



évoluer, se former :
une seconde
nature

p. 2



profils, savoir-faire,
savoir-être, outils,
témoignages

p. 6



rechercher
efficacement
son nouvel emploi

p. 12

archimag.com

[STRATÉGIES & RESSOURCES DE LA MÉMOIRE & DU SAVOIR]

supplément au n° 295

juin 2016

ne peut être vendu
séparément



[observatoire]

baromètre 2016 emploi et compétences



Coup de projecteur sur les **nouveaux métiers** et les nouvelles compétences de l'infodoc



Guide
complet de
plus de
90 pages

Crises. Pour les professionnels de l'information-documentation, le mot peut être mis au pluriel. Crise économique et difficultés des entreprises. Crise du numérique. Crise de l'emploi et des métiers. Documentaliste, bibliothécaire, archiviste : chaque spécialité est dans la tourmente. Ce guide propose un changement de posture. Il ne s'agit pas ici d'expliquer les difficultés, mais d'observer ce qui marche pour s'en inspirer. Si le marché de l'emploi n'est pas des plus florissants, des facteurs positifs existent. Le futur de nos métiers se dessine et permet à chacun d'orienter ses compétences, à approfondir ou à acquérir, en formation initiale ou continue. Solidement ancrés dans les besoins en devenir des entreprises et du web, des professionnels témoignent : les chemins de l'emploi sont tracés !

Au sommaire de ce guide

1. ÉTAT DE L'ART

- impacts et opportunités du numérique
- ce que les offres d'emploi nous disent du marché du travail
- l'infodoc sous la loupe des observatoires

2. STRATÉGIE

- le futur des documentalistes, veilleurs, archivistes et bibliothécaires
- travailler dans un nouvel esprit : le coworking
- presse : les documentalistes au plus près de l'édition

3. MISE EN ŒUVRE

- les clés de son parcours de formation
- multiplier les opportunités d'emploi grâce à son réseau
- focus sur les besoins de compétences en intelligence économique des entreprises

4. FORMATION

- formation initiale ou continue : repérages

5. POSTES ET PROFILS

- vingt professionnels témoignent de leur succès, avec profils et fiches de poste



Guide pratique *Nouveaux métiers de l'infodoc*

à renvoyer accompagné du règlement à Archimag 24, rue de Milan F-75009 Paris

■ Tél. : + 33 1 55 31 92 30 ■ Fax : + 33 1 44 53 45 01 ■ Courriel : infos@archimag.com ■ Site : www.archimag.com

Oui, je commande exemplaire(s) PAPIER au prix unitaire de **97 euros TTC**, soit..... euros TTC
(TVA 2,10% incluse) + 5,35 euros de frais de port

Oui, je commande exemplaire(s) PDF au prix unitaire de **97 euros TTC**, soit..... euros TTC
(TVA 2,10% incluse)

Oui, je commande exemplaire(s) Flex (PAPIER + PDF) au prix unitaire de **145 euros TTC**, soit..... euros TTC
(TVA 2,10% incluse) + 5,35 euros de frais de port

Soit un total de euros TTC

Nom :
Prénom :
Fonction :
Raison sociale :
Secteur d'activité :
Adresse :
Code postal-Ville :
Pays :
Tél. :
Courriel :
Fax :
Signature ou cachet :



sommaire

[tendances]

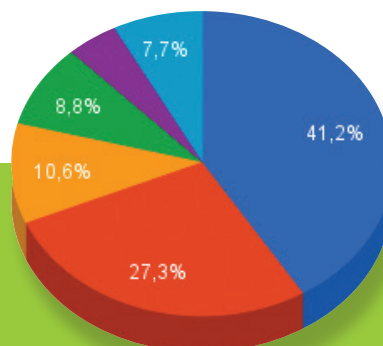
- 2 évoluer, se former :
une seconde nature
- 3 2^e baromètre emploi du management
de l'information

[profils]

- 6 community management
- 7 documentation
- 8 veille
- 9 data
- 10 archives
- 11 bibliothèque

[perspectives]

- 12 rechercher efficacement
son nouvel emploi
- 14 formation : monter en compétence
dans les organisations digitales



nous faisons Archimag

IDP Sarl
24, rue de Milan, F-75009 Paris
Tél.: +33 (0)1 55 31 92 30
Fax: +33 (0)1 44 53 45 01
infos@archimag.com
www.archimag.com

contacts e-mail
prenom.nom@archimag.com

rédaction
rédacteur en chef
Michel Remize
directrice de la rédaction
Louise Guerre
directeur de la publication
Pierre Fuzeau

l'équipe de rédacteurs
Clémence Jost, Éric Le Ven,
Bruno Texier
nos correspondants
Élisabeth Lavigueur (Montréal),
Philippe Laurent (Bruxelles),
Julie Vuagniaux (Genève)
**ont collaboré à ce
supplément au n° 295**
Jean Gauthier
site web, newsletter
Clémence Jost
conception graphique
Julio Arias-Arriaza, Amcoat
maquette
Bruno Daléle, Exeterra.fr
dessinateur
Yves Barros

publicité
Cathy Potel
01 55 31 92 30
**responsable marketing
et commercial**
Alexandre Corbier
01 44 53 47 29
vente au numéro
service abonnement
Suzanne Amia
suzanne.amia@archimag.com
réclamations
infos :
suzanne.amia@archimag.com
BP 95-92244 Malakoff Cedex
**tarifs et conditions
d'abonnement**
valables jusqu'au 31-12-2016
France : 1 an, 118 euros
France : 2 ans, 222 euros
Tarif étudiant : 1 an, 28 euros

Tarif demandeur d'emploi :
1 an, 54 euros
Vente au numéro : 18 euros
imprimeur
Inore Groupe Impression
4 rue Thomas Edison
58640 Varennes Vauzelles
éditeur
IDP Sarl, au capital
de 40 000 euros
Information, documentation,
presse
N° de commission paritaire :
1216 T 85484
ISSN : 2260-166X
Dépôt légal à parution
du numéro
**supplément au n°295,
ne peut être vendu
séparément**
crédits photos
Couverture : © Freepik.com
Intérieures : droits réservés,
sauf mentions différentes

annonceurs
IDP : 2^e de couverture
INA : 4^e de couverture
Serda Formation : 3^e de
couverture



Archimag sur
les réseaux sociaux



Facebook
→ [www.facebook.com/pages/
archiMAG/102327599812643](http://www.facebook.com/pages/archiMAG/102327599812643)
Twitter
→ twitter.com/ArchimagRedac

Archimag est une publication
du groupe Serda.
Toute adaptation ou reproduction
même partielle des informations
parues dans Archimag est
formellement interdite sauf
accord écrit d'IDP SARL.



Ce document est imprimé
sur papier certifié PEFC

Annoncez-vous sur Archimag et Archimag.com
Contactez Cathy Potel : 01 55 31 92 30, cathy.potel@archimag.com
Abonnez-vous à Archimag : www.archimag.com/boutique

évoluer, se former : une seconde nature

Si la situation de l'emploi en France souffre d'un lourd taux de chômage, le secteur du management et des technologies de l'information ne cesse d'aller de l'avant. C'est dans ce contexte qu'il faut évaluer sa position professionnelle et partir ou repartir du bon pied, en se formant, encore et toujours.

aujourd'hui, le nouvel eldorado, c'est celui de la french tech. N'attendant pas le nombre des années, mais courant après les levées de fonds et le succès planétaire, ces start-up n'hésitent pas à affronter la concurrence étrangère. Le numérique français s'affiche. En janvier 2016, 190 entreprises hexagonales étaient présentes au Consumer electronic show de Las Vegas (États-Unis), premier salon mondial du genre. Elles étaient 120 l'année précédente. Cet appétit entrepreneurial est encouragé par l'État lui-même avec une stratégie numérique et notamment la loi pour une République numérique, de même que par l'Union européenne. Autant dire que le moment pousse à la « digitalisation » ; mot qui semble désormais le plus fédérateur pour parler d'économie ou de transformation numériques. Aucune pause n'est permise. En permanence, la concurrence globalisée pousse à l'innovation, particulièrement dans les technologies de l'information. L'innovation s'est d'ailleurs institutionnalisée, avec la mise au point de méthodes, et la création de chaires universitaires, par exemple la chaire innovation et régulation des services

numériques de l'École polytechnique, Télécom ParisTech et Orange.

big data et intelligence artificielle

Parmi les dernières vagues d'innovations, figurent le big data et l'intelligence artificielle.

Le big data, ou données massives, produit aux yeux de certains une véritable révolution dont on ne perçoit que les prémices. Il se nourrit de données internes aux organisations ou externes et profite de celles que rapatrient les objets connectés. Mais qui dit big data dit mathématiques, statistiques et algorithmes, soit des profils de métiers à bac plus 5, voire au-delà ? Pas d'accord, Jérémy Harroch, PDG de Quantmetry et à l'origine du salon Datajob, réclame des formations courtes pour ce secteur (1). Reste que l'on manque ici de diplômés (2). Il y a des places à prendre, au caractère pas toujours aussi informatique que des managers de l'information pourraient le craindre.

un éventail de métiers très large

Quant à l'intelligence artificielle (IA), son émergence actuelle est davantage une sorte de résurrection. En fait, 2016 marque son 60^e anniversaire comme aime à le rappeler Jean-Gabriel Ganascia, professeur d'informatique à l'université Pierre et Marie Curie (Paris 6), mais les capacités actuelles de calcul lui font enregistrer de plus en plus de succès. De la robotique au data et text mining (DTM), de nombreuses activités bénéficient d'un effet accélérateur grâce à l'IA, avec à la clé de nouveaux emplois.

Et voilà maintenant que la vague blockchain (3) commence à déferler, autre « révolution qui va changer le monde » (4). Capgemini, entreprise de services du numérique, est en train de recruter une

centaine de collaborateurs spécialistes de cette technologie. L'on pourrait multiplier les exemples...

En fin de compte, si le taux de chômage est élevé, supérieur à 10 % de la population active, très élevé même chez les jeunes (un quart des moins de 25 ans sont touchés), il est bon de savoir que le secteur des TI, protéiforme, recrute. Ceci à des niveaux de qualification divers et pour un éventail de métiers très large, allant de l'aide-documentaliste au chief data officer de l'État ! Dans ce supplément d'Archimag, sont analysés les métiers et domaines suivants : community manager, documentation, veille, data, archives et bibliothèque.

Pour rester maître de sa vie professionnelle, se faire recruter ou se former, il s'agit de mener une veille régulière et d'entretenir son réseau relationnel. Le suivi de la presse généraliste ou spécialisée est obligatoire. D'autres sources de veille sont incontournables : les associations professionnelles (5), les organismes de formation initiale (comparer les taux d'insertion des jeunes diplômés) ou continue, les réseaux sociaux et, notamment, leurs groupes spécialisés (par exemple dans LinkedIn). Il faut aussi envisager les Mooc, cours en ligne ouvert à tous, qui démocratisent davantage l'autoformation. ■

Michel Remize

(1) Voir *Guide pratique Archimag* n°54 Expérience data.

(2) L'émergence des nouveaux métiers de la « data » se heurte au manque de diplômés. *Les Échos*. 10 mai 2016.

(3) Blockchain : technologie de stockage et de transmission d'informations à coût minime, sécurisée, transparente et fonctionnant sans organe central de contrôle (*source Blockchainfrance.net*).

(4) Selon Gilles Babinet, digital champion pour la France, et Clément Jeanneau, cofondateur de Blockchain France. *Latribune.fr*. 5 février 2016.

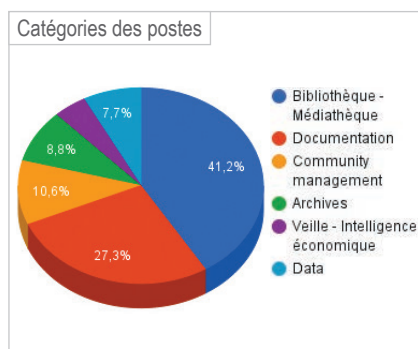
(5) Adhérer à une communauté professionnelle, pour quoi faire ? *Archimag* n° 294, mai 2016.

2^e baromètre emploi du management de l'information

En partenariat avec Serda Formation, Archimag propose le 2^e baromètre de l'Observatoire des métiers et des compétences en management de l'information. 1 185 annonces d'emploi ont été analysées pour l'année 2015. Où l'on voit que le secteur public recrute davantage, que les CDD l'emportent, que le master est le niveau d'étude idéal... Et que c'est toujours dans les data que l'on est le mieux payé.

C'est le point de vue des recruteurs qui est privilégié à travers l'analyse de leurs annonces d'emploi. De quoi prendre le pouls de ce marché dans les domaines du management de l'information.

1185 annonces sont comptabilisées dans ce 2^e baromètre. Il y en avait eu 1328 pour la première édition. Rappelons que ce recueil d'annonces ne prétend pas à l'exhaustivité. Sont crawlés les principaux sites d'emploi, avec dédoublonnage (1). La moindre quantité d'annonces répertoriées cette année n'est pas à interpréter comme un tassement du marché de l'emploi. On rappelle aussi qu'il existe un marché « caché » du recrutement (candidatures spontanées, embauches après un stage, invitation des entreprises à envoyer des CV en ligne, etc.) qui échappe fatalement à la publicité des annonces. La comparaison entre les données de ce 2^e baromètre et celles du 1^{er} privilégie donc une approche qualitative.



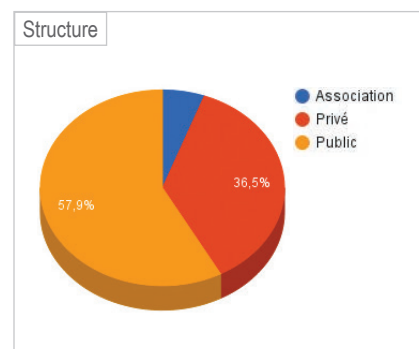
Autre précision, les intitulés de postes apparaissant dans les annonces, très variés, ont été regroupés manuellement par catégories, ce qui donne : archives, bibliothèque-médiathèque, community management, data, documentation et veille-intelligence économique. Insuffisamment représentée dans les annonces recueillies, la catégorie records management ne sera pas analysée. En même temps, il faut noter que nombre d'annonces dans les archives ou la documentation font référence à des compétences propres au records management. La hiérarchie des catégories est la même que l'an dernier. Arrivent en tête bibliothèque-médiathèque (largement devant), documentation et community management. La 4^e place revient aux archives.

1. localisation

Près de la moitié des recrutements (48 %) en management de l'information se situe en Île-de-France. C'est de loin la région la plus dynamique. Auvergne-Rhône-Alpes, deuxième sur le podium, atteint 12,8 %. Aucune autre région ne franchit la barre des 10 %.

2. structure

Avec 58 % des annonces, le secteur public est largement majoritaire dans ce 2^e baromètre



et passe donc devant le secteur privé. Les recrutements dans le secteur associatif restent stables, à un peu plus de 5 %.

Ce sont traditionnellement en bibliothèque-médiathèque et archives que les emplois publics sont les plus nombreux. Ils sont rares ou peu fréquents pour le community management, les data et la veille.

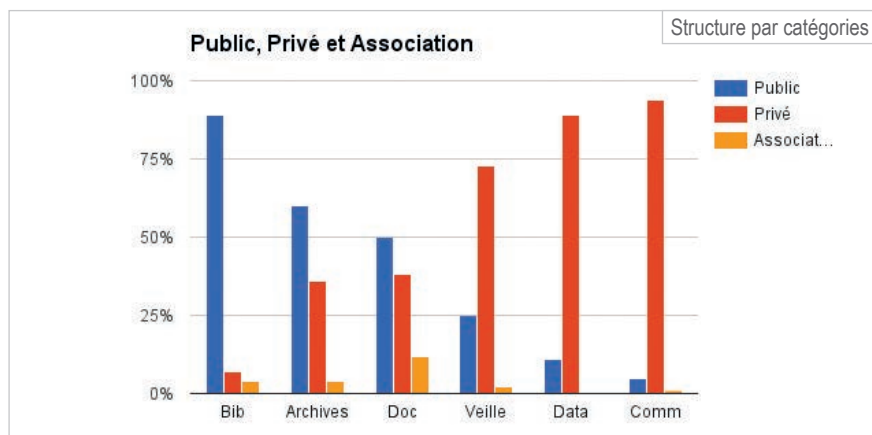
3. activité

À elles seules, les collectivités territoriales proposent près du tiers des postes. Cela concerne d'abord les bibliothécaires, puis les archivistes. Près du quart revient à « enseignement, recherche, éducation », tiré d'abord par les documentalistes. On tombe à 10 % pour « services informatiques, services web, nouvelles technologies, économie numérique ». Là, ce sont les community managers et les data managers qui s'y orientent le plus. À noter que plus d'un veilleur sur 5, est recruté dans le secteur « banque, assurance, finance, mutuelle ».

4. contrat

Si le baromètre 2015 voyait les CDI et CDD à égalité, à chacun un tiers des propositions de contrats, celui de 2016 est marqué par un avantage pris par les CDD, à 40 %

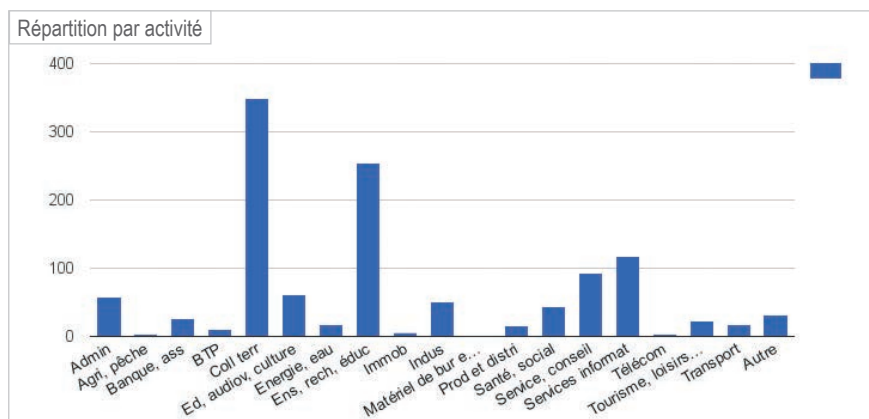
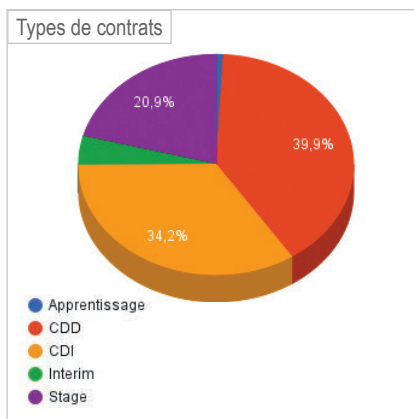




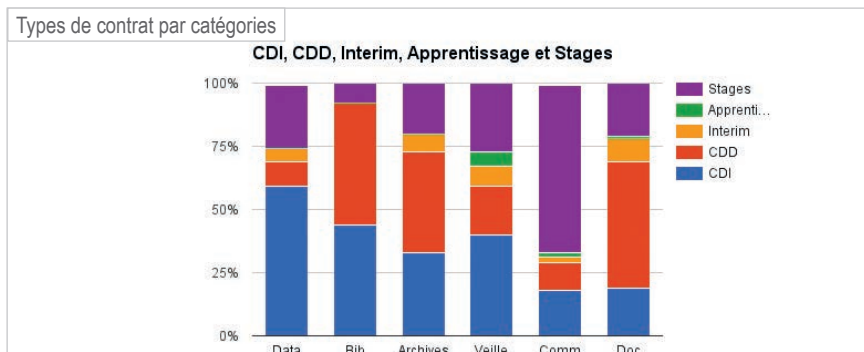
contre 34 % pour les CDI. Signe de précarisation du marché de l'emploi ? Ou, les CDD étant dominants - on n'ose dire qu'ils deviennent la règle -, la véritable précarité est de ne pas parvenir à enchaîner un nouveau CDD après une fin de contrat... Une chose est sûre, envisager sa carrière en ligne droite chez un seul employeur appartient au passé.

Aujourd'hui encore, 1 annonce sur 5 est une offre de stage.

Ce sont, une nouvelle fois, les métiers de la data qui offrent le plus de possibilités de CDI.



Avec 59 % cependant, on constate un tassement par rapport au baromètre 2015 (70 %). On y voit aussi proportionnellement augmenter la part de stages. Partout ailleurs, la part de CDI est minoritaire. En documentation, 50 % des contrats sont à durée déterminée - c'est en hausse -, en bibliothèque 48 %. Et côté stages, le community management est le plus demandeur, captant 66 % de l'emploi. L'interim confirme sa place dans le marché, en premier lieu en documentation.



5. diplôme

Bac + 2, licence et master 1 : pour chacun de ces niveaux de diplôme, la part correspond au quart de l'ensemble. Masters 1 et 2 réunis totalisent plus de 40 %. Cela dénote dans l'ensemble le haut niveau de qualification réclamé par les métiers du management de l'information. C'est une constante d'un baromètre à l'autre. C'est la data qui réclame le plus de qualification de niveau master 2 (58 %), suivie par la veille (33 %). La proportion de masters 1 y est aussi importante. À l'opposé, les qualifications les moins élevées se retrouvent en plus grand nombre en bibliothèque et documentation (28 % et 27 %), avec même des qualifications avec un simple bac, pour plus de 10 %.

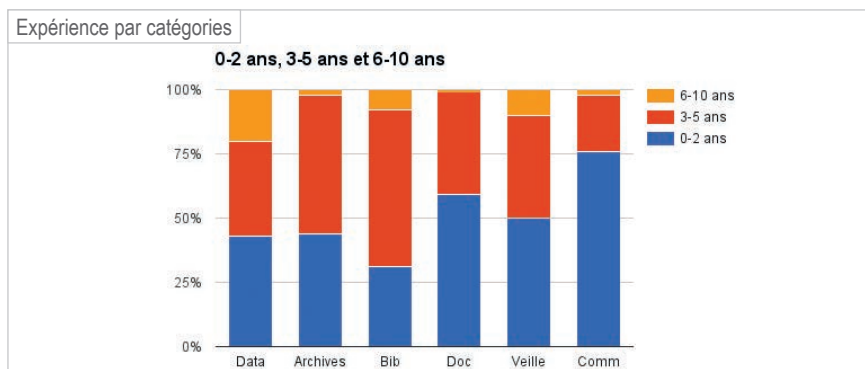
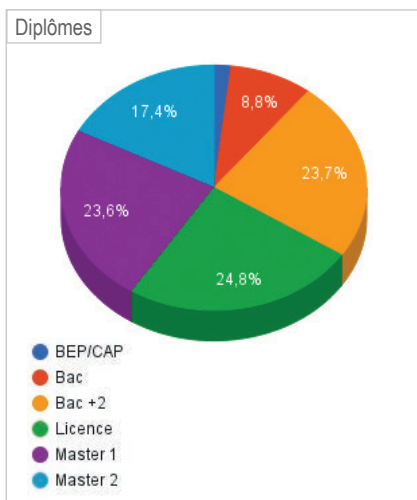
6. expérience

Quels niveaux d'expérience les employeurs réclament-ils des candidats ? Les deux tranches 0-2 ans d'expérience et 3-5 ans dominent largement avec 46 % et 48 %. C'est plus équilibré que dans le précédent baromètre (72 % et 27 %). Les profils juniors, voire débutants, ont donc leur chance sur ce marché du travail.

C'est le community management qui les accepte en plus grand nombre (76 %) - c'est aussi là que les stagiaires sont le plus réclamés. L'ancienneté est la plus présente en bibliothèque (61 %) et archives (64 %) pour 3-5 ans d'expérience. Cependant, les data se révèlent les plus exigeantes : la proportion est de 20 % pour la tranche 6-10 ans d'expérience. C'est une nette progression par rapport à l'an dernier.

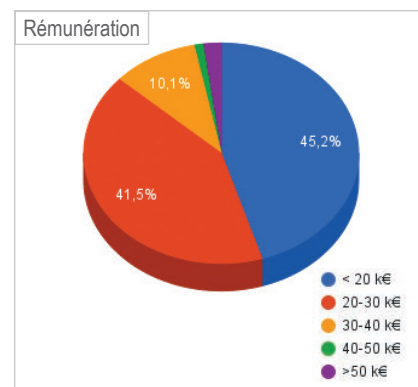
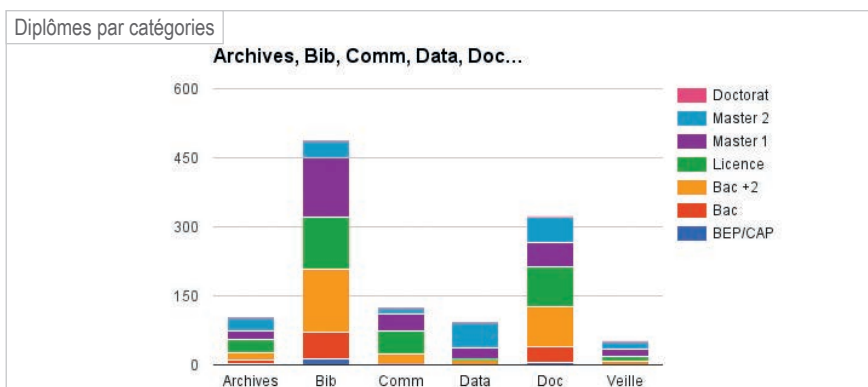
7. rémunération

Le salaire annuel moyen est de 23 100 euros et le salaire annuel médian de 20 400 euros



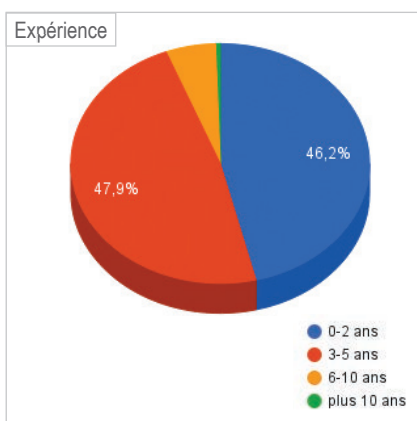
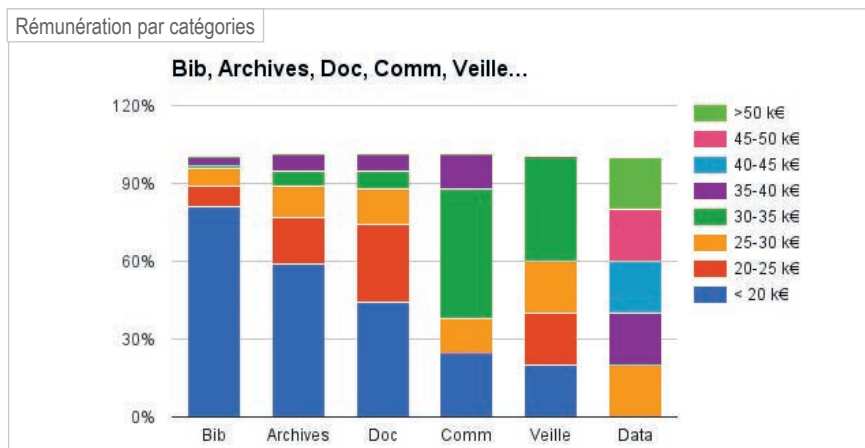
Aux candidats de faire valoir leurs prétentions le moment venu ; il faut donc savoir s'évaluer, mais non se surévaluer, ni se

20 000 euros de rémunération annuelle). Community manager et veilleurs sont mieux lotis : 63 % et 40 % à 30 000 euros et



(le salaire médian divise les annonces en deux moitiés : supérieures ou inférieures à 20 400 euros). Cela est très inférieur (d'environ 4 000 euros) aux salaires indiqués par le 1^{er} baromètre ; il serait très hasardeux d'en tirer un enseignement définitif.

Le salaire proposé est loin de figurer systématiquement dans les annonces. On parle plus facilement de « rémunération selon profil ».



sous-évaluer. Cela suppose de connaître la moyenne de ce à quoi l'on peut prétendre. L'on sait aussi qu'à terme, il n'est de l'intérêt de personne, employeur comme employé, qu'un salaire proposé ne soit pas conforme au marché.

Comme lors du 1^{er} baromètre, ce sont encore les bibliothécaires qui affichent les salaires les moins élevés (pour 81 % à moins de

au-delà. Un plafond largement dépassé par les data qui, à 60 %, se hissent à 40 000 euros et plus, 45 000 euros, 50 000 euros... ■

Michel Remize

(1) Voir l'espace emploi candidats et entreprises sur Archimag.com :

→ www.archimag.com/emplois

Les employeurs demandent en bref



- qualités rédactionnelles
- capacités d'analyse et de synthèse



- bonne culture web



- qualités relationnelles



- créativité
- autonomie, rigueur



- réseaux sociaux
- graphisme, web design



- excellent niveau d'anglais

savoir-faire

Si les offres en community management sont essentiellement des propositions de stage - c'est le cas de 90 % des annonces diffusées -, l'éventail des compétences exigées pour ces postes est néanmoins très vaste.

En matière de savoir-faire, une excellente maîtrise de la langue française ainsi que de solides qualités rédactionnelles sont indispensables à la plupart des missions proposées. Il sera également demandé aux candidats de témoigner d'une bonne culture web et d'un goût prononcé pour les nouvelles technologies. Enfin, des capacités d'analyse et de synthèse sont fréquemment demandées aux futurs community managers,

qui devront, dans la plupart des cas, faire preuve d'un excellent niveau d'anglais. La maîtrise d'une seconde langue (espagnol, allemand) est généralement un plus.

savoir-être

Côté savoir-être, il est avant tout demandé d'être un bon communicant. Les qualités relationnelles sont en effet plébiscitées par les annonces, tout comme la créativité. L'autonomie et la rigueur des candidats sont également fortement appréciées.

outils

La connaissance et l'usage régulier des différents réseaux sociaux sont naturellement

attendus par l'ensemble des annonces proposées. Maîtriser les outils de statistiques (reporting) tels que Google Analytics ainsi que ceux permettant de monitorer les réseaux sociaux est également fréquemment demandé. Enfin, de nombreuses offres exigent la connaissance et l'usage d'au moins un outil de graphisme et de web design tels que Photoshop, Indesign ou Illustrator.

Notez qu'il sera fréquemment demandé aux futurs community managers de témoigner d'une bonne connaissance du domaine d'activité du recruteur. Un goût prononcé pour les jeux vidéo, la mode, le sport ou encore la photo, selon les cas, pourrait faire la différence. ■

Intitulés de poste les plus fréquents

- Community manager
- Community manager et communication
- Social media manager

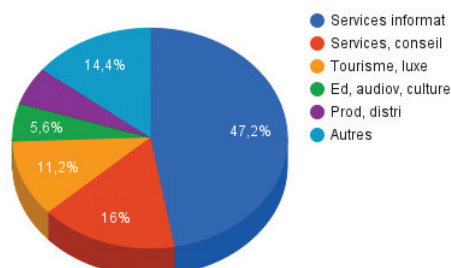
Clément, community manager pour des programmes télévisés

« Je suis le seul CM pour quatre émissions. Mes outils de travail, ce sont presque exclusivement les différents comptes Facebook (plus de 50 000 fans) et Twitter. Il faut rester visible sur les réseaux sociaux.

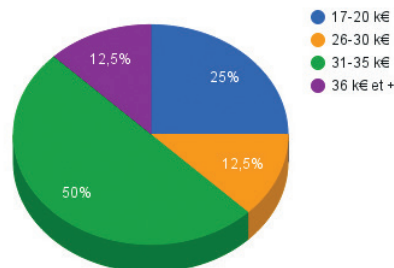
J'essaie surtout d'être à l'écoute de nos communautés : je dois être à l'affût de tout ! C'est ce qu'il faut pour animer les groupes de fans, mais aussi sentir les tendances et savoir sur quoi et à quel moment

communiquer. Je suis étudiant en communication digitale, un job de CM me correspond parfaitement. Et je veux rester dans le social media - c'est clair et net ! - parce que ça évolue en permanence. » / MG

Top 5 des secteurs d'activité



Salaire brut annuel (K€)



Les employeurs demandent en bref



- maîtrise de la chaîne documentaire
- conduite de projet



- aisance orale, écrite



- esprit d'équipe, bon relationnel



- rigueur, sens de l'organisation



- pack Office
- outils de gestion doc, bib
- outils du web



- anglais courant

savoir-faire

On ne sera pas surpris de voir au premier rang des savoir-faire réclamés pour des postes de documentaliste la maîtrise de la chaîne documentaire. Il s'agit de connaître les formats, les normes de catalogage, l'indexation, la gestion des autorités. Assez fréquemment, seule l'indexation est réclamée, et plus rarement, la recherche d'information. Pour les postes de plus haut niveau, la conduite de projet s'impose. Il faut aussi savoir rendre compte (reporting). De façon moins technique, on réclame des capacités de présentation orale et écrite. À noter que les annonces propres au domaine public font souvent l'impasse sur les descriptions de savoir-faire et savoir-être, se contentant de préciser la catégorie de la fonction publique, le grade, la qualification...

Fréquemment, la connaissance du domaine du recruteur est un plus.

C'est peut-être une tendance nouvelle, quelques annonces souhaitent des compétences en programmation informatique...

savoir-être

Ayez l'esprit d'équipe et un bon relationnel : ces qualités requises sont les plus fréquentes. Rigueur et sens de l'organisation s'imposent aussi. Il faut de même faire preuve d'autonomie, tout en ayant l'esprit d'initiative. On recherche parfois des personnes créatives.

outils

Le pack Office (texte, tableur, présentation) est incontournable. Côté outils métier, la

maîtrise des outils de gestion documentaire ou de bibliothèque est demandée, mais pas systématiquement. Idem pour les bases de données documentaires. Autres outils métier présents parfois dans les annonces : le traitement d'image (Photoshop), la Ged et la gestion de contenu.

Faut-il les considérer comme outils métier ? Les outils du web, y compris pour le développement, sont assez souvent nommés. Émergent un peu certains outils « innovants » : 3D, réalité augmentée ou virtuelle.

langues

La demande de l'anglais est quasi générale, assez souvent à un niveau courant. Posséder une autre langue est parfois un avantage. Quelques annonces réclament une « langue asiatique », une le coréen. ■

Intitulés de poste les plus fréquents

- Documentaliste
- Aide-documentaliste
- Chargé des ressources documentaires

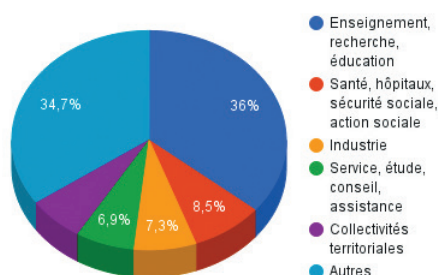
Marie-Aurore Hien, documentaliste à l'Agence de développement et d'urbanisme de Lille Métropole

« Je ne travaille plus seulement avec des imprimés. La grande majorité des textes sont numériques. Je gère une photothèque et y intègre

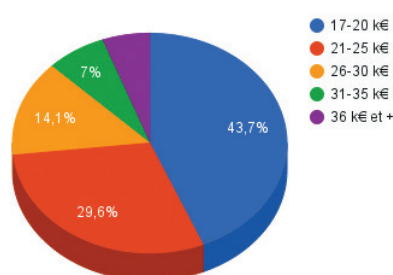
des diapositives par ordinateur. Je m'occupe de mettre en page des études avec plans et cartes. À terme, je pourrais être amenée à traiter

de la documentation 3D ou en réalité virtuelle, qui se prête très bien à l'urbanisme. Toucher ces Nouveaux Mondes est enrichissant. » / MG

Top 5 des secteurs d'activité



Salaire brut annuel (K€)



Les employeurs demandent en bref



- synthèse, analyse



- qualités rédactionnelles



- rigueur, autonomie
- curiosité



- être proactif



- outils de veille



- anglais courant

savoir-faire

Les offres d'emploi dans le secteur de la veille font apparaître une forte demande autour de deux compétences : la synthèse et l'analyse. Environ deux tiers des offres mettent ces compétences en avant. Le métier de veilleur ne se limite donc pas à la simple collecte d'informations. De façon plus marginale, d'autres compétences sont recherchées par les employeurs notamment dans le domaine industriel : connaissance des bases de données, compréhension de la littérature scientifique...

Une partie importante des offres fait apparaître une forte demande sur les qualités rédactionnelles des candidats.

savoir-être

Rigueur, autonomie et curiosité sont les trois traits de personnalité les plus sollicités. Mais l'autonomie ne signifie pas travailler en solo : les candidats doivent également être en mesure de s'intégrer dans un groupe et de travailler en équipe.

Enfin, la capacité de travailler en mode proactif semble devenir un élément incontournable de la fonction de veilleur.

outils

Sans surprise, la maîtrise des outils de veille est considérée comme un prérequis indispensable : moteurs de recherche, lecteurs

de flux RSS, réseaux sociaux... La connaissance des outils professionnels (KB Crawl, Digimind, Ami Software...) est mentionnée dans environ la moitié des offres.

langue

La langue anglaise, quant à elle, est considérée comme indispensable (certains livrables de veille doivent en effet être produits en anglais). La connaissance d'une autre langue étrangère est perçue comme « *un plus* » par environ un quart des employeurs. ■

Intitulés de poste les plus fréquents

- Chargé de veille
- Chargé de veille métier
- Documentaliste veilleur

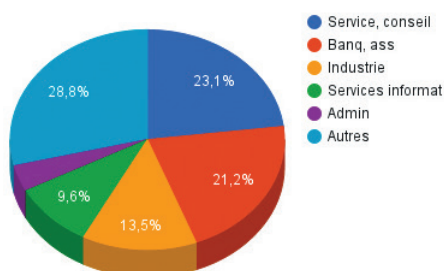
Élodie Merveillard, veilleuse en radio locale

« J'assure la veille pour les journalistes de la rédaction. Mon travail ne consiste pas seulement à repérer et à transmettre tout ce qui passe. D'abord, je vérifie les informations, surtout si elles proviennent des réseaux sociaux ! Je passe des coups

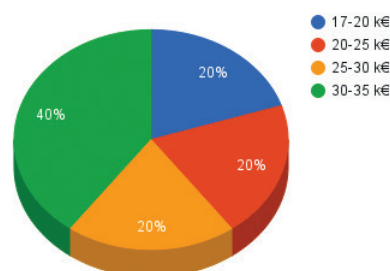
de fil ou bien je multiplie les sources jusqu'à ce qu'elles soient fiables. Ensuite, j'effectue un important travail de sélection pour ne communiquer que les paragraphes ou les pages essentielles. Quand j'ai le temps, je rédige de courts résumés.

L'objectif est de faire gagner un maximum de temps aux destinataires. Je ne vise pas du tout l'exhaustivité. Apprendre à bien connaître le territoire et ses acteurs fiables, mais surtout la ligne éditoriale de la radio m'a permis d'être plus efficace et plus pertinente. » / MG

Top 5 des secteurs d'activité



Salaire brut annuel (K€)



Les employeurs demandent en bref



- étude des besoins
- collecter, organiser, analyser, traiter les données



- aptitudes à la programmation, algorithmes



- goût pour les chiffres et les maths



- être force de proposition



- technologies big data



- langages de programmation

savoir-faire

On est ici dans un environnement très technique avec des métiers, des missions et des technologies qui varient grandement en fonction de la structure et de ses objectifs.

Pour ce qui concerne les savoir-faire, on retrouve dans la quasi-totalité des annonces, c'est le B.-A.-BA, la nécessité de savoir collecter, organiser, analyser et traiter les données.

Selon que le profil est plus opérationnel - data analyst ou data miner, soit un tiers des annonces -, on demandera des compétences d'administration de bases de données et une capacité à collecter, nettoyer et mettre à jour des jeux de données exploitables.

Pour les data managers, sont réclamées des aptitudes à l'étude des besoins en amont et l'élaboration de diagnostics et de

préconisations sur lesquels s'appuieront les processus d'exploitation de données.

Un autre savoir-faire très demandé est la capacité à concevoir et modéliser les processus avec des aptitudes à la programmation.

Enfin, on trouve la capacité à structurer et utiliser des algorithmes qui vont permettre de faire des analyses prédictives et comportementales (pour le marketing notamment).

savoir-être

Le goût pour les chiffres et les mathématiques est une qualité première, la rigueur et l'organisation aussi. Est appréciée également la capacité à se positionner en tant que conseil et être force de propositions dans les projets. En outre, la capacité à vulgariser et communiquer avec pédagogie est un vrai plus. Il faut être passionné et avoir une vraie culture digitale.

outils

Concernant les outils, on demande en priorité une connaissance du périmètre technologique big data (Hadoop, Spark...) sur des bases noSQL, avec une gestion de tables de données (Hbase, Cloudera) entreposées dans des data warehouses (Hive...).

Une solide connaissance des langages de programmation est souvent requise (Java, C++...). Viennent ensuite des outils de machine learning pour générer des algorithmes prédictifs (Mahout...). On peut aussi réclamer des connaissances de logiciels support (surtout quand on touche au marketing) comme Salesforce ou Google Analytics.

langues

La maîtrise d'un anglais technique et opérationnel est très souvent demandée. ■

Intitulés de poste les plus fréquents

- Data scientist
- Data analyst
- Data manager

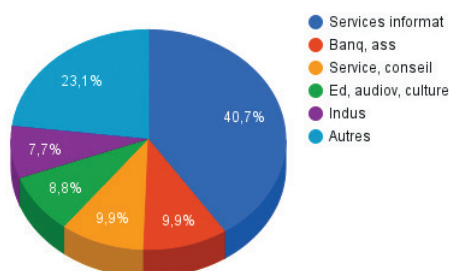
Matthieu Scordia, data scientist à l'agence d'exploitation de données Dataiku

« La méthode est toujours à peu près la même. Mais la variété des clients et

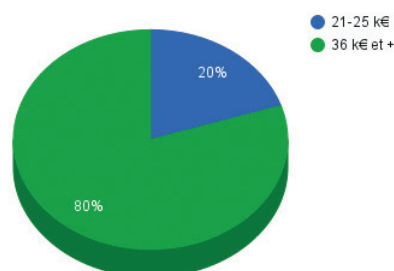
des ensembles de données - banque, divertissement, e-commerce - fait que les

questions et les solutions sont toujours inédites ! »
/ MG

Top 5 des secteurs d'activité



Salaire brut annuel (K€)



Les employeurs demandent en bref



- techniques de traitement des fonds



- maîtriser la législation, la réglementation, les normes



- autonomie, rigueur



- aptitudes relationnelles



- outils bureautiques



- progiciels métier

savoir-faire

L'archiviste doit collecter les documents et maîtriser les techniques de traitement des fonds : tri, classement, inventaire, indexation, description. Les missions ou projets auxquels il est le plus souvent rattaché ont trait à la gestion électronique de documents (Ged), au records management, à l'archivage électronique et, génériquement, au « traitement de fonds ».

Cette diversité se retrouve dans l'environnement juridique spécifique que l'archiviste doit connaître. Il doit maîtriser un ensemble de législations, réglementations, normes aussi diversifiées que : réglementations Cnil, Cada, Cnaop, norme Iso 14641,

Isad(G), Isaar, NF Z42_013, Moreq, OAIS, Seda, EAD, EAC...

savoir-être

L'accent est mis sur l'autonomie, la rigueur et l'aptitude à travailler en équipe : l'archiviste n'est pas un loup solitaire, isolé du reste de son établissement, mais un collaborateur devant avoir un bon relationnel avec ses collègues.

Il doit être force de proposition et prendre des initiatives. Enfin, l'exigence de l'activité fait qu'il doit être organisé, méthodique et savoir gérer ses priorités.

outils

Savoir manipuler les outils bureautiques et informatiques tels que le pack Office et l'environnement Microsoft est une demande générale.

L'utilisation de progiciels métier est systématique. Sont par exemple cités Arkheia, Bach, Pleade, Thot, Arcadi... Il est aussi question de savoir gérer des métadonnées XML.

langue

La demande de maîtrise d'une langue étrangère est peu exigée. Seul l'anglais sort du lot. ■

Intitulés de poste les plus fréquents

- Archiviste
- Assistant-archiviste
- Agent de numérisation

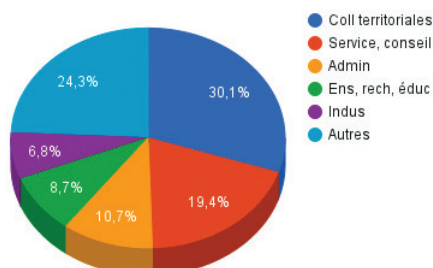
Rosanna Santini, responsable des archives d'une grande entreprise industrielle

« Ma mission actuelle, c'est d'externaliser les archives papier de l'entreprise. Je suis ponctuellement assistée d'un collaborateur qui vient de l'extérieur. Mais en interne, je ne suis pas aidée. Heureusement, le prestataire à qui nous confions progressivement

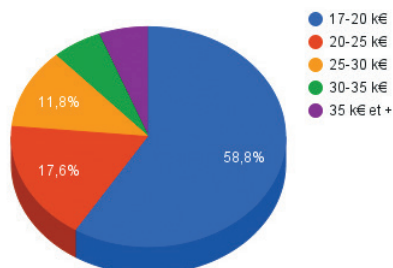
nos archives et avec qui je communique beaucoup est de très bon conseil. Je suis aussi en relation avec la direction de l'entreprise. Elle souhaite réduire les coûts, et donc le volume d'archives à externaliser. Je propose de détruire tel ou tel lot d'archives, mais ça ne peut

pas être à moi d'en prendre la décision définitive ! Plus régulièrement, je suis en contact avec des chefs de projet, internes ou externes, qui ont besoin de nos archives. Je les leur prête, mais je dois aussi en assurer le suivi et, souvent, les relancer pour les récupérer. » / MG

Top 5 des secteurs d'activité



Salaire brut annuel (K€)



Les employeurs demandent en bref



- bibliothéconomie
- médiation



- coordonner, animer un réseau



- sens de l'organisation
- sens relationnel



- sens du service public



- outils informatiques, bureautiques,
- outils web
- logiciels métier



- anglais écrit

savoir-faire

À part les compétences en bibliothéconomie, évidemment incontournables, la médiation est le savoir-faire le plus recherché. La capacité à coordonner et animer un réseau est également très demandée, à l'échelle d'un territoire le plus souvent, mais aussi à un niveau national. Le souci de développer une réelle politique documentaire transparaît également dans beaucoup d'annonces, soit pour la concevoir, soit au moins pour y participer. D'autres savoir-faire peuvent se révéler utiles : gérer un budget, une politique d'achat ou encore savoir rédiger.

savoir-être

Le savoir-être le plus recherché est d'être organisé dans son travail, et ce, dans plus

de la moitié des annonces. Ensuite, c'est la capacité à accueillir, à écouter, à communiquer, à conseiller, à orienter le public... Bref, un sens relationnel très développé. Le sens du service public est cité dans presque la moitié des annonces. Par ailleurs, l'esprit d'équipe semble de plus en plus demandé.

D'autres compétences sont recherchées dans un tiers des cas : la capacité d'initiative, la force de proposition, la rigueur, l'autonomie et le dynamisme. Enfin, la disponibilité est de plus en plus réclamée ; elle fait référence aux animations en soirée et le week-end, parfois à une mobilité géographique.

Les bonus sur un CV : la culture générale, la littérature jeunesse, la musique et le cinéma.

outils

Une trilogie se hisse à la tête des outils les plus demandés : outils informatiques, bureautiques et web. Les capacités à animer un portail, mettre à jour des informations, créer des événements et rédiger des contenus sont de plus en plus recherchées. Une connaissance de certains logiciels métier est très appréciée, les plus cités étant Orphée, Aleph et PMB, ainsi que des outils de catalogage. La capacité à utiliser les réseaux sociaux apparaît encore faiblement dans les annonces.

langue

L'anglais, langue la plus demandée, ne figure que dans une annonce sur dix, parfois seulement pour l'écrit. ■

Intitulés de poste les plus fréquents

- Bibliothécaire
- Agent de bibliothèque
- Assistant de conservation

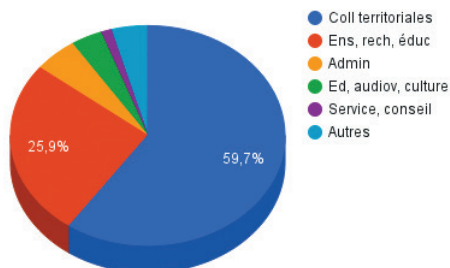
Marie-Claude Sabouret, bibliothécaire au Musée de la vie romantique

« Je suis au contact d'un public spécialisé, de chercheurs principalement qui consultent ici sur rendez-vous. Je les aide à trouver les bonnes

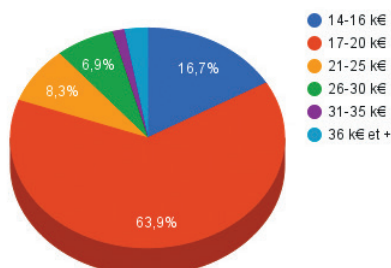
références à l'aide d'une base de données maison, pas encore informatisée. Je me coordonne avec les équipes du musée pour des acquisitions en lien

avec les expositions. Et je travaille énormément en réseau, notamment avec celui de la ville de Paris, pour obtenir des prêts de livres rares ». / MG

Top 5 des secteurs d'activité



Salaire brut annuel (K€)



rechercher efficacement son nouvel emploi

Trouver l'emploi idéal nécessite une approche désormais multicanal. Fini le temps où l'on pouvait se contenter de répondre à une petite annonce. Désormais, les postes sont rares, sauf dans quelques secteurs en pénurie, comme les data par exemple. Il s'agit d'être réactif et agile, et d'utiliser aussi bien la réponse très rapide à une offre d'emploi que de soigner son profil LinkedIn et augmenter son réseau professionnel.

1^{ère} étape : la candidature

■ analysez les offres

avant de candidater, analysez les offres d'emploi correspondant à ce que vous recherchez. Cela vous permettra de mieux cibler vos réponses, de connaître les compétences recherchées et d'avoir un éventail plus large des intitulés de poste. On peut aussi bien trouver aujourd'hui des intitulés en français qu'en anglais. Indiquez ces différents intitulés lorsque vous utiliserez

les services d'alerte des sites d'emploi. Comparez le type de poste que vous recherchez, et mesurez les écarts par rapport à vos compétences acquises. Utilisez les compétences demandées dans les offres d'emploi (voir pages précédentes) et mentionnez les vôtres à bon escient. Inutile d'insister en premier lieu sur votre rigueur et votre sens de la procédure pour un poste de community manager.

■ votre CV

Attention à la longueur de votre CV : une page suffit. À vous d'être synthétique et de pointer les éléments essentiels. Dans vos références, vous pouvez indiquer le nom et la fonction de votre manager. La vérification des références devient de plus en plus courante, donc devancez l'attente et proposez d'emblée un nom et numéro de contact. Bien sûr, il faut que votre référence en soit informée en amont.

■ votre lettre de motivation

Vous avez deux options : soit une lettre standard, mais bien faite, soit une lettre sur mesure. Ce qui signifie que vous vous êtes informé sur l'entreprise qui recrute, le cas échéant sur le service qui recrute, et que vous rédigez un véritable argumentaire. Difficile à faire pour chaque candidature me direz-vous, alors passez du temps sur les postes qui vous passionneraient.

■ utilisez les réseaux

Aujourd'hui, votre CV bis, si ce n'est le premier, c'est votre profil réseau social : LinkedIn ou Viadeo par exemple. Vérifiez qu'il est à jour, qu'il donne bien

des informations professionnelles, et qu'il est suffisamment complet. Avez-vous pensé à mentionner vos compétences et à les faire valider par vos pairs, vos enseignants, vos collègues ? Les réseaux sociaux sont surtout utiles, à ce jour, pour les postes de cadre.

■ surveillez votre e-réputation

Tapez votre nom dans un moteur de recherche et analysez ce qui ressort sur vous. Votre futur employeur fera peut-être de même.

■ soignez vos relations

Le réseau humain est encore un bon moyen de décrocher un emploi. Commencez par cartographier votre réseau et par en contacter les membres un par un. Il est très utile de rencontrer les personnes les plus importantes en rendez-vous, même si c'est devant une tasse de café. Et n'oubliez pas, on ne quitte jamais un rendez-vous de ce type sans un, deux ou trois noms à contacter avec une recommandation. Ainsi, cela apportera de nouvelles sources de recherche et accroîtra votre réseau personnel. Car votre job idéal ne se trouve certainement pas dans votre premier cercle, mais dans des cercles un peu plus éloignés.

■ scrutez les sites d'emploi

De plus en plus faciles à utiliser, ils vous remontent chaque jour leur lot d'annonces. Attention toutefois, un nombre croissant de sites utilisent l'agrégation d'annonces d'autres sources.

■ la démarche spontanée

Elle reste relativement rare, et fonctionne dans certains cas. Si vous avez



repéré quelques entreprises ou collectivités dans lesquelles vous aimeriez ardemment travailler, tentez votre chance ! Là aussi, étoffez votre lettre de motivation.

■ **candidatez à une offre d'emploi**

Autant le savoir, beaucoup d'entreprises croulent sous les candidatures, et admettent ne traiter que les premières reçues. Ainsi, la réactivité devient un facteur clé de succès. Donc, soyez branché, posez vos alertes et postulez de suite, en prenant quand même le temps de vérifier votre CV et votre lettre de motivation. Pas évident pour un employeur de recevoir un CV pour un poste... et de voir qu'en haut du CV, le poste recherché ne correspond pas du tout !

2^e étape : l'entretien de recrutement

Le plus laborieux est d'arriver à cette étape, mais le plus difficile reste à faire : convaincre et se démarquer ! En arrivant, soyez détendu, c'est-à-dire essayez de ne pas trop montrer votre stress. Habillez-vous correctement, certains candidats adoptant des tenues vraiment trop décontractées ! Si c'est dans une start-up, pas de souci, mais on n'en est jamais sûr...

Ayez toujours à l'esprit qu'un recruteur va voir plusieurs candidats, il faut donc qu'il se souvienne de vous. Comment ? En le marquant. Racontez une histoire, des histoires, même sur ce petit job d'été d'un mois : que vous a-t-il apporté, qu'avez-vous découvert ? Et si on vous interroge sur vos passions : soyez passionné ! Racontez le dernier livre que vous avez lu ! Si vous êtes amoureux de cinéma, parlez du dernier film qui vous a touché. C'est fou comme quelquefois, les candidats n'osent rien dire sur leurs passions. N'oubliez jamais qu'un employeur recherche des personnes engagées et l'engagement, c'est aussi dans la vie de tous les jours.

3^e étape : après l'entretien

Un petit e-mail de remerciement est toujours apprécié. Au bout de quelques

jours, n'hésitez pas à recontacter votre recruteur par e-mail ou par téléphone pour savoir où en est votre candidature. Même s'il ne vous prend pas au téléphone, il sera informé de votre appel.

Vous pouvez proposer pendant l'entretien d'envoyer des articles que vous auriez rédigés, le lien vers votre blog (qui est bien sûr intéressant et à jour), tout ou partie de votre mémoire. Cela permettra de continuer de communiquer sur du fond, et de montrer au recruteur que vous êtes motivé et que vous faites un suivi de votre démarche.

quelques conseils

■ **recherche d'un premier emploi**

Que recherche-t-on chez un jeune ? Bien sûr, le premier emploi lorsque l'on sort de son diplôme est très difficile à trouver. Beaucoup d'employeurs recherchent encore et toujours des « jeunes », mais avec « quelques années d'expérience ». Mettez en avant ce qui peut démontrer votre maturité par rapport au métier que vous recherchez. Si le poste le requiert, insistez sur votre facilité d'utilisation des réseaux sociaux par exemple. Nous sommes en pleine transformation digitale, dans tous les secteurs. En tant que jeune, vous avez un atout formidable à faire valoir, si vous vous y sentez à l'aise bien sûr...

■ **changement de structure ou d'emploi**

Vous vous sentez bien dans votre métier, mais avez fait le tour de votre poste et souhaitez évoluer ou changer d'environnement. Vous avez alors l'expérience souvent requise. Deux points sont alors importants :

① démontrer que vous avez tenu vos connaissances à jour par des formations, la visite régulière de salons professionnels, la participation à des conférences, le suivi d'un Mooc, la lecture de revues et d'ouvrages...

② la lettre de motivation : vous allez postuler dans une autre entreprise ou demander un changement d'affectation au sein du secteur public. C'est l'occasion de vous différencier des

autres candidatures en travaillant, pour chaque poste ciblé, à une lettre de motivation sur mesure.

Dans le cas de changement d'emploi, le réseau est encore plus important. Par exemple, rencontrez des personnes que vous connaissez et qui travaillent déjà dans votre secteur cible en priorité.

■ **changement d'orientation professionnelle**

Alors là, les choses se compliquent, mais cela devient quand même de plus en plus fréquent. Toute volonté de changement doit être sanctionnée par une formation approfondie ou un nouveau diplôme (eh oui ! nous sommes en France). Donc, préparez-vous et donnez-vous les moyens de démontrer vos nouvelles compétences.

Bonne chance ! ■

Louise Guerre

[Directrice de la rédaction]

⊕ repères

comment décrocher un job différemment

Cap Digital, le pôle de compétitivité dédié à la transformation numérique, propose régulièrement des événements autour de la recherche d'emploi. Le concept : comment décrocher un job différemment notamment dans le secteur du numérique. Plus de 100 start-up sont présentes pour plus de 250 postes à pourvoir. Cap Digital encourage ainsi les jeunes diplômés et les demandeurs d'emploi à venir rencontrer ces start-up sur leur stand, déposer un CV, postuler via des séances de « job dating » avec 3 minutes pour convaincre. 300 à 400 participants sont présents en moyenne. Une cinquantaine d'écoles et d'universités sont partenaires. D'autres moments plus atypiques sont organisés : faire connaissance autour d'un petit déjeuner, d'un apéro ping-pong ou encore d'une soirée découverte. ■

Contactez Cap Digital pour les prochains événements :

→ www.capdigital.com

formation : monter en compétence dans les organisations digitales

La deuxième enquête de l'Observatoire Archimag-Serda Formation sur les métiers et compétences des professionnels de la gestion de l'information a obtenu près de 1 000 réponses ! (1) Elle révèle que, dans un contexte tendu, le recours à la formation progresse comme levier d'évolution. Il s'agit de mieux s'armer pour prendre part à la transformation digitale.

1. perception de l'avenir

6,4 C'est la note moyenne attribuée en 2016 à la confiance en l'avenir de leur métier par les professionnels de l'information. Cette note est en baisse par rapport à l'année dernière (6,9). Parallèlement, comme en 2015, presque 90 % des sondés estiment que la transformation numérique est une opportunité pour leur métier. Et que si cela doit engendrer des parcours de progression et une grande adaptabilité, la transition digitale des organisations aura besoin de compétences de professionnels de l'information. En témoignent certains commentaires : « Plus que jamais avec l'infobésité de la toile et l'apprentissage de la collaboration, besoin de management de l'information », « Avec l'explosion des données, les entreprises sont de plus en plus conscientes qu'il est primordial de gérer l'information. À nous de faire valoir nos compétences dans ce domaine ». Le frein le plus important restant le manque de visibilité par rapport à la situation

économique, les professionnels de l'information sont encore 22 % à ne pas savoir de quoi l'avenir sera fait. « En fonction des données politiques, mon centre de ressources pourrait être amené à se transformer, fusionner... Donc suppressions de postes à prévoir », s'inquiète un répondant.

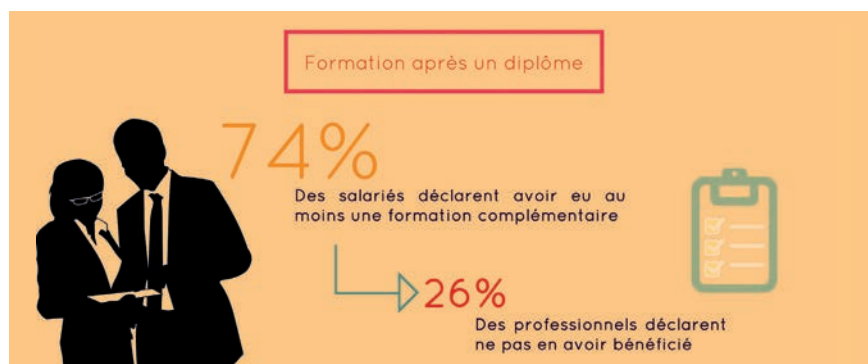
réorganisations internes

Les sondés se révèlent moins nombreux à juger que leurs compétences ne sont pas assez reconnues. En même temps, il existe toujours un lien direct entre ce manque de reconnaissance et les moyens alloués, humains et budgétaires. « Les moyens mis en œuvre pour

d'entre eux à plusieurs reprises). Cela laisse tout de même 26 % de professionnels sans formation complémentaire. Ce chiffre est beaucoup trop élevé quand on sait à quelle vitesse les métiers évoluent. On remarque que plus les niveaux d'étude sont élevés, plus l'accès à la formation est facilité. Ceci est conforme aux tendances globales. Le même phénomène est observé avec la position hiérarchique : les cadres bénéficient plus facilement d'une formation.

3. contextes d'évolution

75 % des professionnels se forment pour suivre l'évolution de leur métier. On constate



pouvoir réellement en profiter sont insuffisants », peut-on lire.

Enfin, les réorganisations internes sont presque toujours perçues comme négatives et cela est d'autant plus ressenti dans le secteur public.

2. participation à la formation

74 % des salariés déclarent avoir bénéficié d'au moins une formation complémentaire au cours de leur carrière (et même 57 %

que le phénomène s'accélère : ils n'étaient que 67 % en 2014. La prise de nouvelles responsabilités reste un facteur important pour se former (47 %). Parmi les motivations, figurent également la reconversion professionnelle, en forte hausse (31 %), et le lancement de nouveaux projets (38 %), preuve que les managers de l'information sont embarqués dans le train pour la modernisation des entreprises.

La demande de départ en formation est déclenchée dans 92 % des cas par le salarié lui-même. Ceci est très positif et montre



que les professionnels de l'information savent rester maîtres de leur progression de carrière.

4. intention de formation

À la question « envisagez-vous de suivre une formation à l'avenir ? », 73 % des répondants déclarent vouloir se former dans les deux prochaines années et même 42 % dès cette année. Un tiers vise une formation certifiante ou diplômante et deux tiers une formation courte. Quel que soit le niveau d'étude, les répondants déclarent vouloir recourir à la formation professionnelle continue assez rapidement. Ils sont 80 % à vouloir se former dans les vingt-quatre mois, dont 50 % dès cette année !

Les documentalistes, les bibliothécaires et les professionnels de la veille sont conscients de la nécessité d'acquérir de nouvelles compétences. Mais les autres fonctions supports ne sont pas en reste (RH, marketing, moyens généraux...).

En toute logique, plus le niveau d'étude est élevé, moins l'attrait pour une formation certifiante ou diplômante est prononcé.

5. attentes en formation

Les méthodes de travail (45 %) et surtout la maîtrise de nouveaux outils (47 %) se hissent au premier rang des attentes que l'on place dans une formation. Seuls 21 % des professionnels souhaitent recevoir des connaissances théoriques. On est bien dans l'opérationnel, ceci est en corrélation avec la nécessité de s'adapter à l'évolution des métiers.

Globalement, l'effet réseau et la possibilité de rencontrer d'autres professionnels du même métier lors d'une formation sont aussi attendus par un tiers des répondants

6. enjeux dans votre métier

Deux grands enjeux arrivent en tête : pour deux tiers des sondés, une meilleure organisation du partage de l'information et des connaissances est essentielle ; 50 % voudraient que soit garantie la pérennité des données de l'entreprise. Autres enjeux perçus ensuite : le fait de tendre vers des pratiques collaboratives (44 %), valoriser les informations (44 %), optimiser la veille stratégique (36 %) et maîtriser les risques (32 %).

De façon plus marginale, et étrangement dans un environnement enclin au tout dématérialisé, seuls 11 % estiment que s'orienter vers un flux zéro papier est un enjeu pour leur métier.

7. savoir-faire

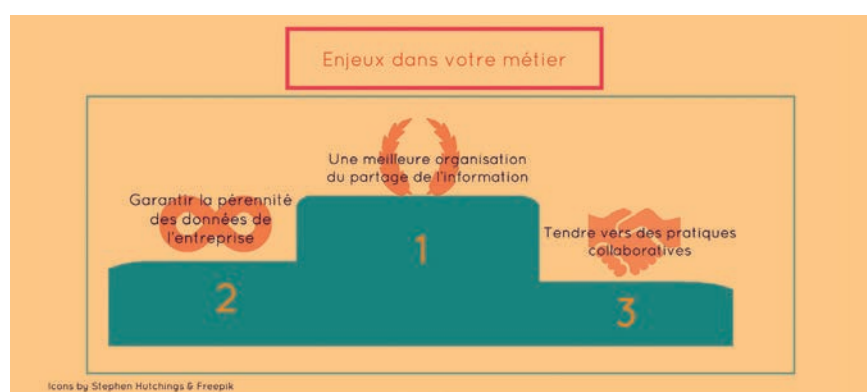
Pour 44 % des enquêtés, la gestion de projet est le savoir-faire numéro un. Cela conforte le fait que les managers de l'information ne sont pas oubliés dans la réflexion ou la mise en œuvre de nouveaux projets.

Viennent ensuite le fait de savoir exploiter les outils du web (17 %), la maîtrise de logiciels métier (13 %) et la connaissance de l'environnement normatif et réglementaire (12 %).

liées à l'évolution des métiers. Viennent ensuite pour plus de 50 % des répondants, les logiciels métier, la recherche d'information et la veille, les méthodes d'organisation et les langues. Maîtriser les outils bureautiques reste important pour 25 % des sondés.

10. autres moyens pour se former

La veille sur internet et la presse spécialisée restent les supports de formation les plus utilisés pour deux tiers des répondants. Un chiffre stable par rapport à l'année dernière. Les ressources en ligne d'autoformation (tutoriels, Mooc, vidéos...) sont aussi très utilisées.



8. savoir-être

L'adaptabilité est plébiscitée pour 48 % des répondants, viennent ensuite : savoir coopérer et collaborer (27 %) et être créatif (10 %) tout en restant à l'écoute (12 %). Savoir négocier ne remporte que 4 % des suffrages. Est-ce parce que ce n'est pas dans la nature première des métiers ? La négociation est pourtant une compétence essentielle pour discuter de ses missions, son budget, son salaire...

9. compétences à acquérir

À la question « dans quels domaines devrez-vous consolider vos compétences ? », plus de deux tiers des répondants citent la gestion de projet, le management, la communication et l'analyse et le traitement de l'information. Il s'agit donc en partie de compétences transverses qui marquent à nouveau la nécessité de s'adapter pour mieux saisir les opportunités

Viennent ensuite des moyens en baisse : les échanges avec les collègues en interne (54 % contre 65 %) et les ouvrages spécialisés (44 % contre 67 %). Ceci montre les limites du transfert de compétences non encadré en interne et de l'autoformation avec des ouvrages, aussi bien conçus soient-ils.

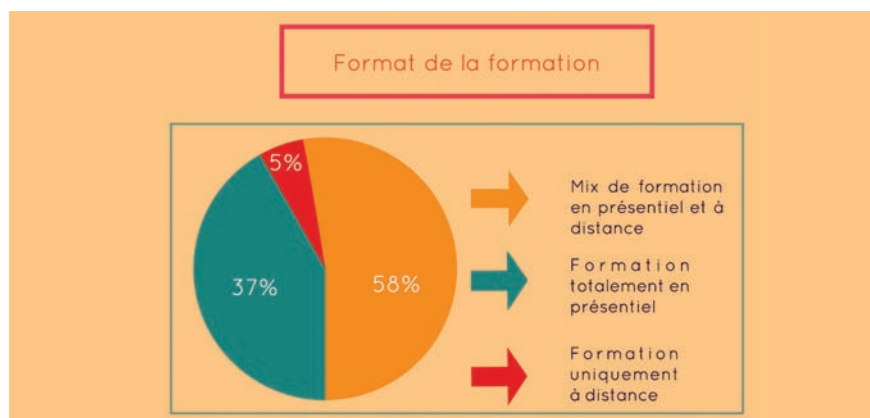
Les réseaux sociaux et les réseaux associatifs sont aussi utilisés par un tiers des répondants. Les salons sont en net recul (26 % contre 37 %).

11. freins à la formation

La situation économique, les réorganisations et la réforme de la formation continue (2) impactent fortement les départs en formation. 47 % déclarent avoir reçu un refus pour cause de budget.

43 % des professionnels n'ont tout simplement pas le temps de se former (chiffre stable). 22 % ont subi un refus hiérarchique





■ ■ ■ ■ ■
(contre 32 % dans la précédente enquête). Quant aux professionnels hors de l'Île-de-France, 18 % estiment ne pas trouver de formations adaptées à proximité. Enfin, 14 % pensent que l'offre proposée par les centres de formation ne correspond pas à leurs besoins.

12. critères de choix d'une formation

Comme pour la première édition de l'enquête, disposer du programme détaillé de la formation reste l'élément fort de décision pour 88 % des sondés. La réputation de l'organisme de formation est également jugée importante (41 %). Les méthodes pédagogiques mobilisées et le format (durée, nombre de participants) constituent aussi un critère de choix pour un tiers des enquêtés. Par ailleurs, un tarif attractif pourra pousser à s'inscrire quand un tarif trop élevé se révélera rédhibitoire, ceci pour un quart des répondants. Le lieu où se déroule la formation et ce qui est délivré en fin de stage pèsent peu dans le choix (17 %). Enfin, le nom du formateur et les équipements du centre de formation ne sont pas des critères déterminants (moins de 10 %). Pour les centres de formation, le fait d'avoir un label qualité est très déterminant pour un quart des sondés.

13. format de la formation

Plus d'un tiers des professionnels préfère bénéficier d'une formation totalement en présentiel. Seulement 5 % plébiscitent les formations exclusivement à distance.

58 % pensent qu'un mix des deux est la meilleure solution.

14. formation sur mesure

Seuls 28 % des sondés ont bénéficié de formations sur mesure ou individualisées. Pour eux, le degré de satisfaction est 7,3 sur 10 en moyenne pondérée (en hausse par rapport à l'année dernière).

On retrouve les avantages liés à la flexibilité et l'adaptabilité de la formation sur mesure, avec très souvent une économie sur les budgets quand il y a un nombre conséquent de personnes à former.

15. Mooc

Trois quarts des répondants pensent que les Mooc sont un outil complémentaire à la formation professionnelle, mais ne peuvent pas la remplacer. Un tiers des sondés a participé à au moins un Mooc. C'est deux fois plus que l'année dernière. Un quart prévoit de le faire, ce chiffre est stable.

Pour ceux qui ont suivi au moins un Mooc, deux tiers ont été au bout du cursus. Ce niveau semble assez important au regard de nombreuses autres études sur le sujet qui montrent que 75 % des participants ne terminent pas leur session de Mooc. Les managers de l'information sont peut-être plus persévérants que d'autres catégories professionnelles ! En tout cas, ils ont apprécié la simplicité d'usage (90 %) et estiment que la technologie tout comme la pédagogie employées étaient adéquates (76 %). En revanche, ils ont été déçus par l'interaction entre les apprenants (50 %)

et les échanges possibles avec les formateurs (40 %).

16. services complémentaires

46 % des répondants souhaitent avoir accès à des ressources complémentaires après la formation et un tiers apprécierait d'intégrer une communauté pour continuer à échanger avec leurs pairs. La possibilité d'être orienté avant dans le choix de formation, voire d'échanger avec le formateur est également un élément important pour un tiers des sondés.

17. validation de la formation

59 % des sondés estiment qu'une simple attestation suffit pour valider sa formation. C'est le cas majoritairement des documentalistes, des records managers et des professionnels de la veille, de la communication ou de la gestion des connaissances.

Pourtant, l'obtention d'un titre homologué ou d'un diplôme d'État est plus valorisante. Les archivistes et les bibliothécaires en tête y attachent une très grande importance. À condition que les formations ne soient pas trop longues (120 heures maximum) précisent 70 % des répondants.

18. investissement personnel

Sensiblement comme l'année dernière, très peu de professionnels se déclarent prêts à financer l'intégralité de leur formation (7 %) ; 43 % seraient disposés à y participer en partie. 84 % sont favorables à prendre sur leur temps personnel (RTT, congés, cours du soir...), pour une partie ou la totalité de la formation. ■

Jean Gauthier
[Responsable Serda Formation]

(1) Enquête menée en ligne du 3 au 28 février 2016 ; 960 professionnels de la gestion de l'information ont répondu.

(2) Loi du 5 mars 2014 relative à la formation professionnelle. Cette loi propose notamment le compte personnel de formation (CPF), facilite l'accessibilité à la validation des acquis professionnels (VAE)...



RÉVEILLENZ VOTRE FORMATION



LES
FORMATIONS

serda
l'avenir
a besoin de talents

au catalogue ou sur mesure nous proposons + de 100 formations
pour réveiller vos compétences contactez-nous au **01.44.53.45.08**
nous bâtirons ensemble la formation qui vous ressemble



AVEC L'INA, LE MANAGEMENT DE CONTENUS AUDIOVISUELS ET MULTIMÉDIAS DEVIENT PLUS SIMPLE

Vous souhaitez intégrer les mutations des métiers & usages pour gérer et exploiter vos fonds multimédias et multi-supports, conduire un projet de numérisation de fonds audiovisuels, valoriser vos archives ... **L'Ina, garant du patrimoine audiovisuel français, met à votre service son expertise et son réseau et, vous accompagne en développant des formations adaptables à tous les contextes qui vous permettront de manager plus efficacement ces informations.**

www.ina-expert.com - tél. 01.49.83.24.24 - formation@ina-expert.com

