observatoire des métiers de la presse

La formation professionnelle continue dans les entreprises de presse en 2010

Etude statistique des données fournies par MÉDIAFOR

NTRODUCTION

L'Observatoire des métiers de la presse réalise une photographie annuelle de la formation continue financée par l'OPCA¹ Médiafor. Dans la suite logique des premiers rapports produits par l'Observatoire pour la période 2004-2008 et l'année 2009², cette photographie 2010 apporte des réponses aux six questions suivantes:

1. Qui sont les salariés formés par l'intermédiaire des financements Médiafor ?

2. Dans quelles entreprises les salariés formés travaillent-ils?

3. De quelles formes de presse les salariés formés proviennent-ils ?

4. Quels sont les dispositifs de formation sollicités ?

5. Quelle est la nature des formations suivies?

6. Quelle est la nature des formations suivies selon les profils (genre, âge)?

Des chiffres sont également donnés sur les formations suivies par les journalistes pigistes.

POINT MÉTHODOLOGIQUE ET PRÉCAUTIONS D'USAGE

Plusieurs entrées statistiques : Trois entrées statistiques sont utilisées dans ce rapport :

- l'individu formé : il s'agit d'une personne qui peut avoir suivi une ou plusieurs formations dans l'année.
- le dossier de formation : celui-ci peut être individuel ou collectif.
- le **stagiaire** (ou action de formation). Le stagiaire est un individu qui a suivi une formation : ainsi, un même individu est compté autant de fois qu'il a suivi de formations.

Les données relatives à chacune de ces unités statistiques ne se recoupent pas.

Formations réalisées/formations engagées : L'étude porte sur les formations réalisées dans l'année et non sur les dossiers engagés d'un point de vue comptable dans l'année (et programmés en n+1). Pour cette raison, Médiafor peut être amené à fournir des données différentes de celles de l'Observatoire.

Statistiques à n-1 : Afin de comptabiliser l'ensemble des formations effectivement réalisées dans l'année, et de déduire les formations annulées, l'Observatoire travaille sur des données à n-1 (qui sont donc stabilisées au moment du traitement) (ex: septembre 2011 > données 2010, etc.)

Une mesure non exhaustive de l'effort de formation : Les entreprises ont l'obligation de verser deux contributions à Médiafor : une au titre de la professionnalisation (DIF, période et contrat de professionnalisation) et l'autre au titre du Congé Individuel de Formation (CIF). Pour le plan de formation, si les entreprises de moins de 10 salariés sont obligées de verser à Médiafor, les entreprises de plus de 10 salariés sont, elles, dans un système de versement facultatif. De plus, l'ensemble des entreprises ayant une activité de presse écrite ne cotise pas forcément chez Médiafor. Une entreprise multimédia, par exemple, peut être amenée à verser à un autre OPCA.

Ces statistiques ne reflètent donc pas la totalité de l'effort formation des entreprises du secteur.

² Ces rapports sont disponibles sur le site de l'Observatoire / La formation / La formation professionnelle : http://www.metiers-presse.org/?uid=60



¹ Organisme Paritaire Collecteur Agréé : il collecte les fonds de la formation versés par les entreprises du secteur de la presse écrite

SOMMAIRE

1. Qui sont les salariés formés par l'intermédiaire des financements Médiafor ?	4
a - Données générales et taux d'accès	5
b - Données par genre ·····	6
c - Données par tranche d'âge ·····	7
d - Données par catégorie professionnelle	8
e - Données par région	9
f - Zoom sur les journalistes pigistes	9
2. Dans quelles entreprises les salariés formés travaillent-ils ?	11
3. De quelles formes de presse les salariés formés proviennent-ils ?	18
4. Quels sont les dispositifs de formation sollicités ?	22
5. Quelle est la nature des formations suivies ?	24
a - Données générales sur la nature des formations suivies	25
b - Domaines de formation suivis par taille d'entreprise	
c - Zoom sur les formations suivies par les journalistes pigistes	31
6. Quelle est la nature des formations suivies selon les profils (genre, âge) ?	33
7. Conclusion	36
Lexique	37

1. Qui sont les salariés formés par l'intermédiaire des financements Médiafor?





Qui sont les salariés formés par l'intermédiaire des financements Médiafor?

(Entrée statistique = l'individu formé)

a. Données générales et taux d'accès

En 2010, 9.663 personnes ont suivi une formation via les financements de Médiafor, soit 13,8 % des salariés travaillant dans les entreprises de presse adhérentes à Médiafor (salariés couverts)³. Pour information, 2.410 entreprises ont cotisé à Médiafor en 2010, soit 42 entreprises de moins qu'en 2009. Celles-ci employaient 69.896 salariés (soit 875 salariés de moins qu'en 2009).



GRAPH.1: NOMBRE DE SALARIÉS COUVERTS ET FORMÉS DE 2004 À 2010 (EN EFFECTIF)

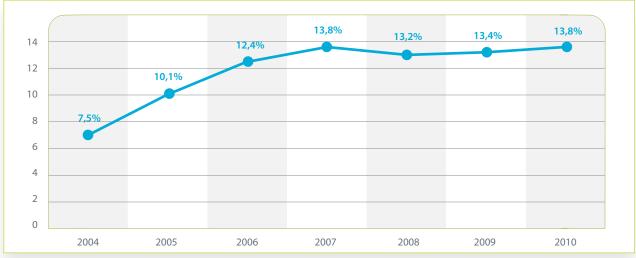
Le nombre de salariés formés via les financements de Médiafor a fortement progressé entre 2004 et 2010, passant de 5.418 à 9.663 salariés⁴. C'est en 2007 que le nombre de salariés formés est le plus élevé (9.949). Après avoir baissé de 2007 à 2009 (-470 salariés formés sur deux ans), le nombre de salariés formés progresse à nouveau de 2009 à 2010, mais très légèrement (+184 salariés formés).

⁴ Rappelons que deux dispositifs ont été introduits en 2005 (la période de professionnalisation et le DIF), ce qui explique l'augmentation du nombre de dossiers traités à partir de 2006.



³ Le taux d'accès à la formation est calculé en faisant le rapport entre le nombre de salariés formés et le nombre de salariés couverts. Les salariés couverts sont les salariés employés dans les entreprises cotisant à Médiafor.

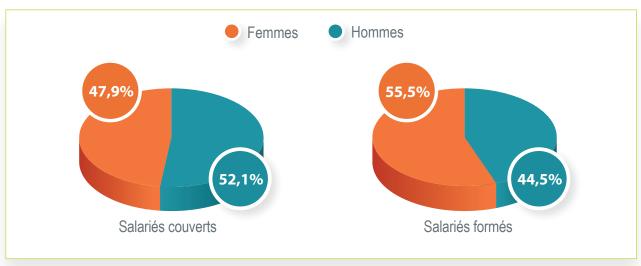
GRAPH.2: EVOLUTION DU TAUX D'ACCÈS À LA FORMATION DE 2004 À 2010 (EN %) 13,8% 13,8% 13,4% 13,2% 14 12,4%



Le taux d'accès à la formation a fortement progressé de 2004 à 2010, passant de 7,5% à 13,8 %. Il est intéressant de noter que le taux d'accès en 2010 est le même qu'en 2007, alors que le nombre de salariés formés en 2010 est inférieur à 2007. Ceci est lié à la baisse du nombre de salariés couverts de 2008 à 2010, qui a diminué de 4.395 salariés.

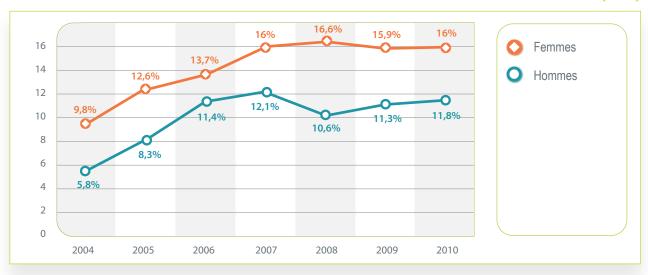
b. Données par genre

GRAPH.3&4: RÉPARTITION DES SALARIÉS FORMÉS ET DES SALARIÉS COUVERTS PAR GENRE EN **2010** (EN %)



Alors que les femmes représentent 47,9 % des salariés des entreprises de presse en 2010 (salariés couverts), leur part parmi les salariés formés est supérieure à celle des hommes (55,5 % de femmes formées contre 44,5 % d'hommes).

GRAPH.5: EVOLUTION DU TAUX D'ACCÈS À LA FORMATION PAR GENRE DE 2004 À 2010 (EN %)

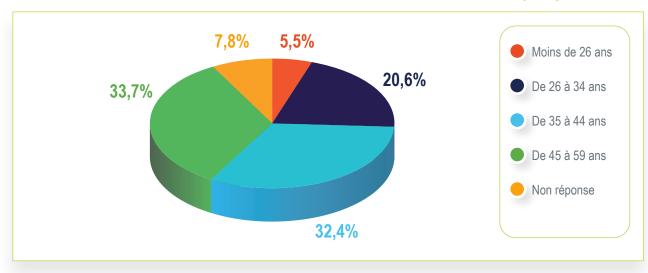


Le taux d'accès à la formation des femmes est supérieur à celui des hommes depuis 2004 et se maintient autour de 16 % depuis 2007 (contre environ 11% pour les hommes).

c. Données par tranche d'âge

Attention! Les données 2010 comportent un nombre élevé de non réponses. Les âges n'ont pas toujours été correctement renseignés pour certaines formations, et il a donc été impossible de ventiler ces données par classe d'âge. Les non réponses s'élèvent à 748 en 2010, soit 8 % des salariés formés. De façon mécanique, le nombre de salariés formés par classe d'âge baisse légèrement en 2010, et il est donc difficile de comparer les données 2010 avec les données 2009 sur la variable « âge ». Pour cette raison, nous ne présentons pas de courbe d'évolution des salariés formés par classe d'âge.

GRAPH.6: RÉPARTITION DES SALARIÉS FORMÉS PAR CLASSE D'ÂGE EN 2010 (EN %)



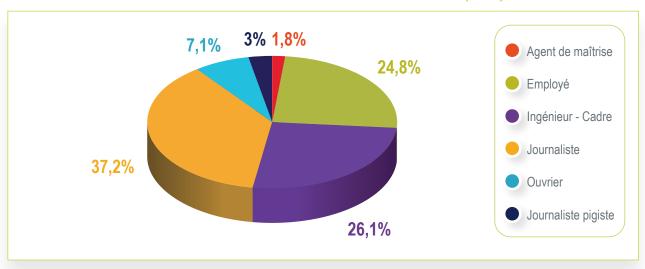
La plus grosse proportion de salariés formés se situe dans les classes d'âge « 35-44 ans » et « 45-59 ans », chacune représentant un tiers de la population formée.

L'âge moyen du salarié formé en presse écrite est de 42,1 ans en 2010. Il était de 41,4 ans en 2009⁵.

⁵ Voir le rapport statistiques sur les salariés de la presse en 2009, disponible sur le site de l'Observatoire / Données chiffrées / Les salariés de la presse : http://www.metiers-presse.org/?uid=20

d. Données par catégorie professionnelle

GRAPH.7: SALARIÉS FORMÉS PAR STATUT PROFESSIONNEL EN 2010 (EN %)



En 2010, les journalistes représentent la catégorie professionnelle la plus formée, avec 37,2 % des salariés formés. Leur proportion a augmenté de 5 points par rapport aux années précédentes, puisqu'ils étaient 32,4 % en 2008 et 32,9 % en 2009.

Ils sont suivis par les ingénieurs et cadres et les employés (respectivement 26,1 % et 24,8 %) qui ont vu leur part diminuer depuis 2009 (respectivement de -2,3 points et -1 point en un an).

Les journalistes pigistes représentent 3 % des salariés formés en 2010, soit 288 personnes. Leur proportion a doublé par rapport à l'année précédente (ils étaient 1,6 % en 2009). Cette augmentation est liée à la mise en œuvre de l'accord formation pour les journalistes pigistes signé en janvier **2009.** Cet accord permet la prise en charge des formations de cette population.

TAUX D'ACCÈS À LA FORMATION PAR STATUT PROFESSIONNEL DE 2008 À 2010

	2008			2009			2010		
	Couverts	Formés	Taux d'accès	Couverts	Formés	Taux d'accès	Couverts	Formés	Taux d'accès
Agent de maîtrise	1 822	163	8,9%	1 627	160	9,8%	1 855	175	9,4%
Employé	26 391	2 750	10,4%	19 568	2 445	12,5%	17 875	2 400	13,4%
Ingénieur Cadre	14 455	2 677	18,5%	14 381	2 689	18,7%	13 728	2 520	18,4%
Journaliste	16 260	3 167	19,5%	19 444	3 121	16,1%	19 267	3 596	18,7%
Ouvrier	7 208	1 026	14,2%	8 006	911	11,4%	8 248	684	8,3%
Journaliste pigiste	8 155	3	0,0%	7 745	153	2,0%	8 923	288	3,2%
Total	74 291	9 786	13,2%	70 771	9 479	13,4%	69 896	9 664	13,8%

Toutes les catégories professionnelles ne bénéficient pas du même accès à la formation.

Compte tenu de leur poids respectif dans les entreprises de presse, ce sont les journalistes et les ingénieurs et cadres qui ont le taux d'accès à la formation le plus élevé (18,7 % des journalistes couverts ont suivi une formation via le financement de Médiafor en 2010 et 18,4 % des ingénieurs et cadres), suivis par les **employés** (13,4 %). Les **agents de maîtrise** et les **ouvriers** ont un taux d'accès à la formation plus faible (respectivement 9,4 % et 8,3 %). Celui des journalistes pigistes s'élève à 3.2 %.

Les taux d'accès ont évolué de 2008 à 2010 :

- celui des journalistes augmente en 2010, après une baisse de 3,4 points de 2008 à 2009 ; ils constituent à nouveau la première catégorie professionnelle formée ;
- celui des **employés** a augmenté de trois points en deux ans ;
- celui des **ouvriers** a chuté de six points de 2008 à 2010 ;
- celui des ingénieurs et cadres et des agents de maîtrise stagne sur la période.

e. Données par région

Près des deux tiers des salariés formés (64,4 %) proviennent d'une entreprise implantée en **Ile-de-France**. Ce pourcentage a légèrement baissé par rapport à 2009 (65,1 %).

Les quatre régions qui regroupent le plus de salariés formés sont l'Ile de France, la région Midi Pyrénées, la région Rhône Alpes et la Bretagne (qui perd deux places de 2009 à 2010). Ces quatre régions regroupent 76,6 % des salariés formés et représentent 72,4 % des salariés couverts par Médiafor.

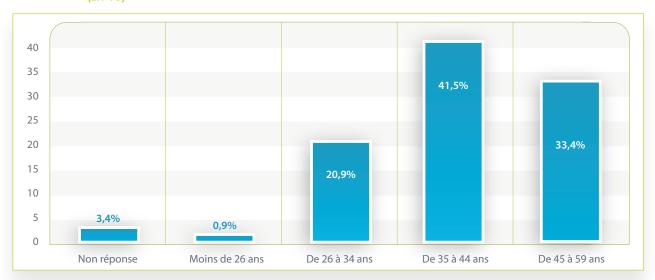
f. Zoom sur les journalistes pigistes

En 2010, **8.923 journalistes** pigistes ont été déclarés par les entreprises de presse à Médiafor, soit 12,8 % de l'ensemble des salariés couverts en 2010. Ce chiffre est en augmentation par rapport à l'année précédente (7.745 en 2009, soit 10,9 %). Cependant, Médiafor n'est pas en mesure de connaître le nombre exact de journalistes pigistes couverts, car les mêmes personnes peuvent être déclarées par une ou plusieurs entreprises.

288 journalistes pigistes ont bénéficié d'une formation en 2010, soit 3 % de l'ensemble des salariés formés. Ils étaient 153 en 2009, soit 1,6 %. Deux tiers des journalistes pigistes formés en 2010 sont des femmes (66,7 % de femmes contre 33,3 % d'hommes), alors qu'elles ne représentent que 45,5 % des pigistes déclarés.

Leur taux d'accès est de 3,2 % en 2010. Il était de 2 % en 2009. Le taux d'accès des femmes est de 4,7 % et celui des hommes de 2 %.

GRAPH.8: RÉPARTITION PAR TRANCHE D'ÂGE DES JOURNALISTES PIGISTES FORMÉS EN 2010 (EN %)



La majorité des journalistes pigistes formés en 2010 est âgée de 35 à 44 ans (soit 41,5 %). Ce pourcentage est de 32,4 % pour l'ensemble des salariés formés en 2011 (cf. Graph.6). La catégorie des 45 à 59 ans représente 33,4 % des journalistes pigistes formés et les 26-34 ans, 20,9 % (ces chiffres sont identiques à l'ensemble des salariés formés).

2. Dans quelles entreprises les salariés formés travaillent-ils?



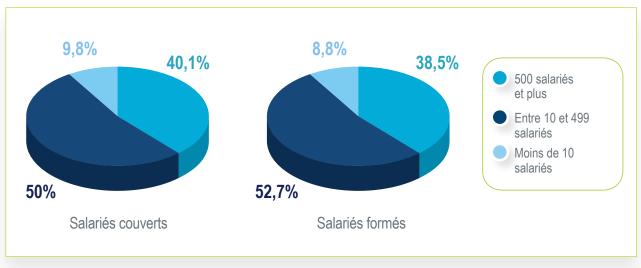
Dans quelles entreprises les salariés formés travaillent-ils?

(Entrée statistique = l'individu formé)

La répartition des salariés formés par taille d'entreprise coïncide à peu près avec la répartition de l'ensemble des salariés couverts. Il n'y a donc pas d'inégalité manifeste d'accès à la formation liée à la taille de l'entreprise.

Les journalistes pigistes ne sont pas inclus dans les graphiques qui suivent, car ils ne sont pas, par définition, intégrés à une rédaction et donc à une entreprise de presse.

GRAPH.9 & 10: RÉPARTITION DES SALARIÉS COUVERTS ET FORMÉS (HORS JOURNALISTES PIGISTES) PAR TAILLE D'ENTREPRISE EN 2010 (EN %)



Taux d'accès à la formation par taille d'entreprise et par genre de 2008 à 2010 (HORS JOURNALISTES PIGISTES)

	2008			2009			2010		
	Hommes Femmes Total		Hommes	Hommes Femmes Total		Hommes Femmes Total		Total	
Moins de 10 salariés	8,0%	20,1%	13,3%	11,3%	18,2%	14,7%	9,6%	18,1%	13,7%
Entre 10 et 499 salariés	14,0%	18,0%	15,9%	14,6%	18,8%	16,6%	14,1%	18,5%	16,2%
500 salariés et plus	10,8%	19,2%	13,9%	10,5%	15,4%	12,5%	13,3%	16,3%	14,7%
Total	11,9%	18,7%	14,8%	12,6%	17,5%	14,8%	13,3%	17,6%	15,4%

Les entreprises ayant le taux d'accès à la formation le plus élevé sur la période sont les salariés issus des entreprises de 10 à 499 salariés. Leur taux d'accès a gagné 1,9 point de 2008 à 2009 mais a légèrement baissé en 2010, pour atteindre 16,2 %.

Le taux d'accès des salariés travaillant dans les entreprises de moins de 10 salariés s'élève à 13,7 % en 2010. Il est en baisse d'un point par rapport à 2009, après avoir augmenté de 1,4 point de 2008 à 2009.

Dans les entreprises de 500 salariés et plus, le taux d'accès a augmenté de 2,2 points de 2009 à 2010, principalement en raison de la hausse du taux d'accès des hommes (+2,8 points) ; ce taux reste néanmoins inférieur à celui des femmes (16,3 % pour les femmes et 13,3 % pour les hommes).

De manière générale, le taux d'accès des femmes est supérieur à celui des hommes. Elles étaient 17,6 % à bénéficier de la formation financée par Médiafor en 2010, contre 13,3 % des hommes. Cependant, l'écart entre hommes et femmes s'est resserré : il était de 6,8 points en 2008 et est passé à 4,3 en 2010.

GRAPH.11 & 12: EVOLUTION DU NOMBRE DE SALARIÉS FORMÉS (HORS JOURNALISTES PIGISTES) PAR TAILLE D'ENTREPRISE DE 2004 À 2010

EN EFFECTIF



EN POURCENTAGE



Le nombre de salariés formés a évolué depuis 2004, quelle que soit la taille de l'entreprise.

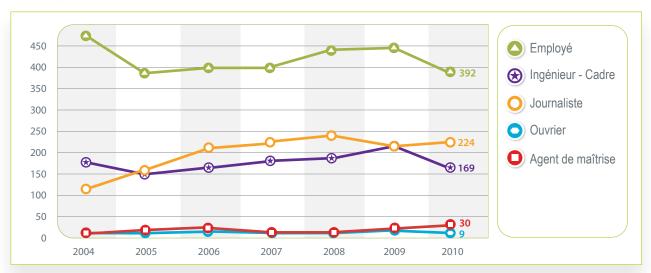
Ainsi, le nombre de salariés formés dans les entreprises de « moins de 10 salariés » a diminué de 2004 à 2007 puis a augmenté en 2008 et 2009. En 2010, il baisse de 188 salariés, passant, en pourcentage, de 10,7 % à 8,8 % des salariés formés en presse.

Dans les entreprises de « 10 à 499 salariés », le nombre de salariés formés a régulièrement augmenté de 2004 à 2009 (+2.038 salariés formés sur la période). Ils ont néanmoins connu une légère baisse en 2010 (-346 salariés formés). En 2010, leur nombre s'élève à 4.945 salariés (52,7 % de l'ensemble des salariés formés), soit trois points de moins qu'en 2009.

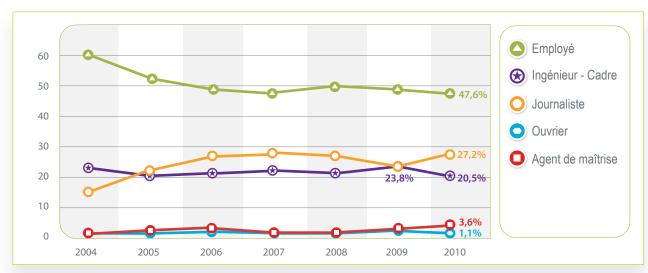
Le nombre de salariés formés dans les entreprises de « 500 salariés et plus » a augmenté de 2004 à 2007, pour ensuite baisser en 2008 et 2009 et augmenter à nouveau en 2010. Avec 3.606 salariés formés, ils représentent 38,5 % de l'ensemble des salariés formés via le financement de Médiafor, gagnant 5 points par rapport à l'année précédente.

GRAPH. 13: EVOLUTION DU NOMBRE DE SALARIÉS FORMÉS PAR CSP (HORS JOURNALISTES PIGISTES) DANS LES ENTREPRISES DE MOINS DE 10 SALARIÉS DE 2004 À 2010

En effectif



EN POURCENTAGE



Dans les entreprises de moins de 10 salariés, sur la période étudiée, les employés représentent la catégorie professionnelle la plus concernée par la formation continue, malgré une baisse de 2008 à 2010. Ils sont cependant moins nombreux qu'en début de période : ils étaient 476 en 2004, soit 60,7 % des salariés de cette catégorie d'entreprise. En 2010, ils étaient 392, soit 47,6 % des salariés de ces entreprises.

Les journalistes représentent 27,2 % des salariés formés en 2010 (224 salariés). Après une baisse de 2008 à 2009, ils ont gagné 4 points en 2010.

Avec 169 salariés formés, les ingénieurs et cadres représentent en 2010 20,5 % des salariés formés dans cette catégorie d'entreprise. Après avoir augmenté de 2008 à 2009, leur pourcentage a baissé de 2009 à 2010, passant de 23,8 % à 20,5 %.

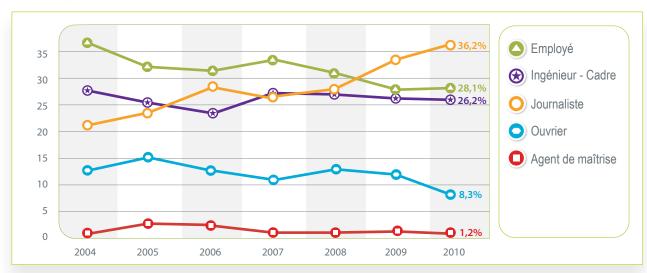
Les agents de maîtrise et les ouvriers regroupent à peine 5 % des salariés formés dans cette catégorie d'entreprise.

GRAPH. 14: EVOLUTION DU NOMBRE DE SALARIÉS FORMÉS PAR CSP (HORS JOURNALISTES PIGISTES) DANS LES ENTREPRISES DE 10 à 499 SALARIÉS DE 2004 à 2010

En effectif



EN POURCENTAGE



Dans les entreprises de 10 à 499 salariés, les journalistes représentent depuis 2009 la catégorie professionnelle la plus représentée par les salariés formés via le financement de Médiafor. Ils sont 1.790 salariés à s'être formés en 2010, soit 36,2 % des salariés formés dans cette catégorie d'entreprises.

Leur nombre a fortement augmenté sur la période, passant de 699 salariés formés en 2004 à 1.790 en 2010, soit + 1.091 salariés en six ans. En pourcentage, cela représente une augmentation de 15 points.

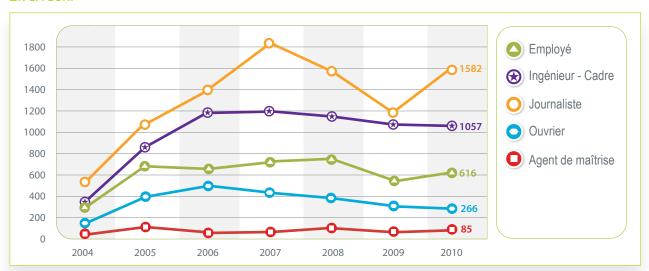
Après avoir tenu la première place de 2004 à 2008, les employés constituent en 2010 la 2^{ème} catégorie professionnelle concernée par les formations professionnelles, avec 1.392 salariés formés (soit 28,1 % des salariés formés). Leur nombre a cependant baissé dès 2007 et ils ont perdu neuf points sur la période.

Le pourcentage des ingénieurs et cadres formés a baissé à partir de 2007, pour atteindre 26,2 % en 2010, soit 1.294 salariés formés.

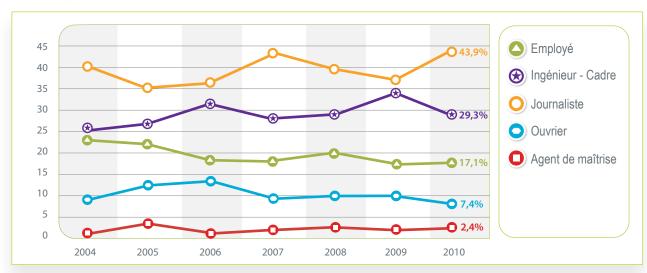
Quant aux ouvriers, le pourcentage des salariés formés dans cette catégorie a chuté de 5 points de 2008 à 2010 (409 personnes en 2010 contre 648 en 2008).

GRAPH. 15: EVOLUTION DU NOMBRE DE SALARIÉS FORMÉS PAR CSP (HORS JOURNALISTES PIGISTES) DANS LES ENTREPRISES <u>DE 500 SALARIÉS ET PLUS</u> DE 2004 À 2010

En effectif



EN POURCENTAGE



Dans les entreprises de 500 salariés et plus, les journalistes ont toujours constitué la catégorie professionnelle la plus concernée par les formations financées par Médiafor. Leur nombre a cependant baissé de 2007 à 2009 (-674 salariés en deux ans) pour augmenter à nouveau en 2010 (+415 salariés). En 2010, 1.582 salariés formés sont journalistes. Ils représentent 43,9 % des salariés de ces entreprises, gagnant six points par rapport à l'année précédente.

Le nombre d'ingénieurs et cadres formés baisse depuis 2007 (-142 salariés sur trois ans). Pour autant leur pourcentage a progressé sur la période, excepté de 2009 à 2010. Ils sont ainsi passés de1.073 en 2009 à 1.057 salariés formés en 2010 (soit 29,3 % des salariés formés).

Le pourcentage d'employés formés a baissé sur l'ensemble de la période. Il a perdu deux points de 2008 à 2010, pour atteindre 17,1 % (+79 salariés).

Quant aux ouvriers formés, leur pourcentage baisse régulièrement depuis 2006 : ils étaient 489 en 2006 et sont 266 en 2010, soit une baisse de 223 salariés formés en quatre ans. Ils constituent 7.4 % des salariés formés en 2010.

3. De quelles formes de presse les salariés formés proviennent-ils?

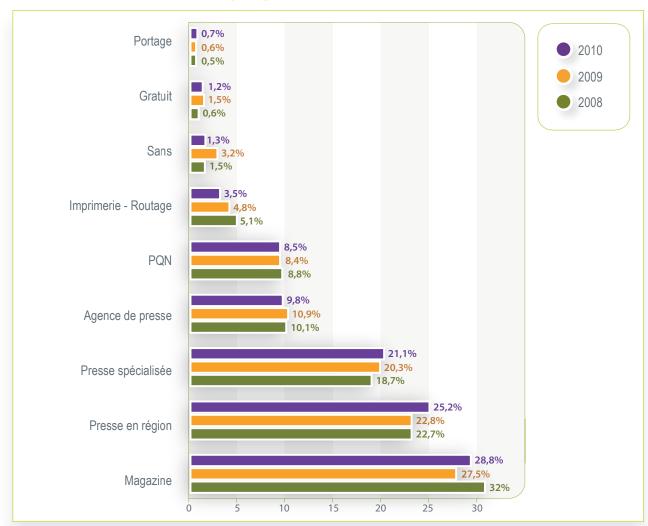


De quelles formes de presse les salariés formés proviennent-ils?

(Entrée statistique = l'individu formé)

Les journalistes pigistes ne sont pas inclus dans les graphiques qui suivent, car ils ne sont pas par définition intégrés à une rédaction d'une entreprise de presse et donc à une forme de presse.

GRAPH. 16: NOMBRE DE SALARIÉS FORMÉS PAR FORME DE PRESSE (HORS JOURNALISTES PIGISTES) DE 2008 À 2010 (EN %)



Les salariés formés proviennent principalement de la presse magazine (28,8 % en 2010). Après une baisse de 2008 à 2009, le nombre de salariés formés dans cette forme de presse a augmenté de 2009 à 2010 mais sans atteindre le niveau de 2008.

La presse en région est la deuxième forme de presse représentée parmi les salariés formés. Leur nombre a augmenté de 2009 et 2010 pour atteindre 25,2 % des salariés formés en 2010.

La presse spécialisée se place en troisième position. Le nombre de salariés formés appartenant à cette forme de presse a régulièrement augmenté de 2008 à 2010, passant de 18,7% à 21,1 %.

Les agences de presse représentent quant à elles 9,8 % des individus formés en 2010, en légère baisse par rapport à 2009 (10,9 %).

Les salariés formés en presse quotidienne nationale (PQN) représentent 8,5 % des salariés formés en 2010.

INDIVIDUS COUVERTS ET FORMÉS ET TAUX D'ACCÈS À LA FORMATION PAR FORME DE PRESSE (HORS JOURNALISTES PIGISTES) EN 2008, 2009 ET 2010

		2008			2009			2010	
	Couverts	Formés	Taux d'accès	Couverts	Formés	Taux d'accès	Couverts	Formés	Taux d'accès
Agence de presse	4 437	988	22,3%	3 882	1 017	26,2%	4 018	920	22,9%
Gratuit	239	55	23,0%	244	141	57,8%	265	110	41,5%
Imprimerie-Routage	5 521	499	9,0%	5 214	443	8,5%	4 977	324	6,5%
Magazine	16 567	3 133	18,9%	15 589	2 569	16,5%	15 351	2 701	17,6%
Portage	3 347	45	1,3%	2 663	57	2,1%	2 613	67	2,6%
PQN	3 345	865	25,9%	3 317	783	23,6%	3 042	796	26,2%
Presse en région	20 275	2 221	11,0%	19 165	2 122	11,1%	18 922	2 358	12,5%
Presse spécialisée	11 223	1 829	16,3%	11 257	1 897	16,9%	10 771	1 976	18,3%
Sans	1 182	148	12,5%	1 695	297	17,5%	1 014	123	12,1%
Total	66 136	9 783	14,8%	63 026	9 326	14,8%	60 973	9 375	15,4%

Malgré une baisse des effectifs dans quatre des principales formes de presse, la tendance est au maintien voire même à l'augmentation du nombre de salariés formés.

Après les salariés issus des entreprises de presse dite « gratuite »6, ce sont les salariés formés en presse quotidienne nationale qui ont le taux d'accès le plus élevé, avec 26,2 % en 2010. Ce taux est en augmentation par rapport à l'année précédente (+ 2,6 points). Cette augmentation est due, non à l'augmentation du nombre de salariés formés (+ 13 salariés seulement de 2009 à 2010), mais à la diminution du nombre de salariés couverts dans cette forme de presse (- 275 salariés).

Les agences de presse ont également un taux d'accès élevé à la formation, avec 22,9 % en 2010. Ce chiffre est cependant en baisse par rapport à 2009 (- 3,3 points). Dans cette forme de presse, le nombre de salariés couverts a augmenté (+ 136 salariés couverts) et le nombre de salariés formés a baissé (- 97 salariés formés).

⁶ En 2010, 15 entreprises de presse gratuite ont cotisé à Médiafor et cinq d'entre elles ont formé leurs salariés via les financements de l'OPCA. Parmi eux, 87 % des salariés formés en 2010 proviennent d'une seule entreprise.



Le taux d'accès à la formation en presse spécialisée a augmenté de 1,4 point entre 2009 et 2010, passant de 16,9 % à 18,3 %. Ce taux traduit une hausse du nombre de salariés formés (+ 79 salariés) et une diminution du nombre de salariés couverts (- 486 salariés).

En presse magazine, le taux d'accès est de 17,6 % en 2010, en hausse par rapport à 2009 (+ 1,1 point). Le nombre de salariés formés dans cette forme de presse a augmenté de 2009 à 2010 (+ 132 salariés formés), après une chute conséquente de 2008 à 2009 (- 564 salariés formés). Le nombre de salariés couverts a quant à lui baissé de 2009 à 2010 (- 238 salariés couverts).

Le taux d'accès de la presse en région, qui s'élève à 12,5 % en 2010, a augmenté de 1,4 point (+ 236 salariés) par rapport à l'année précédente. Là encore, on note une diminution du nombre de salariés couverts pour cette forme de presse (- 243 salariés de 2009 à 2010).



4. Quels sont les dispositifs de formation sollicités?



Quels sont les dispositifs de formation sollicités ?

(Entrée statistique = le dossier de formation)

Le nombre total de dossiers de formation financés par Médiafor en 2010 s'élève à 10.062. Il s'élevait à 9.583 en 2009, soit 479 dossiers de plus en un an.

Pour rappel, un dossier de formation peut être individuel ou collectif.

Nombre de dossiers de formation en 2008, 2009 et 2010

	2008		200	09	2010		
	Dossiers	%	Dossiers	%	Dossiers	%	
PÉRIODE PROF	3 116	33,2%	2 919	30,5%	3 514	34,9%	
PLAN	3 309	35,2%	3 515	36,7%	3 488	34,7%	
DIF	1 998	21,3%	2 342	24,4%	2 245	22,3%	
CONTRAT PROF	461	4,9%	372	3,9%	423	4,2%	
CIF	511	5,4%	435	4,5%	392	3,9%	
Total	9 395	100%	9 583	100%	10 062	100%	

La période de professionnalisation et le plan de formation demeurent les deux dispositifs les plus sollicités dans le cadre des formations financées par Médiafor en 2010 (respectivement 34,9 % et 34,7 % des dossiers).

Ces chiffres ont évolué par rapport à l'année précédente : le nombre de dossiers de formation financés via la période de professionnalisation a augmenté de 594 de 2009 à 2010. Les dossiers financés au titre du plan de formation ont, quant à eux, légèrement diminué (- 27 dossiers de 2009 à 2010).

Les dossiers financés au titre du DIF ont également légèrement baissé de 2009 à 2010 (- 97 dossiers), alors qu'ils avaient augmenté de 2008 à 2009 (+ 344 dossiers).

Le nombre de CIF a baissé de 23 % entre 2008 et 2010 du fait de la diminution de la capacité financière de l'OPCA due aux reversements au FPSPP7.

⁷ Fonds Paritaire de Sécurisation des Parcours Professionnels.

5. Quelle est la nature des formations suivies?



Quelle est la nature des formations suivies ? (Entrée statistique = le stagiaire)

12.871 actions de formations ont été financées par Médiafor en 2010. Ce chiffre est en augmentation par rapport à 2009 (12.505 actions de formation financées en 2009), soit 366 stagiaires de plus en un an. 343 actions de formations ont été suivies par des journalistes pigistes en 2010.

a. Données générales sur la nature des formations suivies

En 2010, le Journalisme, l'Audiovisuel et Multimédia et l'Industrie graphique et imprimerie⁸ sont les trois principaux domaines de formation financés par Médiafor. Ces trois domaines couvrent près de la moitié des actions de formations (44,9 %), le journalisme couvrant à lui seul 20,1 %.

En 2009, ces trois domaines de formation couvraient 39,8 % des stagiaires.

Les actions de formation en journalisme ont fait un bond important d'une année sur l'autre (+ 8 points), ainsi que celles en audiovisuel et multimédia (+ 4,1 points). En volume, cela représente **1.571 actions de formation**, soit 543 de plus qu'en 2009.

Ces augmentations peuvent être mises en relation avec l'EDEC9 lancé en 2008, qui avait pour objectif d'accompagner les entreprises de presse dans leur passage au numérique.

Les actions de formation en industrie graphique et imprimerie ont quant à elles baissé de 4,4 points de 2009 à 2010. Elles représentent tout de même le deuxième domaine de formation avec 12,5 % des actions de formation en 2010.

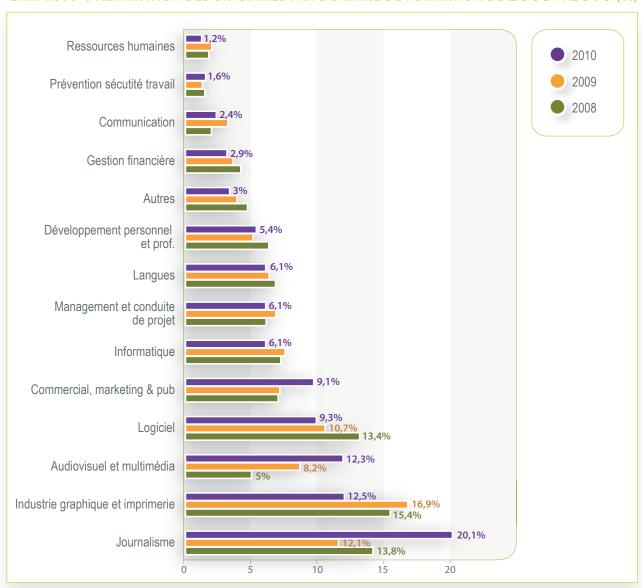
Les formations en logiciels baissent régulièrement : de 13,4 % en 2008, elles sont passées à 9,3 % en 2010.

⁹ L'EDEC est un dispositif de politique contractuelle de formation entre l'Etat et les partenaires sociaux. Dans la filière Presse, un EDEC a été signé en 2009 pour faciliter la mutation des entreprises vers le numérique.



⁸ Les formations qui composent ces domaines sont présentées page 27.

GRAPH.17: RÉPARTITION DES STAGIAIRES PAR DOMAINE DE FORMATION DE 2008 À 2010 (%)



GRAPH. 18, 19 & 20: RÉPARTITION PAR SOUS DOMAINE DE FORMATION POUR LES 3 PREMIERS **DOMAINES EN 2010 (%)**

JOURNALISME



Dans le domaine du journalisme, c'est le journalisme multimédia qui représente les deux tiers des formations, avec 64 % d'entre elles. Ce pourcentage a plus que doublé de 2009 à 2010.

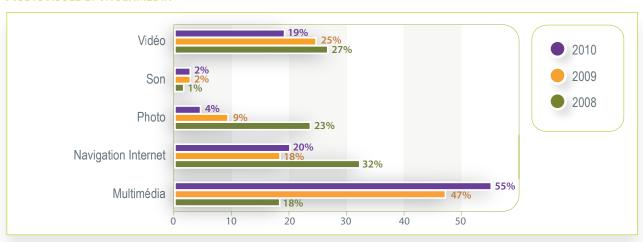
Les formations en journalisme de presse écrite représentaient 48 % en 2009 et 28 % en 2010, soit une baisse de 20 points d'une année sur l'autre.

INDUSTRIE GRAPHIQUE ET IMPRIMERIE



Dans le domaine de l'industrie graphique et de l'imprimerie, ce sont les formations en maquette / mise en page qui représentent le volume le plus important, avec 76 %, pourcentage qui a gagné six points de 2008 à 2009.

AUDIOVISUEL ET MULTIMÉDIA



Dans le domaine audiovisuel et multimédia, les formations aux techniques multimédia représentent plus de la moitié des formations (55 %). Ces formations ont beaucoup augmenté en deux ans, passant de 18 à 55 %.

b. Domaines de formation suivis par taille d'entreprise

Les zooms suivants apportent des précisions sur la nature des formations suivies selon la taille des entreprises. Ces chiffres excluent les journalistes pigistes. Un zoom sur la nature des formations suivies par les journalistes pigistes est réalisé plus bas.

GRAPH.21, 22 & 23: RÉPARTITION DES STAGIAIRES (HORS JOURNALISTES PIGISTES) PAR DOMAINE DE FORMATION SUIVI ET PAR TAILLE D'ENTREPRISE DE 2008 À 2010 (EN %)

ENTREPRISES DE MOINS DE **10** SALARIÉS



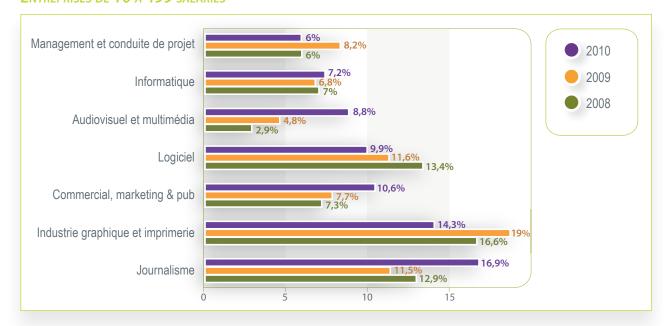
En 2010, dans les entreprises de moins de 10 salariés, les actions de formation les plus suivies concernent les logiciels (15,7 %), l'industrie graphique et l'imprimerie (15,5 %) et le journalisme (11,2 %), totalisant 42,4 % des actions de formation.

Les actions de formation en logiciels ont assez fortement augmenté en trois ans (+ 4,6 points), tandis que le nombre d'actions financées par Médiafor a diminué pour l'industrie graphique et l'imprimerie (-5,5 points).

Les actions de formations en journalisme n'ont quasiment pas augmenté sur la période (11,2 % en 2010).

On notera également une augmentation de 3,1 points de 2009 à 2010 du nombre d'actions de formation en audiovisuel et multimédia (10,5 %).

Entreprises de 10 à 499 salariés



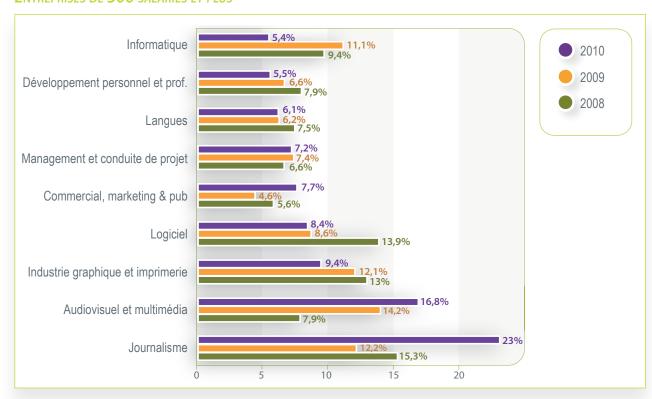
Dans les entreprises de 10 à 499 salariés, le journalisme, l'industrie graphique et l'imprimerie ainsi que le commercial, marketing et publicité regroupent, en 2010, 41,8 % des actions de formation financées par Médiafor.

Le journalisme a connu une forte progression de 2009 à 2010, avec une augmentation de 5,4 points. En 2010, c'est le premier domaine de formation, avec 16,9 % des actions financées.

Les actions de formation en industrie graphique et imprimerie ont perdu 4,7 points de 2009 à 2010 (14,3 %), alors que celles en commercial, marketing et publicité ont gagné 2,9 points passant ainsi en troisième position, avec 10,6 %.

Les actions de formations en audiovisuel et multimédia ont fortement augmenté, gagnant 4 points de 2009 à 2010 (8,8 %).

ENTREPRISES DE **500** SALARIÉS ET PLUS



Dans les entreprises de 500 salariés et plus, les actions de formation au journalisme ont très fortement augmenté d'une année sur l'autre (+ 10,8 points) et représentent 23 % des actions de formation en 2010.

Elles sont suivies des actions de formation en audiovisuel et multimédia (16,8 %), qui ont augmenté de **2,4 points** par rapport à 2009 et de **8,9 points** par rapport à 2008.

A l'inverse, les actions en **industrie graphique** et **imprimerie** ont perdu 2,7 points de 2009 à 2010 mais restent tout de même en troisième position, avec 9,4 %.

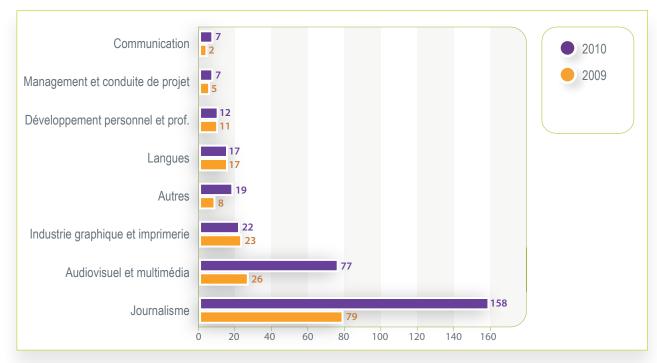
Les actions de formation en logiciels ont baissé sur la période et atteignent 8,4 % des actions de formation en 2010.

On notera également une augmentation des formations en commercial, marketing et publicité qui gagnent 3,1 points de 2009 à 2010 alors que celles en informatique baissent de 5,7 points de 2009 à 2010.

c. Zoom sur les formations suivies par les journalistes pigistes

343 formations ont été suivies par des journalistes pigistes en 2010. Ce nombre s'élevait à 179 en 2009.

GRAPH.24: NOMBRE D'ACTIONS DE FORMATION SUIVIES PAR LES JOURNALISTES PIGISTES PAR DOMAINE DE FORMATION EN 2009 ET 2010 (EN NOMBRE)

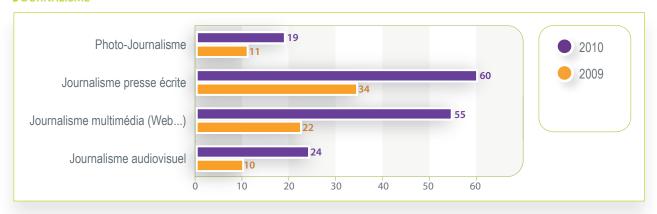


158 actions de formation suivies par des journalistes pigistes ont été financées dans le domaine du journalisme en 2010. En 2009, ce chiffre était de 79.

L'audiovisuel et multimédia représente le deuxième domaine avec 77 actions de formation en 2010 (26 en 2009).

GRAPH.25 & 26: RÉPARTITION PAR SOUS-DOMAINE DES DEUX PRINCIPAUX DOMAINES DE FORMATION SUIVIS PAR LES JOURNALISTES PIGISTES (EN NOMBRE)

JOURNALISME



Le journalisme de presse écrite est le premier sous-domaine de formation suivi par les journalistes pigistes. Il représente 60 formations en 2010, soit 36 %, et 34 en 2009, soit 44 %.

55 formations en journalisme multimédia ont été suivies par des journalistes pigistes en 2010 (22 en 2009).

AUDIOVISUEL ET MULTIMÉDIA



La vidéo et les techniques multimédia sont les deux sous-domaines de formation les plus suivis par les journalistes pigistes en 2010 (respectivement 30 et 26 formations). C'était également le cas en 2009 (respectivement 11 et 13 en 2009).

Le nombre d'actions de formation en **photo** et **vidéo** a beaucoup augmenté d'une année sur l'autre, même si leur nombre, en valeur, reste faible.

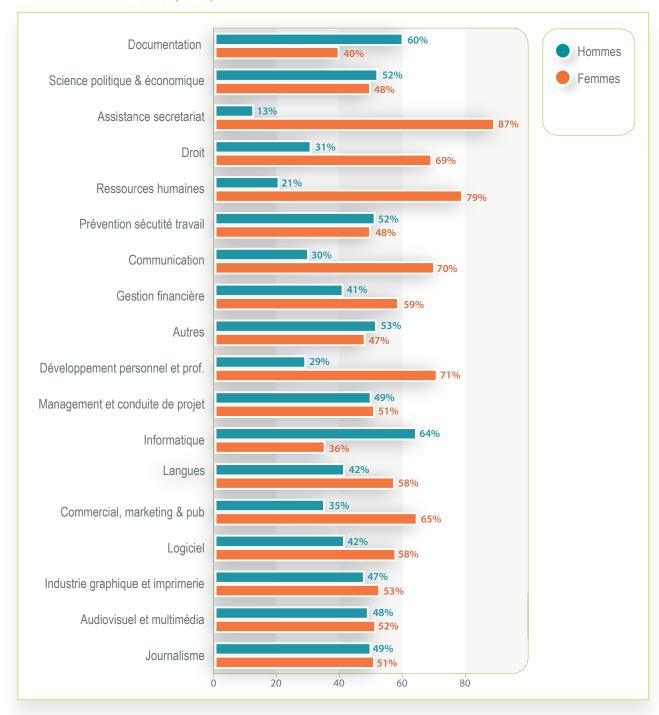
6. Quelle est la nature des formations suivies selon les profils (genre, âge)?



Quelle est la nature des formations suivies selon les profils (genre, âge)?

(Entrée statistique = le stagiaire)

Graph.27: Répartition des stagiaires par domaine de formation et par genre EN 2010 (EN %)

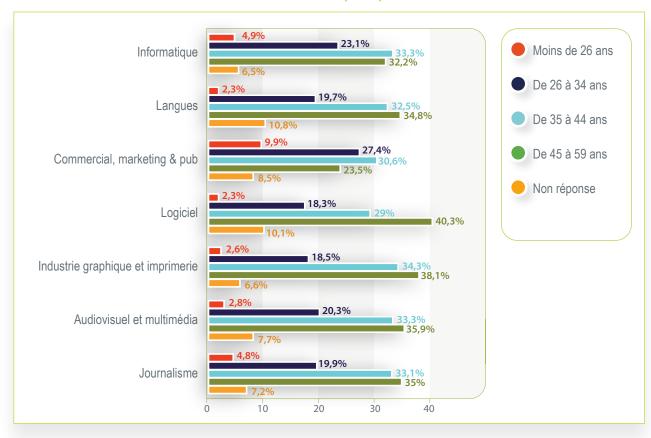


Comparativement aux hommes, les femmes sont surreprésentées dans les formations en logiciels (58 %), commercial, marketing et publicité (65 %), langues (58 %), développement personnel et professionnel (71 %), gestion financière (59 %) et communication (70 %).

On est quasiment à l'équilibre en management et conduite de projet, industrie graphique et imprimerie, audiovisuel et multimédia et journalisme (respectivement 51, 53, 52 et 51 % de femmes).

Des différences peuvent également être observées selon l'âge du stagiaire.

GRAPH.28:RÉPARTITION DES STAGIAIRES PAR TRANCHE D'ÂGE POUR LES SEPT PREMIERS DOMAINES DE FORMATION EN 2010 (EN %)



C'est la catégorie des 45-59 ans qui est la plus concernée par les formations, quel que soit le domaine. Il faut mettre ce constat en rapport avec l'âge moyen des salariés en presse (41,4 ans en 2009).

On notera que la catégorie des 26-34 ans est davantage représentée dans le domaine commercial, marketing et publicité.

7. Conclusion





Le taux d'accès à la formation professionnelle continue via les financements de Médiafor augmente régulièrement. Depuis 2007, ce taux a dépassé les 13 %, pour atteindre 13,8 % en 2010. Cette augmentation concerne toutes les entreprises, quelle que soit leur taille. Par contre, des différences apparaissent en fonction des formes de presse, le taux le plus élevé concernant la presse quotidienne nationale (26,2 %).

Alors que les femmes représentent un peu moins de 48 % des salariés couverts en presse, elles sont plus de 55 % à avoir suivi une formation en 2010. Leur taux d'accès est ainsi supérieur à celui des hommes (16 % en 2010 contre 11,8 % pour les hommes).

Ce sont les salariés âgés de 45 à 59 ans qui bénéficient le plus des actions de formation financées par Médiafor, avec 1/3 de l'ensemble des salariés formés. Ce chiffre est à mettre en rapport avec l'âge moyen du salarié en presse, qui était de 41,4 ans en 2009¹⁰.

En 2010, les journalistes constituent la catégorie professionnelle la plus concernée par les actions de formation financées par Médiafor, avec 37,2 %. Cette proportion est en forte augmentation par rapport à 2009 (+ 5 points). Les autres catégories voient leur part diminuer (cadres et ouvriers). La mise en œuvre progressive de l'accord formation destiné aux journalistes pigistes a permis de financer des formations pour un peu moins de 300 journalistes pigistes en 2010 (3 % des salariés formés).

Le journalisme, l'audiovisuel et multimédia, et l'industrie graphique et imprimerie couvrent près de la moitié des actions de formations financées par Médiafor (44,9 %), le journalisme couvrant à lui seul 20,1 %. Ce sont surtout les formations au journalisme (et en particulier le journalisme «multimédia») et à l'audiovisuel et multimédia qui ont fait un bond important de 2009 à 2010, évolution à mettre en relation avec l'EDEC lancé en 2009. Ces augmentations concernent davantage les salariés des entreprises de 10 à 499 salariés et de plus de 500 salariés.

Lexique

DIF: Droit Individuel à la Formation CIF: Congé Individuel de Formation

Contrat Prof: Contrat de Professionnalisation

EDEC : Engagement de Développement des Emplois et des Compétences

Périodes Prof : Périodes de Professionnalisation

Plan: Plan de formation

PQN: Presse Quotidienne Nationale

FPSPP: Fonds Paritaire de Sécurisation des Parcours Professionnels

¹⁰ Cf. Rapport 2009 sur les salariés en presse écrite.

Retrouvez les autres rapports statistiques sur notre site internet

www.metiers-presse.org

- Les salariés de la presse en 2009
- Les journalistes encartés en 2010

Si vous souhaitez des données complémentaires, n'hésitez pas à nous contacter:

NATHALIE BARRET

nathalie.barret@mediafor.org

01 44 88 92 73

ELISE PLISSONNEAU

elise.plissonneau@mediafor.org

01 44 88 92 81

NFORMATIONS MÉTIERS

La cartographie des métiers de la presse est disponible en ligne :

http://cartographie.metiers-presse.org.

Elle fournit des informations sur les différents métiers que l'on trouve en presse écrite.

Avec ces informations, vous pouvez décrire votre profil en vous connectant à l'espace personnel de la cartographie des métiers.





