

ÉTUDE SUR L'IDENTIFICATION DES BESOINS EN COMPÉTENCES DE LA RADIODIFFUSION EN VUE DE CRÉER DES CERTIFICATIONS

Étude réalisée par Kyu Lab

Mars 2021



afDas
DEMAIN SERA FORMATION



Commission
paritaire nationale
emploi formation
de l'audiovisuel



SOMMAIRE

■ OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE DU PROJET

■ ETAT DES LIEUX DU SECTEUR

■ ÉVALUATION DES BESOINS EN MÉTIERS ET EN COMPÉTENCES

■ COUVERTURE DE L'OFFRE DE FORMATION EXISTANTE

■ IDENTIFICATION DES BESOINS EN CERTIFICATION

■ PRÉCONISATIONS

Objectifs et méthodologie

- ▶ Objectifs du projet et planning d'intervention
- ▶ Moyens mobilisés

1

Objectifs du projet et planning d'intervention

L'étude sert trois grands objectifs

OBJECTIFS



Établir un état des lieux de l'offre de formation certifiante et non certifiante de la branche

.....



Identifier les besoins en compétences pour lesquels de nouvelles certifications pourront être créées

.....



Proposer des préconisations de certifications répondant aux besoins des entreprises

CONTEXTE

Cette étude est réalisée dans le cadre de l'Engagement pour le Développement de l'Emploi et des Compétences (EDEC) « Culture, Création, Communication, Sport et Tourisme » et de l'Observatoire des métiers de l'audiovisuel.

Les représentants de la filière, le ministère du Travail, de l'Emploi et de l'Insertion, le ministère de la Culture et le ministère des Sports, les branches professionnelles relevant de l'Afdas dont la CPNEF de l'audiovisuel, ont signé cet EDEC dans le cadre du Plan d'investissement dans les compétences (PIC) 2018-2022.

La présente étude entend répondre aux attentes exprimées par la section radiodiffusion de la Commission paritaire nationale emploi formation (CPNEF) de l'audiovisuel.

L'offre de formation de la branche est actuellement éclatée et composée en grande partie par des actions de formation non certifiantes qui ne permettent pas toujours aux entreprises de disposer des financements nécessaires.

Il s'agit en conséquence d'identifier les besoins en compétences et les certifications associées qui pourront être créées à l'image du CQP Animateur radio qui est plébiscité par l'ensemble des radios associatives, commerciales et publiques.

Moyens mobilisés

Sources mobilisées



Rapports et études mobilisés

Sources documentaires utilisées pour évaluer les besoins en compétences des structures

- Analyse offre de formation
-  1995- Organisation d'une radio étudiante.pdf
-  2016-Rapport de branche Radios privées.pdf
-  2018-Rapport de branche.pdf
-  2019-CORLAB-Etat-des-lieux-prospectif.pdf
-  2019-PUBLICATION 10 ANS CQP.pdf
-  2020-animateur-riche-d-antenne.pdf
-  2020-documentaliste.pdf
-  2020-journaliste.pdf
-  20200526_MCC_Audiovisuel-cinema.pdf
-  Accord d'Entreprise RTL - partie 1.pdf
-  Accord d'Entreprise RTL - partie 2.pdf
-  Accord M6.pdf
-  gestion-radios-rurales_manuels-pedagogiques.pdf
-  SKOL-RADIO-RapportActivité-805heures.pdf
-  SOURCES radio.docx



Sources de données mobilisées

Pour les certifications et formations :

- RNCP/RS
- Base des formations financées AFDAS pour la branche
- Bases Lhéo, Carif-Oref, Onisep...
- Recherches internet

Pour les statistiques sur le secteur :

- Portrait statistique audiovisuel

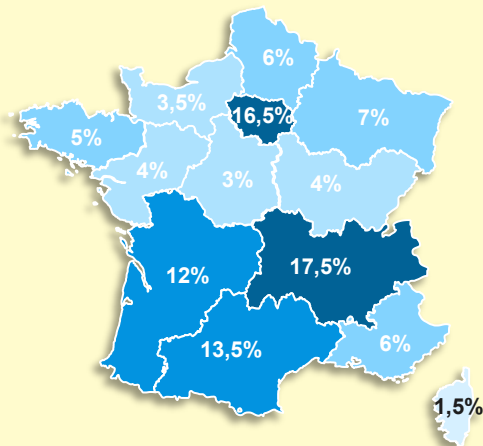
Entretiens auprès des professionnels

Enquête en ligne, envoyée auprès de l'ensemble des radios par l'Afdas et relayée par les organisations patronales (75 répondants)

75 répondants à l'enquête en ligne

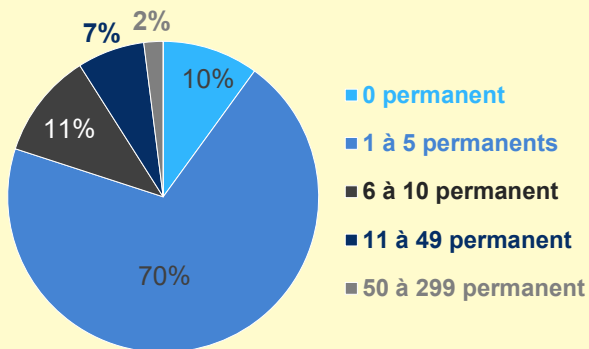
Répartition géographique des entreprises de la radiodiffusion

Source : [Portrait statistique CPNEF de l'audiovisuel](#)



Répartition des entreprises selon la taille d'entreprise

Source : [Portrait statistique CPNEF de l'audiovisuel](#)



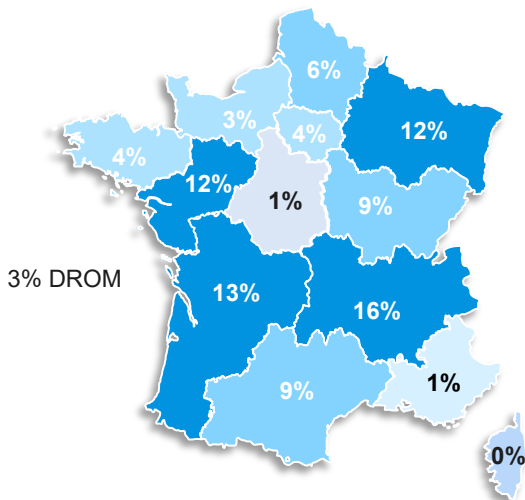
Analyse du panel de répondants

Les entreprises ayant répondu à l'enquête en ligne sont présentes dans l'ensemble des régions françaises. La répartition géographique des entreprises répondantes ne correspond cependant pas exactement à la répartition réelle des entreprises de la radiodiffusion sur le territoire français (ex : seules 4% des entreprises répondantes ont leur siège social en Ile-de-France quant en réalité la région regroupe 16,5% des sièges d'entreprises du secteur de la radiodiffusion).

Le panel d'entreprises répondantes est plus représentatif concernant la proportion de TPE au sein des entreprises de la radiodiffusion (ex : les entreprises ayant 1 à 5 salariés permanents représentent 67% des entreprises répondantes quant en réalité elles représentent 70% des entreprises de radiodiffusion).

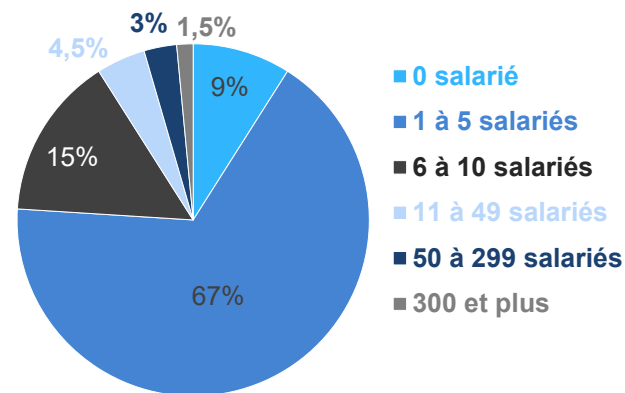
Répartition des entreprises répondantes selon la région de leur siège social

Source : Enquête KYU – 75 répondants



Répartition des entreprises répondantes selon la taille d'entreprise

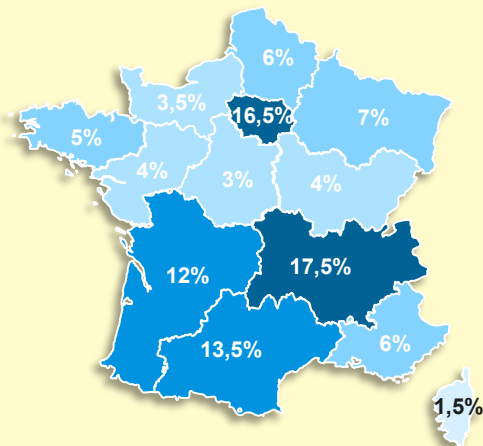
Source : Enquête KYU – 75 répondants



75 répondants à l'enquête en ligne

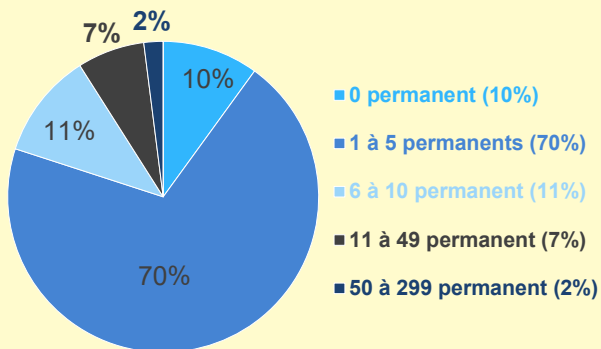
Répartition géographique des entreprises de la radiodiffusion

Source : [Portrait statistique CPNEF de l'audiovisuel](#)



Répartition des entreprises selon la taille d'entreprise

Source : [Portrait statistique CPNEF de l'audiovisuel](#)



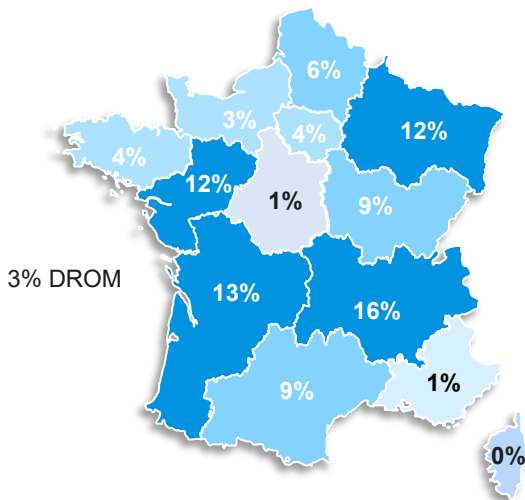
Analyse du panel de répondants

Les entreprises ayant répondu à l'enquête en ligne sont présentes dans l'ensemble des régions françaises. La répartition géographique des entreprises répondantes ne correspond cependant pas exactement à la répartition réelle des entreprises de la radiodiffusion sur le territoire français (ex : seules 4% des entreprises répondantes ont leur siège social en Ile-de-France quant en réalité la région regroupe 16,5% des sièges d'entreprises du secteur de la radiodiffusion).

Le panel d'entreprises répondantes est plus représentatif concernant la proportion de TPE au sein des entreprises de la radiodiffusion (ex : les entreprises ayant 1 à 5 salariés permanents représentent 67% des entreprises répondantes quant en réalité elles représentent 70% des entreprises de radiodiffusion).

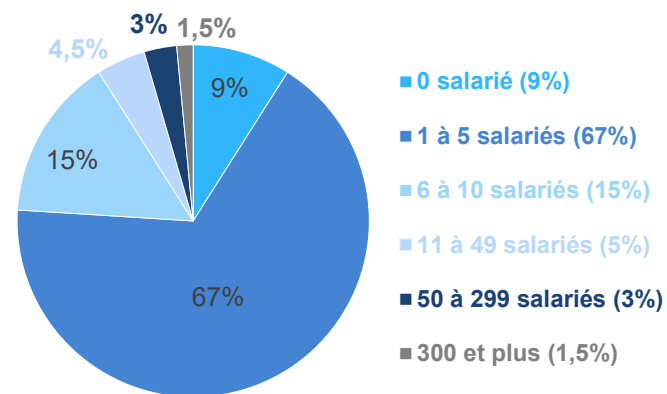
Répartition des entreprises répondantes selon la région de leur siège social

Source : Enquête KYU – 75 répondants



Répartition des entreprises répondantes selon la taille d'entreprise

Source : Enquête KYU – 75 répondants



74% des structures répondantes à l'enquête sont des radios de catégorie A

RADIOS FM PRIVÉES

- **Catégorie A** – services de radio associatifs accomplissant une mission de communication sociale de proximité (729 stations)
- **Catégorie B** – services de radio locaux ou régionaux indépendants ne diffusant pas de programme à vocation nationale (292 stations)
- **Catégorie C** - services de radios locaux ou régionaux diffusant le programme d'un réseau thématique à vocation nationale.
- **Catégorie D** – services de radio thématiques à vocation nationale.
- **Catégorie E** – services radiophoniques généralistes à vocation nationale.
- **S'y ajoutent les radios d'autoroute.**

RADIOS FM PUBLIQUES

- **Les services de radio de Radio France** (5 stations à diffusion nationale, et 44 stations qui diffusent localement)
- **Les services de radio d'Outre-mer 1^{ère}** (dans chacun des 9 DROM-COM)
- **Les services de radio de France Médias Monde, Radio France Internationale**

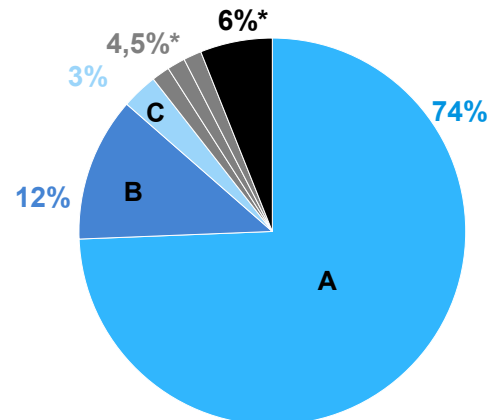
Analyse du panel de répondants

Les radios de catégorie A sont majoritaires dans le panel de répondants, de l'ordre de 74%. Cela correspond également à la réalité du terrain, où 68% des radios sont des associations (Cf. [Portrait statistique de l'audiovisuel](#)).

12% des répondants travaillent au sein des radios de catégories B, 3% au sein des catégories C. Suivent les radios de catégorie D, E et les radios FM publiques (respectivement 1,5% des répondants).

Répartition des entreprises répondantes selon leur catégorie de radio

Source : Enquête KYU – 75 répondants



* 1,5% cat. D, 1,5% E, et 1,5% SP

* Autre : Média en ligne, podcasts

2

Etat des lieux et perspectives

- ▶ Panorama du secteur
- ▶ Principaux facteurs d'évolution

Panorama du secteur

Chiffres clés du secteur de la radiodiffusion



Chiffres clés



≈ **16 618** salariés



≈ **630* à 1000** établissements



≈ **400** millions €
Masse salariale

Source : Portrait statistique de l'audiovisuel 2018

*630 entreprises adhérentes à Audiens

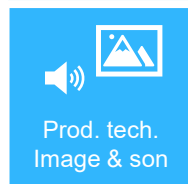
Le champ de l'audiovisuel



Prod. audiovisuelles
et
cinématographiques



Radiodiffusion



Prod. tech.
Image & son



Télédiffusion

10 500 entreprises dont 95% de PME/TPE
230 000 salariés dont 67% en CDDU



6% des entreprises de l'audiovisuel sont positionnées sur le secteur d'activités de la radiodiffusion

La radiodiffusion couvre les activités de diffusion de programmes, d'émissions et de journaux pour la radio et ses plateformes numériques. Le secteur regroupe les stations et groupes radio publics et privés. Pour la grande majorité des radios, elles sont également productrices de leurs contenus.

La radiodiffusion se distingue des autres secteurs de l'audiovisuel sur plusieurs aspects notamment par la part très importante d'une seule taille d'entreprise : **80,9% sont des TPE ou des associations employant entre 1 et 10 permanents**. De plus, la radiodiffusion est spécifique par sa pérennité notamment. **86,5% des radios affichant plus de 10 ans d'ancienneté**. Le nombre de structures a en effet explosé dans les années 1980 avec la libéralisation de la bande FM et l'émergence des radios associatives à côté des radios publiques et généralistes et est resté assez stable depuis. Ce chiffre ne prend toutefois pas en compte les web radios qui cherchent encore aujourd'hui leur modèle économique.

Le secteur connaît en effet des mutations importantes avec le déploiement de la radio à 360° (dont les web radios, l'usage des réseaux sociaux et la délinéarisation des programmes par exemple) et les nouveaux outils techniques et technologiques. **Ces mutations requièrent des compétences nouvelles qu'il est important d'identifier pour répondre aux besoins des entreprises.**

Focus sur le CQP Animateur radio

L'analyse du contenu du CQP Animateur radio et des retours d'expérience des professionnels permettent d'avoir une idée des stratégies de certification à préconiser dans le cadre de l'étude.

Durée de la formation : 686 heures dont 420 heures de formation à l'INA, et 266 heures en entreprise

Nombre de stagiaires : 123 stagiaires issues de 10 promotions

Nombre de certifiés : 115 certifiés

Insertion professionnelle : 25 CDI, 36 CDD, 7 autres (pigistes, auto-entrepreneurs, bénévoles en radio)

Deux possibilités d'obtenir le CQP : par la formation et VAE

« La formation a de nombreux atouts, des professionnels à l'écoute, des petits groupes, la formation en alternance et reconnue par l'État. »

« J'ai pu revoir les fondamentaux, avoir des astuces, de bonnes pratiques et j'en suis revenu plus serein, avec une meilleure maîtrise de mon animation. »

Structuration du CQP en 2 blocs de compétences

Bloc 1 : Préparation et réalisation d'une émission radio en vue de la présenter

- Concevoir une émission ou un programme radio en adéquation avec la ligne éditoriale
- Elaborer une programmation musicale en accord avec le format de l'antenne
- Préparer un conducteur
- Réaliser une rubrique
- Réaliser un reportage
- Réaliser une chronique
- Préparer et réaliser une interview

Bloc 2 : Animation en direct ou enregistrée et développement de l'audience

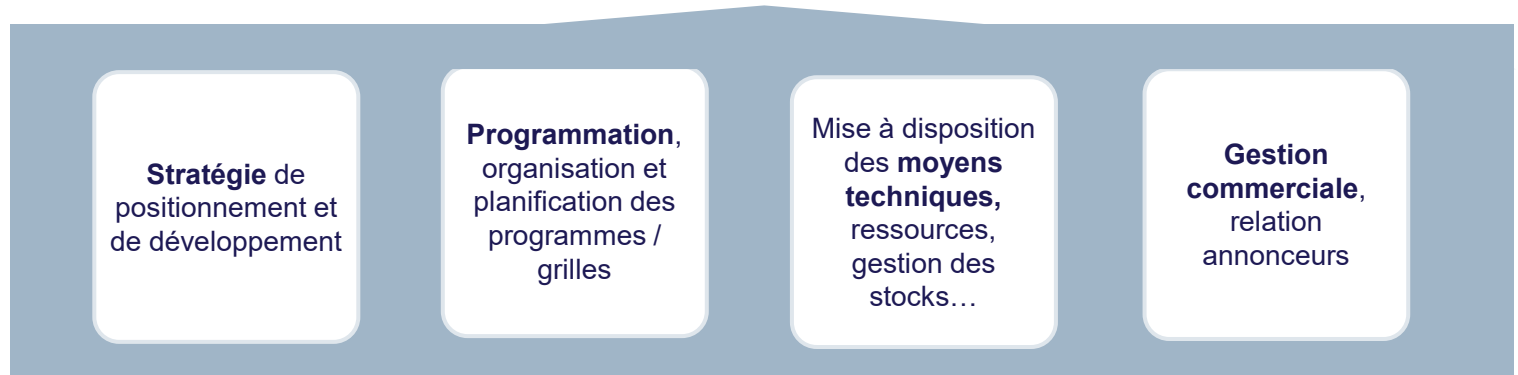
- Animer une tranche à partir d'un conducteur
- Animer et enregistrer une émission pour une diffusion ultérieure
- Co-animer une émission
- Auto-évaluer et améliorer la qualité de la tranche/de l'émission
- Rédiger, habiller et enregistrer un message promotionnel
- Alimenter, à partir d'une émission déjà réalisée, le site Internet de la radio et les réseaux sociaux

Processus et principales activités d'une radio

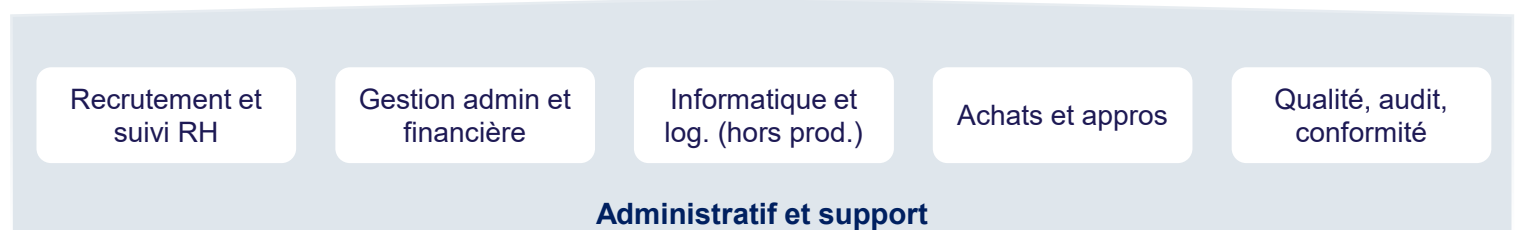
ACTIVITES
SYNCHRONES
AUX EMISSIONS



ACTIVITES
TRANSVERSES



ACTIVITES de
SUPPORT



Principaux facteurs d'évolution

Facteurs d'évolution - synthèse des enseignements des entretiens et de l'enquête

Transition numérique



- **Le développement des webradio** peut constituer un tremplin dans une logique de parcours.
- **Le développement du multicanal (podcast, réseaux sociaux)** s'intensifie.
- **La digitalisation des équipements numériques** impacte fortement les fonctions cœur-métier.
- **La digitalisation des process et des activités** est présente sur l'ensemble des activités.
- **Le développement du DAB+** en France constitue une opportunité pour le secteur, et en même temps une concurrence accrue entre les acteurs. L'offre radio est déjà très diversifiée. Pour éviter une saturation par une offre trop pléthorique, le renforcement de l'offre devient incontournable.

Crise sanitaire liée à la COVID



- **Le recours au télétravail** durant les périodes de confinement, et sa généralisation relative : il pourrait exister des modules de formation spécifique pour recourir à cette nouvelle organisation.
- **La place de la radio de l'information liée à la crise** : l'information locale a été d'autant plus valorisée.
- **La baisse des revenus publicitaires** : moins 21,6% de recettes publicitaires sur le S1 2020.
- **L'adaptation des modalités de formation (notamment la modalité distancielle)** à repenser dans un contexte post-Covid.

Valorisation des radios de proximité



- **La régionalisation des radios** : tendance accentuée actuellement avec un besoin croissant de s'identifier localement aux informations transmises et aux interlocuteurs locaux.
- **Le renforcement des langues régionales** qui s'inscrit dans un besoin d'identification fort.
- **L'importance de l'éducation aux médias d'information au sein des radios associatives** : face à la prolifération d'informations disponibles sur Internet et les réseaux sociaux.

Elargissement avec d'autres secteurs



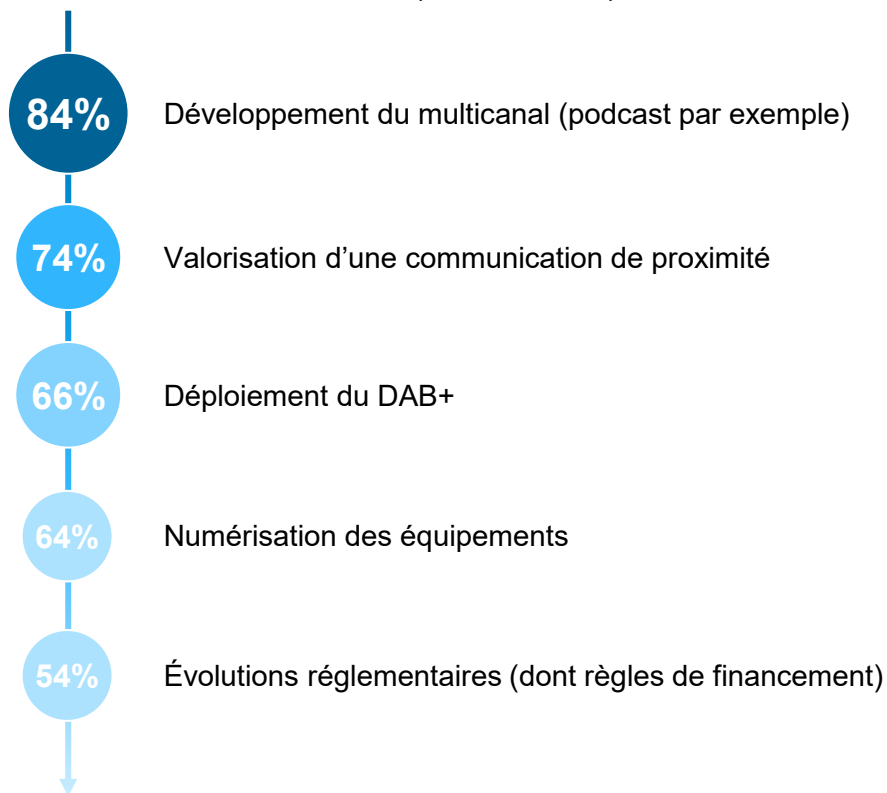
- **L'élargissement de la convention collective au service public et aux stations généralistes** et la nécessité d'inclure les métiers dans le spectre de l'étude, et des formations associées.
- **Des interactions et des passerelles de plus en plus fortes entre la télévision et la radio** qui impliquent elles-aussi des besoins en compétences émergents.
- **Le développement croissant de la poly-compétence** qui répond à l'ensemble des évolutions précédemment citées.

Facteurs d'évolution – analyse de l'enquête

Les répondants à l'enquête ont particulièrement insisté sur l'importance du développement du multicanal (84% des répondants). Ce facteur d'évolution entraîne des besoins en compétences émergents relatifs à l'écoute délinéarisée (podcasts) et aux réseaux sociaux. Le développement du multicanal est également perçu par les professionnels comme un accroissement potentiel de la concurrence. D'autres facteurs d'évolution ont été précisés dans les réponses à l'enquête : les aspects sociaux et managériaux, une pyramide des âges vieillissante, l'obligation croissante de résultats dans le domaine éducatif, culturel et artistique.

Quelles sont les principales évolutions du monde de la radio et son contexte qui impactent les métiers de la radiodiffusion ?

Source : Enquête KYU – 75 répondants



3




Évaluation des besoins en métiers et en compétences

- ▶ Classification des métiers utilisée dans le cadre de l'étude
- ▶ Évolution des besoins en compétences par métier
- ▶ Tendances majeures en matière de compétences

Classification des métiers utilisée dans le cadre de l'étude




Métiers de la radiodiffusion (1/2)

La classification des métiers ci-dessous constitue une proposition élargie des métiers visés par la convention collective de la radiodiffusion privée. Ce périmètre est élaboré pour le cadre de l'étude et afin de dresser un recensement exhaustif des besoins en compétences.

	Dénominations métier	Codes ROME
ANTENNE ET DOCUMENTATION 	<ul style="list-style-type: none">• <i>Animateur</i>• <i>Animateur Technicien réalisateur</i>• <i>Directeur d'antenne</i>• <i>Directeur des programmes</i>• <i>Programmeur musical</i>• <i>Documentaliste</i>• <i>Documentariste</i>• <i>Réalisateur</i>• <i>Réalisateur Concepteur</i>• <i>Producteur</i>	<ul style="list-style-type: none">• <i>L1103</i>• <i>L1508</i>• <i>L1302</i>• <i>L1302</i>• <i>L1302, M1805</i>• <i>K1601</i>• <i>L1304</i>• <i>L1304</i>• <i>L1508</i>• <i>E1104</i>
MARKETING ET COMMERCIAL 	<ul style="list-style-type: none">• <i>Commercial</i>• <i>Attaché de promotion</i>• <i>Chargé de communication</i>• <i>Chef de publicité</i>• <i>Responsable commercial</i>• <i>Webmaster</i>• <i>Chargé des réseaux sociaux</i>	<ul style="list-style-type: none">• <i>E1101</i>• <i>L1303</i>• <i>E1103</i>• <i>E1401</i>• <i>M1707</i>• <i>E1101</i>• <i>E1101</i>
TECHNIQUE ET INFORMATION 	<ul style="list-style-type: none">• <i>Technicien d'exploitation</i>• <i>Technicien son</i>• <i>Responsable technique</i>	<ul style="list-style-type: none">• <i>L1505</i>• <i>L1505</i>• <i>L1508</i>

Métiers de la radiodiffusion (2/2)

La classification des métiers ci-dessous constitue une proposition élargie des métiers visés par la convention collective de la radiodiffusion privée. Ce périmètre est élaboré pour le cadre de l'étude et afin de dresser un recensement exhaustif des besoins en compétences.

	Dénominations métier	Codes ROME
ADMINISTRATIF 	<ul style="list-style-type: none">• <i>Hôte d'accueil</i>• <i>Standardiste</i>• <i>Comptable</i>• <i>Directeur général</i>• <i>Responsable des RH</i>• <i>Chargé d'administration</i>	<ul style="list-style-type: none">• <i>M1601</i>• <i>M1601</i>• <i>M1203</i>• <i>M1301</i>• <i>M1503</i>• <i>D1401</i>
JOURNALISME 	<ul style="list-style-type: none">• <i>Journaliste</i>• <i>Reporter-rédacteur-présentateur</i>• <i>Rédacteur en chef</i>	<ul style="list-style-type: none">• <i>E1106</i>• <i>E1106</i>• <i>E1006</i>
ACTIVITE COMPLEMENTAIRE 	<ul style="list-style-type: none">• <i>Education aux médias et à l'information</i>	<ul style="list-style-type: none">• <i>G1202</i>

Évolution des besoins en compétences par métier



Animateur/Animatrice

*Mobilités envisagées :
journalisme, audiovisuel*

PRINCIPALES COMPÉTENCES

- Concevoir un projet radiophonique selon les spécificités et les attentes du public en collectant les informations nécessaires en amont
- Animer des programmes de radio en présentant divers sujets, interviewant des participants, en diffusant des morceaux de musique, etc. et selon les conducteurs d'antenne
- Réaliser le bilan du projet d'animation et proposer des axes d'évolution

ÉVOLUTIONS

- Maîtriser les évolutions techniques des outils (logiciels, tables de mixage, outils de programmation)
- Réaliser des émissions pour différents formats

Spécificités radio A – service public :

- Maîtriser une communication sociale de proximité

Animateur Technicien réalisateur

*Mobilités envisagées :
audiovisuel, journaliste
reporter d'images,*

- Exécuter le programme suivant les conducteurs d'antennes et les cahiers des charges établis par la direction d'antenne
- Contribuer à la réalisation de séquences destinées à l'antenne, le montage sonore, la publicité tout en utilisant le matériel et les logiciels adaptés
- Rechercher, réaliser, coordonner l'ensemble des composantes d'une émission (jeux, éléments sonores, intervenants, technique, publicité)
- Vérifier le fonctionnement des appareils, effectuer la maintenance de premier niveau ou informer le responsable, le service maintenance en cas de dysfonctionnements

- Maîtriser les évolutions techniques des outils (logiciels, tables de mixage, outils de programmation)
- Mettre en œuvre les technologies numériques (liaisons IP, podcast, DAB+)
- Réaliser des émissions sous différents formats divers, et s'assurer des complémentarités radio et web et réseaux sociaux

Spécificités radio A :

- Maîtriser une communication sociale de proximité



Directeur/Directrice d'antenne

PRINCIPALES COMPÉTENCES

- Assurer la cohérence de la diffusion des programmes, la qualité de l'antenne (sonore et visuelle) ainsi que le respect des obligations juridiques de diffusion
- Superviser le service technique dédié à la qualité de la diffusion et veiller constamment sur la régie centrale pour prévenir d'éventuels incidents de diffusion
- Encadrer les équipes en charge des programmes et les équipes techniques

ÉVOLUTIONS

- Maîtriser les évolutions réglementaires liées aux obligations juridiques de diffusion
- Assurer une veille efficace des tendances liées à la radio afin d'alimenter les réflexions en interne sur les projets de développement

Directeur/Directrice des programmes

- Définir le projet et l'angle de la radio et impulser une politique artistique
- Mettre en œuvre des projets en cohérence avec une politique artistique et élaborer une grille des programmes
- Déterminer les conditions de réalisation d'un projet en définissant les moyens humains, matériels et financiers associés
- Négocier des partenariats afin de faire vivre les programmes de la structure, et de les développer

- Assurer une veille efficace des tendances liées à la radio afin d'alimenter les réflexions en interne sur les projets de développement



Documentaliste

Spécialiste de la recherche et de l'utilisation des documents

PRINCIPALES COMPÉTENCES

- Identifier les besoins de l'entreprise et des utilisateurs pour proposer une politique d'archivage
- Mener une veille d'information sur l'actualité et les sujets spécifiques à la radio
- Utiliser les logiciels de bases de données spécifiques à la gestion documentaire
- Sélectionner des documents multimédias, élaborer, éditorialiser et diffuser des produits
- Utiliser des outils simples de montage vidéo, d'images et son

ÉVOLUTIONS

- Maîtriser les nouvelles sources d'information (plateformes, réseaux sociaux) et s'assurer de la fiabilité de l'information

Documentariste

Spécialiste de la réalisation de documentaires

- Créer un projet radiophonique tout en établissant les conditions de réalisation du projet audiovisuel
- Réaliser les découpages techniques nécessaires

- Maîtriser les logiciels innovants de conception



PRINCIPALES COMPÉTENCES

ÉVOLUTIONS

Programmateur/ Programmatrice musical

- Composer la grille d'antenne en cohérence avec la ligne éditoriale de la radio
- Créer et entretenir une playlist évolutive de la station en prenant en compte les goûts des auditeurs de l'émission et les tendances du moment
- Créer des liste de lecture en parcourant les plateformes de musique, les classements
- Entretenir une relation avec les labels musicaux afin de se tenir au courant des nouveautés du moment et ainsi les adapter à ses programmations

- Maîtriser les nouveaux logiciels de son

Réalisateur/Réalisatrice

- Superviser et organiser tout ou partie de la réalisation d'émissions radiophoniques
- Définir les conditions de réalisation des projets
- Rechercher et définir les concepts créatifs de projets multimédias
- Concevoir les formats
- Rédiger un message adapté à un support de communication (presse, radio, télévision, web)

- Réaliser des émissions pour différents formats
- Maîtriser les nouveaux canaux de diffusion
- Concevoir des contenus web adaptés aux différents publics et aux différents formats

PRINCIPALES COMPÉTENCES

ÉVOLUTIONS



Producteur/Productrice

- Coordonne les différentes activités intervenant dans la fabrication d'une émission de radio
 - Assure la bonne réalisation (sur le fond et sur la forme) de l'émission
 - Définir et produire les concepts créatifs de l'émission
- Maîtriser les nouveaux canaux de diffusion
 - Concevoir des contenus web adaptés aux différents publics et aux différents formats

PRINCIPALES COMPÉTENCES

ÉVOLUTIONS



Commercial(e)

- Définir le plan d'action commercial et établir le plan de tournée (ciblage, interlocuteurs, préparation de dossiers techniques)
- Mener des actions commerciales
- Mener des actions de prospection auprès de différents partenaires afin de présenter et de vendre des produits ou des services selon les objectifs commerciaux de la structure

Pas d'évolutions particulières identifiées

Attaché(e) de promotion

- Concevoir et organiser les opérations destinées à booster les audiences
- Concevoir les supports promotionnels (création de spots et affiches adéquats au marché visé) et les campagnes promotionnelles
- Coordonner les acteurs et les moyens des campagnes mises en place
- Définir et mettre en œuvre les projets de développement de la structure
- Négocier des partenariats avec de nouveaux acteurs
- Contrôler et évaluer les actions de promotion et de diffusion commerciale
- Développer une politique de partenariats en liaison avec la politique commerciale de la station et la direction des programmes

- Maîtriser les montages de dossiers, et les évolutions réglementaires associées, dans la recherche de subventions notamment

PRINCIPALES COMPÉTENCES

ÉVOLUTIONS

- Organiser et mettre en œuvre des actions de communication et de diffusion de l'information et réalise des outils/supports de communication selon la stratégie de l'entreprise.
- Participer à la définition de la politique de communication et élaborer le plan de communication.
- Concevoir des supports de communication visuelle et en rédiger le contenu
- Réaliser des actions de relation publique, de diffusion et de promotion de l'information
- Apporter un appui technique aux services internes dans leurs actions de communication

- Maîtriser les nouveaux canaux de diffusion
- Concevoir des contenus web adaptés aux différents publics et aux différents formats

Chargé(e) de communication

- Définir les objectifs d'une campagne promotionnelle avec le commanditaire, établir un cahier des charges en conséquence
- Sélectionner des projets de campagne et des canaux de communication spécifiques
- Répartir le budget d'une campagne de communication entre les différents postes
- Suivre la diffusion de la campagne, analyser les résultats et en réaliser le bilan

- Maîtriser les nouveaux canaux de diffusion des annonceurs

Chef/Cheffe de publicité

PRINCIPALES COMPÉTENCES

ÉVOLUTIONS



Responsable commercial

- Organiser et mettre en œuvre des actions de communication et de diffusion de l'information et réalise des outils/supports de communication selon la stratégie de l'entreprise.
- Participer à la définition de la politique de communication et élaborer le plan de communication.
- Concevoir des supports de communication visuelle et en rédiger le contenu
- Réaliser des actions de relation publique, de diffusion et de promotion de l'information
- Apporter un appui technique aux services internes dans leurs actions de communication

Pas d'évolutions particulières identifiées

Chargé des réseaux sociaux

- Définir les objectifs d'une campagne promotionnelle avec le commanditaire, établir un cahier des charges en conséquence
- Sélectionner des projets de campagne et des canaux de communication spécifiques
- Suivre la diffusion de la campagne, analyser les résultats et en réaliser le bilan

- Assurer une veille active des tendances relatives aux réseaux sociaux
- Maîtriser les logiciels de mesure d'audience

PRINCIPALES COMPÉTENCES

- Réaliser l'animation d'un site multimédia (forum, chat, jeu, vente, emploi, administration, ...) et le suivi des relations et des échanges avec les clients, les internautes
- Alimenter les réseaux sociaux
- Rechercher et définir les concepts créatifs de projets multimédias
- Rédiger un message adapté à un support de communication (presse, radio, télévision, web)
- Animer une communauté web et réaliser des enquêtes et des sondages en ligne
- Analyser des dysfonctionnements et des difficultés techniques de connexion au site ou d'utilisation des services par les internautes
- Mettre en œuvre des règles de diffusion, de communication de l'information et de contenu d'un site
- Analyser le trafic d'un site web

ÉVOLUTIONS

- Assurer une veille sur les innovations en termes d'outils et de logiciels

Webmaster





Responsable technique

PRINCIPALES COMPÉTENCES

- Elaborer des propositions techniques contribuant à l'adaptation de matériels existants ou à la création de nouveaux matériels
- Réaliser des cahiers des charges ou des dossiers techniques
- Superviser la qualité technique des prestations de ses équipes
- Conseiller des équipes commerciales et de production sur le plan technique
- Planifier et réajuster l'affectation des moyens humains et matériels à l'aide d'un logiciel de planification, en assurer le déploiement en coordination

ÉVOLUTIONS

- Assurer une veille permanente sur les évolutions des serveurs
- Accompagner l'automatisation progressive des régies
- Appliquer les techniques nécessaires à la mise en œuvre du DAB+

Technicien/Technicienne d'exploitation

- Mettre en œuvre les bases de l'administration réseaux
- Utiliser les outils techniques de base : enregistrement, montage, diffusion
- Appliquer les techniques d'archivage et de divers logiciels de montage

- Accompagner l'automatisation progressive des régies
- Appliquer les techniques nécessaires à la mise en œuvre du DAB+

PRINCIPALES COMPÉTENCES

ÉVOLUTIONS



Technicien/Technicienne son

- Réaliser l'installation et les réglages des éléments de sonorisation (micros, enceintes, amplis, ...).
 - Procéder à la diffusion ou à l'enregistrement des sons (ambiances, voix, dialogues, ...) de selon les impératifs de la production.
 - Effectuer l'entretien et la maintenance du matériel son
- Mettre en place les traitements de son pour le DAB+ et le streaming



Directeur général

PRINCIPALES COMPÉTENCES

- Gérer une radio à tous les niveaux (ressources humaines, programmation, technique, communication, etc.)
- Assurer la gestion économique et financière de la structure
- Définir le positionnement de la station qu'il/elle gère en mettant en place une programmation cohérente avec la politique générale de la structure
- Superviser les directions stratégiques d'une structure
- Analyser les données d'activité de la structure, du service et identifier les axes d'évolution

ÉVOLUTIONS

Pas d'évolutions particulières identifiées

Responsable RH

- Enregistrer et centraliser les données financières d'une structure pour établir des balances de comptes, comptes de résultat, bilans selon les obligations légales.
- Contrôler l'exactitude des écritures comptables et rendre compte de la situation économique de la structure.
- Selon les structures, réaliser des activités ayant trait à la paye et à la gestion de personnel.

- Assurer une veille relative aux évolutions réglementaires associées aux RH
- Maîtriser les nouveaux logiciels RH



PRINCIPALES COMPÉTENCES

ÉVOLUTIONS

Chargé d'administration

- Réaliser le traitement administratif de dossiers et transmettre les informations pour le compte d'un ou plusieurs services
- Accueillir une clientèle
- Planifier des rendez-vous
- Saisir des documents numériques
- Classer les documents, informations et fonds documentaires d'une activité

- Maîtriser les montages de dossiers, et les évolutions réglementaires associées, dans la recherche de subventions notamment

Hôte d'accueil

- Accueillir, renseigner et orienter des personnes à l'espace de réception ou au standard téléphonique de la structure
- Réaliser, selon les structures, la gestion du courrier, les tâches administratives simples...
- Actualiser les informations mises à la disposition d'un public

Pas d'évolutions particulières identifiées



PRINCIPALES COMPÉTENCES

ÉVOLUTIONS

Standardiste

- Assurer un accueil téléphonique et renseigner les différentes demandes des personnes
- Délivrer un premier niveau d'information
- Orienter les personnes selon leur demande

Pas d'évolutions particulières identifiées

Comptable

- Enregistrer et centraliser les données financières d'une structure pour établir des balances de comptes, comptes de résultat, bilans selon les obligations légales.
- Contrôler l'exactitude des écritures comptables et rendre compte de la situation économique de la structure.
- Selon les structures, réaliser des activités ayant trait à la paye et à la gestion de personnel.

- Assurer une veille permanente sur les nouvelles obligations légales



Journaliste

PRINCIPALES COMPÉTENCES

- Recueillir, vérifier et traiter l'information et l'actualité sur un sujet donné en vue de sa diffusion média selon les orientations de la structure d'information, les règles déontologiques et la réglementation de l'information
- Sélectionner le thème d'une diffusion médiatique
- Identifier des sources et lieux d'information

ÉVOLUTIONS

- Concevoir des supports diffusables sur les réseaux sociaux
- Assurer une communication de proximité

Reporter-rédacteur-présentateur

- Transmettre les informations recueillies dans le format demandé et en adaptant le contenu aux auditeurs
- Procéder de différentes manières pour obtenir les informations qu'il/elle souhaite diffuser : enquête, entretien, témoignage...
- Entretenir un réseau de contacts/de partenaires pour la réalisation de ces émissions et afin d'accéder aux informations clés rapidement

Pas d'évolutions particulières identifiées

PRINCIPALES COMPÉTENCES

ÉVOLUTIONS



Rédacteur en chef

- Définir la politique éditoriale et choisir les sujets à traiter
 - Superviser les équipes et les collaborateurs de rédaction
 - Assurer la coordination, le suivi technique et la validation de la production éditoriale
 - Développer la stratégie média
- Adapter la politique éditoriale aux nouveaux formats et supports



Conception et animation d'ateliers d'éducation aux médias et à l'information

PRINCIPALES COMPÉTENCES

- Concevoir et animer des ateliers d'éducation aux médias et à l'information à destination de différents publics (jeunes ou enseignants)
- Maîtriser la diversification des moyens d'information et de communication, et la traduire avec pédagogie auprès du public visé par l'atelier

ÉVOLUTIONS

Pas d'évolutions particulières identifiées

Tendances majeures en matière de compétences

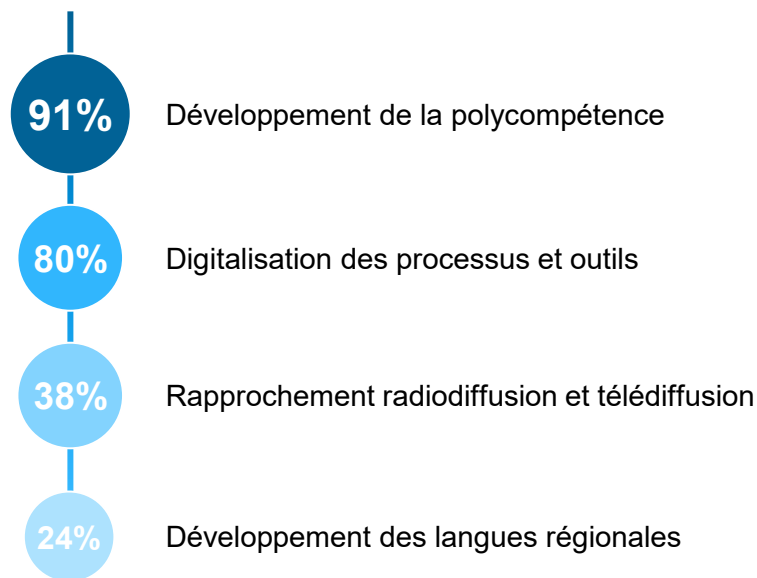
Tendances majeures en matière de compétences

Les répondants à l'enquête ont particulièrement insisté sur le développement de **la polycompétence qui constitue une tendance majeure dans le secteur de la radiodiffusion**. Les entreprises interrogées mentionnent également la digitalisation des processus et des outils.

Parmi les réponses, on retrouve également des réponses plus spécifiques sur **l'éducation aux médias** (« capacité à intervenir sur les compétences média en terme de communication éducative »), **la recherche de financements privés** ainsi que des **compétences en lien avec le développement du multicanal** (réalisation et valorisation du podcast).

Quelles sont les tendances majeures en matière de compétences ?

Source : Enquête KYU – 75 répondants



Note de lecture : 91% des répondants à l'enquête ont indiqué que le développement de la polycompétence constituait une tendance majeure en matière de compétences.

4

Couverture de l'offre de formation existante

- ▶ Méthodologie utilisée pour le recensement de l'offre de formation
- ▶ Analyse de l'offre de formation
- ▶ Couverture de l'offre de formation

Méthodologie utilisée pour le recensement de l'offre de formation

Méthodologie utilisée pour le recensement de l'offre de formation

Le recensement de l'offre de formation a été réalisé à partir de :

- De la recherche des codes ROME et de mots clés dans les fichiers du RS et du RNCP de France Compétences
- De l'analyse du fichier des formations financées par l'Afdas en 2019

1. Analyse des fichiers RS et RNCP

Liste des codes ROME sélectionnés

D1401	Assistanat commercial
D1402	Relation commerciale grands comptes et entreprises
D1501	Animation de ventes
E1101	Animation de site multimédia
E1103	Communication
E1104	Conception de contenus multimédia
E1106	Journalisme
E1401	Développement et promotion publicitaire
G1202	Animation d'activités culturelles ou ludiques
K1601	Gestion de l'information et de la documentation
L1103	Présentation de spectacles ou d'émissions
L1302	Production et administration spectacle, cinéma et audiovisuel
L1303	Promotion d'artistes et de spectacles
L1304	Réalisation cinématographique et audiovisuelle
L1505	Image cinématographique et télévisuelle
L1508	Prise de son et sonorisation
M1203	Comptabilité
M1301	Direction de grandes entreprises
M1503	Management des ressources humaines
M1601	Accueil et renseignements
M1607	Secrétariat
M1707	Stratégie commerciale
M1805	Etudes et développement informatique

2. Identification des formations financées par l'AFDAS

Analyse d'un fichier d'environ 4 000 lignes

N° STAGE	TITRE DU STAGE	TYPFORM	TYPE DISPOS	DISPOSITIF GÉNÉR	S
17F0744	STREAMING	PFC	PFC	PF	3
17F4905	LICENCE 3EME ANNEE DE BRETON	PFL	PFL	PF	F
17F4963	LICENCE 3EME ANNEE DE BRETON	PFL	PFL	PF	F
17G0907	KLYNT INITIATION	PFL	PFC	PF	S
17G0907	KLYNT INITIATION	PFL	PFL	PF	F
17G5275	LECTURE	PFC	PFC	PF	S
17G7853	FACT CHECKING	PFL	PFL	PF	F
17G7855	FACT CHECKING	PFL	PFL	PF	F
17G7856	FACT CHECKING	PFL	PFL	PF	F
17G7926	WORDPRESS	PFL	PFL	PF	F
17G7926	WORDPRESS	PFL	PFL	PF	F
17H0784	MARKETING ET COMMERCIALISATION MEDIAS "LE BRIEFING"	PFC	PFC	PF	S
17H0784	MARKETING ET COMMERCIALISATION MEDIAS "LE BRIEFING"	PFC	PFC	PF	S
17H0784	MARKETING ET COMMERCIALISATION MEDIAS "LE BRIEFING"	PFC	PFC	PF	S
17H1817	REPENSER LES CONTENUS EDITORIAUX A L'ERE DUDIGITAL	PFL	PFC	PF	S
17H1817	REPENSER LES CONTENUS EDITORIAUX A L'ERE DUDIGITAL	PFL	PFC	PF	S
17H1817	REPENSER LES CONTENUS EDITORIAUX A L'ERE DUDIGITAL	PFL	PFL	PF	F
17H1817	REPENSER LES CONTENUS EDITORIAUX A L'ERE DUDIGITAL	PFL	PFL	PF	F
17H1817	REPENSER LES CONTENUS EDITORIAUX A L'ERE DUDIGITAL	PFL	PFL	PF	S
17H1817	REPENSER LES CONTENUS EDITORIAUX A L'ERE DUDIGITAL	PFL	PFL	PF	S
17H1817	REPENSER LES CONTENUS EDITORIAUX A L'ERE DUDIGITAL	PFL	PFL	PF	S
17H1817	REPENSER LES CONTENUS EDITORIAUX A L'ERE DUDIGITAL	PFL	PFL	PF	S
18A1143	TECHNICIEN DU SON / PROTOOLS	PP	PFC	PF	S
18A1143	TECHNICIEN DU SON / PROTOOLS	PP	PFL	PF	F
18A1143	TECHNICIEN DU SON / PROTOOLS	PP	PP	PP	S
18A1325	COMMENT VALORISER AU MIEUX LE TRAVAIL DES RADIOS ASSOCIATIVES	PFC	PFC	PF	S
18A1325	COMMENT VALORISER AU MIEUX LE TRAVAIL DES RADIOS ASSOCIATIVES	PFC	PFL	PF	S
18A1886	LE BRIEFING CALIPIA	PFV	PFV	PF	T
18A2775	RECYCLAGE HABILITATION ELECTRIQUE BO-HO/BS	PP	PFV	PF	T
18A2775	RECYCLAGE HABILITATION ELECTRIQUE BO-HO/BS	PP	PFV	PF	T
18A2775	RECYCLAGE HABILITATION ELECTRIQUE BO-HO/BS	PP	PFV	PF	T
18A2775	RECYCLAGE HABILITATION ELECTRIQUE BO-HO/BS	PP	PFV	PF	T
18A2775	RECYCLAGE HABILITATION ELECTRIQUE BO-HO/BS	PP	PFV	PF	T

Outil de cartographie dynamique

Cet outil de cartographie dynamique a été enrichi au fur et à mesure de l'étude par le biais de l'analyse des réponses de l'enquête et des entretiens complémentaires. Il se décompose en deux onglets : un onglet recensant l'offre de formation initiale et un onglet recensant l'offre de formation continue.

La mise à jour d'un tel outil est relativement aisée, la question de sa pertinence dans le temps mérite d'être posée ainsi que sa diffusion et les responsabilités associées.

Illustration de l'outil de cartographie dynamique

NOM ORGANISME	INTITULÉ FORMATION	VILLE	DURÉE	URL
3 IFA	BTS Négociation et digitalisation de la relation client	Alençon	2 ans	
3iL	Concepteur de systèmes d'information	Limoges	1 an	https
	diplôme d'ingénieur de l'Institut d'ingénierie informatique de Limoges en partenariat avec l'ITI Midi-Pyrénées	Limoges	3 ans	https
3iL Ingénieurs - Campus de Rodez (ITI)	Concepteur de systèmes d'information	Limoges	1 an	https
	diplôme d'ingénieur de l'Institut d'ingénierie informatique de Limoges en partenariat avec l'ITI Midi-Pyrénées	Limoges	3 ans	https
3iS	Arts animation	Elancourt	5 ans	https
	Bachelor cinéma et audiovisuel	Elancourt	3 ans	https
	Bachelor régisseur spectacle vivant et événementiel	Elancourt	3 ans	https
	Journaliste audiovisuel(le)	Elancourt	3 ans	https



Cliquer sur l'image pour accéder à la cartographie

Lien complet vers la cartographie :

<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrjoiYjgzMDJhMjU0NGFIMCO0ZDIiLWE1NGMLOVWmOTRhZmVmZTVmliwidCl6IjpwYzYxN2M2LkxZTAiNDI1Yi1iZDgxLTA5NzK5NzFlNzc1YyIsImMlQjh98;pageName=ReportSection74a581ba3c30a7a676c0>

Analyse de l'offre de formation

Analyse de l'offre de formation initiale existante

Plus de 8 200 formations identifiées menant aux métiers de la radiodiffusion

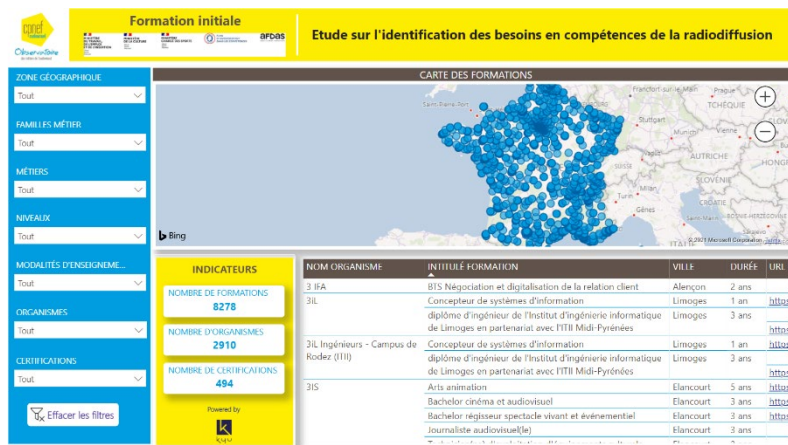
- Près de 6 400 formations initiales peuvent s'adresser aux métiers spécifiques du secteur de la radiodiffusion. On recense près de 3 000 organismes de formation.
- Certaines de ses formations initiales sont très généralistes notamment celles couvrant les métiers de Webmaster et de Programmeur au sens de développeur. Il en va de même pour les fonctions transverses (Comptable, Chargé de communication etc.) d'où le nombre important de formations recensées sur ces métiers.
- Sur ces 8 200 formations, près de 500 d'entre-elles sont des certifications. Il s'agit majoritairement de diplômes.

Répartition des formations initiales menant aux métiers de l'audiovisuel

Source : recensement ONISEP et analyse KYU



Outil accessible en ligne



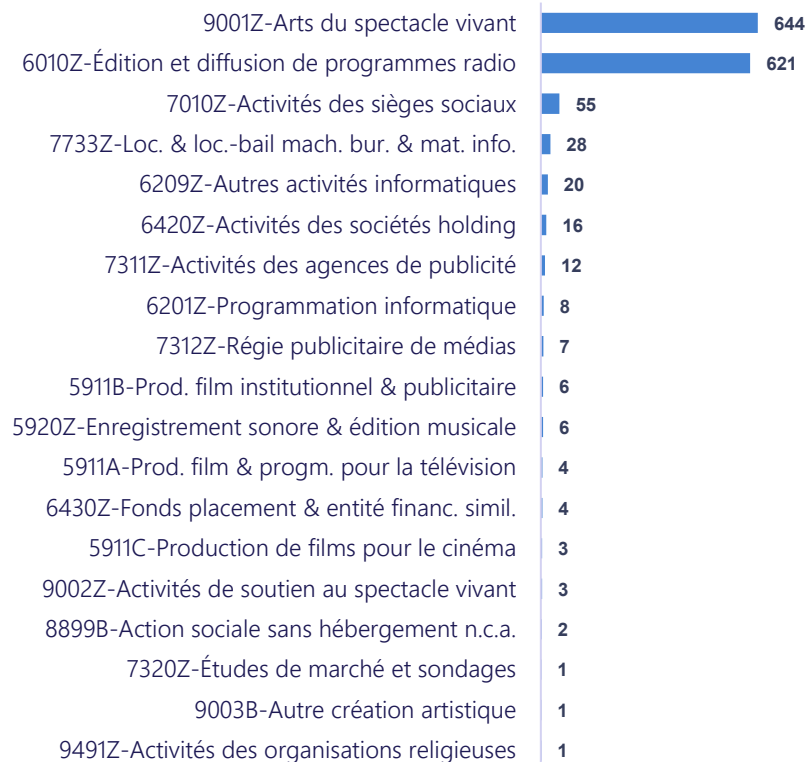
Analyse de l'offre de formation continue existante

1 500 formations recensées et 3 600 stagiaires



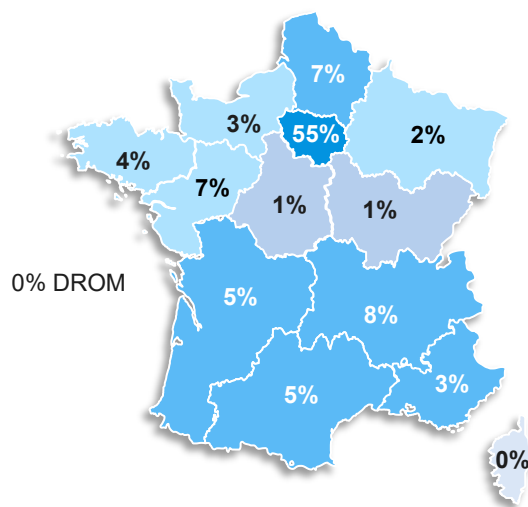
Répartition des actions de formations financées par l'Afdas par code NAF de l'entreprise du salarié formé

Source : base AFDAS et analyse KYU



Répartition géographique des stagiaires

Source : base Afdas et traitement KYU



Couverture de l'offre de formation

Analyse de la couverture de l'offre de formation

Les résultats de l'enquête ont permis de mettre en avant un enseignement général : **il existe un manque d'offre de formation adaptée à l'esprit des radios associatives**. Les répondants à l'enquête ont également précisé **les thématiques sur lesquelles l'offre de formation actuelle ressort insuffisante**. Il est à noter que des formations peuvent exister sur ces thématiques, mais il existe **un manque d'offres locales** selon les professionnels. De manière générale, les professionnels notent également un manque de formation sur les **fonctions d'encadrement** (les métiers de directeur de radio et directeur des programmes sont cités) et sur les **fonctions supports**.

Au-delà de la couverture en tant que telle de l'offre de formation, deux freins majeurs à la formation sont évoqués par les professionnels : le financement des formations et les difficultés d'organisation en interne pour permettre aux salariés d'aller se former.

Les thématiques évoquées par les professionnels font également apparaître une méconnaissance de l'offre de formation existante.

Thématiques identifiées par les professionnels

Découverte de la radio auprès des jeunes

Maîtrise de la voix

Utilisation des outils de programmation, de montage radio

Mise en œuvre et pratiques des technologies numériques (liaisons IP, Podcast, DAB)

Fabriquer des contenus exploitables en radiodiffusion et web

Mise à jour des connaissances des canaux de communication

Mise à niveau dans la création graphique et vidéo

Gestion administrative

Reportage

Pratique de l'interview

Formation aux documentaires sonores

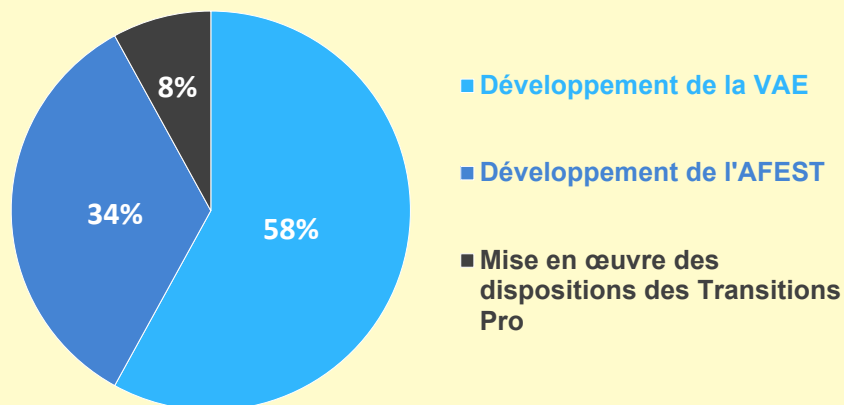
Formation autour de l'éducation aux médias

Gestion du numérique dans la radio et dans le travail collaboratif

Dispositifs pour palier aux insuffisances de l'offre de formation

Au-delà de la création de certifications, qu'est-ce qu'il pourrait être fait, selon vous, pour accompagner les parcours de professionnels?

Source : Enquête KYU – 75 répondants



Afin de répondre aux insuffisances de l'offre de formation, certains dispositifs existent. Les entreprises ayant répondu à l'enquête **ont fortement plébiscité le recours à la VAE** (Validation des acquis de l'expérience). Il est à noter que les CQP enregistrés au RNCP doivent dorénavant obligatoirement proposer une voie d'accès par la VAE.

Les entreprises **ont également mentionné l'AFEST (Action de formation en situation de travail)**. Le principe de l'AFEST est de lier l'apprentissage à un objectif professionnel. Il permet de formaliser un tutorat au sein de l'entreprise.

Enfin, **la mise en œuvre des dispositifs des Transitions Pro a été indiquée par les entreprises dans une plus faible proportion**. A noter qu'une expérimentation de VAE PTP est en cours jusqu'au mois de juin 2021. Cette expérimentation permet de lier la VAE à un projet de Transitions Pro.

5

Identification des besoins en certification

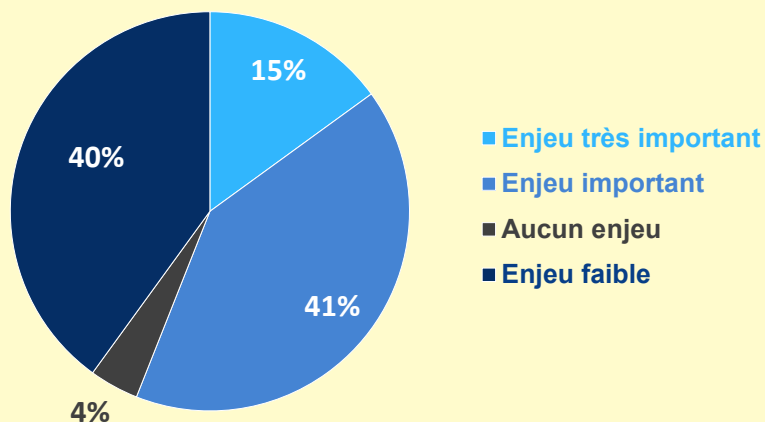
- ▶ Analyse des résultats de l'enquête
- ▶ Enjeux identifiés
- ▶ Préconisations issues de l'enquête sur la création de CQP et de CCP

Analyse des résultats de l'enquête

La majorité des entreprises estime que la certification représente un enjeu important

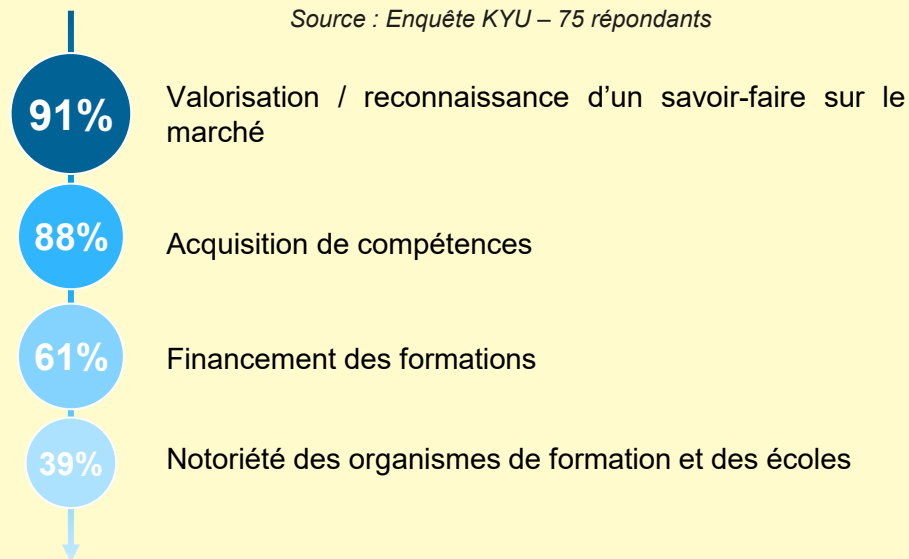
Pensez-vous que la certification représente un atout pour les professionnels ?

Source : Enquête KYU – 75 répondants



Quels sont les principaux avantages d'une certification ?

Source : Enquête KYU – 75 répondants



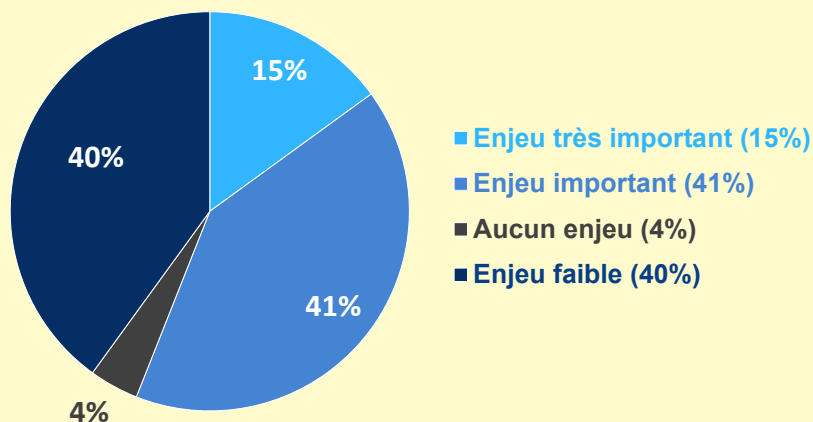
La majorité des entreprises interrogées (56%) considèrent que la certification représente un enjeu important voire très important. 91% d'entre elles considèrent que la certification permet de valoriser un savoir-faire sur le marché du travail.

Toutefois, **une partie importante des entreprises (44%) évoquent un enjeu faible de la certification voire aucun enjeu.** Certains inconvénients ont été précisés par ces entreprises. Il s'agit notamment de la **durée des formations** qui est considérée comme particulièrement longue par de nombreux professionnels. Certains s'interrogent également sur le risque de « **formatage** » associées à la mise en œuvre des certifications. La **rigidité des référentiels de certification** est abordée par certaines entreprises. La certification permet néanmoins de lever un frein que soulève plusieurs entreprises : le **financement**.

La majorité des entreprises estime que la certification représente un enjeu important

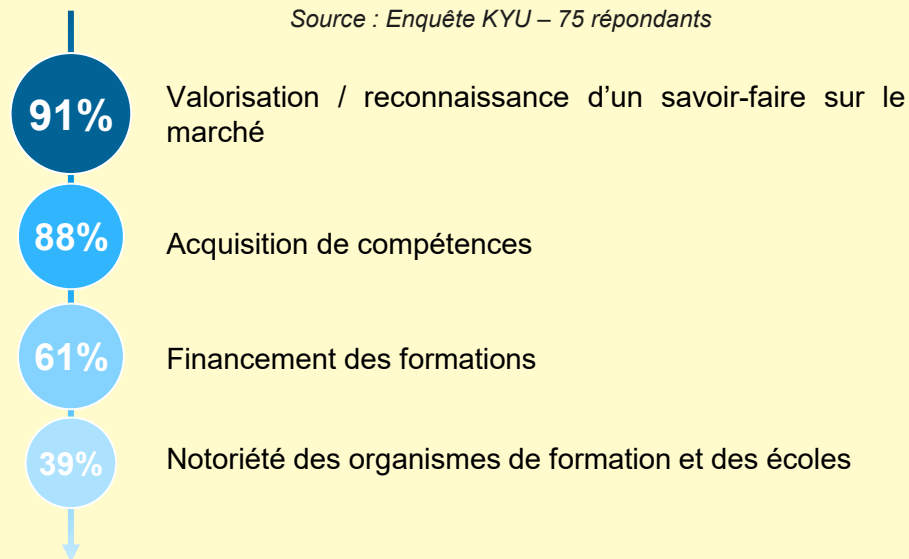
Pensez-vous que la certification représente un atout pour les professionnels ?

Source : Enquête KYU – 75 répondants



Quels sont les principaux avantages d'une certification ?

Source : Enquête KYU – 75 répondants



La majorité des entreprises interrogées (56%) considèrent que la certification représente un enjeu important voire très important. 91% d'entre elles considèrent que la certification permet de valoriser un savoir-faire sur le marché du travail.

Toutefois, **une partie importante des entreprises (44%) évoquent un enjeu faible de la certification voire aucun enjeu.** Certains inconvénients ont été précisés par ces entreprises. Il s'agit notamment de la **durée des formations** qui est considérée comme particulièrement longue par de nombreux professionnels. Certains s'interrogent également sur le risque de « **formatage** » associées à la mise en œuvre des certifications. La **rigidité des référentiels de certification** est abordée par certaines entreprises. La certification permet néanmoins de lever un frein que soulève plusieurs entreprises : le **financement**.

Précisions sur la mise en œuvre des certifications

Les résultats de l'enquête ont permis de compléter les premiers enseignements tirés des entretiens avec les professionnels quant à la mise en œuvre des certifications.



DES FORMATIONS COURTES ET MODULABLES

Les répondants à l'enquête préconisent des durées de formation **de l'ordre de 2 à 3 semaines**.



DISPENSÉES EN PRÉSENTIEL

Le mix peut également être une solution pour plusieurs répondants : une manipulation du matériel en présentiel, couplé par des cours plus théoriques en distanciel.



EN PETIT GROUPE

Les réponses varient de 2 à 10 participants par session de formation. La majorité des répondants s'accordent sur un groupe de moins de 5 personnes lorsque cela est possible. Des ateliers en studio en demi-groupe peuvent constituer une solution.



DANS DES STUDIOS ÉQUIPÉS

Les répondants sont unanimes : les lieux de formation doivent être équipés de l'ensemble des matériels radiophoniques et disposer des différents logiciels d'automatisation et de gestion.

Enjeux identifiés

Enjeux identifiés

Ces enjeux recouvrent la grande partie des évolutions auxquelles font face les structures de la radiodiffusion et qui ont des conséquences sur leurs activités, et les métiers et compétences de leurs salariés.

- 1 Répondre aux besoins en polycompétence des salariés
- 2 Accompagner les salariés dans le développement du multicanal
- 3 Accompagner les salariés dans le rapprochement de la TV et la radio
- 4 Répondre aux besoins en compétences sur l'éducation aux médias
- 5 Répondre aux besoins en compétences sur la communication de proximité
- 6 Répondre aux besoins en compétences liés à la numérisation des équipements
- 7 Accompagner les besoins en compétences des fonctions d'encadrement

Préconisations issues de l'enquête sur la création de CQP et de CCP

Rappel des attendus de France compétences

LE BESOIN

« L'opportunité doit conduire à se poser systématiquement la question suivante : **les compétences visées par le projet de certification répondent-elles à des besoins identifiés par les professionnels sur le marché ?** ».

LA COUVERTURE

« Les enregistrements doivent porter sur des compétences qui ne sont aujourd'hui **pas couverte par une certification existante**. L'analyse de l'offre de certification est primordiale pour justifier d'un enregistrement. »

LE CHAMP D'APPLICATION

Les certifications déposées au Répertoire national des certifications professionnelles préparent à **l'exercice d'un métier (CQP)**. Les certifications déposées au Répertoire spécifique préparent à des **compétences (CCP)**.

LA LÉGITIMITÉ

« Le porteur de la certification doit être légitime à déposer la certification. Dans le cas de compétence transverse à plusieurs secteurs, **une démarche interbranche est préférable** ».

A noter, France compétences lance des appels à contributions à destination des branches professionnelles pour identifier les métiers émergents ou en particulière évolution. Le processus d'enregistrement des certifications correspondantes à ces métiers est par ailleurs simplifié.

Reconnaître le savoir-faire nécessaire à l'exercice d'un métier via la création d'un CQP

Les certificats de qualification professionnelle (CQP) permettent de faire reconnaître les compétences et savoir-faire nécessaires à l'exercice d'un métier. Un CQP est créé et délivré par une ou plusieurs commissions paritaires nationales de l'emploi de branche professionnelle.

Le CQPI, créé par deux branches au minimum, permet de valider des compétences professionnelles communes à des activités professionnelles identiques ou proches. Il favorise la mobilité, la pluridisciplinarité des salariés et ainsi leur sécurisation dans l'emploi.

Depuis le 1er janvier 2019, l'enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles des CQP et CQPI, selon la nouvelle procédure prévue par la loi du 5 septembre 2018, permet **l'attribution au titulaire du CQP d'un niveau de qualification, à l'instar des diplômes et titres à finalité professionnelle enregistrés à ce même répertoire.**

A partir de la synthèse des entretiens et des retours de l'enquête, le Comité de pilotage n'a pas retenu de préconisations pour la création de CQP.

- Animateur
- Animateur-Technicien réalisateur
- Directeur d'antenne
- Directeur des programmes
- Programmateur musical
- Documentaliste
- Documentariste
- Commercial
- Attaché de promotion
- Chargé de communication
- Chef de publicité
- Responsable commercial
- Webmaster
- Chargé des réseaux sociaux
- Technicien d'exploitation
- Technicien son
- Responsable technique
- Hôte d'accueil
- Standardiste
- Comptable
- Directeur général
- Responsable des RH
- Chargé d'administration
- Journaliste
- Reporter-rédacteur-présentateur
- Rédacteur en chef
- Chargé(e) d'ateliers d'éducation aux médias

● Bien couvert ● Peu couvert ● Non couvert

Recourir aux CQP pour valoriser des métiers, quelques exemples

Un recours aux CQP pour valoriser les métiers au sein de la branche construction



1 442 368 salariés

Branches associées : Bâtiment, Négoce des matériaux de construction, Négoce de bois, Travaux publics

- 79 CQP inscrits sur la liste publiée des CPNE conjointes du Bâtiment et des travaux publics – *hors périmètre Négoce*
- 1 038 personnes admises sur les sessions des CQP en 2019

Depuis 1997, les partenaires sociaux des branches du BTP se sont engagés dans **une politique de création de Certificats de Qualification Professionnelle (CQP)** afin de renforcer l'attractivité de la profession et de fidéliser les salariés. Les exigences au RNCP ayant évolué, les branches BTP travaillent actuellement sur la refonte de leurs CQP et notamment le découpage en blocs de compétences.

Cette stratégie de certification pourrait répondre aux besoins de la branche et notamment **les besoins liés à la valorisation et à l'attractivité des métiers**. En revanche, la création d'un CQP et les procédures d'enregistrement au RNCP sont associées à des procédures administratives strictes.

Un recours aux CQP pour répondre à des besoins de professionnalisation au sein de la branche du commerce à prédominance alimentaire



634 451 salariés

- 15 CQP et 1 CQPI inscrits sur la liste publiée de la CPNE

La branche du commerce à prédominance alimentaire (CAPA) regroupe des métiers aux compétences variées. Les métiers de la branche ne répondent pas forcément à des besoins transverses.

Aujourd'hui, la branche CAPA est confrontée à **des besoins de recrutement croissants sur des métiers en tension** notamment les métiers de bouche (*boucher, boulanger, poissonnier*). La stratégie actuelle de la branche est d'accentuer la création de CQP afin de favoriser l'attractivité de ces métiers.

Cette stratégie de certification pourrait répondre aux besoins de la branche, notamment sur les **besoins de professionnalisation des métiers**. En revanche, la création d'un CQP et les procédures d'enregistrement au RNCP sont associées à des procédures administratives strictes.

Reconnaître la maîtrise d'une compétence spécifique via la création d'un CCP

Les certificats de compétence professionnelle (CCP) permettent de faire reconnaître la maîtrise d'une compétence spécifique qui répond à un **besoin complémentaire aux métiers** (*exemples : spécialisation du métier au regard des évolutions technologiques ou compétence complémentaire au métier au regard des évolutions organisationnelles telles que le tutorat*).

Le CCPI est une certification commune à plusieurs branches professionnelles. Il constitue un outil de sécurisation et de développement de compétences au service des salariés et des entreprises. Chaque CPNE reste le certificateur et est garante de ses propres modalités d'évaluation et de l'habilitation de ses organismes de formation.

Les CCP et CCPI se distinguent des CQP par leurs temps de formation relativement courts, et des modalités de certification moins complexes.

Les préconisations finales sont présentes à la page 67 du présent rapport.

Préconisations issues des entretiens et de l'enquête :

- CCP Connaître les métiers du secteur radiophonique
- CCP Réaliser des podcasts
- CCP Réaliser du contenu radiophonique pour les réseaux sociaux
- CCP Réaliser des documentaires pour une émission radio
- CCP Appliquer les techniques nécessaires à la mise en œuvre du DAB+
- CCP Filmer une émission radiophonique
- CCP Animer une émission radiophonique diffusée à la télévision
- CCP Maîtriser la communication locale
- CCP Maîtriser les différents canaux de communication
- CCP Maîtriser l'environnement numérique dans la radio
- CCP Elaborer une grille de programme
- CCP Assurer la gestion des ressources humaines au sein d'une radio
- CCP Maîtriser les montages de dossier de subventions
- CCPI Eduquer aux médias et à l'information

Recourir aux CCP pour valoriser des compétences spécifiques, quelques exemples

Un recours aux CCP dans la branche Papier carton pour répondre aux besoins complémentaires en compétences techniques



69 424 salariés

- 9 CQP, 9 CQPI, 7 CCP, 7 CCPI inscrits sur la liste publiée de la CPNE, et actuellement un travail sur la création et l'enregistrement de 7 CCP et 5 CCPI

L'Intersecteur papier carton (IPC) regroupe des métiers aux **compétences techniques très spécifiques** (*conduite de la bobineuse, préparation de pâte à papier, fabrication et contrôle de la conformité du papier*).

Le travail en cours, au sein de la branche IPC, sur la création de CCP/CCPI repose sur des **besoins actuels non-couverts** par de la formation certifiante ou des besoins en compétences émergents.

La stratégie de certification reposant sur la création de CCP pourrait répondre aux besoins en compétences actuellement **non-couverts** par l'offre de formation existante au sein de la branche, **et/ou** bien pour répondre à des **besoins en compétences émergents**.

Un recours aux CQPI / CCPI dans la branche de la métallurgie pour répondre à des besoins en compétences transverses au sein du secteur de l'industrie



1 582 173 salariés

- 164 CQP/CQPI et CCP/CCPI inscrit sur la liste publiée de la CPNE

La stratégie de certification de la métallurgie repose essentiellement sur des certifications interbranches notamment des branches de l'OPCO 2i. En effet, dans le secteur industriel, **de nombreux métiers peuvent être présents dans plusieurs branches** (CQPI Opérateur/trice en maintenance industrielle, CQPI Coordinateur/trice de système qualité, sécurité, environnement, CQPI Chargé(e) de projets industriels). La branche de la métallurgie complète son offre de certification par des CCPI (avec l'IPC notamment).

Cette stratégie de certification interbranche pourrait répondre aux besoins de la branche sur des besoins en compétences **transverses** à plusieurs secteurs par exemple les activités de ménage dans l'hôtellerie-restauration par exemple.

6

Préconisations

- ▶ Matrice de priorisation proposée lors du groupe de travail
- ▶ Propositions issues du groupe de travail
- ▶ Méthodologie de la fiche détaillée par CCP
- ▶ Précisions sur les CCP proposés
- ▶ Recommandations sur le déploiement des certifications

Matrice de priorisation proposée lors du groupe de travail

Pertinence

Note : de 0 à 5, à attribuer lors du GT

Qualification du besoin :

- « Tension au recrutement » : Compétence identifiée comme difficile à trouver sur le marché
- « Professionnalisation » : Compétence acquise avec l'expérience qui permet une optimisation du travail ou une montée hiérarchique
- « Polycompétence » : Compétence qui permet de maîtriser plusieurs activités
- « Émergence » : Compétence qui prend de plus en plus d'importance
- « Importance » : Compétence qui répond aux besoins d'un volume important d'apprenants potentiels

La création d'une certification peut répondre à différents types de besoin.

Faisabilité

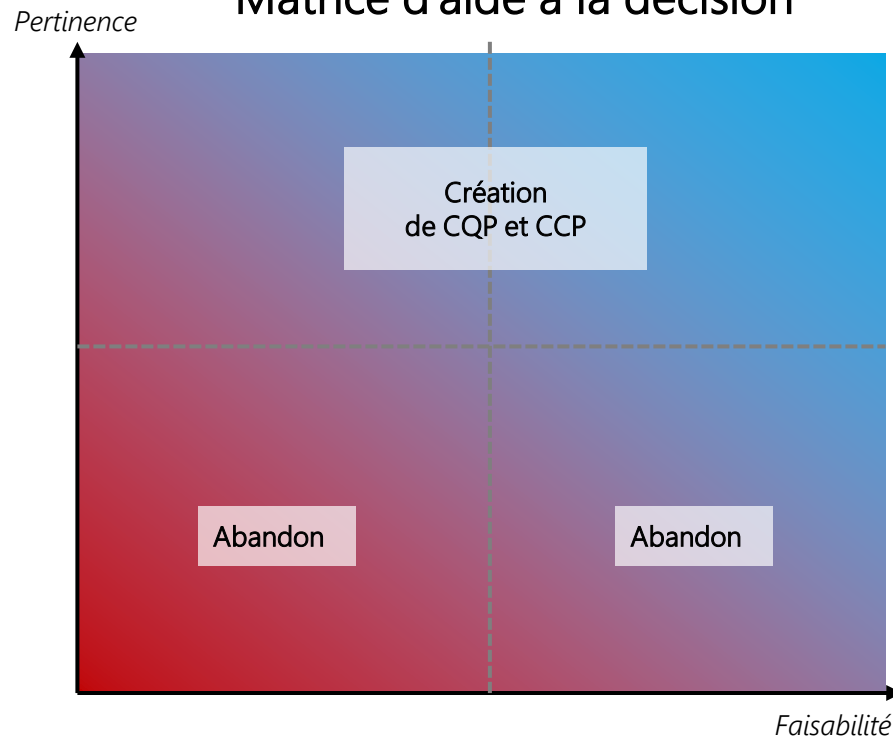
Note : de 0 à 5, à attribuer lors du GT

Quantification du besoin :

- « **Pratique** » : Des plateaux techniques existent-ils déjà pour mettre en œuvre cette formation ?
- « **Partenaires** » : Quels pourraient être les partenaires (OF, écoles) ?

La création d'une certification nécessite un fort besoin d'ingénierie de formation.

Matrice d'aide à la décision



Propositions issues du groupe de travail : création de 6 CCP

PROPOSITION ISSUE DES ENTRETIENS ET DE L'ENQUÊTE	PERTINENCE	FAISABILITÉ	PROPOSITION À LA SUITE DU GROUPE DU TRAVAIL
	NOTE	NOTE	
CCP Maîtriser l'environnement numérique	4,75	5	Création d'un CCP « Maîtriser l'environnement numérique de la radio »
CCP Maîtriser les infrastructures numériques	3,89	3,78	
CCP Appliquer les techniques nécessaires à la mise en œuvre du DAB+	3,11	3,44	
CCP Maîtriser une communication de proximité locale	4,4	3,3	Création d'un CCP « Promouvoir une communication sociale de proximité »
CCP Réaliser des contenus radiophoniques pour le web et pour les réseaux sociaux	3,7	3,4	Création d'un CCP « Réaliser les supports additifs pour la mise en ligne des contenus radiophoniques sur le web, les réseaux sociaux et les plateformes » *
CCP Maîtriser les montages de dossier de subventions	4,11	3,67	Création d'un CCP « Développer les sources de financement de la radio »
CCP Commercialiser une offre digitale radio*	3,11	3,44	
CCP Réaliser des documentaires pour une émission radio	3,56	3,22	Création d'un CCP «Réaliser des documentaires pour une émission radio »
CCP Élaborer une grille de programme	3,67	3	Création d'un CCP « Elaborer une grille de programme » *
<i>CQP Programmeur musical</i>	2,8	2,5	<i>Proposition non retenue</i>
<i>CCP Assurer la gestion des ressources humaines au sein d'une radio</i>	3	2,33	<i>Proposition non retenue</i>
<i>CCP Animer une émission radiophonique filmée à la radio</i>	2,43	2,86	<i>Proposition non retenue</i>
<i>CCP Connaître les métiers du secteur radiophonique</i>	2,71	2,41	<i>Proposition non retenue</i>

* Des modules de formation sur cette thématique existent au sein du CQP Animateur radio.

Méthodologie de la fiche détaillée par CCP

Titre de la certification

Exemple - CCP Elaborer une grille de programme

Notes de faisabilité et pertinence qui ont été établies lors d'un groupe de travail



Évaluation de l'intérêt en GT :
Pertinence : 3,67 / 5
Faisabilité : 3 / 5



Typologie de besoin :
Tension au recrutement, professionnalisation, polyvalence

Besoin(s) identifié(s) au(x)quel(s) répond le CCP parmi : tension au recrutement; émergence; professionnalisation, polycompétence

----- CONTEXTE DE LA CRÉATION -----

Cette proposition de CCP répond à un des enjeux identifiés dans le cadre de cette étude sur les **besoins en polycompétence** des salariés. L'élaboration de grille de programme est apparue à travers l'étude comme une compétence majeure afin de valoriser l'antenne, et une des compétences cœur métier.

Néanmoins, certains professionnels ont indiqué que l'offre de formation sur cette compétence ne permettait pas à chacun des professionnels de maîtriser correctement la gestion de sa grille de programme. Dans ce contexte, il a été préconisé de créer une certification spécifique.

Caractérisation de l'opportunité de création et articulation avec d'éventuelles certifications professionnelles existantes

Première ébauche de référentiel d'activités liées à la compétence afin de préciser le périmètre de la certification

• **Activités liées au CCP :**

- ❖ Conception et gestion de la grille de programme
- ❖ Mise en valeur et communication autour de la grille de programme



PUBLICS VISÉS

Secteur : radiodiffusion

Salariés : animateur, animateur-technicien réalisateur, directeur des programmes

Secteurs et salariés visés par la certification

Niveau de priorité établi par les membres du COPIL

• **Niveau de priorité : à déterminer**

CCP Maîtriser l'environnement numérique de la radio



Évaluation de l'intérêt en GT :

Pertinence : 4,63 / 5

Faisabilité : 4,5 / 5

Note minimale : 4

Note maximale : 5



Typologie de besoin :

Professionnalisation

----- CONTEXTE DE LA CRÉATION -----

Cette proposition de CCP répond à un besoin complémentaire de compétences liées à la **numérisation des équipements**.

Par exemple, **face à l'automatisation des régies, la maîtrise des évolutions techniques des outils utilisés est indispensable**.

Au sein de ce CCP, seront traitées la maîtrise des infrastructures numériques et la maîtrise des outils numériques. Les modules de formation pourront évoluer d'une année sur l'autre en fonction des évolutions technologiques. Dans un premier temps, un focus particulier pourra par exemple être enseigné sur la mise en œuvre du DAB+ et la gestion de données associées.

Activités liées au CCP :

- ❖ Maîtrise des infrastructures informatiques (régies automatisées)
- ❖ Maîtrise des évolutions techniques des outils (logiciels, tables de mixages, outil de programmation)
- ❖ Mise en œuvre des technologies numériques (liaisons IP, podcast, DAB+)



PUBLICS VISÉS

Secteur : radiodiffusion

Salariés : Animateur,
Animateur-Technicien
réalisateur

Niveau de priorité à date : Priorité 1

CCP Promouvoir une communication sociale de proximité



Évaluation de l'intérêt en GT :

Pertinence : 4,4 / 5

Faisabilité : 3,3 / 5

Note minimale : 2

Note maximale : 5



Typologie de besoin :

Professionalisation

CONTEXTE DE LA CRÉATION

Cette proposition de CCP répond à un besoin de compétences liées à la **communication de proximité** des radios associatives et des antennes locales de France Bleu. En effet, la communication sociale de proximité constitue, pour ces dernières, une **mission de service public** dans la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication.

Afin de répondre à cette mission de service public, les professionnels ont besoin d'une formation appropriée notamment pour favoriser les échanges entre les groupes sociaux et culturels, l'expression des différents courants socioculturels, le soutien au développement local, la protection de l'environnement ou la lutte contre l'exclusion.



PUBLICS VISÉS

Secteur : radiodiffusion, journalisme

Salariés : animateur, animateur-technicien réalisateur, journaliste, responsable des programmes, directeur d'antenne, coordinateur multimédia

Activités liées au CCP :

- ❖ Conception d'une communication sociale de proximité
- ❖ Production des outils de communication de proximité
- ❖ Animation d'une communication sociale de proximité
- ❖ Valorisation des contenus liés à la communication sociale de proximité

Niveau de priorité à date : Priorité 1

CCPI Eduquer aux médias et à l'information



----- CONTEXTE DE LA CRÉATION -----

Cette proposition de CCP répond à un **besoin de compétences liées à l'éducation aux médias et à l'information**. La question de la formation à l'éducation aux médias et à l'information devient chaque jour plus prégnante, soulevée en 2019 par le CESE, elle fut l'un des sujets centraux de la dernière conférence nationale du journalisme. Elle est aujourd'hui soulignée lors de cette étude sur les besoins en polycompétence des professionnels de la radiodiffusion.

Le professionnel en charge d'animer une atelier d'éducation aux médias et à l'information doit mobiliser plusieurs compétences spécifique relatives à l'enseignement de l'histoire et du fonctionnement des médias (création de supports pédagogiques, développement d'un regard critique sur sa propre profession, ..) et à l'animation d'ateliers de fabrique médiatique (conception d'ateliers pratiques, encadrement de groupe, etc.).

Activités liées au CCPI :

- ❖ Elaboration de supports pédagogiques spécifiques à l'EMI
- ❖ Animation et encadrement d'ateliers d'éducation aux médias



PUBLICS VISÉS

Secteur : audiovisuel et presse

Salariés : Animateur,
Journaliste

Travaux de création de la certification initié dès le mois de janvier 2021

Niveau de priorité à date : Priorité 1

CCP Réaliser les supports additifs pour la mise en ligne des contenus radiophoniques sur le web, les réseaux sociaux et les plateformes

CCP Réaliser les supports additifs pour la mise en ligne des contenus radiophoniques sur le web, les réseaux sociaux et les plateformes



Évaluation de l'intérêt en GT :

Pertinence : 3,7 / 5

Faisabilité : 3,4 / 5

Note minimale : 2

Note maximale : 5



Typologie de besoin :

Polycompétence

----- CONTEXTE DE LA CRÉATION -----

Cette proposition de CCP répond aux besoins de compétences liées à la **réalisation de contenus radio pour une diffusion multicanale**. Par exemple, la création de différents formats (podcast ou émissions télévisées), l'adaptation d'émissions pour une diffusion sur les réseaux sociaux et la **maîtrise des nouveaux canaux d'information** (plateformes, réseaux sociaux, etc.).

Ce CCP répond à une nouvelle tendance de consommation de la radiodiffusion. Ainsi, en 2020, la consommation digitale de la radio a poursuivi sa progression avec une durée d'écoute qui a augmenté de 17% par rapport à 2019 selon l'ACPM (Audience et dénombrement des médias). Assurer une présence digitale à la radio permet de sécuriser les emplois du secteur.

Activités liées au CCP :

- ❖ Maîtrise de l'écosystème des réseaux sociaux
- ❖ Conception de contenus spécifiques au podcast et mise en ligne associée
- ❖ Valorisation des contenus à publier sur le web, les réseaux sociaux et les plateformes

Niveau de priorité à date : Priorité 2



PUBLICS VISÉS

Secteur : radiodiffusion, tout autre secteur intéressé par la création de podcast ou de contenus web

Salariés : Animateur, Animateur-Technicien réalisateur, Journaliste, Réalisateur concepteur, Producteur

CCP Développer les sources de financement de la radio



Évaluation de l'intérêt en GT :

Pertinence : 3,11 / 5

Faisabilité : 3,44 / 5

Note minimale : 2

Note maximale : 5



Typologie de besoin :

Polycompétence

----- CONTEXTE DE LA CRÉATION -----

Cette proposition de CCP répond à un besoin de compétences liées à la diversification des sources de financements et aux évolutions réglementaires, notamment dans les recherches de subventions.

Face aux difficultés de financement que connaissent les professionnels du secteur, les compétences de recherche de financements (subventions, mécénat, monétisation de programmes, ...) seront fortement demandées. Ces compétences seront d'autant plus valorisées que des investissements sont nécessaires au sein des stations pour poursuivre la voie de la digitalisation.

Aussi, la **maîtrise des différentes sources de financement sera particulièrement nécessaire pour développer l'économie du média radio.**

Activités liées au CCP :

- ❖ Maîtrise de l'écosystème des financements du secteur (réseaux, partenariats, subventions et diversifications des ressources financières)
- ❖ Valorisation de l'antenne (marketing d'antenne, écriture commerciale)
- ❖ Recherche de financements et montage de dossier



PUBLICS VISÉS

Secteur : radiodiffusion

Salariés : Fonctions supports

Niveau de priorité à date : Priorité 2

CCP Réaliser des documentaires pour une émission radio



Évaluation de l'intérêt en GT :

Pertinence : 3,56 / 5

Faisabilité : 3,22 5

Note minimale : 1

Note maximale : 5



Typologie de besoin :

Polycompétence

----- CONTEXTE DE LA CRÉATION -----

Cette proposition de CCP répond à un besoin de compétences liées à la **réalisation de documentaires pour une émission radio** et à ses différents modes de diffusion (linéaire, plateformes, réseaux sociaux).

Genre marginal empruntant tant au radioreportage qu'à l'art sonore, le documentaire sonore s'est d'abord développé dans le secteur public radiophonique avant de trouver sa place dans le secteur radiophonique associatif. Il connaît aujourd'hui un développement exponentiel grâce à l'apparition du numérique qui permet l'écoute des documentaires radio en différé (podcast, streaming).

Le professionnel réalisant des documentaires sonores mobilise plusieurs compétences spécifiques, liées à la création du documentaire (conception du sujet, enregistrements sonores, montage audio,...) et à sa valorisation (habillage du documentaire, communication multicanale, etc...).

Activités liées au CCP :

- ❖ Choix du sujet et écriture d'un documentaire sonore
- ❖ Montage d'un documentaire et techniques associées



PUBLICS VISÉS

Secteur : radiodiffusion

Salariés : Animateur,
Animateur-Technicien
réalisateur, Journaliste

Niveau de priorité à date : Priorité 3

CCP Elaborer une grille de programme



Évaluation de l'intérêt en GT :

Pertinence : 3,67 / 5

Faisabilité : 3 / 5

Note minimale : 0

Note maximale : 5



Typologie de besoin :

Professionnalisation

----- CONTEXTE DE LA CRÉATION -----

Cette proposition de CCP répond à un besoin en compétences lié à la gestion d'une grille de programme, de son élaboration à la gestion de ses composantes.

La grille des programmes regroupe l'intégralité des programmes d'une chaîne ou d'un ensemble de chaîne, sur une période de temps donnée. Le professionnel en charge de l'élaboration de cette grille doit mobiliser plusieurs compétences spécifiques relatives à la création d'une grille de programmes en fonction d'une identité de chaîne et de ses audiences. Le professionnel a pour objectif de mener à bien ses projets et de les valoriser.

Activités liées au CCP :

- ❖ Conception et gestion de la grille de programme
- ❖ Gestion de projet
- ❖ Mise en valeur et communication autour de la grille de programme



PUBLICS VISÉS

Secteur : radiodiffusion

Salariés : Animateur,
Animateur-Technicien
réalisateur, Directeur des
programmes

Niveau de priorité à date : Priorité 3

Recommandations sur le déploiement des certifications



FAVORISER AUTANT QUE POSSIBLE L'INTERBRANCHE

La création d'un *CCPI Eduquer aux médias et à l'information* est un projet initié par la section journalisme de la CPNEF de l'audiovisuel, depuis février 2020, avec la CPNEF de la presse et la CPNEJ. C'est un bel exemple des opportunités de l'interbranche, très apprécié par France compétences, bien que nécessitant parfois des temps plus longs de concertation.



S'APPUYER SUR LE CQP ANIMATEUR RADIO

S'appuyer sur le CQP Animateur radio comme un « socle de base », et valoriser les CCP comme des compléments à destination des anciens, actuels et futurs stagiaires de ce CQP mais aussi à des professionnels n'ayant pas passé le CQP. Cette double entrée nous semble intéressante.



SE RÉFÉRER À L'OUTIL DE CARTOGRAPHIE

L'outil de cartographie, un des livrables de l'étude, recense l'offre de formation existante. S'y référer permet de montrer l'inadéquation entre les besoins remontés par les professionnels et l'offre existante, et permet de justifier de la non-couverture de l'offre actuelle auprès des France compétences.

NOTRE ENGAGEMENT

A travers notre participation au Pacte Mondial des Nations Unies, nous souhaitons faire progresser les pratiques en termes de respect des droits de l'homme, des normes du travail, de protection de l'environnement et de lutte contre toutes les formes de corruption.



KYU Associés, Conseil en Management

136, Boulevard Haussmann – 75008 Paris
+ 33 1 56 43 34 33
www.kyu.fr

