

Enquête annuelle des besoins en métiers et compétences

aFDas
LES OBSERVATOIRES



**Les besoins en recrutement
de la Télédiffusion**
Synthèse
Décembre 2024

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.

Objectifs des travaux



- **Caractériser l'attractivité des métiers et les difficultés de recrutement rencontrées par les entreprises, en tenant compte de la composition du secteur (tailles des entreprises, typologies...)**
- **Caractériser l'évolution des métiers et les besoins d'adaptation des compétences générés**
- **Identifier des leviers pour l'action de nature à résorber les difficultés de recrutement identifiées**

Les réalisations



Exploitation de la documentation existante :

- Ressources de la CPNEF de l'audiovisuel
- Liste des métiers émergents construite par les organisations employeurs : émergents, en tension, en transformation



Réalisation d'entretiens :

- 14 entretiens auprès d'entreprises de la branche ou de représentants d'organisations patronales et salariales



Réalisation de groupes de travail :

- Un groupe de travail avec 3 conseillers emploi formation de l'Afdas
- 5 groupes de travail avec des représentants des organisations patronales et salariales



Les principaux besoins en recrutements évoqués

Les travaux ont permis de faire émerger une liste de métiers pour lesquels les recrutements sont perçus comme particulièrement difficiles – quelque soient les raisons explicatives des difficultés constatées. Ces dernières ont été exprimées au cours des entretiens menés, mais les travaux menés n'ont pas permis de les pondérer.

Les profils pour lesquels des difficultés de recrutement ont été évoquées (tous types de contrats de travail confondus)

- Technicien(ne) trafic
- Technicien (ne) exploitation vidéo
- Technicien (ne) support et maintenance broadcast
- Métiers du digital / tech : product designer, product manager, product owner, développeurs, ingénierie réseau, cybersécurité...
- Métiers du marketing digital
- Métiers de la data : data analyst, data scientist, *data architect*
- Métiers des réseaux
- Technicien (ne) workflow / Media manager
- Truquiste
- Infographiste
- Conducteur(trice) d'antenne
- Technicien (ne) de plateau (éclairagiste)
- Chargé(e) d'exploitation (en région)
- Comptable
- Gestionnaire de paie
- Chargé (e) d'études marketing
- Acheteur(euse)s, contrôleur(euse) s de gestion (marchés publics)
- Community manager

Les facteurs expliquant les difficultés de recrutement



Les points clés issus du diagnostic

Notoriété et attractivité de la branche professionnelle

- La branche de la télédiffusion fait face à une situation paradoxale. Les programmes télévisuels sont regardés par des millions de téléspectateurs, que cela soit à travers la télévision en tant qu'objet ou les plateformes. Pour autant, ses métiers ne sont pas suffisamment connus du grand public.
- Le secteur peut souffrir d'une image erronée ou du moins qui ne correspond pas à la situation actuelle. Il s'agirait d'un domaine qui serait vieillissant, élitiste, centré sur Paris, ...
- Les métiers retrouvés au sein de la branche sont méconnus (notamment les emplois techniques ou très spécialisés de la télédiffusion : conducteur d'antenne, scriptes, ...)
- Un enjeu émerge des travaux : la sensibilisation des publics scolaires dans un contexte où des outils de communication, portés par la branche, existent (fiches métiers) mais s'adressent à un public déjà sensibilisé, moins à un public non averti
- Ces différents sujets et enjeux sont bien repérés par les employeurs qui travaillent leur marque employeur. Si une partie des éléments qui les composent sont propres aux entreprises qui les portent, un socle commun de valeurs et d'ambitions peuvent se dégager autour des notions suivantes : **Travailler en collectif, sur des projets d'ampleur, Divertir (« faire rêver »), Informer, Se former et évoluer tout au long de sa carrière**

Les facteurs expliquant les difficultés de recrutement



Les points clés issus du diagnostic Conditions de travail

- Les horaires décalés restent une réalité pour une partie des métiers. Ce frein au recrutement est plus fort pour les populations jeunes, à la recherche d'un équilibre vie privée / vie professionnelle.
- Les niveaux de rémunération peuvent constituer un frein, notamment : pour les télévisions locales, pour les recrutements en CDI sur des métiers techniques, du fait de la concurrence avec d'autres secteurs (métiers du digital et fonctions supports)
- Chaque type d'organisation du travail comporte par ailleurs des éléments qui peuvent constituer des facteurs d'attractivité pour certains candidats mais des facteurs limitants pour d'autres :
 - **Dans les grands groupes**, des métiers très spécialisés dans les grands groupes, des trajectoires professionnelles qui se pensent sur le moyen-long terme
 - Des métiers qui s'hybrident, notamment sur les plateaux, impliquant une recherche de polycompétence
 - **Dans les petites organisations**, des métiers polyvalents
 - Des passerelles « naturelles » qui se construisent à l'échelle de la filière entre les petites entités (en tant que voie d'entrée dans le secteur) et les grands groupes (en tant que vecteurs de spécialisation), mais qui ne sont pas valorisées en tant que telles
- La Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) et la Qualité de Vie et les Conditions de Travail (QVCT) sont des leviers d'attractivité d'ores et déjà repérés et investis, plus particulièrement au sein des grands groupes, pour répondre aux attentes des salariés et candidats.

Les facteurs expliquant les difficultés de recrutement



Les points clés issus du diagnostic Offre de formation

- Le BAC PRO - Systèmes numériques - Option B : audiovisuels, réseau et équipements domestiques (ARED) pourrait être retravaillé. Une déclinaison de contenus spécifiques pourrait notamment être utile pour répondre à des besoins en recrutement de techniciens positionnés sur de la maintenance de premier niveau, sur les équipements de la régie.
- Plusieurs pistes pour un ajustement du BTS Métiers de l'audiovisuel ont pu être identifiées au cours des travaux :
 - L'intitulé de l'option *Techniques d'ingénierie et exploitation des équipements* est peu parlant
 - Sans revoir la structure du référentiel du diplôme, la nécessité d'actualiser les libellés des activités, tâches, compétences et savoir-faire (gestion des réseaux IP, cloud, créativité, IA, droit du travail, gestion des risques, écoproduction..., en fonction des options)...
 - ... en renforçant la porosité entre les options image et son au regard des évolutions des équipements audiovisuels
 - L'offre de formation ne couvre pas tout le territoire national, notamment en ce qui concerne l'option *Techniques d'ingénierie et exploitation des équipements* qui n'est dispensée que par 20 établissements.
- L'offre de formation identifiée à date permet de répondre aux besoins les plus récurrents et transversaux, mais des métiers très spécifiques (conducteurs d'antenne, scriptes...) et des compétences émergentes pour lesquels il n'existe pas de parcours / bloc dédié

Les pistes pour l'action

Engager des travaux spécifiques pour valoriser une « marque secteur »

- Réaliser un benchmark des stratégies de valorisation de la marque employeur (démarches innovantes, démarches « concurrentes », démarche des acteurs de la télédiffusion)
- Pour définir une stratégie partagée à l'échelle de la télédiffusion, en statuant notamment sur l'opportunité d'une communication à l'échelle d'une « filière » ouvrant l'opportunité de parcours professionnels

Renouveler la stratégie et l'outillage de la branche en matière de communication sur les métiers

- Réaliser une étude auprès des salariés « entrants » pour mieux caractériser leur parcours antérieur
- Identifier une liste de métiers prioritaires autour desquels affiner une stratégie de communication
- Renouveler les outils de présentation de ces métiers, en les ajustant aux différentes cibles (grand public, acteurs de l'emploi, scolaires / jeunes...). Par exemple : la future plateforme Afdas à destination des collégiens
- Identifier les événements nationaux (forums de l'emploi, salons de l'orientation...) sur lesquels il serait utile que la branche soit représentée et organiser sa participation
- Capitaliser les pratiques inspirantes déployées par certaines entreprises, notamment Vis ma vie, immersion facilitée, partenariats avec des établissements de formation / des acteurs de l'emploi
- Renforcer les partenariats avec les CREFOP et/ou les Régions



Notoriété

Les pistes pour l'action

Engager la rénovation du BTS Métiers de l'audiovisuel

- Réaliser un diagnostic précis, région par région, de l'offre de formation disponible pouvant mener au champ de l'audiovisuel, par exemple dans le cadre (ou en lien avec) les travaux des CREFOP sur ce sujet
- Organiser un recensement précis et exhaustif des évolutions des activités réalisées et compétences attendues par les employeurs pour chacune des options
- Envisager la proposition de création d'options spécifiques à l'audiovisuel sur des diplômes généralistes ou des coopérations entre opérateurs de formation spécialisés chacun sur l'un des deux domaines (numérique - audiovisuel)

Accompagner la fonction RH des entreprises et en particulier les pratiques de recrutement

- Communiquer et valoriser l'offre d'accompagnement existante auprès des entreprises de la branche 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 (POE-I, Afest, POE-C...)

Accompagner le développement des compétences des salariés

- Rester en veille sur la pertinence de diligenter des « études d'opportunité » sur la mise en place de parcours professionnalisants ou certifications spécifiques - conducteurs d'antenne, technologies immersives, gestion de l'empreinte carbone de la production audiovisuelle (déjà existante [RS6456](#)), scripte
- Organiser un recensement « flash » des besoins en compétences émergents, et une réflexion paritaire sur l'opportunité d'identifier au sein de certifications déjà existantes des blocs de compétences pouvant y répondre



**Offre de
formation**

aFDas
DEMAIN SERA FORMATION