

Forte mobilisation et résultats riches d'enseignements pour la grande consultation de L'AACC

Paris, le 21 septembre 2017 - L'AACC, l'Association des Agences-Conseils en Communication, en partenariat avec Stratégies, publie les résultats de la grande consultation sur "Le travail en agence de communication" menée par Ifop en juillet dernier auprès de l'ensemble des salariés du secteur.

Le souhait de tisser un lien étroit entre l'association et l'ensemble des salariés de la profession est à l'origine de cette grande consultation initiée par Laurent Habib à son arrivée à la présidence de l'AACC. L'association souhaite **identifier les leviers de confiance, d'enthousiasme et de fragilité des collaborateurs, et poser ainsi les priorités de la profession et les moyens d'engager davantage les jeunes en comprenant mieux leurs préoccupations.**

Avec plus de 1 700 réponses, cette étude montre l'enthousiasme des participants, et l'attachement à leur profession, "l'amour du métier" obtient ainsi une note de 7.1/10 et de 7/10 quant à "la fierté" de l'exercer. En tête des réponses, la création, l'innovation, la variété et le relationnel, créent l'attractivité des métiers, surtout chez les jeunes collaborateurs. En revanche, le stress, la pression des annonceurs et les rythmes de travail apparaissent en négatif. Pour autant, **76% des répondants recommanderaient leur métier à leurs proches.**

Plus spécifiquement, l'étude permet d'identifier que le **middle management apparait comme la population qui manifeste une pression supérieure et un enthousiasme moins important.**

Cette étude permet de faire la pédagogie en interne et en externe des transformations des métiers. En effet, de manière assez spectaculaire, **94% des répondants affirment que le métier s'est totalement transformé ces dernières années, pour l'essentiel grâce au digital à 85%, ce qui est vécu comme positif par 80% des répondants.** En revanche, ce sont les conditions de la relation et de l'exercice du métier qui doivent concentrer toutes les attentions.

Fort de ces résultats, Laurent Habib, Président de l'AACC indique : *"Cette étude va permettre de construire des actions de formation et d'accompagnement spécifiques à destination du middle management, mais également d'entamer de nouveaux échanges avec les annonceurs pour améliorer de part et d'autre la qualité de la relation et des conditions de travail. Enfin, un chantier de réflexion va être lancé sur la marque employeur."*

Principaux résultats de l'étude dans cette infographie : [http://bit.ly/infographie IFOP AACC](http://bit.ly/infographie_IFOP_AACC)
Résultats complets sur demande.

A propos de l'AACC

L'Association des Agences-Conseils en Communication, est un syndicat professionnel créé en 1972, il regroupe plus de 200 entreprises qui emploient aujourd'hui près de 12 000 salariés. Fédération de métiers, l'AACC est organisée en 7 délégations qui couvrent l'ensemble des disciplines de la profession : Corporate, Customer Marketing, Digital, Production, Publicité, Santé et Outre-Mer. Elle dispose de commissions transversales qui accompagnent les agences membres sur des sujets fondamentaux : talents, juridique, droit social, finance, développement durable. L'adhésion à l'AACC astreint, entre autres obligations, au respect de règles professionnelles strictes qui font la valeur du label AACC.

www.aacc.fr | @AACCLive

Contacts :

AACC - Emilie Rohmer - erohmer@aacc.fr - 01 47 42 27 26

AACC - Charles Tauzi - ctauzi@aacc.fr - 01 47 42 27 06