

REVUE DE PRESSE

Observatoire des métiers de la communication 2019

Évènement du mardi 12 mai 2020



Coronavirus : Les communicants néo-aquitains se mettent en ordre de bataille

Par Anne Cesbron, le 13 mai 2020

Les agences de communication, consultants, indépendants et formateurs, soit 600 adhérents, réunis au sein de l'association des professionnels de la communication en Nouvelle-Aquitaine (Apacom), tirent la sonnette d'alarme et musclent leur expertise numérique. La filière, secouée par la crise sanitaire, a connu un arrêt brutal de toute sa composante liée à l'événementiel. Les grands comptes de secteurs porteurs suspendent également leurs investissements.

<https://www.lejournaldesentreprises.com/bordeaux/article/coronavirus-les-communicants-neo-aquitains-se-mettent-en-ordre-de-bataille-496590>

The screenshot shows the website interface with the following content:

- Header:** Le Journal des Entreprises, BORDEAUX, SE CONNECTER, S'ABONNER.
- Hero Section:** "CRISE DU CORONAVIRUS" banner with "Le JDE est sur WhatsApp" and "Suivez notre fil d'info quotidien sur la crise du coronavirus". Includes a "je m'inscris" button and a WhatsApp icon.
- Main Article:** "NOUVELLE-AQUITAINE" - "Coronavirus : Les communicants néo-aquitains se mettent en ordre de bataille". Includes a video player showing a meeting on a screen.
- En bref (Summary):**
 - BORDEAUX:** Osmium Invest et Id&al Group lancent un programme de 3,2 millions d'euros à Carbon-Blanc (14 mai 2020).
 - BORDEAUX:** Europlasma poursuit son développement en Chine (14 mai 2020).
 - NOUVELLE-AQUITAINE:** Coronavirus : près de 40 000 PGE ont été accordés en Nouvelle-Aquitaine (14 mai 2020).
- Other News:**
 - GIRONDE:** "Coronavirus : Plume, du chausson pour enfants aux masques grand public" (with image of a mask).
 - BORDEAUX:** "Coronavirus : le marché du lavage des masques en tissu s'ouvre pour les blanchisseries Georges" (with image of hands washing a mask).
- Footer:** "FONDS D'URGENCE BORDEAUX MÉTROPOLE" with a woman at a laptop and a "FAIRE UNE DEMANDE EN LIGNE" button. Website: fundsurgencebordeauxmetropole.fr.

Les métiers de la communication dans le brouillard du Covid-19

Par [Pierre Cheminade](#) | 13/05/2020, 10:32 | 1025 mots

Plus jeune, plus diplômée, plus indépendante et plus agile en matière numérique : ce sont les tendances qui traversent la profession de communicant, selon l'observatoire publié par l'Association des professionnels de la communication de Nouvelle-Aquitaine (Apacom). Secoués par une crise économique d'une ampleur inédite, ils insistent sur le rôle stratégique de la communication en période de turbulence et sur le besoin de réinventer l'outil événementiel qui semble durablement touché.

Depuis 2011, l'Apacom publie un observatoire des métiers, du marché de l'emploi et de l'activité de la communication dans la région Aquitaine puis Nouvelle-Aquitaine. Cette nouvelle édition, réalisée fin 2019 et présentée ce 12 mai, offre un éclairage sur une profession déjà marquée par l'essor croissant du numérique et la montée en puissance des travailleurs freelances. Un tableau auquel il faut désormais ajouter l'impératif de retrouver une boussole dans un paysage de la communication plongé dans le brouillard du confinement et de la crise sanitaire et économique.

<https://objectifaquitaine.latribune.fr/business/2020-05-13/les-metiers-de-la-communication-dans-le-brouillard-du-covid-19-847531.html>



RELANCE DU BTP | Une charte régionale pour régler la question des surcoûts

Si quelques chantiers ont pu être relancés dans le BTP, c'est loin d'être le cas pour l'ensemble de cette filière encore entravée...



THE SHOW MUST GO ON | "Et pour vous les entrepreneurs, qu'est ce qui change vraiment ma..."

THE SHOW MUST GO ON ! Après avoir chroniqué quotidiennement les deux mois de confinement dans nos colonnes, vous retrouverez chaqu...

Tikamoon - Le mobilier en bois

Spécialiste du mobilier en bois, Tikamoon vous propose des collections uniques

[Tikamoon.com](#)



Annonce

SANTÉ |

Meditect lève 1,5 M€ pour lutter contre les faux médicaments

Alors que les faux médicaments causent la mort d'un million de personnes chaque année dans le monde, Medi...



EMPLOI |

Les métiers de la communication dans le brouillard du Covid-19

Plus jeune, plus diplômée, plus indépendante et plus agile en matière numérique : ce sont les tendances q... 2



COVID-19 |

Blue Valet, à l'arrêt mais hors de danger, attend une levée de fonds

Sans déplacement en avion ni en train, c'est mathématique : pas d'activité pour Blue Valet qui propose de...





Le média qui fait rayonner l'écosystème

in
t
f
i

Placéco
@Placeco_Bdx

Suivre



Placéco
@Placeco_Bdx

Quel nouveau rôle pour les communicants de Nouvelle-Aquitaine? Réponse de [@bvendeaud](#), présidente [@ReseauxComNA](#) et administratrice [@APACOMaquitaine](#)



Un nouveau rôle à définir pour les communicants néo-aquit...
Interview de Béatrice Vendeaud, présidente de Réseau Com' Nouvelle-Aquitaine.
[youtube.com](#)

6:37 PM · 13 mai 2020 · [Twitter Web App](#)

7 Retweets 9 J'aime

https://twitter.com/Placeco_Bdx/status/1260610175385440256



Placéco
1 227 abonnés

+ Suivre

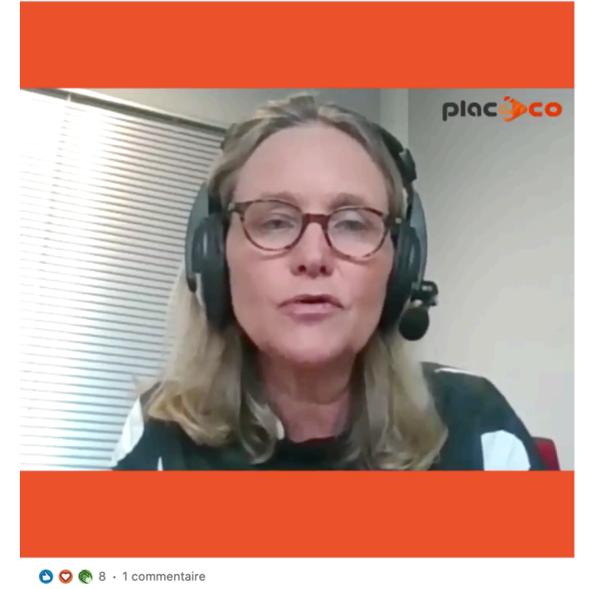
Voir le profil complet



Placéco
1 227 abonnés
16 h · 🌐

Le secteur de la communication se portait globalement bien en Nouvelle-Aquitaine... Jusqu'à la pandémie de Covid-19. Certaines tendances soulignées par l'Observatoire des métiers de la communication élaboré par l'[APACOM](#) ne sont plus qu'un lointain souvenir. Pourtant, selon [Beatrice Vendeaud](#), présidente de Réseau Com' Nouvelle-Aquitaine, il existe des raisons d'espérer. La communication interne a montré son utilité, la com' institutionnelle progresse et les TPE et PME qui doivent redéfinir leurs business model auront besoin d'être épaulés par des professionnels de la com'.

https://www.linkedin.com/posts/placeco_le-secteur-de-la-communication-se-portait-activity-6666359343887327232-f0PB/?fbclid=IwAR2-PmNJXpqmUxMOgw3BOMAPVjIWi9lj-P7ygyCLY7rFpZQ9PEc4GBGRX04



8 · 1 commentaire

+ Suivre



OBSERVATOIRE DES MÉTIERS DE LA COMMUNICATION EN NOUVELLE-AQUITAINE : TENDANCES ET IMPACT ÉCONOMIQUE 2019

Publication : 19 mai 2020



Crédit photo : DR

Les résultats 2019 dévoilent les tendances de l'évolution des métiers et de leur impact économique, mais aussi les premières répercussions de la crise du Covid-19.

Tweet

0

J'aime

UNE PROFESSIONNALISATION ACCRUE

Au-delà de la constante féminisation de la fonction, le recours à des profils plus junior transparaissait déjà au sein de l'Observatoire 2017. La tendance se poursuit dans cette nouvelle édition : **les communicants sont de plus en plus jeunes** (65 % ont moins de 44 ans). Des professionnels compétents cependant, avec des niveaux d'études toujours plus élevés (77 % de Bac+4 et plus, soit une progression de 13 %) et **une spécialisation de plus en plus pointue** : les « experts » sont toujours plus plébiscités par les organisations et les agences. Parmi ceux-ci figurent en particulier les profils d'infographistes, chefs de projets multimédias, trafic managers, webdesigners, community managers... Tandis que les data scientists continuent de s'installer dans le paysage.

2 FOIS PLUS DE COMMUNICANTS EN RECHERCHE D'UN EMPLOI EN 10 ANS

<http://lagrandradio.fr/zoom-actualites-en-gironde/3050-observatoire-des-metiers-de-la-communication-en-nouvelle-aquitaine-tendances-et-impact-economique-2019.html>

OBSERVATOIRE DES MÉTIERS DE LA COMMUNICATION EN NOUVELLE-AQUITAINE : TENDANCES ET IMPACT ÉCONOMIQUE 2019

Publication : 19 mai 2020



Les résultats 2019 dévoilent les tendances de l'évolution des métiers et de leur impact économique, mais aussi les premières répercussions de la crise du Covid-19.

EN NOUVELLE-AQUITAINE, EN MAI LE « JOLI MOIS DE L'EUROPE 2020 » EST DIGITAL

Publication : 18 mai 2020



Cette fête, tout au long du mois de mai, propose de sensibiliser les citoyens sur le rôle - trop souvent méconnu - de l'Union européenne dans leur quotidien, de mettre en avant des structures (entreprises/associations...) financées par l'Union européenne participant actuellement à la lutte contre le COVID19, d'organiser des débats, de découvrir des témoignages de jeunes européens...

UNE SEMAINE DE L'AGRICULTURE EN NOUVELLE-AQUITAINE 100% EN LIGNE

Publication : 18 mai 2020



Si la forme traditionnelle du Salon - la seconde plus grand ferme de France après celui de Paris - n'a pu être maintenue, la direction du Salon a choisi de créer du 18 au 20 mai 2020 la première « Semaine de l'Agriculture Nouvelle-Aquitaine », avec l'ambition de maintenir ce temps privilégié de communication.

Annouca

Perdre du ventre : Une pharmacienne vous révèle son truc



Une pharmacienne vous révèle son truc

Courrier
français
— hebdomadaire régional —

La communication s'adapte au changement

Savoir communiquer en temps de crise est une des leçons du confinement. Souvent négligée, la com a un rôle à jouer.

Savoir communiquer en temps de crise est une des leçons du confinement. Souvent négligée, la com a un rôle à jouer.

Le 12 mai, l'Apacom (Association des Professionnels aquitains de la Communication) a présenté son Observatoire des Métiers de la Communication (1). Pour son président, Nicolas Chabrier, il s'agit « de prendre du recul sur nos activités. Ce travail prospectif nous permet de réinterroger nos pratiques et de mesurer l'impact économique de nos métiers à l'échelle de notre territoire régional. » La révolution digitale a entraîné une très forte évolution des métiers de l'information et de la communication et la création de nouvelles professions (Community Manager, Traffic Manager, influenceur, etc.). Les métiers relatifs à l'analyse de données sont également en pleine croissance (Big Data, webmarketing...).

→ Observatoires/Etudes

- **Shopmium : Covid-19 : 82% des marques de grande consommation ont modifié leur stratégie de communication pendant le confinement**
- **Observatoire des métiers de la Communication en Nouvelle-aquitaine : tendances 2019-2020**
- **Une étude menée par le SYNAP et Data Observer met en avant la satisfaction de 90% des annonceurs pour leur agence RP**

Observatoire des métiers de la Communication en Nouvelle-aquitaine : tendances 2019-2020

Presse Edition 10/06/2020

Les résultats 2019 de l'Observatoire des métiers de la Communication en Nouvelle-Aquitaine, mené par l'APACOM (Association des Professionnels de la Communication en Nouvelle-Aquitaine) tous les deux ans depuis 2011, ont été présentés ce 12 mai dernier lors d'une e-conférence. Elle dévoile les tendances de l'évolution des métiers et de leur impact économique, mais aussi les premières répercussions de la crise du Covid-19.



SOMMAIRE

GIRONDE ACTU

- 4 FOCUS
Communication, comment se réinventer
- 10 L'ACTU PRÈS DE CHEZ VOUS
- 16 IMMOBILIER
Immobilier d'entreprises, Bordeaux-Centre à la peine
- 18 CHRONIQUE DES NOTAIRES DE LA GIRONDE
La transmission familiale d'une propriété viticole
- 22 TRIBUNE
La digitalisation des entreprises Partie 2 - Le e-commerce

RÉGION ACTU

- 26 LES ECHOS EN RÉGION
- 28 LANDES
Louspot.fr surfe sur la nouvelle vague touristique

TENDANCES BUSINESS

- 30 ENTREPRISES
CPME et CMA, propositions pour la relance
- 32 TENDANCES
Les marchés fonciers ruraux au plus haut

CULTURE & SPECTACLES

- 36 CINÉMA CHEZ SOI
Mine de rien
- 39 SORTIR EN GIRONDE
- 40 LA BASE SOUS-MARINE ENLUMINÉE

ALORS QUE L'OBSERVATOIRE SUR LES MÉTIERS DE LA COMMUNICATION EN NOUVELLE-AQUITAINE, RÉALISÉ PAR L'APACOM, MONTRE UNE ACCÉLÉRATION DE LA DIGITALISATION ET DE LA COMMUNICATION CORPORATE, LE CONFINEMENT A ENCORE ACCÉLÉRÉ CES TENDANCES. IL A AUSSI BOOSTÉ LA CRÉATIVITÉ ET L'AUDACE. ENQUÊTE.

Par Nathalie VALLEZ

Se réinventer avec audace. Le confinement a été un coup dur pour le milieu de la communication girondine comme dans le reste de la France. La tendance au tout digital et au corporate n'a fait que s'accélérer ! Alors que le secteur affichait de bonnes tendances (voir encadré Observatoire), l'arrêt de toutes les campagnes et autres événements a dû être surmonté par les acteurs de la communication. « Un de nos clients, spécialisé dans le sourcing de cafés verts, devait organiser des dégustations primeurs », se souvient Élodie Maudet, de l'agence bordelaise Hello. « Ça nous a permis de repenser tout le concept, et nous avons finalement distribué aux participants des box très ludiques, tout en retravaillant la plateforme digitale. » Le confinement a été une expérience inédite. Chaque agence l'a traversé avec ses ressources. « J'ai eu envie de communiquer avec mes clients et de mettre mon équipe en avant », continue Élodie Maudet. « Assez vite, nous avons mis en place les rendez-vous du vendredi avec nos états d'âme, nos photos, portraits chinois, plaisirs coupables... Nous avons eu énormément de retours positifs, et finalement, ça nous a dynamisées. » De son côté, Sarah Lévy, directrice de l'agence Les Parisiennes, basée à Paris et Bordeaux, a lancé La minute les Parisiennes. « Avec cet arrêt forcé, on s'est rendu compte qu'on ne s'intéresse pas suffisamment aux autres. Nous avons donc fait des zooms sur nos collaborateurs, nos amis intimes, nos interlocuteurs... Ceux qui comptent pour l'agence. »

L'équipe APACOM fête ses 20 ans



FOCUS

LAËTITIA ROULÉE
directrice d'un R d'Événement

« ON NE PEUT PLUS COMMUNIQUER COMME AVANT »

Ainsi, la période Covid a souvent été une période où les agences ont développé de nouvelles compétences. « Nous avons une agence de communication globale », explique Sarah Lévy, « mais il manquait la partie stratégie commerciale. On a profité de cette période pour la mettre en place pour tous nos clients. » La directrice des Parisiennes note d'ailleurs une forte attente pour booster la reprise. À l'agence Hello, ce sont le community management et la fabrique de vidéos qui font partie des nouvelles compétences acquises par les salariées. Pour d'autres agences, il a fallu accompagner les clients dans la crise. « On a proposé à nos clients des revues de presse quotidiennes », souligne Odile Seiter, « ça ouvrait de nouvelles perspectives. Pour une grosse coopérative, on a montré la montée en puissance des circuits courts, de la vente directe, ou encore des risques de grève des transporteurs routiers. » Pour l'agence Passerelles, elle aussi fortement corporate, les principales demandes concernaient la veille stratégique, personnalisée... « Que font les autres ? », s'interrogent nombre d'entreprises. « Il y a une prise de conscience de la nécessité de prendre la parole sur son rôle dans la société, avec une vision beaucoup plus globale, plus RSE », analyse Chantal Carrère-Cuny. « Quand un dirigeant tel qu'Emmanuel Faber, PDG de Danone, déclare que Danone est une entreprise à mission, ça a du poids. Chacun s'interroge : Qu'est-ce que j'apporte ? Quel est mon rôle ? On ne peut pas faire comme si tout était comme avant. » Et Odile Seiter de conclure : « On note une nécessité de reprendre la parole comme préalable à toute communication sur des sujets plus légers. »



ODILE SEITER
directrice de l'agence CTer & Co

« MÊME LES ÉVÉNEMENTS SE DIGITALISENT »

OBSERVATOIRE DES MÉTIERS DE LA COMMUNICATION : CAP SUR LA DIGITALISATION ET LE CORPORATE

Présenté par l'Association des Professionnels Aquitains de la Communication (APACOM) qui fête ses 20 ans, retardé par les élections municipales puis le confinement, l'Observatoire des métiers de la Communication fait émerger deux grandes tendances : la digitalisation du métier et la priorité à la communication institutionnelle. Le secteur représente un 1 % du poids national. Seulement ? Pas si mal pourtant quand on considère que 80 % restent concentrés en Île-de-France, et que la Nouvelle-Aquitaine est la 4^e région après l'Auvergne-Rhône-Alpes et l'Occitanie, avec 482 entreprises. Fortement concentrées en Gironde, avec 219 entreprises, elles génèrent 451,819 millions d'euros de chiffre d'affaires. Les plus fortes progressions du secteur concernent la com' RSE avec 47 % (+ 17 points), de crise à 39 % (+ 13), de recrutement à 37 % (+ 17). Les projets de communication concernent quant à eux à 90 % la création ou le renouvellement d'un site Internet et la présence sur les réseaux sociaux, suivis de l'organisation d'un événement (64 %) et de la communication interne (46 %). Alors que les demandeurs d'emploi sont majoritairement des graphistes, infographistes et chefs de projets événementiel, les offres d'emploi concernent majoritairement les e-commerciaux, les community managers et les responsables marketing.