**Publicité : Rapport Emploi et Formation**

**2009-2010**

**Branche Publicité**

Le rapport emploi et formation pour les années 2009-2010 a été présenté lors de la CPNE exceptionnelle du 13 novembre dernier.

**L’emploi**

**Une majorité de très petites entreprises**

Le secteur regroupe principalement des agences de publicité (70 % des entreprises et 56,8% des salarié(e)s) suivies par les régies publicitaires (13,1% des entreprises et 23,7% des salarié(e)s).

Plus des deux tiers de ces entreprises comptent moins de 10 salarié(e)s : 69,4% des agences et 67,5% des régies.

Sur le plan géographique, près de la moitié sont situées en Ile-de-France : 46,4% des agences et 42,8% des régies.

**Des salarié(e)s plutôt jeunes**

Les salarié(e)s sont plutôt jeunes : près de la moitié des effectifs est âgé de moins de 35 ans. Ce sont dans les agences de publicité que les salarié(e)s sont les plus jeunes, avec 52,7% de moins de 35 ans en 2010. Ils sont 41,2% dans les régies publicitaires.

**Après 45 ans, des hommes en plus grand nombre**

Les agences emploient davantage de femmes que les régies (53,4% contre 49,1%). À souligner, le nombre de femmes dépasse celui des hommes avant 45 ans, mais après cet âge, le phénomène s’inverse. Un constat qui interroge sur l’évolution professionnelle des femmes dans ce secteur.

Autre observation : les salarié(e)s sont plus nombreux à bénéficier d’un CDI dans les régies (91,4%) que dans les agences (82,7%). Côté statut, les agences comptent davantage de cadres (42,2%) que les régies (34,1%).

**Plus d’entrées que de sorties**

En matière d’effectif, le secteur présente un solde positif : 34 864 salarié(e)s l’ont rejoint en 2010 tandis que 27 253 l’ont quitté en 2009. Dans les agences comme dans les régies, les nouvelles recrues sont majoritairement des femmes (respectivement 54,3% et 50,8%). Globalement, ces nouveaux salarié(e)s se révèlent plus jeunes dans les agences que dans les régies (35 % de moins de 28 ans dans les agences et 30% dans les régies).

**La formation**

**Des taux élevés d’accès la formation**

Les taux d’accès à la formation sont élevés : il est de 27,3% pour les agences et de 32% pour les régies. Ces taux varient selon la taille de l’entreprise, la CSP, le sexe et l’âge.

Dans les entreprises de 50 à 299 salarié(e)s, il est de 35 à 43% mais retombe à 23 et 24% dans les entreprises de moins de 50 salarié(e)s.

Les taux d’accès à la formation augmentent avec l’âge et c’est parmi les 32-35 ans qu’il est le plus élevé : 35,5 % en agences et 37,7% en régies.

Les cadres se forment davantage que les autres catégories socioprofessionnelles, avec des taux variant de 33 % en agences à 44% en régies.

De manière générale, les femmes se forment davantage que les hommes, et les écarts peuvent être importants (jusqu’à dix points parmi les cadres).

**Des formations courtes en majorité**

Dans leur majorité, les formations durent de 1 à 3 jours et 32,2% durent moins d’une journée avec une majorité de femmes parmi les actions de formation les plus courtes.

**Des formations qui concernent en priorité les techniques commerciales**

Les actions de formation concernent, dans leur grande majorité, les techniques de gestion commerciale et les méthodes de vente, de prospection et de négociation.

Les formations au numérique représentent 14% de l’ensemble des actions de formation. Parmi celles-ci, près de la moitié concerne l’utilisation d’outils numériques.