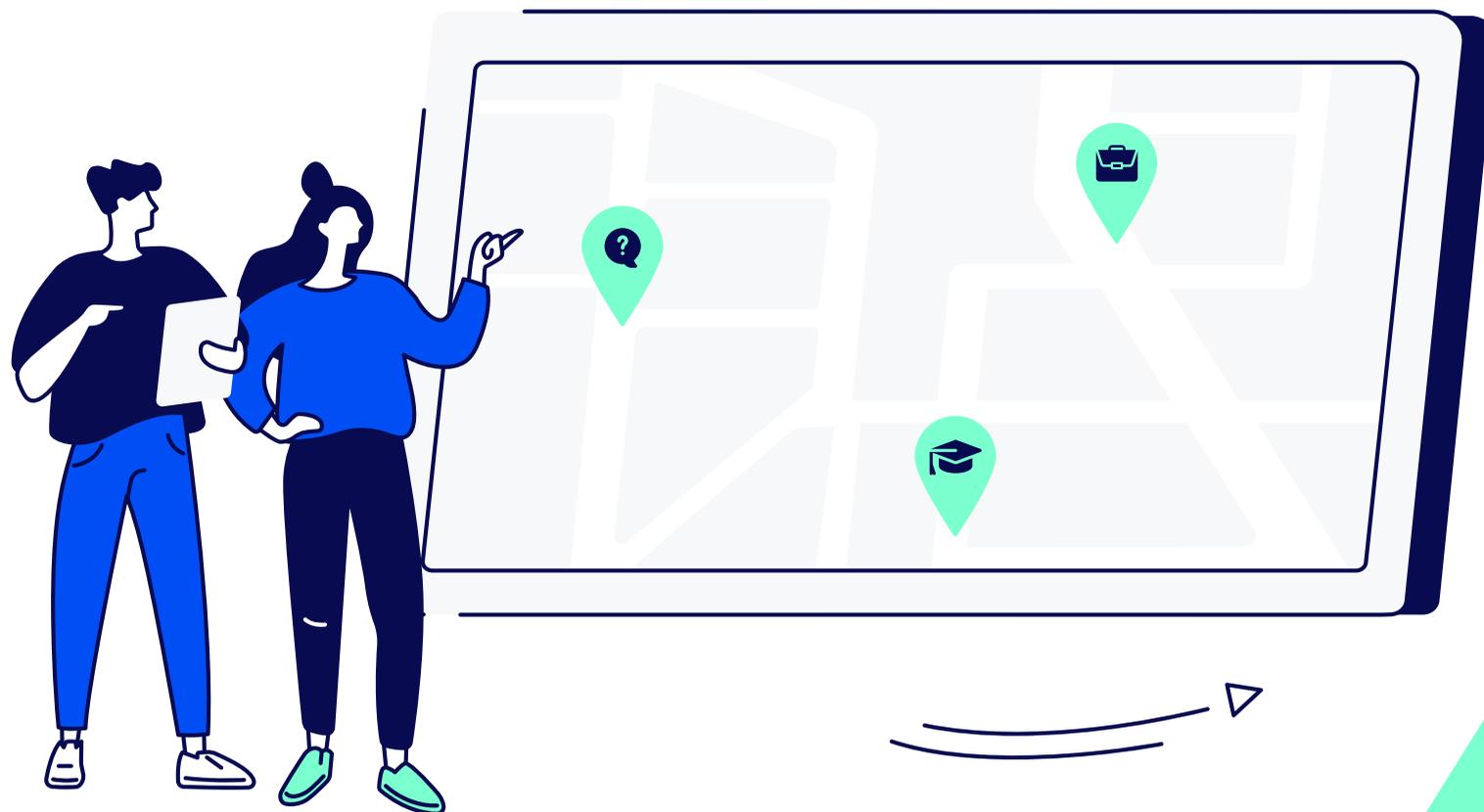


# Métiers du digital

# Guide de l'orientation 2022

2<sup>e</sup> édition



# Sommaire

## L'état des lieux

Panorama des métiers du digital en 2022 4

Que représente le digital en France et dans le monde en 2022 10

Travailler dans le digital : les compétences indispensables à maîtriser en 2022 18

Salaires : combien gagnent les professionnels de la tech, du marketing et du design en 2022 ? 23

Les 40 chiffres clés sur Internet et les réseaux sociaux en France et dans le monde 29

## Les métiers du digital

Les métiers de la création digitale 33

Le métier d'expert en sécurité digitale 36

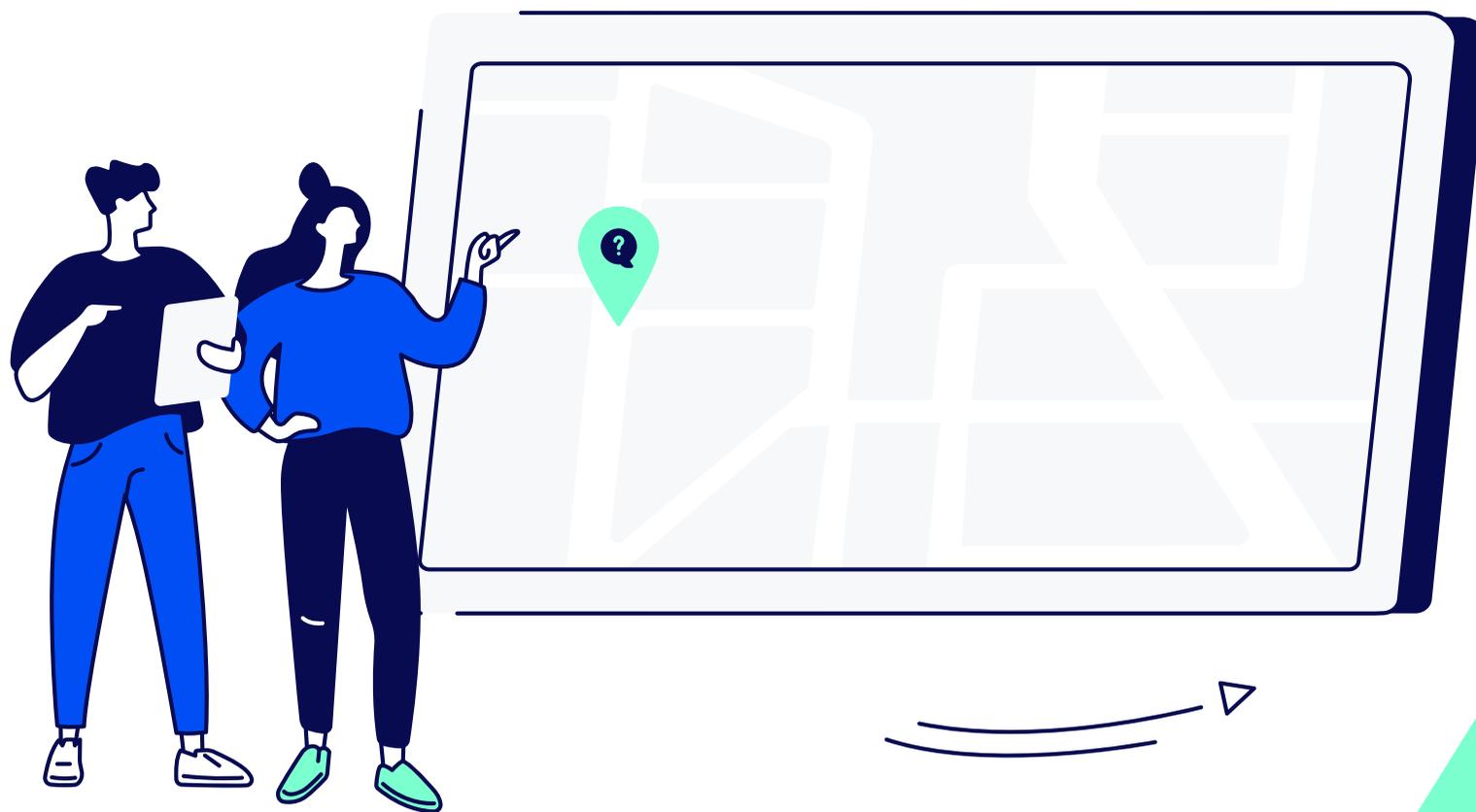
Le métier de responsable webmarketing 39

Le métier de concepteur développeur d'applications 42

Le métier de community manager 46



# L'état des lieux





# Panorama des métiers du digital en 2022

*Découvrez une vue d'ensemble des métiers du web en 2022 ainsi que leurs perspectives d'évolution dans un environnement en mouvement constant.*

## Le secteur du web, un environnement en perpétuelle évolution

### Une véritable source d'opportunités

Le numérique est un secteur qui bouge très vite et offre un marché ultra dynamique. De nouvelles professions naissent chaque jour, au fur et à mesure que de nouvelles technologies apparaissent et que les anciennes évoluent. Dernièrement, la pandémie de la Covid-19 n'a fait que renforcer ce cycle : les entreprises ont dû accélérer leur digitalisation et s'étendre sur Internet pour faire face à la crise. Selon [le baromètre Croissance & Digital](#), les entreprises ont connu une hausse de la fréquentation de leur site web de 90 % durant la crise sanitaire. De même, 38 % des sondés ont indiqué que le numérique avait garanti leur activité durant cette période. À l'heure de la reprise, elles sont 53 % à considérer [le digital comme un moyen de développer le commerce local](#). Cette pandémie a donc démontré que le digital est un canal impérissable et ce, peu importe la conjoncture.

De plus, l'avènement des nouvelles technologies et du télétravail (8 salariés sur 10 aimeraient un système hybride associant distanciel et présentiel, selon [le baromètre](#)

[Opinion Way](#) présenté sur HelloWorkplace) permet désormais d'envisager les métiers sous différents statuts (CDI, portage salarial, freelance...). De quoi offrir plus de libertés et de perspectives, pour les jeunes diplômés comme pour les profils seniors.

Concernant les métiers du secteur, le web saura répondre aux appétences de tous types de profils : créatif, stratège, technicien, commercial dans l'âme, passionné par les chiffres ou par l'écriture... Chaque corps de métier demande des compétences variées et transverses. Le secteur du digital recrute à pleine vitesse, avec un manque cruel de connaissances qui s'accroît : 50 % des entreprises indiquent ne pas disposer de toutes les compétences en interne pour accompagner la montée en puissance des activités liées au numérique.

En ce sens, il s'avère complexe de dresser un panorama des métiers qui composent ce secteur, et plus difficile encore d'apporter une vision précise sur l'avenir de ces métiers d'ici 5 ans. Une chose est sûre : le secteur du digital a le vent en poupe !

### Les spécialités du web qui ont la cote

Avec un environnement en constante mutation, le digital stimule de nouvelles demandes du côté des entreprises, ce qui laisse apparaître des besoins concernant :

- **Les activités liées au développement web** avec la création, la modélisation, la conception, l'intégration de contenus sur des sites Internet responsives et la prise en compte de l'expérience utilisateur, désormais indispensable à toute entreprise qui souhaite développer sa présence en ligne,
- **Les métiers liés aux data sciences et l'intelligence**

**artificielle**, qui ont un impact sur tous les métiers du digital et qui détiendront un rôle encore plus important dans les années à venir,

- **Le cloud computing**, avec des enjeux tels que la sécurité des données, les méthodes de stockage et la virtualisation des données,
- **Les activités liées au marketing digital et à la gestion de contenus**, en termes de campagnes digitales, d'inbound marketing, d'automatisation et d'e-réputation.

## Les compétences requises pour travailler dans le secteur du digital

Si l'univers du digital propose des métiers pour tous les goûts et dans tous les secteurs d'activité, cela ne veut pas dire qu'il s'adresse à tous les profils.

En effet, une des particularités du web est qu'il évolue constamment. En ce sens, il est primordial, si l'on souhaite exercer un métier du digital, d'aimer le changement. Il faudra également savoir apprécier le travail en équipe, car le développement d'un projet digital requiert l'implication de plusieurs personnes.

Ceci amène à un autre aspect central : il est nécessaire de disposer d'une culture commune forte. En effet, il est aujourd'hui important qu'un profil issu du marketing digital puisse échanger librement avec un développeur web par exemple, tout en comprenant les termes et enjeux derrière chaque décision, et inversement. Les métiers du digital sont aujourd'hui connexes, ce qui implique d'avoir une culture web globale.

Concernant les soft skills, nous pouvons facilement hisser la curiosité à la première place des qualités à avoir. S'intéresser au monde du digital et le comprendre sous tous ses aspects, c'est aussi la garantie de pouvoir tenir le rythme d'un environnement mouvant aux technologies évolutives, tout en envisageant des perspectives de carrière plus libres. Pour les mêmes raisons, l'agilité, au sens littéral du terme, reste une compétence très appréciée : il faut pouvoir s'adapter à chaque situation et profil rencontrés. La créativité, l'ouverture d'esprit et le sens de l'organisation sont également des soft skills appréciables. Et pour cause ! En 2021, plus de 70 % des employeurs se disaient prêts à embaucher un profil marketing ou technique junior principalement sur la base de ses soft skills, selon [une étude menée par Urban Linker](#).

Concernant les hard skills, tout dépendra de la branche dans laquelle on souhaite se développer. Il s'agira d'avoir des compétences techniques en marketing digital, UX, développement, SEO, SEA, data ou encore gestion de projet, plus ou moins poussées selon le métier exercé. Bien sûr, la maîtrise des outils informatiques et de l'environnement qui gravite autour d'Internet est indispensable.

## | Les métiers techniques du digital

L'écosystème des métiers du digital est de plus en plus difficile à cartographier, en raison de son évolution rapide. Toutefois, il est possible d'identifier des spécialités selon différents corps de métiers : techniques, marketing, créatifs et transverses.

Véritables architectes du web, les profils techniques se retrouvent au cœur de l'écosystème digital. Ils englobent toute l'infrastructure des sites web et interviennent à chaque étape de leur vie : de leur conception à leur mise à jour en passant par leur développement. Si le webmaster était anciennement

en charge de la gestion complète d'un site Internet, il existe aujourd'hui un métier spécifique pour chaque mission, qui nécessite des compétences techniques solides. Le travail du développeur back-end se concentrera sur le serveur, la base de données et le fonctionnement du site en lui-même tandis que le développeur front-end bâtira une interface graphique en veillant à proposer la meilleure expérience utilisateur. Il existe également le métier de développeur full stack, d'intégrateur web, de testeur, de programmeur, de développeur d'applications mobiles... Autant de missions dont le but final reste de réaliser techniquement un besoin exprimé par l'entreprise.

La branche technique contient également des métiers qui manipulent la data, tels que le data analyst, l'architecte big data ou encore l'ingénieur DataOps. Véritables générateurs de croissance, ils représentent un avantage important pour les entreprises et sont de plus sollicités.

Il existe un éventail conséquent de métiers liés à la cybersécurité et à la gestion des systèmes d'information, allant de pair avec l'augmentation de la quantité des données traitées par les entreprises. Ce type de profil est aussi de plus en plus plébiscité au fur et à mesure qu'évoluent les risques et le cadre réglementaire du web (RGPD, gestion du consentement, protection des données...). Parmi les métiers émergents, nous pouvons évoquer le poste de data protection officer, l'administrateur sécurité ou encore le pentester...

Concernant les métiers liés à la technique, la maîtrise de l'anglais est presque obligatoire. En effet, les frameworks et protocoles les plus répandus sont en anglais. De même, ces métiers nécessitent d'effectuer de la veille et de la recherche d'informations pour résoudre un problème lié à l'informatique ou à un langage particulier. Or, bien souvent, les sources sont internationales et donc documentées en langue anglaise.

Parmi les autres compétences requises, nous pourrions citer :

- Une base de connaissances solides en informatique et en mathématiques,
- Une maîtrise parfaite des langages informatiques exploités (HTML/CSS, JavaScript, Python, PHP, C#, etc.),
- Un esprit de synthèse et un sens de la logique accru,
- Une fibre pédagogique, afin de pouvoir expliquer des détails techniques à des collaborateurs intervenant sur d'autres pôles.

Il est important de noter que les profils techniques sont actuellement très recherchés par les entreprises, des plus petites structures aux grandes organisations. En conséquence, la demande dépasse largement l'offre, ce qui permet d'envisager des salaires attractifs même pour des profils juniors.

## | Les métiers du marketing digital

Le marketing est une discipline vieille de plus de 100 ans. Pourtant, celle-ci a complètement réussi à s'adapter à la transformation digitale des entreprises. Certains métiers sont nés, d'autres se sont peu à peu effacés. De manière globale, les métiers liés au marketing digital couvrent l'ensemble du parcours client qui s'effectue désormais aussi voire surtout sur Internet. La multiplication des canaux, des supports, des outils et des disciplines font qu'aujourd'hui, le webmarketing propose une très grande variété de métiers.

D'une part, nous pouvons mettre en exergue les métiers liés au marketing stratégique. Ces profils ont pour responsabilité le développement de stratégies digitales visant à répondre aux objectifs marketing d'une entreprise. Parmi les missions : comprendre et évaluer les tendances actuelles, découvrir

les nouveaux besoins des consommateurs, définir des axes stratégiques, établir un plan d'action, analyser les résultats pour affiner les leviers à activer...

Certains profils se dirigeront vers l'analyse des données (business analyst, growth hacker, data scientist, etc.), tandis que d'autres se concentreront sur l'apport de valeur (responsable CRM, social media manager, responsable éditorial, traffic manager, SEA...). Ces métiers incluent également une dimension commerciale, puisqu'ils prennent en compte une dimension budgétaire et une analyse des Key Performance Indicators (KPI).

Parmi les compétences et qualités requises pour exercer un métier du marketing stratégique, nous pouvons citer :

- Une bonne connaissance des comportements de sa cible sur le web,
- Des connaissances techniques liées au webmarketing et à ses outils (CRM, plateformes sociales, CMS, référencement...),
- Une aisance avec les chiffres, maniés au quotidien (budget, trafic, taux de conversion...),
- Une appétence pour la recherche et l'exercice de veille stratégique,
- Une capacité d'écoute, d'analyse et de synthèse.

Le webmarketing englobe également des métiers dits opérationnels. Ces profils ont à charge la déclinaison d'une stratégie e-marketing, via l'utilisation des canaux digitaux et des outils définis en amont par l'entreprise. C'est la phase d'action du marketing : les opérations sont mises en place sur le terrain à destination des consommateurs. Les métiers opérationnels gravitent autour de l'environnement des 4P

(produit, prix, place, promotion) et participent activement à la gestion de la relation client.

À titre d'exemple, le community manager va appliquer la stratégie définie sur les réseaux sociaux, en veillant à l'e-réputation de l'entreprise, avec des missions allant de l'animation des plateformes sociales à leur optimisation, à l'aide de contenus spécialement créés. Le rédacteur web quant à lui fera rayonner l'entreprise grâce à la rédaction d'articles optimisés pour le référencement naturel, en collaboration avec le chargé de SEO. Le SEA aura pour mission de mettre en action les stratégies de promotion online d'un site, d'un produit ou d'un service. De nouveaux métiers voient également le jour à mesure que les technologies se développent : superviseur chatbot, chargé de partenariats, chargé de référencement vocal...

Parmi les qualités d'un profil en marketing opérationnel, nous pouvons citer :

- Disposer d'une bonne culture web et d'une maîtrise parfaite des nouveaux médias, indispensables pour rester innovant,
- Avoir un esprit créatif, pour proposer des contenus engageants,
- Faire preuve de réactivité, afin de gérer l'e-réputation d'une marque et de décrypter de nouvelles tendances,
- Disposer d'une aisance avec les chiffres, utilisés au quotidien pour analyser les actions mises en place,
- Avoir de bonnes capacités rédactionnelles,
- Être curieux, à l'écoute et faire preuve d'adaptabilité.

Les métiers du marketing, qu'ils soient stratégiques ou

opérationnels, sont encadrés par des frontières fines. Un intitulé de poste peut englober des missions différentes d'une entreprise à l'autre. Enfin, l'évolution professionnelle peut s'avérer horizontale (développement de compétences transverses) ou verticale : plus un profil acquiert de l'expérience, plus celui-ci pourra prétendre à un poste avec des responsabilités et des décisions stratégiques.

## | Les métiers créatifs du digital

En matière de digital, les métiers créatifs interviennent aussi bien sur le pôle technique que sur le pôle marketing.

Côté technique, les profils créatifs auront pour mission d'offrir la meilleure expérience aux consommateurs lors de la visite d'un site web ou d'une application. Le webdesigner aura pour tâche de concevoir le design graphique d'une page ou d'un site web, en ayant une vision d'ensemble du produit final. L'UX designer quant à lui est en charge de rendre l'expérience utilisateur la plus agréable possible en travaillant sur l'ergonomie d'un site Internet ou d'une application. Parallèlement, l'UI designer se concentrera sur l'amélioration des interactions entre un internaute et le produit.

Côté marketing, le designer graphique jouera un rôle majeur dans la création de l'identité d'une marque. De la conception d'un logo à la création de sa charte graphique, le graphiste donne vie aux valeurs de l'entreprise. Les créatifs auront également en charge l'élaboration de contenus comme des infographies (métier d'infographiste multimédia), des illustrations et dessins (métier d'illustrateur) ou encore des vidéos animées (monteur vidéo, animateur 3D, motion designer...).

Voici une liste des principales compétences et qualités à avoir ou obtenir pour exercer un métier créatif dans le digital :

- Une maîtrise des logiciels de PAO et notamment la suite Adobe (Photoshop, Illustrator, InDesign, Premiere Pro...),
- Des connaissances en informatique et en développement pour comprendre les langages du web et les règles à respecter lors de la conception d'un produit,
- Une facette commerciale pour réussir à comprendre les besoins de l'entreprise ou d'un client,
- Une grande créativité et un sens de l'esthétisme,
- La rigueur et l'organisation pour respecter les délais.

En acquérant de l'expérience, un profil créatif pourra évoluer vers une carrière de directeur artistique, où les domaines de compétences survolent aussi bien l'aspect technique que l'aspect marketing du design.

## | Les métiers transverses du digital

Avec l'avancée des technologies, l'environnement digital devient pluridisciplinaire et gomme peu à peu les frontières entre les différents métiers exercés. Pour faire face à cette mutation, les entreprises sont de plus en plus demandeuses de profils aux compétences transverses.

En ce sens, le chef de produit devient un véritable traducteur entre le pôle technique, le pôle marketing et le pôle créatif. Agissant comme un chef d'orchestre, il dispose de connaissances dans tous les domaines afférant au web et intègre une vision commerciale au développement d'un produit. Une dimension managériale est également à prendre en compte, avec de la gestion de projet, de budget et d'équipe. Des métiers qui permettent de satisfaire les professionnels du digital en quête de diversité dans leurs missions et de dépassement de soi !

Mais alors, faut-il mieux se spécialiser ou, au contraire, se former à tous les aspects du digital ? Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse à cette question, car tout dépend de sa personnalité. En effet, s'il est obligatoire de disposer d'une culture web commune, ce type de profil hybride ne correspondra pas aux personnes ayant besoin d'un cadre stable aux missions et fonctions plus ou moins établies.

## | Les perspectives d'évolution dans le domaine du digital

Vous l'aurez compris, le digital offre un champ des possibles quasiment infini pour les personnes qui s'y intéressent. L'environnement du web se fait et se défait, les frontières s'affinent et parfois s'effacent. En matière de numérique, il est possible de changer plusieurs fois de métier au cours de sa carrière en passant par exemple d'un poste très axé marketing à un métier plus centré technique ou commercial, et inversement. Parallèlement, il est possible d'avoir un rôle multi-casquette ou, au contraire, d'être ultra-spécialiste, de travailler dans une startup ou pour une multinationale.

En conclusion, le web confère donc une grande liberté de mouvement. Cela exige pour les professionnels du digital de se former continuellement et d'accepter ce mouvement perpétuel.



# Que représente le digital en France et dans le monde en 2022

*Découvrez les usages du numérique dans le monde et à l'échelle nationale, l'importance du e-commerce, les principaux acteurs de l'écosystème du digital, ainsi que les perspectives d'emploi dans ce secteur.*

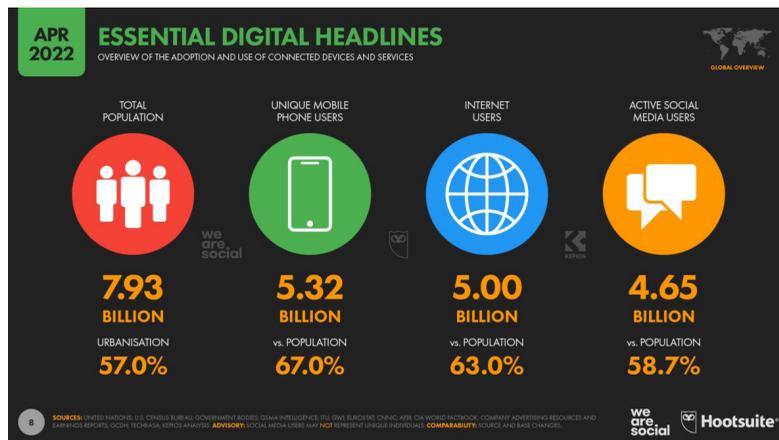
Le numérique offre de belles opportunités si vous souhaitez faire carrière ou vous reconvertir dans ce secteur. Il est actuellement en pleine expansion, boosté par la digitalisation des entreprises qui s'est renforcée en raison de la crise sanitaire. Les TPE et les PME figurent parmi celles qui ont été le plus touchées et qui ont dû développer leur présence en ligne. De leurs côtés, les organisations de toute envergure ont également été contraintes de lancer voire d'accélérer leur transformation digitale, afin de répondre aux nouveaux enjeux post-pandémie et faire face à un monde davantage connecté, dont les usages numériques se sont démocratisés, et où de nouveaux modes de travail hybrides sont apparus.

## L'état des lieux du digital et l'usage du mobile dans le monde et en France

Pour mieux se rendre compte du poids que représente actuellement le numérique à l'échelle mondiale et nationale, le Digital Report, qui est publié chaque année et mis à jour chaque trimestre par Hootsuite et We Are Social, nous apporte une série de données significatives sur son usage à

l'échelle de la planète. Dans [la dernière version du rapport](#), le digital représente :

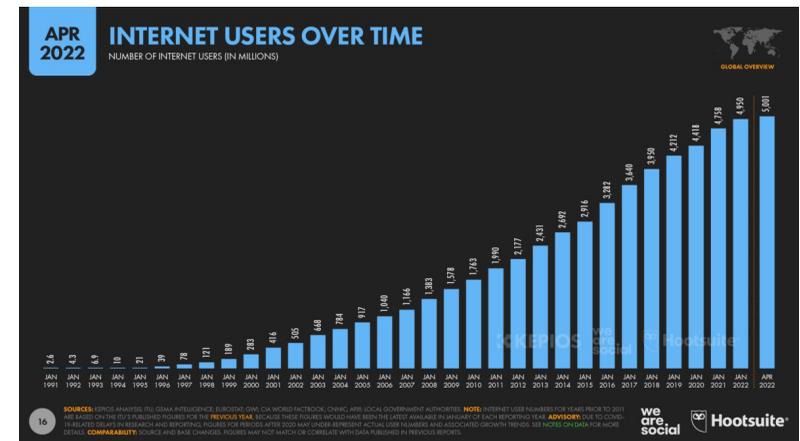
- 5 milliards d'internautes, ce qui correspond à 63 % de la population mondiale,
- 5,32 milliards de mobinautes (67 %),
- 4,65 milliards de personnes qui utilisent les réseaux sociaux (58,7 %), avec 7,4 plateformes utilisées en moyenne,
- 6h53 passées en moyenne sur Internet par jour, 2h29 passées en moyenne sur les plateformes sociales au quotidien,
- 170 milliards de dollars dépensés sur les applications mobiles et en achats in-app en 2021 (en hausse de 18,8 % sur un an),
- 27,16 dollars déboursés en moyenne par smartphone,
- 230 milliards d'apps mobiles téléchargées, [selon les données de data.ai](#) (ex-App Annie).



Les principaux chiffres-clés du digital en avril 2022. © We Are Social / Hootsuite

## Le cap des 5 milliards d'internautes franchi, mais des inégalités persistent dans le monde

Alors que [le Web3](#), la 3e génération du web, est en train de bouleverser notre usage d'Internet, il est à noter que ce cap des 5 milliards d'utilisateurs dans le monde, atteint en avril 2022, constitue un tournant majeur. Cela signifie en effet qu'aujourd'hui plus de 6 personnes sur 10 surfent sur le web aux quatre coins du globe.



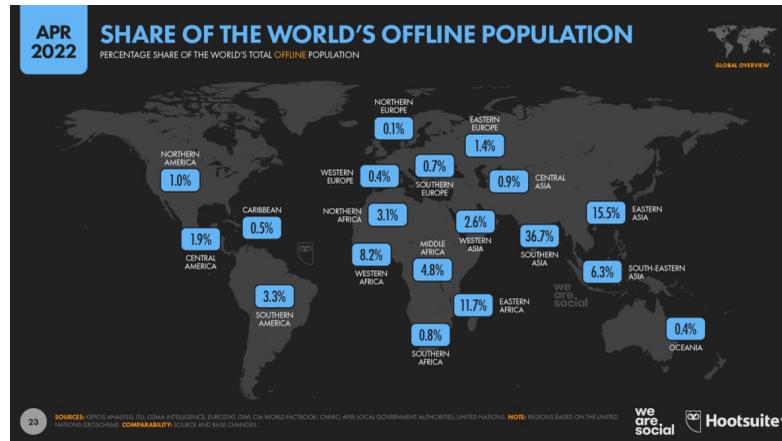
L'évolution de l'usage d'Internet ces 30 dernières années. © We Are Social / Hootsuite

Selon l'étude, les 6h53 de temps passé en moyenne chaque jour sur Internet représentent au total plus de 48 heures à être connecté chaque semaine sur ses différents appareils (ordinateur, laptop, mobile, tablette, etc.).

66

Des milliards de personnes passent désormais plus de temps à utiliser des appareils connectés qu'à travailler, analysent Hootsuite et We Are Social dans le Digital Report d'avril 2022.

Si des inégalités persistent quant à l'usage d'Internet à l'échelle mondiale, il est nécessaire de garder en tête que 2,9 milliards de personnes ne sont toujours pas en mesure d'accéder au web (37 % de la population mondiale), avec plus d'un tiers de ces « non-connectés » résidant en Asie du Sud et plus d'un quart en Inde.



Cartographie des « non-connectés » à travers le monde en 2022. © We Are Social / Hootsuite

## Focus sur l'usage du numérique et du mobile en France

Du côté de l'Hexagone, sur les 65,51 millions d'habitants recensés en France, on comptabilise 60,92 millions d'internautes, soit 93 % de la population (+2,4 % sur un an, soit 1,5 million de nouveaux utilisateurs), selon les données du [Digital Report pour la France](#) publiées en février dernier. Ils passent en moyenne 5h34 par jour sur le web, dont 2h19 à partir de leur mobile. 52,6 millions de Français se rendent sur les réseaux sociaux (80,3 % de la population nationale), sur une durée quotidienne estimée en moyenne à 1h46 (+5 minutes en un an).



L'état des lieux du digital en France en février 2022. © We Are Social / Hootsuite

### À lire également

> [L'année Internet 2021 en France : 10 chiffres clés à connaître](#)

Ils sont également 95,1 % à posséder un smartphone, 79,5 % un ordinateur de bureau ou un laptop, 46,1 % une tablette, 41,3 % une console de jeux et 20,3 % une montre connectée. Les casques de réalité virtuelle ne représentent que 4,4 % du marché des appareils connectés en France en 2022.

Voici les principaux chiffres-clés et enseignements à retenir sur le marché du mobile en France en 2022 :

- 3h33 passées en moyenne chaque jour par les utilisateurs français sur leur smartphone,
- 2,08 milliards d'applications mobiles téléchargées entre janvier et décembre 2021,

- 2,25 milliards de dollars dépensés sur les applications mobiles et en achats in-apps en 2021 (+9 %),
- WhatsApp est l'application mobile (hors jeux) la plus utilisée en France, devant Facebook et Facebook Messenger,
- TousAntiCovid est l'app qui a été la plus téléchargée en 2021 devant WhatsApp et TikTok,
- FDJ devance Candy Crush et Pokemon Go sur le podium des apps de jeux mobiles les plus populaires en France.



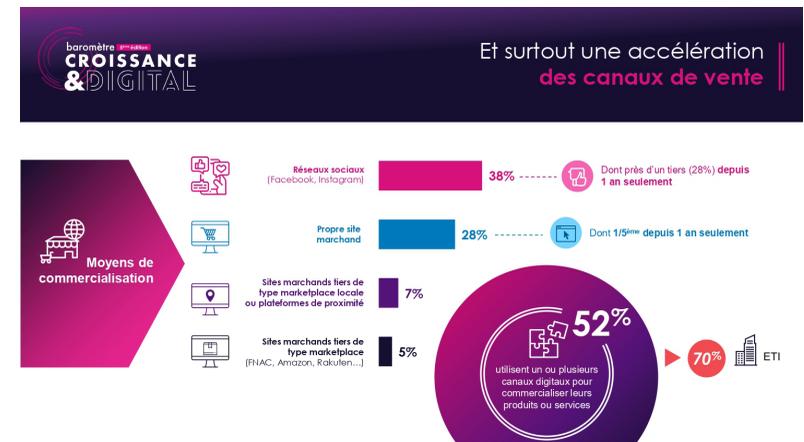
Les principaux chiffres-clés de l'usage du mobile en France en février 2022. © We Are Social / Hootsuite

### À lire également

› [Marché du mobile : quelles évolutions depuis 30 ans ?](#)

## Le numérique, moteur de l'e-commerce français à l'heure de la reprise

Après une année noire pour l'e-commerce en France en raison des confinements successifs imposés par la crise sanitaire, les entreprises françaises ont réussi à reprendre des couleurs et l'année 2021 a ouvert de belles perspectives dans ce secteur. Ainsi, 53 % des entreprises interrogées considèrent désormais le digital comme un levier pour développer le commerce local, selon [la 5e édition du Baromètre Croissance & Digital de l'ACSEL](#) réalisée auprès de plus de 700 entreprises du commerce et des services. 52 % d'entre elles utilisent un ou plusieurs canaux digitaux pour commercialiser leurs produits ou services, comme un site marchand, les réseaux sociaux ou en passant par une marketplace (70 % en incluant les ETI).



L'accélération du e-commerce et des canaux de vente en 2021 en France. © Acsel

Il s'agit maintenant pour les TPE, les PME ou encore les ETI de pérenniser le recours au numérique pour transformer leur actions business en croissance. Elles sont d'ailleurs 41 % à confirmer que le digital contribue à leur chiffre d'affaires, 60 % en incluant les ETI.



L'impact du digital sur le chiffre d'affaires des entreprises en France en 2021. © Acsel

Autre indicateur intéressant du baromètre à relever : 1 organisation sur 2 estime avoir besoin d'un accompagnement pour assurer sa transformation digitale. Plusieurs freins à la digitalisation ont ainsi été pointés du doigt, comme par exemple :

- le besoin d'un soutien technique : développement de site, mise en place de solutions de paiement...
- une montée en compétences globale sur les questions de stratégie, de perspectives ou de retour sur investissement,
- de la formation nécessaire pour faciliter l'appropriation des outils digitaux par les collaborateurs.

## Big Tech, NATU, BATX, licornes françaises... Qui sont les principaux acteurs du digital ?

Avec le changement de nom du groupe créé et dirigé par Mark Zuckerberg en [Meta](#), pour accompagner le développement de ses activités autour du [metaverse](#), les acteurs majeurs du digital dans le monde occidental ne se désignent plus par le nom de GAFAM, mais par l'appellation de Big Tech, voire de Big Four ou Big Five. Ils se composent des sociétés suivantes : Alphabet (maison mère de Google), Amazon, Apple, Meta (ex-groupe Facebook) et Microsoft.

À noter qu'un autre groupement d'entreprises tend à s'imposer aux côtés de ces Big Tech, les NATU. Cet acronyme désigne 4 entreprises lancées plus récemment et visant à disrupter le marché, à savoir Netflix (streaming), Airbnb (location de logements), Tesla (voiture électrique) et Uber (transport).

Et du côté du continent asiatique, l'équivalent des Big Tech se nomme BATX, comprenez : Baidu (moteur de recherche), Alibaba (e-commerce), Tencent (services Internet et mobile, connu pour son application mobile WeChat), et Xiaomi (constructeur de smartphones). Leur capitalisation boursière avoisinerait au total les 950 milliards de dollars.

### À lire également

> [La stratégie marketing de Xiaomi en France](#)

### Sur quels secteurs ces géants de la tech ont-ils la mainmise ?

Ces différents géants de la tech dominant actuellement

l'industrie du digital, et en particulier les domaines suivants : la publicité en ligne et l'e-commerce, les systèmes d'exploitation, les services bancaires, l'hébergement en ligne, et d'autres services tels que les réseaux sociaux, le streaming ou encore les appareils connectés.

Mais cette prédominance pourrait prochainement être revue à la baisse, en Europe notamment où les institutions sont en train d'adopter et de mettre en place deux nouvelles directives, qui devraient recomposer le paysage technologique :

- le [Digital Markets Act \(DMA\)](#) pour une meilleure régulation de l'économie numérique,
- le [Digital Services Act \(DSA\)](#) visant à mieux contrôler le marché, en particulier les géants de la tech.

### À lire également

- > [Comment le DMA va impacter le monde de la tech : décryptage de Mozilla](#)

## Les licornes françaises et la French Tech à l'honneur en 2021

L'année 2021 a été historique pour les startups françaises avec [11,57 milliards d'euros levés](#), un chiffre record et une hausse enregistrée de 115 % par rapport à 2020 ! Au total, ce sont 12 nouvelles licornes, à savoir une startup valorisée à plus d'un milliard de dollars, qui rejoignent le panthéon de l'industrie de la tech tricolore.

Montants levés par les start-up en France



Source: Baromètre EY du capital risque en France - Bilan annuel 2021.

784 opérations de levées de fonds ont été menées par les startups en France en 2021. © Baromètre EY

Fin 2021, on dénombrait 26 licornes françaises, parmi lesquelles figurent de grands noms tels que Back Market (marketplace), BlaBlaCar (transport), Deezer (musique), Doctolib (santé), Ledger (cryptomonnaie), Lydia (fintech), OVHcloud (data), Swile (expérience collaborateur) ou encore Veepee (marketplace). Avec un objectif fixé initialement à 25 d'ici 2025, la France a ainsi dépassé son objectif avec 3 ans d'avance. À noter que [3 Français sur 5](#) utilisent les innovations créées par les entreprises de la French Tech Next 40/120 au moins une fois par mois.

## FRENCH TECH NEXT40/120 – PROMOTION 2022



\* LES START-UP EN ROUGE ONT ÉTÉ SÉLECTIONNÉES AU SEIN DU PROGRAMME FRENCH TECH NEXT40

L'écosystème des startups françaises en 2022. © French Tech

Sur le plan européen, la France se place en 3<sup>e</sup> position dans un classement dominé de loin par le Royaume-Uni (32,36 milliards de levées de fonds, +155 % vs 2020) et l'Allemagne (16,21 milliards, +209 %).

Comparatif des investissements au Royaume-Uni, Allemagne, France, Suède et Pays-Bas



Source: Baromètre EY du capital risque en France - Bilan annuel 2021

La place de la France au sein de l'écosystème européen des startups en 2021. © Baromètre EY

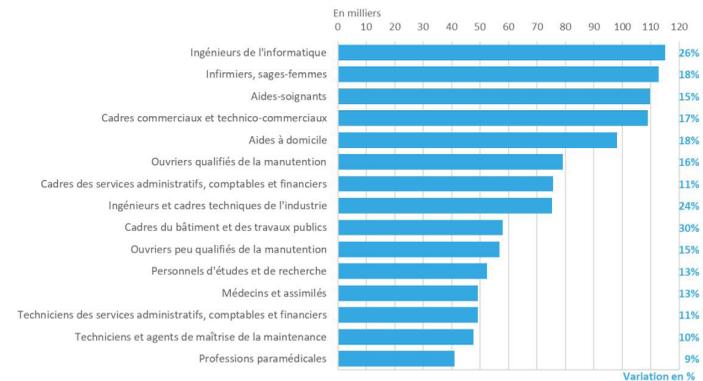
## À lire également

[French Tech : la liste des 26 licornes françaises](#)

## Le digital, un secteur attractif et créateur d'emplois

D'après le rapport [Les Métiers en 2030](#) publié par France Stratégie et la DARES (Direction de l'animation de la recherche, des études et des statistiques), 1 million de nouveaux postes devraient être créés dans le numérique d'ici la fin de la décennie. De belles perspectives d'emploi sont à venir, en particulier pour les activités liées à l'ingénierie, qui figurent au 2<sup>e</sup> rang du top 10 des secteurs en forte croissance à l'horizon 2030, pour notamment répondre aux besoins des entreprises qui opèrent ou envisagent de lancer leur transformation digitale. Les jeunes diplômés ne sont pas en reste, puisque 143 000 d'entre eux devraient être embauchés rien que dans l'ingénierie informatique, avec 120 000 nouvelles créations de poste.

Figure 16 – Les métiers en plus forte expansion entre 2019 et 2030



Le métier d'ingénieur informatique figure parmi les professions en plus forte expansion d'ici 2030. © Dares

Si les entreprises du secteur recrutent des talents, des tensions persistent pour parvenir à trouver les candidats qui correspondent aux profils recherchés. Le poste d'ingénieur en informatique fait partie des 4 métiers pour lesquels les tensions sont les plus fortes, en raison du déséquilibre entre le niveau de l'offre et de la demande sur le marché de l'emploi, mais aussi au regard des compétences spécifiques requises pour exercer ces professions.

Concernant les rémunérations des professionnels du digital, voici un florilège des salaires proposés dans les métiers de la tech, du marketing et de la création digitale en 2022 :

- **Développeur PHP** : de 35 000 € à 60 000 €\*
- **Ingénieur cybersécurité** : de 40 000 € à 80 000 €
- **Responsable informatique** : de 50 000 € à 100 000 €
- **Data analyst** : de 40 000 € à 80 000 €
- **Chef de projet digital** : de 35 000 € à 70 000 €
- **Product Owner** : de 40 000 € à 70 000 €
- **Community Manager** : de 28 000 € à 70 000 €
- **SEO ou SEA Manager** : de 32 000 à 65 000 €
- **UX designer** : de 38 000 € à 70 000 €
- **Directeur artistique** : de 35 000 € à 70 000 €

\*selon le niveau d'expérience (d'un salaire junior à un niveau senior)

Sources : [Hays](#), [PageGroup](#) et [Walters People](#).

### À lire également

- > [Métiers du marketing et de la communication : mutations du secteur, compétences recherchées...](#)
- > [Recrutement des développeurs en 2022 : les profils recherchés et les compétences attendues](#)
- > [Métiers de la cybersécurité : profils, salaires, emploi, formation...](#)



## Travailler dans le digital : les compétences indispensables à maîtriser en 2022

*S'orienter vers les métiers du digital requiert l'acquisition de compétences multiples. Tour d'horizon des hard et soft skills attendues pour évoluer dans le marketing, la tech ou la création web.*

Le numérique est un secteur qui regorge de métiers passionnants et dont les frontières ne sont pas cloisonnées. De nombreuses opportunités sont offertes à celles et ceux qui envisagent de s'orienter dans ce domaine, ou qui se lancent dans un projet de reconversion, que ce soit dans le marketing, la tech ou encore la création digitale. Pour cela, vous devez d'ores et déjà vous construire une solide culture web, en réalisant une veille permanente sur le digital, mais aussi dans votre discipline de prédilection.

Pour savoir quelles sont les compétences à acquérir pour faire la différence devant un recruteur, il est nécessaire de prendre en compte à la fois les hard skills, qui peuvent être spécifiques à une profession, ainsi que les soft skills, qui correspondent aux qualités humaines vous permettant de mener à bien vos missions dans le numérique.

## Les hard skills pour travailler dans le marketing, la tech et la création digitale

Les *hard skills* correspondent aux compétences techniques, c'est-à-dire les différents types de savoir-faire qui sont acquis par le biais d'une formation initiale, continue ou professionnelle. Elles permettent aux recruteurs de pouvoir identifier rapidement les connaissances dont dispose un candidat au regard du profil recherché, ainsi que les outils (techniques, créatifs ou de webmarketing) qu'il maîtrise en vue d'accomplir les missions qui lui seront confiées.

Elles peuvent prendre la forme d'un diplôme, d'une certification ou encore d'une validation des acquis de l'expérience (VAE). Ces compétences devront être mentionnées sur votre CV et vous pourrez les valoriser devant votre futur employeur lors d'un entretien d'embauche, agrémentées des résultats obtenus pour renforcer votre candidature. Vous aurez également l'occasion d'approfondir ou d'acquérir de nouvelles compétences techniques tout au long de votre expérience professionnelle.

Si certaines *hard skills*, comme l'apprentissage d'une langue étrangère ou la gestion de projet par exemple, sont transverses à de nombreuses professions, d'autres compétences « *dures* » peuvent varier, afin de répondre aux spécificités du métier exercé.

### Les hard skills nécessaires pour travailler dans le marketing

Un socle de connaissances sur les fondamentaux du marketing digital est généralement demandé à celles et ceux qui souhaitent s'orienter dans ce secteur phare du numérique. Parmi les autres hard skills requises pour évoluer dans cette branche, on peut aussi noter :

- Les techniques du référencement gratuit (SEO) et payant (SEA),
- La maîtrise des réseaux sociaux dans le cadre d'un usage professionnel,
- Une orthographe et une grammaire irréprochables pour rédiger du contenu web,
- Des notions en CMS (Content Management System), comme WordPress ou Drupal, et en HTML pour savoir gérer un site web,
- L'utilisation d'outils comme la suite Adobe (Photoshop, Illustrator, InDesign...) pour la production de visuels, de formats de contenu audio et vidéo,
- L'analyse des KPI (Key Performance Indicators) grâce aux outils de web analytics,
- Des connaissances en gestion de relation client, dans les solutions de fidélisation (emailing, newsletter...), en growth hacking et en e-commerce.

### Les hard skills attendues pour évoluer dans la tech

Vous voulez faire carrière dans l'une des nombreuses disciplines de la tech ? Vous avez la possibilité de devenir développeur web (back-end, front-end, full stack), développeur mobile, concepteur d'applications, technicien systèmes et réseaux, data scientist, data analyst, expert en cybersécurité, chef de projet digital, product owner, ingénieur DevOps... Pour chacun de ces postes, des compétences pointues sont attendues. Voici un florilège (non exhaustif) des hard skills indispensables pour travailler dans les métiers de la tech :

- Connaître [les principaux langages de programmation](#)

(Python, C, Java, PHP, JavaScript, SQL...), les environnements informatiques (les systèmes d'exploitation Linux, Windows, iOS, Android...) et le versioning (git),

- Maîtriser les logiciels informatiques spécifiques à votre secteur d'activité,
- Être capable de créer et d'administrer un site Internet, un réseau, un système d'informations ou encore des bases de données,
- Analyser et exploiter des données, ou encore créer des algorithmes,
- Concevoir des solutions (produits et services) pour répondre aux besoins de futurs utilisateurs,
- Des qualités rédactionnelles pour réaliser de la documentation technique.

### Les hard skills requises pour faire carrière dans les métiers créatifs

De la direction artistique à l'UX / UI design, en passant par des spécialisations comme le motion design, la filière de la création digitale englobe de nombreux métiers, qui requièrent tous des compétences spécifiques. À l'image des professionnels du marketing digital, vous devrez connaître les fondamentaux du design, appréhender les contraintes techniques imposées par le web, et réaliser une veille constante pour vous adapter aux évolutions et aux usages du web.

D'autres hard skills sont attendues par les recruteurs, notamment si vous choisissez de vous orienter vers les professions liées à l'UI (*User Interface*) ou l'UX (*User Experience*) :

- **pour les métiers de l'UI** : savoir créer des interfaces agréables et intuitives à l'aide des logiciels à maîtriser (la suite Adobe, Figma, Sketch...), mais aussi être capable de concevoir et décliner une charte graphique,
- **pour les métiers de l'UX** : être en mesure de comprendre les besoins des utilisateurs, à partir de personas, d'enquêtes et d'interviews ; d'identifier les points de frictions afin d'améliorer l'expérience utilisateur grâce à des tests utilisateurs, des tests AB, ou encore via des données analytics.

### Les softs skills pour faire carrière dans les métiers du numérique

Complémentaires des *hard skills*, les *soft skills* représentent les qualités humaines dont font preuve les professionnels du digital quand ils mettent en action leurs compétences techniques dans le cadre de leurs missions. Si pour certains les *soft skills* sont au moins aussi importantes que les *hard skills*, pour d'autres, elles tendent à devenir même plus importantes, en particulier lorsque les entreprises doivent faire un choix entre deux profils de candidats à compétences « dures » équivalentes pour un même poste.

#### La curiosité, la créativité, la polyvalence et le sens de l'écoute

Pour ne citer que les plus communes, les compétences comportementales indispensables à valoriser lors de vos candidatures dans les métiers du digital sont la curiosité, la créativité, l'ouverture d'esprit, l'organisation ou encore la rigueur. D'autres *soft skills*, telles que la polyvalence et l'adaptabilité, vous permettront de mener à bien plusieurs tâches de front simultanément. La capacité de travailler en équipe est elle aussi requise pour de nombreux métiers du

web, notamment grâce à l'essor des outils et plateformes favorisant le travail collaboratif.

L'écoute, le relationnel, l'empathie et la capacité à être un bon communicant seront particulièrement appréciés par votre employeur et collègues, si vous exercez une profession nécessitant des échanges constants avec d'autres équipes produit ou métier. Dans le cas où votre métier vous amène à être en relation avec des clients, d'autres qualités humaines, comme le sens du service, de la persuasion et de la négociation sont également recommandées.

Pour celles et ceux visant des postes à responsabilité, le management d'équipe représente une autre soft skill essentielle à ne pas négliger, en particulier si vous vous destinez aux fonctions de responsable marketing digital ou de chief technical officer (CTO) par exemple.

### Les principales softs skills à maîtriser d'ici 2025

Selon le rapport [The Future of Jobs Report 2020](#) du *World Economic Forum*, parmi les principales qualités humaines attendues dans le monde du travail à l'horizon 2025, on retrouve :

- La pensée analytique et la capacité d'innovation,
- La résolution de problèmes complexes,
- La pensée et l'analyse critique,
- La créativité, l'originalité et la prise d'initiative,
- La résilience, la tolérance au stress et la flexibilité,
- L'apprentissage actif tout au long de sa carrière,
- Le leadership et l'influence sociale.

## Top 10 skills of 2025



Le top 10 des soft skills à maîtriser d'ici 2025. © World Economic Forum

### Bonus : ne surtout pas négliger son personal branding

Pour être reconnu et identifié par les recruteurs pour vos compétences techniques et comportementales, celles-ci doivent être connues de tous. Vous devez pour cela mettre à jour vos profils de réseaux sociaux et professionnels pour les valoriser. Il est également conseillé d'animer un blog pour partager votre expertise, participer à des événements

de votre secteur et partager votre point de vue et analyse à votre communauté en ligne pour vous démarquer de la concurrence. C'est ce que l'on appelle le *personal branding*, c'est-à-dire votre capacité à soigner votre image de marque en tant que futur professionnel du digital. N'hésitez pas non plus à rassembler vos productions (contenus éditoriaux, créatifs...) dans un book à présenter aux recruteurs. L'objectif : leur prouver et les convaincre que vous maîtrisez toutes les *hard* et *soft skills* requises du poste pour lequel vous candidatez.



# Salaires : combien gagnent les professionnels de la tech, du marketing et du design en 2022 ?

*Découvrez les salaires des professionnels du digital en 2022.*

Dans cet article, nous vous proposons de découvrir les rémunérations des professionnels de la tech, du marketing et de la création digitale.

Au sommaire :

- 1. Les salaires dans le domaine de la tech** : développeur JAVA, .NET, PHP, JavaScript, développeur mobile, lead développeur, ingénieur cybersécurité, administrateur système & réseaux, data analyst...
- 2. Les salaires dans le domaine du marketing** : chef de projet digital, consultant CRM, chef de projet ERP, community manager, SEO manager...
- 3. Les salaires dans le domaine de la création digitale** : UX/UI designer, directeur artistique, infographiste...

## | 1- Les salaires dans le domaine de la tech

Les chiffres utilisés pour les salaires des métiers de la tech sont issus d'une [étude sur les rémunérations en France en](#)

[2022](#), réalisée par le cabinet de recrutement Hays, auprès de 1 500 candidats et clients. Les salaires sont exprimés en bruts annuels et se basent sur les rémunérations en Île-de-France. Il faudra compter entre 10 et 15 % de différence pour les salaires en régions concernant ce secteur.

Cette étude présente également un aperçu des taux journaliers moyens pratiqués par les professionnels qui proposent du conseil en technologie. Les salaires sont exprimés en euros, hors taxes. Il faut soustraire entre 12 et 15 % de ces taux journaliers pour les salaires en régions.

## Les métiers du développement

Les salaires des principaux postes du développement web :

- **Développeur JAVA** : entre 40 000 et 42 000 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 45 000 et 50 000 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 50 000 et 55 000 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 55 000 et 65 000 € pour un profil senior (plus de 8 ans d'expérience).
- **Développeur .NET** : entre 36 000 et 41 000 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 40 000 et 46 000 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 46 000 et 55 000 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 50 000 et 60 000 € pour un profil senior (plus de 8 ans d'expérience).
- **Développeur PHP** : entre 35 000 et 40 000 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 40 000 et 45 000 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 45 000 et 50 000 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 50 000 et 60 000 € pour un profil senior (plus de 8 ans d'expérience).
- **Développeur JavaScript** : entre 40 000 et 42 000 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 42 000 et 47 000 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 47 000 et 57 000 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 50 000 et 60 000 € pour un

profil senior (plus de 8 ans d'expérience).

- **Développeur mobile** : entre 34 000 et 40 000 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 38 000 et 50 000 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 50 000 et 60 000 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 52 000 et 60 000 € pour un profil senior (plus de 8 ans d'expérience).
- **Lead développeur** : entre 45 000 et 50 000 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 50 000 et 55 000 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 55 000 et 65 000 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 65 000 et 75 000 € pour un profil senior (plus de 8 ans d'expérience).

Selon les postes de développeurs, les taux journaliers sont les suivants :

- **Développeur back-end** : 450 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 535 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 600 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 685 € pour un profil senior (plus de 8 ans).
- **Développeur front-end** : 425 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 500 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 575 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 670 € pour un profil senior (plus de 8 ans).
- **Développeur full stack** : 450 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 540 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 610 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 650 € pour un profil senior (plus de 8 ans).
- **Développeur mobile** : 425 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 500 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 575 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 670 € pour un profil senior (plus de 8 ans).
- **Développeur web** : 450 € pour un profil junior (0 à 3 ans),

540 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 610 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 650 € pour un profil senior (plus de 8 ans).

## Les métiers de la cybersécurité

Les salaires des principaux postes de la cybersécurité et de l'infrastructure web :

- **Technicien support** : entre 26 000 et 30 000 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 30 000 et 35 000 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 35 000 et 40 000 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 40 000 et 45 000 € pour un profil senior (plus de 8 ans d'expérience).
- **Administrateur de données** : entre 35 000 et 42 000 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 42 000 et 50 000 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 45 000 et 55 000 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 55 000 et 70 000 € pour un profil senior (plus de 8 ans d'expérience).
- **Administrateur système & réseaux** : entre 35 000 et 40 000 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 40 000 et 45 000 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 45 000 et 50 000 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 50 000 et 55 000 € pour un profil senior (plus de 8 ans d'expérience).
- **Ingénieur cybersécurité** : entre 40 000 et 45 000 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 45 000 et 50 000 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 50 000 et 65 000 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 65 000 et 80 000 € pour un profil senior (plus de 8 ans d'expérience).
- **Ingénieur cloud** : entre 40 000 et 42 000 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 42 000 et 48 000 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 48 000 et 62 000 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 60 000 et 65 000 € pour un profil senior (plus de 8 ans d'expérience).

- **Architecte réseaux** : entre 45 000 et 50 000 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 50 000 et 65 000 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 65 000 et 70 000 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 70 000 et 80 000 € pour un profil senior (plus de 8 ans d'expérience).
- **Responsable informatique** : entre 50 000 et 55 000 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 55 000 et 65 000 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 65 000 et 70 000 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 70 000 et 100 000 € pour un profil senior (plus de 8 ans d'expérience).

Pour les principaux postes de la cybersécurité, voici les taux journaliers :

- **Ingénieur sécurité** : 530 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 595 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 675 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 805 € pour un profil senior (plus de 8 ans).
- **SecOps** : 530 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 595 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 675 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 805 € pour un profil senior (plus de 8 ans).
- **Architecte sécurité** : 700 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 780 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 855 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 935 € pour un profil senior (plus de 8 ans).
- **Consultant en gestion des accès** : 545 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 635 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 695 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 745 € pour un profil senior (plus de 8 ans).
- **Responsable de la sécurité informatique (RSSI)** : 795 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 875 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 940 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 1 100 € pour un profil senior (plus de 8 ans).

## Les métiers de la data

Le poste de data analyst ou ingénieur data est celui le plus répandu. Son salaire se situe entre 40 000 et 45 000 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 45 000 et 50 000 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 50 000 et 65 000 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 65 000 et 80 000 € pour un profil senior (plus de 8 ans d'expérience).

Concernant les taux journaliers pour les métiers de la data :

- **Data analyst** : 530 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 615 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 675 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 760 € pour un profil senior (plus de 8 ans).
- **Data engineer** : 510 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 605 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 655 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 735 € pour un profil senior (plus de 8 ans).
- **Data scientist** : 540 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 625 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 695 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 775 € pour un profil senior (plus de 8 ans).

## | 2- Les salaires dans le domaine du marketing

Pour cette catégorie, les chiffres utilisés proviennent principalement de l'étude sur les rémunérations en France en 2022, réalisée par le cabinet de recrutement Hays, citée plus tôt, et une [étude](#) du cabinet PageGroup.

### Les métiers de la gestion de projet

Pour les postes les plus courants de la gestion de projet :

- **Chef de projet ERP** : entre 42 000 et 45 000 € pour un

profil junior (0 à 3 ans), 45 000 et 55 000 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 55 000 et 65 000 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 65 000 et 80 000 € pour un profil senior (plus de 8 ans d'expérience).

- **Directeur de projets** : entre 50 000 et 60 000 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 65 000 et 70 000 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 80 000 et 90 000 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 85 000 et 100 000 € pour un profil senior (plus de 8 ans d'expérience).
- **Product Owner** : entre 40 000 et 45 000 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 45 000 et 50 000 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 50 000 et 60 000 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 60 000 et 70 000 € pour un profil senior (plus de 8 ans d'expérience).
- **Consultant CRM** : entre 40 000 et 45 000 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 45 000 et 55 000 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 55 000 et 70 000 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 70 000 et 90 000 € pour un profil senior (plus de 8 ans d'expérience).
- **Responsable BI** : entre 50 000 et 60 000 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 60 000 et 68 000 € pour un profil confirmé (3 à 5 ans), 65 000 et 80 000 € pour un profil expérimenté (5 à 8 ans), 80 000 et 100 000 € pour un profil senior (plus de 8 ans d'expérience).
- **Chef de projet digital** : entre 35 000 et 40 000 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 40 000 et 52 000 € pour un profil confirmé (3 à 7 ans), 52 000 et 70 000 € pour un profil senior (plus de 7 ans), selon les données de [Walters People](#).

## Les métiers du social media

Les résultats de notre [enquête CM 2021](#), réalisée auprès de 853 community managers et social media managers exerçant leur métier en France, ont montré la disparité qui existait entre ces deux intitulés de postes, à savoir :

- **Community manager** : son salaire moyen est estimé à 27 251 €, avec une médiane à 27 000 euros,
- **Social media manager** : son salaire moyen se situe à 32 992 €, avec une médiane à 31 000 euros.

Toujours selon l'enquête, en début de carrière (moins de 4 ans d'expérience), les community managers peuvent prétendre à un salaire moyen de 26 800 € bruts par an. Entre 5 et 9 ans d'expérience, la rémunération moyenne dépasse les 29 000 €. Après plus de 10 ans d'expérience, ils atteignent les 30 000 € bruts annuels.

À titre de comparaison, dans son étude annuelle sur les tendances 2022 du marché de l'emploi, le cabinet PageGroup ne faisait pas de distinction entre les profils de community manager et de social media manager. Le salaire moyen pour ce poste se situerait : entre 28 000 et 35 000 € pour un profil junior (0 à 2 ans), 32 000 et 40 000 € pour un profil confirmé (2 à 5 ans), 40 000 à 70 000 € pour un profil senior (5 à 15 ans).

## Les métiers du SEO

Selon les résultats de notre [enquête sur les salaires des professionnels du SEO](#), menée auprès de 403 SEO exerçant leur métier en France, les salaires selon le niveau d'expérience sont les suivants :

- 1 an ou moins : 29 000 €
- 2 à 5 ans : 31 700 €
- 6 à 10 ans : 38 900 €

- 11 ans et plus : 45 600 €

Chez les annonceurs, le salaire moyen est de 35 700 € contre 33 600 € pour les agences généralistes. Les agences spécialisées SEO proposent, quant à elles, un salaire moyen de 37 700 €. Toujours selon notre enquête, les SEO bénéficient d'un salaire moyen de 42 200 € à Paris, contre 33 000 € en régions.

À titre de comparaison, l'étude menée par le cabinet PageGroup montre qu'un SEM/SEO/SEA manager peut prétendre à un salaire entre 32 000 et 35 000 € pour un profil junior (0 à 2 ans), 34 000 et 46 000 € pour un profil confirmé (2 à 5 ans), 45 000 et 65 000 € pour un profil senior (5 à 15 ans).

## | 3- Les salaires dans le domaine de la création digitale

Les chiffres présentés pour le domaine de la création digitale sont issus de l'étude PageGroup, citée plus tôt, sur les rémunérations 2022. Les résultats sont basés sur l'analyse de 800 métiers, dans 24 secteurs d'activité et dans 10 grandes régions françaises.

### UI design

- Junior (0 à 2 ans) : entre 32 000 et 38 000 €
- Confirmé (2 à 5 ans) : entre 36 000 et 46 000 €
- Senior (5 à 15 ans) : entre 45 000 et 60 000 €

### UX designer

- Junior (0 à 2 ans) : entre 38 000 et 45 000 €
- Confirmé (2 à 5 ans) : entre 45 000 et 55 000 €
- Senior (5 à 15 ans) : entre 50 000 et 70 000 €

## **Directeur artistique**

- Junior (0 à 2 ans) : entre 35 000 et 40 000 €
- Confirmé (2 à 5 ans) : entre 40 000 et 50 000 €
- Senior (5 à 15 ans) : entre 50 000 et 70 000 €

## **Infographiste**

- Junior (0 à 2 ans) : entre 24 000 et 28 000 €
- Confirmé (2 à 5 ans) : entre 26 000 et 32 000 €
- Senior (5 à 15 ans) : entre 32 000 et 38 000 €

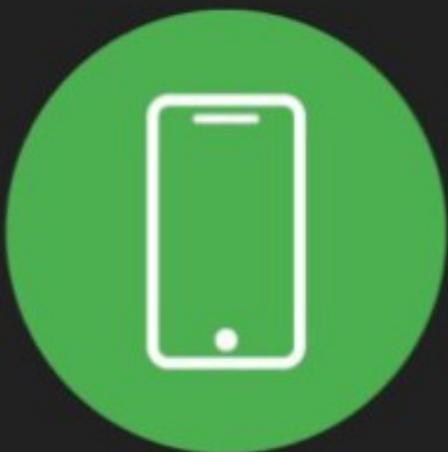
## **Concepteur-rédacteur web**

- Junior (0 à 2 ans) : entre 25 000 et 30 000 €
- Confirmé (2 à 5 ans) : entre 28 000 et 35 000 €
- Senior (5 à 15 ans) : entre 34 000 et 42 000 €

# DIGITAL HEADLINES

OF CONNECTED DEVICES AND SERVICES

UNIQUE MOBILE  
PHONE USERS



**5.32**  
**BILLION**

vs. POPULATION

**67.0%**

INTERNET  
USERS



**5.00**  
**BILLION**

vs. POPULATION

**63.0%**



## Les 40 chiffres clés sur Internet et les réseaux sociaux en France et dans le monde

*Découvrez les chiffres clés à connaître en 2022 pour comprendre les usages des internautes du web et des réseaux sociaux.*

Combien de temps passent les internautes sur le web et les réseaux sociaux ? Quelles audiences potentielles peuvent être atteintes par le biais des principales plateformes sociales ? Quelles sont les habitudes de consommation des internautes sur le web ? Pour répondre à ces questions, nous vous avons listé les derniers chiffres clés !

### Les 30 chiffres mondiaux du web et des réseaux sociaux à connaître en 2022

Les chiffres utilisés sont issus du [Digital Report 2022](#), établi par Hootsuite et We Are Social, et publié en avril 2022. Ce rapport permet d'appréhender les tendances mondiales concernant les comportements sur Internet, les réseaux sociaux, le gaming ou encore l'e-commerce.

#### Les principaux chiffres de l'usage du web et du mobile dans le monde

Parmi les chiffres à retenir sur l'usage du web dans le monde :

- 5 milliards d'internautes dans le monde (soit 6 personnes sur 10),

- 5,32 milliards de personnes utilisent un mobile (soit 67 % de la population mondiale),
- 92,4 % des internautes surfent sur le web à partir d'un appareil mobile,
- 6h53 passées en moyenne sur Internet chaque jour,
- 64,53 % des internautes utilisent Google Chrome pour accéder à des sites web,
- 91,4 % des internautes regardent des vidéos (tous genres confondus) sur le web,
- 71,70 % du trafic mobile provient d'appareils Android, contre 27,57 % d'appareils Apple,
- 37 milliards d'applications téléchargées dans le monde entre janvier et mars 2022.

### **Les principaux chiffres de l'usage des réseaux sociaux dans le monde**

Parmi les chiffres importants concernant l'usage des réseaux sociaux par la population mondiale, et les audiences relatives aux principales plateformes :

- 4,65 milliards d'utilisateurs des réseaux sociaux dans le monde,
- 326 millions de nouveaux usagers des réseaux sociaux en un an,
- 32 millions de nouveaux utilisateurs des plateformes sociales entre janvier et avril 2022,
- 2h29 passées en moyenne sur les réseaux sociaux chaque jour,

- 7,4 plateformes utilisées en moyenne par les socionautes chaque mois,
- 970 millions d'utilisateurs âgés de 18 ans et plus utilisent TikTok. Le réseau social enregistre ainsi [une croissance fulgurante](#) avec une progression de + 9,6 % au cours des 3 premiers mois de l'année 2022,
- 620 millions de dollars ont été dépensés sur TikTok au 1er trimestre 2022.

Plus globalement, le rapport permet d'appréhender l'audience potentielle pouvant être touchée par des campagnes marketing sur les principales plateformes :

- YouTube : 2,56 milliards d'utilisateurs,
- Facebook : 2,14 milliards d'utilisateurs,
- Instagram : 1,45 milliard d'utilisateurs,
- Facebook Messenger : 999,8 millions d'utilisateurs,
- LinkedIn : 828,1 millions d'utilisateurs,
- Snapchat : 589,4 millions d'utilisateurs,
- Twitter : 465,1 millions d'utilisateurs,
- Pinterest : 235 millions d'utilisateurs.

### **Autres chiffres importants**

Certains chiffres qui concernent le gaming, les cryptomonnaies ou encore les habitudes de consommation en ligne sont à retenir :

- 83,3 % des internautes jouent à des jeux vidéo, dont 67 % sur leur smartphone,
- 1h10 passée par jour à jouer aux jeux vidéo,

- 10,7 % des internautes possèdent des cryptomonnaies dans le monde,
- 33,2 % des internautes dans le monde affirment s'inquiéter de savoir ce que les entreprises font de leurs données personnelles,
- 58,5 % des internautes dans le monde commandent un produit ou un service en ligne chaque semaine,
- 71,1 % des internautes payent pour du contenu en ligne chaque mois (films et musiques en streaming, applications mobiles, etc.),
- 25,5 % de la population mondiale utilisent les services de paiement mobile chaque mois (Apple Pay, Samsung Pay, etc.).

- 1h46 passée sur les réseaux sociaux par jour,
- 73,2 % des Français utilisent Facebook,
- 95,1 % des Français (entre 16 et 64 ans) possèdent un smartphone,
- 21 heures passées par mois sur TikTok par les utilisateurs français d'Android,
- 3h33 passées par les internautes français sur leur smartphone chaque jour,
- 49 minutes en moyenne passées chaque jour devant des programmes en streaming.

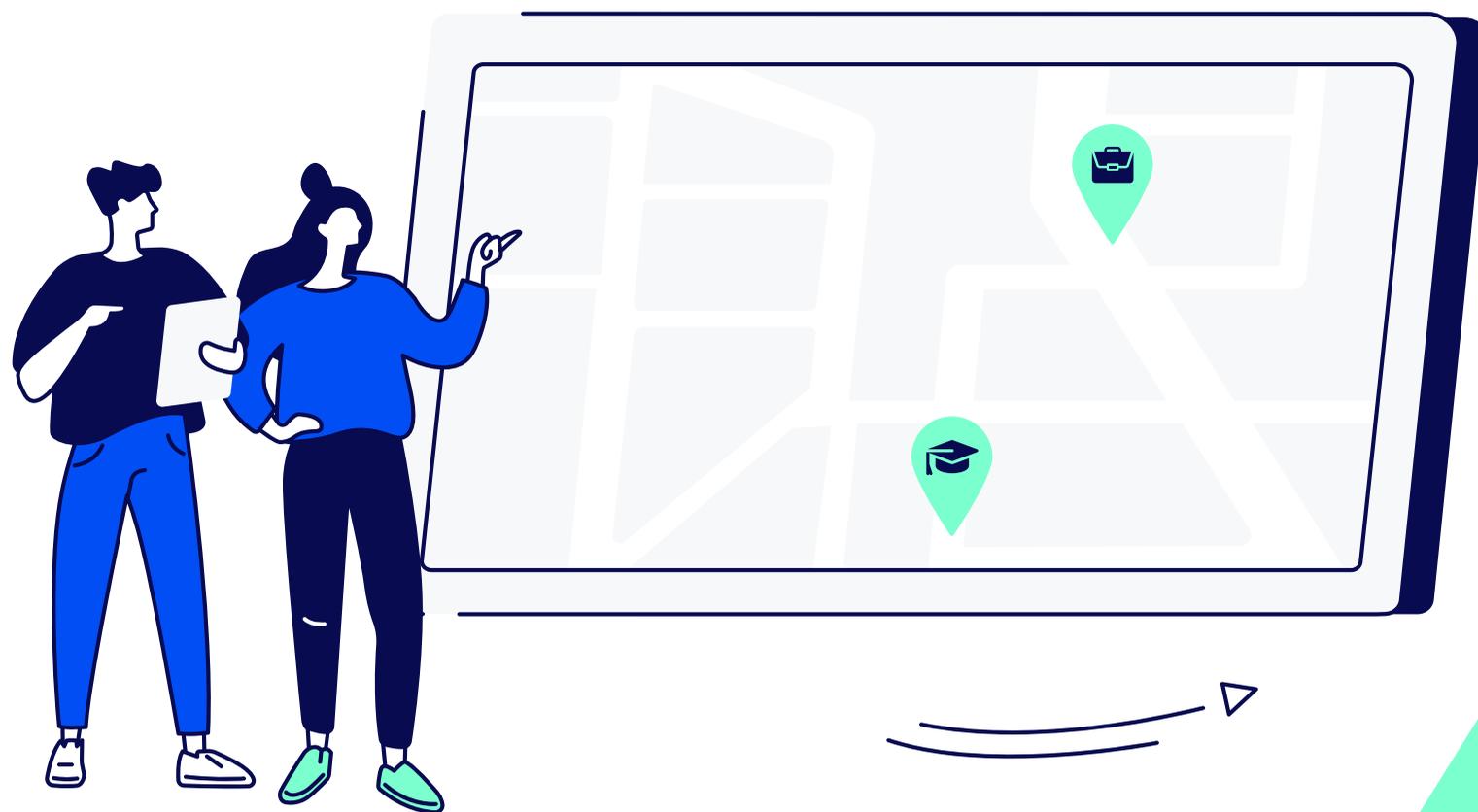
## Les 10 chiffres clés du web et des réseaux sociaux en France en 2022

Les chiffres utilisés s'appuient sur le [Digital Report 2022](#) en France, de Hootsuite et We Are Social, publié en janvier 2022 et faisant état des usages des internautes français.

Parmi les chiffres clés à retenir :

- 60,92 millions d'internautes en France (soit 93 % de la population),
- 52,60 millions d'utilisateurs sur les réseaux sociaux (soit 80,3 % de la population),
- 5h34 de temps passé en ligne par jour,
- 86,5 % des utilisateurs accèdent à Internet via leur mobile,

# Les métiers du digital





# Métiers de la création digitale : entre fondamentaux du design et compétences techniques

*Vous souhaitez vous former dans la création digitale ?  
Découvrez les métiers phares, les enjeux du secteur et  
les compétences nécessaires pour y parvenir.*

Les métiers de la création digitale sont indispensables dans les projets web, pour lesquels ils jouent un rôle crucial. Les professionnels de la création sont ainsi en charge des interfaces, des identités ou encore du design. Ils doivent s'adapter aux évolutions du web et des usages. Ils sont au cœur de l'expérience utilisateur, définissent ou créent ce que les visiteurs voient sur leur écran. Pour comprendre les compétences clés et les spécificités du secteur, nous avons interrogé Fabio Soares, référent de la filière Création digitale de [l'École Multimédia](#), Eugénie Noël, étudiante en direction artistique et Ahmed Chigniou, étudiant en graphisme motion design.

## | Des métiers variés et des carrières mouvantes

### 4 métiers phares de la création digitale

La création digitale rassemble un certain nombre de métiers, parmi lesquels :

- **UI designer** : il conçoit le design d'interfaces et, plus particulièrement, l'interface utilisateur, de n'importe quel

support digital. « *C'est un métier qui mêle compétences graphiques et artistiques, et qui requiert aussi bien des connaissances de l'image et de la typographie, que des connaissances outils* », estime Fabio Soares.

- **Directeur artistique** : son rôle est de superviser les étapes de création. « *Il travaille en amont des projets pour clarifier des briefs et prendre des décisions conceptuelles. Il va également jouer un rôle d'encadrement du processus créatif et accompagne le projet jusqu'à sa forme finale* », explique le référent pédagogique. Ainsi, il est le garant de la cohérence et de la qualité du design.
- **Motion designer** : il est chargé de créer puis animer du design en 2D et 3D. Il utilise des outils spécifiques et met en œuvre un savoir-faire particulier afin d'apporter une narration à son animation. « *Ce métier s'est grandement démocratisé ces dernières années pour répondre à la multiplication d'écrans dans le quotidien des utilisateurs.* »
- **UX designer** : il va s'occuper de la qualité de l'expérience utilisateur. Pour cela, il prend en compte leurs attentes et besoins. « *C'est un métier de conception important au sein d'un projet créatif.* »

### Des mouvements de carrière multiples

Selon Fabio Soares, l'évolution la plus classique est celle qui mène d'un poste d'UI designer à directeur artistique. Mais les mouvements de carrière n'ont pas nécessairement besoin d'être linéaire. « *Certains UI designers ou directeurs artistiques peuvent, grâce à un renforcement des compétences, évoluer vers l'UX design. Il s'agit d'une voie parallèle qui n'implique pas plus de responsabilités* », précise le référent pédagogique. Les profils les plus aguerris pourront, eux, prétendre à un poste tel que celui de directeur de création ou pourront être amenés à diriger un pôle créatif.

## L'importance de certains fondamentaux et des compétences transverses

### Des connaissances spécifiques et des « soft skills »

Pour exercer un métier de la création digitale, il est indispensable de maîtriser les fondamentaux du design tels que la composition ou l'iconographie. Les professionnels du secteur doivent posséder une culture solide du web et maîtriser les codes du digital, mais aussi des outils spécifiques à leur métier. Pour Fabio Soares, une attention particulière doit être apportée aux outils collaboratifs : « *la tendance est au collaboratif et non plus au fait de travailler seul dans son coin. Cela correspond à une véritable attente des recruteurs sur le marché du travail* », explique-t-il. Ces connaissances spécifiques doivent également s'associer à des « soft skills ». « *Il faut avoir un esprit curieux et ouvert, s'intéresser à la culture du digital et au design qui nous entoure* », souligne le référent pédagogique.

### La collaboration est au cœur des métiers de la création digitale

Les métiers de la création digitale, comme tous ceux liés au web, impliquent des synergies et nécessitent des compétences complémentaires. « *Les deux métiers avec lesquels des professionnels de la création digitale sont amenés à collaborer au quotidien sont le chef de projet qui travaille directement avec le client afin de cadrer le brief, et le concepteur-rédacteur qui va apporter le contenu, le sens de la formule qui va de pair avec le sens de l'image* », explique Fabio Soares. Ils doivent également posséder un socle commun de compétences avec l'UI design et le motion design afin de pouvoir communiquer avec eux au quotidien.

## Des formations complètes et professionnalisantes pour se former à la création digitale

Si vous souhaitez vous former pour exercer un métier lié à la création digitale, l'École Multimédia propose plusieurs bachelors, accessibles post-bac, tels que graphiste multimédia, directeur artistique multimédia et motion designer.

À bac+3, les apprenants peuvent accéder aux formations de directeur artistique et de graphiste motion designer notamment. Ces formations délivrent un diplôme de niveau 6 et s'effectuent en alternance. Eugénie Noël, étudiante en direction artistique à l'École Multimédia, souligne le caractère professionnalisant de la formation : « *lors de ma 1ère année de mastère en direction artistique, j'ai appris à concevoir un concept de A à Z, de la phase réflexion à la phase création du projet. Actuellement en 2e année, je gagne en aisance à l'oral, j'apprends à concrétiser de nouveaux concepts, en tenant compte du budget et de la répartition des tâches en équipe, par exemple* ». Pour Ahmed Chigniou, étudiant en graphisme motion design en alternance chez TRACE GLOBAL, les compétences pratiques représentent l'atout majeur de la formation. « *Je suis en mesure de proposer des animations en motion design que j'intègre dans les émissions de mon entreprise* », affirme-t-il.

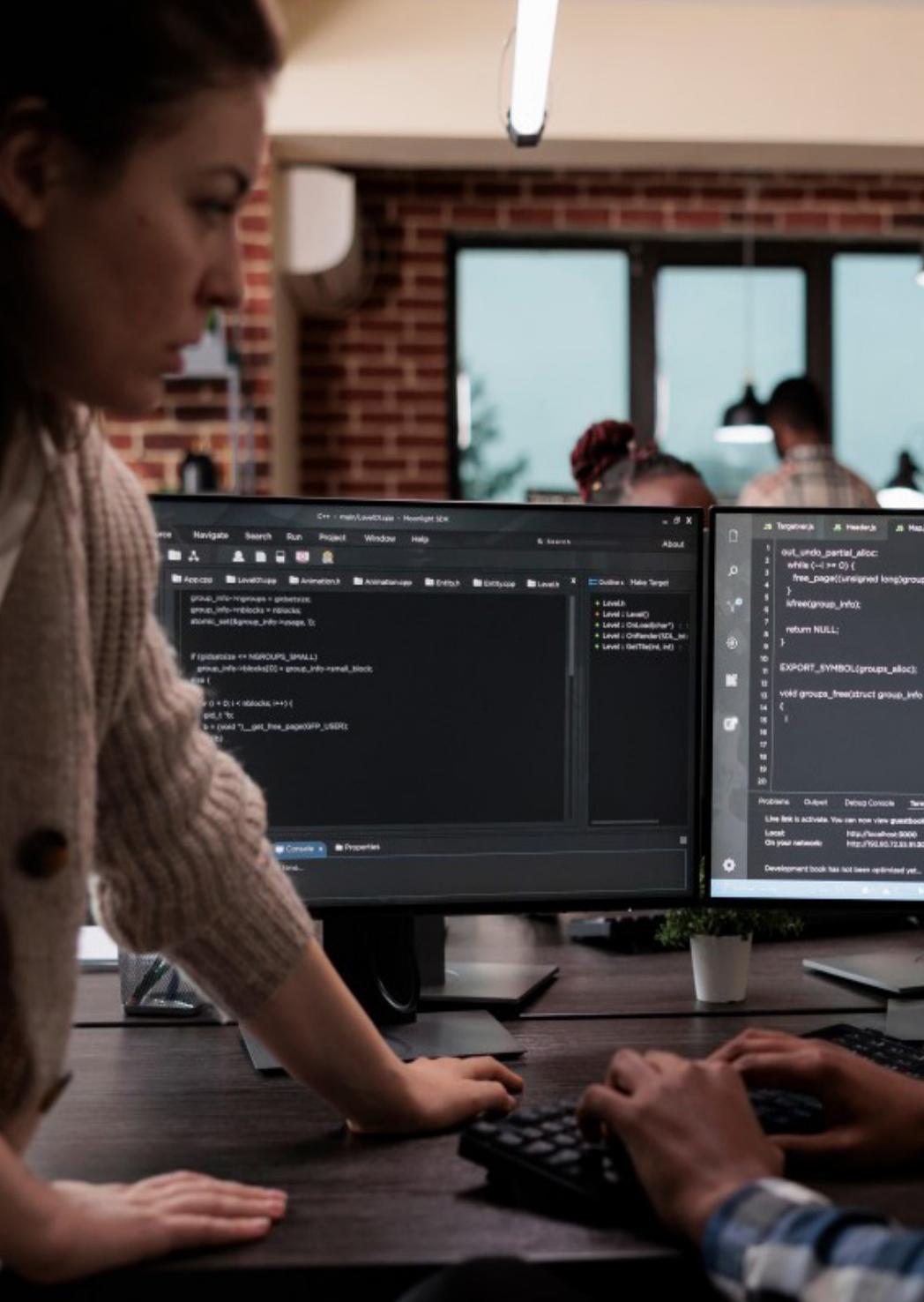
En termes de pédagogie, l'École Multimédia fonctionne sur le modèle de mix-learning. Les cours sont ainsi en présentiel et « asynchrones ». « *L'apprenant peut quand il le souhaite, avant ou pendant le cours, accéder à plusieurs sources. Puis, le formateur va pouvoir approfondir les connaissances et lui faire des retours. Ce rythme favorise la remédiation et le suivi avec des formateurs professionnels du métier et en activité* », explique le référent pédagogique.

Découvrez les programmes en création digitale de l'École Multimédia

### Présentation de L'École Multimédia



L'École Multimédia propose des cursus en communication digitale, création digitale et développement web. Elle accompagne des étudiants de niveau bac à bac+5. Les apprenants ont le choix entre différents bachelors tels que community manager, graphiste multimédia, développeur, directeur artistique multimédia ou encore motion designer, dont la 3e année se déroule en alternance. Ils peuvent ensuite poursuivre leur cursus avec des formations, également en alternance, grâce à ces filières : communication digitale (responsable innovation et transition digitale, brand content manager...), création digitale (directeur artistique numérique, UX designer ou encore réalisateur motion designer) et développement web (data engineer). Ces cursus délivrent une certification de niveau 6 ou 7 (bac+4/5).



## Expert en sécurité digitale : un métier qui allie responsabilités techniques, stratégiques et humaines

*Focus sur un métier en plein essor à dimensions techniques et humaines, indispensable aux entreprises.*

Les entreprises sont massivement confrontées aux cyberattaques. Ransomwares, spams, hacking... La cybersécurité s'impose comme un enjeu majeur des organisations ! Pour se défendre, limiter ces risques cyber et bénéficier d'un système de sécurité efficace, les entreprises recherchent des experts spécialisés et dédiés à la sécurité digitale.

Stéphane Erny, directeur pédagogique au sein d'[Aston École Informatique](#) et Franck, ancien élève ayant suivi la formation expert en sécurité digitale, aujourd'hui consultant en cybersécurité, nous présentent le rôle, les missions et les compétences clés pour exercer ce métier, ainsi que les perspectives d'évolution.

### | Zoom sur un métier très recherché par les recruteurs

L'expert en sécurité digitale est un professionnel multi-compétences. Son rôle : garantir la sécurisation du SI ainsi que la conception et l'évolutivité du système de management de sécurité de l'information.

« Ses missions sont diverses comme assurer la protection des données, traquer les failles de sécurité, évaluer les niveaux de vulnérabilité, gérer une équipe, mener des audits et apporter des solutions pour la protection des systèmes d'information ou bien encore mettre en échec les tentatives d'intrusion, explique Stéphane Erny. Il devra aussi rester en veille par rapport aux évolutions des menaces. »

Au-delà de ces compétences techniques, l'expert en sécurité digitale doit travailler en équipe. « Il a un rôle transverse qui l'oblige à interagir avec l'ensemble des collaborateurs », souligne le directeur pédagogique. Sensibiliser les employés d'une organisation sur les enjeux de la sécurité du système d'information fait partie de ses missions. Il est également l'interlocuteur privilégié de la direction des systèmes d'information (DSI) ou de la direction générale afin de s'assurer de mettre en place un système de management de la sécurité en adéquation avec les objectifs généraux de l'entreprise.

## Une valorisation des « soft skills » et des évolutions de carrière

### Dans sa to-do : expertise technique et compétences relationnelles

Garant de la sécurité de l'information et de la gestion des risques, l'expert en sécurité digitale doit disposer d'une bonne maîtrise des systèmes et des réseaux. Il devra également acquérir des compétences en développement mais aussi en gestion de projet. En parallèle, il devra faire preuve, selon le responsable pédagogique : « d'un bon esprit d'analyse et de synthèse, des capacités d'adaptation, d'anticipation, de curiosité et de communication, qui seront également essentiels pour exercer ce métier ».

## Des postes et des évolutions de carrière variés

Les débouchés et évolutions de carrière sont vastes pour les apprenants diplômés expert en sécurité digitale. Les débutants pourront prétendre à des postes tels que consultant en sécurité des systèmes d'information, auditeur en sécurité, assistant RSSI ou encore pentester. En gagnant en expérience et en séniorité, ce professionnel en cybersécurité pourra se diriger vers des postes de RSSI (Responsable de la Sécurité des Systèmes d'Information), responsable CISO (Chief Information Security Officer), responsable SOC (Security Operation Center), et directeur du système d'information.

Et de manière concrète ?

« Je suis en poste dans une société spécialisée dans la montée en compétences en cybersécurité de ses clients grâce à des offres d'évaluation, d'accompagnement et de services. De ce fait, j'accompagne des entreprises vers une meilleure gouvernance de leur cybersécurité », précise Franck, alumni ESD d'Aston École Informatique, aujourd'hui consultant en cybersécurité.

## Un parcours complet pour devenir expert en sécurité digitale

### Un cursus de niveau bac à bac+5

La formation d'expert en sécurité digitale d'Aston École Informatique est de niveau 7 (bac+5). Parmi les prérequis :

- Un niveau bac+4 en systèmes réseaux ou développement avec de bonnes connaissances en réseaux,
- Une expérience minimale de 4 ans dans l'informatique,

- Des connaissances solides en langage Python.

L'école bénéficie d'un parcours complet composé d'une formation de niveau bac technicien de proximité informatique, un bac+2 technicien systèmes réseaux et sécurité, puis un bac+4 administrateur systèmes réseaux et cloud.

Les apprenants titulaires d'un bac+2 en informatique peuvent intégrer le bac+4 d'Aston École Informatique pour accéder à la formation d'expert en sécurité digitale, qui dure 14 mois et qui se déroule en alternance.

### **Une formation qui répond aux besoins des entreprises**

Parmi les atouts du parcours d'expert en sécurité digitale, les cours sont animés par des experts en cybersécurité reconnus dans le secteur. *« J'ai acquis auprès de formateurs professionnels de la cybersécurité toutes les compétences nécessaires pour exercer mon futur métier : de la maîtrise des tests d'intrusion aux audits de sécurité, en passant par la protection du système d'information et la sensibilisation des équipes autour de la sécurité des données »*, souligne Franck.

L'autre point fort de la formation ESD est sa certification supérieure au titre « Expert en sécurité digitale », reconnue dans le secteur de l'informatique et de la cybersécurité. *« Plus de 500 diplômés ESD sont sortis d'Aston École. Membres de notre réseau Alumni, ils occupent des postes liés à la cybersécurité parmi certaines de nos entreprises partenaires comme Orange Cyberdéfense, le ministère des Armées, la DIRISI, etc. »*, complète le directeur pédagogique.

**Inscrivez-vous à la formation expert en sécurité digitale d'Aston École Informatique**



### **Présentation d'Aston École Informatique**

Établissement spécialisé en informatique, Aston École propose de former les étudiants dès la sortie du bac avec une formation bac+2 technicien systèmes réseaux et sécurité. Une filière ingénierie IT propose un mastère administrateur systèmes réseaux et cloud ouvrant sur trois formations de niveau 7 (bac+5) : expert CloudOps, chef de projet en transformation digitale et expert en sécurité digitale. Une seconde filière spécialisée en ingénierie logicielle est disponible, proposant un mastère concepteur développeur en nouvelles technologies et permettant d'accéder à deux formations de niveau 7 (bac+5) : chef de projet en transformation digitale et architecte logiciel. Toutes les formations sont accessibles en initial ou en alternance et sont diplômantes.



## Se former au métier de responsable webmarketing pour créer une stratégie digitale performante

*Découvrez les bonnes pratiques à mettre en place pour définir une stratégie digitale efficace et les compétences indispensables si vous souhaitez exercer cette profession.*

### Comment créer une stratégie digitale qui se démarque de la concurrence ?

Le responsable marketing digital a pour mission de concevoir et suivre la stratégie de marketing, et parfois aussi la communication d'une entreprise, en créant des campagnes originales et performantes. Son rôle est d'autant plus stratégique qu'il touche de nombreux domaines de ce secteur. « Il va travailler sur tous les leviers marketing, que ce soit du référencement gratuit, payant, de l'emailing, de l'affiliation, etc., en vue d'acquérir de nouveaux clients, les fidéliser et générer du chiffre d'affaires pour son organisation », explique Gwendoline Quillerou, responsable pédagogique du cursus expert digital marketing à [Digital School of Paris](#). En maîtrisant ces différents leviers, le responsable webmarketing disposera ainsi de toutes les clés pour élaborer la stratégie digitale de sa marque.

## Les 5 conseils à suivre pour concevoir une stratégie de webmarketing efficace

De nombreux facteurs sont à prendre en compte pour mettre en place une stratégie digitale efficace. Gwendoline Quillerou nous décrypte les bonnes pratiques à adopter pour réussir à se démarquer de la concurrence :

1. **Bien connaître son client et ses valeurs** pour se différencier des autres marques en valorisant la sienne à partir de ses points forts,
2. **Analyser le marché** en réalisant un audit concurrentiel, ce qui vous permettra d'identifier les autres acteurs de votre secteur d'activité et trouver le meilleur moyen pour vous positionner,
3. **Identifier les utilisateurs du produit ou du service à vendre**, en travaillant les personas afin de maîtriser toutes les spécificités de votre cible,
4. **Comprendre les attentes de vos futurs usagers pour leur offrir la meilleure expérience utilisateur possible et répondre à leurs besoins**, en analysant notamment leurs motivations, leurs habitudes, mais aussi plus globalement leur navigation web,
5. **Rester ouvert et à l'affût** de tout ce qui se fait en termes de graphisme et de développement, pour pouvoir adapter et personnaliser votre stratégie de marketing digital.

## L'importance de réaliser une veille marketing et web régulière

La responsable pédagogique recommande également de réaliser une veille régulière. Il s'agit ici de « *connaître les nouvelles tendances sur son cœur de métier, mais aussi sur le web de manière générale* ». Cette veille vous permettra de

trouver de l'inspiration pour créer des campagnes marketing performantes. Son conseil : suivre des sites ou des blogs spécialisés dans le marketing digital, des comptes d'experts présents sur les réseaux sociaux, mais aussi s'abonner à des newsletters pour rester au courant des dernières nouveautés et des évolutions technologiques.

## Polyvalence, management d'équipe et les outils du marketing digital à maîtriser

Pour concevoir une stratégie digitale globale, il est essentiel de disposer de soft skills telles que la curiosité, l'ouverture d'esprit, ou encore la capacité à gérer et piloter plusieurs missions simultanément. « *Le responsable marketing digital doit être polyvalent pour mener à bien les projets qui lui sont confiés, surtout s'il évolue au sein d'une petite structure où il devra mettre les mains dans le cambouis. Le management d'équipe est aussi une qualité humaine indispensable pour exercer cette profession.* » Des modules spécifiques sont dispensés par Digital School of Paris pour vous permettre d'acquérir ces compétences sur le long terme. « *Au cours de la formation, nos étudiants mettent en pratique leurs connaissances lors des travaux de groupe. Ils vont ainsi apprendre à collaborer et à déléguer certaines tâches à leurs collègues* », souligne Gwendoline Quillerou.

Des connaissances avancées sur les différents leviers et outils du marketing digital sont nécessaires si vous souhaitez faire carrière dans ce secteur. La responsable pédagogique de l'école recommande de bien connaître les outils Google Ads, Analytics ou Trends « *car ils sont très importants pour le référencement et pour suivre les performances des actions mises en place* ». Côté graphisme, la suite Adobe ou encore

Canva, pour créer des visuels qui illustreront vos campagnes, sont des incontournables pour ce poste. Enfin, le responsable marketing digital doit aussi savoir utiliser des CRM, des CMS et disposer de bonnes connaissances en HTML. « Sans ces notions de développement web, vous ne pourrez pas mettre en pratique ni optimiser le SEO de manière efficace. »

## Une formation pour devenir rapidement opérationnel sur le marché du travail

Étudiante en mastère digital marketing à Digital School of Paris et dotée d'un esprit créatif, Yaëlle Assaraf a choisi de suivre cette voie professionnelle pour porter le message des marques, adresser leur audience, et ainsi construire une communauté de plus en plus digitalisée. « La formation que je suis est axée sur la pratique et m'aide dans la compréhension des outils nécessaires aux métiers du web, du design et de la communication, mais également à développer des compétences managériales pour la réalisation de projets d'équipe. Grâce à ces connaissances, je suis opérationnelle, polyvalente et autonome en entreprise, où mes missions mêlent à la fois de la conception rédaction, du social media management et de la gestion des communautés. »

Plusieurs modules liés aux actions webmarketing (SEO, SEA, emailing, CRM...) et à la création de stratégie digitale, dont les étudiants auront besoin au cours de leur expérience professionnelle, sont proposés au sein de ce cursus. « Les formateurs, qui sont des professionnels, apportent leurs expertises et leurs conseils, ce qui est très enrichissant pour tous les apprenants », poursuit Gwendoline Quillerou. Un constat partagé par Yaëlle Assaraf, qui met aussi l'accent sur l'articulation de la formation : « des semaines intenses sont dédiées à une discipline, avec un temps pour la partie théorique, puis un autre temps pour l'application sur un projet

concret en équipe. Cette organisation est particulièrement adaptée au rythme d'alternance, car cela nous permet de concentrer nos efforts durant notre semaine à l'école sans diluer l'apprentissage ».

[Découvrir le programme et s'inscrire à la formation de Digital School of Paris](#)

**DIGITAL  
SCHOOL  
PARIS**

### Présentation de Digital School of Paris

Digital School of Paris forme à tous les métiers du web. Les 2 premières années de bachelor vous apporteront les compétences attendues pour évoluer dans les différents secteurs du numérique. Vous pourrez ensuite poursuivre votre parcours vers un bachelor MBA I (niveau bac+4) chef de projet design et digital marketing, ou consultant développeur digital. Pour compléter votre formation, plusieurs spécialisations sont à votre disposition en MBA II (niveau bac+5) selon votre appétence : mastère digital marketing, architecte digital, digital UX / UI ou digital ressources humaines. Le plus de l'école : un apprentissage qui allie enseignement théorique pour acquérir les fondamentaux et la mise en pratique en entreprise, avec des cursus digitaux en alternance accessibles dès la 3<sup>e</sup> année de bachelor.



# Concepteur développeur d'applications : un métier qui allie création et production

*Focus sur un métier au cœur du développement web, sur le quotidien de ceux qui l'exercent et les compétences requises pour faire carrière dans ce domaine.*

Le métier de concepteur développeur d'applications est une profession d'avenir particulièrement recherchée par les entreprises. Polyvalents, ils sont à la fois impliqués dans la réflexion théorique et dans le développement pratique des projets. Mais à quoi ressemble leur quotidien ? Quelles sont les compétences requises pour exercer cette activité ? Pour en savoir plus, nous avons interrogé un formateur et un étudiant en alternance de [O'clock](#), une école qui propose des formations à distance axées autour du développement web.

## | Concevoir et développer une application de A à Z

À la frontière entre les postes de chef de projet et de développeur web, le concepteur développeur a pour objectif de réaliser une application en partant d'un cahier des charges. Il travaille aussi bien seul qu'en équipe.

### **Gérer intégralement la conception d'un projet**

Contrairement aux développeurs, le concepteur intervient tôt sur le projet et il est amené à imaginer ce qui sera développé

par la suite. Pour Nicolas Ramel, formateur chez O'clock, « une grande partie de son activité est consacrée à l'étude, à la réflexion et à la conception du projet ». L'objectif de ce travail effectué en amont consiste à « étudier la demande des clients ou de l'entreprise et de choisir au mieux les technologies à mettre en place pour réaliser la mission », explique Yacine Sinapayen, étudiant chez O'clock. De l'analyse du cahier des charges à la conception de l'architecture de l'application, en passant par la compréhension des attentes fonctionnelles du client, le concepteur prépare et facilite le développement.

Attention, même si le concepteur développeur est en mesure de gérer intégralement la phase de conception, il ne remplace pas le chef de projet. En effet, il apporte son expertise lors de la conception, notamment grâce à ses connaissances techniques, mais il n'est pas chargé d'assurer la communication entre tous les services impliqués.

### **Le lien privilégié entre le chef de projet et les développeurs**

Bien qu'il soit en mesure d'effectuer beaucoup de tâches en autonomie, le concepteur développeur ne travaille pas seul, et doit savoir évoluer en équipe. Il a la responsabilité de définir l'architecture globale du projet et il s'assure de son bon fonctionnement, avant d'informer le chef de projet des choix qui seront adoptés pour le développement. Une fois la phase de conception finalisée, il endosse un rôle de développeur plus traditionnel. Il sera alors amené à échanger avec les autres membres de l'équipe de développement mobilisée sur le projet.

Dans certains cas, comme lors du développement d'applications web, « il est possible de travailler avec des infographistes, des webdesigners, des intégrateurs web, des concepteurs, des rédacteurs ou encore des spécialistes SEO », indique Nicolas Ramel. D'autre part, Yacine Sinapayen précise

que dans les plus petites structures, comme les startups par exemple, « le concepteur développeur d'applications pourra échanger directement avec les pôles business, marketing et communication ».

## **| Des compétences au-delà du développement web**

La principale force du concepteur développeur d'applications réside dans sa capacité à maîtriser un grand nombre de compétences techniques et comportementales.

### **Maîtriser plusieurs langages pour être polyvalent**

Il est indispensable de bien comprendre la logique du code, en disposant de connaissances en algorithmique, mais aussi grâce à la maîtrise de plusieurs langages de programmation. Parmi ces derniers, on retrouve notamment PHP, JavaScript, Java, Python, C#, ainsi que les langages structurels (HTML/CSS). Pour faciliter le développement et ainsi gagner en productivité, il est important de savoir utiliser des frameworks comme React, Vue, Angular, Symfony ou encore Laravel.

Au-delà du développement, ces connaissances techniques lui permettent de comprendre et d'améliorer le code parfois hérité d'un autre développeur. En tant que responsable de l'architecture globale des projets, le concepteur développeur d'applications doit parfaitement connaître les technologies utilisées, pour faire les choix les plus pertinents. Enfin, un sens artistique développé lui offrira la possibilité de concevoir des plans qui pourront se différencier de la concurrence.

### **L'importance de la communication et de l'adaptabilité**

Les compétences humaines, aussi désignées sous le nom de soft skills, sont essentielles et nécessaires pour exceller dans n'importe quelle profession. Dans le métier de concepteur

développeur d'applications, « *le sens de la communication est indispensable, puisqu'il permet d'échanger avec le reste de l'équipe de développement pour avancer tous dans la même direction* », ajoute Yacine Sinapayen.

Pour l'étudiant de O'clock, l'adaptabilité représente une qualité fondamentale pour exercer cette fonction. En effet, il est important de pouvoir explorer plusieurs horizons, allant du développement web au développement d'applications mobiles ou desktop. Les qualités humaines telles que l'esprit d'équipe, la patience ou encore le goût de la découverte sont fortement appréciées par les recruteurs. Nicolas Ramel souligne que « *la curiosité intellectuelle et l'analyse critique font également partie des soft skills requises* ».

## Se former pour faire carrière dans le développement web

Il existe des formations spécialisées, comme celle proposée par O'clock, pour devenir concepteur développeur d'applications. En suivant le cursus en alternance, vous gagnerez en expérience professionnelle, vous serez plus rapidement opérationnel et prêt pour intégrer le marché du travail.

### Maîtriser les bases du développement web

Pour devenir concepteur développeur d'applications, certains prérequis sont nécessaires. Vous devez avoir de la logique, aimer résoudre des problèmes, maîtriser les bases du développement web et avoir envie d'apprendre. Si les profils qui rejoignent les formations techniques sont variés, la motivation reste le critère numéro 1 pour évoluer dans ce domaine.

## L'alternance pour mettre en pratique ses connaissances

Suivre une formation en alternance offre de nombreux avantages. Comme l'indique Yacine Sinapayen, « *pour devenir un bon développeur, il n'y a pas de secret, il faut pratiquer en boucle* ». Les connaissances apprises en cours peuvent ainsi être immédiatement réutilisées et approfondies dès les premières semaines en entreprise, en se confrontant à des cas réels et des projets concrets. Pour le formateur de O'clock, « *l'alternance apporte une valeur significative sur un CV lorsque vous postulez à une offre d'emploi dans les métiers du développement et de la conception web* ».

Les possibilités d'évolution de carrière sont multiples. Le concepteur développeur d'applications peut envisager de devenir par la suite chef de projet digital, product owner, architecte logiciel, consultant en informatique ou encore lead développeur selon ses appétences.

[Suivez la formation de concepteur développeur en alternance de O'clock](#)



### Présentation de O'clock

O'clock est une école qui forme aux métiers du développement web. Les formations sont ouvertes à tous les profils, pour tous les niveaux, sans prérequis technique particulier. Plusieurs cursus sont disponibles pour se former au métier de développeur web, développeur full stack JS, concepteur développeur d'applications avec le programme en alternance, ou encore développeur web et accessibilité numérique. Il est possible de se former en 3 mois sur les bases du développement et de compléter par 3 mois de spécialisation, en JavaScript, React, Symfony ou Data et API. Les formations sont dispensées en téléprésentiel par des formateurs développeurs professionnels, en direct-live de 9h à 15h, depuis des salles de classes virtuelles développées sur-mesure pour ces formations.



## Community manager : son rôle, ses missions et les compétences requises pour exercer ce métier

*Un formateur en community management et une jeune diplômée de l'ifocop, l'organisme spécialisé dans la formation professionnelle pour adultes, nous présentent les contours de cette profession phare du webmarketing et essentielle pour les entreprises.*

### **La polyvalence et la performance au cœur du métier de community manager**

Le community manager (CM) joue un rôle stratégique pour une marque car il est le garant de son identité numérique sur les différents canaux où elle prend la parole. Il utilise les réseaux sociaux pour capter de nouvelles audiences et pour engager les communautés de la marque. Sa mission principale consiste à réaliser de la veille, analyser l'e-réputation, créer du contenu sur et en dehors des plateformes, tout en mesurant les résultats de ses actions. Au-delà de la simple mesure des « *vanity metrics* », telles que les likes, les commentaires ou les partages, son périmètre englobe aussi et surtout une forte dimension liée à la performance et au retour sur investissement (ROI).

Polyvalent, il est un véritable couteau suisse au sein des

organisations (agences, annonceurs, associations...) pour lesquelles il est amené à travailler. « Il identifie, écoute et crée du contenu au nom de l'entreprise. Il doit pour cela comprendre parfaitement les attentes de sa communauté, tel un ethnologue. Un community manager, qui est capable de valoriser son action dans le cadre d'une stratégie globale de communication digitale d'entreprise, se rendra plus facilement indispensable », explique [Julien Pibourret](#), formateur en community management pour l'ifocop et expert LinkedIn.

Comme pour d'autres métiers du web, il y a des différences claires selon que le CM exerce chez l'annonceur ou en agence. « Chez l'annonceur, vous êtes à bord du bateau. Vous savez quelles actions peuvent être mises en place pour développer l'image et la notoriété de la marque. En agence, vous n'êtes pas directement chez le client. Votre marge de manœuvre est plus importante pour proposer des idées de contenus à forte valeur ajoutée », poursuit l'intervenant. Le community manager interagit également avec de nombreux métiers du web, mais pas seulement : les responsables ou chargés de communication et marketing, mais aussi les relations presse, le SAV, le service qualité ou encore les commerciaux.

## Des compétences multiples et durables pour devenir community manager

Les qualités requises pour s'orienter vers le métier de CM sont multiples, comme nous le confie Marine Mirambeau, community manager freelance en Gironde et jeune diplômée de l'ifocop. « Durant mon cursus, j'ai acquis des compétences en communication, en marketing, en copywriting, en retouche photo, en montage vidéo, etc. Grâce à la formation enseignée par l'ifocop, je sais comment m'organiser pour réaliser mes missions de CM au quotidien pour mon client. Elle m'a apporté légitimité et confiance en moi. »

Le formateur recommande à ses apprenants de se spécialiser sur des compétences spécifiques. « Pour ma part, j'ai fait le choix de m'orienter sur la plateforme LinkedIn en gardant la compréhension du community management au regard de mes expériences professionnelles en agence et chez l'annonceur. » Maîtriser la gestion de projet, connaître les bases du growth hacking, qui permet notamment de développer rapidement la taille de sa communauté en ligne, savoir apprendre tout seul et rester en veille sur les évolutions du secteur vous permettront d'évoluer dans ce secteur phare du webmarketing, qui recrute actuellement de nombreux talents.

Si la communication est liée à la psychologie, le métier de CM reste profondément humain. « Je crois beaucoup aux soft skills, qui sont des compétences durables, confirme Julien Pibourret. Un community manager doit avoir la culture de sa communauté. Il doit la comprendre de l'intérieur en étant empathique, sans en être prisonnier, pour savoir répondre aux haters et aux détracteurs sur les plateformes. » Pour retenir l'attention des recruteurs, vous devrez travailler votre personal branding. « Si vous voulez devenir CM, mais que vous n'êtes pas présent sur les réseaux sociaux, vous perdrez de précieux points lors d'un entretien d'embauche. »

## Une formation professionnalisante au plus près de la réalité du terrain

Spécialisé dans la formation professionnelle pour adultes, ifocop propose plusieurs formules pédagogiques pour devenir rapidement opérationnel et appréhender les différentes facettes du métier de community manager. « Le découpage sous forme de missions facilite la compréhension et le passage à l'action, tout en vous donnant accès à de nouvelles sources d'informations sur le marketing digital. »

La possibilité d'échanger avec les formateurs, qui sont des professionnels de ce domaine, permet de rester au plus près de la réalité du terrain, ce qui est un atout apprécié par les apprenants. « *En plus de la qualité des intervenants, leur disponibilité pour toutes questions relatives aux cours et l'accompagnement dans notre recherche de stage a été un véritable plus pendant mon parcours* », souligne l'ancienne apprenante Marine Mirambeau.

Autre avantage : vous avez la possibilité de suivre le cursus en alternance. « *Nous sommes sur un métier avec des compétences actionnables et non statiques. L'alternance vous offre la possibilité de confronter vos premières réflexions avec le monde de l'entreprise* », conclut Julien Pibourret.

Pour vous former au community management, 3 formules pédagogiques sont à votre disposition :

- [Formation community manager en alternance](#) (RNCP niveau 6 – niveau bac+3/4) : 12 mois de formation au rythme de 2 jours de cours et 3 jours en entreprise par semaine, à Paris 11e, Toulouse et Villeneuve d'Ascq.
- [Formation community manager en téléprésentiel](#) (RNCP niveau 6 – niveau bac+3/4) : 6 mois de formation avec des cours à suivre de 9h à 17h sur la plateforme pédagogique dédiée et une période d'application en entreprise (399 heures).
- [Formation community manager en e-learning avec IFOCOP Expériences](#) (RNCP niveau 6 – niveau bac+3/4) : 30 semaines de formation au rythme de 7 heures par semaine en moyenne.

[Se pré-inscrire à la formation community manager de l'ifocop](#)

## Présentation de l'ifocop

### ifocop

L'organisme de formation professionnelle pour adultes ifocop présente un catalogue riche et varié de programmes pour vous orienter et faire carrière dans les métiers phares du web : développeur web (développeur full stack JS, développeur intégrateur, développeur PHP orienté objet), chef de projet e-commerce, community manager, responsable marketing opérationnel, ou encore webdesigner. Grâce à une méthode pédagogique combinant l'apprentissage des compétences en centre ou à distance et une période d'immersion en entreprise (stage ou alternance), les apprenants mettent en pratique leurs connaissances et sont confrontés à des cas concrets. Une formule gagnante puisque plus de 80 % des apprenants de l'ifocop trouvent un emploi.