



JEUNES PROS p.2

PANORAMA 2

ANNONCEURS 4

AGENCES 6

SERVICES 8

MÉDIAS 9

EMPLOI 10

DÉBLOQUE-NOTES 12

JONATHAN
LAMARCA
Cador
du web

Walibi espère voir revenir ses visiteurs encore et encore p.4

Publicité Touchant ne se contente plus du secteur de l'habitat p.6

Les artisans rationalisent leurs publications locales p.9

Emploi Deux tiers des agences sont décidées à recruter en 2018

Les agences de communication ont créé des emplois en 2017 et elles vont poursuivre en 2018. C'est l'enseignement d'un sondage que nous avons réalisé auprès des agences de la région.

Soixante-quatre dirigeants ont répondu à notre questionnaire. Si ce n'est pas un sondage scientifique, autant de réponses permettent de tirer quelques enseignements. Ainsi à la question : « Avez-vous recruté en 2017 ? » ils ont été 68,8% à répondre positivement. Et quasiment autant (65,5%) pensent le faire en 2018. Pour les deux tiers, il s'agit d'embauches de 1 à 3 personnes. Mais une sur dix a tout de même dépassé les 10 recrues.

« Le marché du recrutement a indéniablement repris, témoigne Claire Romanet, du cabinet de chasseurs de têtes Elae. Un mouvement porté par la digitalisation des métiers et des entreprises. »

Turn over. Sans surprise, les profils digitaux sont donc très recherchés. Ce qui permet aux candidats disposant des compétences requises de se montrer plus exigeants. Ou de tenter l'aventure en intégrant une autre agence si leur employeur ne leur offre pas de perspectives d'évolution.

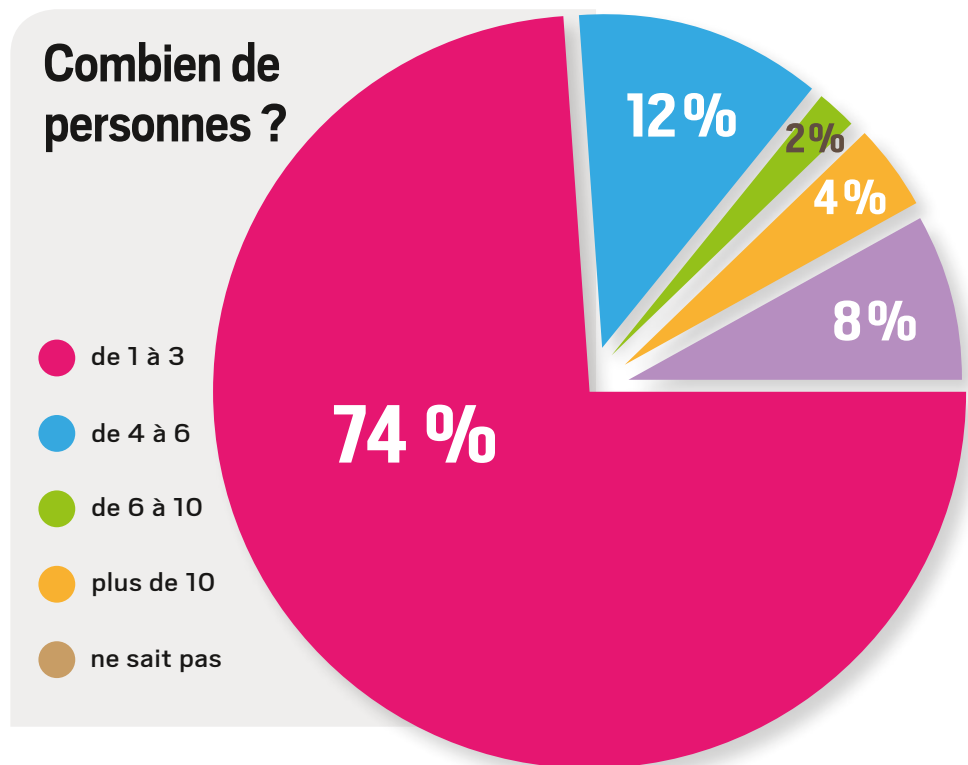
Reste que pour 45% des agences il s'agit de créations de poste et pour 41% de créations et de remplacements. Seulement 14% se sont contentées de compenser des départs. Il y a donc bien une création nette d'emplois.

« Il y a incontestablement une concurrence entre agences. Elles sont par ailleurs en train de payer la guerre des talents que les annonceurs leur font, estime Claire Romanet. On est toujours mieux payés en entreprise qu'en agence. »

Nouvelle génération. Un argument que n'ignore pas Jean-Charles Berezziat, directeur de l'agence lyonnaise Makheia, mais

Combien de personnes ?

- de 1 à 3
- de 4 à 6
- de 6 à 10
- plus de 10
- ne sait pas



qui ne saurait suffire à ses yeux. « La rémunération est un point de passage obligé. Cependant, je vois des candidats qui posent des questions sur la dynamique de l'agence, son état d'esprit, sur la nature des projets, voir les gens avec qui ils travailleront. »

Le dirigeant du cabinet de conseil en stratégies digitales Bolero partage ce constat. « Si les salariés partent, c'est qu'à un moment ils estiment qu'ils n'apprennent plus rien. » François Pinochet constate

que les trentenaires se montrent curieux, ont besoin de changer souvent et donc d'avoir une variété de projets. Enfin, « c'est une génération collaborative. Nous constituons des équipes où il n'y a pas de hiérarchie. »

Une évidence pour Claire Romanet : « les salariés veulent avoir la parole, savoir dans quelle direction va l'entreprise. Aujourd'hui, ils n'acceptent plus l'information descendante avec le patron tout en haut de la hiérarchie. » **✦ MO**

« Les agences sont en train de payer la guerre des talents que leur font les annonceurs. »