Focus

Ces séniors, moteur de performance des agences

Mardi, 10 Mars, 2020 - 12:00

Alors que la moyenne d'âge des salariés dans l'univers de la communication et du marketing reste calée à 38 ans, le report de l'âge de la retraite remet au premier plan la question de l'employabilité de celles et ceux qui dépassent la cinquantaine. Les quinquas pour l'heure négligés par les plans de formation, seraient-ils les futurs alliés de la performance des agences ? Décryptage de plusieurs études et sondages qui rebattent les cartes.



A-t-on encore un avenir après 40 ans dans l'univers de la publicité et de la communication ? Une question un brin provocante qui traduit pourtant une réalité qui s'installe à bas bruit. Une première étude menée en 2018 témoignait de l'explosion des recrutements entre 25 et 35 ans en situant le coup de frein des embauches à partir de 46 ans. Un taux de recrutement qui s'effondrait même à 6,5 % pour les 56-60 ans. Alors, même si des distorsions existent entre les univers des régies, des annonceurs et des agences, c'est bien dans ces dernières que les seniors ont la vie la plus dure ! Une pression que Gildas Bonnel, président de la commission RSE de l'AACC explique volontiers sur la base des exigences tant financières que technologiques qui pèsent sur les entreprises du secteur. Résultat, la gestion des fins de carrière devient une question prioritaire, en particulier pour les directeurs artistiques ou designers qui se retrouvent sur la touche à partir de 50 ans. C'est pourtant chez les créatifs que le recul et l'expérience deviennent un réel bonus. Une maturité pourtant à mieux prendre en compte, quitte à bousculer les habitudes culturelles dans l'Hexagone.

Les quinquas plus résistants et plus fidèles

Une question centrale au moment du report l'âge du départ à la retraite. Loin derrière l'Allemagne et la Grande-Bretagne, seuls 55 % des seniors sont en activité en France. Une situation qui devrait peut-être évoluer dès cette année à la lumière de 38 propositions faites le 14 janvier dernier au Premier ministre, désormais sur la table chez la ministre du Travail, Murielle Pénicaud. Le rapport Bellon-Meriaux-Soussan sur l'accès à l'emploi des travailleurs expérimentés insiste sur la maigre stabilité dans l'emploi des séniors ne dépassant pas 20 % dans l'univers de l'information et de la

communication. Les experts invitent à prendre rapidement des décisions pour « accélérer la transformation des pratiques et des cultures d'entreprises. » Car, les séniors deviennent bel et bien une force pour les agences. Une étude réalisée à l'automne dernier sur près de 150 000 salariés dans plus de soixante entreprises décortique les aspirations des 55 ans et plus. Ils se disent davantage prêts à travailler à condition que le regard change. Des seniors qui s'affirment aussi plus résistants au stress et plus fidèles à l'entreprise. Les quinquas et plus seront-ils les futurs alliés de la performance des agences ? Possible, selon les experts à condition de jouer à fond la carte de la formation et pour l'heure les seniors en activités ne sont pas réellement une priorité dans les politiques de formation pourtant très incitatives pour les jeunes et les demandeurs d'emploi. Une situation à corriger d'urgence semble-t-il au moment où travailler plus longtemps ne sera très vite plus un choix.

> **77 % des actifs de plus de 50 ans déclarent ne pas avoir suivi de formation dans les douze derniers mois.**

L'expérience est d'abord une chance

Selon une étude BVA pour Visiplus academy publiée le 27 janvier dernier, 77 % des actifs de plus de 50 ans déclarent ne pas avoir suivi de formation dans les douze derniers mois. C'est pourtant à ce stade d'expériences que le diplôme obtenu dans sa jeunesse a le moins d'importance. À partir de 50 ans, les bons réflexes et les connaissances acquises au fil des années se transforment alors en valeur ajoutée sans égal pour dénicher des opportunités, gérer les problèmes et rebondir. Un bénéfice que les agences doivent redécouvrir d'urgence pour ne pas rester bloquées dans « le monde d'avant » calé sur la prévention et la santé au travail se limitant par exemple à leur proposer des chaises ergonomiques pour travailler la posture. Les plus de 50 ans revendiquent aujourd'hui que l'expérience est d'abord une chance et les employeurs doivent savoir la saisir. Un capital à entretenir aussi avec des formations dédiées qui devraient rapidement fleurir sur ce marché en pleine expansion.

Laurence Mauduit

Tous les focus [1]

URL source: http://www.guidepharmasante.fr/actualites/ces-seniors-moteur-de-performance-des-agences

Liens
[1] http://www.guidepharmasante.fr/actualites/focus