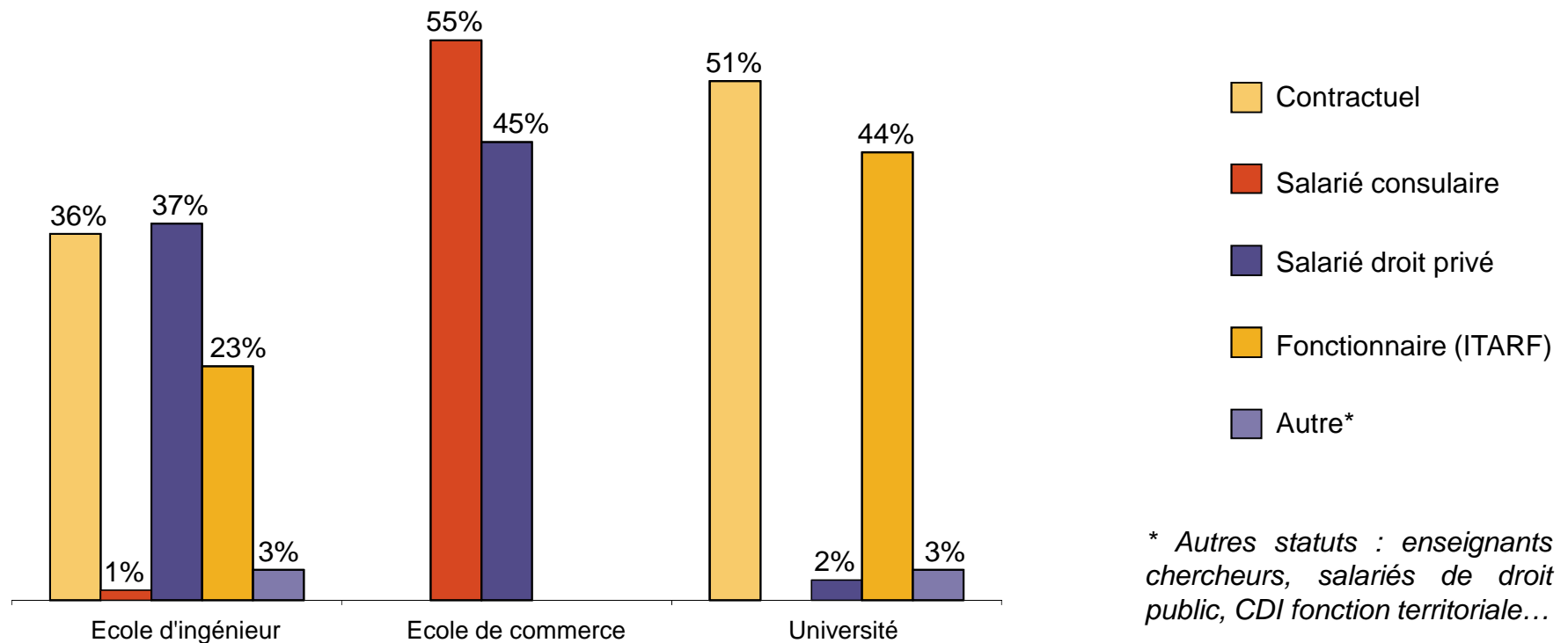
> Type d'établissement :



*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

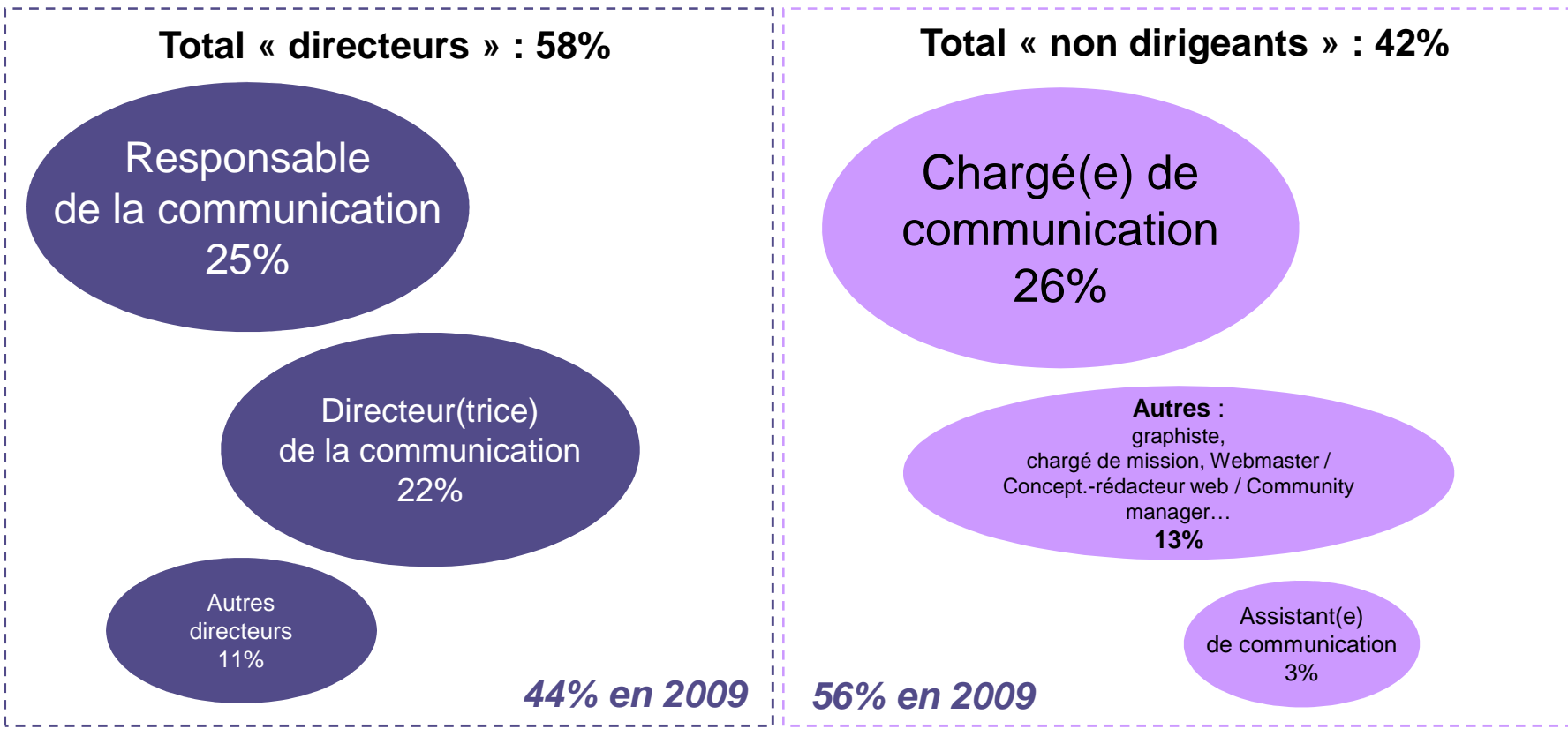
La professionnalisation des communicants de l'enseignement supérieur



1

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

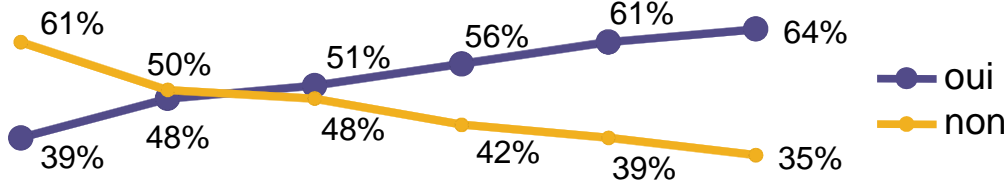
> Quel est votre titre exact ? *Question ouverte*



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

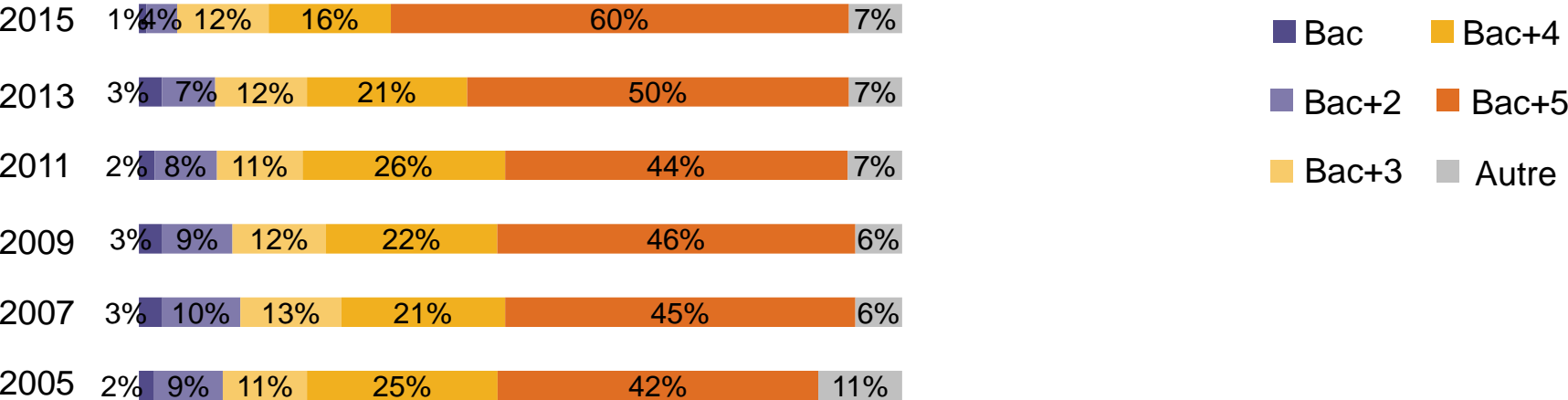
Des professionnels de plus en plus formés à la communication, des niveaux de diplôme de plus en plus élevés

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



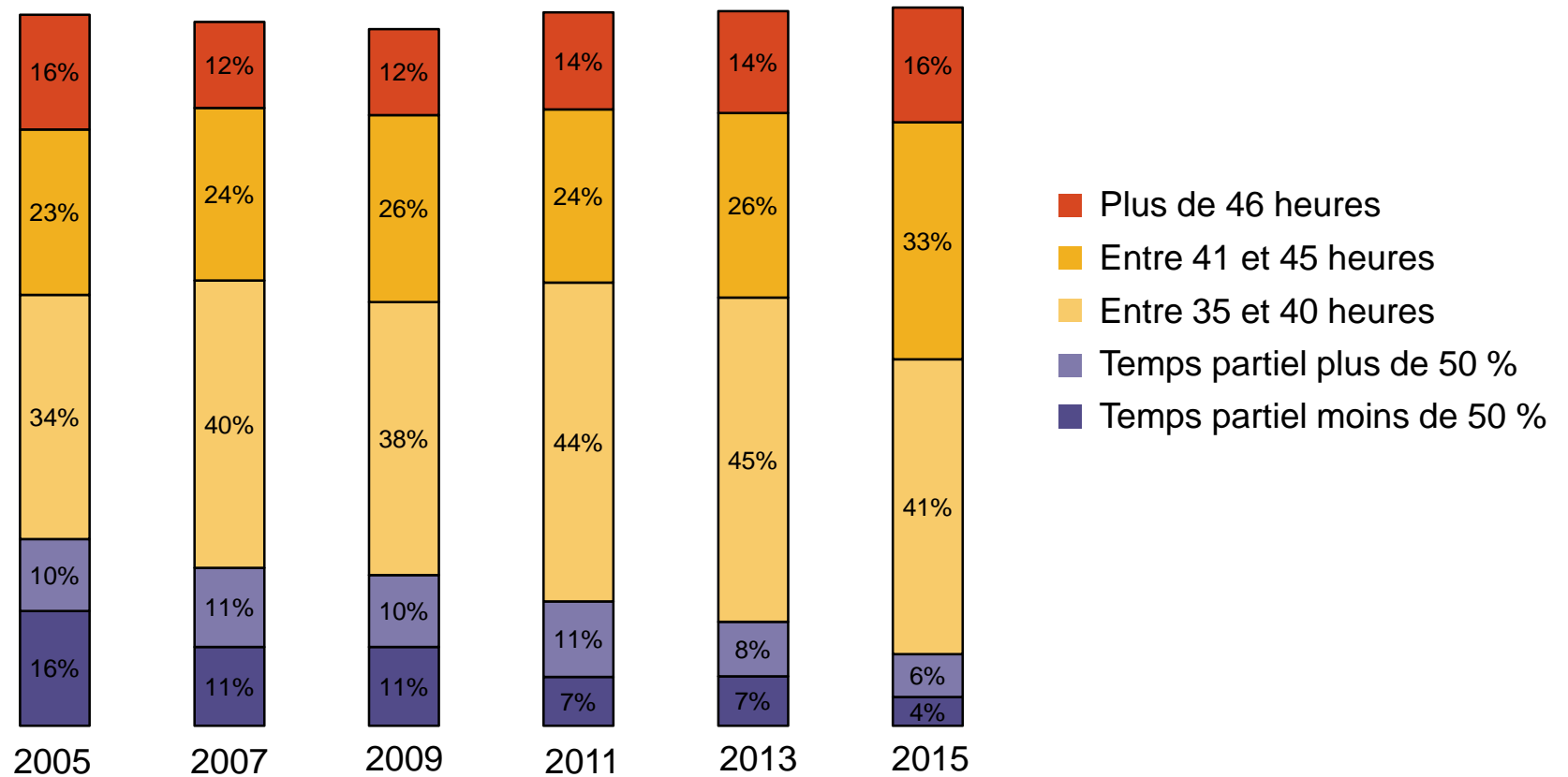
*2 à 1% de non-réponses en 2007, 2009, 2011 et 2015

> Votre diplôme le plus élevé :



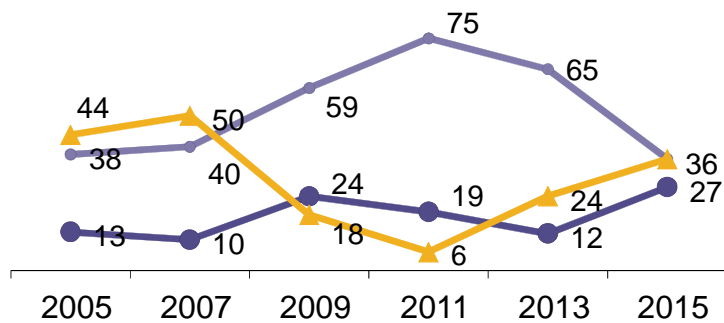
Une baisse du temps partiel qui continue depuis 2005 : un vrai métier s'affirme

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

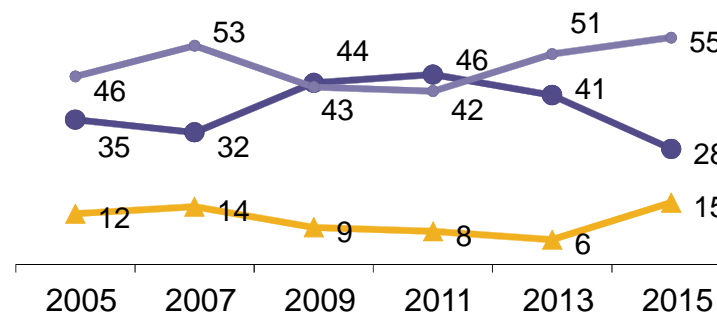


Evolution des salaires NETS par types d'établissement : **Une tendance à la baisse des plus petits salaires**

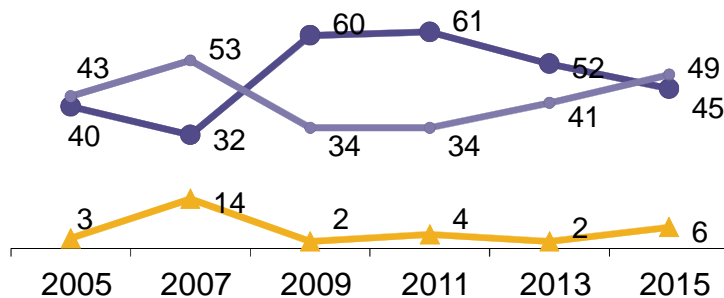
Ecoles de commerce (en %)



Ecoles d'ingénieur (en %)



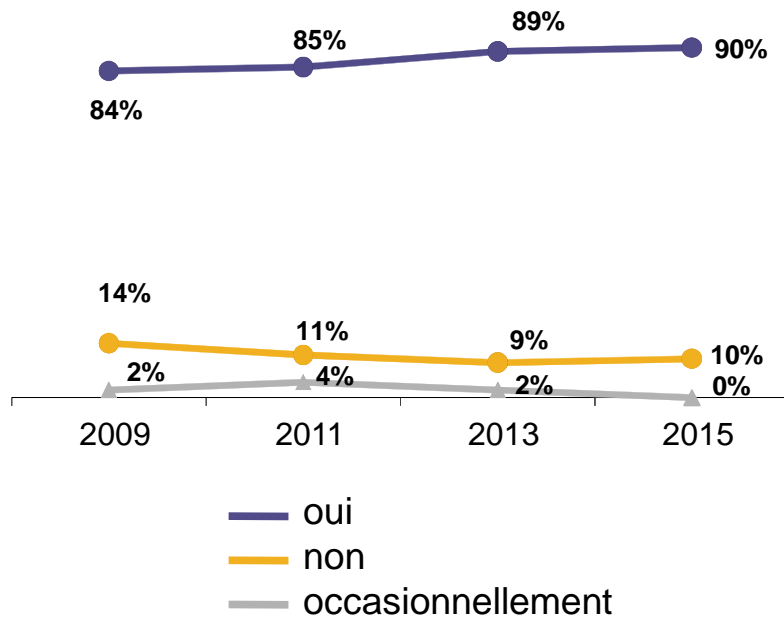
Universités (en %)



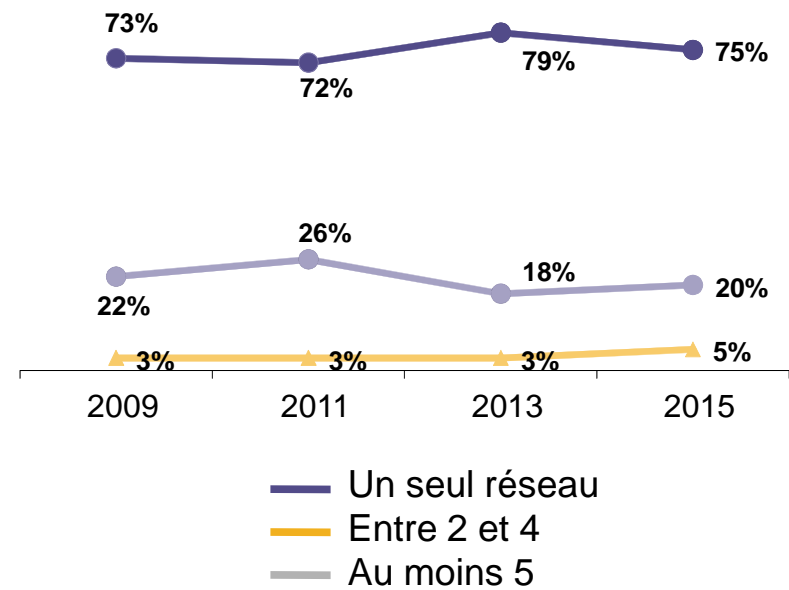
- Moins de 25 K€
- Entre 25 et 50 K€
- ▲ Plus de 50 K€

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

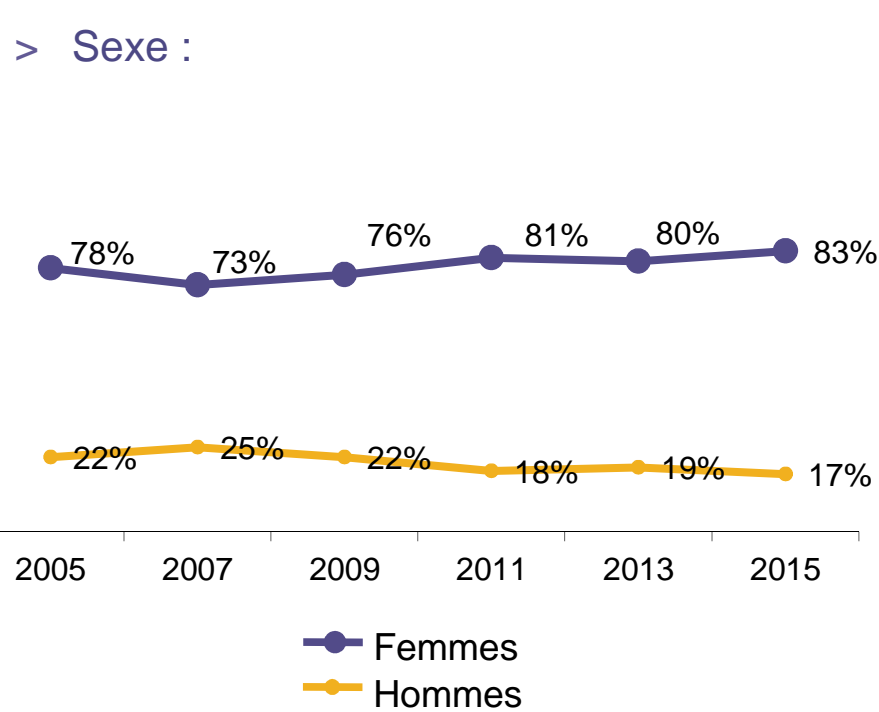
Une fonction qui se renouvelle constamment



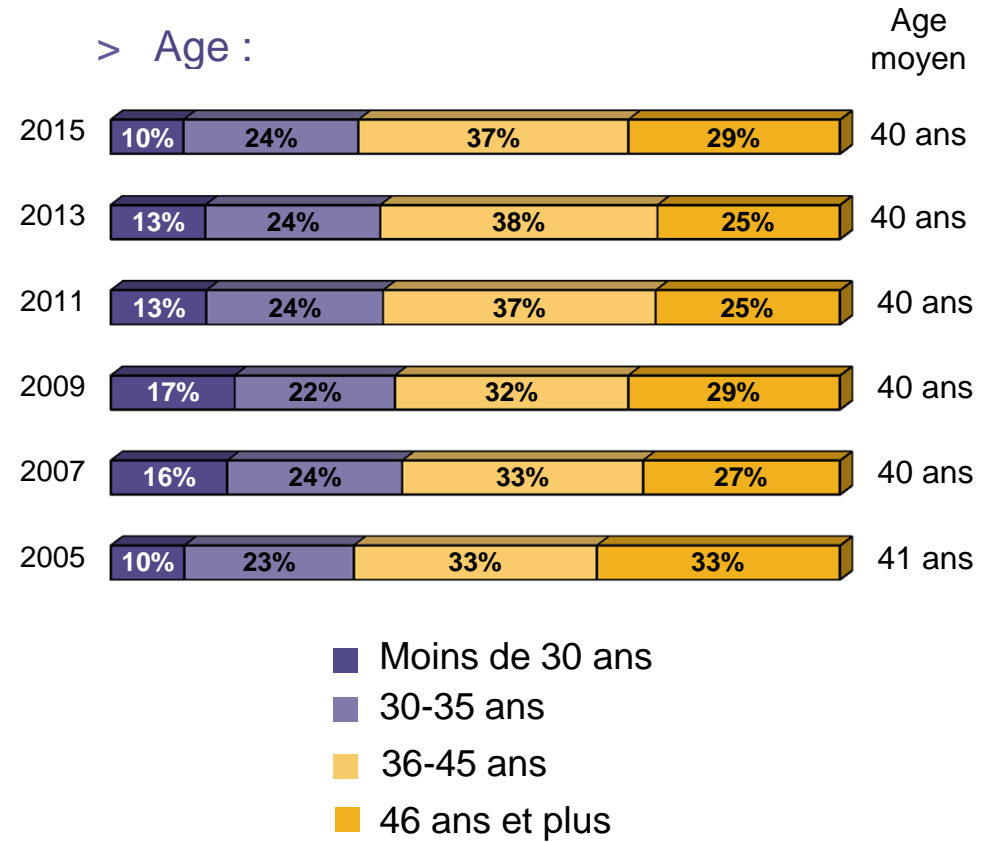
2

Une profession qui reste jeune et féminine

> Sexe :

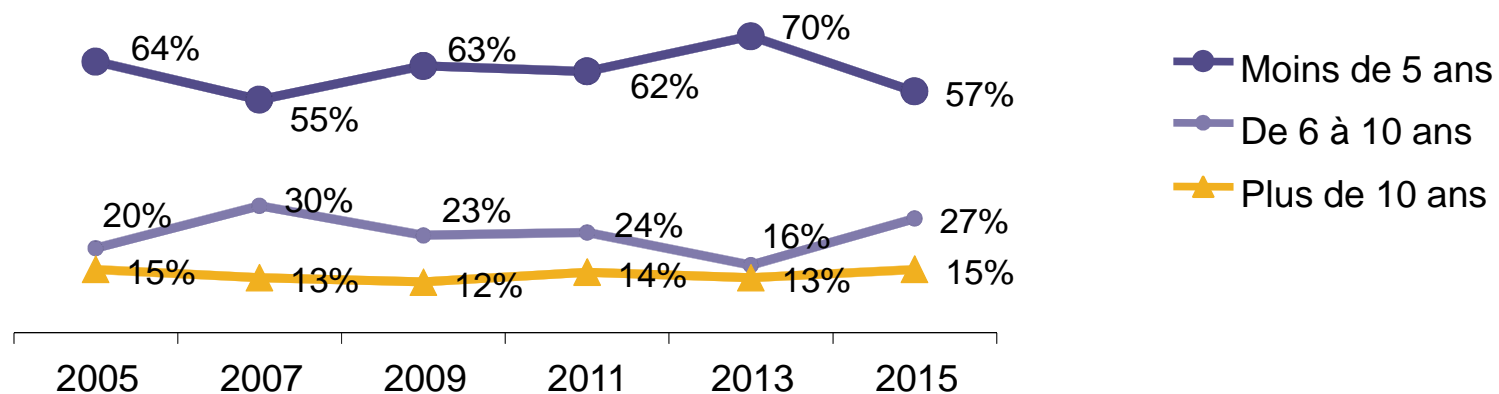


> Age :



Des communicants qui restent rarement plus de 10 ans en poste

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



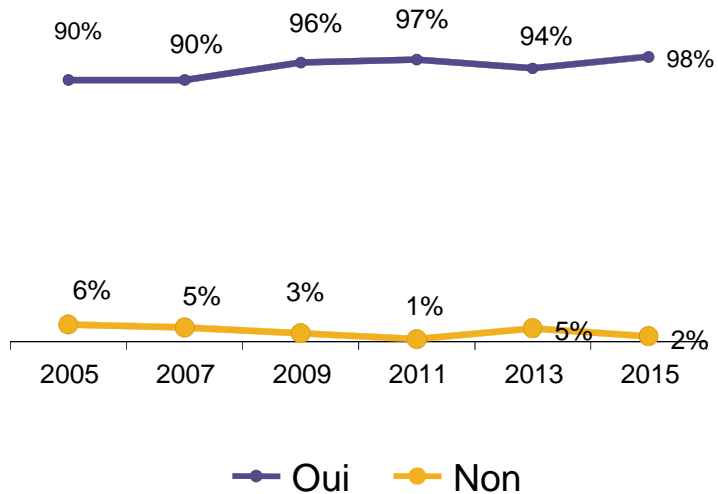
L'ancrage de la fonction communication dans les établissements d'enseignement supérieur



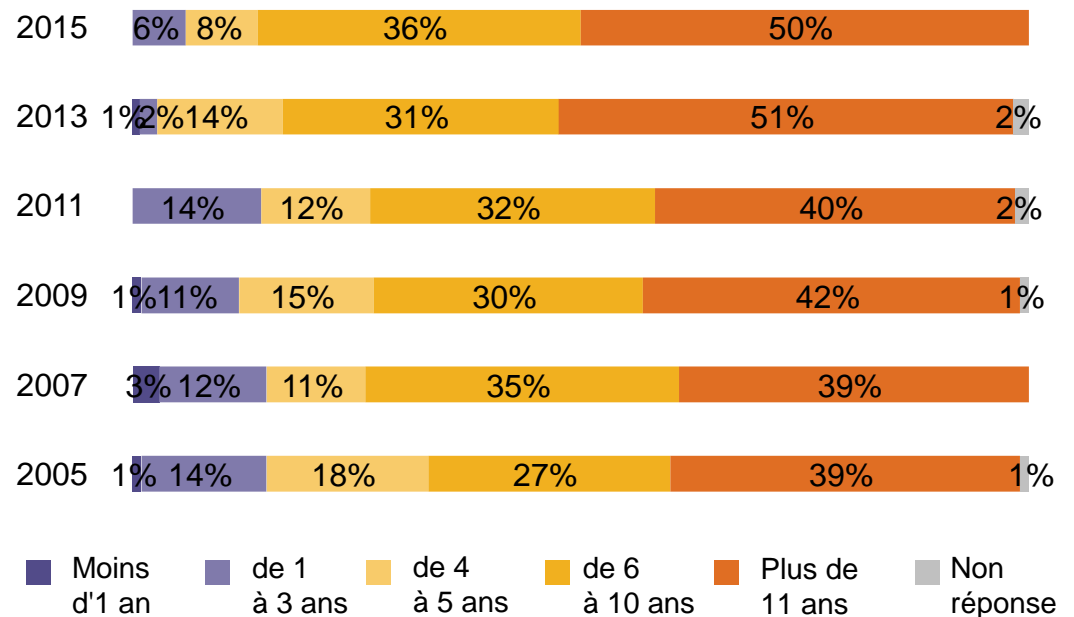
3

Des services communication bien implantés dans les établissements

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



> Si oui, depuis combien de temps ?

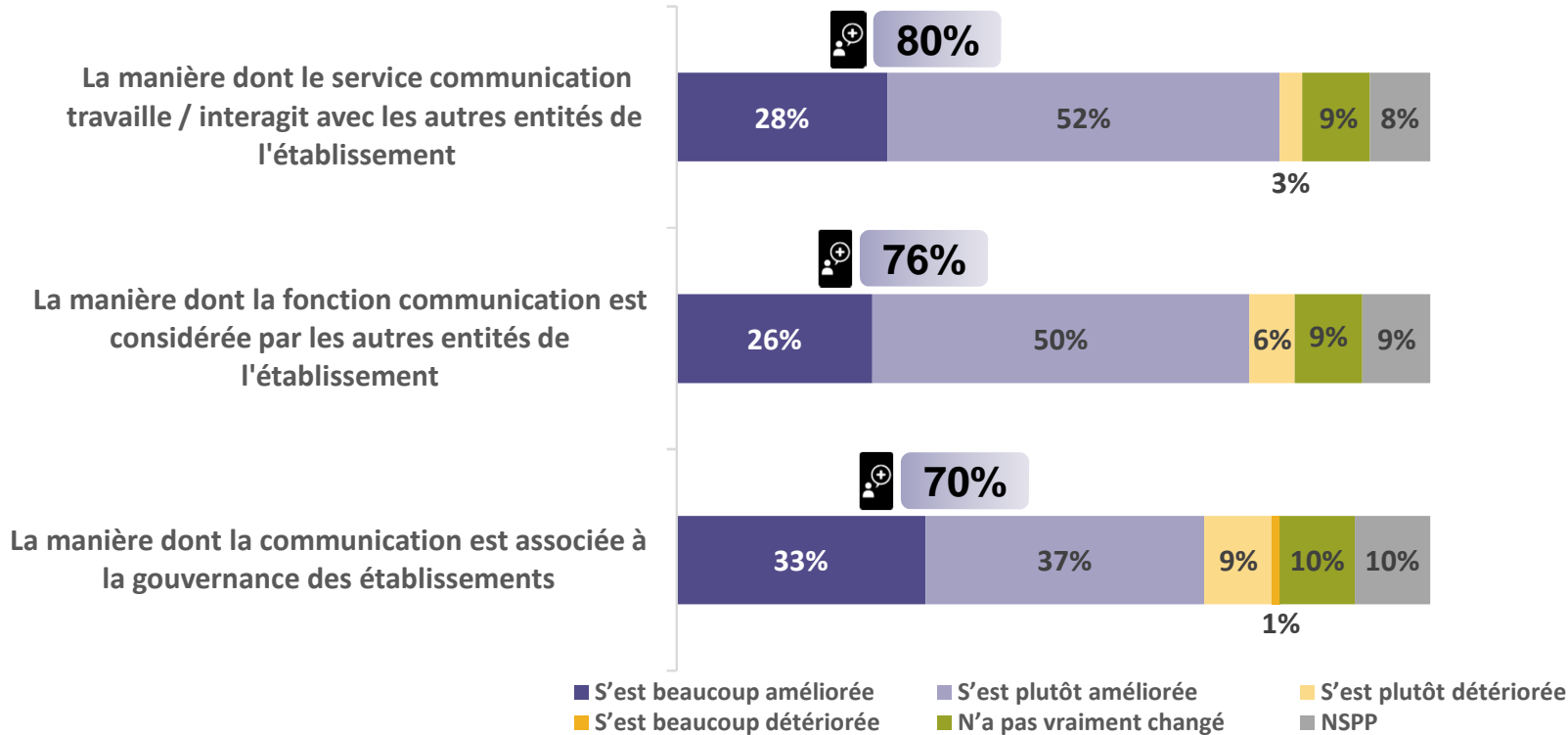


➔ Des services communication bien implantés, depuis plus de 11 ans pour la moitié d'entre eux.

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



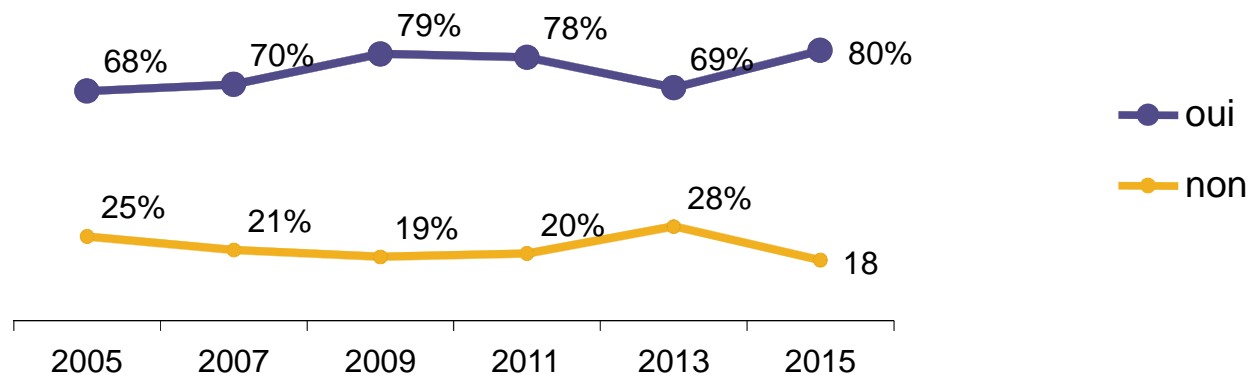
Une fonction qui s'affirme comme stratégique



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)

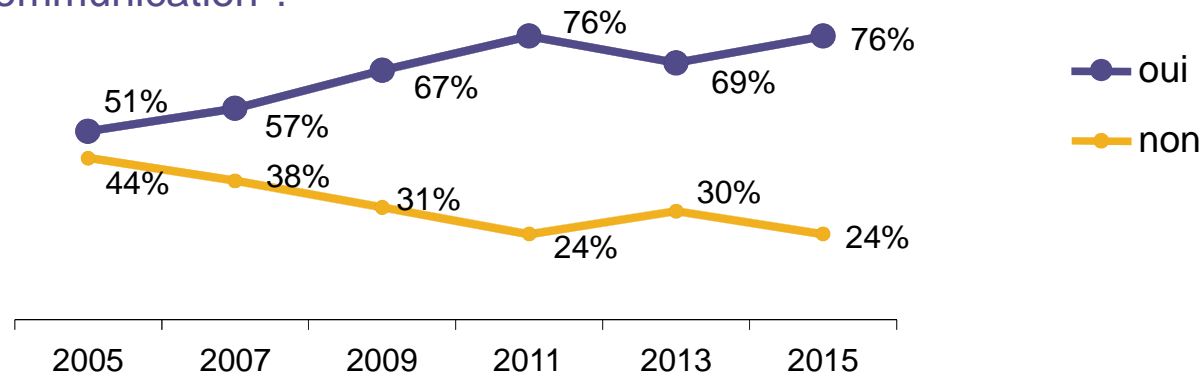
> Profil des individus déclarant que la communication fait partie intégrante de la stratégie de leur établissement :

	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

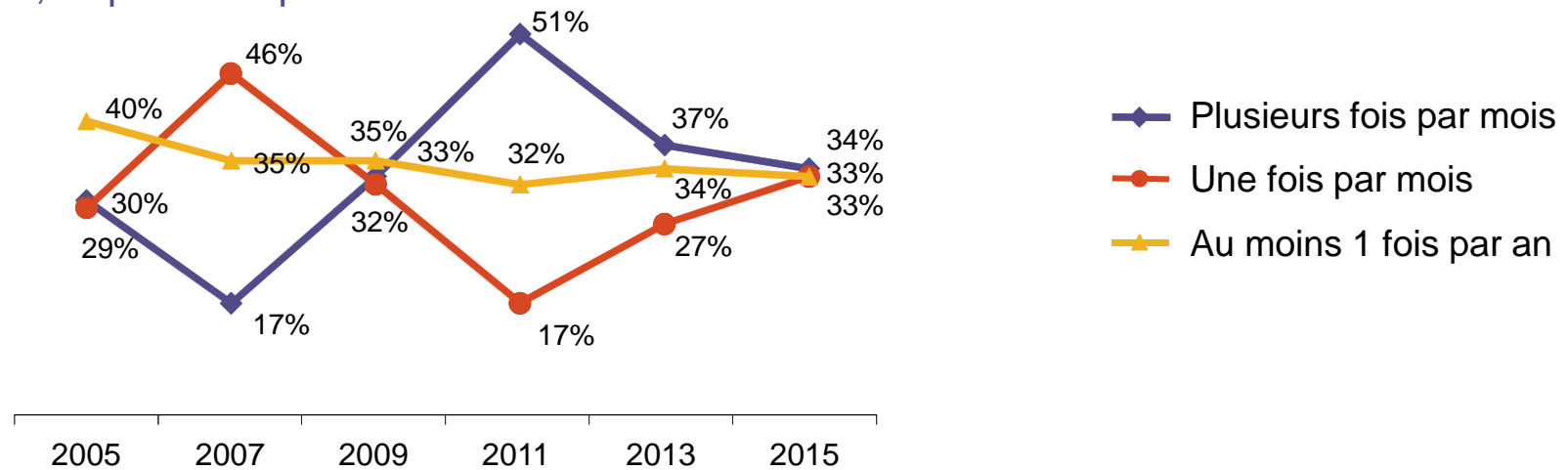
83% des répondants appartenant à une école d'ingénieurs déclarent que la communication fait partie de la stratégie, soit 3 points de plus que le résultat sur l'ensemble des individus.

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

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

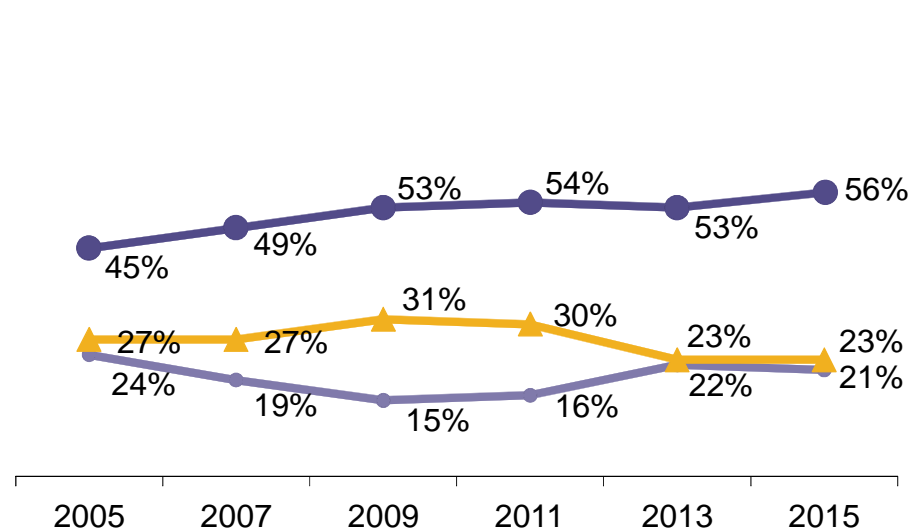


> Si oui, à quelle fréquence ont-elles lieu ?



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

> Faites-vous partie du comité de direction ?



● oui
● occasionnellement
▲ non

- 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)**

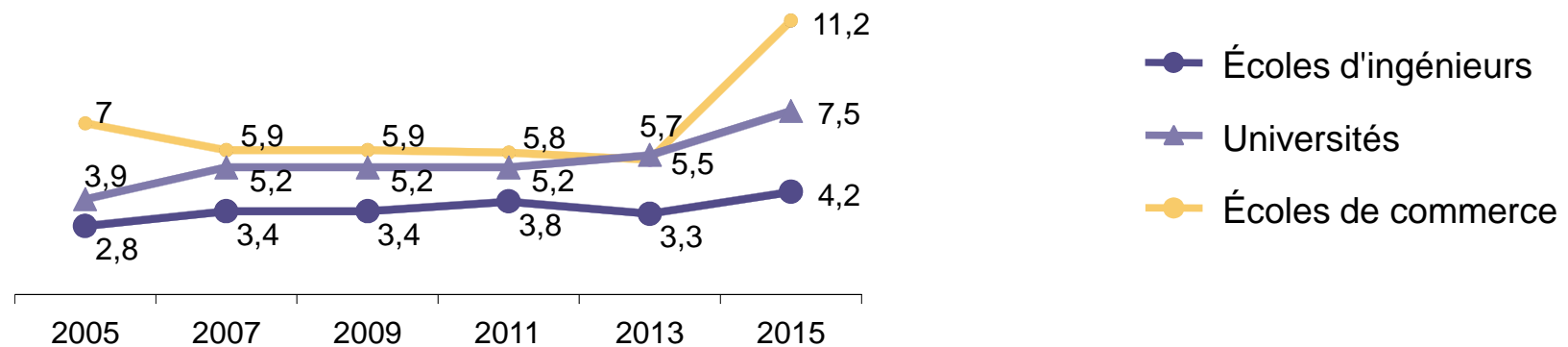


5

Des effectifs en hausse

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

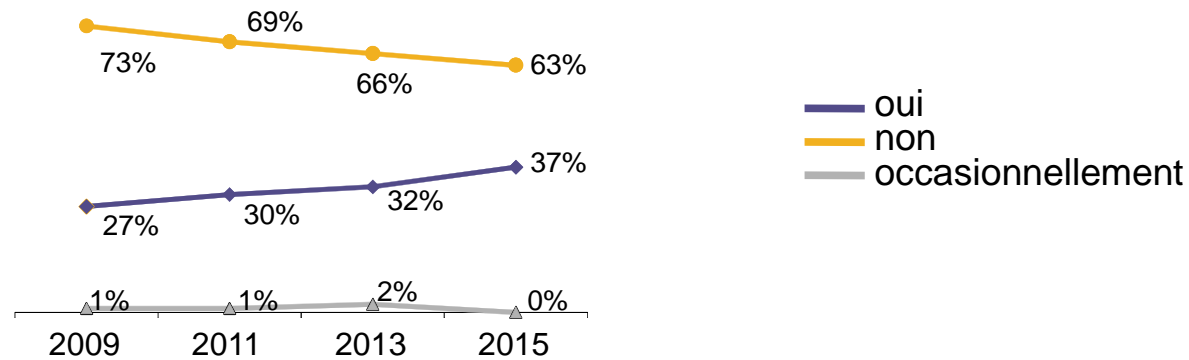
Effectif moyen : 5,3 pers en 2015
vs 4,1 en 2013



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



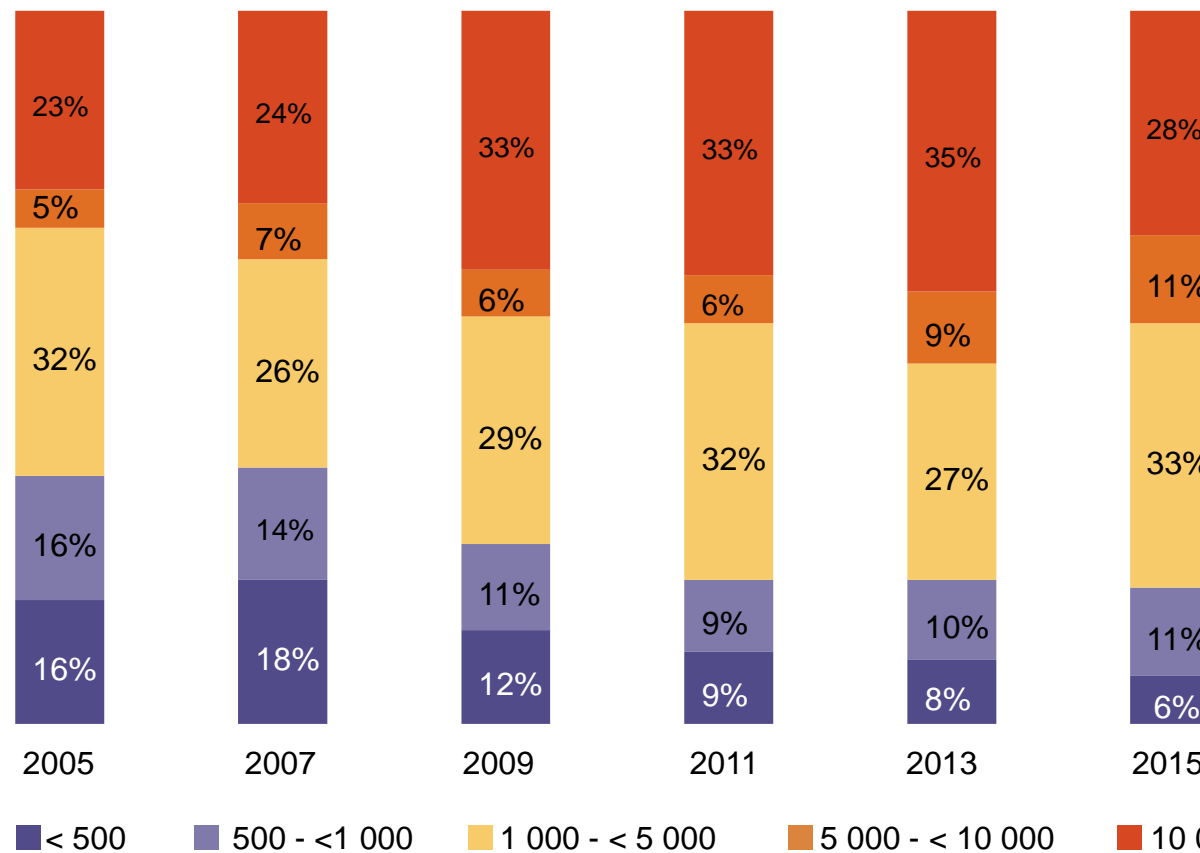
> Si oui combien ? (base : 40)

	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).

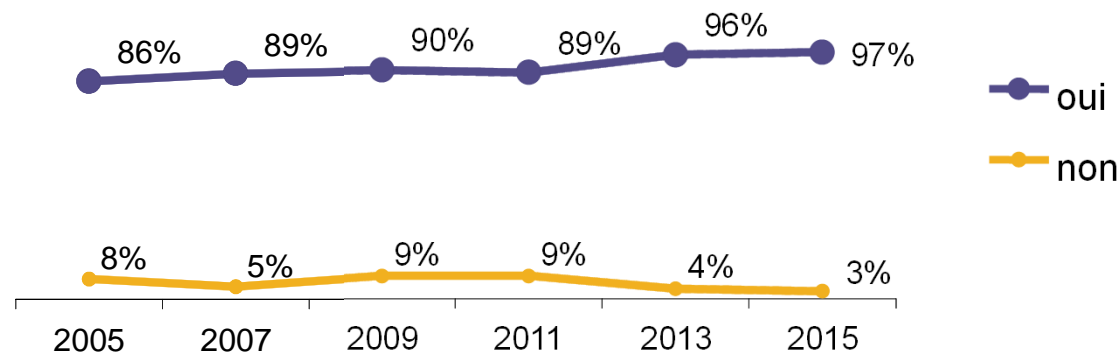
Une consommation budgétaire équilibrée



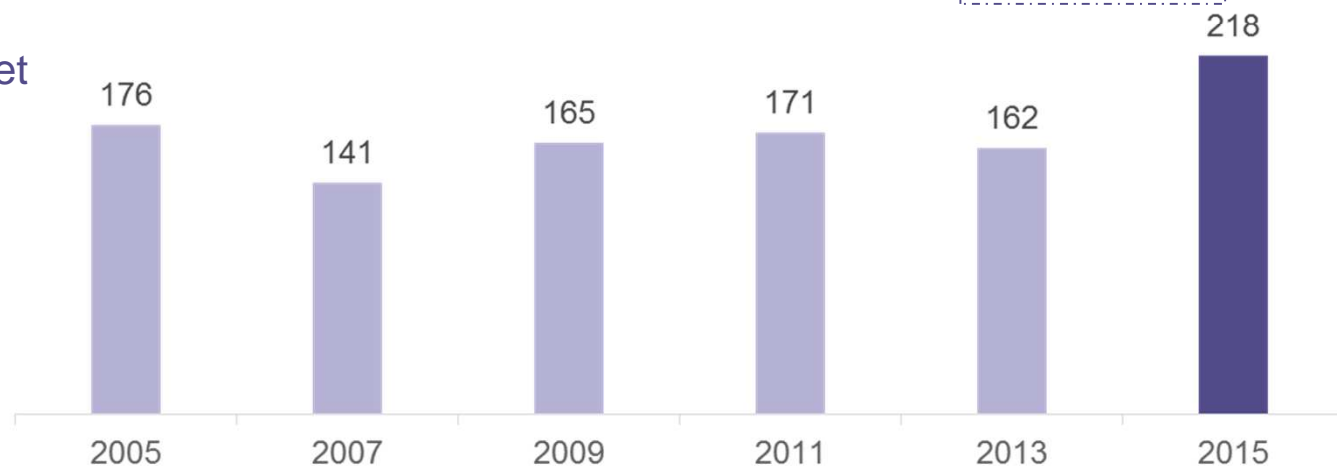
6

Des budgets globalement en hausse au sein des services communication

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

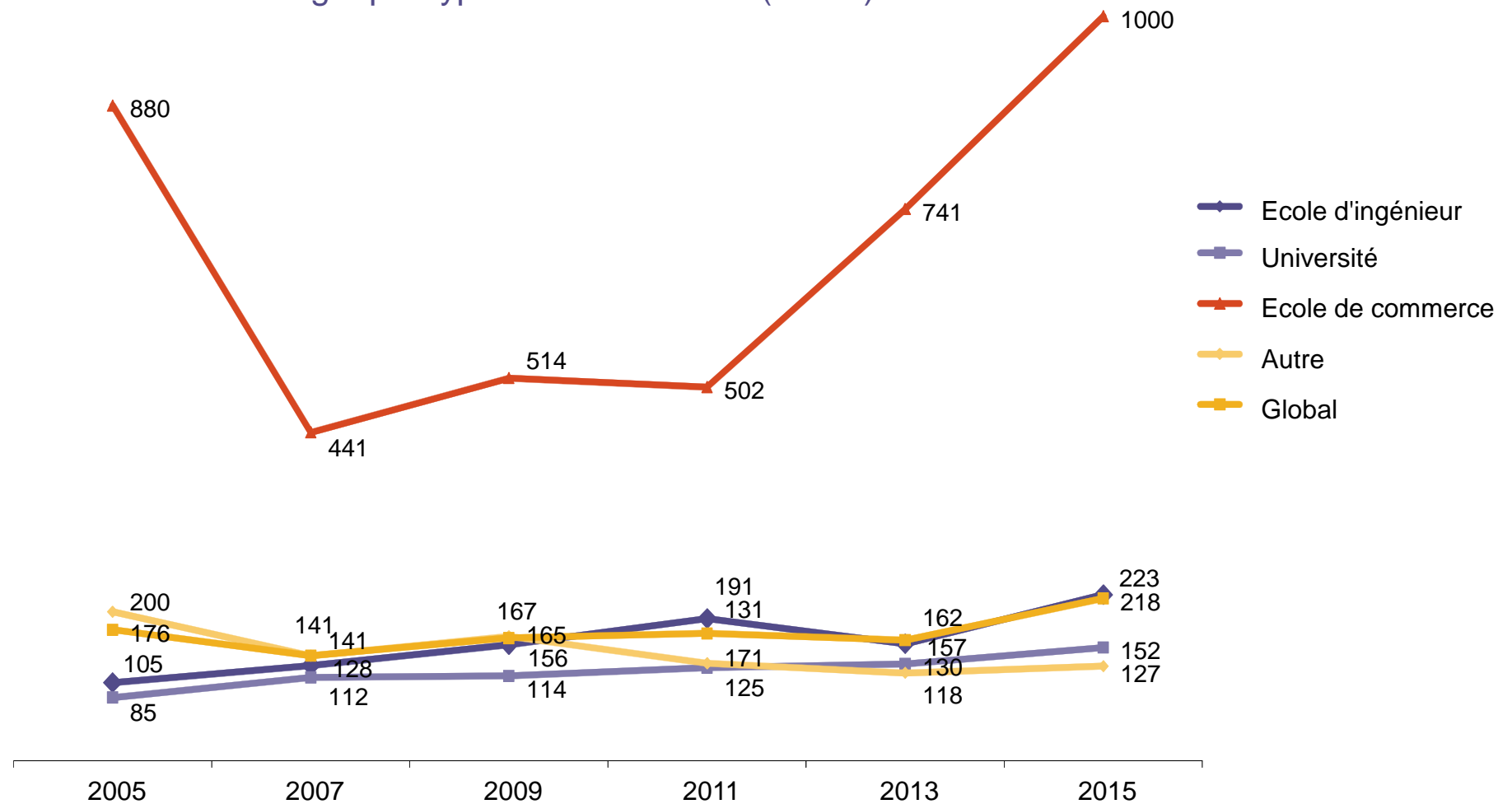


> Evolution du budget global, en K€ :



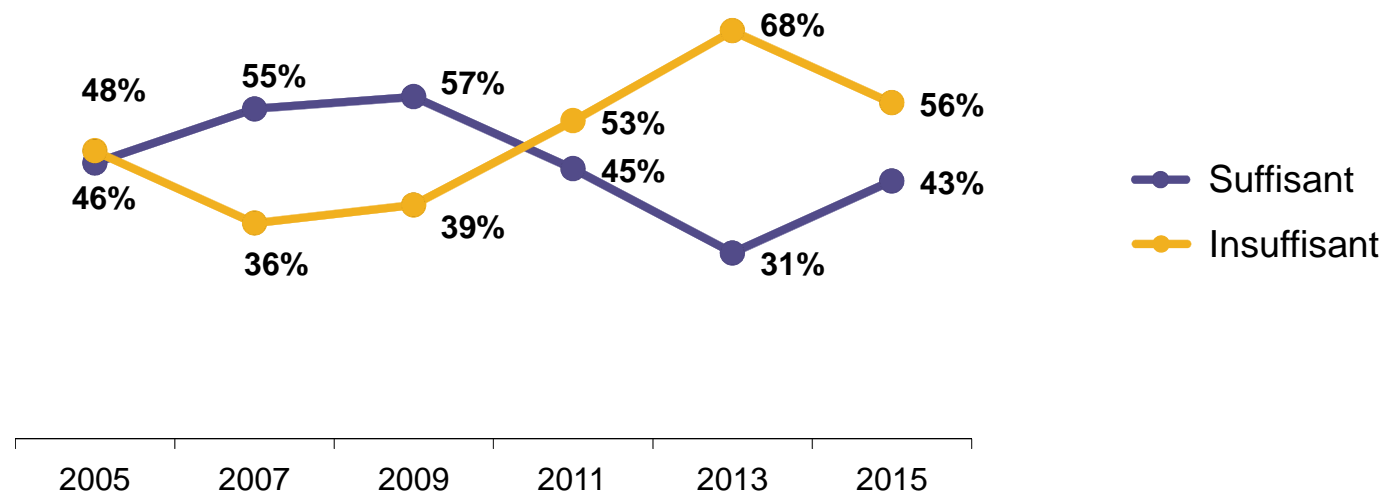
Des disparités en termes d'évolution

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



Un budget satisfaisant ?

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

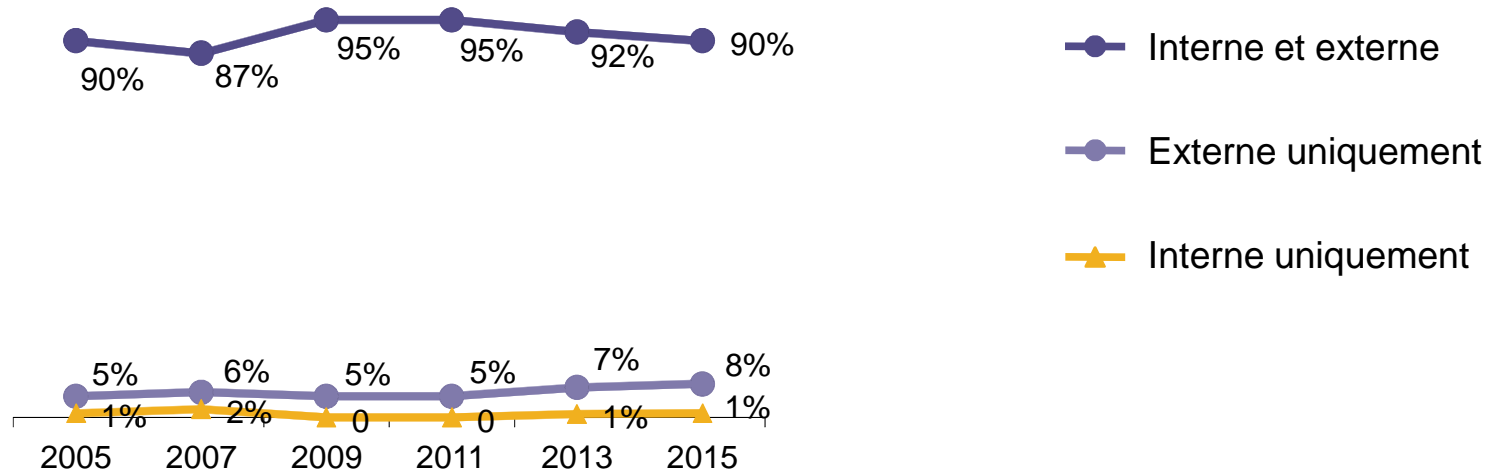


L'inflation des missions et des actions... jusqu'où ?



Une communication tournée vers l'externe et l'interne

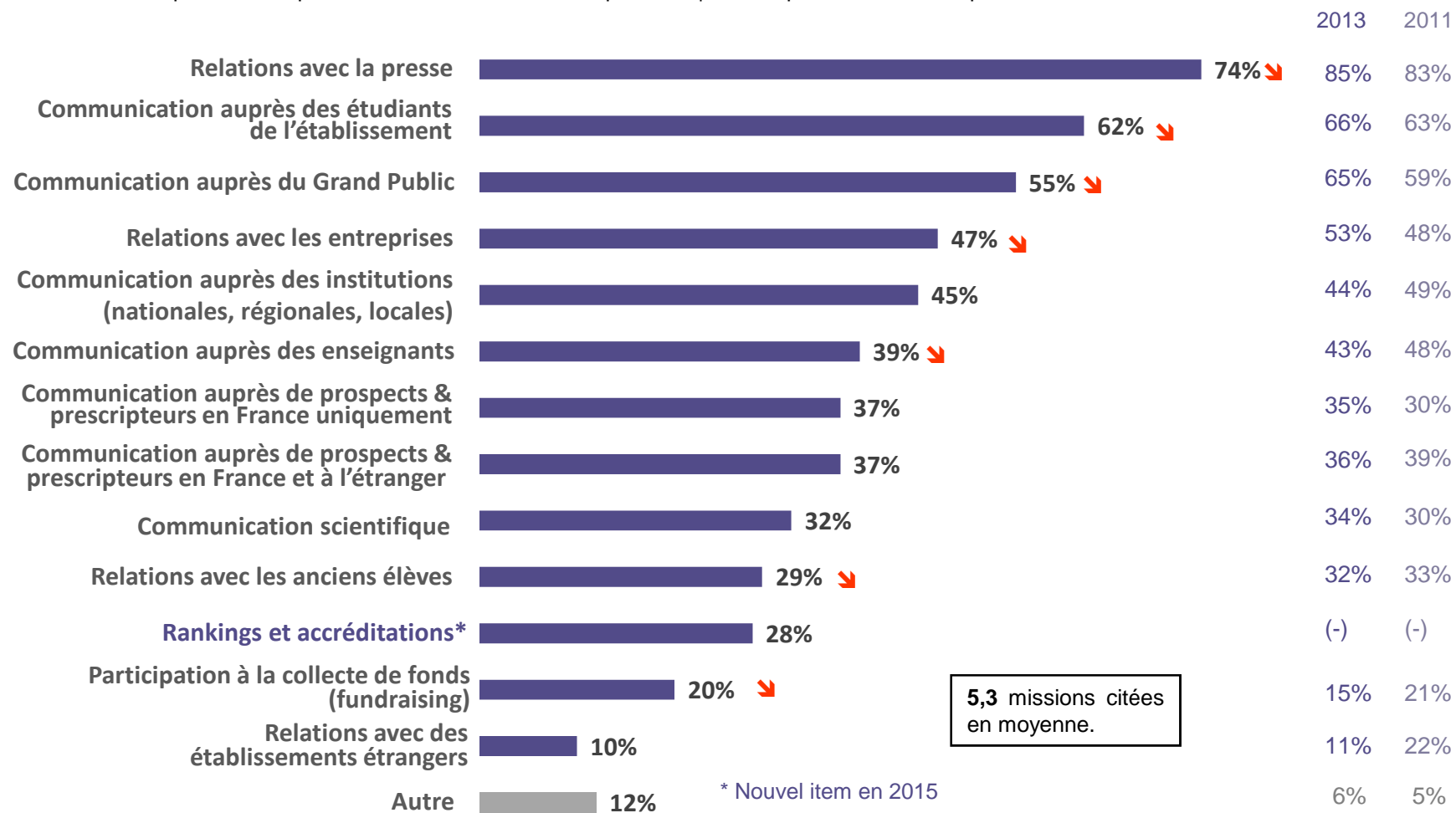
> Votre établissement mène-t-il des actions de communication... ?



Les grand public et les étudiants, cibles prioritaires

> Indiquez quelles sont les missions principales du service communication :

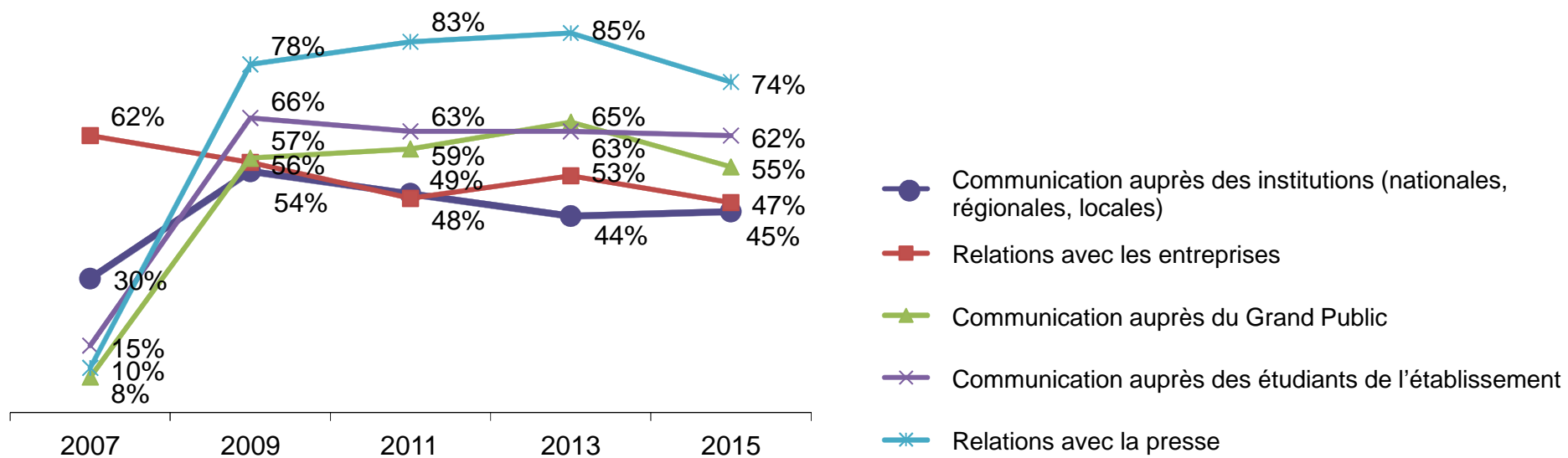
Question à réponses multiples classées selon l'ordre d'importance | Base répondants : 105 responsables du service communication



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

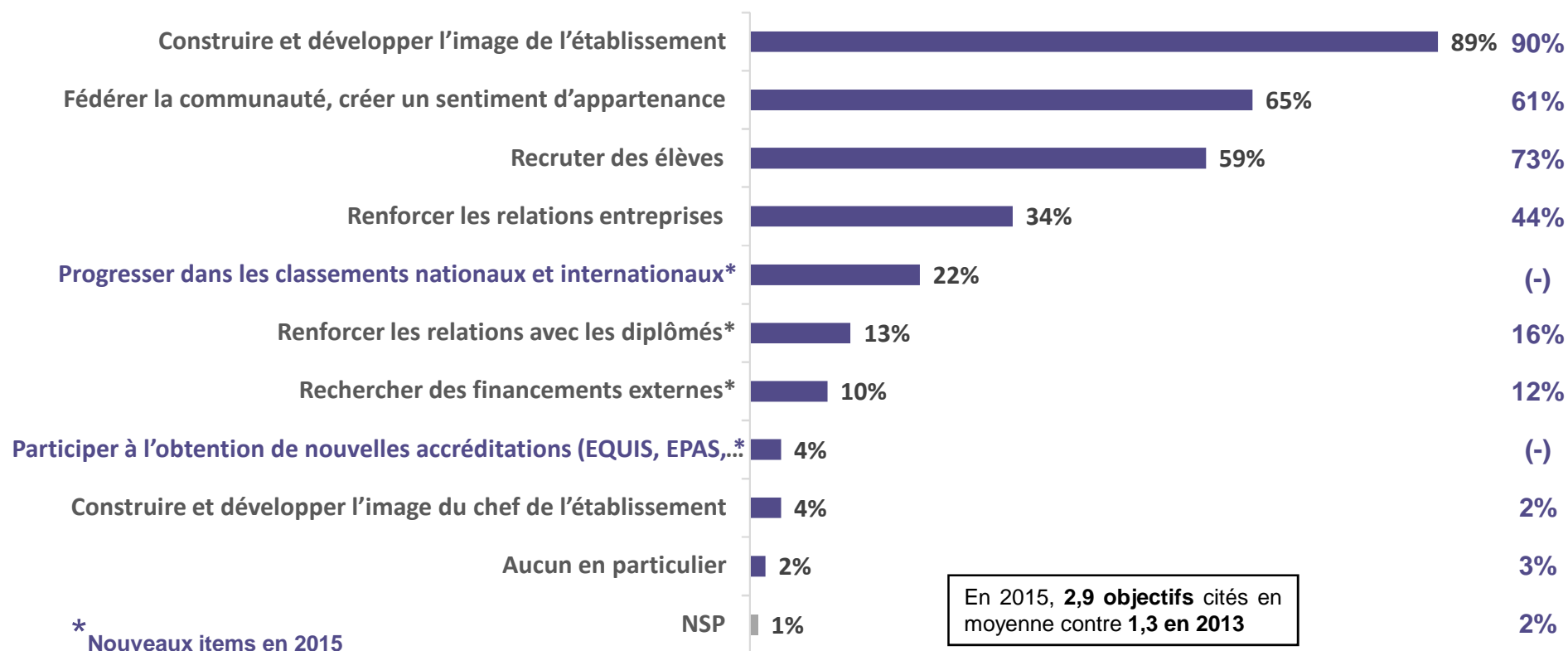
	2011	2013	2015
Communication auprès de prospects et prescripteurs en France uniquement	24%	26%	27%
Communication auprès des prescripteurs en France et à l'étranger	24%	24%	25%
Communication auprès du Grand Public	14%	12%	13%
Relations avec les entreprises	4%	11%	6%
Communication auprès des institutions	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

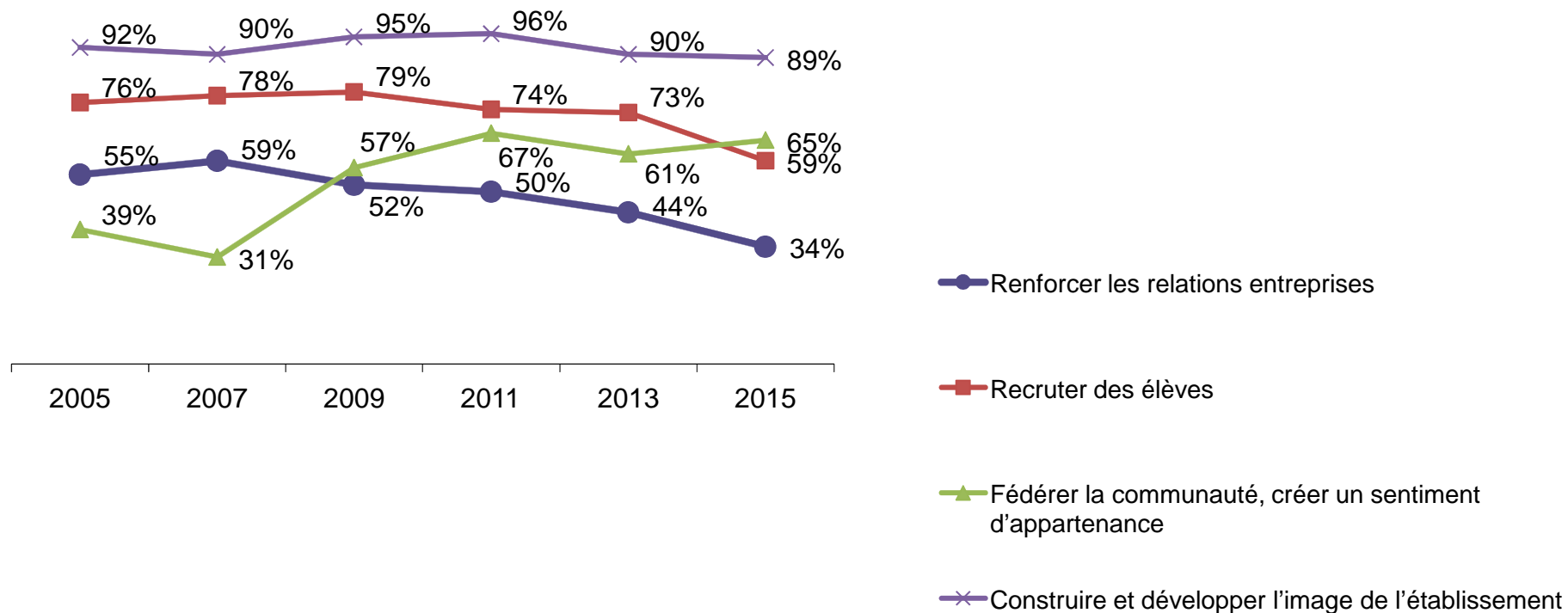


* Nouveaux items en 2015

* Items initiés en 2013

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

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

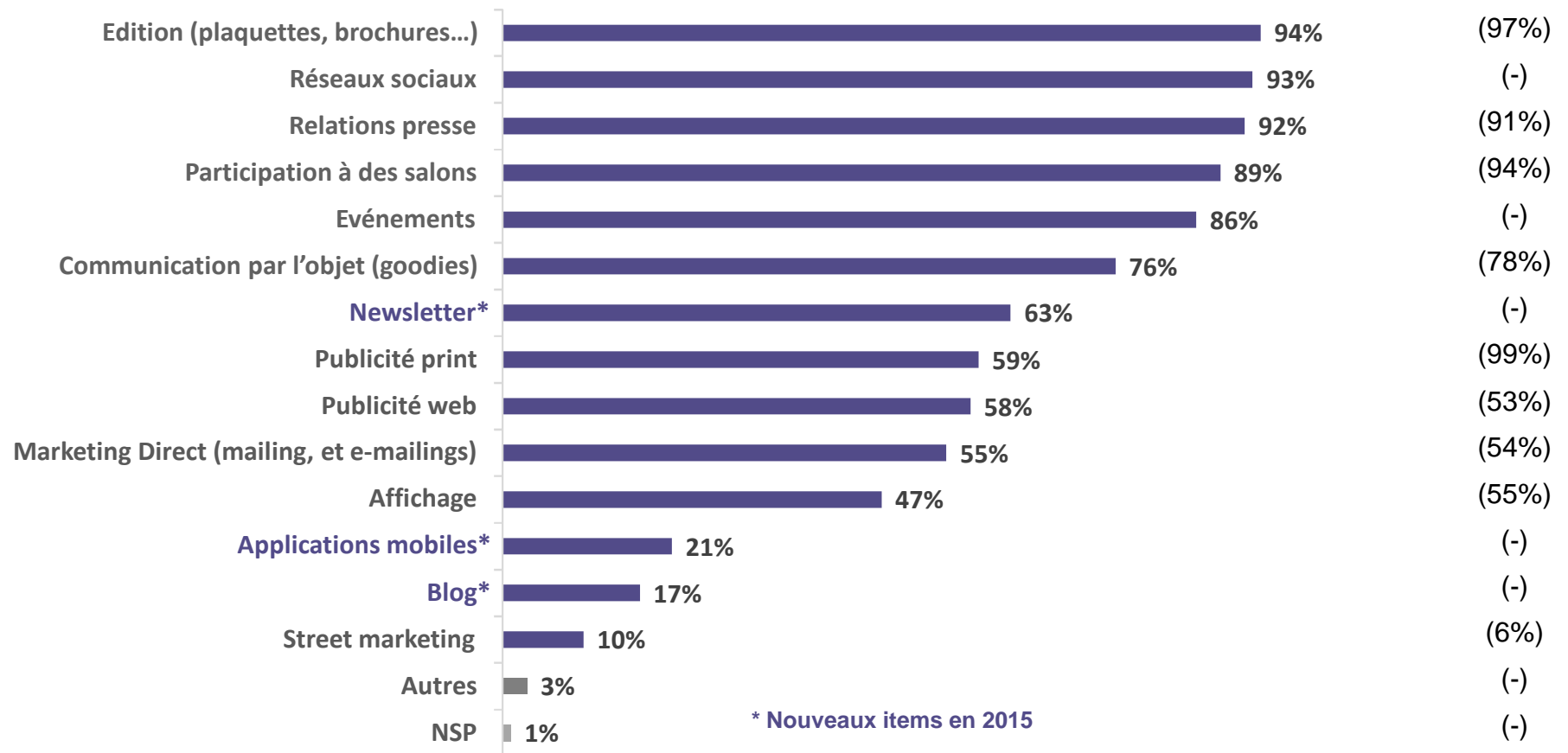


La multiplication des outils de communication

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

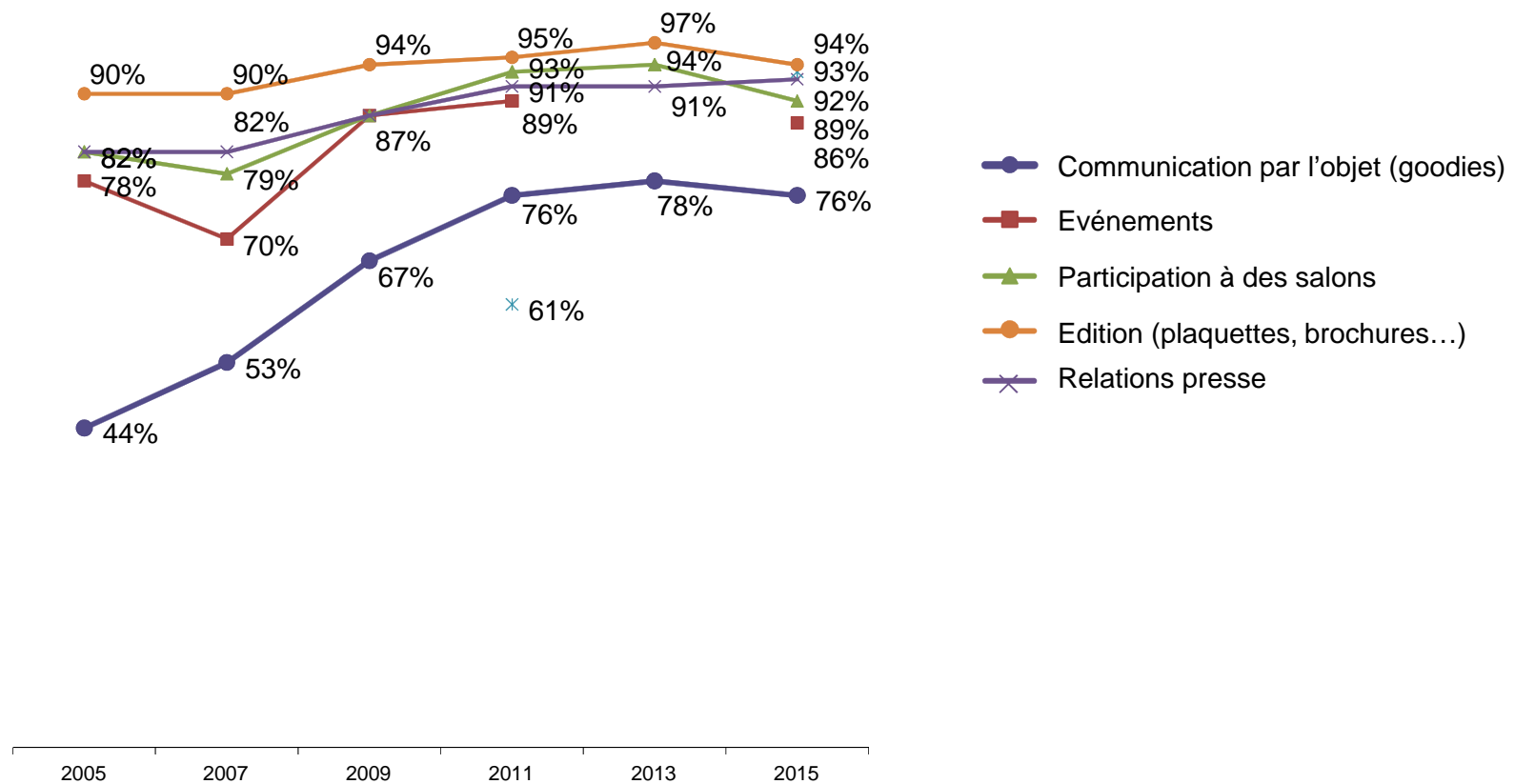
Question à réponse multiple | Base répondants : 105 responsables du service communication

(Rappel 2013)



La multiplication des outils de communication

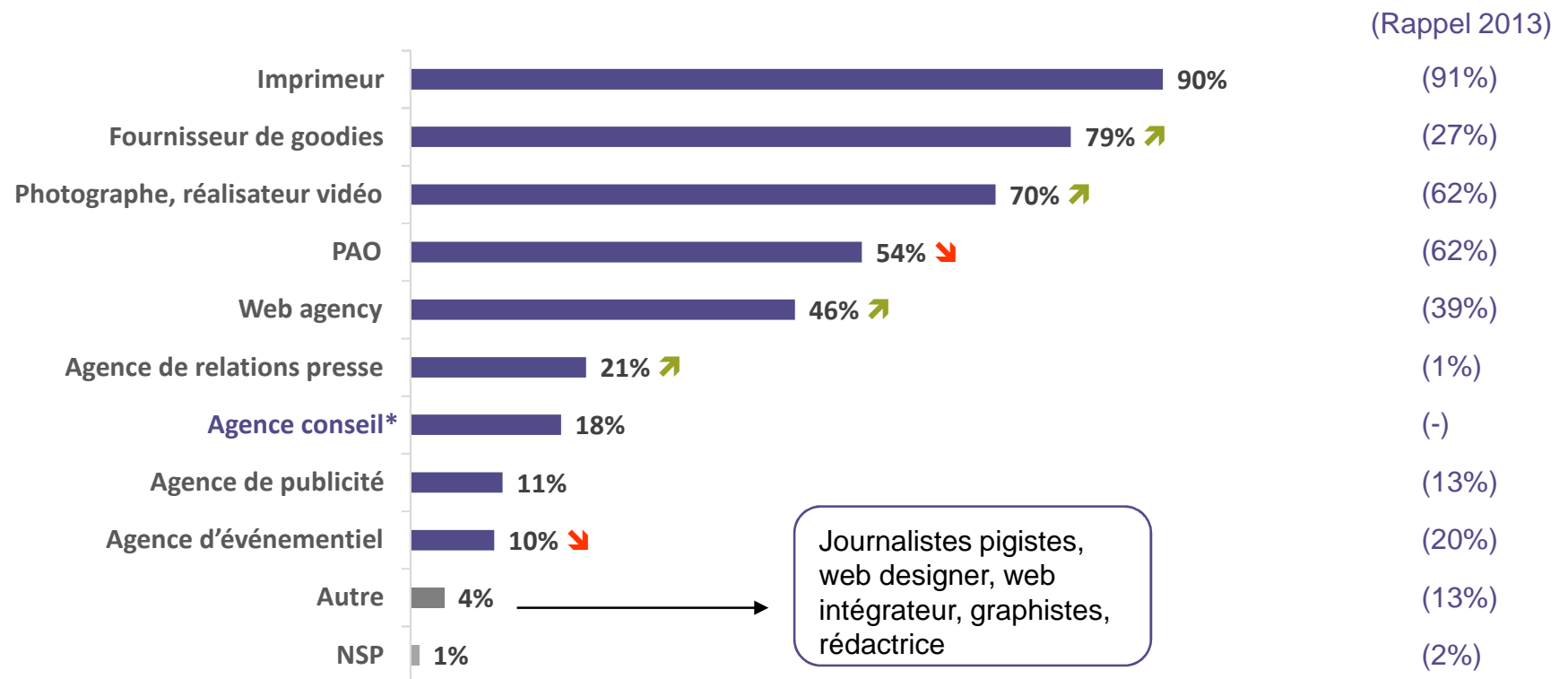
> Quels sont les outils que vous utilisez en communication externe ?



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

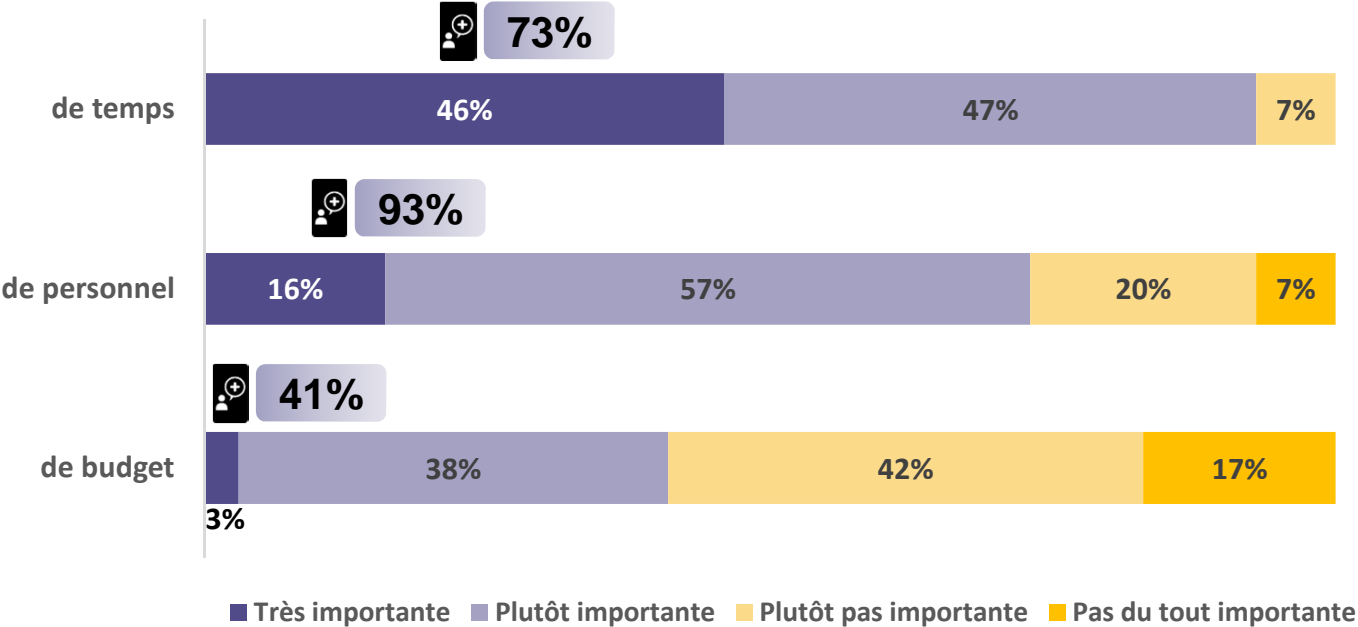
La révolution digitale



Montée en charge de la communication on-line

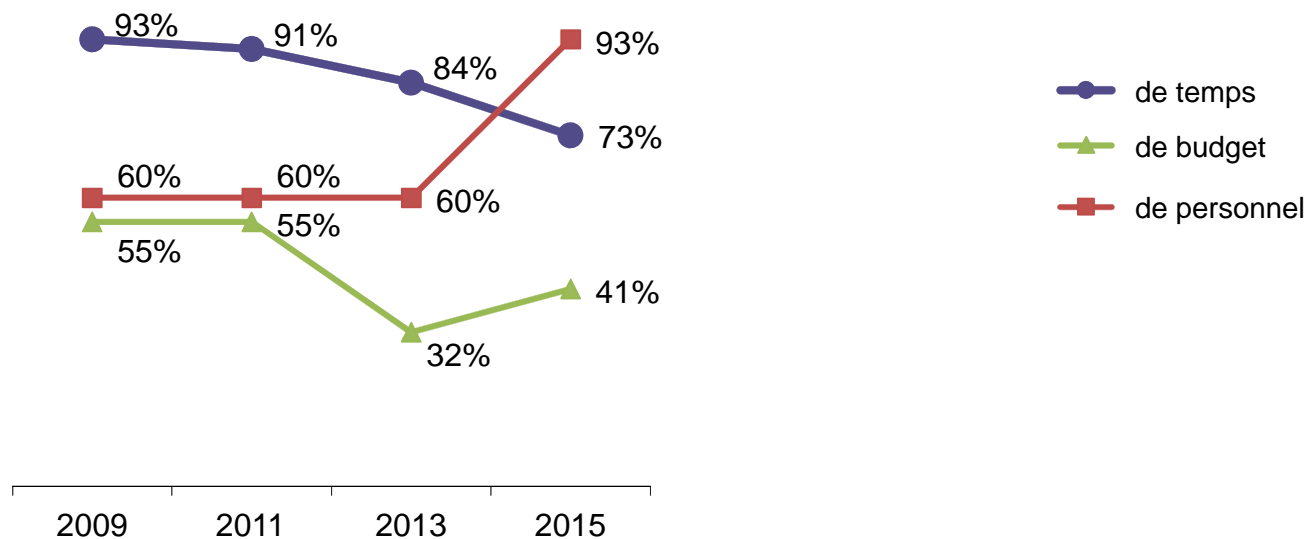
> Diriez-vous que, dans la communication de votre établissement, la communication digitale a pris une part très importante, plutôt importante, plutôt pas importante ou pas du tout importante en termes...

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



Montée en charge de la communication on-line

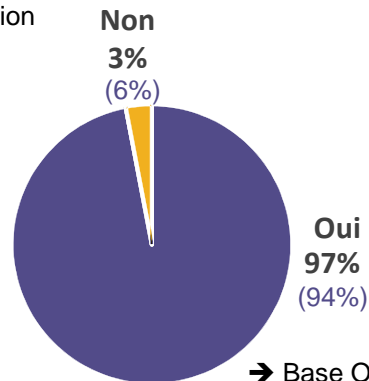
- > Diriez-vous que, dans la communication de votre établissement, la communication digitale a pris une part très importante, plutôt importante, plutôt pas importante ou pas du tout importante en termes...



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

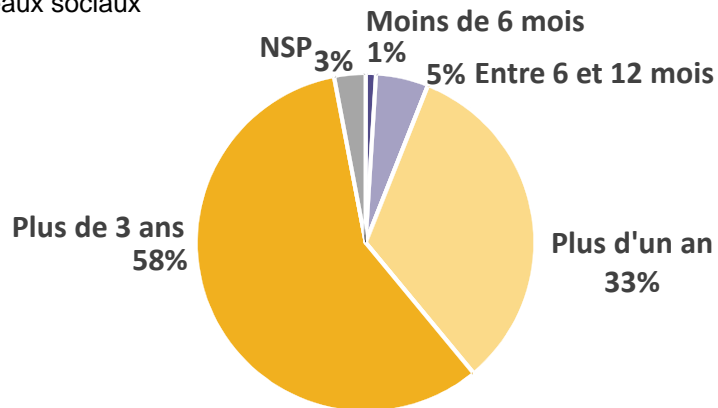


(Rappel 2013)

→ Base Oui = 102 répondants.

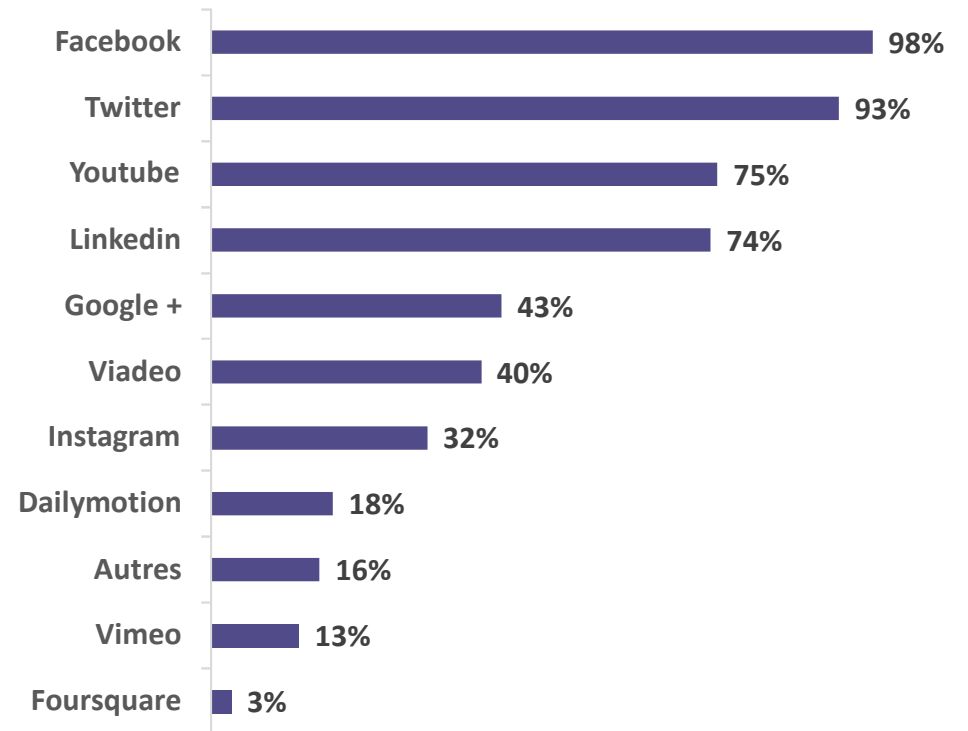
> Si oui, depuis combien de temps ?*

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

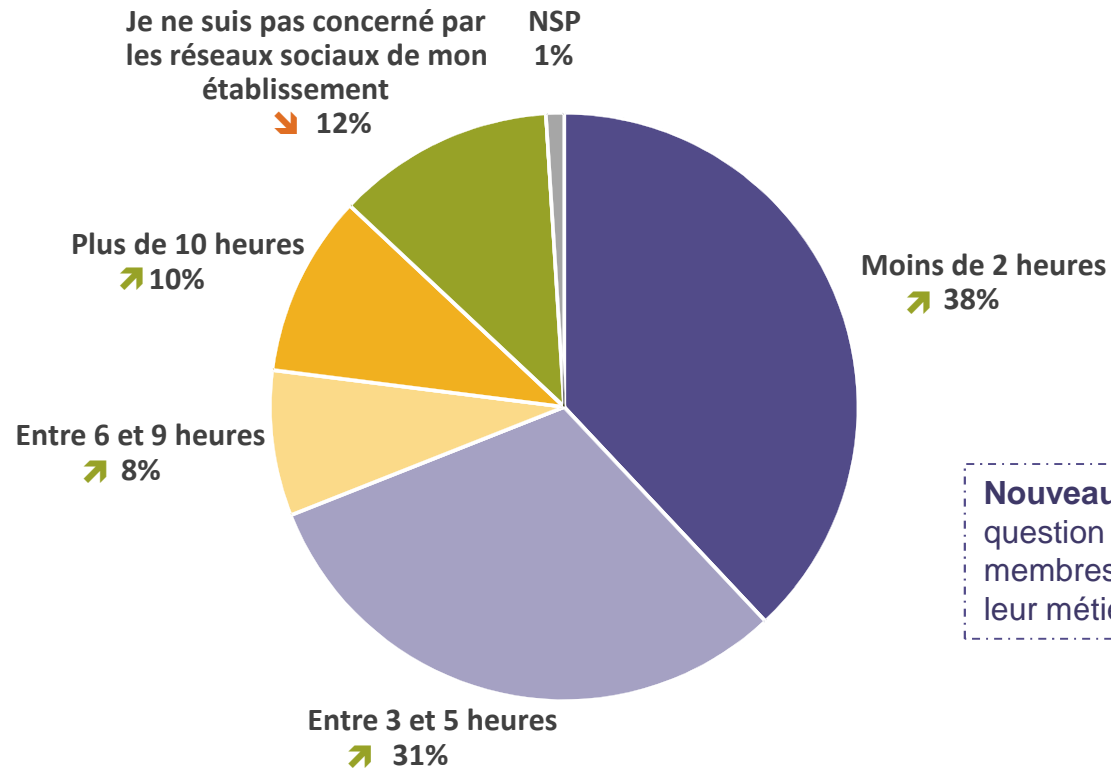


*Nouvelle question

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.

La communication de recrutement entre virtuel et réel

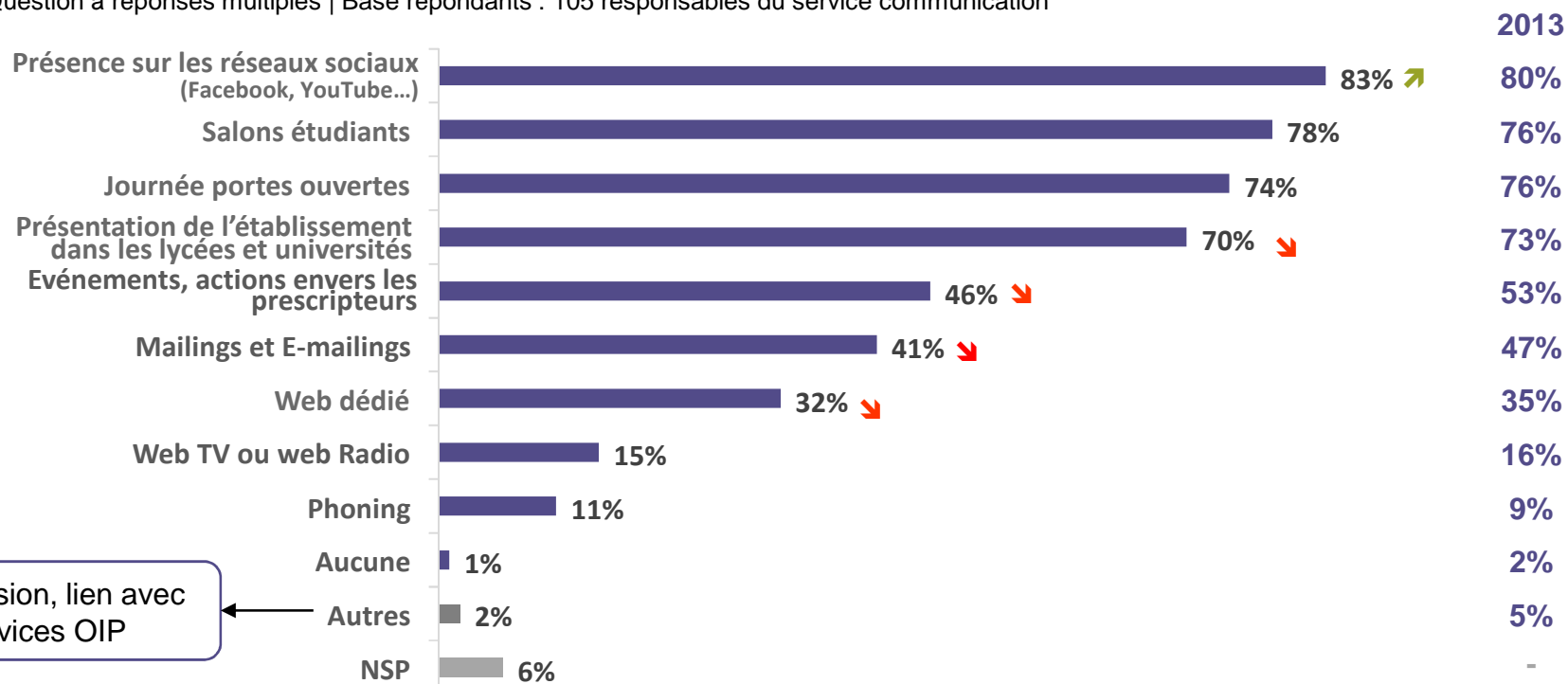


9

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

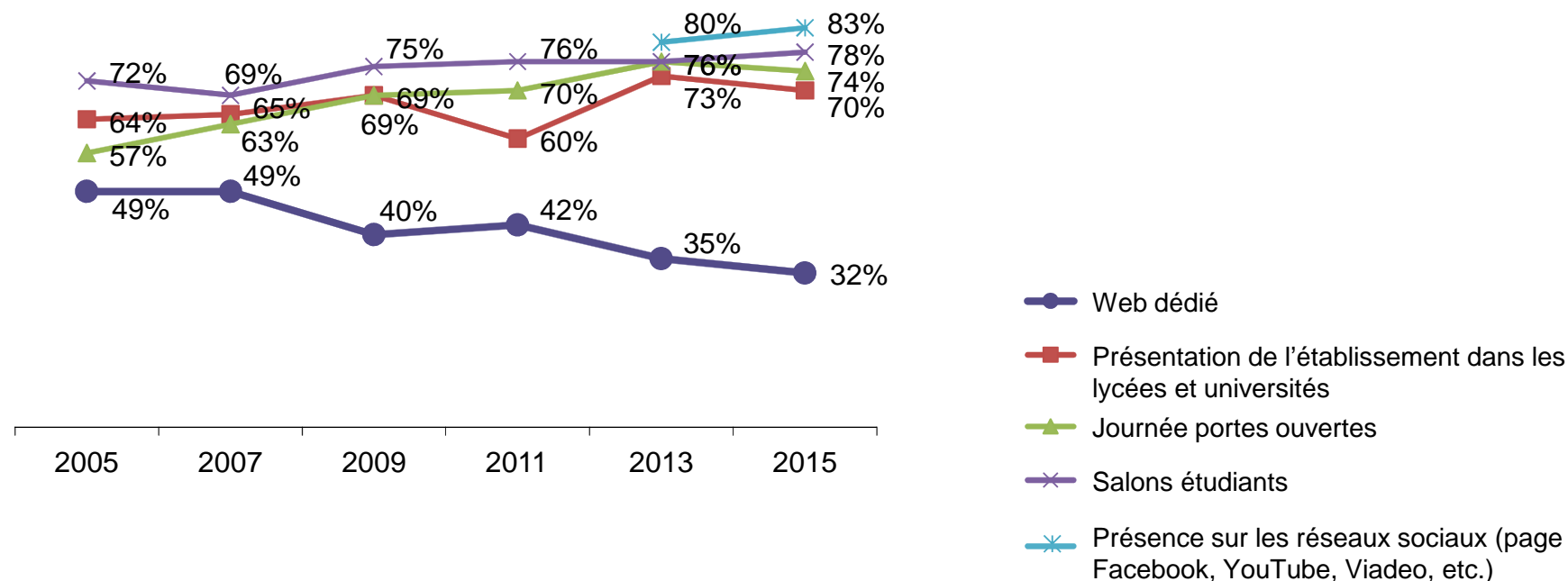
→ En moyenne, chaque service a mis en œuvre **4,5** actions de communication de recrutement en **2015** contre 4,8 en 2013 et 3,7 en 2011.

→ 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 ?



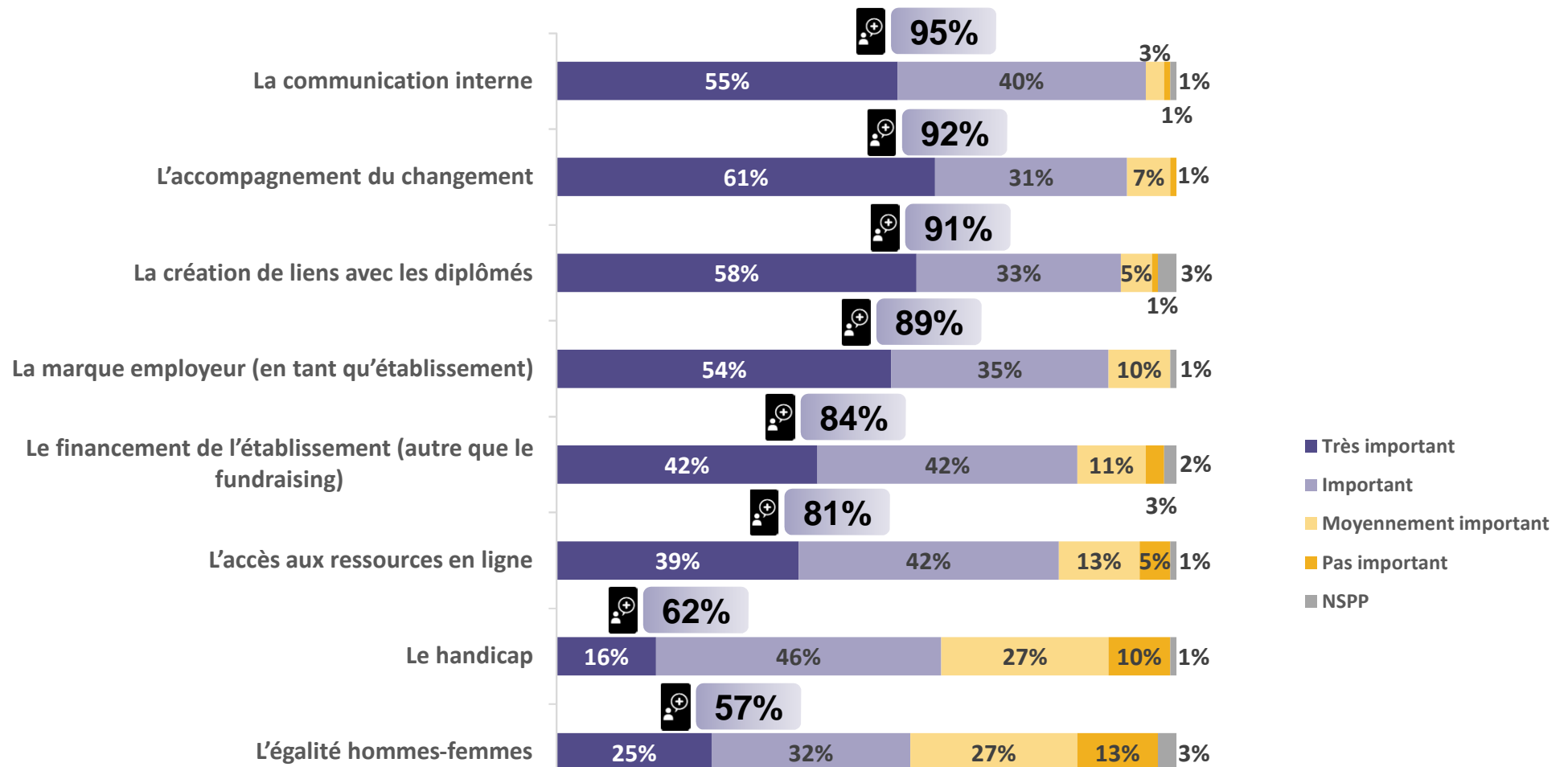
10

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 :

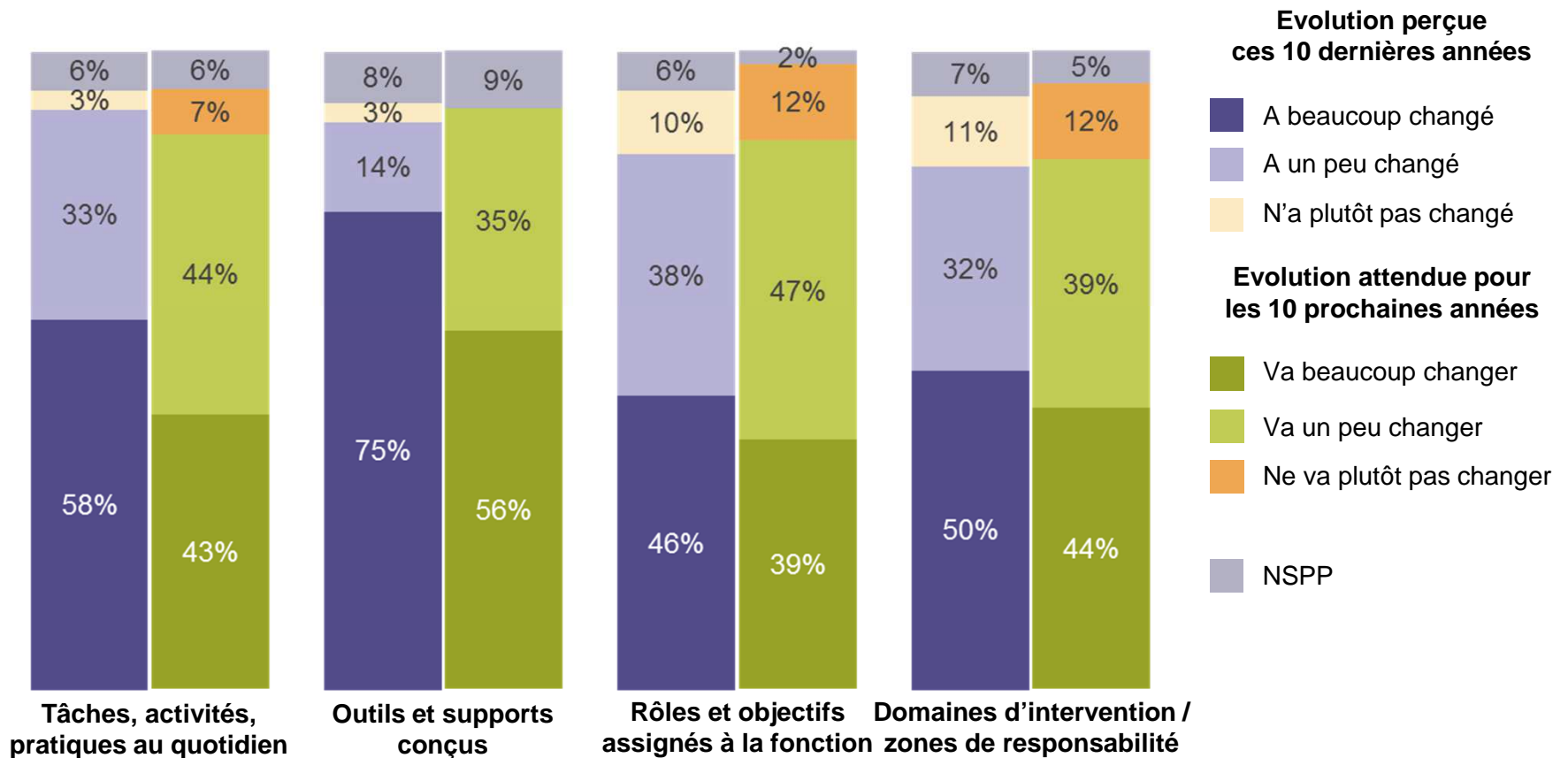
Questions à choix unique | Base répondants : 105 responsables du service communication



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

