

LUNDI DE LA SORBONNE : lundi 14 novembre 2011

De l'Internet aux Multimédias, un marché du travail en forte progression.

Ce marché est en plein essor mais il manque de candidats. Depuis 15 ans, 700.000 emplois ont été créés et il est probable que dans les 15 ans à venir, 450.000 emplois supplémentaires voient le jour. La formation progresse aussi, des écoles se sont ouvertes et il existe 450 formations universitaires en France. C'est une filière où les métiers sont difficiles à définir et très concurrencée sur le plan international.

Mme Frédérique BARBIER, Directrice associée de l'agence Blue Search, agence de recrutement dédiée aux secteurs des technologies et de l'internet : les 2 types d'entreprises qui recrutent le plus sont des sociétés « click et mortar » (société traditionnelle ayant ajouté une activité en ligne à son modèle classique comme la FNAC) et des sociétés « purplayer » (société qui n'existe que sur Internet comme ventesprivées.com ou Pixmania). Dans un groupe, il y a une équipe qui s'occupe du web, composée entre autre d'un responsable marketing pour suivre et fidéliser les clients et d'un community manager chargé de communiquer et de suivre ce qui se dit sur la marque. Voyages SNCF en est un exemple car après avoir été séparé de la SNCF, elle s'en rapproche maintenant.

Aperçu des métiers du web. Le web ne peut exister sans ingénieurs et techniciens et offre une grande diversité de fonctions : les métiers de webmaster, chef de projet internet... sont des métiers qui se développent et nécessitent une formation scientifique et technique, mais il manque de personnes formées en Haute Technologie informatique. Dans le domaine du marketing on trouve les responsables de référencement (SEO ou SEA) dont la mission consiste à bien positionner un site web dans les moteurs de recherche et à accroître la visibilité et l'audience, les responsables affiliation, les chefs de produit médias... et on trouve souvent à ces postes des autodidactes ou des personnes formées aux métiers classiques du marketing. Le commerce avec les chefs de pub ou les business développeurs, l'éditorial avec les rédacteurs qui n'écrivent pas de la même manière que sur papier recrutent également. Certains métiers dédiés à la fidélisation et à l'attraction des clients sont pointus et demandent beaucoup de technicité, ce qui nécessite un travail d'équipe avec les responsables marketing. Il est bien entendu absolument nécessaire de parler anglais et de connaître les termes techniques. Il faut aussi savoir s'intégrer dans l'organigramme de la société.

Pour information, le site <http://www.metiers.internet.gouv.fr/> décrit bien les métiers du web et apporte des informations utiles.

Mme Stéphanie de KERDREL, directrice de l'Ecole Européenne des Métiers de l'Internet (E.E.M.I.) : l'école créée par les fondateurs de trois sociétés, Free, Meetic et Ventes privées, a ouvert ses portes en septembre 2011 sur le constat des difficultés rencontrées à recruter et la nécessité de donner une formation de qualité dans des nouveaux métiers, avec des nouveaux besoins. Les formations proposées correspondent aux différents métiers du web qu'on trouve en entreprise et l'école forme des spécialistes du net, opérationnels dès leur sortie. Le but est d'offrir des débouchés concrets aux étudiants dans le domaine de la programmation et du développement multimédia, le webdesign et le graphisme, la communication et le suivi du web, le marketing appliqué à Internet et la gestion de projet.

La formation dure 3 ans après le bac pour plusieurs raisons : l'urgence de former des spécialistes, l'évolution très rapide du secteur, l'âge moyen (28, 30 ans) des personnes qui travaillent dans le secteur. Ces métiers nécessitent de commencer jeune et de se former régulièrement. La 1^{ère} année est un tronc commun d'enseignements techniques et spécifiques pour donner une culture d'entreprise aux étudiants et pour qu'ils aient des notions de base larges et fondamentales qui leur permettront de se spécialiser en 2^{ème} et 3^{ème} année. Les enseignements sont transversaux et toujours orientés vers les problématiques Internet, que ce soit le droit, le marketing, l'anglais...

L'immersion en entreprise fait aussi partie du cursus avec plusieurs stages suivis et tutorés, 4 mois en 2^{ème} année et 6 mois en 3^{ème} année.

La 1^{ère} promotion compte 145 étudiants d'origines diverses : bac général, bac technologique et un bac professionnel. Le recrutement se fait sur dossier et test pas forcément académique, puis entretien de motivation.

L'année coûte 6500€ mais il existe des possibilités de bourses et de prêts à taux 0.

Le diplôme n'est pas encore homologué car il faut 3 promotions sortantes avant de pouvoir en faire la demande.

www.eemi.com

Sophie Maheo, community manager Université Paris Descartes : travaille dans le département TICE (Technologies de l'information et de la communication pour l'éducation), recrutée en tant qu'ingénieur en technologie de l'information pour développer une plateforme de blogs.

A l'origine, Sophie Maheo a une formation de droit privé et une licence professionnelle « webmestre, animation de communauté » obtenue à Paris V en 2005, puis elle a travaillé en médiathèque comme responsable de la communication et comme animateur du réseau Internet à l'hôpital. Après un bilan de compétence, elle a affiné son projet, son souhait était d'améliorer la communication entre les gens et de travailler sur le sens des mots. Le community manager représente les usagers et travaille avec le développeur de

réseau. A l'université Paris Descartes, il s'agit de suivre les utilisateurs, la production et de rendre le réseau présent à ses acteurs, que sont les étudiants et les enseignants, et qui peuvent publier. Il est donc nécessaire de superviser constamment, d'accueillir avec bienveillance, de répondre avec transparence, d'écouter, de comprendre et traduire, de fédérer. Les interlocuteurs sont très nombreux et variés. L'université, est une marque d'engagement qui diffuse des savoirs et des savoirs faire et révèle une capacité d'innovation qui implique que le community manager soit un peu le « pare choc » entre la communauté et le manager. Il doit également innover, créer et donner du sens à l'écrit. L'aspect créatif du métier est passionnant. Les universités recrutent de plus en plus de community manager car c'est pour elles une dimension stratégique de mise en valeur de leur image de marque.

Pour conclure, Sophie Mahea nous cite cette phrase de Proust tirée Du côté de chez Swann : « Notre personnalité sociale est une création de la pensée de l'autre »

Complément d'infos : le community manager ou animateur de communauté ou bien gestionnaire de communauté ou encore e-costumer Relationship Management, développe la visibilité d'une marque qu'il personnifie sur Internet. Au Québec, on le nomme « médiateur de conversation ». Les contours de ce métier récent aux appellations multiples sont encore un peu flous ; ils se situent à la frontière du marketing et de la communication. La mission du community manager consiste à animer les discussions des internautes sur la marque qu'il est chargé de promouvoir pour doper son site. Il les repère par une veille en ligne, en identifie les auteurs et mesure leur influence. Il engage ensuite la conversation avec eux et les invite à rejoindre les plates-formes d'expression de cette marque. Enfin, il les rassemble et communique via les supports de celle-ci. Encore en balbutiements, les métiers ne représentent qu'une centaine de postes en France, répartis pour moitié en agence de communication, et pour moitié en entreprises. D'ailleurs il arrive que les entreprises fassent du « community manager » sans poste dédié à cette mission, finalement assurée par plusieurs salariés. Développement du secteur numérique oblige... ce métier séduit les entreprises, intéressées par cette nouvelle méthode de gestion de leur clientèle et ce mode de communication. Encore faut-il qu'elles en aient les moyens ! Le salaire annuel d'un jeune professionnel après 2 ou 3 années de pratique peut osciller entre 40 et 50 milliers d'euros.

Lettre Infos Avenir mai juin 2011

Plus d'infos : Stratégies magazine n°1575

M. Abdelhamid LIMANI, responsable du département SRC (services et réseau de communication) et de la Licence professionnelle TAIS (Techniques et activités de l'Image et du Son) qui comporte 2 spécialités : « Infographiste et Web designer » et « Concepteur en niveaux et performances de jeux vidéo » à l'IUT de Bobigny.

Il existe quatre autres universités proposant ce DUT en région parisienne à Vélizy, Sarcelles et Marne la Vallée : [voir la présentation](#) du DUT. Les étudiants de ce DUT, très polyvalents, seront capables de développer des compétences techniques, mais aussi communicationnelles. Cela leur permettra de bâtir un argumentaire, d'écouter et de comprendre les différents acteurs d'un projet puis d'élaborer et mettre en forme un produit de communication reposant sur l'intégration des médias numériques. L'enseignement y est théorique mais vise aussi l'insertion professionnelle. Il y a 60 places pour plus de 500 candidatures de lycéens ayant des bacs généraux et technologiques : les STI réussissent mieux que les STG. L'IUT a établi un partenariat avec un lycée professionnel et accueille quelques élèves de bac professionnel communication graphique. Après ce DUT, les étudiants poursuivent majoritairement leurs études en école d'ingénieur, en L3 communication, en Licence professionnelle.

La Licence pro TAIS (Techniques et Activités de l'Image et du Son) a 2 spécialités : concepteur en niveaux et performances de jeux vidéos qui va devenir « Game designer » et Infographiste/Webdesigner. Les jeux vidéo sont devenus des outils de communication appelés « Serious Game ». Il existe un partenariat avec Ubi Soft et des chercheurs.

La licence pro ATC (Activités et Techniques de Communication) forme des concepteurs et intégrateurs web et multimédia qui devront maîtriser les outils de développement et les différents langages. Les enseignants sont au 2/3 des professionnels et sur 52 étudiants, 24 sont en apprentissage. Les professions visées nécessitent des capacités de diagnostic, de conception, d'organisation, mais également des compétences en management de projet, en communication écrite et orale, une aptitude à travailler en équipe et à s'intégrer dans le milieu professionnel. La curiosité visant à acquérir une culture High Tech est essentielle dans un domaine où la technologie évolue très vite.

La licence pro RDBD (Ressources Documentaires et Bases de Données) forme des gestionnaires de contenus en ligne et des documentalistes multi supports. Les professionnels de la communication numérique développeront des compétences en termes de conduite de projet, de diagnostic, de conception et de mise en place de ressources documentaires. Ils devront tenir compte de la diversité des besoins, donc avoir des capacités d'adaptation et suivre l'évolution technologique des supports de l'information. L'aptitude à travailler en équipe, à s'intégrer dans le milieu professionnel, le sens de la communication et des initiatives seront des qualités déterminantes dans la réalisation de leur métier.

Pour travailler ensemble dans des projets tutorés et que tout le monde puisse se concerter, les 3 licences pro ont créé une agence. Cela aide la formation à être en adéquation avec le monde professionnel. L'atout de ces licences sont le lien qu'elles ont noué avec la recherche, la diversité de l'enseignement (formation en alternance ou en initiale), les équipements informatiques, les échanges entre la communauté étudiante et la possibilité de réorientation, l'infrastructure universitaire, le partenariat avec les entreprises et l'étranger.

L'origine des étudiants est diverse. En 2010/2011, 60% des étudiants avaient trouvé un emploi au bout de 3 mois et 80% au bout de 6 mois. Certains poursuivent en Master. Il y a 28 étudiants par spécialité et par type de formation.

Thierry Bozon, responsable du Master en alternance Cultures et Métiers du web à Paris Est Marne la Vallée et Isabelle Franqueza, responsable des relations universités/entreprises. Ce master est adossé à un CFA, 80% des étudiants de M1 et M2 sont en apprentissage. Le choix de l'apprentissage est un choix moral car c'est un univers difficile. La maquette de ce master a été habilitée en 2010 pour 4 ans. La 1^{ère} promotion sortira en 2012. C'est une filière qui s'adresse à des étudiants de filière générale majoritairement en sciences humaines et sociales. Il n'est pas nécessaire d'avoir des pré requis en informatique et cela ouvre beaucoup de débouchés à des littéraires. Il y a souvent pénurie de candidats dans ces filières car elles sont perçues comme techniques or les métiers du web ont besoin de gens qui savent écrire. Le web reconfigure le rapport à l'écrit et à la lecture.

La sélection se fait à l'écrit, on demande au candidat une réflexion argumentée sur un événement du web pendant 2 heures puis il est convoqué à un entretien rapide de motivation et sur son projet. Il y a 300 candidatures pour 40 places.

La formation pluridisciplinaire bénéficie de nombreux apports de la part de professionnels des métiers du web. Cela représente un quart des enseignants. Le rythme de l'alternance est d'une semaine en entreprise, une semaine à l'université. La 1^{ère} année est consacrée à consolider un socle commun de connaissances tant en sciences humaines que dans le domaine des applications informatiques et à l'élaboration d'un mémoire articulant terrain web et sciences humaines et sociales. La 2^{ème} année est marquée par la croissance des enseignements en informatique appliquée et jalonnée par la réalisation d'un projet tutoré web/multimédia qui fait l'objet d'une soutenance. C'est une formation soutenue par la recherche qui nécessite beaucoup d'ouverture et de l'interconnexion entre les acteurs car le web n'aime pas le cloisonnement. Elle s'appuie sur l'élaboration de projets innovants dans les 2 années, ce qui remet en cause la pédagogie universitaire classique car les étudiants sont acteurs de leur formation, en rendant compte de leur

pratique d'entreprise. Ce master a établi un partenariat avec la Corée de sud car c'est le pays le plus connecté et le plus mobile.

La rentrée se fait le 5 septembre et les étudiants ont 3 mois pour trouver une entreprise. La plupart sont dans des grandes entreprises : France Telecom, La Poste, Areva, Total, SNCF... d'autres sont dans des SSII. 90 à 95 % des étudiants passent de la 1^{ère} à la 2^{nde} année.

Les débouchés de cette formation sont dans les métiers de la maîtrise d'ouvrage (chef de projet, concepteur...), les métiers de l'éditorial et de la gestion de l'information et des connaissances (e-documentaliste, gestionnaire de bases de données...), les métiers de la distribution de contenus numériques audiovisuels. Tous ces métiers demandent un fort savoir technique s'appuyant sur des compétences diverses associant savoir intellectuel et capacité d'analyse ainsi que des connaissances pratiques.

53 % des étudiants de la promotion 2011 ont été embauchés dans le mois qui a suivi l'obtention de leur diplôme en CDD ou en CDI, 21% sont en recherche, 14% poursuivent une formation pour se spécialiser dans d'autres métiers et 12% sont partis à l'étranger.

Ils sont webmaster, chef de communication, chef de projet, consultant, développeur intégrateur, community manager, ... Le suivi des étudiants en entreprise permet la constitution d'un réseau.
