

L'impact économique du secteur  
***Marketing et Communication***  
à Toulouse et en Occitanie

Étude du Club de la Com, réalisée par TSE Junior Entreprise

Avec le soutien de



# Trouvez votre futur job sur

emploi.toulouse-metropole.fr



SCANNEZ ICI



Toulouse Métropole  
soutient l'emploi local

Au cœur de  
votre quotidien



Ce projet est financé par  
le Fonds social européen  
dans le cadre de la réponse  
de l'Union à la pandémie  
de COVID-19

toulouse  
métropole



Le secteur de la communication et du marketing joue un rôle essentiel dans le développement économique de la région Occitanie. Il regroupe un large éventail d'activités, notamment la publicité, le marketing digital, la conception graphique, l'événementiel et les médias. Ces domaines participent non seulement à la visibilité des entreprises locales, mais aussi à l'attractivité économique de la région.

Selon les données nationales, 1 euro investi en marketing et communication génère 12 euros de PIB. Le secteur est donc un levier de croissance.

Cette analyse, fondée sur une base de données composée de 3 201 entreprises issues du site Societe.com (données de 2023, étude réalisée au second semestre 2024), vise à évaluer la contribution de ce secteur en termes de chiffre d'affaires, d'emploi et de répartition géographique. L'objectif est de mieux comprendre les dynamiques locales et d'identifier les principaux moteurs de croissance ainsi que les défis rencontrés. L'analyse met en lumière la concentration des entreprises dans les pôles économiques majeurs, les tendances de l'exportation et l'impact du secteur sur l'emploi régional.

L'ensemble des données relatives à l'emploi sont de 2024.

En pleine période d'incertitude, où les budgets communication sont malheureusement parmi les premiers à être coupés, je crois qu'il est important que nous ayons toutes et tous connaissance de ces éléments.

Merci à l'ensemble des acteurs ayant soutenu cet outil et la campagne associée : la Région Occitanie, Toulouse Métropole, JCDecaux, La Tribune, ToulEco, la Vie Economique, la Lettre M, EcomNews, le Journal des Entreprises, Boudu, Azinat, Media 12, le Millavois.

Merci à la Junior Entreprise de TSE, aux équipes statistiques de France Travail Occitanie et de l'APEC.

Bonne lecture,  
**Frédéric Armand**  
Président du Club de la Com





**Feriez-vous confiance  
à votre coiffeur  
pour votre santé ?**

**BIEN SÛR  
QUE NON !**

**POUR VOTRE  
COMMUNICATION  
ET MARKETING,  
C'EST PAREIL  
FAITES APPEL  
À DES PROS.**



**clubdelacom.fr**

**LE BON MÉTIER,  
LE BON PROFESSIONNEL !**

Campagne soutenue par





# DONNÉES CLÉS À L'ÉCHELLE NATIONALE

En 2023, le chiffre d'affaires cumulé du secteur de la communication et du marketing en France s'élevait à 45 milliards d'euros.

Plus de 30 000 entreprises opèrent dans ce domaine, employant environ 250 000 personnes.

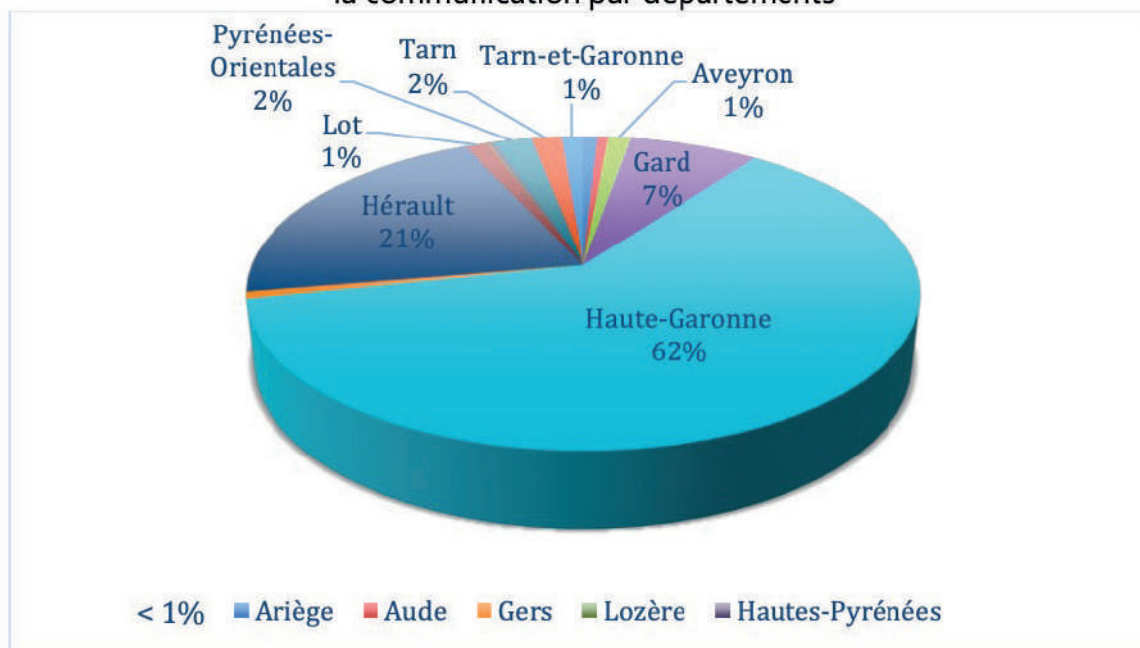
Ce secteur regroupe une diversité d'activités, incluant la publicité, le digital, les médias, l'événementiel et le design graphique.

L'Île-de-France, l'Auvergne-Rhône-Alpes et l'Occitanie figurent parmi les régions les plus dynamiques en matière de communication et de marketing.

L'essor du numérique et des nouvelles technologies favorise une mutation rapide du secteur, avec une forte progression des agences spécialisées dans la gestion des médias sociaux et le marketing d'influence.

## LE POIDS ÉCONOMIQUE DU SECTEUR EN OCCITANIE

Diagramme circulaire n°1 présentant les proportions de chiffres d'affaires cumulés des entreprises de la communication par départements





En Occitanie, le chiffre d'affaires cumulé du secteur atteint plus de 2,6 milliards d'euros, mettant en lumière son importance régionale.

Une forte concentration de l'activité économique est observée autour des métropoles de Toulouse et Montpellier, qui attirent la majorité des entreprises du secteur.

68 % des entreprises ont moins de 5 salariés, mais les entreprises de plus de 10 salariés génèrent 78 % du CA total, illustrant une distribution conforme à la loi de Pareto où une minorité d'acteurs réalise la majorité du chiffre d'affaires.

L'emploi généré par ce secteur est conséquent, bien que fortement polarisé entre les très petites entreprises et les grandes structures.

Le secteur bénéficie d'une forte demande liée à la numérisation des entreprises et à la transition digitale des TPE et PME.

Une croissance continue est observée dans les domaines du marketing digital et de la création de contenu. Les techniques d'automatisation et les analyses de données sont de plus en plus utilisées.

Le développement du télétravail et des modes de travail hybrides entraîne une évolution des besoins en communication d'entreprise et en marketing digital.

Diagramme circulaire n°3 présentant les proportions des entreprises selon leur nombre de salariés

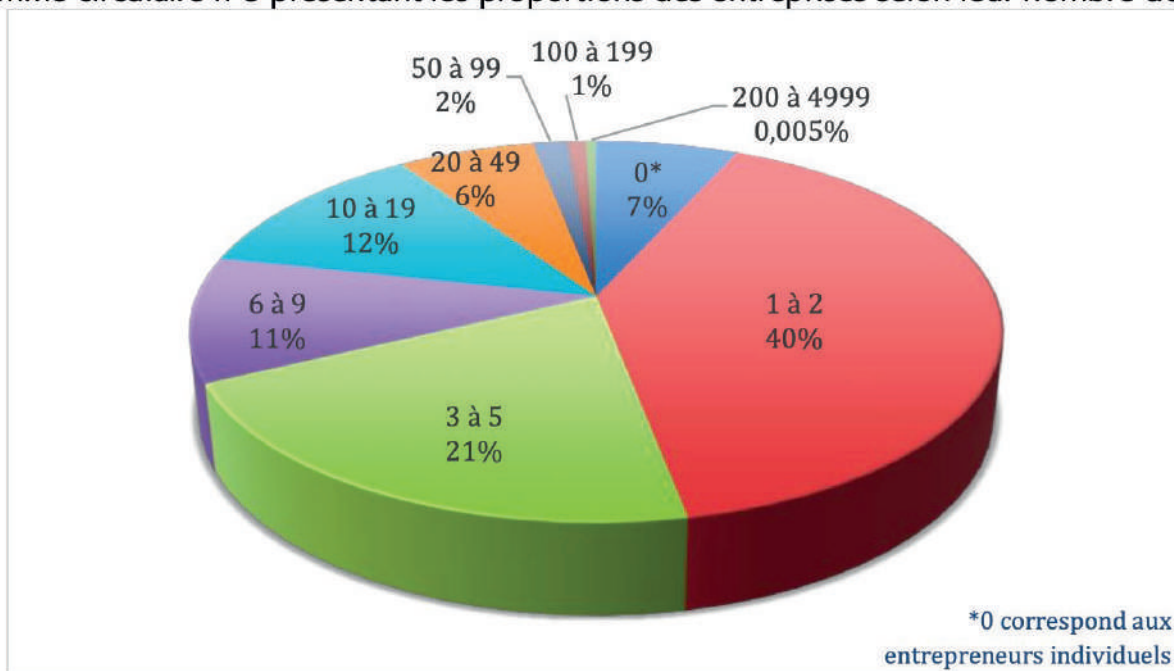
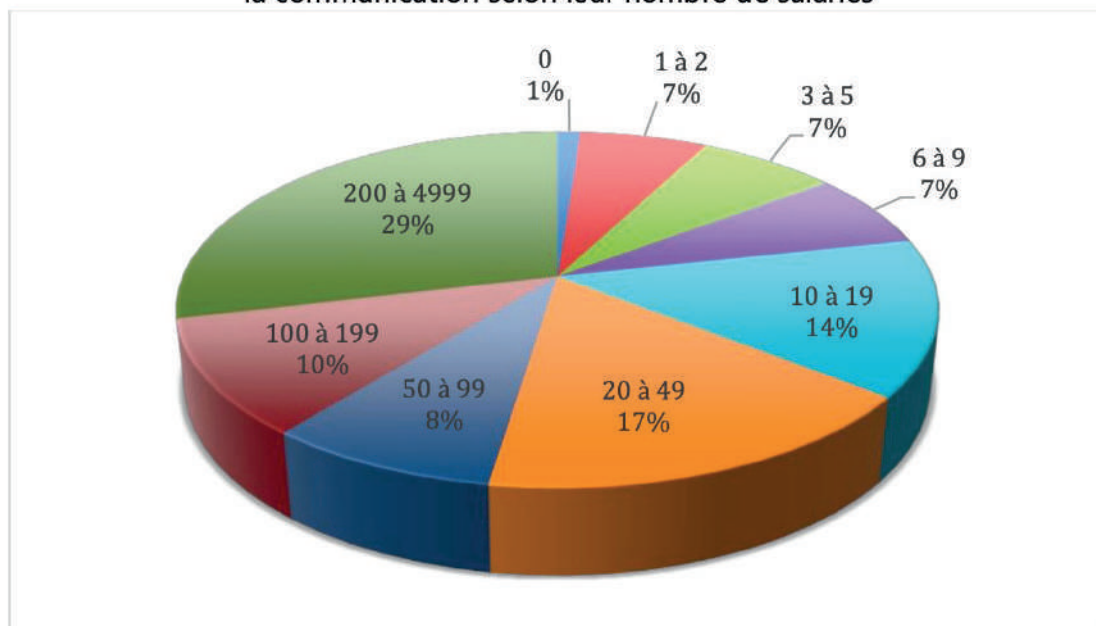




Diagramme circulaire n°4 présentant les proportions de chiffres d'affaires cumulés des entreprises de la communication selon leur nombre de salariés



68% des entreprises ont moins de 5 salariés.

Les entreprises de plus de 10 salariés (environ 21%) réalisent 78% du Chiffre d'affaires total.

C'est une distribution typique de la loi de Pareto :

Une petite fraction des entreprises (les grandes entreprises en termes de salariés) génère une part très importante du chiffre d'affaires total.

## ANALYSE GÉOGRAPHIQUE

La Haute-Garonne (Toulouse) et l'Hérault (Montpellier) concentrent l'essentiel de l'activité, confirmant le rôle central de ces deux pôles économiques.

En excluant ces deux métropoles, des pôles secondaires apparaissent à Perpignan, Montauban, Narbonne, Albi et Carcassonne, qui bénéficient d'un tissu entrepreneurial dynamique.

Le Gard (Nîmes, Uzès, Alès, Les Angles, Aimargues) se distingue comme le troisième département le plus dynamique après la Haute-Garonne et l'Hérault, avec une activité soutenue dans les domaines de la communication et du marketing.

À l'inverse, la Lozère et les Hautes-Pyrénées affichent une activité nettement plus faible, en raison d'une densité d'entreprises plus limitée et d'une accessibilité réduite aux grands marchés économiques.

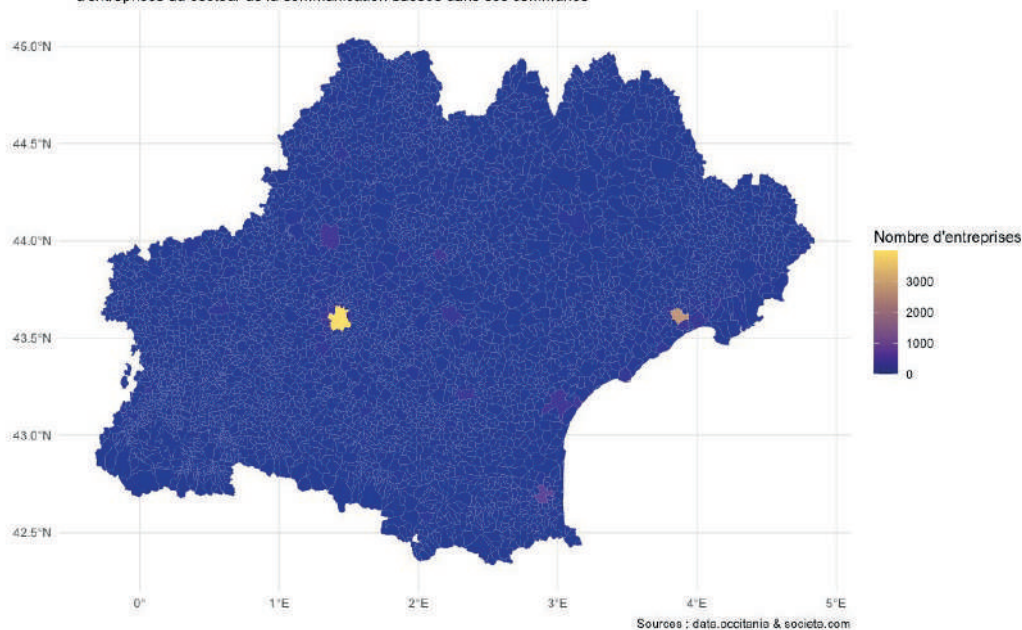
Une émergence progressive des entreprises de communication dans les zones rurales est cependant notée, notamment grâce aux avancées technologiques et à la montée du télétravail.

L'accès à la fibre optique et aux solutions numériques avancées reste un enjeu majeur pour favoriser la compétitivité des entreprises situées hors des grands pôles urbains.



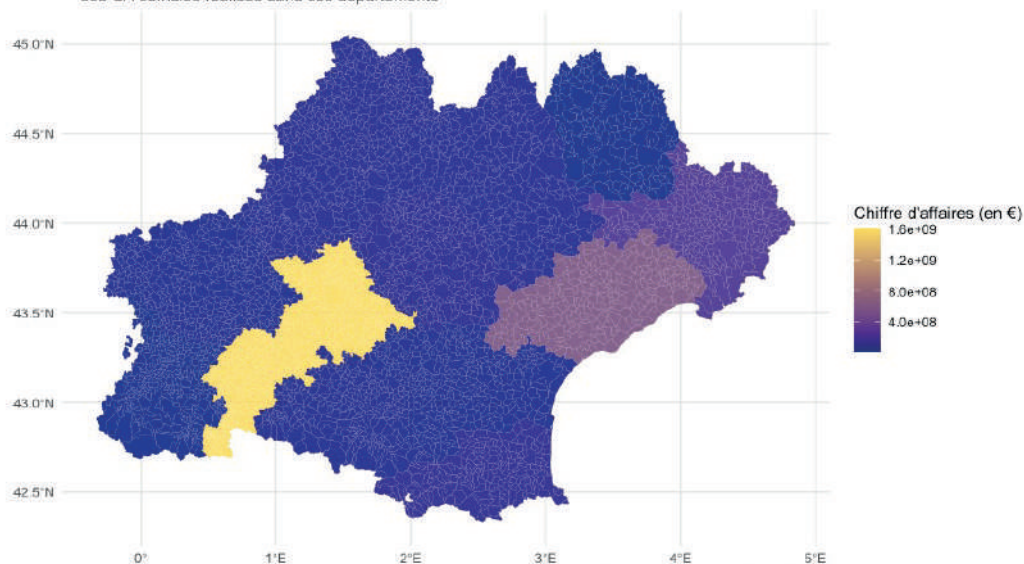
### Nombre d'entreprises du secteur de la communication dans chaque commune d'Occitanie

Les couleurs des communes sont conditionnelles aux nombres d'entreprises du secteur de la communication basées dans ces communes



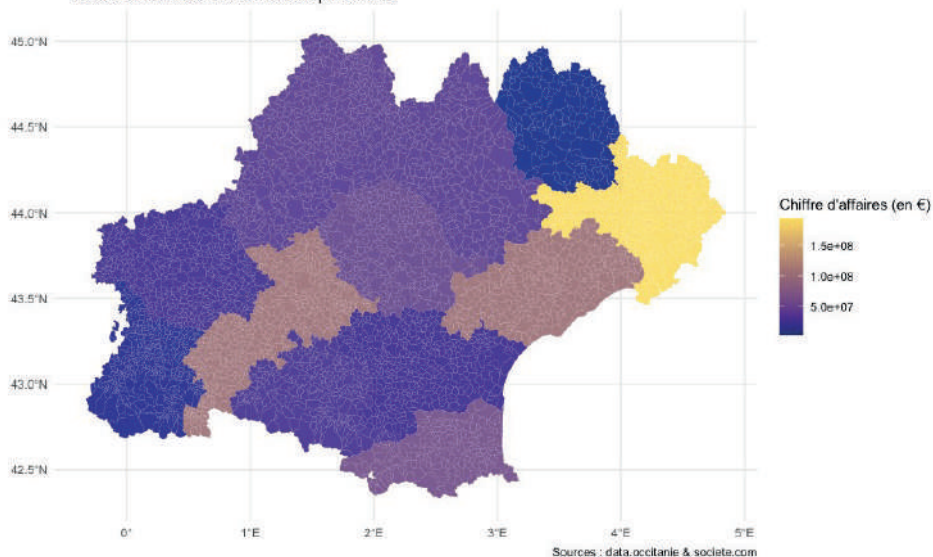
### Chiffres d'affaires cumulés des entreprises du secteur de la communication dans chaque département d'Occitanie

Les couleurs des départements sont conditionnelles aux montants des CA cumulés réalisés dans ces départements



### Chiffres d'affaires cumulés des entreprises du secteur de la communication dans chaque département d'Occitanie (hors agglomérations toulousaine et montpellieraine)

Les couleurs des départements sont conditionnelles aux montants des CA cumulés réalisés dans ces départements





# L'EMPLOI DANS LE SECTEUR

Les informations de cette page sont tirées de l'Observatoire Régional de France travail paru le 13 février 2025 sur les chiffres de 2024.

Entre janvier et décembre 2024, 1 846 offres d'emploi ont été enregistrées en région Occitanie, représentant une diminution de 15,1 % par rapport à l'année précédente. Les types de contrats proposés sont majoritairement à temps complet (91 %) et en CDI (63 %). Une partie significative des offres d'emploi émane des agences d'intérim (29,5 %).

**Les métiers les plus recherchés par les employeurs sont :** Chargé/Chargée des relations publiques, Graphiste, Conducteur/Conductrice de machines d'impression, Animateur/Animatrice de communauté virtuelle, Opérateur/Opératrice de prépresse.

**Répartition des Offres d'Emploi :** Les offres d'emploi sont principalement concentrées en Haute-Garonne (59 %).

**Reprises d'Emploi :** Le taux de reprise est de 7,9 % pour les métiers étudiés et de 8,6 % pour tous les métiers. En 2024, 8 880 reprises d'emploi ont été enregistrées (un mois ou plus, données France Travail 2024).

**Main d'oeuvre disponible :** Il y a 13 660 demandeurs d'emploi inscrits à France Travail en catégorie ABC, représentant une augmentation de 7,5 % sur un an. 10 615 d'entre eux travaillent au coeur de notre secteur. 3870 possèdent le statut cadre. Les principales caractéristiques des demandeurs d'emploi sont :

- 59 % de femmes.
- 90 % avec un diplôme de niveau supérieur au BAC.
- 41 % inscrits depuis plus d'un an.
- 45 % en activité réduite.
- 77 % en recherche un CDI.
- 24 % de cadres.
- 66 % entre 25 et 49 ans.
- 55 % possèdent une mobilité entre 30 et 60 minutes.

**Difficultés de Recrutement :** En 2024, 27 % des projets de recrutement sont jugés difficiles par les entreprises, avec une proportion plus élevée pour les métiers du territoire (53 %). La principale cause de ces difficultés est le manque de candidats qualifiés.

**Compétences recherchées par les employeurs :** Les employeurs recherchent des compétences comportementales et techniques spécifiques :

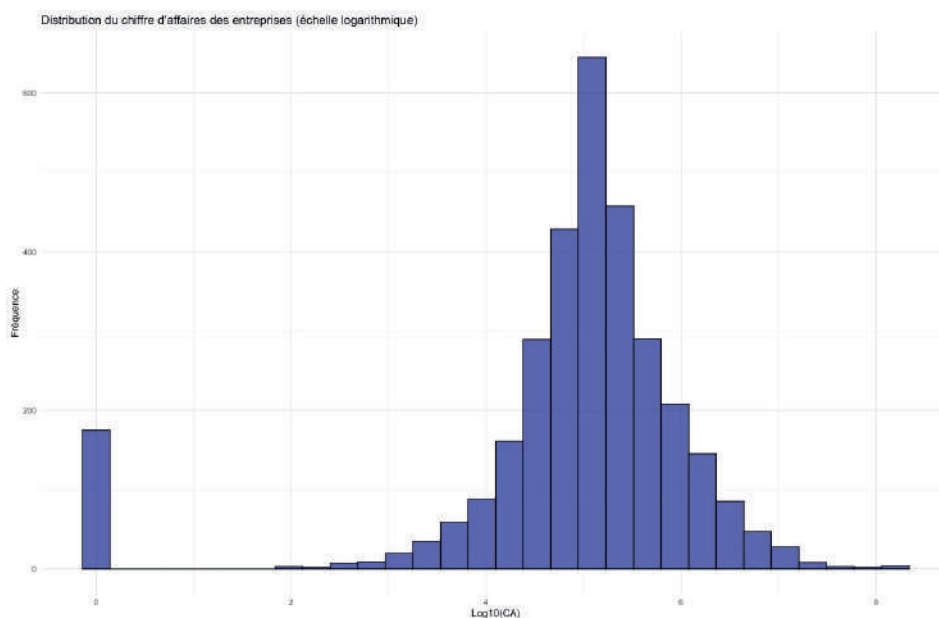
**Compétences comportementales :** Force de proposition, Rigueur, Réactivité, Travail en équipe, Autonomie.

**Compétences techniques :** Rédiger le contenu d'un support de communication, Réaliser des actions de relations publiques, de diffusion et de promotion de l'information, Concevoir des supports de communication visuelle ou audiovisuel, Traiter des images numériques (colorimétrie, cadrage, etc.)





# SITUATION FRAGILE EN OCCITANIE



Malgré leur importance économique, les entreprises du secteur de la communication et du marketing en Occitanie font face à de nombreux défis structurels. La majorité d'entre elles sont de petite taille, avec 68 % comptant moins de cinq salariés, ce qui limite leur capacité d'investissement et leur résilience face aux crises économiques.

De plus, bien que les grandes entreprises génèrent la majorité du chiffre d'affaires du secteur, elles restent minoritaires et concentrées dans les grandes métropoles, rendant les petites structures plus vulnérables aux fluctuations du marché.

La dépendance aux grandes entreprises clientes et aux contrats à court terme accentue cette fragilité, en particulier pour les agences de communication et marketing digital. Beaucoup de ces structures souffrent d'une forte volatilité de la demande, ce qui les expose à des risques financiers en cas de ralentissement économique.

Tableau n°1 des statistiques descriptives de la variable 'Résultat net'

Min	1 <sup>er</sup> quartile	Médiane	Moyenne	3 <sup>ème</sup> quartile	Max
-3 204 700 €	-100 €	6 800 €	50 528 €	30 800 €	20 499 800 €

Tableau n°2 des statistiques descriptives de la variable 'Excédent brut d'exploitation'

Min	1 <sup>er</sup> quartile	Médiane	Moyenne	3 <sup>ème</sup> quartile	Max
-13 395 200 €	-200 €	9 900 €	60 091 €	38 900 €	14 254 600 €





# CHIFFRE D'AFFAIRES À L'EXPORT

Seules 9,53 % des entreprises réalisent un chiffre d'affaires à l'export supérieur à 10 000 €, révélant une faible internationalisation du secteur en Occitanie.

Montpellier dépasse Toulouse en termes d'exportations, avec des entreprises fortement tournées vers l'international et spécialisées dans les services numériques et la communication digitale.

Certaines villes moyennes comme Auch et Lavelanet se distinguent par un chiffre d'affaires à l'export significatif, grâce à la présence d'entreprises innovantes dans le domaine technologique et digital.

Le potentiel de développement à l'international reste sous-exploité, soulignant la nécessité d'accompagner les entreprises locales vers une plus grande ouverture aux marchés étrangers. Les entreprises qui exportent le plus sont principalement spécialisées dans les services de marketing digital, les logiciels de gestion de campagnes publicitaires et la production de contenus multimédias.

L'exportation est freinée par des contraintes réglementaires et un manque de structuration des réseaux d'exportation régionaux.

## CONCLUSION

Le secteur de la communication et du marketing constitue un moteur important pour l'économie occitane. Il est dominé par des petites entreprises, mais ce sont les grandes structures qui génèrent la majeure partie du chiffre d'affaires.

La concentration des activités dans les grands centres urbains toulousain et montpelliérain est marquante, bien que des pôles secondaires émergent dans certaines villes moyennes.

Des professionnels en communication et marketing sont présents sur l'ensemble des départements d'Occitanie, toutefois la dynamique du secteur reste inégale selon les territoires, avec certaines zones en retrait.

L'exportation demeure un levier de croissance insuffisamment exploité, alors que les entreprises positionnées sur le digital montrent un fort potentiel international. Pour renforcer l'impact économique du secteur, des mesures de soutien à l'innovation, à la formation et à l'internationalisation pourraient être envisagées, afin de stimuler la compétitivité des entreprises occitanes sur le marché national et mondial.

Par ailleurs, la transformation digitale offre une opportunité majeure de développement pour les entreprises locales. L'intégration de l'intelligence artificielle, de l'analyse prédictive et des outils de gestion de données représente un axe stratégique pour améliorer l'efficacité des campagnes marketing et optimiser les investissements en communication.

Enfin, une coopération renforcée entre les acteurs du secteur (entreprises, institutions, agences de développement économique) pourrait favoriser l'émergence d'un écosystème plus compétitif et structuré. Des initiatives comme des clusters spécialisés ou des dispositifs de soutien à l'export pourraient être développées pour accroître la présence des entreprises occitanes sur les marchés internationaux et consolider leur position sur le plan national.





# POUR LES ENTREPRISES MA RÉGION EN ACTION



© Leo Arcangeli / Région Occitanie

## La Cité à Toulouse : 5 ans d'innovation en Occitanie

Benjamin, dirigeant de la société Take air,  
hébergée à La Cité (31)

Plus de **1 000** événements accueillis par la Région, **120** start-ups incubées et accélérées par Nubbo, **180** entreprises hébergées par At Home, **1 200** adhérents au Roselab...

**La Cité à Toulouse**, c'est la promesse d'une Région qui innove pour développer une économie durable et solidaire.

La Cité



La Région  
**Occitanie**  
Pyrénées - Méditerranée