

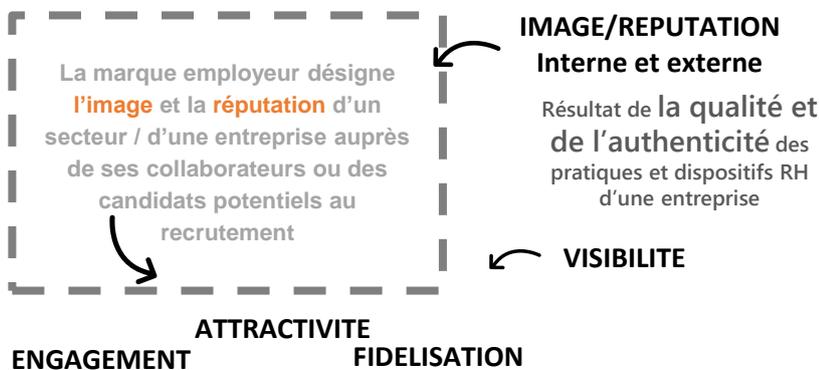
## Synthèse

# Etude pour le développement de la marque employeur Secteur de la presse d'information générale

## # Objectif et méthodologie de l'étude marque employeur

- Déterminer et mesurer l'attractivité du secteur de la presse d'information générale.
- Identifier les enjeux et les leviers communicationnels et de ressources humaines, qui permettront de mieux recruter et fidéliser les salariés
- Concevoir un plan d'actions et de recommandations à visée opérationnel pour le développement de la marque employeur du secteur

### La marque employeur, de quoi parle-t-on ?



### Méthodologie

- Un état des lieux documentaire et benchmark des pratiques
- Une enquête en ligne : 1377 réponses, dont 83 réponses d'employeurs, 1100 réponses de salariés. Ont également répondu des étudiants, apprentis, jeunes en orientation personnes en reconversion et des prescripteurs d'orientation.
- 30 entretiens avec des employeurs, salariés, alternants, étudiants et acteurs du conseil et de l'orientation
- Une analyse sémiologique des communications digitales des entreprises
- Etablissement et priorisation des préconisations

## # Une marque employeur en développement pour répondre à des enjeux de visibilité, attractivité et fidélisation

**30%** des entreprises ont déjà engagé des actions marque employeur

**40%** souhaitent s'y engager

Des enjeux communs aux entreprises du secteur les conduisent à mettre en œuvre des actions de marque employeur

### 1. Améliorer leur visibilité, renforcer la communication

2. **Attirer des talents** : en améliorant leur capacité à recruter, notamment dans les métiers où la concurrence intra sectorielle et extra-sectorielle est forte ;

### 3. Fidéliser et maintenir l'engagement des salariés, pour

- Eviter le départ de salariés ayant développé leurs compétences dans l'entreprise
- Maintenir la motivation des équipes, notamment lorsque l'ancienneté est importante ou que l'entreprise rencontre des difficultés

# # La visibilité employeur du secteur et des entreprises mériterait d'être renforcée

La valorisation de la place de la presse écrite d'information générale comme « employeur potentiel » pour une diversité de métiers semble encore peu exploitée.

## Visibilité du secteur

- La communication sur le secteur et ses métiers portent essentiellement sur l'éducation aux médias, qui peuvent comprendre de la pédagogie à la construction de l'information, et illustration des métiers phares.
- Les plus grands relais d'orientation permettent d'accéder à des fiches ou des focus métiers, mais souvent centrés sur le seul métier de journaliste, limitant ainsi la connaissance des opportunités d'emploi dans le secteur.

## Visibilité des entreprises

La visibilité des entreprises en tant qu'employeur est souvent portée par la notoriété de leurs titres.

### Des points d'amélioration possible

- Développer leur notoriété pour des métiers moins spécifiques que le journalisme et notamment les profils technologiques et commerciaux
- Au-delà de leurs titres, rendre visible l'entreprise : c'est particulièrement important pour les groupes dont le nom est beaucoup moins connu que leurs titres.

# # Le secteur bénéficie d'une bonne image sur laquelle capitaliser dans le cadre de sa marque employeur

## Une bonne image du secteur

- qui s'appuie plus particulièrement sur sa place dans l'environnement social et sa contribution au débat démocratique
- Un lien particulièrement fort entre l'image du secteur et des entreprises : l'image de marque de la presse écrite d'information générale repose beaucoup sur la notoriété de ses titres
- Un attachement important des salariés à leur entreprise et au secteur.

**68%** des salariés souhaitent continuer à travailler dans le secteur de la presse d'information générale

### Des points d'amélioration possible

Développer et faire connaître :

- les possibilités de développement de compétences de haut niveau
- Les opportunités de carrières au sein du secteur, voire des entreprises.

# # La réputation des entreprises

Les entreprises et les salariés estiment majoritairement que leur entreprise jouit d'une bonne réputation, quel que soit le type de presse ou le métier exercé. La concordance est forte entre les composantes de l'image du secteur et celles des entreprises

**73%** des salariés recommanderaient leur entreprise à des personnes recherchant un emploi



Les salariés et les alternants placent la réputation, la culture et les valeurs de l'entreprise en tête de leur facteur de choix d'une entreprise

**77%** des salariés se sentent tout à fait ou plutôt alignés sur les valeurs de leur entreprise

**9%** des entreprises assurent une veille formalisée et régulière sur leur e-réputation en tant qu'employeur

### Point d'amélioration possible

- Aligner les messages sur les pratiques et valeurs des entreprises

# # Attractivité

## Les pratiques RH en matière de recrutement et d'intégration

- Des actions de communication sont menées pour faire connaître les opportunités d'emplois.

**49%** | des entreprises réalisent des présentations de leurs métiers dans des établissements scolaires ou d'enseignement supérieur

- Des actions de communication sont menées pour faire connaître les opportunités d'emplois.
- Les processus de recrutement sont en cours de normalisation dans beaucoup d'entreprises interrogées.

### Amélioration possible :

- Améliorer les processus d'intégration de nouveaux salariés



### Top 3 des mesures privilégiées par les salariés pour l'intégration

1. Des rencontres avec les équipes et la direction
2. La formation à la culture, procédures et outils de l'entreprise
3. Des programmes d'accueil structurés

# # Fidélisation et engagement

## Les pratiques RH en matière de fidélisation et management

### Des mesures mises en place par les entreprises...

**57%** | des entreprises ont pris au moins une mesure en faveur de la rémunération de leurs salariés

**61%** | des entreprises ont pris au moins une mesure en faveur des conditions de travail

**48%** | des entreprises ont indiqué des mesures prises en faveur du développement professionnel des salariés

**37%** | des entreprises répondantes ont pris au moins une mesure en termes d'engagement social ou environnemental



### Top 5 des mesures privilégiées par les salariés

- Progression des rémunérations
- Horaires aménagés, flexibles, télétravail
- Congés flexibles ou supérieurs à la moyenne
- Programmes de reconnaissance du travail et l'implication des collaborateurs
- Communication sur le projet global de votre entreprise (stratégie, objectifs économiques, ambitions, valeurs...)

### Améliorations possibles :

Adapter les pratiques managériales pour

- Mieux accompagner les changements
- Faciliter la collaboration intergénérationnelle

# # Plan d'actions : 4 axes

## Axe 1

Engager plus largement les entreprises sur la marque employeur

## Axe 2

Renforcer la visibilité du secteur en tant qu'employeur

## Axe 3

Renforcer l'attractivité des entreprises du secteur

## Axe 4

Renforcer la capacité de fidélisation et d'engagement des salariés dans les entreprises du secteur