



CUSTOMER MARKETING COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le métier de directeur marketing vu par les étudiants et les professionnels

Paris, le 25 juin 2019 – **La délégation Customer marketing de l’AACC publie les résultats d’une étude miroir qui questionne des étudiants et des professionnels du marketing sur leur perception du métier de CMO et leur vision de l’avenir de celui-ci.**

En octobre dernier, l’AACC Customer marketing a produit un ouvrage intitulé « **Du directeur marketing au CMO augmenté*** » qui propose une vision prospective de **l’évolution du métier de Directeur Marketing à l’heure de l’IA, de la big data, des GAFAs** et des autres facteurs de changements dans l’écosystème du marketing et de la communication. Pour donner corps à cette réflexion sur le CMO du futur, 70 directeurs marketing et 300 étudiants en marketing/communication ont été interrogés sur leur perception du métier et leur vision de son devenir. Certaines écoles** de communication se sont fait le relai de cette étude en proposant le questionnaire à leurs élèves.

Si élèves et professionnels s’accordent pour dire que l’IA est une réelle opportunité pour les futurs directeurs marketing, 9% des CMO considèrent que demain, la puissance de la data pourrait faire disparaître leur fonction, là où les étudiants sont 30% à le penser... Par ailleurs, **39% des étudiants imaginent que ce métier pourrait, à terme, être remplacé par une IA.** N’est-il pas urgent pour le marketing de défendre sa valeur auprès des générations futures ?

L’infographie complète issue de cette enquête est à télécharger [ici](#).

L’analyse des résultats a servi de fil rouge à une matinale sur le thème du CMO augmenté qui s’est tenue le jeudi 20 juin 2019 sur le French Camp Cannes de l’AACC.

* Voir l’ouvrage : [Du Directeur marketing au CMO augmenté](#).

**ISTC Lille, MBA Digital (EFAP), Celsa, Edhec, Sciences Po, Sup de Pub, Iscom, Istec.

Contact presse :

Marie-Charlotte Henrion | 01.47.42.27.26 | mhenrion@aacc.fr

A propos de l’AACC

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