



CMO part-time ou Directeur Marketing salarié : *le comparatif*.

Deux modèles, deux logiques. Coût, risque, séniorité, disponibilité – treize critères pour cadrer votre recrutement marketing.

■ Avantage clair

■ Nuancé / selon contexte

□ Contrainte

Source · tr-ma.fr

CRITÈRE	CMO <i>part-time</i>	Directeur Marketing en CDI	CE QUE ÇA VEUT DIRE CONCRÈTEMENT
Délai d'activation	■ 2 à 4 semaines	□ 3 à 6 mois	Le part-time est opérationnel dès le diagnostic. Le CDI passe par job description, entretiens, préavis et onboarding.
Coût fixe annuel	■ Aucune charge patronale	□ Salaire + 45 à 50 % de charges	Un directeur marketing senior en CDI représente 90k à 170k € de coût employeur annuel.
Niveau de séniorité	■ Senior garanti	■ Variable selon recrutement	Le profil part-time est connu avant de démarrer. Un CDI peut être sous- ou surcalibré.
Risque à l'entrée	■ Faible, sans procédure de rupture	□ Élevé si mauvais recrutement	Un mauvais recrutement CDI coûte 12 à 18 mois de salaire. Rupture part-time sans procédure.
Flexibilité du volume	■ Ajustable à la demande	□ Charge fixe indépendante de l'activité	Le rythme part-time s'adapte aux phases ; le CDI crée une charge fixe, indépendante de l'activité.
Transfert de compétences	■ Intégré à la mission	■ Dépend du profil	Le part-time forme les équipes et documente. Un CDI peut au contraire concentrer la connaissance.
Ancrage dans l'entreprise	■ Présence définie contractuellement	■ Présence quotidienne, culture interne	Le CDI est intégré à la culture. Le part-time intervient sur des temps définis, moins réactif au jour le jour. Toutefois, les intégrations aux équipes et à la culture de l'entreprise sont réelles.
Disponibilité quotidienne	□ Planning contractualisé	■ Disponible à tout moment	Le CDI peut être sollicité à tout moment. Le part-time impose un planning ; urgences via relais interne.
Pilotage stratégique	■ Principalement dédié à la stratégie	■ Souvent tiré vers l'exécution	Le part-time tient la hauteur. En PME sans équipe, le CDI est souvent absorbé par la production.
Exécution opérationnelle	■ Pilotée, produite selon le besoin et les ressources	■ Assurée directement	Le rôle premier du part-time est de coordonner prestataires ou équipe. Sinon, la production quotidienne reste un angle mort.
Courbe d'apprentissage	■ Diagnostic structuré, 2 à 4 semaines	■ Intégration longue, variable	Les deux modèles montent en puissance. Le part-time est borné dans le temps ; le CDI varie.
Confidentialité	■ Engagement contractuel	■ Obligation légale	Les deux modèles garantissent la confidentialité. La nature externe du part-time peut interroger.
Vision long terme	■ Construit pour durer ou prépare un recrutement	■ Naturelle si bien calibrée	Le part-time s'inscrit dans la durée ou prépare l'embauche. Les deux portent une ambition long terme.

VERDICT

Le CMO part-time n'est pas une *solution de repli*. C'est un choix structurel, adapté aux entreprises qui ont un besoin marketing senior sans le volume d'activité d'un poste à plein temps. Le CDI reste pertinent quand l'entreprise a *les ressources pour l'absorber*, le temps pour le réussir et un périmètre stable pour le calibrer.

PARLONS-EN

tr-ma.fr · thibault@tr-ma.fr · linkedin.com/in/thibaultmougin



Thibault Mougin
CMO part-time