

Enquête annuelle des besoins en métiers et compétences

aFDas
LES OBSERVATOIRES



**Les besoins en recrutement
des prestataires techniques
de l'audiovisuel**

Octobre 2024

Sommaire



- 1** Les objectifs, la méthodologie et les réalisations
- 2** Les difficultés de recrutement au sein des entreprises du secteur
- 3** Les facteurs de mutation qui touchent les entreprises et métiers du secteur
- 4** Les pistes de plan d'actions pour le secteur
- 5** Annexes

1/ Les objectifs, méthodologie et réalisations

Objectifs visés par les travaux

Le présent document constitue la restitution de l'étude de cas sectorielle portant sur les besoins en recrutement des entreprises de la prestation technique image et son.

Cette étude complète les enseignements de la première enquête statistique des besoins en métiers et compétences des entreprises et structures des secteurs de la culture, des industries créatives, des médias, de la communication, des télécommunications, du sport, du tourisme, des loisirs et du divertissement.

La mission a été réalisée dans le cadre de l'Engagement de Développement et des Compétences (EDEC) Culture, Création, Communication, Sport et Tourisme, accord conclu entre les représentants des secteurs concernés, le ministère du Travail, de la Santé et des Solidarités, le ministère de la Culture, le ministère chargé des Sports et l'Afdas.

Les objectifs visés par les travaux étaient les suivants :



- Caractériser l'attractivité des métiers et les difficultés de recrutement rencontrées par les entreprises, en tenant compte de la composition de la branche (taille des entreprises, ...)
- Caractériser l'évolution des métiers, en particulier liée aux transitions numérique et écologique, et les besoins d'adaptation des compétences générés
- Identifier des leviers pour l'action de nature à résorber les difficultés de recrutement identifiées

Protocole méthodologique prévisionnel



Analyse documentaire et analyses statistiques complémentaires

- Exploitation complémentaire enquête 2023
- Analyse données formation OPCO
- Travaux 2023 sur la mise à jour du BTS Métiers de l'audiovisuel



30 entretiens « structures » : entreprises, salariés, IRP, ...

5 entretiens « experts RH »

Répartition

20-25 entretiens « entreprises »

5-10 entretiens « salariés »

3 prestataires Appui RH Afdas

Identification

Peu de volontaires issus de l'enquête

Identifiés par rebond lors des entretiens « entreprises »

Une instance de restitution

Les efforts de prospection déployés pour réaliser les entretiens



Exploitation de l'annuaire présent sur le site de la FICAM

- Au moins 5 mails à toutes les adresses référencées dans l'annuaire
- Relances téléphoniques + textos sur une sélection de numéro
- Requalification des contacts avec la Ficom

Exploitation de la base adhérents de l'Afdas – IDCC 2717

- Plus de 900 contacts
- 2 mails envoyés à l'ensemble de la liste
- Relances ciblées complémentaires (textos et/ou mails) sur 200 contacts (cible direction, gérance, RH)

Exploitation du fichier des prestataires référencés

Echange avec le référent branche pour identification de pistes complémentaires (bureaux d'accueil de tournage)

Appel à contribution relayé par la CPNEF de l'audiovisuel

15 Inmails envoyés par Sauléa

Les réalisations



Exploitation de la documentation existante : études et communications de la FICAM, chiffres clés et études produites par Audiens, études du CNC, études de la CPNEF de l'audiovisuel, etc.

14 entretiens réalisés avec des entreprises...

... qui représentent un panel diversifié d'activités :

- Son, doublage, sous-titrage
- Post-production image et son
- Location de matériels de tournage
- Production d'accessoires
- Data – suivi des audiences de cinéma
- Accompagnement à la transition écologique

Des entreprises qui comptent toutes (sauf 1) moins de 50 salariés en contrats de droit commun dits « permanents », voire qui en emploient le plus souvent moins de 10.



Les entreprises rencontrées sont peu nombreuses et emploient peu de permanents. Les constats qui découlent de l'analyse des éléments collectés ne sont ainsi pas représentatifs des difficultés de recrutement ou des facteurs de mutation qui impactent les entreprises et emplois de la branche mais illustrent quelques tendances identifiables.

2 entretiens réalisés avec des prestataires Afdas

6 entretiens réalisés avec des bureaux d'accueil de tournage :

- Centre Val de Loire
- Grand Est
- Pays de la Loire
- Provence Alpes Côte d'Azur
- Gironde
- Lot et Garonne

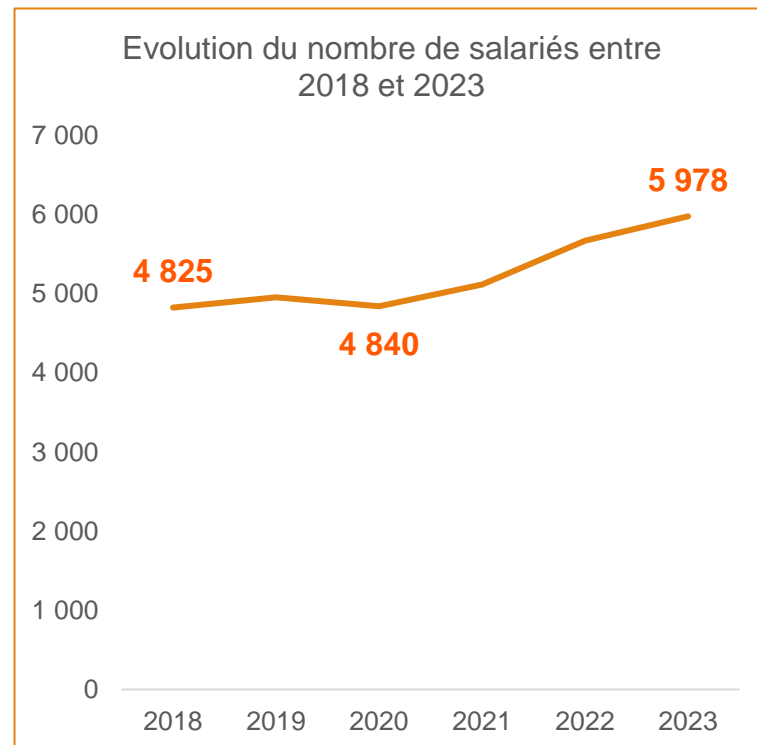
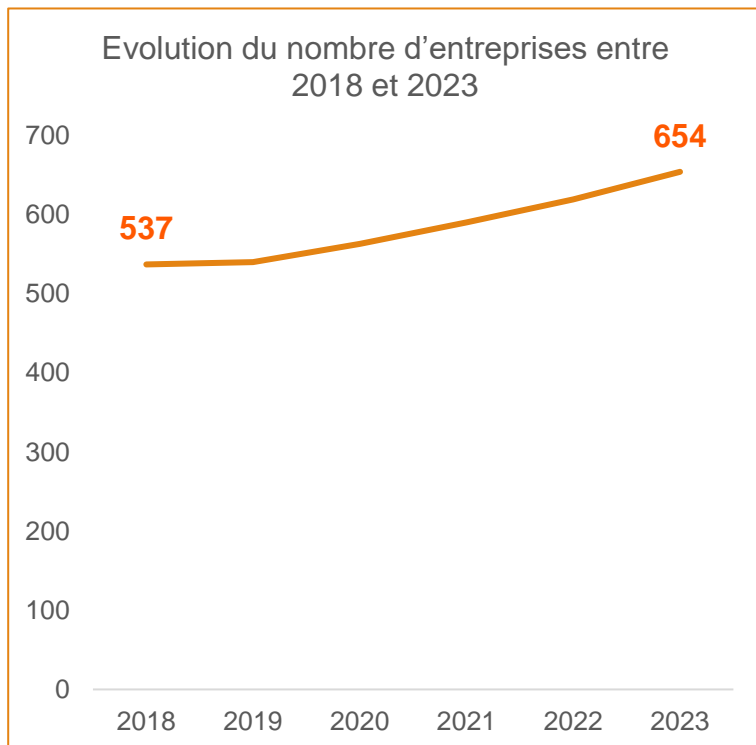
2/ Les difficultés de recrutement

Quelques éléments de contextualisation

Un secteur très diversifié

Entre 2018 et 2023, le nombre d'entreprises au sein de la branche des prestataires techniques de l'audiovisuel augmente d'environ 22%, passant de 537 à 654.

Au cours de la même période, la population de salariés (tous contrats confondus : CDI, CDD, CDDU) croît d'environ 24%, passant d'environ 4 825 à plus de 5 978.



Quelques caractéristiques clés du secteur peuvent être soulignées :

- Le champ d'activités couvert par la branche est très vaste...
- ... et recoupe des activités qui ont parfois peu de choses en commun
- Les entreprises sont principalement de petites structures avec peu de salariés permanents (en 2023, 26% des entreprises n'employaient aucun salarié permanent et 51% en employaient moins de 6)...
- ... mais, parfois, un nombre important de CDDU (intermittent du spectacle)
- Les plus grosses entreprises proposent le plus souvent une gamme d'activités très diversifiée
- Les entreprises et les emplois sont principalement localisés en région parisienne
- L'activité est cyclique, adossée au rythme des tournages

Les projets de recrutement identifiés

Les profils permanents recherchés

Les recrutements de permanents (CDI et CDD) sont peu nombreux (entre 5 et 10 par an pour les plus grosses entreprises, moins de 1 par an pour les plus petites, le plus souvent pour remplacer des départs), sur des postes spécialisés (ce qui se retrouve dans les quelques réponses collectées lors de la première version de l'enquête BMC).

Les besoins recensés au cours des entretiens sont très divers, en miroir de l'hétérogénéité des champs d'activité couverts par le secteur :

- Administrateur de production
- **Assistant son**
- Opérateur son
- Chargé de production
- **Directeur / Responsable informatique**
- **Directeur / Responsable son**
- **Data analyst**
- **Développeur back / front**
- **Commercial / vente**
- Chef de projet
- **Fonctions supports : assistants de direction, comptable, gestionnaire paie**

Des volumes de recrutements de permanents peu importants à l'échelle de chaque entreprise. Les métiers pour lesquels les recrutements sont considérés le plus souvent comme difficiles sont signalés en gras.

« Nous avons un effectif stable dans le temps, autour de 15 permanents. Nous souhaitons rester dans ces épures. Avoir plus de permanents, ça peut être un risque comme notre activité est très cyclique. »

Entreprise

Les pratiques de recrutement au sein du secteur

Les échanges donnent à voir que **le réseau** (de l'employeur ou des salariés) est le principal canal mobilisé pour les recrutements, tant pour les postes en CDI et CDD que pour les CDDU. Les autres canaux cités au cours des recrutements sont les suivants :

- L'accueil de stagiaires et d'alternants. Les entretiens permettent de mettre en avant des retours nuancés sur le sujet de l'alternance :
 - Environ la moitié des interlocuteurs rencontrés déclarant embaucher des apprentis apprécient le fait de pouvoir partager les spécificités de leurs organisations et de corriger les lacunes perçues dans l'offre de formation.
 - L'autre moitié souligne des expériences plus décevantes liées à :
 - Une inadéquation entre le rythme (haché) de l'alternance et les exigences de l'activité (rythme des projets)
 - Des apprentis qui peuvent avoir du mal à s'accommoder avec les contraintes, notamment horaires, du métier.
- Des cabinets de recrutement spécialisés ou des acteurs ressources (comme les bureaux d'accueil de tournage) peuvent être sollicités plus rarement, à l'occasion de recrutements pour des postes très spécialisés ou pour lesquels la mobilisation du réseau n'a pas fonctionné.
- Le dépôt d'annonces sur des sites généralistes est généralement réservé aux recrutements sur des fonctions supports.

« Dès que le recrutement concerne des postes un peu expérimentés nous passons par notre réseau. C'est notre milieu, nous voulons travailler avec des gens dont nous connaissons les compétences. »

Entreprise

« Dans l'ensemble nous échangeons peu avec les prestataires techniques de notre territoire. Nous avons eu quelques demandes pour trouver des candidats dans le cadre de recrutement mais c'est très rare et surtout quand toutes les pistes du réseau ont été épuisées. »

Bureau d'accueil de tournages

« Nous accueillons entre 3 et 4 apprentis chaque année dans toutes nos directions. C'est un point important pour nous car cela nous permet de garantir que les jeunes que nous embauchons connaissent nos technologies. Nous sommes vigilants à avoir des tuteurs formés car les apprentis doivent être bien encadrés. »

Entreprise

Les tensions de recrutement

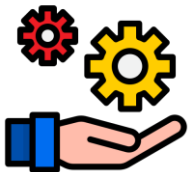
Les facteurs explicatifs des tensions

Les échanges montrent des points de vue contrastés sur les difficultés de recrutements. Plusieurs entreprises rencontrées estiment ne pas avoir de difficultés pour réaliser des recrutements quand d'autres indiquent en connaître.

Plusieurs sources des difficultés de recrutements sont citées au cours des entretiens :

La technicité des profils recherchés

- Il s'agit de la cause la plus citée pour expliquer les difficultés de recrutement.
- **Pour les postes techniques.** Les entreprises de prestations techniques sont souvent sur des activités de niche nécessitant la maîtrise d'outils pointus. **Plusieurs interlocuteurs rencontrés estiment que les formations proposées ne sont pas toujours suffisamment « expertes ».**
- **Pour des recrutements sur des fonctions transversales.** Lors des recrutements sur des fonctions transversales (notamment pour les métiers commerciaux et de management), il est difficile de trouver des candidats qui disposent à la fois d'une expertise « métier » et « produit ».



« Je dirais que la première difficulté c'est de trouver des candidats qui maîtrisent nos technologies. Nous n'avons pas de mal à avoir des candidats mais nous sommes dans un marché de niche avec une technologie spécifique qui n'est pas souvent maîtrisée, notamment par les plus jeunes candidats. »

Entreprise

« Pour travailler dans notre secteur il faut nécessairement des connaissances assez pointues sur le fonctionnement des tournages, le vocabulaire. Nous avons voulu recruter un commercial pour développer notre activité et les profils qui concilient ces deux dimensions sont rares. Nous avons fait le pari de prendre un commercial expérimenté mais qui n'avait jamais travaillé dans l'audiovisuel et ça n'a pas marché, les potentiels clients ne le prenaient pas au sérieux. »

Entreprise

« Nous n'avons pas réussi à recruter de responsable pour notre pôle son. Nous trouvons de bons ingénieurs son, de bons managers mais il nous faut quelqu'un qui puisse combiner les deux à la fois, un couteau suisse qui puisse organiser son équipe et connaître le métier et les équipements. »

Entreprise

Les tensions de recrutement

Les facteurs explicatifs des tensions

Les conditions de travail

Les conditions de travail recourent plusieurs dimensions :

- Pour certains métiers techniques, le rythme de travail – notamment les horaires décalés et l'amplitude horaire – peuvent être des freins pour trouver des candidats. Ce sujet est particulièrement ressorti dans les échanges avec les entreprises du montage son.
- Les niveaux de rémunération proposés peuvent jouer pour le recrutement de postes informatiques (développeurs) – profils pour lesquels les entreprises de prestation technique sont en concurrence avec des entreprises d'autres secteurs. Le sujet de la rémunération peut également être un frein lorsqu'un recrutement suppose le passage en tant que permanent d'un intermittent.
- La sédentarité est un frein cité par les loueurs de matériels. La sédentarité de leur activité s'oppose ainsi aux envies des candidats de travailler directement sur les tournages.
- La polyvalence requise – notamment pour les postes « supports » – peut être un frein pour trouver des candidats et les fidéliser.



« Sur les métiers de l'informatique, les jeunes s'aperçoivent très vite que nos concurrents d'autres secteurs proposent des salaires plus élevés que nous et nous ne pouvons pas nous aligner. »

Entreprise

« Les horaires de travail de nos activités (mixage son) peuvent décourager des candidats. L'amplitude horaire est importante, nous devons être présents en début de séance puis à sa fin. »

Entreprise

« Nous sommes peu nombreux et il faut donc être un peu touche à tout. C'est une force car cela veut dire qu'on ne s'ennuie jamais et qu'on peut pratiquer de nombreuses activités; C'est aussi une faiblesse : après plusieurs années d'expérience, les personnes aiment bien se spécialiser, la polyvalence est plus subie. »

Entreprise

Les tensions de recrutement

Les facteurs explicatifs des tensions

D'autres facteurs explicatifs ont pu être cités, mais plus rarement, par les interlocuteurs rencontrés.

La notoriété des métiers



- Les interlocuteurs rencontrés indiquent très majoritairement que le secteur ne souffre pas d'une image négative mais que **ses activités et métiers sont méconnus**. Le choix de s'orienter vers ce secteur se fait le plus souvent après avoir découvert le monde de l'audiovisuel.
- A la marge, un interlocuteur a pu indiquer que travailler dans le secteur de la prestation technique pouvait être perçue par les candidats comme une solution temporaire avant d'aller vers d'autres secteurs de l'audiovisuel. D'autres interlocuteurs peuvent souligner que, pour les jeunes notamment, le passage comme permanents au sein d'une entreprise de prestation technique permet de se construire un réseau avant de se lancer dans l'intermittence (interrogeant ici les modalités de fidélisation de ces profils).

« Notre situation est un peu paradoxale. Tout le monde sait ce qu'est le cinéma mais nos métiers ne sont pas connus. Ce n'est qu'une fois que la personne a mis le doigt dans l'engrenage qu'elle se rend compte de ce qui existe. »

Entreprise

« Notre activité n'est vraiment pas connue, même par les étudiants en audiovisuel. Nous sommes obligés de nous rapprocher des écoles pour nous faire connaître. »

Entreprise

Les tensions de recrutement

Les facteurs explicatifs des tensions

Des demandes importantes ou des disparités territoriales



- En miroir de ce qui est observé à l'échelle du champ de l'audiovisuel, les entreprises de la prestation technique sont principalement implantées en région parisienne. En cas d'activité de tournage plus importante qu'à l'accoutumée, il peut être difficile de trouver certains profils techniques en région.
- A la marge, certaines tensions pour certains métiers ont pu être expliquées par un nombre de candidats qui ne parvient pas à répondre aux besoins (exemple : bruiteur)

« Notre territoire est caractérisé par un nombre de jours de tournage plutôt faible. Dans ce contexte, le volume d'activité ne permet pas de recruter. Les difficultés de recrutements apparaissent uniquement quand les tournages se bousculent. »

Bureau d'accueil de tournages

La méconnaissance des ressources disponibles



- Plus rarement, quelques interlocuteurs ont pu exprimer des difficultés à identifier les structures de formation auprès desquelles diffuser des offres de stages (*pour les fonctions transversales*)

Les leviers mobilisés pour répondre aux difficultés de recrutement

Lorsque les interlocuteurs rencontrés sont confrontés à des difficultés de recrutement, l'action la plus couramment menée est de déposer une annonce en ligne - quand le recours préalable au réseau n'a pas permis de pourvoir le poste.

Dans la majorité des cas, les efforts de recrutement se limitent à ces démarches. Dans quelques cas, d'autres leviers peuvent être actionnés, principalement afin de susciter des vocations chez les jeunes :

La mise en place d'une politique RSE / la valorisation du « contexte de travail »



Afin d'attirer des candidats (et de les fidéliser), plusieurs interlocuteurs indiquent valoriser l'ancrage de leurs activités dans le monde de l'audiovisuel et les avantages qui peuvent y être liés (possibilité d'accéder à des avant-premières, ...). Deux interlocuteurs indiquent également développer une politique RSE (participation de l'entreprise aux dépenses pour les activités sportives, ...).

« Nous travaillons dans le monde de l'audiovisuel, nous avons des relations avec les distributeurs, nous pouvons avoir des places à des avant-premières, aller au festival de Cannes. C'est un argument qui, avec d'autres, peut parler à des passionnés. »

Entreprise

La valorisation des expertises et des équipements présents au sein de l'entreprise



Pour des recrutements sur des postes techniques, plusieurs interlocuteurs indiquent essayer de recruter en tant que permanents des intermittents. Afin de démarcher ces profils, ils valorisent le plus souvent les expertises avec lesquelles le candidat pourra travailler et les matériels disponibles au sein de l'entreprise.

« Un argument pour attirer les techniciens c'est de valoriser le fait que s'ils deviennent permanents ils ne seront plus seuls mais bénéficieront de l'expertise d'un collectif et qu'ils auront accès à des matériels à la pointe de la technologie. »

Entreprise

Les leviers mobilisés pour répondre aux difficultés de recrutement

La mobilisation de l'alternance et des stages...

Le recrutement d'apprentis et/ou des stagiaires est généralement perçu comme un levier efficace pour trouver des candidats et surtout pour garantir que les jeunes recrutés soient formés aux outils et techniques utilisés par l'entreprise.



... et plus largement le développement de partenariats avec des écoles

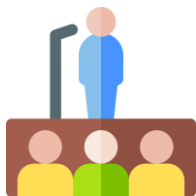
Dans deux cas, des entreprises rencontrées déclarent essayer de nouer des relations avec des écoles du champ de l'audiovisuel afin de faire connaître leurs métiers et de relayer les offres de stage qu'elles peuvent émettre.

« Nous recrutons quelques développeurs. Pour identifier de potentiels candidats nous nous rapprochons des écoles sur notre territoire pour identifier des stagiaires et des alternants. »

Entreprise

La participation à des forums / événements sur le recrutement

Une entreprise indique participer régulièrement à des forums et événements d'orientation professionnelle afin de rencontrer des étudiants et leur faire découvrir ses activités.



« Afin de nous faire connaître nous développons des relations avec les écoles de l'audiovisuel à proximité. Nous organisons des événements type hackathon pour faire découvrir nos métiers. »

Entreprise

Le recours à des appuis externes spécialisés

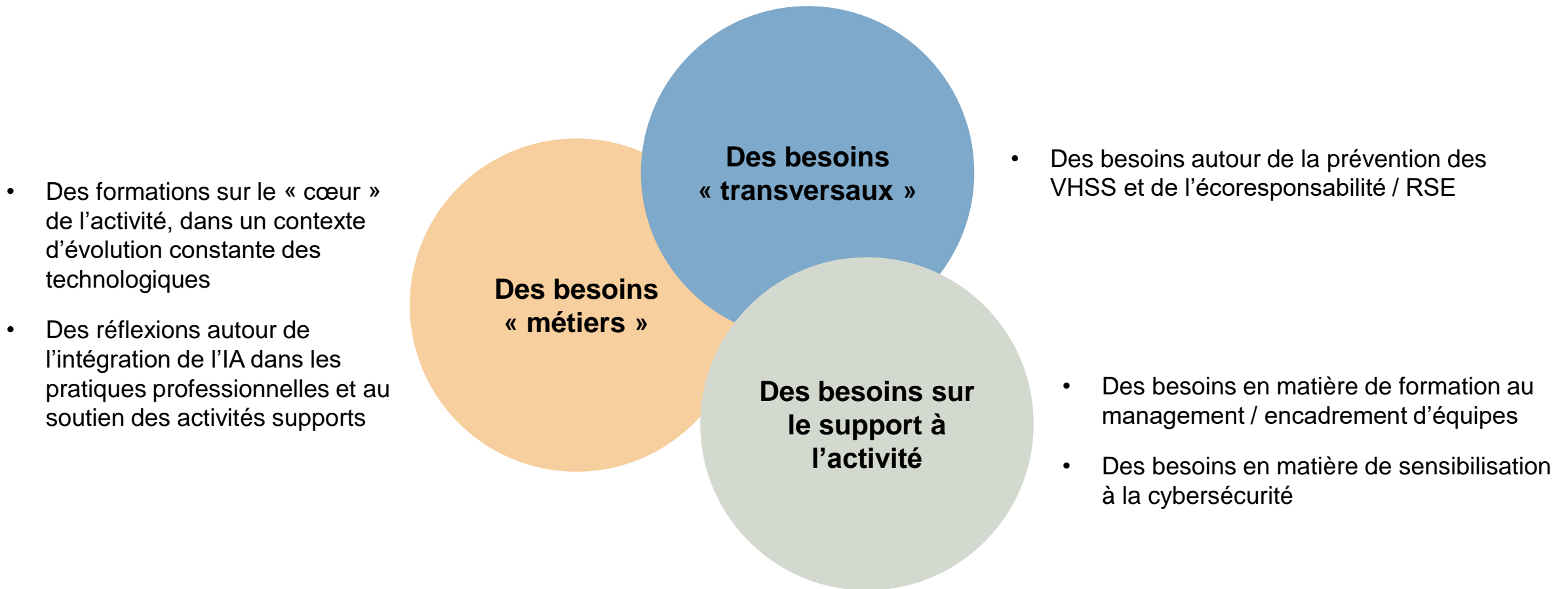
Les échanges donnent également à voir des pratiques, plutôt rares et réservées aux recrutements les plus complexes, de mobilisation de ressources externes et/ou spécialisées dans le recrutement (cabinet RH et bureau d'accueil de tournage).



3/ Les facteurs de mutation

Les besoins en développement des compétences évoqués au cours des entretiens

Les échanges permettent de mettre en lumière plusieurs facteurs de mutation auxquels il apparaît nécessaire aux entreprises de s'adapter, notamment en mobilisant l'outil formation.



Les besoins « métiers »

Les entretiens donnent à voir des perceptions différenciées des besoins en matière de formation. Certains interlocuteurs estiment être dans un contexte de fortes évolutions technologiques. Ces discours sont surtout tenus par des entreprises dont l'activité est :

- Spécialisée dans des domaines informatiques (stockage, ...)
- Le montage son ou image
- La post-production.

Ces évolutions supposent un travail de formation (ou d'autoformation) régulier pour tenir ses compétences à jour. Les regards des interlocuteurs concernés sur l'offre de formation existante peuvent être regroupés en deux catégories qui recoupent chacune environ la moitié des personnes rencontrées :

- Certains estiment parvenir à trouver les formations dont ils ont besoin :
 - Par le biais de formations proposées par les fournisseurs de matériels.
 - Par leurs connaissances de leur secteur d'activité qui leur permettent de trouver les ressources pour s'auto-former.
- D'autres sont plus réservés quant à leur capacité (et à celles de leurs équipes) à se former correctement et regrettent que l'offre de formation reste lacunaire, notamment sur les technologies les plus récentes ou les plus en évolution : technologies Dolby, logiciels (Unreal engine, ...)

Quelle que soit leur position sur le sujet, tous les interlocuteurs soulignent manquer de temps pour se former et recherchent ainsi en priorité des actions de courte durée.

« Cela fait 25 ans que je fais ce métier et je me suis toujours formé sur le tas. Dans notre secteur, la meilleure formation reste l'apprentissage par les pairs. »

Entreprise

« Sur l'activité son la technique se complexifie et évolue rapidement. Pour suivre, nous avons des pratiques de tutorat en interne avec des salariés qui servent de référents. Nous pouvons aussi mobiliser l'offre de formation continue, à condition qu'elle soit courte. »

Entreprise

« Les prestataires n'ont pas le temps de se former ou plutôt c'est compliqué pour eux de s'engager à bloquer du temps. Les désistements de dernière minute sont le fléau des formations dans le secteur. »

Bureau d'accueil de tournages

Le point de vue des entreprises du secteur sur l'intelligence artificielle

L'intelligence artificielle est un des principaux facteurs de mutation des activités et une des principales préoccupations des acteurs de la branche rencontrés. Cette préoccupation se retrouve pour l'ensemble des métiers à l'exception des plus manuels (exemple : créateur d'accessoires). Les interlocuteurs estiment que l'IA pourra avoir des effets sur deux dimensions :

- **L'automatisation des activités supports.** Le déploiement de solutions d'IA pourra faciliter la gestion quotidienne de l'entreprise (avec de potentielles applications identifiées sur le suivi des plannings, des congés, la paie, le suivi des CDDU, ...).
- **L'automatisation d'activités métiers.** Les effets pressentis et le regard sur l'IA varie ici fortement en fonction de l'activité de l'entreprise. Dans les cas les plus extrêmes, certains interlocuteurs craignent un remplacement (quasi) totale de l'humain par la machine sur leur segment d'activité, quand d'autres voient l'IA avant tout comme une ressource qui leur permettra de se concentrer sur les tâches les plus complexes. Ces retours sont particulièrement sensibles sur les activités en lien avec le son et l'image (montage, post-production, sous-titrage, doublage...)

Les échanges donnent à voir des postures plutôt attentistes vis-à-vis de l'intelligence artificielle, aucun interlocuteur n'indiquant avoir effectivement intégré l'IA dans leurs pratiques. Les entreprises les plus avancées indiquant avoir réalisé quelques tests pour juger des potentialités des outils.

« Comme beaucoup nous regardons avec intérêt ce qui est dit sur l'IA. Les potentialités sont importantes mais pour l'instant nous n'observons rien de vraiment concret. Nous sommes dans l'expectative. Nous avons commencé à tester quelques solutions sans aller plus loin. Je pense que les choses commenceront à bouger quand les clients nous demanderont de nous en servir. »

Entreprise

Des travaux récents (*étude du CNC « Quel impact de l'IA sur les filières du cinéma, de l'audiovisuel et du jeu vidéo », avril 2024*) mettent en avant de potentielles applications de l'IA qui pourraient affecter la branche et notamment les activités de

- Post production, effets visuels et animation (montage assisté par IA, création sonore et d'images, post-synchro, sous-titrage, etc.)
- Gestion de catalogue (restauration, lutte contre le piratage, etc.)

Si les travaux identifient des gains de productivité potentiels, ils montrent également des freins au déploiement de solutions d'IA d'ordre juridique (droits d'utilisation, etc.) et technique (qualité des productions, éparpillement des outils, etc.)

Les besoins transversaux

Deux principaux facteurs d'ordre transversal sont cités par les interlocuteurs rencontrés :

La réduction de l'impact environnement des activités (aspect environnemental de la RSE)

En miroir de ce qui est observé au niveau des autres branches de l'audiovisuel, ces sujets devraient prendre une place croissante pour les entreprises qui interviennent sur des productions financées avec le soutien du CNC (éco-conditionnalité des aides, appliquée depuis le 1^{er} janvier 2024). Les interlocuteurs rencontrés estiment que leurs donneurs d'ordre vont être de plus en plus attentifs à leurs engagements en la matière.

A date, les impacts de ces évolutions touchent les modalités d'organisation de l'activité (transport, choix de matériels, ...) et la capacité de l'entreprise à valoriser les actions qu'elle conduit dans le domaine auprès de ses clients.

La prévention des VHSS

Une partie des entreprises de la prestation technique se sentent concernées par ce sujet social et s'y sensibilisent.

« Au regard des demandes, nous commençons à organiser des actions de sensibilisation des techniciens à l'intégration des enjeux de l'écoresponsabilité dans les projets. »

Bureau d'accueil de tournages

« Nous avons eu une première demande d'un client concernant nos actions en matière de RSE, on sent que le sujet va prendre de l'importance. C'est une réelle difficulté pour nous car nous travaillons avec environ 500 intermittents chaque mois et il va falloir qu'on intègre leurs activités dans notre empreinte carbone. »

Entreprise

« L'égalité femmes-hommes et la prévention des VHSS sont des sujets sociétaux qui prennent de l'importance dans nos entreprises. L'offre de sensibilisation sur le sujet est bien fournie. »

Entreprise

Les besoins sur le support de l'activité

Les besoins formulés par les interlocuteurs sur les fonctions support sont les suivants.

La formation au management

Les entreprises dont les effectifs sont relativement importants (à partir d'une dizaine de permanents) signalent presque toutes des besoins de formation autour du management / encadrement d'équipes. Ainsi, si les professionnels du secteur sont des techniciens accomplis, ils ne sont que rarement formés (et présentent peu d'appétences) pour le management.

La sensibilisation à la cybersécurité

Deux interlocuteurs rencontrés soulignent des besoins en lien avec la cybersécurité. Ils portent principalement sur la formation aux bonnes pratiques et la sensibilisation à la protection des systèmes d'information. Dans un contexte de digitalisation croissante de l'activité, il leur apparaît en effet nécessaire de diffuser des bonnes pratiques pour éviter des problèmes de sécurité sur leurs réseaux informatiques.

« Les prestataires sont d'excellents professionnels, spécialistes de leurs activités mais ne sont pas souvent formés au management et à partir du moment où les équipes croissent cela peut être un problème. »

Cabinet RH

« Nos équipes sont très jeunes et pour nous assurer que tout fonctionne bien il nous faut de bons managers, à la fois technique et bons encadrants. Ces profils sont très difficiles à trouver. »

Entreprise

« Nos activités sont de plus en plus digitalisées et donc exposées aux risques de piratage. Depuis 4 ans, nous avons opéré un virage en modifiant nos process et en essayant de former et sensibiliser nos équipes sur le sujet mais nous avons des difficultés pour trouver les ressources pour ce faire. »

Entreprise

4/ Les pistes pour l'action

Des pistes méthodologiques

Apports et limites de la méthode

Les travaux conduits avaient vocation à approfondir les résultats de l'enquête lancée en 2023. La démarche d'enquête de terrain et l'analyse qui l'a suivie ont rencontré plusieurs freins :

- Des entreprises majoritairement de petites tailles qui n'ont que peu de temps à consacrer aux travaux
- Des interlocuteurs qui peuvent être difficiles à identifier nominativement
- Une diversité d'activités qui nécessite un nombre conséquent d'entretiens pour permettre la montée en généralité et qui ne présentent que peu de liens entre elles

Nous proposons ci-après une analyse de la méthode mise en œuvre (apports, limites et points de vigilance) dans l'optique d'une reconduite ou d'un approfondissement de la démarche.

Outils	Apports	Limites	Points de vigilance
Questionnaire	La photographie des besoins en recrutement au moment de l'enquête Le recueil d'un nombre de contributions potentiel représentatif	Un volume de réponses à augmenter pour pouvoir à l'avenir affiner l'analyse à l'échelle de la branche	Garantir un bon niveau de qualification de la base de contacts nécessaire pour augmenter le taux de réponse Diffuser et promouvoir l'enquête dans les réseaux des organisations

Des pistes méthodologiques

Outils	Apports	Limites	Points de vigilance
Entretiens entreprises	Une identification et contextualisation des besoins de recrutement Le recueil des pratiques et besoins en matière de formation	Des moyens de collecte très importants, dès lors que l'on souhaite interroger un échantillon « raisonné », reflétant la diversité du secteur Des structures qui ne disposent pas toutes, au bon moment, du temps nécessaire pour réaliser un entretien	Une portée des entretiens essentiellement compréhensive et illustrative Une montée en généralité et des propositions pour l'action qui ne peuvent s'appuyer uniquement sur des entretiens individuels
Entretiens experts	Un regard transversal et une prise de hauteur très utiles pour l'analyse	Des acteurs dont les interventions peuvent être limitées à un territoire ou qui ne couvrent qu'une partie des activités recouvertes par la branche	Veiller à resituer le propos et les analyses au regard des activités et projets portées par les structures accompagnées Des entreprises qui sollicitent peu des prestations d'accompagnement externe, et donc méconnues par les entreprises qui les proposent Des acteurs territoriaux dont les retours doivent nécessairement être contextualisés
Analyses documentaires	Une documentation riche à l'échelle de l'ensemble du champ de l'audiovisuel	Des travaux qui se concentrent principalement sur les évolutions de l'activité et dont les besoins en recrutement et en formation ne sont que rarement la clé d'entrée principale Des études rarement centrées sur la branche mais sur l'ensemble du champ de l'audiovisuel dans sa globalité	Un travail de ciblage et de valorisation des informations utiles toujours nécessaire Une documentation répartie entre plusieurs producteurs (CNC, Audiens, FICAM, CPNEF de l'audiovisuel, ...)

De potentiels axes de travail complémentaires

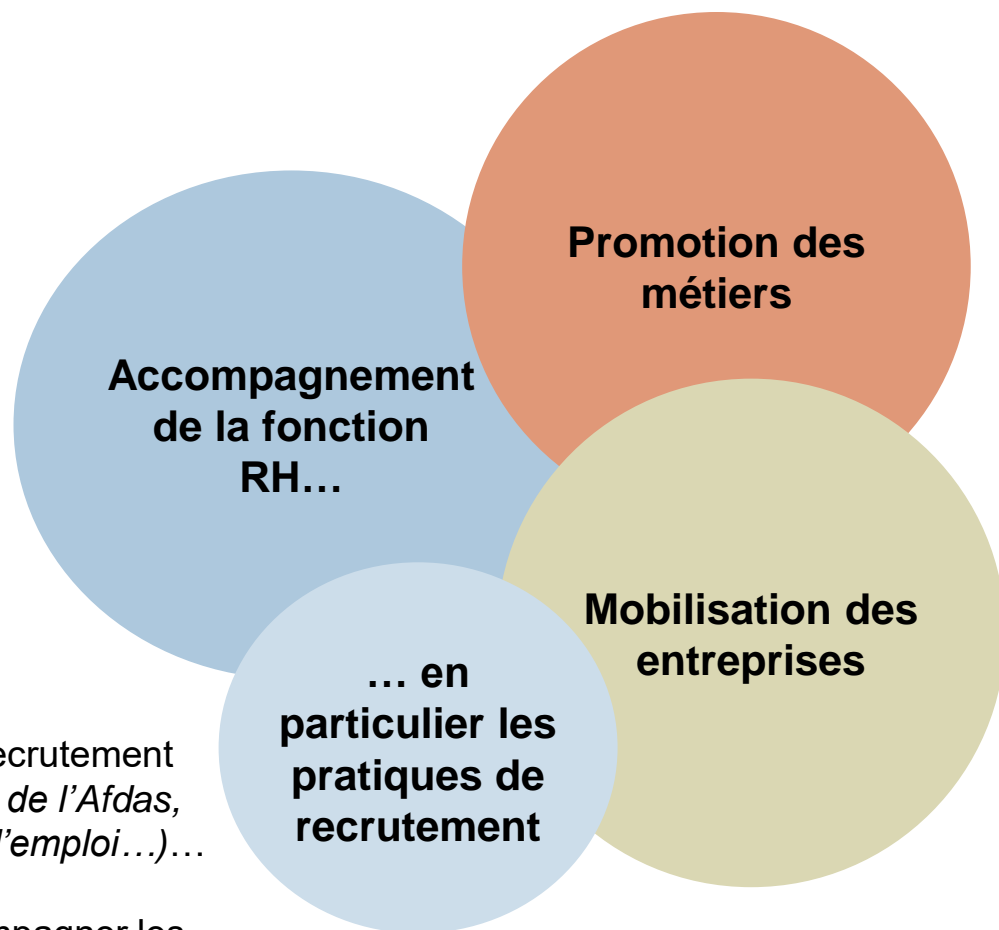
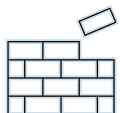


Communiquer et valoriser l'offre d'accompagnement existante auprès des entreprises de la branche, notamment les plus petites (appuis-conseils...)

... avec l'appui des équipes de l'OPCO (webinaire de présentation de l'offre portée par l'OPCO, ...)

... notamment en matière de recrutement (*plateforme recruter autrement de l'Afdas, recours aux intermédiaires de l'emploi...*)...

... et de formations pour accompagner les prises de poste (*alternance et formation des tuteurs, POE-I, plan de développement des compétences...*)



Lancer, en coordination avec les autres branches du champ de l'audiovisuel, des démarches visant à rendre plus visibles les métiers des entreprises du secteur ainsi que des travaux sur le sujet de la « marque secteur » ou « marque employeur »



Conduire des travaux d'études centrés spécifiquement sur un domaine d'activité couvert par la branche.

Envisager des incitations spécifiques, pour les entreprises, à contribuer à ce type d'étude – avec un produit de sortie opérationnel (par exemple, conseil RH, ingénierie financière de formation...)

5/ Annexes

Liste des interlocuteurs rencontrés au cours des travaux

Les entreprises rencontrées au cours des travaux

- Artefact
- Cinébébé
- COMSCORE / RENTRAK
- Flying Secoya
- Imagine AC
- Indie rent
- IMSO PROD
- Néoset
- Noir Lumière
- Nomalab
- RVZ
- Studio Belleville
- Studio Corto
- Titra

Les experts « RH » rencontrés au cours des travaux

Prestataires Afdas

- Ecopia
- Fraissinet Associés

Bureau d'accueil de tournage

- Centre Val de Loire
- Grand Est
- Pays de la Loire
- Provence Alpes Côte d'Azur
- Gironde
- Lot et Garonne

