



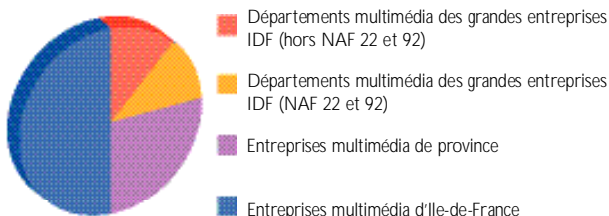
Les besoins en compétences dans les métiers du multimédia

Présentation de l'étude

Dans le cadre de la politique qualité de Gobelins, l'Ecole de l'image, l'Observatoire de la Formation, de l'Emploi et des Métiers de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris a réalisé une enquête sur les besoins en compétences dans les métiers du multimédia en France métropolitaine. L'étude a pour objectif de faire un point sur l'activité et les marchés, de connaître l'évolution des métiers et des compétences requises, d'identifier les facteurs d'évolution. Elle a permis de bâtir des fiches profils pour dix métiers dont il est donné un extrait pour le concepteur-multimédia en page 4.

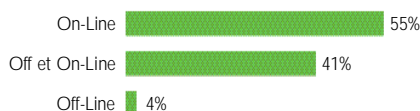
Une enquête quantitative par téléphone a été menée au 1^{er} semestre 2002 auprès de 201 entreprises françaises.

Structure de l'échantillon des entreprises interrogées *



* NAF 22 et 92 : Imprimerie, Édition, Reproduction et Activités culturelles, récréatives et sportives
* IDF : Ile-de-France

Nature des produits de l'activité multimédia

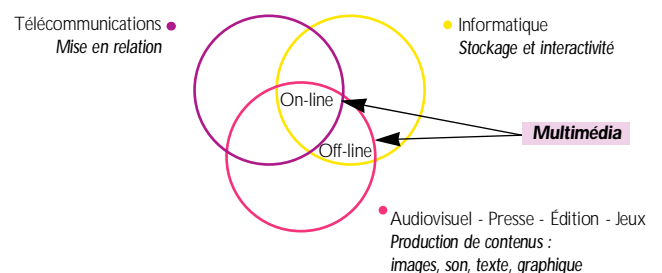


Secteur d'activité des établissements interrogés *

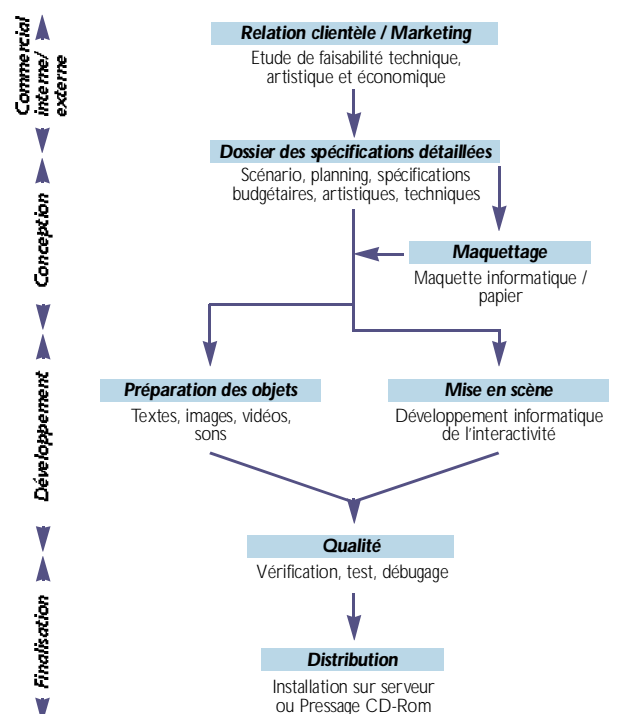
	% des établissements
Internet	25%
Informatique SSII	12%
Multimédia / Communication	6%
Edition de logiciel / Audiovisuel	5%
Distribution - e-commerce	4%
Edition / Audit-Finance-Banque / Presse	3%
Publicité / Musique / Industrie / Etude / Cartographie	1%

Introduction au multimédia

Schéma du multimédia



Chaîne de création multimédia



Résultats d'enquête

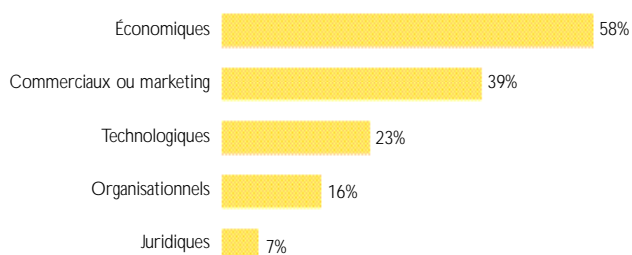
Perspectives

Pour les deux ans à venir, les perspectives de croissance de leur activité sont de plus de 10% l'an pour 60% des entreprises

Le secteur se caractérise par un fort dynamisme : 78% des entreprises s'attendent à une croissance de leur activité, 20% à une stabilité et 3% à une baisse. Les perspectives sont plus optimistes pour les entreprises du multimédia (avec 62% des entreprises en IDF et 67% en province qui s'attendent à plus de 10% de croissance) que pour les départements multimédias des grandes entreprises (50% d'entre eux en Ile-de-France s'attendent à une augmentation de plus de 10%).

Les composantes économiques, y compris la composante commerciale et de marketing, sont les principaux facteurs d'évolution du secteur. Les facteurs technologiques arrivent ensuite avec, en particulier, l'accès rapide largement répandu et le haut débit.

Facteurs d'évolution du secteur du multimédia



Principaux clients

Les entreprises hors multimédia représentent près de deux tiers de la clientèle du secteur multimédia. Le grand public vient en seconde position avec plus du tiers du marché. Un peu moins du cinquième est dû à l'autoconsommation de produits multimédia par les entreprises (communication interne et externe...).

Secteur d'activité

Secteur d'activité	% des établissements
Entreprises hors multimédia	63%
Grand public	35%
Votre entreprise	13%
Agences de communication, Publicité	12%
Éditeurs de jeux	7%
Éditeurs de produits multimédia	6%
SSII	5%

Axes d'investissement

Axes majeurs

Innovation, recherche, développement	52%
Commercial et marketing	35%

Axes moins importants

Équipements matériels	22%
Ressources humaines	21%
Création artistique	17%
Logiciels	16%

Axes de développement

Axes majeurs

Conseil	56%
Conception	53%
Réalisation	51%
Edition/production	50%

Axe moins important

Maintenance	39%
-------------	-----

Budget multimédia

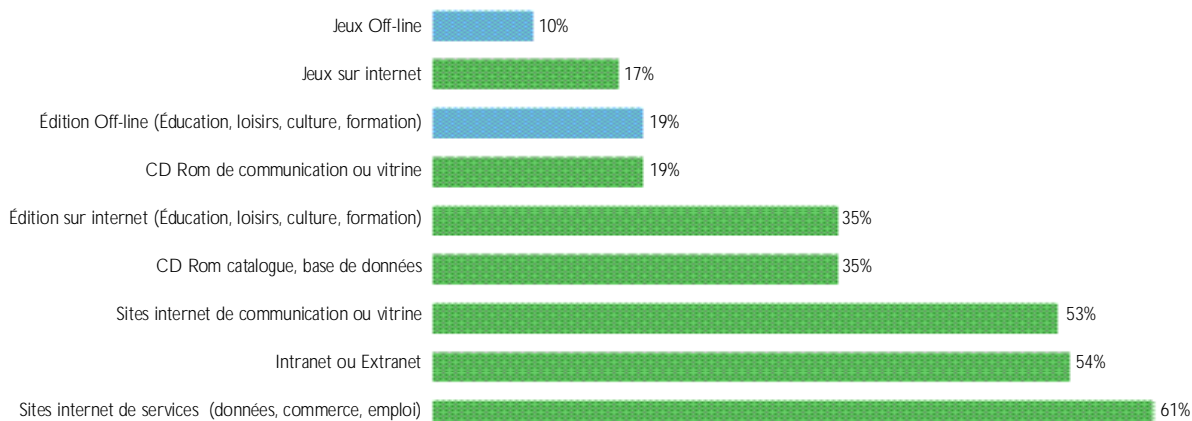
Le budget multimédia représente 61% du chiffre d'affaires (C.A.) des entreprises interrogées et plus particulièrement :

- un peu plus de 70% du C.A. des entreprises du secteur multimédia (72% en Ile-de-France, 71% en province),
- 15% du C.A. des départements multimédia de grandes entreprises de l'Ile-de-France n'appartenant ni au secteur du multimédia ni aux secteurs de l'édition, imprimerie, reproduction et des activités récréatives, culturelles et sportives,
- 9% du C.A. de ces derniers secteurs (NAF 22 et 92).



Principaux produits multimédia et perspectives

■ Tendance à la stabilité ■ Tendance à la croissance



Emploi et formation

Les sites web, le premier canal de recrutement

Principaux canaux de recrutements

Sites web de recrutement	45%
Relations personnelles et professionnelles	35%
Candidatures spontanées	21%
Le site web de votre entreprise	16%

Autres canaux

Petites annonces de presse	12%
ANPE	10%
Stagiaires	8%
Intérim	6%
Promotion interne	5%
APEC	5%
Salon professionnels	4%
Le site de l'INA	3%
Parrainage	3%

- Un intérêt pour la formation en alternance pour 79% des entreprises
- Un intérêt pour la validation des acquis de l'expérience pour 42% des entreprises

Qualités et compétences attendues des chefs de projet

- Qualités et compétences les plus attendues : elles sont d'ordre managérial
Assurer la relation client, Organiser la fabrication, ses délais et coûts, Qualité du produit final, Constituer et animer une équipe
- Qualités et compétences moyennement attendues : ce sont des compétences de base

Analyse et veille technologique, Capacité à rédiger, Règles de diffusion de l'information, Maîtrise de l'utilisation des logiciels, Culture générale et niveau de formation initiale, Communiquer avec aisance en anglais

- Qualités et compétences relativement les moins attendues : elles sont d'ordre artistique

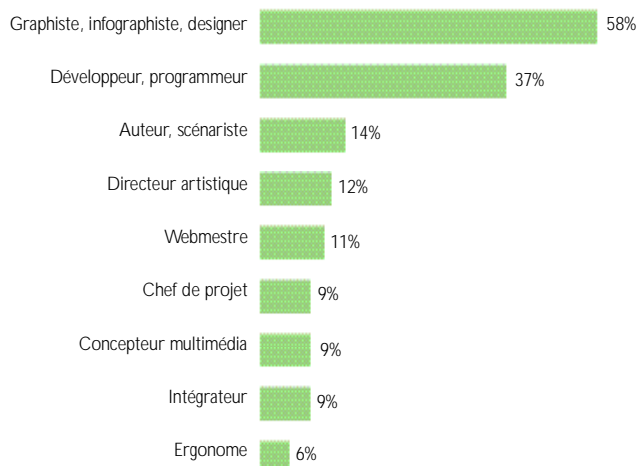
Concevoir l'arborescence, les spécifications éditoriales et les graphiques, Définir et effectuer la ligne graphique, Définir et mettre en œuvre l'ergonomie, Capacité de création



Un recours au personnel free lance pour 35% des entreprises

Le recours le plus fréquent concerne les graphistes/infographistes/designers et, dans une moindre mesure, les développeurs programmeurs.

Le recours au personnel free lance par type de métiers



Les principaux métiers

Chef de projet est le métier le plus présent dans les entreprises devant développeur programmeur, webmestre, concepteur multimédia et graphiste-infographiste-designer.

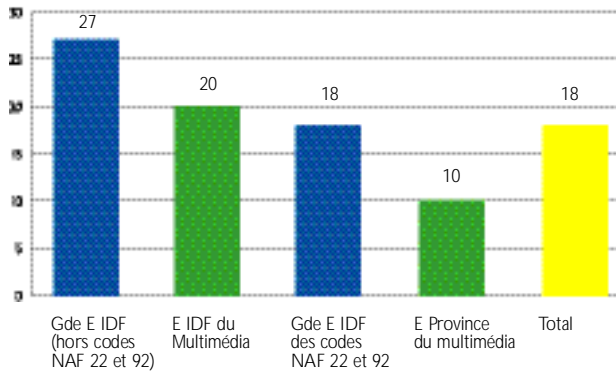
L'implantation des développeurs-programmeurs y est la plus dense avec près de 14 emplois par entreprise contre 2 à 4 emplois pour les autres métiers (en particulier 4 emplois pour les concepteurs multimédia, les auteurs scénaristes, les chefs de projet).

Les perspectives d'embauche sont les plus élevées pour les chefs de projet, les développeurs-programmeurs devant les concepteurs multimédia et les graphistes-infographistes-designers.

Liste des métiers par ordre d'importance et perspectives

	% d'entreprises où le poste existe	Nombre d'emplois par entreprise	Solde d'entreprises prévoyant une embauche
Chef de projet	79	3,9	32
Développeur programmeur	55	13,9	22
Webmestre	49	2,0	10
Concepteur-multimédia	48	4,1	14
Graphiste, infographiste, designer	43	2,8	14
Directeur artistique	30	1,3	7
Intégrateur	23	3,0	9
Auteur-scénariste	15	3,5	3
Ergonome	13	1,6	6

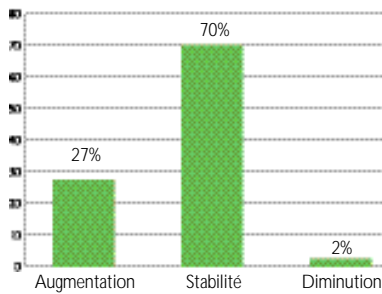
Effectifs du multimédia



Photos : Photothèque CCIP - Graphisme : Jour Courable

Fiche profil du concepteur multimédia

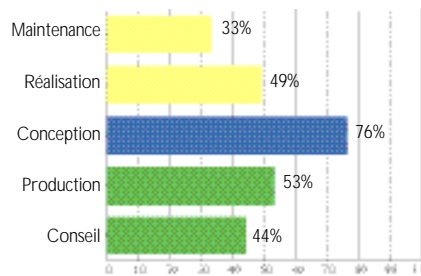
Perspectives d'embauches



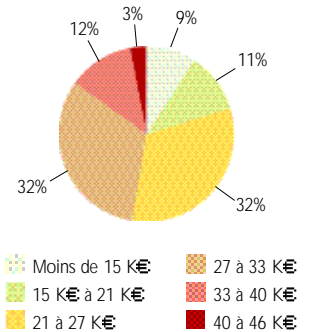
Par rapport à l'ensemble des métiers

- Niveau significativement dans la moyenne
- Niveau significativement supérieur à la moyenne
- Niveau significativement inférieur à la moyenne

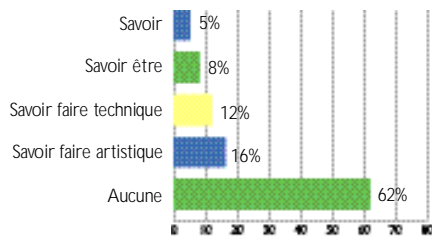
Intervention sur la chaîne de production



Niveau de salaire



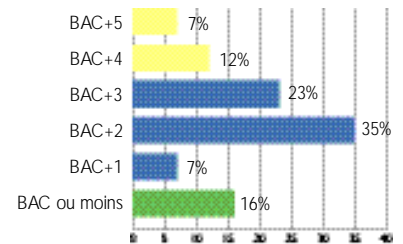
Compétences faibles



Type de formation



Niveau de formation



Pour tout renseignement complémentaire sur l'étude, contacter :



Observatoire de la Formation,
de l'Emploi et des Métiers
(OFEM) de la CCIP
19, rue Lord Byron - 75008 PARIS
Téléphone : 01 55 65 76 50
Contact : Christophe Jeammot
Mail : cjeammot@ccip.fr
www.ofem.ccip.fr



Gobelins, l'école de l'image
Site de Paris
73, bd Saint-Marcel
75013 PARIS
Téléphone : 01 40 79 92 12
Contact : Marie-France Zumofen
Mail : mzfumofen@gobelins.fr
www.gobelins.fr



CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE PARIS
DIRECTION DE L'ENSEIGNEMENT