

# Métiers du web

## Des emplois par milliers

*Fini le temps des autodidactes. Internet est une vraie mine d'emplois, mais requiert des compétences de plus en plus spécifiques. Et les formations se multiplient !*

**I**l est plutôt rare que le lancement d'une formation post-bac fasse grand bruit. La création de l'École européenne des métiers de l'Internet (EEMI), elle, a fait le tour des médias, des colonnes de *Paris Match* aux plateaux de Canal+. Il faut dire que le projet est porté par trois stars du web : le fondateur de « Vente-privee.com », Jacques-Antoine Granjon, celui de Meetic, Marc Simoncini, et Xavier Niel, le PDG de Free. Pourtant, initier des jeunes au **webdesign** ou à la **gestion de projet web** dès leur sortie du lycée n'est pas novateur. Voilà dix ans que l'école de l'Internet, Hetic, s'est positionnée sur le créneau. Il existe aussi des **cursus pionniers du côté des fachs**, comme la licence pro Commerce en ligne de l'Université de Bretagne-Sud (UBS), qui accueille cette année sa douzième promo. Quoiqu'il en soit, chaque parcours affiche des spécificités, et cette couverture médiatique a attiré l'attention sur un gisement d'emplois.

### Un vivier d'emplois

La Toile ne cesse de s'étendre, de se ramifier et de se complexifier. Ainsi, au deuxième trimestre 2010, la Fédération e-commerce et vente à distance (Fevad) comptait 70 000 sites marchands, soit 16 000 de plus dans l'intervalle d'un an. L'impact économique est considérable, selon un rapport du cabinet McKinsey&Company. Publié au printemps 2011, il



### A CLIQUER

- [www.metiers.internet.gouv.fr](http://www.metiers.internet.gouv.fr) le portail de référence, avec un répertoire de fiches classées par familles de métiers.
- <http://internet-impact.fr> présentation du rapport McKinsey&Company (Impact d'Internet sur l'économie française), assortie d'actualités et de vidéos.

dresse le bilan de cette « **authentique filière économique** » : **en quinze ans, Internet aurait entraîné la création de 700 000 emplois en France** – soit un quart de la création net d'emplois. Des postes qui se situent au niveau des **pure players**, ces entreprises dont le web est le seul champ d'action, du type Amazon, Priceminister, des **fournisseurs d'accès** comme Orange, ou des **sociétés d'informatique**, mais aussi dans des **entreprises traditionnelles**. « *L'un des plus gros sites est celui de Carrefour e-commerce. L'Oréal, par exemple, a des équipes dédiées au marketing web, dans un contexte où la publicité bascule de plus en plus sur Internet* », observe Jacques Froissant, directeur du cabinet Altaïde. Cet expert des nouvelles technologies voit dans ce secteur de belles perspectives pour les jeunes diplômés : « *On peut y faire une carrière deux à trois fois plus rapide qu'ailleurs, vu que les boîtes grossissent très vite.* » Des chiffres à interpréter toutefois avec prudence car il est difficile de faire la part entre les emplois où cette compétence est devenue nécessaire et ceux vraiment générés par les entreprises du secteur Internet. Au total, McKinsey&Company estime que d'ici à 2015, 450 000 nouveaux emplois directs et indirects devraient encore émerger.

### Des pros du marketing toujours plus nombreux

Alors que la conjoncture générale reste assez morose, sur le web, les embauches ne connais-

sent pas de répit. C'est au contraire la pénurie de candidats qui est constante au fil des ans. « *La demande des entreprises est très forte et s'exprime sur les niveaux bac +3 et bac +5* », confirme Pierre Cannet, directeur de Blue Search Conseil. Dans le domaine du **commerce électronique**, en 2010, **plus de la moitié des effectifs étaient diplômés du supérieur**, et 95% ont moins de 39 ans, selon une étude réalisée pour la Fevad et le Club des DRH du Net. De plus, jeunesse ne rime pas là avec précarité, **le salaire mensuel net** étant évalué à **2300 euros**, soit 300 euros de plus que dans le commerce.

Bonne nouvelle donc pour les virtuoses du marketing web, tout comme les informaticiens qui se sont orientés vers Internet, puisque ce sont dans ces deux voies que les « **besoins explosent** », selon le patron d'Altaïde. « *L'aspect "création" n'est plus la problématique essentielle. Développer le trafic en ligne, voilà ce qu'attendent les entreprises* », note Leïla Damak, responsable de la licence pro de l'UBS axée sur le e-commerce. Pour aiguiller les internautes vers leur site, encore faut-il qu'elles soient bien accessibles via les moteurs de recherche, ces portes d'entrée stratégiques sur le web. L'enjeu est devenu crucial ces dernières années, et des postes dédiés sont apparus : **chargé de référencement, consultant en référencement naturel**, etc.

Autre terrain pour recruter et fidéliser des visiteurs : les ré-



seaux sociaux. Les entreprises font ainsi appel à des **community managers** qui veillent sur leur e-réputation, diffusent leur actu auprès des communautés en ligne, coordonnent concours ou t'chats... Une fonction dans laquelle diplomatie et réactivité sont de mise : «*Les gens ne s'arrêtent pas de parler à 18h*», sourit Adrienne Zmiko, embauchée en 2011 chez The Phone House après le master Gestion éditoriale et communication internet de Lyon-2. Si elle comptait sur cette formation pour recadrer et renforcer ses connaissances, elle n'a pas attendu d'avoir son diplôme en poche pour s'investir sur le web au quotidien. Cette fan de lettres, d'art et de technologie, qui voulait «*travailler sur les réseaux sociaux pour mélanger tous ces domaines*», gérait déjà des communautés de joueurs en ligne durant ses études, et modérait des forums.

### Des bases communes à tous les métiers

Au fur et à mesure que le secteur prend de l'ampleur, les équipes s'étoffent et sollicitent des compétences plus pointues. «*La tendance est à la spécialisation. Devant des situations de plus en plus complexes, les entreprises ont recours à des agences intervenant dans le community management, l'e-mailing, le référencement...*», résume Thierry Penard qui pilote le master Economie et conseil en TIC et e-business de Rennes-1. Avec l'essor de ces nouveaux métiers, Internet est un débouché pour les écoles et facs de commerce ou communication. Toutefois, pas de malentendu : si les professionnels du Net ne sont pas tous des ingénieurs, ils doivent pouvoir tabler sur de réelles bases techniques, quelles que soient leurs missions. Les recruteurs sont à l'affût des candidats dotés de

cette **culture web** : «*Aujourd'hui, on ne peut pas faire de marketing web sans comprendre comment marche un téléphone Android ou un iPhone, par exemple*», déclare Jacques Froissant. Et Matthieu Deboeuf-Rouchon, responsable de l'axe Expert web à l'Institut d'Internet et du multimédia (IIM), de renchérir : «*Lorsque l'on arrive chez l'annonceur, il faut être capable de décortiquer un devis et de comprendre la problématique des programmeurs.* »

Diplômé de l'Hetic en 2010, Olivier Morvan salue la polyvalence acquise au cours de son cursus. Directeur d'une Business Unit chez Brainsonic, il est entré à l'Hetic après un DUT Services et réseaux de communication. «*J'aimais le web, mais il y a trois ans, je ne savais pas exactement vers quel métier me tourner. C'est à travers les réseaux et les rencontres que l'on peut voir ce qui plaît. L'école crée justement une*



sorte d'écosystème, avec les projets, les stages, les échanges avec les autres étudiants et les anciens.»

### Des étudiants déjà pros

N' imaginez pas les projets comme des jeux de rôle à seule fin d'entraîner les étudiants. Car **les écoles répondent à des demandes réelles des entreprises.** L'IIM a par exemple collaboré avec Monceau Fleurs, des architectes d'intérieur, Air France, SFR, des sociétés d'édition... Et les types de travaux sont variés : « Il peut s'agir de la refonte d'une newsletter, d'un benchmark concernant des sites de polémiques sur les changements climatiques, ou encore de sites pour des ONG », énu-

mère Denys Chomel, chargé du développement de l'Hetic. Du côté des facs aussi, que ce soit à bac +3 ou bac +5, on s'efforce de resserrer les liens avec le monde économique en misant sur l'alternance, en dotant les promos de parrains réputés... Certains diplômés se laissent tenter par l'entrepreneuriat : parmi les ex-étudiants de la licence Commerce en ligne de l'UBS, on trouve le créateur d'un annuaire de sites, ou celui d'un portail pour télécharger des partitions en ligne.

Quant aux **masters, ils appartiennent ce plus caractéristique de l'université : la proximité avec la recherche.** A Rennes-1, la formation en e-business déjà citée

s'appuie sur un centre de recherche en économie numérique. « Sur Internet, on peut se laisser embarquer par de très nombreux discours, estime Annelise Touboul, responsable du master Gestion éditoriale et communication internet. On invite les étudiants à une certaine prudence et on leur donne des outils théoriques pour penser les dernières mutations. » Une attitude à cultiver tout au long d'une carrière, que l'on vienne d'une école ou de l'université : « Il y a deux ans, personne ne parlait d'applications grand public pour les marques ni de jeux sur Facebook. Il s'agit d'une génération qui peut vite se faire larguer », conclut Jacques Froissant.

## 6 exemples de formations Internet

Etablissement/spécialité	Niveau de diplôme	Profil des admis	Nombre de candidats/places	Coût de formation (en €)	Enseign. du monde prof.	Durée minimale de stage	Rapidité d'insertion	Salaire/an brut moyen débutant (en €)
IUT de Mulhouse (Univ. de Haute-Alsace)/ Licence pro Référencier et rédacteur web	Bac +3	1/3 de profils techniques, 1/3 de littéraires, 1/3 de marketing et communication	130 pour 42 places (dont 28 en alternance)	D.U.*	45% environ	4 mois ou alternance (en 2011 : 3 stages en Chine)	Entre 0 et 2 mois	22000
IUT de Vannes (Univ. de Bretagne-Sud)/Licence pro Commerce en ligne	Bac +3	Profils informatique ou technique et 1/2 commerciaux	26 places (taux de recrutement 20%)	D.U.	70%	4 mois	1,5 mois en moyenne, 50% dans la foulée du stage	20000
Université Rennes-1/ Master 2 Economie et conseil en TIC et e-business	Bac +5	Master 1 en économie ou gestion, école d'ingénieur	90 pour 20 places	D.U.	30%	4 à 6 mois	0 à 3 mois	28000 à 32000
Institut de la communication (Univ. Lyon-2)/Master 2 Gestion éditoriale, comm. Internet	Bac +5	Bac +4 en sciences humaines et sociales (30 à 40% viennent d'Infocom)	100 à 150 pour 24 places	D.U.	Entre 50% et 70%	3 mois	Beaucoup suite au stage, le reste dans les 6 mois	Autour de 24000
HETIC/Diplôme d'expert en ingénierie et management de la communication numérique	Bac +5	Bacs S, L, DUT (SRC, informatique, graphisme, marketing)	70 places (nombre candidats : NC)	5750 (1 <sup>er</sup> an.) 5860 (2 <sup>e</sup> an.) 6730 (3 <sup>e</sup> an.) 6830 (4 <sup>e</sup> an.) 5 <sup>e</sup> an.: altern.	100%	9 mois au cours des 4 premières années, altern. en 5 <sup>e</sup> année	100% dès la sortie de l'école	35000
Institut international du multimédia (Pôle univ. Léonard-de-Vinci)/Manager de la com. numérique	Bac +5	Niveau bac pour l'entrée en cycle préparatoire	480 pour 160 places	5700 (an. prép.) 6400/an pour le cycle supérieur (2 <sup>e</sup> à 5 <sup>e</sup> an.)	100%	12 mois de stage mini. sur les 4 ans du cycle supérieur	60% en CDI avant même le diplôme	33000

(\*) Droits universitaires