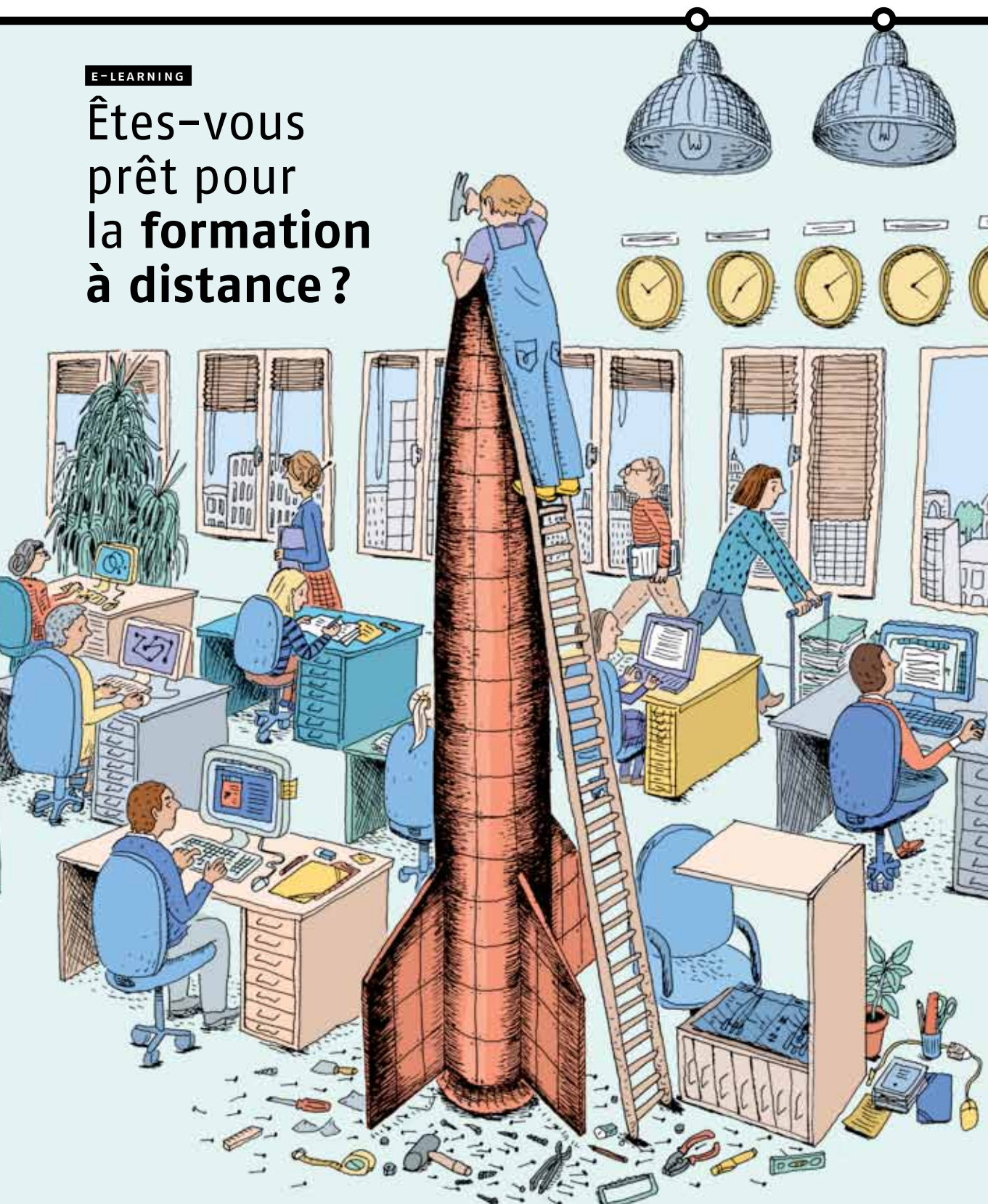


# Afdas #08

Déc. 2011

E-LEARNING

## Êtes-vous prêt pour la formation à distance ?



## Actualités 3

### À la Une 3

- Adhérents : la presse écrite et l'édition rejoignant l'Afdas
- Un nouveau portail pour l'alternance

### D'une branche à l'autre 4

- Développement durable, un festival d'initiatives
- Un suivi post-formation 5
- +5 % pour les salaires des contrats de pro.
- Compétences clés, action prolongée

### Décisions 6

- Loi Cherpion : le contrat et la période de pro. encouragés
- FPSPP : un taux de 10 % pour 2012
- Plafonds annuels 2012 7

### Innovation 8

- Le diagnostic GPEC pour la bonne santé des entreprises

## Dossier 9

### FOAD : la formation se dématérialise

- Le e-learning permet, *a priori*, de tout apprendre 10
- Groupe Mediapost : les commerciaux dopés par l'aspect ludique des outils 12
- Temps optimisé, nouvelles techniques et sur mesure 14

## Régions 16

### Alsace-Lorraine

- Le passage au numérique sous bonne escorte
- À l'Est, 5 initiatives qui valent le détour 18

### Interrégionalité

- Autour d'une synergie territoriale 19

### Directrice de la publication

Christiane Bruère-Dawson

### Comité de rédaction

Marc André, Virginie Delacour,

Diane Galbaud, Kris Ludhor,

Valérie Schaekowicz

Éditeur Atelier Chévara etc.

www.atelier-chevara.com

Direction artistique : Mathieu Chévara

Réalisation graphique : Florie Collongues

Rédaction : Christelle Destombes,

Maylis Gaillard, Marjolaine Moreau

Photos : Emmanuel Pierrot

Illustration : Sandrine Martin

Impression Édips

Dépôt légal Novembre 2011

N° ISSN 2118-3260

Afdas 66 rue Stendhal

CS 32016 - 75990 Paris Cedex 20

tél. : 01 44 78 39 39 - www.afdas.com

ÉDITORIAL

# Bienvenue aux nouveaux adhérents



Le suspense s'est prolongé jusqu'à la fin de l'été : les secteurs de la presse écrite et des agences de presse, ainsi que celui de l'édition, ont officiellement décidé de rejoindre l'Afdas.

Au-delà de la satisfaction de toutes les parties concernées d'avoir pu mener à bien les négociations dans les délais impartis par l'État, il faut souligner l'incontestable cohérence de champ, qui rassemble sous le même toit des professions très proches. "Culture, communication et loisirs" étaient jusqu'alors les dénominateurs communs de notre organisation, nous pourrions dorénavant les entendre au sens le plus large. La mutualisation des ressources et des efforts, ciment de notre organisation, trouvera ici encore plus de sens.

Les nouvelles branches qui constituent l'Afdas doivent, comme beaucoup d'autres, chercher leur équilibre dans un contexte de crise et s'adapter aux transitions numériques. Une situation face à laquelle la formation constitue une réponse et dans laquelle l'Afdas jouera un rôle majeur.

En attendant les travaux relatifs aux axes stratégiques, qui débiteront dès janvier, les équipes de l'Afdas, de Médiafor, et les organisations professionnelles du secteur de l'édition travaillent sans relâche pour que cette transition s'effectue de la manière la plus fluide possible pour les entreprises comme pour les salariés.

Pour prendre en compte ces évolutions, le journal de l'Afdas devrait voir sa formule renouvelée en 2012. De son côté, le site Internet fera peau neuve en tout début d'année. Autant d'occasions de marquer le changement, et de développer les liens plus que jamais nécessaires entre l'Afdas et tous ses publics. ●

Christiane Bruère-Dawson, directrice générale de l'Afdas

## Dates clés

1972

Création de l'Afdas par les branches du spectacle vivant et du cinéma.

1987

Entrée des branches audiovisuel et publicité.

1992

Entrée de la branche loisirs.

2012

Entrée des branches presse écrite, agences de presse et édition.

## ADHÉRENTS

# La presse écrite et l'édition rejoignent l'Afdas

LES SECTEURS DE LA PRESSE ÉCRITE, DES AGENCES DE PRESSE ET DE L'ÉDITION ONT CHOISI L'AFDAS COMME NOUVEL OPCA.

C'est officiel. À compter du 1<sup>er</sup> janvier 2012, l'Afdas accueillera de nouveaux adhérents, issus des secteurs de la presse écrite, des agences de presse et de l'édition, sous réserve de son **agrément\*** par l'administration.

Un protocole d'accord de rapprochement des deux Opcas Afdas et Médiafor (qui gère la formation professionnelle de la presse) a tout d'abord été signé par les partenaires sociaux le 30 août, puis ce fut le tour des partenaires sociaux de l'édition, le 29 septembre. La branche relevait jusqu'ici d'une section professionnelle de l'Opcas CGM (communication graphique et multimédia), et des Fongecif pour la gestion des CIF.

Ces deux décisions interviennent dans le cadre de la réforme de la formation professionnelle et des organismes paritaires de collecte. Les pouvoirs publics ont incité les Opcas à se regrouper, en portant le seuil minimal de collecte requis pour l'agrément à 100 millions d'euros annuels.

Aujourd'hui, la collecte de l'Afdas s'élève à 166 millions d'euros. Les contributions de la presse à la formation professionnelle atteignent 26 millions d'euros et celles de l'édition près de 5 millions d'euros. La réunion de ces secteurs générera donc une collecte proche de 200 millions d'euros, pour plus de 43 000 entreprises cotisantes et 335 000 salariés.

## Un champ d'action cohérent

Le champ d'application du "nouveau" Afdas, d'une grande cohérence, regroupera la quasi-totalité des secteurs de la culture, de la communication et des loisirs.

Les conseils paritaires des nouveaux arrivants seront dotés d'une forte autonomie pour la mise en œuvre de la politique de formation des secteurs qu'ils représentent. Ils bénéficieront des services de proximité assurés par l'Afdas à travers toute la France, grâce à ses délégations régionales.

Le conseil d'administration nouvellement constitué a prévu de se fixer, dès le mois de janvier, l'objectif de trouver une nouvelle dénomination à l'organisme. ●



**zoom**  
La demande d'agrément de l'Afdas dans sa nouvelle composition a été déposée auprès de l'administration.

## SUR LE WEB

## Un nouveau portail pour l'alternance

Le gouvernement a lancé une nouvelle version du portail Web qui vise à informer sur les dispositifs de formation en alternance et à simplifier les démarches administratives pour les jeunes et les entreprises. Rappelons qu'un premier portail de l'alternance avait été mis en ligne en mai 2010. Dans cette nouvelle version, le site permettra une dématérialisation du formulaire Cerfa du contrat d'apprentissage et de professionnalisation pour les entreprises.

## 100 000 offres de formation en ligne

En parallèle, le portail permet d'accéder aux offres de formation en alternance disponibles : les 100 000 offres de formation proposées par l'ensemble des CFA sont consultables, ainsi que des formations proposées en contrat de professionnalisation. Enfin, ce site inclut une bourse des offres d'emploi en alternance, consultables *via* un moteur de recherche. ●

[www.alternance.emploi.gouv.fr/](http://www.alternance.emploi.gouv.fr/)



## 7 entreprises

ont reçu le label Prestadd à ce jour :

Contact, Côté Cour, L'Usine à 5 pattes, La Compagnie de location de mobilier, Lumière et Son, Magnum, Scène de Nuit.

TOUTES BRANCHES

# Développement durable, un festival d'initiatives

PRODUCTION AUDIOVISUELLE

## Réduire l'impact des tournages

Lancé en 2009 par six partenaires (Audiens, Ademe, Commission du Film d'Île de France, DIRECTE Île-de-France, France Télévisions, TF1), le collectif Eco-prod vise à diminuer l'empreinte écologique des tournages. Pour cela, il sensibilise les acteurs en leur proposant des outils. Sur son site **ecoprod.com\***, il met à leur disposition un calculateur carbone des productions audiovisuelles, "Carbon' Clap". En parallèle, le collectif mène des opérations de communication. Il était ainsi présent en septembre dernier à Enghien-les-Bains au Cineposium de l'AFCI (Association of film commissioners international), association regroupant 350 commissions du film réparties dans 50 pays. La création de formations professionnelles axées sur le développement durable figure parmi ses objectifs pour 2012.

PUBLICITÉ

## L'éco-communication gagne du terrain

L'Association des agences-conseils en communication (AACC) est un syndicat professionnel qui regroupe 200 entreprises, représentant plus de 80 % de la profession. Sa commission développement durable propose notamment une formation conçue spécialement pour les métiers en agence : dirigeants, commerciaux, créatifs et fabricants. Présentant une approche concrète des initiatives existantes, le programme de formation a été élaboré en collaboration avec Adwiser, un collectif qui réunit des professionnels "pionniers de la communication responsable". Cette formation est accessible via les budgets Afdas de la formation continue. De son

côté, l'**Union des annonceurs (UDA)\*** a élaboré une Charte communication responsable, signée à ce jour par une quarantaine d'entreprises adhérentes. Ce texte concerne les responsabilités de l'entreprise (environnementales, sociales...) et l'ensemble de ses modes de communication. L'UDA accompagne ses adhérents dans leur démarche.

En parallèle, elle diffuse les bonnes pratiques de communication responsable via une plateforme internet d'échanges, en collaboration avec Ethicity, une agence spécialisée dans le conseil en stratégie de développement durable, et avec le soutien de l'Ademe. Elle a également coédité, en partenariat avec le Medef, un guide "Communication responsable des entreprises".

SPECTACLE VIVANT

## Les festivals de musique apprennent à verdir

**Eneris\***, cabinet de conseil et d'études en développement durable, a publié il y a quelques mois le guide *Événements & Environnement*, sur les meilleures pratiques environnementales des festivals de musique. Pour cela, il a rencontré les organisateurs de onze festivals européens, dont Rock en Seine, Trans Musicales, Francfolies, Glastonbury (Royaume-Uni), La Semo (Belgique)... Le guide explore les déplacements, la restauration, la logistique, le traitement des déchets, la communication. Autre initiative, le tout nouveau festival de musique **We love green\*** à Paris se positionne comme un laboratoire d'innovations en termes environnemental, social et sociétal. Pour sa part, le syndicat national des prestataires de l'audiovisuel scénique et événementiel (Synpase) a créé en mai dernier le label **Prestadd\*** (lire Afdas #7). Il vise à garantir aux donneurs d'ordre un niveau d'exigence sur le plan environnemental, économique et social. ●

\* En savoir +  
www.ecoprod.com  
http://bonnespratiques.uda.fr  
www.eneris.fr  
www.welovegreen.fr  
www.prestadd.fr

01 44 78 34 09

C'est la ligne directe de la plate-forme d'information et de conseil mise en place pour les industries techniques de l'audiovisuel en Île-de-France.

Ouverte du lundi au vendredi, de 9h à 18h sans interruption.

AUDIOVISUEL  
INDUSTRIES TECHNIQUES

## Un suivi post-formation

**LES FAITS** Le comité de pilotage de la plate-forme conseil pour les salariés des industries techniques audiovisuelles (Île-de-France) complète la gamme des actions proposées, en créant une démarche d'accompagnement renforcé post-formation.

**LE CONTEXTE** La plate-forme, créée en mars 2010, vise à aider les salariés à se professionnaliser, voire se reconverter, à l'heure où la dématérialisation affecte de nombreux emplois dans leurs secteurs. En 2010, plus de 400 personnes ont bénéficié ainsi d'un bilan ou d'une formation (bilan de positionnement, de compétences, accompagnement VAE, CIF...). Les publics sont issus en majorité de TPE ou PME (laboratoires photochimiques, doublage et sous-titrage, post production image et son).

**LE RÉSULTAT** L'accompagnement renforcé suit les personnes ayant fait appel à la plate-forme. La démarche, individualisée, s'étend sur six mois, avec en moyenne douze rencontres entre le consultant et le bénéficiaire. Le consultant s'engage notamment à proposer en moyenne quatre offres d'emploi par candidat, à l'entraîner aux entretiens, etc. Le but est de replacer au moins 80% des candidats de façon durable, dans une nouvelle activité, dans l'audiovisuel ou non. ●

SPECTACLE VIVANT

## + 5% pour les salaires des contrats de pro.

**LES FAITS** La rémunération des jeunes engagés en contrat de professionnalisation dans le secteur du spectacle vivant augmentera à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2012.

**LE CONTEXTE** C'est l'une des conséquences du nouvel **accord de branche** \* sur la formation professionnelle des salariés du spectacle vivant (à l'exception des intermittents), signé le 11 mai dernier.

**LE RÉSULTAT** Cette hausse, de 5%, concerne tous les jeunes de moins de 26 ans la première année. La deuxième année, elle ne s'applique qu'aux jeunes de moins de 26 ans titulaires d'une qualification au moins égale à un bac pro. (ou d'un diplôme à finalité professionnelle de même niveau).

Autre changement, le nouvel accord accroît la durée du DIF, dès cette année 2011 : 21 heures par année de travail, contre 20 heures auparavant, y compris pour les salariés à temps partiel qui travaillent plus de 80% d'un temps plein. ●



**zoom**  
L'accord de branche spectacle vivant est téléchargeable sur : [www.afdas.com/employeurs](http://www.afdas.com/employeurs) (rubrique "documents")

TOUTES BRANCHES

## Compétences clés, action prolongée

**LES FAITS** Le Fonds de sécurisation des parcours professionnels (FPSPP) vient de proposer aux Opcv de reconduire jusqu'au 31 décembre 2012 les projets visant l'acquisition d'un socle commun de compétences.

**LE CONTEXTE** Ces actions de formation concernent en priorité les salariés de bas niveaux de qualification, des personnes ne maîtrisant pas les savoirs de base (lecture, écriture, calcul...) ou les compétences clés (bureautique, Internet...). Elles sont financées intégralement grâce à un soutien du FPSPP et du FSE. L'objectif est de favoriser le développement de compétences transférables à tout type de contexte professionnel.

**LE RÉSULTAT** En regard, l'Afdas a proposé au FPSPP un avenant pour prolonger jusqu'à fin 2012 les engagements de dépenses prévus sur ce sujet. Cet avenant intègre les nouveaux secteurs qui rejoignent l'Afdas à compter de janvier prochain : la presse écrite, les agences de presse et l'édition. La réponse du FPSPP sera connue à la fin de l'année. ●

4 %

C'est le nouveau taux de salariés en alternance imposé aux entreprises de plus de 250 salariés.

Si elles ne le respectent pas, les entreprises doivent s'acquitter d'une contribution additionnelle à la taxe d'apprentissage ; si elles le dépassent, à l'inverse, elles percevront une prime.

LOI CHERPION

# Le contrat et la période de pro. encouragés

VISANT À DÉVELOPPER L'ALTERNANCE ET À SÉCURISER LES PARCOURS PROFESSIONNELS, LA LOI DITE "CHERPION", INSTAURE PLUSIEURS NOUVEAUTÉS RELATIVES AUX DISPOSITIFS DE PROFESSIONNALISATION.

## Contrat de pro.

Selon les dispositions de la loi Cherpion\*, il est désormais possible de renouveler un contrat de pro. en CDD chez le même employeur. Après l'obtention de la qualification ciblée par le premier contrat, ce nouveau CDD visera une qualification supérieure ou complémentaire.

En cas de rupture anticipée du contrat par l'employeur, un accord de branche peut définir les modalités de maintien de la prise en charge par l'Opca (pendant trois mois au maximum).

Dans le cas d'activités saisonnières, deux employeurs peuvent conclure conjointement un

contrat de pro. avec un jeune de moins de 26 ans. Ce contrat peut prévoir l'acquisition d'une ou deux qualifications. Une convention tripartite est alors annexée au contrat. Enfin, une "carte d'étudiant des métiers" sera délivrée aux apprentis et aux salariés de moins de 26 ans engagés sous contrat de pro. (d'au moins douze mois) et visant une qualification RNCP. La carte permettra d'accéder à des réductions tarifaires au même titre que les étudiants de l'enseignement supérieur.

## Période de pro.

La loi cadre sa durée (sauf pour les salariés de 45 ans et plus) : au minimum, elle doit atteindre 35 heures sur 12 mois pour les entreprises d'au moins 50 salariés ; 70 heures sur 12 mois pour les entreprises d'au moins 250 salariés. Quant aux entreprises de moins de 50 salariés, elles ne sont soumises à aucun seuil minimal. ●

\* zoom La loi a été publiée au Journal officiel le 29 juillet dernier. Certaines mesures sont en attente des décrets d'application.

FPSP

## Un taux de 10 % pour 2012

Les partenaires sociaux se sont accordés pour proposer un taux de contribution des Opca et des Opacif au Fonds paritaire de sécurisation des parcours professionnels (FPSP) de 10 % pour 2012. Le Comité paritaire national pour la formation professionnelle (CPNFP) a confirmé ce taux, après consultation du "hors champ" (culture, médias, professions libérales, économie sociale...). Cette proposition devrait être désormais validée par l'État et faire l'objet d'un arrêté ministériel.

## Un taux ajusté chaque année

Rappelons que la loi du 24 novembre 2009 prévoit que le taux du FPSP peut varier entre 5 % et 13 % des contributions légales des entreprises (diminuant d'autant les budgets disponibles sur les plans de formation). Celui-ci était fixé à 10 % en 2011 et à 13 % en 2010. Cette contribution permet au FPSP de financer des actions de qualification des salariés et des demandeurs d'emploi, dans le cadre de ses appels à projets. ●

En bref

### Loi Cherpion : deux nouveautés relatives à la préparation optionnelle à l'emploi (POE)

- ❶ Un accord de branche "pourra identifier un certain nombre de métiers en tension auxquels la POE collective pourra préparer les demandeurs d'emploi". Dans ce cas, la formation sera financée par l'Opca, avec des apports complémentaires de Pôle emploi et du FPSP.
- ❷ Autre innovation, la POE peut désormais précéder un contrat d'apprentissage ou un contrat de professionnalisation en CDD.

# Plafonds annuels 2012

CES PLAFONDS DE PRISES EN CHARGE AFDAS

SONT DÉFINIS PAR LES CONSEILS DE GESTION DE BRANCHE.

ILS SONT SUSCEPTIBLES DE MISES À JOUR EN COURS D'ANNÉE.

⊖ Plafond inchangé depuis la dernière publication de ce tableau (Afdas #07, juillet 2011)

⬆ Plafond en augmentation ⬇ Plafond en diminution

Branche professionnelle	DIF prioritaires et périodes de professionnalisation (hors formations diplômantes et CQP)	Plan de formation de branche	Plan de formation des entreprises des moins de 10 salariés
Audiovisuel	⊖ 2 000 € + 85 % de la contribution "professionnalisation" <sup>(1)</sup>	⊖ 3 000 € + 130 % de la contribution "plan de formation de branche" <sup>(1)</sup>	⊖ De 1 100 à 3 150 €, selon la masse salariale
Édition phonographique	⊖ Idem audiovisuel	⊖ Pas de plan de formation de branche	⊖ De 950 à 2 750 €, selon la masse salariale
Spectacle vivant	⬇ 1 500 € + 110 % de la contribution "professionnalisation" <sup>(1)</sup>	⊖ 1 500 € + 130 % de la contribution "plan de formation de branche" <sup>(1)</sup>	⊖ De 1 200 à 3 600 €, selon la masse salariale
Distribution de films	⬇ 3 000 € + 100 % de la contribution "professionnalisation" <sup>(1)</sup>	⊖ 5 000 € + 200 % de la contribution "plan de formation de branche" <sup>(1)</sup>	⊖ De 850 à 2 150 €, selon la masse salariale
Exploitation cinématographique	⬇ Idem distribution de films	⬇ 5 000 € + 110 % de la contribution "plan de formation de branche" <sup>(1)</sup>	⊖ De 850 à 2 150 €, selon la masse salariale
Publicité et distribution directe	⊖ 3 000 € + 100 % de la contribution "professionnalisation" <sup>(1)</sup>	⊖ Pas de plan de formation de branche	⊖ De 1 200 à 3 600 €, selon la masse salariale
Loisirs	⊖ 3 500 € + 80 % de la contribution "professionnalisation" <sup>(1)</sup>	⊖ 2 500 € + 160 % de la contribution "plan de formation de branche"	⊖ De 950 à 2 750 €, selon la masse salariale

(1) Contribution 2012 au titre des salaires versés en 2011. Voir détails sur [www.afdas.com/employeurs](http://www.afdas.com/employeurs), rubrique "taux de contribution".

## Plafonnement des coûts horaires

### Plan de formation des entreprises de moins de 10 salariés et DIF (toutes entreprises)

Formations techniques	→ 60 euros / heure
Formations en langues et bureautique	→ 40 euros / heure (sauf pour DIF prioritaire en langue dans les branches audiovisuel : 30 euros / heure)
Formations transversales (gestion, comptabilité, management, expression orale...)	<b>Stages de 70 heures ou moins</b> → 40 euros / heure. <b>Stages de plus de 70 heures</b> → 25 euros / heure (sauf pour les DIF prioritaires des branches de l'audiovisuel, du cinéma, de la publicité et des loisirs)
Formations universitaires	<b>Stages de 70 heures ou moins</b> → 25 euros / heure. <b>Stages de plus de 70 heures</b> → 15 euros / heure (sauf pour les DIF prioritaires des branches de l'audiovisuel, du cinéma, de la publicité et des loisirs)
Plan de formation de branche	→ Pas de plafonnement des coûts horaires
Périodes de professionnalisation	→ 25 euros / heure

NOUVELLE PRESTATION

# Le diagnostic GPEC pour la bonne santé des entreprises

L'AFDAS PROPOSE UNE PRESTATION DE "DIAGNOSTIC ACCOMPAGNEMENT GPEC", ORIENTÉE EXCLUSIVEMENT VERS LES ENTREPRISES DE MOINS DE 300 SALARIÉS, NON CONCERNÉES PAR UNE OBLIGATION LÉGALE DE MISE EN PLACE D'UN ACCORD GPEC.

La loi de novembre 2009 a apporté des évolutions significatives au système de la formation professionnelle continue. Le cadre légal autorise en particulier la prise en compte de nouvelles pratiques d'accompagnement en ressources humaines pour soutenir la stratégie de l'entreprise, tout en favorisant la sécurisation des parcours professionnels des salariés. Le terme GPEC, pour gestion prévisionnelle de l'emploi et des compétences (lire le

dossier de *Afdas#06*), commence à résonner dans les services RH... Dans ce contexte, les partenaires sociaux de l'Afdas ont décidé de faire de la GPEC un des axes prioritaires d'actions incitatives en direction des entreprises de leurs branches professionnelles. L'Afdas a sélectionné via un appel d'offres lancé fin juin sur l'ensemble du territoire, des prestataires spécialisés sur le champ des ressources humaines pour mener une prestation de "Diagnostic accompagnement GPEC". Cette prestation s'adresse uniquement aux PME de moins de 300 salariés, non concernées par une obligation légale de mise en place d'un accord GPEC. N'ayant pas toujours les moyens humains pour se lancer dans une telle démarche, les PME et TPE ont besoin d'un soutien particulier.

historique des formations, organisation des RH, définition du calendrier du diagnostic.

➊ **Diagnostic** : état des lieux de la situation des ressources humaines (forces, faiblesses, risques, menaces, opportunités), mise en perspective des scénarios d'évolution possibles au regard de la stratégie de l'entreprise, définition des axes et des outils de GPEC à mobiliser, recensement des enjeux de ressources humaines à intégrer sur le plan collectif et individuel et des attentes exprimées par les différents acteurs de l'entreprise.

➋ **Construction d'un plan d'action GPEC**, précisant les objectifs, les résultats attendus, les actions à organiser, les procédures à mettre en place, les partenariats à envisager...

➌ **Suivi** : des visites sont planifiées entre 3 à 6 mois après le lancement du plan, pour assurer son bon déroulement.

Avant de s'engager dans un tel diagnostic, et de s'assurer de sa prise en charge, une convention de prestation de services tripartite est conclue entre le prestataire, l'entreprise et l'Afdas.

Au total, la prestation dure au maximum cinq jours, en plusieurs fois. Ce n'est donc pas une initiative lourde, et elle s'adresse à tout type d'entreprise, quelle que soit sa taille. ●

## Définition

### La GPEC, pour quoi faire ?

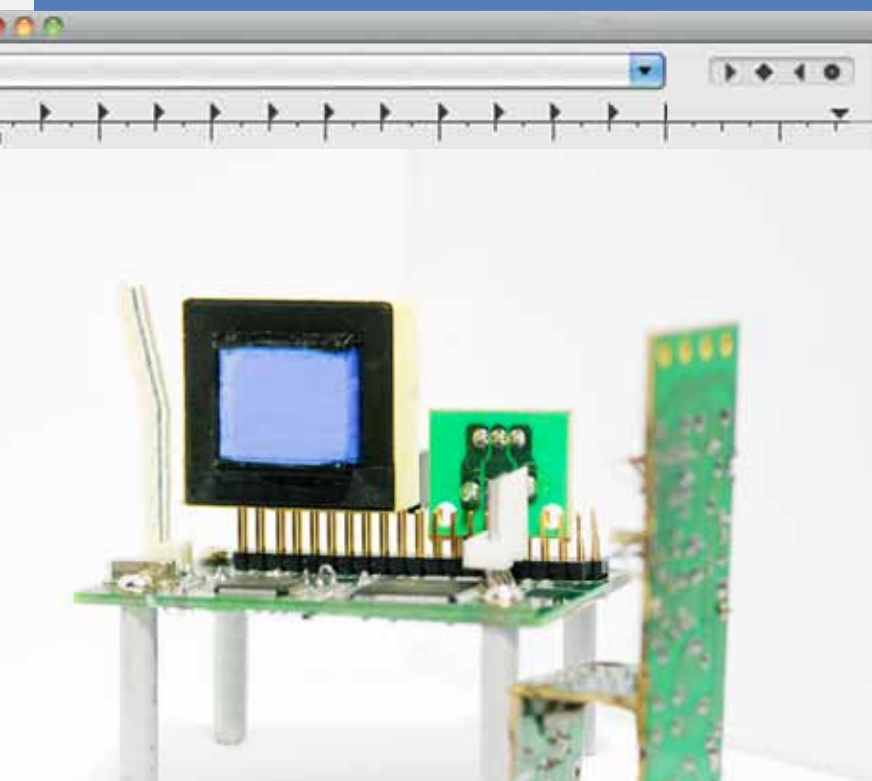
- Élaborer un plan de développement des RH en phase avec le projet et la stratégie de l'entreprise.
- Décrire et analyser les métiers de l'entreprise et les compétences associées.
- Anticiper les évolutions d'activités et leurs effets sur les métiers et les qualifications.
- Comprendre les enjeux et mesurer les impacts du management des compétences.
- Définir et planifier les actions de formation et RH à mener à court/moyen terme.

### 4 grandes étapes

Le diagnostic peut être conduit soit de façon individuelle à la demande d'une entreprise, soit de façon collective en y associant plusieurs entreprises (de la même filière professionnelle ou non) géographiquement proches. Il se décompose en quatre grandes étapes :

➊ **Lancement et pré-diagnostic** : rencontre et échanges avec le dirigeant sur l'organisation et le positionnement de l'entreprise,





E-Learning



p.10

"Le e-learning permet,  
a priori, de tout  
apprendre"



p.12

Les entreprises  
témoignent de leurs  
expériences



p.14

Organismes de formation :  
nouvelles technologies  
et sur-mesure

## La formation se dématérialise

Abolissant, ou presque, les contraintes de temps et d'espace pour se former, le e-learning s'introduit peu à peu dans le domaine de la formation professionnelle. Les entreprises trouvent des solutions adaptées aux besoins et au rythme de travail des salariés tandis que les organismes de formation développent de nouvelles offres alliant nouvelles technologies et sur-mesure. Peut-on tout apprendre par e-learning? Réponses pages suivantes, *via* l'analyse d'un expert et les témoignages d'entreprises.

INTERVIEW

# “Le e-learning permet, *a priori*, de tout apprendre”

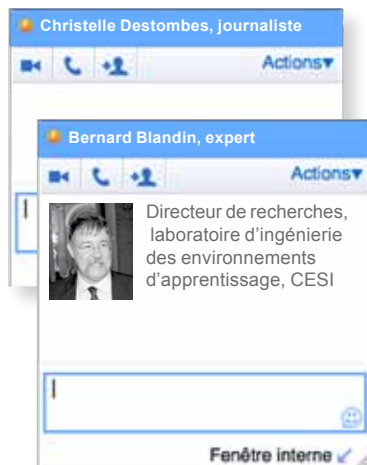
BERNARD BLANDIN,  
DIRECTEUR DE RECHERCHES  
AU LABORATOIRE D'INGÉ-  
NIERIE DES ENVIRONNEMENTS  
D'APPRENTISSAGE DU CESI  
(ORGANISME DE FORMATION  
PROFESSIONNELLE),  
REVIENT SUR LES ORIGINES,  
LES PRATIQUES ET LES  
PERSPECTIVES DU  
E-LEARNING.

## FOAD, e-learning... de quoi parle-t-on ?

Le terme de “formation ouverte à distance” a été créé en 1992, par l’administration française, celui du e-learning est plus récent, il date de 1998. Aujourd’hui, les deux concepts sont confondus par beaucoup et le terme d’e-learning prend le dessus. Cet anglicisme désigne toute modalité d’apprentissage qui utilise les technologies des ordinateurs, quelles qu’elles soient : on peut faire de l’e-learning seul derrière un ordinateur, en collaboratif en synchrone ou en asynchrone, en classes virtuelles, avec tutorat, en complément de présentiel ou pas, etc. Le point commun, c’est qu’on utilise un ordinateur pour apprendre. La FOAD est plus vaste, elle inclut ainsi la formation par correspondance. On peut imaginer que le terme va disparaître, il n’est compris que chez nous... Et puis les technologies se développent.

## Comment le e-learning a-t-il commencé ?

En 1998, c’est la société américaine Cisco qui a mis ce terme en avant pour la première fois, très vite repris par la Commission



européenne qui a lancé un programme “e-learning” en mars de la même année. À l’époque, il s’agissait clairement de situations d’auto-formation devant une machine, la forme traditionnelle de l’enseignement assisté par ordinateur. Depuis, les pratiques et les possibilités techniques ont évolué, permettant de les élargir et de les intégrer à une véritable démarche de formation en valorisant l’accompagnement pédagogique.

## Quels sont ses principaux atouts ?

La disponibilité des ressources, le fait qu’elles soient accessibles quand on veut, où on veut, grâce aux terminaux mobiles. L’e-lear-

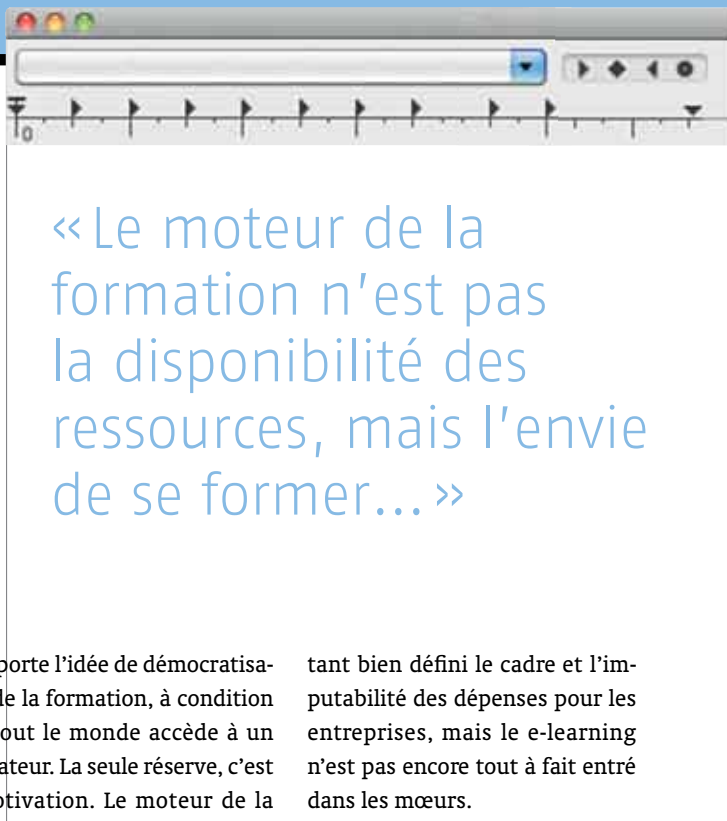
## Vous avez dit e-learning ?

### C’est...

- Un dispositif souple de formation organisé en fonction de besoins individuels ou collectifs,
- avec des apprentissages individualisés et l’accès à des ressources et compétences locales ou à distance.

### Ce n’est pas...

- De l’autoformation, ou autodidaxie qui se pratique en dehors des institutions et à l’initiative d’une personne,
- la simple mise à disposition de supports, manuels ou logiciels à finalité pédagogique sans aucun accompagnement.



« Le moteur de la formation n'est pas la disponibilité des ressources, mais l'envie de se former... »

ning porte l'idée de démocratisation de la formation, à condition que tout le monde accède à un ordinateur. La seule réserve, c'est la motivation. Le moteur de la formation n'est pas la disponibilité des ressources, mais l'envie de se former...

### Quelles sont les conditions d'efficacité de ce mode de formation ?

On s'aperçoit, à partir de méta-analyses, que le e-learning est efficace essentiellement lorsqu'il est combiné avec d'autres formes d'apprentissage et lorsqu'il y a une cohérence d'ensemble du dispositif, utilisé de manière pertinente par des tuteurs ou des enseignants qui savent l'exploiter. S'il n'est pas accepté culturellement, qu'il s'oppose à un autre dispositif, qu'il n'est pas encadré, ça ne marche pas. Il existe en France encore plusieurs freins, certains provenant des formateurs (évolution de leur rôle et de leur intervention), d'autres de points techniques. Parmi les **difficultés\***, figure celle du contrôle du temps passé en formation, surtout lorsque celle-ci se déroule hors temps de travail. Une circulaire DGEFP de 2001 a pour-

tant bien défini le cadre et l'imputabilité des dépenses pour les entreprises, mais le e-learning n'est pas encore tout à fait entré dans les mœurs.

### Quelles sont les perspectives de développement ?

Le e-learning au sens large permet, *a priori*, de tout apprendre. J'y crois. Je vois des progrès techniques importants, de nouvelles technologies à bas coûts, comme les interfaces sans contact qui permettent de contrôler l'ordinateur à distance, ou la 3D sans lunettes spéciales.

Tout cela va bouleverser le champ de l'e-learning, entre autres, l'enseignement professionnel qui ne savait pas gérer l'apprentissage des gestes à distance. Des projets sont en développement dans des entreprises, ou même à l'Afpa qui teste des outils de ce type. Ces techniques révolutionnent le rapport à l'ordinateur, il n'y a plus de clavier, ni de souris, on peut apprendre à monter un mur ou servir un plat sans le renverser. S'il y a un futur, je le vois ici : l'intégration de nouvelles techniques pour étendre les champs d'application... ●

\* En savoir +  
Actes des 9<sup>e</sup> rencontres du Forum français pour la formation ouverte et à distance (14 au 16 nov. à Orléans)  
"La montée en puissance des formations numériques et les nouveaux défis de la formation"  
[www.fffod.org](http://www.fffod.org)

## L'assistance pédagogique incontournable

Pour être éligible à un financement Afdas, outre les mentions obligatoires propres à toute convention de formation (intitulé, période, horaires, durée, lieu, prix...), la convention quadripartite (entreprise, organisme de formation, Afdas, stagiaire) insiste sur la réalité de l'assistance pédagogique.

**LES OBJECTIFS** et la nature des séquences d'apprentissage à distance doivent être précisés (travaux incombant aux stagiaires, périodes, durées...).

**LES MOYENS PÉDAGOGIQUES** et les techniques mis en œuvre, le suivi et l'évaluation des travaux accomplis par les stagiaires, le prix des différentes prestations doivent être spécifiés.

**LE TEMPS DE CONNEXION** et le temps de regroupement en présentiel ou en virtuel sont précisés dans la convention quadripartite. Ils permettent d'apprécier la réalisation de la formation.

« **LES MODALITÉS** d'assistance pédagogique et d'encadrement constitueront un élément central d'appréciation de la réalité de la formation », précise la circulaire DGEFP du 20 juillet 2001. Sans accompagnement humain technique et pédagogique, la simple fourniture de supports numériques ou de cours en ligne ne saurait être assimilée à de la formation professionnelle.

GRUPE MEDIAPOST

## Les commerciaux dopés par l'aspect ludique des outils

### Qui

Mediapost  
(13 000  
collaborateurs)

### Secteur

Distribution  
directe

### Intitulé de la formation

Mission expert  
ventes

### Cible

Les forces  
de vente  
Mediapost

### Bénéficiaires

105 formés  
en e-learning

### Coût

5 400 € HT/  
personne  
(présentiel  
+ ateliers)

Rechercher

MEDIAPOST, "SPÉCIALISTE DE LA COMMUNICATION EN BOÎTE AUX LETTRES" A EU RECOURS À L'E-LEARNING POUR PERFECTIONNER LES TECHNIQUES DE VENTE DE SES COMMERCIAUX, EN IMPLIQUANT LES MANAGERS, VÉRITABLES TUTEURS DU PARCOURS.

Plus de cent commerciaux Mediapost répartis sur toute la France conseillent petites et grandes entreprises dans la définition de leur politique de communication "ciblée". En 2011, la régie a défini

un nouveau référentiel de vente et a choisi une solution mixant e-learning et présentiel pour former ses équipes.

### Une mallette pédagogique

L'ensemble des acteurs a été impliqué : les managers ont d'abord été formés et une mallette pédagogique spéciale e-learning a été développée à leur intention. Cette mallette, renfermant des outils et du contenu (jeux, mises en situation) permet d'animer les réunions commerciales et de



faire monter en compétence les équipes. Selon Stéphanie Bourgeois, chef de projet formation chez Mediapost, c'est cette forte implication des managers qui a convaincu l'Afdas de soutenir ce projet.

### Une combinaison présentiel et e-learning

Autre point important souligné, la combinaison de séances en présentiel et de séquences e-learning, qui fait le succès de telles formations : « Nos commerciaux peuvent approfondir des théma-

### Qui

Théâtre  
Mariska  
(12 permanents)

### Secteur

Spectacle  
vivant

### Intitulé de la formation

Formation  
tuteur

### Cible

Tous les  
futurs tuteurs

### Bénéficiaires

1 personne  
formée

### Coût

200 € HT/  
personne

Rechercher

THÉÂTRE MARISKA

## Une directrice artistique découvre le e-tutorat pour former ses marionnettistes

Il n'est pas simple quand on est responsable d'un théâtre de s'absenter pour suivre une formation, même obligatoire. Recourir au e-learning s'avère une alternative séduisante.

Pour organiser les parcours de professionnalisation au sein de son équipe, Isabelle Bouclet, directrice artistique du théâtre Mariska a suivi la formation de tuteurs en e-learning proposée par Activ-Partners. Le dispositif

s'avère très simple et contourne les contraintes techniques : une boîte à outils envoyée par mail, trois téléconférences en audio. La première téléconférence fournit les connaissances juridiques liées aux contrats de pro., aide à définir le référentiel métier et la fiche de poste.

La deuxième vérifie les acquis, et invite les futurs tuteurs à un jeu de rôle. Enfin, la pédagogie de la transmission des compétences à

la génération "Y" est abordée lors de la dernière téléconférence. Un dispositif qui a séduit Isabelle Bouclet : « Cela fait trente ans que je forme des marionnettistes, j'ai été agréablement surprise par la FOAD. Cela m'a permis d'officialiser mon rôle de tutrice, d'éviter des déplacements et d'approfondir mon approche grâce à une formatrice très impliquée. » ●

 [www.activpartners.com](http://www.activpartners.com)



## 20 heures de formation ni vu ni connu

tiques grâce à des mises en situation ; nous avons ainsi choisi de fournir toute la théorie par le e-learning et la pratique par les ateliers. » Six modules ont été élaborés, correspondant aux six étapes de la vente définies par Mediapost. Les commerciaux réalisent le parcours une première fois, l'accès libre aux activités leur permet ensuite d'approfondir un sujet, de travailler une faiblesse. Les activités sont développées sur un mode ludique : quiz, mises en situation... Cet apprentissage en ligne est encadré par les ma-

nagers, qui accompagnent les commerciaux sur le terrain, les évaluent et élaborent un parcours individualisé à réaliser sur la plate-forme e-learning.

Dans un second temps, les commerciaux ont été réunis en ateliers. Enchantés d'avoir utilisé un outil interactif et ludique, accessible à loisir, ils ont demandé de nouvelles applications, qui seront développées d'ici à la fin de l'année. Pour Mediapost, l'enjeu est que les techniques de vente deviennent un automatisme. Et pour cela, il faut s'entraîner. ●

### Qui

Harding marketing  
(13 salariés)

### Secteur

Communication

### Intitulé de la formation

Stratégie en médias sociaux

### Cible

Chefs de projets et responsables de comptes

### Bénéficiaires

5 formés en FOAD

### Coût

1 490 € HT / personne

Rechercher

Harding Marketing, agence conseil en communication et marketing située à Grenoble, a choisi une solution à distance pour former aux réseaux sociaux ses chefs de projet et responsables de comptes. Déjà formés à ces nouveaux médias, ils cherchaient un approfondissement pour définir les stratégies web 2.0 des entreprises, appréhender le web-écosystème de chaque annonceur. Le e-learning leur a permis de glisser les 20 h de formation dans leurs emplois du temps sans trop de gêne.

### Un mode de formation ancré dans la culture

Stéphane Labartino, directeur des opérations Europe, explique : « Nous sommes tellement habitués à travailler sur Internet, à partager nos écrans que cela ne nous inquiétait pas. De plus, nous pouvons continuer à nous occuper de nos clients, sans compter l'économie des frais de déplacement ». À raison de deux séances de 2 h par semaine (de 12 h à 14 h), les stagiaires interagissent pendant les cours délivrés par le formateur de la Medias sociaux Academy. À l'issue d'un test final, ils se verront certifiés "stratégiste en médias sociaux". « Cette formation nous permet de passer à un niveau vraiment supérieur, de dépasser nos appréhensions et la dynamique de groupe est renforcée. » ●

### Qui

Fremantle Media France  
(70 salariés)

### Secteur

Audiovisuel

### Intitulé de la formation

Anglais

### Cible

Tous les salariés

### Bénéficiaires

8 formés en FOAD

### Coût

170 € HT / personne

Rechercher

FREMANTLE MEDIA FRANCE

## L'intérêt d'une connexion ouverte durant une année

Nathalie Cochin, responsable comptable chez Fremantle Media France (société de production de contenus audiovisuels), perfectionne son anglais à distance. En effet, difficile en open-space et avec un emploi du temps bien rempli de se consacrer à la formation pendant les heures de travail...

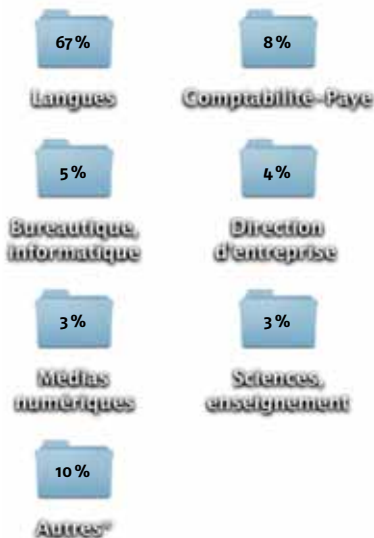
Motivée pour se plonger le soir sur le site de "Tell Me More", Nathalie Cochin a tout d'abord ef-

fectué un test en face à face. Puis, libre à elle de se connecter, pendant une durée d'un an, pour des leçons d'une heure aux exercices variés : dialogue interactif, vocabulaire, mots croisés, grammaire, vidéos pour travailler l'oreille... « Une fois qu'on a commencé, on a envie de continuer. À présent, il faut pratiquer pour de vrai, avec des anglophones ! » ●

[www.tellmemore-online.com](http://www.tellmemore-online.com)

[www.mediasociaux-academy.com](http://www.mediasociaux-academy.com)

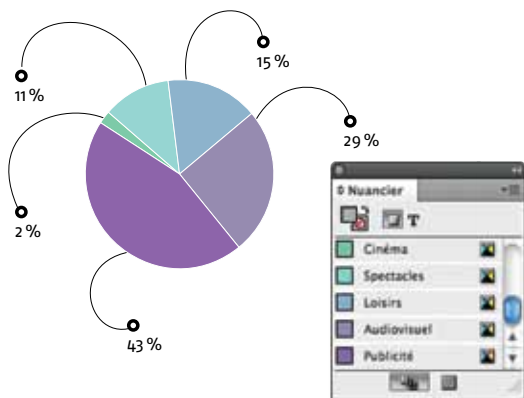
## Les best-sellers du e-learning



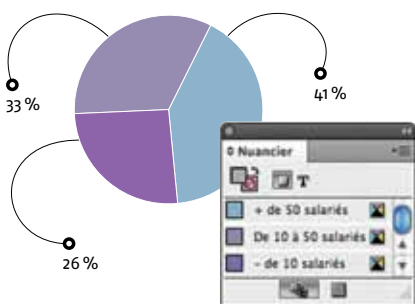
\* Marketing, droit, finances, cinéma, sécurité securisisme, RH, audiovisuel...

## Répartition des stagiaires

PAR BRANCHE



PAR TAILLE D'ENTREPRISE



ORGANISMES DE FORMATION

# Temps optimisés, nouvelles technologies et sur-mesure

LES ORGANISMES DE FORMATION S'OUVRENT AU E-LEARNING, DÉVELOPPANT DE FRONT MÉDIAS, CONTENUS ET PÉDAGOGIE. QUELQUES INITIATIVES EN EXEMPLE.

CNA CEFAG

### Multimédia en ligne

Pour le multimédia et l'infographie, baignant dans les nouvelles technologies, la formation à distance paraît une évidence.

Au CNA Cefag, six formations se réalisent ainsi *via* une plateforme en ligne : opérateur infographiste multimédia (300 h), webgraphiste (285 h), assistant de communication (273 h), intégrateur en édition (269 h) et intégrateur Web (297 h).

Un tutorat individuel est assuré, et l'ensemble des contenus spécifiques aux métiers de la communication est accessible 24h/24, 7 jours sur 7.

[www.cefag-online.org](http://www.cefag-online.org)

Note : toutes les formations citées ici peuvent être prises en charge, sous conditions, par l'Afdas.

GOBELINS

### "Metro, boulot, domo"

Gobelins, l'école de l'image, renouvelle actuellement sa plateforme e-learning.

Quelques "bêta testeurs" se sont pour l'instant formés à distance aux Google Apps, au financement d'un film, au logiciel InDesign pour le Web, au PDF interactif ou ProTools.

L'idée est d'optimiser le temps : celui des transports (podcasts sur Smartphones), pause de midi avec une téléconférence, exercices et tutoriaux vidéo le soir.

Pour Didier Pilon, sous-directeur chargé de la formation continue, la formation à distance doit être conçue pour répondre à des « objectifs pédagogiques précis, qui complètent des compétences déjà acquises pour lesquelles il n'y a pas besoin de présentiel. »

Conditions de réussite : une vraie motivation des stagiaires et une plateforme évolutive, appelée à évaluer les acquis après la formation.

[www.gobelins.fr/fc/a-distance](http://www.gobelins.fr/fc/a-distance)

# sé, nologies



IFG CNOF

## E-learning pour cadres surbookés

Le temps pour une formation en présentiel étant souvent difficile à dégager, l'IFG Cnof a élaboré des modules e-learning marketing et finances pour 70 de ses formations, à destination des cadres. Par exemple, pour le master management stratégique ICG, 25 jours de formation sont dispensés en ligne, avec l'appui d'un expert de la discipline (outils d'évaluation, études de cas, documentation). En 2011, un master de management stratégique a été élaboré avec l'université Dauphine où, sur 50 jours de formation, 6 sont réalisés en présentiel au préalable.

Une liberté d'action que les cadres apprécient, selon Emmanuel Clément, responsable des programmes, qui souligne : « La formation à distance nous permet d'accéder à la notion de formation récurrente, évolutive et individuelle. »

[www.ifgcnof.com/nos-formations/solutions-e-learning.html](http://www.ifgcnof.com/nos-formations/solutions-e-learning.html)

MEDIA INSTITUTE

## Dans les starting-blocks

Media Institute, spécialisé en communication, marketing et médias, a commencé sa formation à distance avec quelques modules, distillés dans des formations sur-mesure : web planning, anglais de la communication et du marketing, plan média développé pour la télévision.

La formule a fait peu d'adeptes en 2011, mais l'organisme se tient fin prêt pour 2012 : de nouveaux modules ont été acquis afin d'intégrer un contenu plus spécifique et des partenariats noués avec des formateurs (Lemond Language pour l'anglais). Selon Frédérique Buil, responsable marketing, « l'appétence des salariés et des entreprises est croissante envers des modules e-learning mais il faut leur concocter du sur-mesure. »

[www.media-institute.com](http://www.media-institute.com)

# “Une souplesse adaptée à nos publics”

UN ENTRETIEN AVEC BÉATRICE GOUFFIER, RESPONSABLE PÉDAGOGIQUE, ET PATRICE MOREL, FORMATEUR RÉFÉRENT, CFPTS.

## Vous avez choisi le e-learning pour la préparation à l'habilitation électrique, un choix audacieux ?

La souplesse du e-learning est adaptée à notre public et nos solides bases sur le sujet choisi nous ont permis de le proposer sans risque. La possibilité d'étaler l'action dans le temps (40 jours) permet aussi une plus grande assimilation du sujet versus 5 jours de formation en présentiel.

## Comment se déroulent les formations ?

Une évaluation préalable permet de vérifier les prérequis. Puis, les cours sont accessibles en ligne, avec un “formitiel” sous forme de vidéos, d'exercices variés : photos à rayer, plans à compléter, QCM... Le stagiaire voit immédiatement ses résultats et peut relancer le cours si besoin. La validation du parcours dite “phase distancielle”, est réalisée dans les locaux du CFPTS. Ensuite, les stagiaires bénéficient de deux jours de formation dite “phase présentielle”.

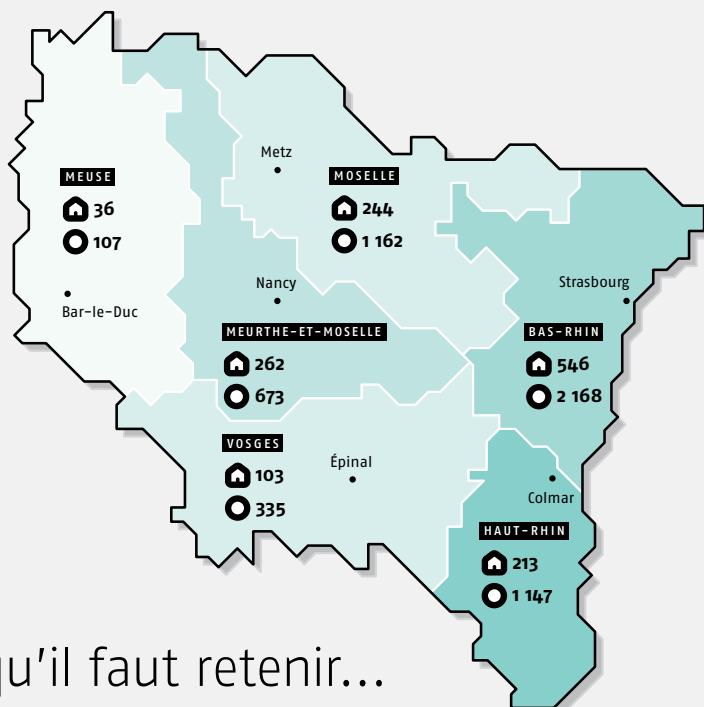
## Le e-learning trouve-t-il son public ?

Oui, lorsqu'il est intégré aux formations longues (régie lumière, son, technique) ou pour les apprentis. Mais au catalogue, le 100 % e-learning ne rencontre pas le succès escompté. Dans cette démarche qui demande davantage d'autonomie, les professionnels, qu'ils soient intermittents ou permanents, parviennent difficilement à se dégager du temps hors horaires de travail. Néanmoins, nous croyons en cette proposition souple et alternative. Il y a matière à réfléchir et à évoluer. ●

[www.cfpts.com](http://www.cfpts.com)

ALSACE-LORRAINE

# 1 404 entreprises adhérentes



## Ce qu'il faut retenir...

### 5 592

C'est le nombre de salariés total des entreprises adhérentes à l'Afdas

### Près d'1 salarié sur 2

du domaine de l'audiovisuel a suivi une formation financée par l'Afdas en 2010

### Légende

- Nombre d'entreprises
- Nombre de salariés estimé (hors intermittents)
- De 10 à 15 %
- De 15 à 20 %
- De 20 à 25 %
- 25 % et plus

### Chiffres 2010 pour les régions Alsace - Lorraine (hors IDS)

	S	A	C	P	L	D
Nombre d'entreprises cotisantes	693	169	40	274	226	2
Nombre de salariés estimé	1 260	980	373	1 889	1 081	9
Nombre de salariés formés	450	456	126	552	269	0
Taux d'accès à la formation	36 %	47 %	34 %	29 %	25 %	0 %
Taux accès national	27 %	31 %	28 %	27 %	21 %	23 %

Spectacle vivant (S) – Audiovisuel (A) – Cinéma (C) – Publicité (P) – Loisirs (L) – Divers (D)

Les taux présentés ici sont des minimums, car certaines entreprises de 10 salariés et plus choisissent de gérer elles-mêmes leur budget "plan de formation". Les pourcentages indiqués ici ne peuvent en tenir compte.

Source: Afdas

EXPLOITATION CINÉMATOGRAPHIQUE

# Le pass sous bo

L'ASSOCIATION ALSACE CINÉMAS A SOLlicitÉ L'AFDAS POUR SÉCURISER LE PASSAGE DE SES SALLES AU NUMÉRIQUE. TÉMOIGNAGES.

La transition vers le numérique marque une véritable révolution dans le secteur de l'exploitation cinématographique. En ligne de mire : le devenir des opérateurs projectionnistes mais aussi celui des petites et moyennes exploitations. « *Le passage au numérique est lancé*, explique Virginie Delacour, responsable de la délégation Est de l'Afdas. *Les machines ne sont plus les mêmes, il n'y a plus de manutention de copies. Cette dématérialisation implique un autre mode de fonctionnement et un investissement financier considérable pour les cinémas, que nous devons accompagner.* »

### Sensibiliser

Sollicité en 2010 par **Alsace Cinémas\*** – un réseau de cinémas indépendants (privés, associatifs, municipaux, salles de spectacles) – l'Afdas a mis sur pied un dispositif d'accompagnement, en partenariat avec l'association. Ouvert aux adhérents et non adhérents de l'Opca ainsi qu'à des cinémas lorrains, celui-ci se dé-



# + d'1 salarié sur 3

du domaine du cinéma en Alsace-Lorraine a suivi une formation financée par l'Afdas en 2010

## Passage au numérique bonne escorte

roule sur le territoire alsacien. Premier volet : cinq sessions d'une journée ont été proposées en mai 2011, totalisant 43 participants. « *Caissiers, ouvreurs, directeurs de salle, opérateurs... tout le monde est concerné*, explique Stéphanie Dalfeur, directrice d'Alsace Cinémas. *Nous fédérons des structures allant du mono-écran au multiplexe huit salles et qui, pour certaines, sont aussi des lieux culturels. Les salariés doivent être polyvalents.* »

### Perfectionner

Une attention particulière est portée aux opérateurs projectionnistes. Trois jours de perfectionnement organisés en deux sessions leur ont été proposés en octobre dernier, réunissant douze participants. « *Avec le numérique, il n'y a plus de rapport physique à l'élément*, poursuit Stéphanie Dalfeur. *Les films sont remplacés par des fichiers numériques qui peuvent être lancés à distance. Les opérateurs constituent aujourd'hui une population fragilisée et il faut soutenir leur évolution. Ils ont besoin de connaître la machine de manière approfondie. Mais il faut prendre garde à ne pas tomber dans le mélange des genres entre technicien et informaticien.* »

### Points de vue

**STÉPHANIE DALFEUR,**  
DIRECTRICE D'ALSACE  
CINÉMAS

« Les opérateurs constituent aujourd'hui une population fragilisée et il faut soutenir leur reconversion. »

**LUC ENTREINGER,**  
GÉRANT DE FORMATS 6

« Opérateur projectionniste, ça reste un métier, même avec le numérique ! »

**VIRGINIE DELACOUR,**  
AFDAS, DÉLÉGATION EST

« Un autre enjeu de taille se profile pour les cinémas : trouver des activités complémentaires à la diffusion et déployer de nouveaux services »



#### zoom

Alsace Cinémas est un réseau qui regroupe 26 cinémas indépendants. [www.alsace-cinemas.org/](http://www.alsace-cinemas.org/)

C'est justement le message porté par Formats 6, organisme de formation retenu pour ce dispositif. « *Certes, on passe de la technique mécanique à l'informatique mais il y aura toujours une cabine de projection*, affirme Luc Entreinger, gérant. *Opérateur projectionniste, ça reste un métier, même avec le numérique !* »

### 2012 sous le signe de la GPEC

Mais les cinémas ne sont pas seulement touchés par l'arrivée du numérique. Pour certains, le contexte économique actuel les conduit désormais à rechercher de nouveaux services et à proposer des activités complémentaires à celles de la diffusion.

En 2012, l'Afdas poursuivra son accompagnement sur le thème de la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences, qui permet d'appréhender les situations de manière globale. Mobilité interne, nouvelles passerelles professionnelles pour les personnels opérateurs vers des fonctions d'encadrement de pôles d'accueil, et organisation d'événements culturels sont autant de pistes envisagées pour les structures cinématographiques de demain. ●

# À l'Est, 5 initiatives qui valent le détour

## SPECTACLE VIVANT

### Déclinaison de l'Adec

En lien avec l'accord cadre de développement de l'emploi et des compétences signé entre la branche du spectacle vivant et l'État en mars 2009, deux conventions courent actuellement en Alsace et en Lorraine. Au programme : un bilan de compétences visant les intermittents du spectacle proposé depuis le printemps 2011. En Alsace, la convention prévoit aussi des financements complémentaires pour des formations\* en matière de sécurité et de techniques. En Lorraine, la construction d'un plan de formation pour le secteur est également engagée. Destiné aux permanents comme aux intermittents, il propose des actions de formation dans l'administration et la gestion, la technique et l'artistique.



zoom  
www.stages.  
afdass.com/est

### Un CFA Métiers des arts et de la scène

Lancé en 2008, le Centre national de formation d'apprentis (CFA) dédié à l'apprentissage des métiers des arts et de la scène lyrique à Nancy à travers la préparation d'une licence professionnelle "métiers de la scène lyrique" accueille aussi des salariés de plus de 26 ans sous contrat de professionnalisation. Proposés en alternance, les parcours de formation préparent aux métiers d'artiste de chœur, chargé de production ou encore régisseur de scène...

[www.opera-national-lorraine.fr](http://www.opera-national-lorraine.fr)

### Mutualisation des moyens

Créé à l'initiative de la scène nationale du Carreau en 2009, le groupement d'employeurs d'économie

mixte Geodes fédère des entreprises lorraines du spectacle vivant. Sa mission : mutualiser les moyens matériels et humains dans différents domaines (administration, technique, relations publiques, artistique) pour développer l'emploi et la formation. L'Afdas intervient dans le financement des formations. Cinq contrats de pro. (comédiens et cintrier) ont déjà été pris en charge dans ce cadre.

## RADIO

### GPEC pour les radios associatives

Le 20 octobre 2011, la délégation Est a organisé en partenariat avec l'Aract, la CRNL et la CNRA<sup>(1)</sup>, une réunion d'information sur la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC) à destination des radios libres et radios associatives lorraines. Objectif : évaluer et appréhender les enjeux liés aux mutations technologiques et économiques (passage au numérique, diminution des subventions) pour anticiper et résoudre leurs difficultés en matière de ressources humaines (gestion des bénévoles, pérennisation des emplois aidés, professionnalisation des salariés nouvellement recrutés ou en poste...).

## TOUS SECTEURS

### Développer le tutorat

La délégation Est soutient une formation intersectorielle à la fonction de tuteur. Celle-ci se déroule sur deux jours une fois par trimestre dans chaque département ; 76 salariés d'entreprises adhérentes ont déjà été formés en 2011. Les tuteurs sont chargés d'accueillir et d'accompagner les salariés en alternance (contrat de professionnalisation, d'apprentissage ou période de professionnalisation).

(1) Association régionale des conditions de travail.  
Confédération nationale des radios libres.  
Confédération nationale des radios associatives.

## 3 rdv en Paca

"Les Rendez-vous professionnels du spectacle"

sur le montage et le développement des projets culturels :

• lundi 12 décembre 2011 de 14h à 18h à Avignon ;

• mardi 24 janvier 2012 de 14h à 18h à Toulon ;

• en février 2012 (date à préciser), à Nice.

[www.arcade-paca.com](http://www.arcade-paca.com)

INTERRÉGIONALITÉ

# Autour d'une synergie territoriale

L'AFDAS DÉVELOPPE SON OFFRE DE FORMATION AUTOUR DE L'INTERRÉGIONALITÉ. OBJECTIF : MUTUALISER LES MOYENS ET LES EXPÉRIENCES POUR ACCROÎTRE L'EFFICACITÉ DES ACTIONS ET TOUCHER LE PLUS GRAND NOMBRE DE PROFESSIONNELS.

Croiser les regards, enrichir les façons de travailler, développer les réseaux... Pour accompagner cette logique de coopération, l'Afdas mise sur des opérations **interrégionales\*** qui mettent en cohérence les politiques de formation sur des territoires proches. Finalité : donner plus d'ampleur aux actions initiées par les régions individuellement afin d'offrir des possibilités multiples aux adhérents.

## Un accueil tournant

En Alsace-Lorraine, cette mutualisation se traduit par une action de "cross-media", en partenariat avec l'Association des producteurs audiovisuels Rhin-Rhône. Démarrée en octobre 2011, elle se déploie sur Montbéliard, Chalons-sur-Saône et Nancy. Ce prin-

cipe d'accueil tournant permet de programmer trois sessions de formation, réunissant 20 professionnels permanents, intermittents ou gérants non salariés exerçant les fonctions de chargés de production, directeurs de production, réalisateurs ou encore producteurs.

## Faire vivre l'offre de formation

La Haute-Normandie développe quant à elle depuis 2008 un partenariat avec le conseil national de la fonction publique territoriale (CNFPT) pour la formation des techniciens et administratifs du spectacle vivant. « *Du fait d'une faible densité de professionnels sur le territoire, nous avons rarement le nombre de stagiaires suffisant pour remplir les sessions* », explique Yves Muchembled, responsable de la délégation Nord-Ouest. Résultat : « *Soit il fallait les annuler, soit nous mettions en œuvre des stages à un coût très élevé. L'expérience réussie avec le CNFPT nous a permis de faire vivre l'offre de formation.* »

Et même de l'élargir à la Basse-

Normandie en janvier 2012. « *Ce partenariat entre les deux Normandies va de soi et nous rend plus efficaces*, confirme Tatiana Maksimovich, responsable de la délégation Ouest. *En mutualisant nos actions, nous baissons le coût pour les adhérents.* »

## Des cofinancements renforcés

Dans ce cadre, les régions participent au financement des dispositifs. C'est le cas du Limousin, du Poitou-Charente, de Midi-Pyrénées et de l'Aquitaine qui ont signé un accord cadre avec l'Afdas en 2009. Grâce à ce partenariat, la délégation Sud-Ouest propose un parcours de formation modulaire pour les administrateurs de compagnies à Toulouse et Bordeaux et un autre sur la maîtrise du jeu cinématographique à Villefavard. « *Cet accord nous permet d'anticiper, de mobiliser les organismes de formation en leur garantissant des effectifs et de proposer des actions de proximité*, résume Béatrice de Fournoux, déléguée régionale Afdas. *C'est là toute la force de l'interrégion.* » ●

\*  
**zoom**  
Toutes les formations interrégionales sont en ligne sur [www.stages.afdas.com](http://www.stages.afdas.com)

# Contacts

## Les délégations Afdas

### Siège social

Île-de-France, Centre,  
Champagne-Ardenne  
66, rue Stendhal  
CS 32016 - 75990  
Paris Cedex 20  
Tél. : 01 44 78 39 39  
Fax : 01 44 78 39 40  
paris@afdass.com

### Département salariés (BC, CIF, VAE)

Tél. : 01 44 78 38 45  
Fax : 01 44 78 39 61  
cif@afdass.com

### Département intermittents du spectacle

Tél. : 01 44 78 38 44  
ids@afdass.com

### Unité collecte

Tél. : 01 44 78 38 38  
collecte@afdass.com

### Est

#### Alsace, Lorraine

42, rue Jean-Frédéric Oberlin  
67000 Strasbourg  
Tél. : 03 88 23 94 70  
Fax : 03 88 23 05 88  
strasbourg@afdass.com

### Centre-Est

#### Rhône-Alpes, Auvergne, Bourgogne, Franche-Comté

Espace Confluence  
3, cours Charlemagne  
69002 Lyon  
Tél. : 04 72 00 23 00  
Fax : 04 72 00 22 71  
lyon@afdass.com

### Sud-Est

#### PACA, Languedoc- Roussillon, Corse

40, boulevard de  
Dunkerque - BP 71663  
13566 Marseille Cedex 02  
Tél. : 04 91 99 41 98  
Fax : 04 91 91 23 08  
marseille@afdass.com

#### Bureau Montpellier

Immeuble Le Genesis  
Parc Eureka - 97, rue de Freyr  
34000 Montpellier  
Tél. : 04 91 99 44 83  
Fax : 04 67 15 81 45  
montpellier@afdass.com

### Ouest

#### Bretagne, Pays de la Loire, Basse-Normandie

227, rue de Châteaugiron  
35000 Rennes  
Tél. : 02 23 21 12 60  
Fax : 02 23 21 12 61  
rennes@afdass.com

### Nord-Ouest

#### Nord-Pas-de-Calais, Haute-Normandie, Picardie

87, rue Nationale  
59000 Lille  
Tél. : 03 20 17 16 80  
Fax : 03 20 17 16 81  
lille@afdass.com

### Sud-Ouest

#### Aquitaine, Midi-Pyrénées, Poitou-Charentes, Limousin

74, rue Georges-Bonnac  
Les Jardins de Gambetta  
Tour 2 - 33000 Bordeaux  
Tél. : 05 56 48 91 80  
Fax : 05 56 48 91 81  
bordeaux@afdass.com

*Les organismes ci-dessous  
assurent par délégation  
l'information et la gestion  
des dossiers Afdas. Les  
ressortissants des départements  
et territoires d'Outre-Mer  
non cités doivent s'adresser  
au siège social de l'Afdas.*

### Réunion

OPCALIA Réunion  
Centre d'Affaires de la Mare  
5, rue André-Lardy  
Bât C La Turbine  
97438 Sainte-Marie  
Tél. : 02 62 90 41 37  
Fax : 02 62 41 35 32  
sandrine.fontaine@  
opcalia-reunion.com

### Guadeloupe

OPCALIA Guadeloupe  
Immeuble Bravo  
BP 2393 - Jarry  
97188 Guadeloupe Cedex  
Tél. : 05 90 60 18 25  
Fax : 05 90 60 18 31  
sarah.alexis@opcalia-  
guadeloupe.com

### Martinique

OPCALIA Martinique  
Bâtiment les Palmiers Caryota  
ZA de Bois Quarré  
97232 le Lamentin  
Tél. : 05 96 50 79 31  
Fax : 05 96 50 54 54  
miguelle.sivatte@opcalia-  
martinique.com

## Les OPMQ

### Sites des observatoires prospectifs des métiers et des qualifications

Observatoire des métiers  
de la publicité  
www.metiers-publicite.fr

Observatoire des métiers  
de l'audiovisuel  
www.observatoire-av.fr

Observatoire des métiers  
du spectacle vivant  
www.cpnsv.org  
www.alternance-spectacle.fr

## L'APDS

### Organisme collecteur et répartiteur de la taxe d'apprentissage

www.apds.fr  
Tél. : 01 44 78 38 52  
collecte@apds.fr

## Plate-forme conseil

Industries techniques  
de l'audiovisuel  
Informations pour les salariés  
et les employeurs  
Tél. : 01 44 78 34 09