

Observatoire

des métiers de l'audiovisuel

ANIMATEUR RADIO PROFIL ET PARCOURS DES SALARIES, BESOINS EN RECRUTEMENT DES ENTREPRISES

Étude établie par
Audiens et Afdas

Décembre 2016

Afdas.



Commission
paritaire nationale
emploi formation
de l'audiovisuel



SOMMAIRE

Introduction.....	2
I- Les animateurs radio, qui sont-ils ?.....	7
I-1. Données de cadrage	7
I-2. Profil des animateurs radio	8
II- Les animateurs radio : quels sont leurs parcours professionnels.....	15
III- Focus sur les formés au CQP Animateur radio	21
IV- Perspectives d'emploi	24
V- Conclusions et recommandations	29

INTRODUCTION

Contexte

Un certificat de qualification professionnel (CQP) animateur radio a été créé le 01/07/2010 par la Commission paritaire nationale emploi et formation (CPNEF) de l'audiovisuel. Cette décision s'est appuyée sur les conclusions de l'étude d'opportunité portant sur la création d'un CQP pour l'animation d'antenne radio, réalisée en 2008 par NPA Conseil¹.

La CPNEF de l'audiovisuel a considéré qu'il y avait un besoin de qualification non couvert par les certifications existantes et que les possibilités d'emploi étaient suffisantes.

A la suite d'un appel à propositions national auprès des organismes de formation, l'Institut national de l'audiovisuel (INA) a été sélectionné pour dispenser la formation et l'accompagnement à la validation des acquis de l'expérience (VAE) menant à la certification CQP animateur radio.

Le CQP a été enregistré au Registre national des certifications professionnelles de la Commission nationale de certification professionnelle le 14/04/2012 pour une période de 5 ans. Cet enregistrement a été souhaité afin de donner au CQP une valeur au-delà de la radiodiffusion privée et publique et afin d'ouvrir l'obtention du CQP par la voie de la VAE.

La formation a la particularité d'être en alternance. Elle est donc destinée aux professionnels en poste qui souhaiteraient se professionnaliser et à des primo-salariés. Les modes de financements sont notamment le contrat de professionnalisation, la période de professionnalisation, le congé individuel de formation et le compte personnel de formation.

L'exigence de la formation réside dans l'articulation entre apprentissage en centre de formation et apprentissage en entreprise, ce qui requiert, côté employeur, la désignation d'un tuteur pour accompagner l'apprenant et assurer les allers et retours avec le référent en centre de formation.

La CPNEF de l'audiovisuel et plus spécifiquement la section professionnelle de la radiodiffusion qui regroupe les organisations de salariés et d'employeurs privés et publics, a mis en place un comité de suivi pour accompagner et contrôler que la formation qui mène au CQP corresponde aux attendus des référentiels et puisse dans le même temps s'adapter aux évolutions du métier.

¹ Etude d'opportunité sur la création d'un CQP animateur radio, disponible sur http://www.cpnef-av.fr/docs/pdf/Etude_opportunit%C3%A9_CQP_AR_ac_pa.pdf

Durée de la formation : 686 heures soit 98 jours répartis :

- 420h en centre de formation
- 266h en entreprise

Aujourd'hui, il y a eu 6 promotions soit 71 stagiaires, une session de formation a été réalisée dans la région Grand Est. Chaque session accueille entre 12 et 16 stagiaires.

67 sont certifiés dont 2 par la VAE.

Le CQP animateur radio bénéficie d'un bon écho au sein de la branche et une grande partie des entreprises radio le plébiscitent.

L'agrément de l'INA court jusqu'en avril 2017. Au 1er trimestre 2017, la CPNEF de l'audiovisuel souhaite relancer un appel à propositions pour une nouvelle période d'agrément de 4 années.

La CPNEF de l'audiovisuel a besoin de s'appuyer sur des éléments objectifs pour préciser le nombre de centre de formation qui pourra être agréé pour la prochaine période de 4 ans.

Objectif de l'étude

Dans ce contexte, a été posée la question de savoir s'il est nécessaire d'ouvrir le CQP animateur radio à un plus grand nombre de stagiaires. Est-ce que les conclusions de NPA Conseil restent d'actualité 8 ans après ?

La CPNEF de l'audiovisuel souhaite savoir s'il est opportun, au regard des possibilités d'emploi dans le secteur, de délivrer un plus grand nombre de CQP et donc d'agréer un nombre plus important de centre de formation.

Pour répondre à cette objectif, la CPNEF de l'audiovisuel souhaite mieux connaître la population des animateurs radio et leur parcours et identifier les perspectives d'emploi.

Ces données nourriront la réflexion de la CPNEF de l'audiovisuel, qui pourra décider d'accroître ou de maintenir le nombre de sessions de formation par an, et donc le nombre d'organismes de formation à agréer.

SOURCE ET METHODE

La CPNEF de l'audiovisuel a souhaité développer cette étude selon deux volets, l'un statistique et le second à partir d'une enquête.

Volet statistique

Pour rappel, en 2008, NPA Conseil avait travaillé sur des estimations pour estimer le nombre d'animateurs radio. Aujourd'hui, la CPNEF de l'audiovisuel a souhaité s'appuyer sur des données statistiques et a donc pour cela fait appel à Audiens, groupe professionnel des secteurs de la culture et des médias.

Toutes les données d'emploi d'Audiens de ce rapport sont produites sur la base des déclarations des entreprises (Déclarations Nominatives Annuelles des salaires, DNA), et particulièrement celles envoyées sous la norme informatique « Déclaration Automatisée de Données Sociales Unifiée », DADS-U.

En tant que groupe professionnel, les entreprises des secteurs de la culture de la communication et des médias adhèrent aux institutions de retraite complémentaire d'Audiens. Tous les ans, elles doivent retourner leur déclaration nominative annuelle des salaires qui permet d'attribuer les points de retraite à chaque salarié.

Ces déclarations renseignent notamment, pour chaque période d'activité déclarée : l'identité du salarié, la date de début et de fin d'activité, la catégorie professionnelle ainsi que le salaire brut (après abattement pour frais professionnels pour les professions qui peuvent bénéficier de cette déduction).

Les revenus issus des éventuelles allocations chômage ou des congés payés n'apparaissent pas dans cette étude.

Tous les salariés en CDD d'usage sont déclarés en retraite complémentaire à Audiens. En revanche, certains employeurs peuvent être adhérents à une autre caisse de retraite complémentaire pour leur personnel permanent. C'est notamment le cas pour certaines radios en régions qui, historiquement, adhéraient à des caisses locales et celles-ci appartiennent depuis à d'autres caisses nationales. Ces populations ne pourront donc pas apparaître dans ce rapport.

L'intitulé de l'emploi contenu uniquement dans les DADS-U est une donnée indispensable pour identifier les animateurs radio. Cette identification passe par l'utilisation d'une dénomination claire « animateur » dans l'intitulé.

D'autres intitulés ont été proposés pour cette sélection (collaborateurs d'émissions, intervenants occasionnels et coordinateurs d'antenne) mais il s'avère complexe de les ajouter au périmètre car ces salariés ont une autre activité principale dans le champ ou hors champs et leur activité n'est pas exclusivement de l'animation d'antenne. Le

volume de ces salariés est de 2 500. Il a donc été préféré de travailler sur les salariés dont on est certain de l'activité d'animation d'antenne.

Pour cette étude, nous ne disposons donc pas de la totale exhaustivité des périodes d'activité puisque toutes les entreprises n'utilisent pas ce support de déclaration : en moyenne, par année, le taux de recouvrement DADS-U par rapport à l'ensemble des déclarations est de 87% sur le nombre d'entreprises et 98% sur la masse salariale, la représentativité est donc bonne.

A noter aussi que l'on ne dispose **pas de données sur les travailleurs non salariés (bénévoles, auto-entrepreneurs...)**

Quelques précisions

La combinaison de plusieurs critères permet de définir le périmètre des entreprises concerné par cette étude, soit la branche de la radiodiffusion dans lequel nous sélectionnons les animateurs :

- la convention collective déclarée par l'employeur ;
- l'adhésion à un régime conventionnel prévoyance à Audiens ;
- le code NAF attribué par l'Insee ;
- l'activité principale déclarée par l'employeur au moment de son adhésion à Audiens (nomenclature interne à Audiens) ;
- l'adhésion syndicale qui peut être un indice.

Unité de comptage : un SIRET correspond à une radio.

Il est tout de même possible que certains groupes de radio déclarent de façon agrégée leur personnel et donc qu'il ne soit pas aisé d'obtenir exactement le nombre de radios relevant de ces entités.

Les masses salariales représentent les salaires bruts non plafonnés après abattement pour frais professionnels déclarés par les entreprises.

Les catégories de radio :

- **Catégorie A** : services de radios associatifs accomplissant une mission de communication sociale de proximité et dont les ressources commerciales provenant de la publicité de marque ou de parrainage sont inférieurs à 20% de leur chiffre d'affaires total
- **Catégorie B** : services de radio locaux ou régionaux indépendants ne diffusant pas de programme à vocation nationale identifié
- **Catégorie C** : services de radio locaux ou régionaux diffusant le programme d'un réseau thématique à vocation nationale
- **Catégorie D** : services de radio thématiques à vocation nationale
- **Catégorie E et service publique** : services radiophoniques généralistes à vocation nationale et sociétés relevant du secteur public de la communication audiovisuelle, ces deux périmètres sont exclus du champ d'application de la convention de la radiodiffusion

5 web radios ont été recensées dans nos déclarations regroupant moins d'une dizaine d'animateurs salariés : les volumes associés étant trop faibles, les données de ces entités ne feront pas partie de l'étude.

A noter que le périmètre **s'enrichit sur les années 2014 et 2015 des animateurs des DOM TOM** déclarés par RFO (Catégorie E). Ces données ne sont pas récupérées les années précédentes car font l'objet de déclarations distinctes pour chaque radio locale et sont difficiles à agréger, contrairement aux déclarations 2014 et 2015 qui sont regroupées sur un même siret et pour lesquels les intitulés de poste d'animateurs sont unifiés.

Volet enquête auprès des radios

Le deuxième volet de l'étude s'intéresse aux perspectives d'emploi et aux besoins de recrutement.

La CPNEF de l'audiovisuel a confié à l'Afdas, la mise en forme, l'envoi et l'analyse d'une enquête en ligne, dont les 14 questions ont été élaborées avec le Comité de pilotage. (Cf. Annexe 1)

L'objectif est double : caractériser le profil des animateurs radio en poste et identifier les besoins en recrutement des entreprises.

L'enquête a été transmise aux 762 entreprises radio, enregistrées comme des entreprises ayant déclarées une masse salariale sur l'exercice précédent, dans la base Afdas. Ce chiffre correspond aux 756 radios identifiées dans la base Audiens (Cf. A- 1).

Accessible en ligne du mois de juin à aout 2016, l'enquête a été transmise aux directeurs de radio et aux responsables ressources humaines.

A noter que le lien vers l'enquête a été relayé par les organisations d'employeurs faisant partie du Comité de pilotage, ainsi des entreprises ayant une activité de radio mais n'ayant pas déclaré de masse salariale ont pu répondre à l'enquête.

115 entreprises ont répondu à l'enquête en ligne, soit un taux de réponse de 15%, ce qui est relativement courant et satisfaisant pour cette modalité d'investigation.



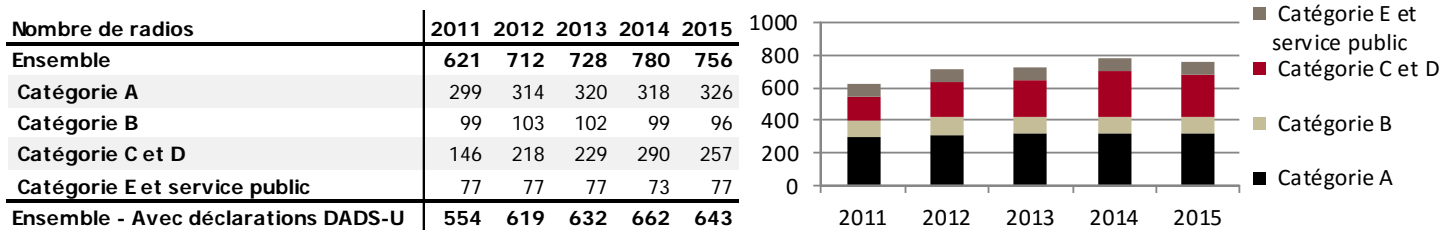
I- LES ANIMATEURS RADIO, QUI SONT-ILS ?

Dans un premier temps, nous allons étudier les profils des personnes exerçant une activité d'animation d'antenne.

En 2015, plus de 1 300 personnes ont été déclarées en tant qu'animateurs de radio

I-1. Données de cadrage

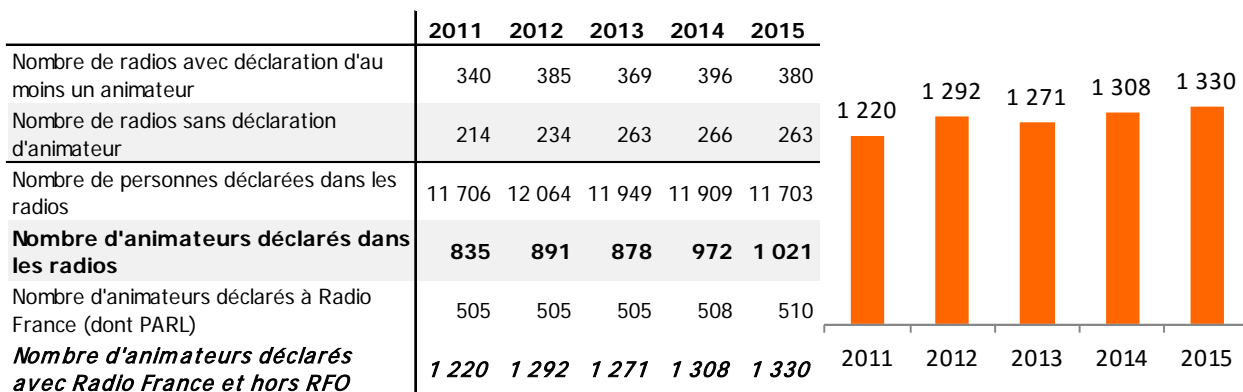
A1 - Nombre de radios déclarant du personnel à Audiens



Lecture : 756 radios ont déclaré du personnel à Audiens en 2015, dont 326 étaient des radios associatives (catégorie A).

Les radios de catégorie A constituent la majeure partie des radios recensées dans les déclarations (43% en 2015), devant les radios de catégorie C et D qui regroupent l'ensemble des entités régionales des radios à vocation nationale.

A2 - Nombre d'animateurs recensés dans les radios



Lecture : En 2015, sur les 643 radios recensées via les DADS-U, 380 ont déclaré au moins un animateur. En global, cela représente 1 021 personnes.

Note : Radio France ne déclare que les journalistes et le personnel intermittent et pigiste auprès d'Audiens en retraite complémentaire mais le reste de son personnel cadre et non cadre permanent, les PARL (Personnel d'antenne des radios locales) ne figurent pas dans les déclarations Audiens. L'information mentionnée dans le tableau ci-dessus a été récupérée auprès de Sophie Coudreuse, responsable du pôle RH à Radio France. Une centaine de personnes figurent dans les deux comptages.

Aussi, les animateurs de RFO ne sont comptabilisés dans les déclarations qu'à partir de 2014.

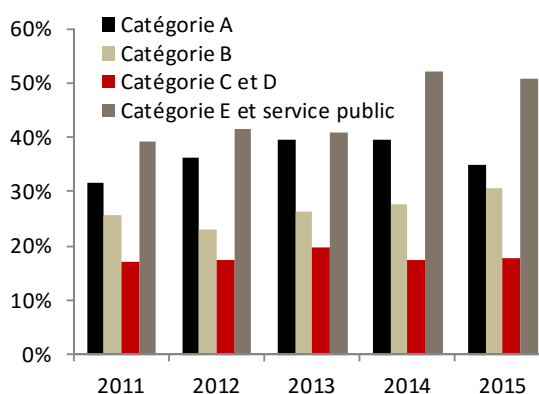
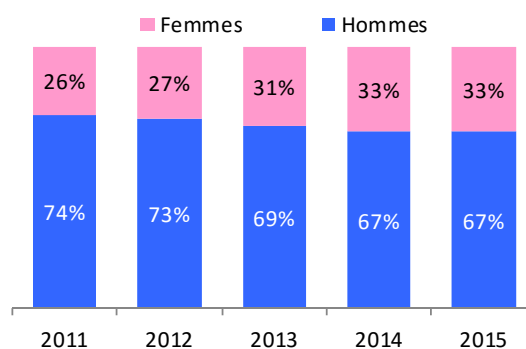
La dernière ligne du tableau permet d'avoir une évolution à périmètre constant : avec les données de Radio France et sans les données de RFO.

Le nombre d'animateurs n'a pas beaucoup évolué en 5 ans (+9% à champ constant) et se situe autour de 1 300 personnes.

I-2. Profil des animateurs radio

A3 - Répartition hommes/femmes parmi les animateurs et part des femmes dans les radios par catégorie

	2011	2012	2013	2014	2015
Ensemble	835	891	878	972	1 021
Ensemble avec Radio France et hors RFO	1 220	1 292	1 271	1 308	1 330
Hommes	617	646	610	653	688
Femmes	218	245	268	319	333
Hommes	74%	73%	69%	67%	67%
Femmes	26%	27%	31%	33%	33%
Catégorie A					
Ensemble	222	263	275	289	320
Hommes	152	168	166	175	208
Femmes	70	95	109	114	112
Hommes	68%	64%	60%	61%	65%
Femmes	32%	36%	40%	39%	35%
Catégorie B					
Ensemble	141	156	163	185	183
Hommes	105	120	120	134	127
Femmes	36	36	43	51	56
Hommes	74%	77%	74%	72%	69%
Femmes	26%	23%	26%	28%	31%
Catégorie C et D					
Ensemble	334	361	318	311	310
Hommes	277	298	255	257	255
Femmes	57	63	63	54	55
Hommes	83%	83%	80%	83%	82%
Femmes	17%	17%	20%	17%	18%
Catégorie E et service public					
Ensemble	151	125	132	194	220
Ensemble avec Radio France et hors RFO	534	523	520	530	527
Hommes	92	73	78	93	108
Femmes	59	52	54	101	112
Hommes	61%	58%	59%	48%	49%
Femmes	39%	42%	41%	52%	51%

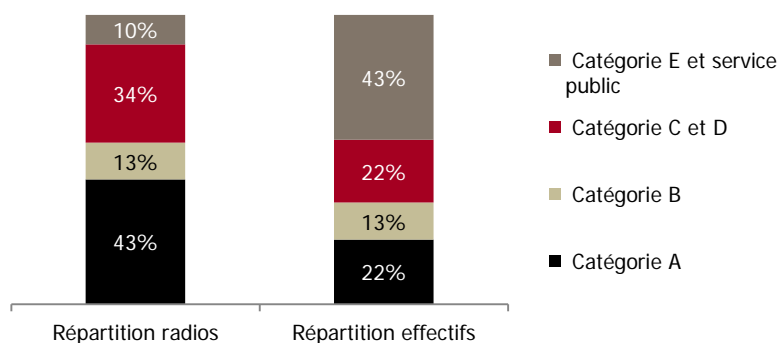


Lecture : En 2015, la part des femmes parmi les animateurs radio dans l'ensemble des radios est de 33%.

En 2015, la part des femmes animatrices dans les radios de catégorie A est de 35%.

La proportion de femmes parmi les animateurs radio a tendance à augmenter : 26% dans les effectifs 2011, 33% en 2015.

A4 - Comparaison du nombre de radios aux effectifs par catégorie de radio en 2015

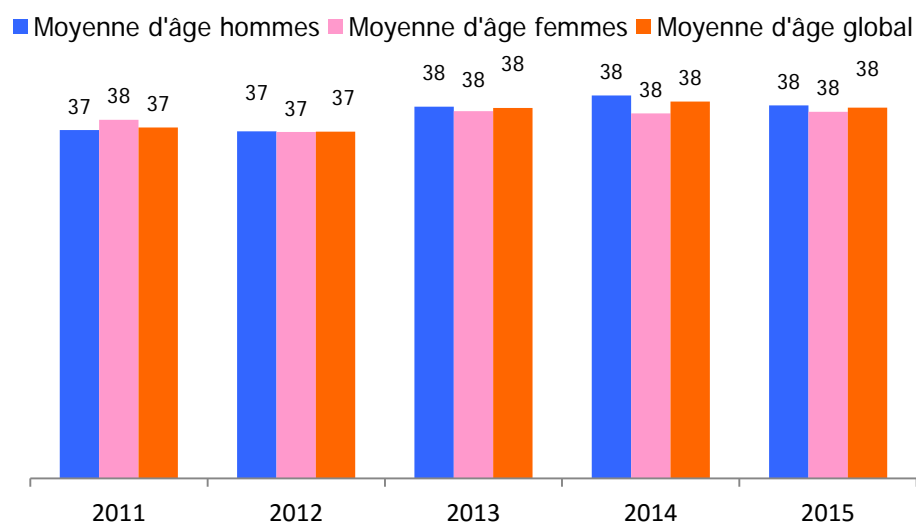


Lecture : En 2015, 43% des radios de catégorie A concentraient 22% des effectifs des animateurs.

Les radios de catégorie A qui sont les plus représentées en nombre (43%) ne concentrent que 22% des effectifs des animateurs.

A l'inverse, les radios de catégorie E et du service public regroupent 10% des radios pour 43% des animateurs.

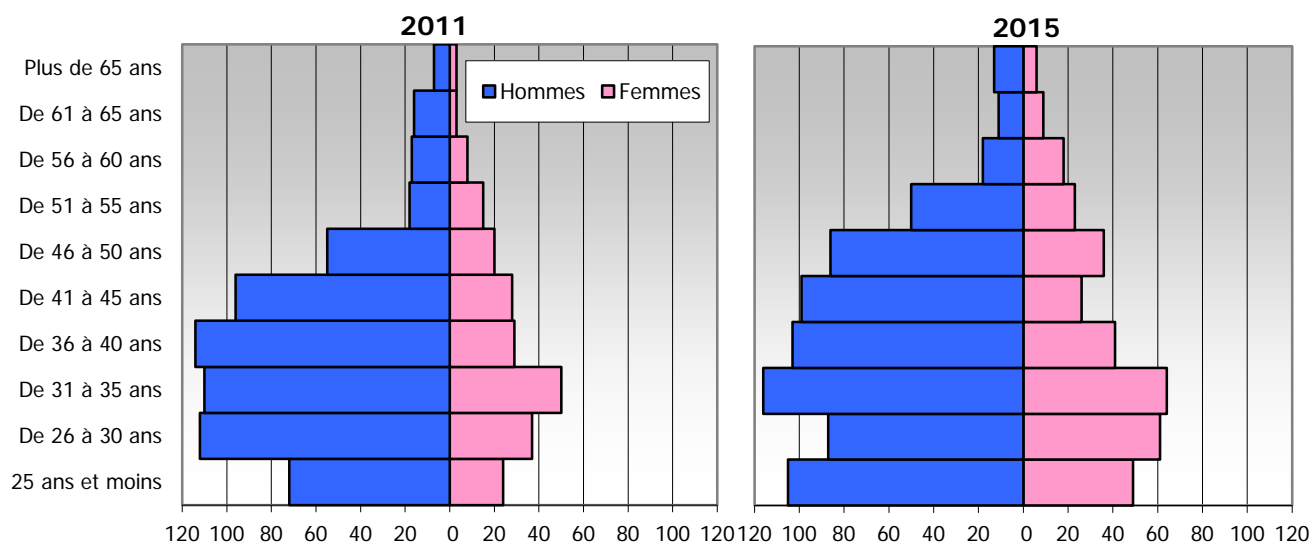
A5 - Moyenne d'âge des animateurs radio par sexe et par année



Lecture : La moyenne d'âge des hommes animateurs radio en 2011 est de 37 ans.

La moyenne d'âge des animateurs oscille autour de 37-38 ans sur la période étudiée.

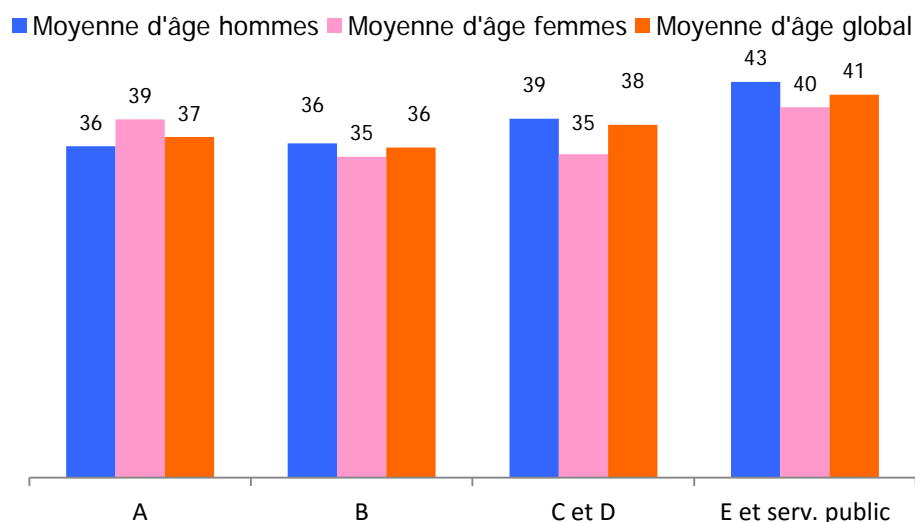
A6 - Pyramide des âges des animateurs radio



Lecture : 72 hommes exerçant une activité d'animateur radio ont 25 ans et moins en 2011.

La concentration des âges des animateurs est moins importante en 2015 par rapport à 2011 : 69% des animateurs présents en 2011 avaient entre 26 et 45 ans, contre 58% en 2015.

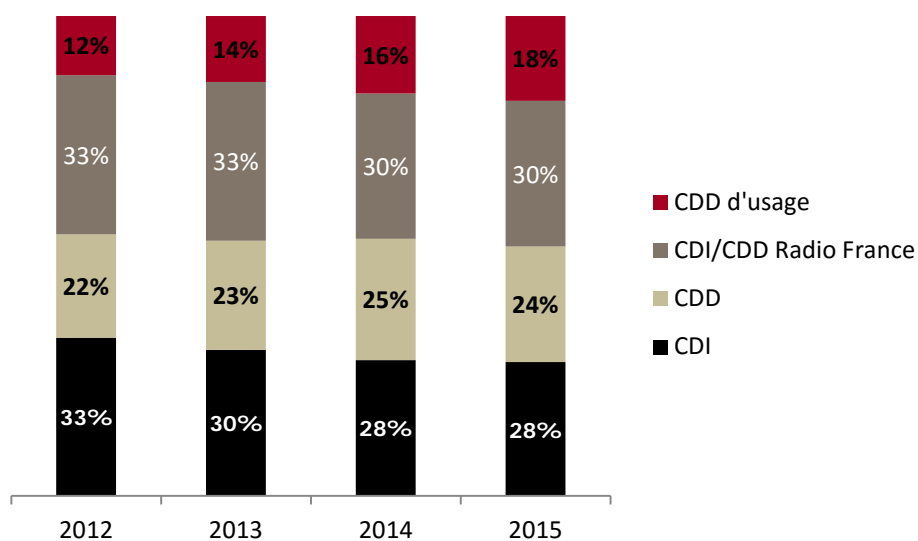
A7 - Moyenne d'âge des animateurs radio en 2015, par catégorie de radio



Lecture : En 2015, la moyenne d'âge des hommes animateurs dans les radios de catégorie A est de 36 ans.

La catégorie de radios où l'on trouve, en moyenne, les animateurs les plus jeunes sont les radios de catégorie B avec 36 ans de moyenne d'âge. A contrario, dans le périmètre des radios nationales de catégorie E et du service public, l'âge moyen des animateurs est le plus élevé avec 41 ans.

A8 - Répartition des contrats des animateurs radio déclarés, par année

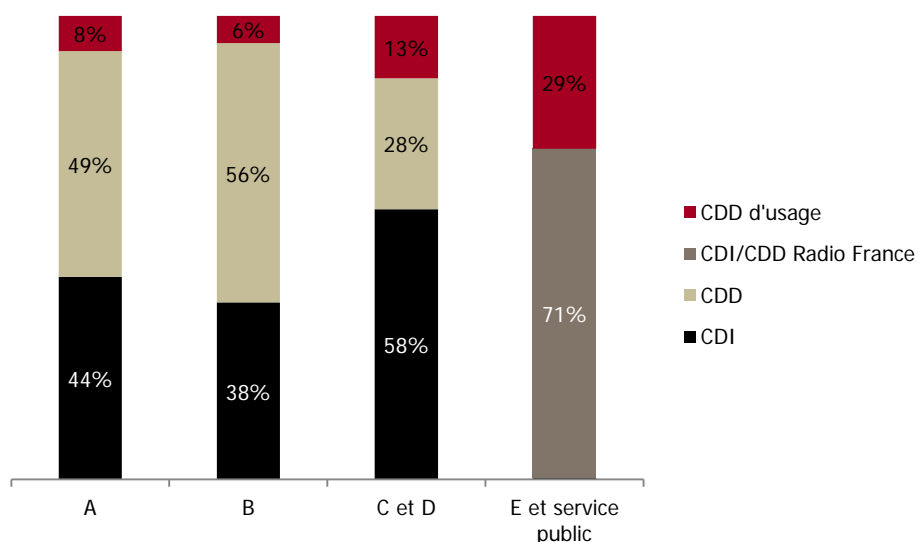


Lecture : En 2015, 28% des contrats relatifs à un poste d'animateurs radio étaient des CDI, hors contrats à Radio France.

Note : Les effectifs sont dédoublonnés par contrat. Une personne ayant contracté plusieurs CDD sur une année n'est comptabilisée qu'une fois dans l'ensemble « CDD ».

Les CDI sont les contrats les plus représentés pour les postes d'animateurs radio.

A9 - Répartition des contrats des animateurs radio déclarés en 2015, par catégorie de radio

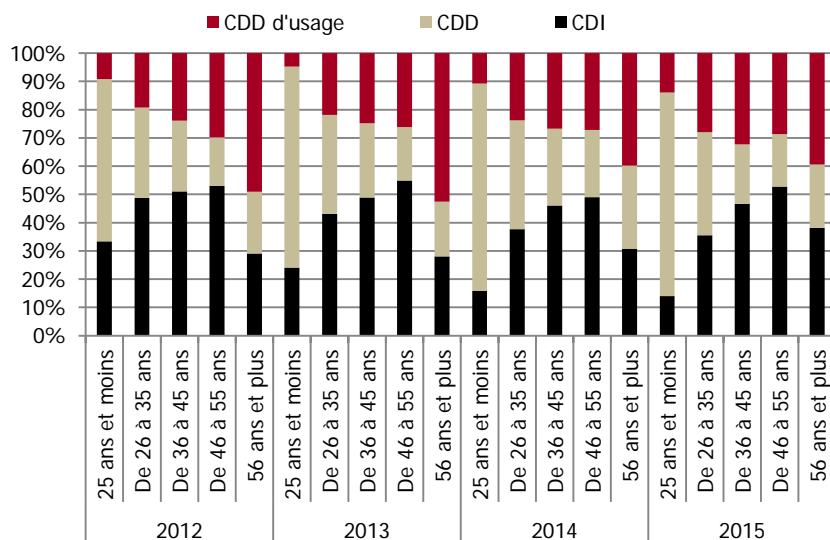


Lecture : En 2015, 44% des contrats relatifs à un poste d'animateurs radio dans les radios de catégorie A étaient des CDI.

Notes : Les effectifs sont dédoublonnés par contrat. Une personne ayant contracté plusieurs CDD sur une année n'est comptabilisée qu'une fois dans l'ensemble « CDD ».

La part des CDI est plus importante parmi les radios de catégorie C et D : ce contrat concerne plus de la moitié des effectifs des animateurs radio de cette catégorie (58%) en 2015.

A10 - Répartition des contrats des animateurs radio déclarés, par année et par tranche d'âge

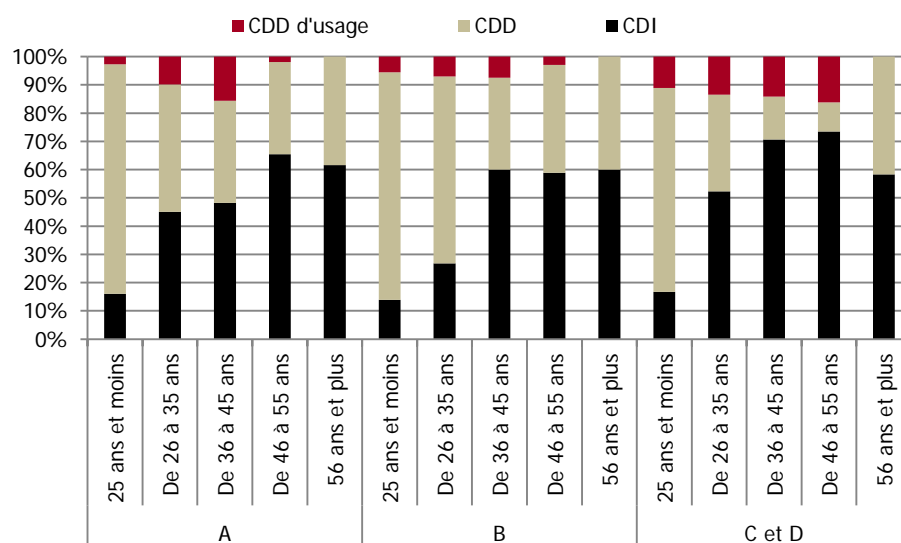


Lecture : En 2012, 33% des animateurs radio de moins de 25 ans étaient en poste sur un CDI.

Note : Les effectifs sont dédoublonnés par contrat. Une personne ayant contracté plusieurs CDD sur une année n'est comptabilisée qu'une fois dans l'ensemble « CDD ».

La proportion de CDI augmente avec l'âge des animateurs (hors cas particuliers des plus de 56 ans). A part sur l'année 2012, 7 animateurs sont 10 de moins de 25 ans sont déclarés en CDD.

A11 - Répartition des contrats des animateurs radio déclarés en 2015, par tranche d'âge et par catégorie de radio

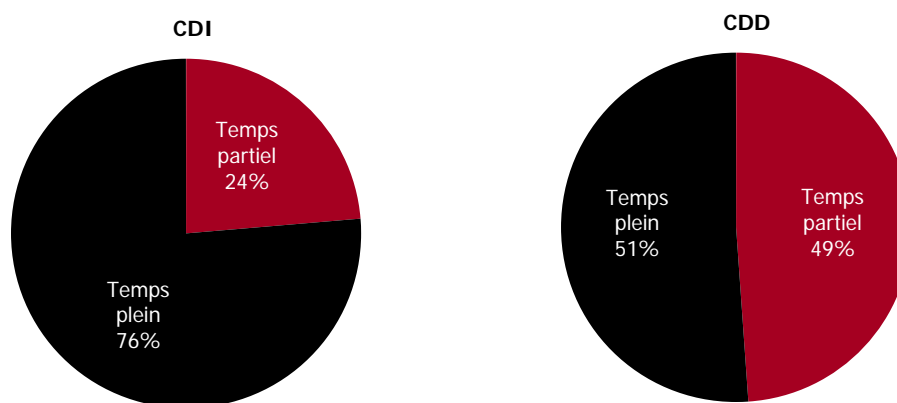


Lecture : En 2015, parmi les animateurs de 25 ans et moins des radios de catégorie A, 16% sont déclarés en CDI.

Note : Les effectifs sont dédoublonnés par contrat. Une personne ayant contracté plusieurs CDD sur une année n'est comptabilisée qu'une fois dans l'ensemble « CDD ».

Dans chaque catégorie de radio, la part des CDI augmente avec l'âge des animateurs, hormis parmi les radios de catégorie B où la part des CDI dans les effectifs des animateurs radio reste quasi inchangée dans les tranches d'âge au-dessus de 35 ans (environ 60%).

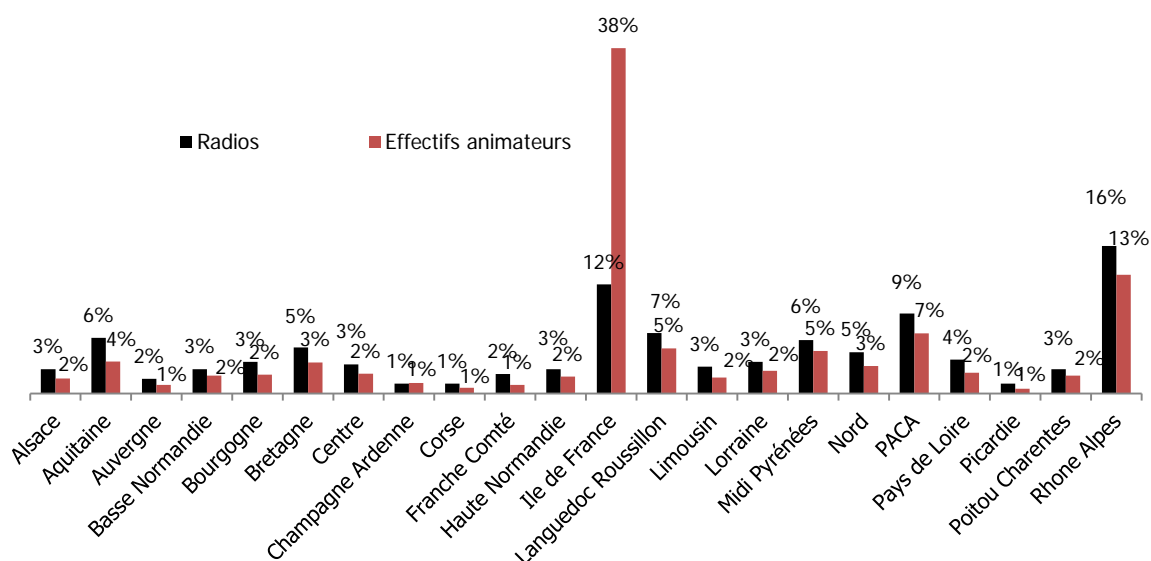
A12 - Répartition des contrats en CDI et CDD déclarés en 2015 en fonction du temps de travail



Lecture : En 2015, les animateurs en CDI travaillaient pour 24% d'entre eux à temps partiel.

Les animateurs à temps partiel sont présents de manière non négligeable dans les effectifs et notamment au sein des CDD (49%).

A13 - Répartition des radios et des effectifs par région d'implantation de la radio en 2015



Lecture : En 2015, 3% des radios déclarant au moins un animateur sont implantées en Alsace, représentant 2% des effectifs animateurs.

Les régions où l'on trouve le plus d'animateurs déclarés sont, derrière l'Ile-de-France qui se situe loin devant (38% des effectifs), **la région Rhône-Alpes (13%)**, **la région PACA (7%)**, **Languedoc-Roussillon (5%)** et **Midi-Pyrénées (5%)**.

Profil type de l'animateur

- Un homme
- Agé de 38 ans
- Travaillant dans une radio implantée en Ile-de-France
- Ayant commencé sa carrière par une succession de CDD avant d'obtenir un CDI à temps plein dans le secteur de l'animation radio



II- LES ANIMATEURS RADIO : QUELS SONT LEURS PARCOURS PROFESSIONNELS

Dans cette seconde partie, nous allons étudier le parcours des animateurs radio déclarés à Audiens en **2013** et identifiés comme tels.

En effet, les informations sur les métiers étant qualifiées dans les bases de données Audiens depuis 2011, l'année 2013 permet à la fois d'avoir une profondeur en historique et dans le futur.

La sélection étudiée concerne **851 animateurs radio**, issus de la population des 878 animateurs recensés en 2013 de laquelle ont été soustraits 27 animateurs non identifiés dans notre système d'information.

Nous définissons plusieurs typologies de profil :

En termes d'ancienneté dans le secteur de l'animation radio

- Profil « expérimenté » : animateur radio exerçant déjà dans l'animation sur l'année 2011 et/ou 2012
- Profil « entrant » : animateur radio n'ayant pas d'activité dans l'animation sur les années 2011-2012 mais ayant une activité recensée sur un autre poste dans la radiodiffusion ou dans un autre secteur de la culture et des médias entre 2000 et 2012
- Profil « primo-entrant » : animateur radio n'ayant pas d'activité connue dans les secteurs de la culture et des médias entre 2000 et 2012

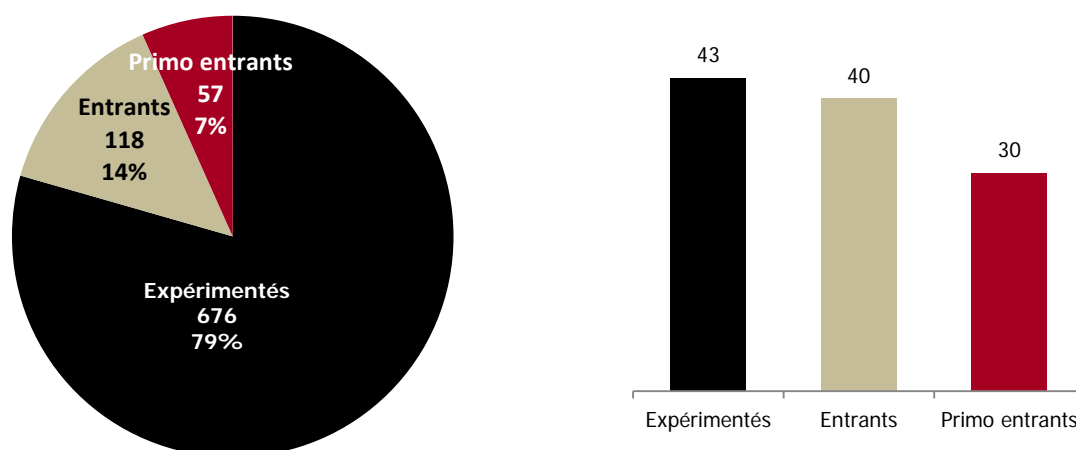
En termes de diversité de l'activité

- Profil « exclusif » : animateur radio exerçant une activité uniquement dans la radiodiffusion sur la période étudiée
- Profil « mixte » : animateur radio exerçant ou ayant exercé une activité dans un autre secteur que la radiodiffusion

En termes d'intégration dans le secteur :

- « Intégrés » : animateurs radio ayant exercé une activité sur l'année étudiée (2013 ou 2015) de manière significative, soit engagé en CDI dans une radio, soit ayant exercé une activité sur une période supérieure à 8 mois sur l'année (240 jours) en CDI, CDD ou CDD d'usage.
- « Fragilisés/Eloignés de l'emploi » : animateurs radio soit ayant exercé une activité sur l'année étudiée inférieure à 8 mois (240 jours), soit n'ayant plus d'activité recensée dans le secteur de la radiodiffusion. Ces derniers cas peuvent être des personnes en difficulté pour trouver un emploi dans le secteur, des personnes en reconversion dans un autre secteur ou des personnes quittant le monde du travail pour partir à la retraite.

B1 - Répartition des animateurs radio par profil d'ancienneté dans le secteur de l'animation radio et moyenne d'âge par profil d'ancienneté



Lecture : 676 animateurs étaient déjà présents dans le secteur de l'animation radio en 2011/2012 et sont donc considérés comme « expérimentés ».

La moyenne d'âge de ces animateurs « expérimentés » est de 43 ans.

La majorité des animateurs radio présents en 2013 (79%) exerçaient déjà une activité dans le domaine les années précédentes (2011-2012).

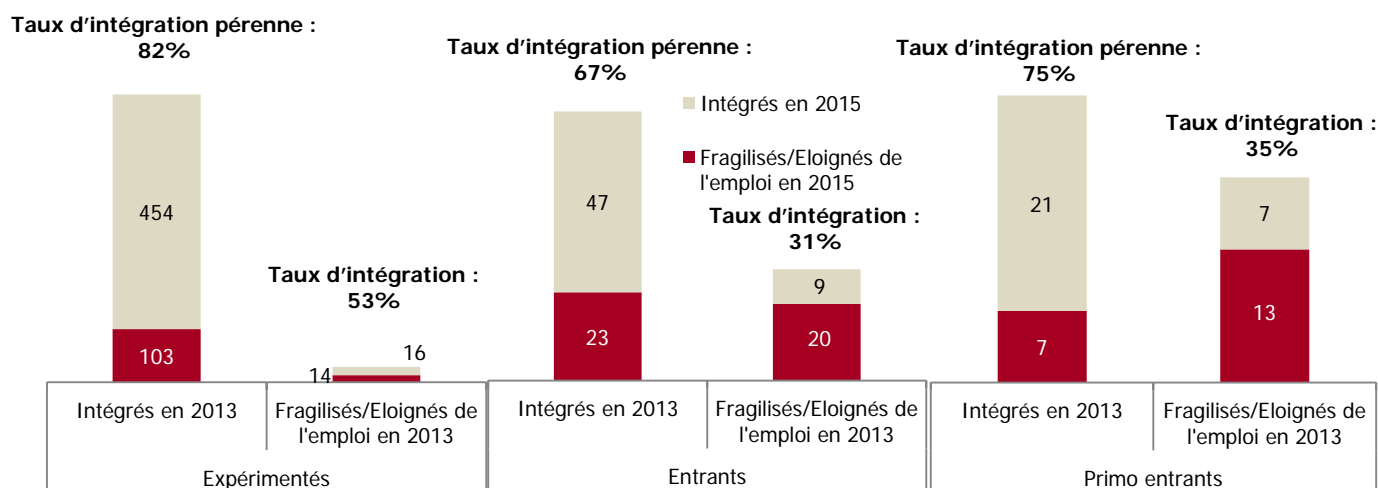
14% des animateurs radio n'étaient pas connus comme animateurs en 2011-2012, mais avaient une activité recensée auprès d'Audiens dans la radiodiffusion ou dans un autre secteur de la culture et des médias, ils ne sont donc pas en début de carrière.

7% débutent en 2013 leur carrière dans le milieu de la culture et des médias par un poste d'animateur radio, ce sont les « primo-entrants ». Cette population est largement plus jeune que les animateurs « expérimentés » ou « entrants » (29,7 ans).

Pour étudier l'intégration des animateurs radio dans le secteur, on s'intéresse à l'évolution de carrière de la cohorte 2013 entre 2013 et 2015.

B2 - Répartition des animateurs radio par profil d'intégration dans le secteur entre 2013 et 2015 par profil d'ancienneté

117 personnes parmi les 851 animateurs déclarés sur l'année 2013 sortent du secteur en 2013 et ne figurent pas dans les volumes ci-dessous –
Taux de sortants annuel : 14%

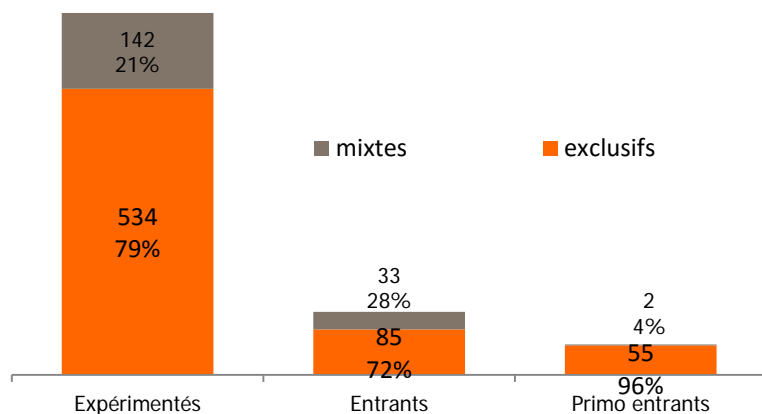


Lectione : 454 animateurs expérimentés déclarés sur l'année 2013 et qui étaient intégrés en tant qu'animateur radio sur cette année sont toujours intégrés dans le secteur fin 2015, soit un taux d'intégration pérenne sur la population des animateurs expérimentés déjà intégrés en 2013 de 82%.

L'intégration pérenne dans le secteur est plus élevée parmi les animateurs radios « expérimentés » en 2013 : 82% d'entre eux sont restés dans le secteur de la radiodiffusion. Les « entrants » 2013, qui ont exercé une autre profession avant d'être animateur radio entre 2000 et 2011 ont un taux d'intégration pérenne (67%) moins élevé que les « nouveaux entrants » (75%) qui n'ont pas eu d'autres activités connues hors du secteur de l'animation radio avant leur entrée en 2013.

Le volume de « fragilisés » est plus élevé en proportion chez les « entrants » et « nouveaux entrants » que chez les expérimentés mais le taux d'intégration est plus fort chez les « expérimentés » qui arrivent à se réintégrer dans le secteur à 53%.

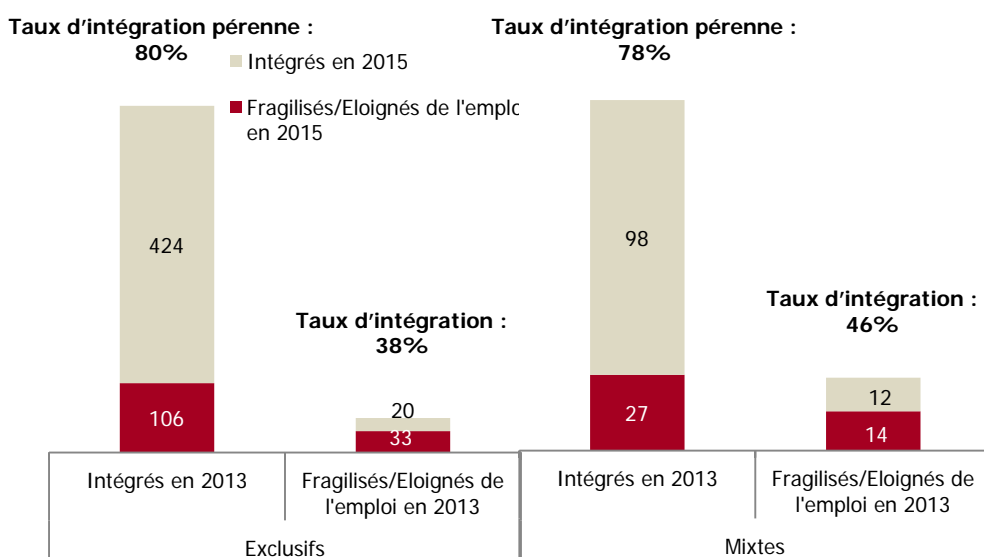
B3 - Répartition des animateurs radio par profil d'ancienneté dans le secteur de l'animation radio et par profil de diversité d'activité en 2013



Lecture : 534 animateurs « expérimentés » ont une activité exclusive dans la radiodiffusion en 2013, soit 79% de l'ensemble des animateurs « expérimentés ».

Les profils « mixtes » sur 2013, soit les animateurs exerçant dans la radiodiffusion et dans un autre secteur de la culture et des médias en 2013 représentent 21% des animateurs « expérimentés » et 28% des nouveaux « entrants » en tant qu'animateur radio. Peu de cas « mixtes » parmi les « primo-entrants », soit les personnes débutant leur carrière dans les secteurs de la culture et des médias, ils se concentrent exclusivement sur leur activité dans la radiodiffusion.

B4 - Répartition des animateurs radio par profil d'intégration entre 2013 et 2015 par profil de diversité d'activité

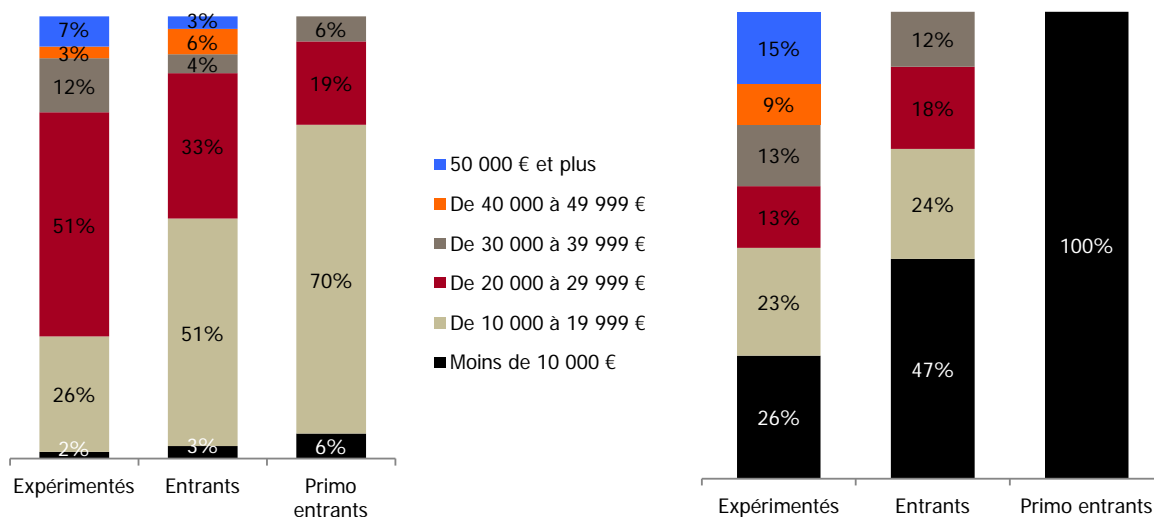


Lecture : 424 animateurs avec une activité « exclusive » dans la radiodiffusion déclarés sur l'année 2013 et qui étaient intégrés en tant qu'animateur radio sur cette année sont toujours intégrés dans le

secteur fin 2015, soit un taux d'intégration pérenne sur la population des animateurs expérimentés déjà intégrés en 2013 de 82%

Les taux d'intégration restent assez proches entre les profils d'activité « exclusifs » ou « mixtes ».

B5 - Répartition des revenus annuels des animateurs « exclusifs » déclarés en 2013



CDI/CDD : Salaire annuel brut en équivalent temps plein

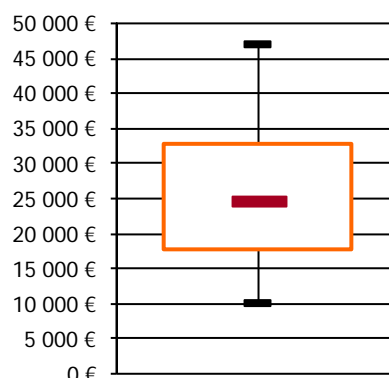
CDD d'usage/Pige : Salaire annuel brut

Lecture : 26% des animateurs « exclusifs » à la radiodiffusion déclarés en 2013 en CDI ou CDD ont perçu un salaire annuel brut annuel en équivalent temps plein dans la radiodiffusion situé entre 10 000 et 20 000 €.

La majorité des salaires annuels bruts en équivalent temps plein se concentrent dans la fourchette de 20 à 30 000 € pour les animateurs expérimentés et entre 10 et 20 000 € pour les animateurs entrants dans le secteur de l'animation.

B6 - Statistiques sur les salaires annuels bruts 2015 des 522 animateurs radio « intégrés » de façon pérenne sur 2013-2015

Statistiques	Salaire annuel brut
Moyenne	28 418 €
1er décile	10 232 €
1er quartile	17 770 €
Médiane	24 415 €
3e quartile	32 785 €
9e décile	47 079 €



Lecture du tableau : La moyenne de salaire brut annuel dans la radiodiffusion en 2015 parmi les animateurs intégrés de façon pérenne est de 28 418 €, le 10^e centile est à 10 232 € : cela signifie que 10% de la population ont perçu moins que ce montant sur l'année 2015 et 90% ont perçu plus.

Lecture du graphique « boîte à moustaches » : Dans le rectangle se trouvent en bas le 1er quartile, en gras et en rouge la médiane et en haut le 3ème quartile. Ce qui signifie que 50% des données se trouvent dans cette "boîte". Les "moustaches" indiquent les 1er et 9ème déciles et les valeurs couvertes par ses traits représentent 80% de la population.

50% des salaires annuels bruts des animateurs radios « intégrés » de façon pérenne ont perçu en 2015 un salaire situé entre 17 770 € et 32 785 €.

Parcours des animateurs radio

- Que ce soient des expérimentés, entrants ou primo-entrants, les parcours des animateurs radio montrent une insertion et une permanence dans le secteur satisfaisantes avec un haut taux d'intégration pérenne.
- Cette relative stabilité est néanmoins minorée par des salaires peu élevés en moyenne



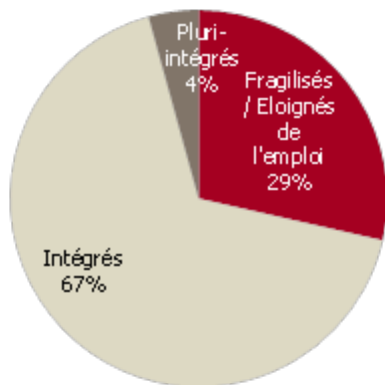
III- FOCUS SUR LES FORMES AU CQP ANIMATEUR RADIO

L'intégration dans le secteur de l'animation radio des 71 personnes passées par le CQP est étudiée dans cette partie.

Est définie ici une nouvelle catégorie pour mesurer l'insertion globale ou partielle dans le domaine après le CQP : les « pluri-intégrés ».

Les indicateurs correspondent au dernier état d'emploi connu sur l'année 2015 ou à l'état actuel pour les personnes formées en 2015 et en 2016.

C1 - Répartition des formés CQP



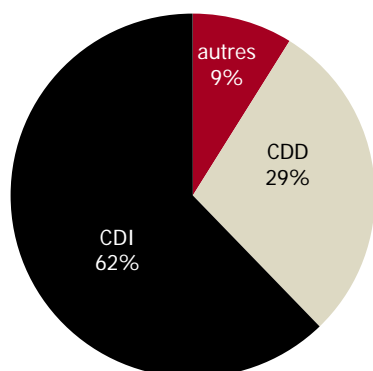
Lecture : 67% des personnes formées du CQP se sont intégrés dans le secteur de l'animation radio de manière exclusive par la suite.

La majorité des personnes (67%) ayant été formés par le CQP Animateur radio sont toujours dans le secteur de l'animation radio en sortie de la formation (quand le recul est faible) ou quelques années plus tard.

On a connaissance d'une pluri-intégration pour quelques-unes d'entre elles, qui gardent une activité significative par ailleurs.

29% des personnes ne sont plus présentes de façon significative dans le secteur de l'animation lors de l'observation. Parmi elles, un certain nombre de personnes issues des secteurs du spectacle ou de la production audiovisuelle ou cinématographique, souvent des comédiens.

C2 - Répartition des formés CQP « intégrés » et « pluri-intégrés » par type de contrat



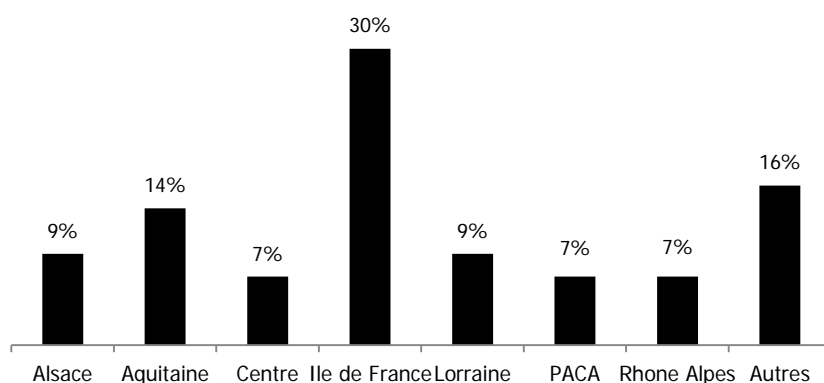
Lecture : 62% des formés CQP « intégrés » sont en CDI au moment de l'observation.

Note : Sont comptabilisés dans les autres types de contrat, les contrats d'avenir et le bénévolat

Le principal contrat dans lequel les formés intégrés dans le secteur de l'animation radio sont déclarés après le CQP est le CDI, pour 62% d'entre eux.

Une grande partie de ces personnes étaient déjà en CDI dans la même radio avant le CQP. Mais il est avéré dans ces cas, que le CQP leur permet souvent d'évoluer au sein de la radio, d'obtenir plus de missions.

C3 - Répartition des formés CQP « intégrés » et « pluri-intégrés » par région d'implantation de la radio dans laquelle ils exercent leur activité



Lecture : 9% des formés du CQP « intégrés » exercent maintenant une activité dans le secteur de l'animation radio en Alsace.

Note : Sont présents dans les autres régions des animateurs en Auvergne, en Basse Normandie, en Bourgogne, en Franche-Comté, dans le Limousin, le Nord-Pas-de-Calais et les Pays de la Loire.

Près d'un tiers des animateurs radios formés par le CQP et intégrés dans le secteur exercent leur activité en Ile-de-France. La deuxième région où l'on retrouve des animateurs intégrés est l'Aquitaine, et particulièrement le département des Pyrénées-Atlantiques.

L'Alsace et la Lorraine regroupent 18% des animateurs formés intégrés du fait d'une session particulière à Strasbourg en 2013.



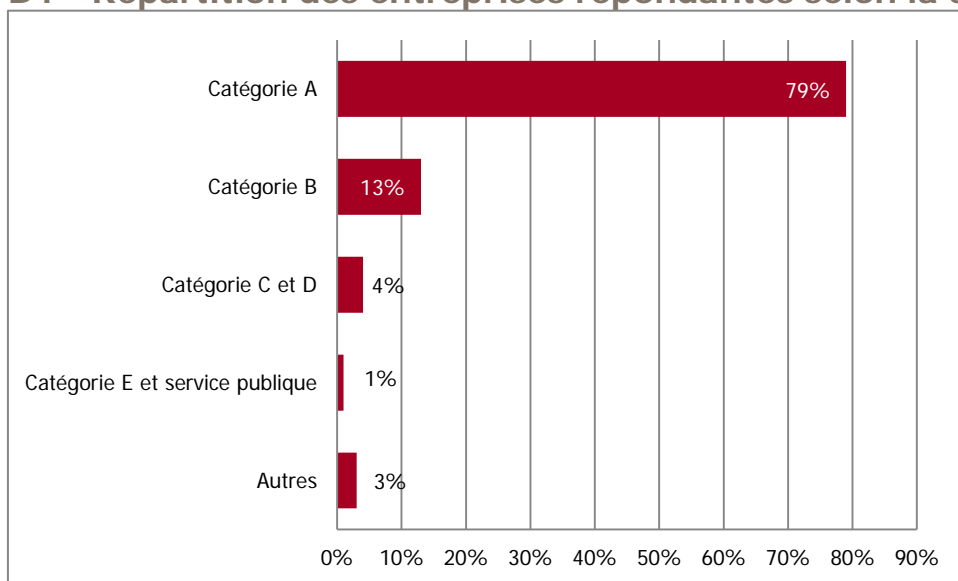
IV- PERSPECTIVES D'EMPLOI

Dans ce quatrième temps nous allons décrire et analyser les réponses des radios à l'enquête sur le nombre d'animateur radio, leur contrat de travail, la formation privilégiée au cours des recrutements et leurs besoins en recrutement. Cette partie, qui s'appuie sur les déclarations des entreprises radio, montre la représentation qu'elles ont du métier d'animateur radio et des enjeux de recrutement.

115 entreprises, dont Radio France qui compte pour une, ont répondu à l'enquête,
soit **15% du nombre d'entreprises sollicitées.**

IV-1. Profil des entreprises répondantes

D1 - Répartition des entreprises répondantes selon la catégorie

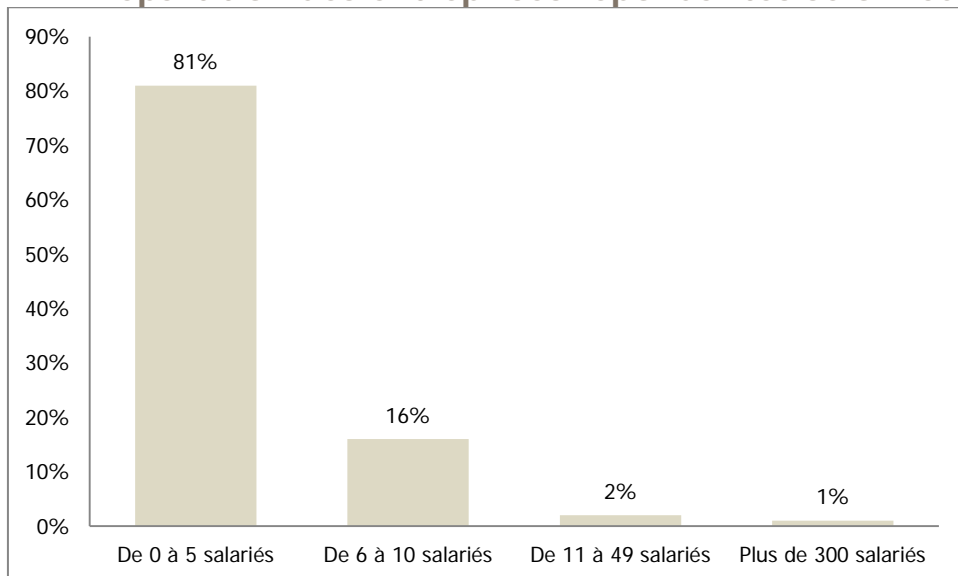


Lecture : Parmi les entreprises répondantes à l'enquête en ligne, 13% se sont déclarées relever de la catégorie B : services de radios locaux ou régionaux indépendants ne diffusant pas de programme à vocation nationale identifié.

Note : La catégorie « autres » comprend une web radio.

Parmi les entreprises répondantes, il y a une **majorité de radio associatives** de catégorie A. Si elles sont aussi les plus nombreuses statistiquement (Cf. A1), la répartition montre ici une nette présence des radios associatives, constat à retenir pour la lecture des données suivantes.

D2 - Répartition des entreprises répondantes selon leur taille



Lecture : Parmi les entreprises répondantes à l'enquête en ligne, 81% déclarent salarier de 0 à 5 salariés.

Note : La catégorie plus de 300 salariés représente Radio France, qui a répondu à l'enquête pour une entreprise.

Parmi les entreprises répondantes, seulement **19% déclarent salarié plus de 6 personnes.**

81% des entreprises déclarent 0 à 5 salariés, cependant nous n'avons pas le détail de la part des entreprises qui n'ont pas de salariés et fonctionnent exclusivement avec des bénévoles.

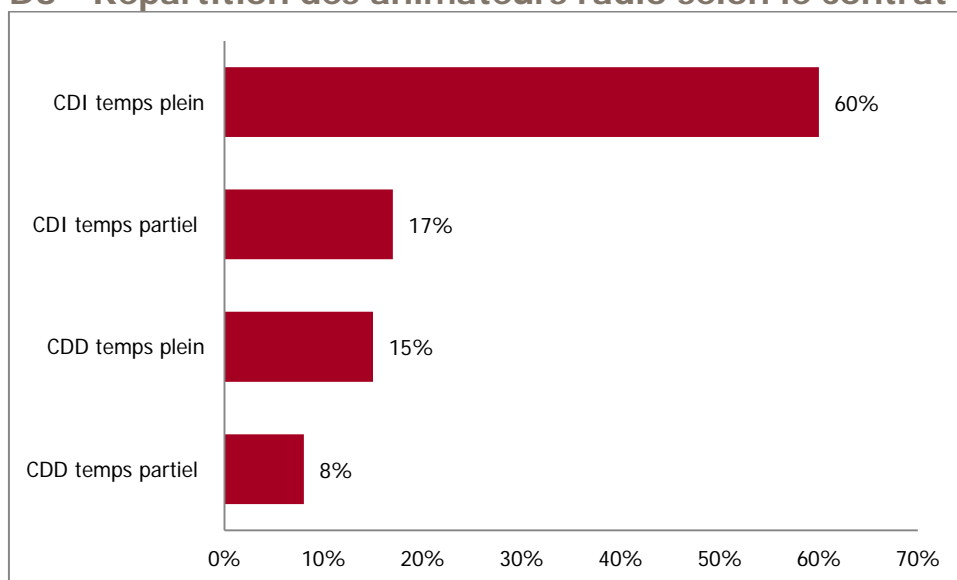
IV-2. Les contrats des animateurs radio

Selon l'entreprise, la personne en charge de l'animation d'antenne est salariée sous différents intitulés :

- Animateur technico-réalisateur (58 réponses)
- Animateur radio (51 réponses)
- Responsable d'antenne (3 réponses)
- Journaliste (2 réponses)

L'engagement bénévole est très fréquent : 46% des animateurs radio sont bénévoles donc non-salariés.

D3 - Répartition des animateurs radio selon le contrat de travail

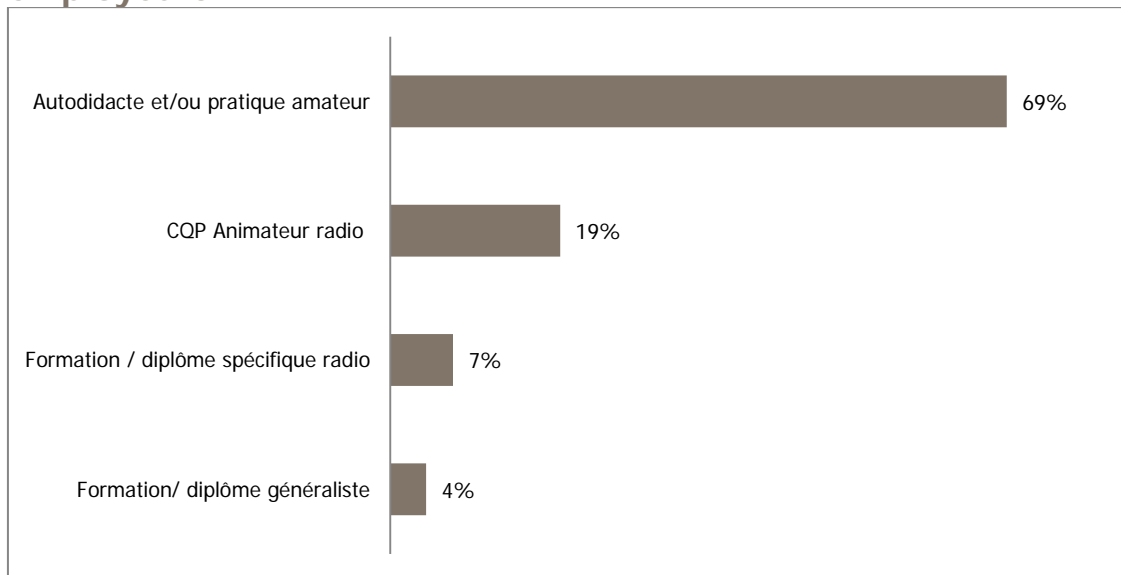


Lecture : Parmi les entreprises répondantes à l'enquête en ligne, 60% déclarent salarié le ou les animateur(s) de la station en CDI temps plein.

Parmi les entreprises répondantes, **77% déclarent salarié leur animateur radio en CDI.** Le temps partiel existe pour les animateurs radio, cependant le temps de travail hebdomadaire le plus répandu est le temps plein.

IV-3. Les formations des animateurs radio recrutés

D4 - Les formations privilégiées lors des recrutements par les employeurs



Lecture : Parmi les entreprises répondantes à l'enquête en ligne, 69% déclarent privilégier les autodidactes.

Rappel : Parmi les entreprises répondantes à l'enquête en ligne, un certain nombre fonctionnent sur le bénévolat et n'ont pas de salarié pour l'animation radio.

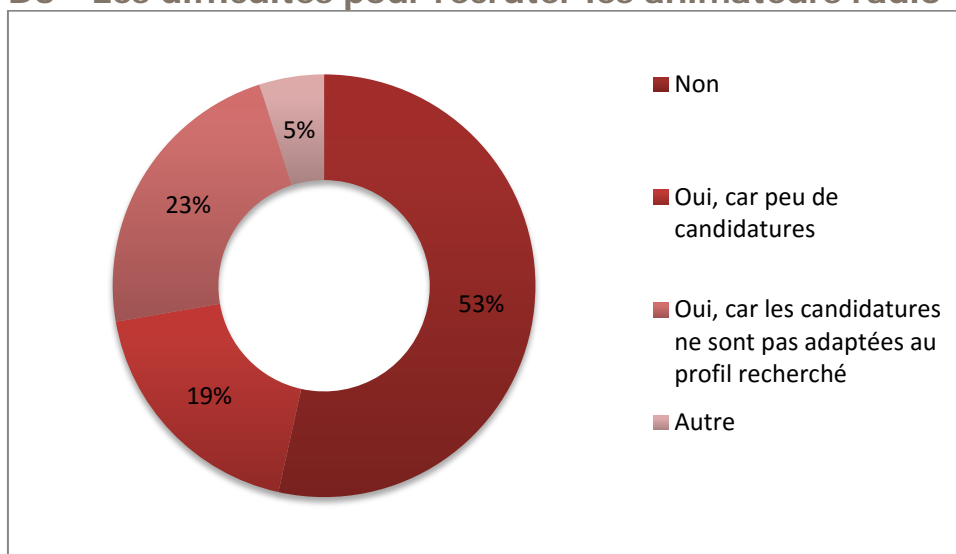
19% des entreprises privilégient, lors des recrutements, les personnes disposant du CQP Animateur radio.

Six entreprises ont précisé l'intitulé de la formation spécifique radio : Bachelor ISCPA Lyon, école de Radio, STUDEC.

Trois entreprises ont précisé l'intitulé de la formation généraliste : Communication et Informatique, Université de Nantes / Information Communication

IV-4. Les besoins en recrutement des entreprises

D5 - Les difficultés pour recruter les animateurs radio

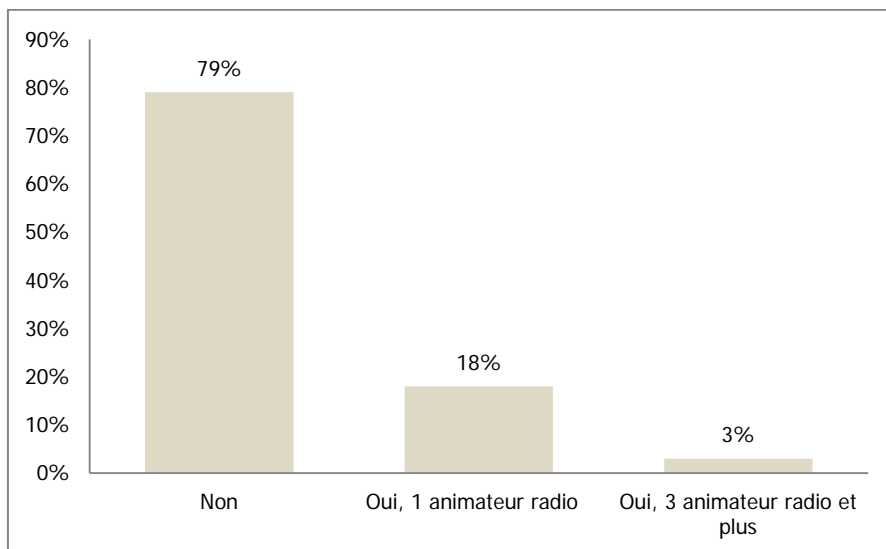


Lecture : Parmi les entreprises répondantes à l'enquête en ligne, 53% déclarent ne pas avoir de difficulté à recruter des animateurs radio.

Note : Dans la catégorie « autres situations de recrutement », le manque de moyens financiers et le choix de ne travailler qu'avec des bénévoles sont les raisons les plus citées.

Pour 42% des entreprises, il est difficile de recruter des animateurs radio, parmi elles 23% (soit 26 entreprises) évoquent des profils inadaptés.

D6 - Possibilité de créer de nouveaux postes d'animateur radio



Lecture : Parmi les entreprises répondantes à l'enquête en ligne, 3% déclarent envisager de créer 3 postes et plus d'animateur radio.

18% des entreprises envisagent de créer de nouveaux postes d'animateur radio. Majoritairement pour un recrutement dans les 6 mois et sur des contrats en CDD temps partiel.



V- CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

L'étude composée de parties statistiques I II et III et de partie enquête IV proposent des éléments étayés pour nourrir la réflexion de la CPNEF de l'audiovisuel.

La première partie de cette étude a permis de situer les animateurs radio ; le nombre d'animateurs radio, leur genre, leur âge et leur contrat de travail ont pu être précisé. Il n'y a pas eu d'accroissement significatif du nombre d'animateur radio depuis 2011. Pour les animateurs radio en CDI, le temps de travail le plus courant est le temps plein alors que pour les salariés en contrat à durée déterminée le temps partiel est assez répandu. La population des animateurs radio reste assez jeune mais depuis 2011 a légèrement vieilli, c'est –à-dire qu'ils se sont maintenu dans leur poste.

La deuxième partie s'est intéressée aux parcours des animateurs radio depuis 2011 et différentes typologies de parcours ont été définies afin de mieux les comprendre. Ils ont pour la plupart une activité exclusive dans la radiodiffusion et présentent des parcours assez stables avec un haut taux d'intégration pérenne.

Dans la troisième partie un focus a été réalisé sur les personnes disposant du CQP Animateur radio. Près de 70% présentent une intégration pérenne dans l'animation radio, ce qui correspond quasiment à la cohorte 2013 étudiée en partie II.

La quatrième partie reflète les déclarations des employeurs radio dans l'enquête en ligne. Certains employeurs envisagent le recrutement d'un animateur radio dans les 6 mois à venir et quelques-uns évoquent de difficultés de recrutement dû à des profils inadaptés. Ces entreprises sont au nombre de 26.

A la lumière de ces éléments, certaines recommandations peuvent être faites :

La population des animateurs radio n'a pas augmenté significativement sur la période observée et les parcours montrent une certaine stabilité, ce qui n'induit pas un besoin de formation supplémentaire.

Il ne semble pas que l'ouverture de plusieurs sessions de formation par année puisse être la réponse adaptée pour que les éloignés de l'emploi puissent accéder à plus de stabilité.

Conserver un unique organisme de formation est ainsi recommandé.

Pour les entreprises qui ont des difficultés à recruter des profils adaptés, la possibilité de mettre en place des Préparations opérationnelles à l'emploi (POE) individuelle pourrait être une réponse adéquate.

Il pourrait également être envisagé de dispenser une fois par an ou bien tous les deux ans **une session de formation en région**. L'expérience à Strasbourg, réalisée à partir d'une étude des besoins du territoire, montre que les formés sont restés en poste sur la zone. Cette territorialisation permettrait de pallier de possibles difficultés de déplacement de certains salariés.

L'étude recommande aussi de développer **l'obtention du CQP par blocs de compétences et via la validation des acquis de l'expérience**.

ANNEXE 1



ENQUETE EN LIGNE SUR LES ANIMATEURS RADIO

Dans le cadre de l'Observatoire des métiers de l'audiovisuel, la Commission paritaire nationale emploi et formation (CPNEF) de l'audiovisuel, souhaite avoir un éclairage sur le volume d'animateurs radio dans les entreprises radio.

L'enquête ci-dessous est brève et se concentre sur le nombre et le type de contrat des salariés en charge de l'animation d'antenne au sein de votre radio aujourd'hui et vos perspectives de recrutement demain.

Merci de votre participation à cette enquête, vos retours nous sont précieux !
Pour en savoir plus : www.cpnef-av.fr/les-etudes/les-animateurs-radio-depuis-2011

Contact : info@cpnef-av.fr

Quelle est la raison sociale de votre radio ? Quel est votre SIRET ? (Si vous répondez pour un groupe, merci d'indiquer tous les SIRET des entreprises de radio pour lesquelles vous répondez)

Quelle est la catégorie de votre entreprise radio ? (selon la nomenclature CSA)

- A - services de radio associatifs
- B - services de radio locaux ou régionaux indépendants
- C - services de radio locaux ou régionaux diffusant le programme d'un réseau thématique à vocation nationale
- D - services de radio thématiques à vocation nationale
- E - services radiophoniques généralistes à vocation nationale
- autre

Quelle est la taille de votre entreprise aujourd'hui ?

- de 0 à 5 salariés
- de 6 à 10 salariés
- de 11 à 49 salariés
- de 50 à 299 salariés
- plus de 300 salariés

Quel est l'intitulé d'emploi du ou des salarié(s) en charge de l'animation antenne sur votre station ?

- animateur radio
- animateur technico-réalisateur
- animateur relais promotion
- autre

Pouvez-vous préciser le nombre d'animateurs radio dans votre station en CDI -temps plein ?

Pouvez-vous préciser le nombre d'animateurs radio dans votre station en CDI -temps partiel ?

Pouvez-vous préciser le nombre d'animateurs radio dans votre station en CDD -temps plein ?

Pouvez-vous préciser le nombre d'animateurs radio dans votre station en CDD -temps partiel ?

Pouvez-vous préciser le nombre d'animateurs dans votre station, hors CDI ou CDD, et sous quel type de contrat de travail ils ont été recrutés ?

Veillez indiquer le nombre total de votre effectif d'animateurs radio

Dans le cadre de vos recrutements d'animateurs radio, quels sont les formations / diplômes que vous privilégiez ?

- autodidacte et/ou pratique bénévole
- CQP - Certificat de qualification professionnelle - Animateur radio
- formation - diplôme spécifique radio
- formation - diplôme généraliste

Avez-vous des difficultés pour recruter des animateurs radio ?

- non
- oui, car peu de candidatures
- oui, car les candidatures ne sont pas adaptées au profil recherché
- autre

Envisagez-vous de créer de nouveaux postes d'animateurs radio ?

- oui
- non

ANNEXE 2



LA PROTECTION SOCIALE PROFESSIONNELLE
Culture • Communication • Médias

Notre rôle, notre mission

Partenaire professionnel privilégié des secteurs de la culture, de la communication et des médias, Audiens accompagne au quotidien les employeurs, les créateurs d'entreprises, les travailleurs indépendants, les salariés permanents et intermittents, les journalistes, les pigistes, les demandeurs d'emploi, les retraités et leur famille.

Quels sont nos métiers ?

La retraite complémentaire

Audiens en assure la gestion pour le compte de l'Arrco (tous les salariés du privé) et de l'Agirc (cadres), déployant son expertise professionnelle dans un secteur où les salariés ont souvent des parcours singuliers.

L'assurance de personnes et de biens

Complémentaire santé, couverture invalidité, incapacité temporaire de travail, décès, rente éducation, rente conjoint, risques professionnels, épargne, des solutions collectives et individuelles, adaptées aux spécificités des professions.

L'accompagnement solidaire et la prévention

Une politique de proximité à destination de nos publics : aides financières, accompagnement lors de situations de transition ou de rupture, accompagnement médico-social pour les salariés en entreprise et pour les seniors.

Le médical et la prévention santé

Centre de santé, actions de prévention, bilans de santé professionnels..., Audiens met en œuvre des dispositifs de prévention santé pour les actifs et les seniors, dans une démarche d'approche globale du patient.

Les Congés Spectacles

Audiens assure la gestion des congés payés des artistes et techniciens du spectacle : recouvrement des cotisations auprès des employeurs et paiement des indemnités de congés payés aux bénéficiaires.

Les services aux professions de la culture et de la création

Audiens prend en charge la gestion d'un nombre croissant de prestations, déléguées par les organisations professionnelles ou l'Etat : études, recouvrement de cotisations...

Une protection sociale adaptée aux professionnels du cinéma et de l'audiovisuel

L'accord prévoyance et santé des intermittents

Mis en place au 1er janvier 2009, son objectif est d'offrir aux intermittents une couverture collective de prévoyance (décès et santé) y compris pendant les périodes d'inactivité, de mieux mutualiser les risques, de proposer des garanties de bon niveau à un coût préférentiel et d'organiser une solidarité entre les employeurs et les intermittents.

L'accord initial prévoit des garanties décès et invalidité permanente totale, une Garantie Santé Intermittents spécifique et la création du Fonds collectif du spectacle pour la santé. Alimenté par les cotisations d'employeurs, ce fonds a été conçu pour financer une partie de la Garantie Santé

Intermittents. Il permet aux intermittents de bénéficier de la mutualisation des coûts d'un contrat collectif d'entreprise.

Le Fonds de professionnalisation et de solidarité des artistes et techniciens du spectacle

Créé en 2007 par l'Etat, l'objectif du Fonds est d'assurer un accompagnement social des artistes et techniciens du spectacle en difficulté, ayant épuisé leurs droits à l'indemnisation au titre des annexes VIII et X de l'Assurance chômage.

Audiens a été désigné par l'Etat pour gérer le volet professionnel et social de ce dispositif, en complément du volet indemnités géré par Pôle Emploi.

Les artistes et techniciens bénéficient ainsi d'aides financières et de conseils pour la mise en œuvre de leur projet professionnel. Un accompagnement spécifique est destiné aux femmes après leur congé maternité.

Movinmotion by Audiens

Audiens associe son expertise de groupe professionnel de protection sociale à l'innovation de la start-up française Movinmotion pour mettre à disposition des employeurs du secteur culturel Movinmotion by Audiens, première plate-forme collaborative RH de la culture, au sein de son portail Audiens Service 3.0. Un outil qui simplifie l'embauche et la paie de leurs salariés permanents et intermittents. Pour les intermittents du spectacle, Movinmotion by Audiens constitue un véritable assistant professionnel dématérialisé, entièrement gratuit : fiche de renseignement en ligne, signature électronique des contrats, suivi des droits Pôle emploi, accès en ligne aux bulletins de salaire ou développement du réseau professionnel...

Audiens
Service Pilotage & Statistiques
74 rue Jean Bleuzen 92177 Vanves Cedex
www.audiens.org

Aude Barrallon
Tél. : 0 173 173 696
aude.barrallon@audiens.org

L'Afdas et l'organisation du système de la formation professionnelle continue

Rôle et missions de l'Afdas

L'**Afdas** est le fonds d'assurance formation qui, suivant la loi et les accords professionnels conclus par les partenaires sociaux dans les secteurs du spectacle, du cinéma, de l'audiovisuel, de l'édition phonographique, de la publicité et distribution directe, de l'édition du livre, de la presse écrite et des agences de presse, et des loisirs, recueille et mutualise chaque année les contributions obligatoires versées par les employeurs, au titre de la formation professionnelle continue,

Dans ce cadre, l'Afdas assure une mission d'information, d'orientation, de conseil, d'accompagnement de ses ressortissants et prend en charge les actions de formation, de bilan de compétences et de validation des acquis de l'expérience des salariés permanents (CDI et CDD²) de ces secteurs, à leurs propres demandes ou à celles de leurs employeurs ; ainsi que celles des intermittents du spectacle (CDDU³) intervenant dans les mêmes secteurs et pour lesquels, du fait de leurs multiples et divers employeurs, l'Afdas constitue une direction de la formation au plan national.

En parallèle, l'Afdas assure également :

- en tant qu'OCTA, la collecte et la répartition de la taxe d'apprentissage dans les secteurs de la culture, de la communication, des médias, des loisirs,
- le financement, la gestion ainsi que la mise en œuvre de certains des travaux des Observatoires prospectifs des métiers et des qualifications, dont les CPNEF⁴ des branches concernées assurent le pilotage stratégique et politique.

Les **salariés permanents** doivent être sous contrat de travail (CDI ou CDD) dans une entreprise cotisante à l'Afdas au moment de leur entrée en formation pour bénéficier du financement de leur formation par l'Afdas.

Dispositifs de la formation professionnelle continue

PF - Plan de Formation : rassemble l'ensemble des actions de formation définies sous la responsabilité pleine et entière du chef d'entreprise, après consultation des représentants du personnel le cas échéant.

PP - Période de Professionnalisation : a pour objet de favoriser par des actions de formation adaptées le maintien dans l'emploi de salariés, sous CDI ou contrats aidés, dont la qualification est devenue insuffisante au regard de l'évolution de leur environnement professionnel.

CP - Contrat de Professionnalisation : s'adresse à tous les jeunes âgés de 16 à 25 ans révolus et aux demandeurs d'emploi âgés de 26 ans et plus. Son objectif est de leur permettre d'acquérir une qualification professionnelle et de favoriser leur insertion ou réinsertion professionnelle.

² Contrat à durée indéterminée, Contrat à durée déterminée

³ Contrat à durée déterminée « dit d'Usage »

⁴ Commission Paritaire Nationale Emploi et Formation

DIF - Droit Individuel à la Formation (remplacé par le CPF au 01/01/2015): Jusqu'en 2014, suivant certaines conditions et procédures, il permettait à tout salarié de se constituer un crédit d'heures annuel cumulable sur 6 ans pour suivre une formation à son initiative, sous réserve de l'accord de l'employeur. Ce crédit d'heures était fixé à 21 h par an dans la branche de l'audiovisuel pour tout salarié employé à temps complet et ayant travaillé sur toute l'année, soit 126 h sur 6 ans.

CPF – Compte Personnel de Formation : est un droit universel ouvert à tout actif *-dès son entrée et tout au long de sa vie professionnelle jusqu'à la retraite et ce, quel que soit la nature de son contrat de travail-* lui permettant d'acquérir un crédit d'heures mobilisable pour suivre une formation à son initiative.

L'acquisition des heures relatives au CPF se fait, pour un salarié à temps complet, à hauteur de 24 heures par année jusqu'à l'acquisition d'un crédit de 120 heures, puis de 12 heures maximum par an au titre de chacune des années suivantes, pour atteindre un plafond total de 150 heures renouvelables tout au long de la vie professionnelle du titulaire.

CIF - Congé Individuel de Formation : permet à tout travailleur de suivre à son initiative et à titre individuel, une action de formation, indépendamment de son inscription aux stages compris dans le plan de formation de son entreprise. Ces actions de formation doivent permettre aux salariés d'accéder à un niveau supérieur de qualification, de changer d'activité ou de profession.

Le **CIF CDD** est ouvert aux personnes dont le dernier contrat CDD s'est effectué dans une entreprise cotisante à l'Afdas et à condition d'avoir travaillé 24 mois, consécutifs ou non, en qualité de salarié, qu'elle qu'ait été la nature des contrats successifs, au cours des 5 dernières années, dont 4 mois, consécutifs ou non, sous CDD au cours des 12 derniers mois

BC - Bilan de Compétences : permet à un salarié de faire le point sur ses compétences, aptitudes et motivations et de définir un projet professionnel ou de formation. Réalisé par un prestataire extérieur à l'entreprise, selon des étapes bien précises, le bilan de compétences peut être mis en œuvre à l'initiative de l'employeur ou à l'initiative du salarié, dans ce cas, dans le cadre d'un congé spécifique.

VAE - Validation des Acquis de l'Expérience : permet à tout individu de faire reconnaître son expérience (professionnelle ou non) afin d'obtenir un diplôme, un titre ou un certificat de qualification professionnelle. Diplômes, titres et certificats sont ainsi accessibles selon d'autres modalités que strictement par le biais de la formation initiale ou continue, grâce à l'expérience acquise au cours de son parcours professionnel et personnel.

Formation "tuteur" : a pour objectif d'aider les tuteurs à s'approprier des techniques et méthodes d'encadrement, de formation, de suivi et d'évaluation des salariés en formation alternée.

L'ensemble des dispositifs de formation professionnelle continue cités ci-dessus est accessible aux salariés en CDDU (intermittents du spectacle), selon des conditions qui leur sont propres, définies par les partenaires sociaux au sein de l'Afdas par accord professionnel interbranches.

ANNEXE 4



Observatoire
des métiers de l'audiovisuel

L'Observatoire des métiers de l'audiovisuel
Connaitre l'évolution des emplois et des compétences

En créant l'Observatoire des métiers, la CPNEF de l'audiovisuel s'est dotée d'un outil de veille et d'analyse sur l'évolution des emplois et des compétences. Les résultats de ces travaux nourrissent la réflexion des partenaires sociaux quant aux orientations à donner prioritairement à la formation professionnelle.

L'Observatoire des métiers fournit trois types de productions :

- des documents analytiques décrivant les caractéristiques socio-professionnelles de la branche et leurs évolutions,
- des études de synthèse portant sur un métier ou une catégorie de métiers, ou encore des études prospectives transversales portant sur une problématique donnée,
- des états informatifs du type : nomenclature de fonctions, listes des diplômes, des titres ou des certificats de qualification professionnelle existant dans la branche, répertoire des métiers etc.

L'Observatoire des métiers de l'audiovisuel est piloté par la CPNEF de l'audiovisuel et financé par l'Afdas.