

Analyse des lacunes dans la formation

des producteurs et
productrices de
médias interactifs



Conseil
des ressources humaines
du secteur culturel

Cultural
Human Resources
Council

**Conseil des ressources humaines du secteur culturel
(CRHSC)
Analyse des lacunes dans la formation des
producteurs et productrices de médias interactifs
24 février 2009**

kisquared



226-388, rue Donald
Winnipeg Manitoba
Canada R3B 2J4
204.989.8002
télécopieur 204.989.8048
ki2@kisquared.com
kisquared.com

**Producteurs et productrices de médias interactifs – Analyse des lacunes dans la formation © Conseil
des ressources humaines du secteur culturel, Version 1.0, 2009.**

Tous droits réservés.

Plusieurs personnes du secteur culturel canadien ont consacré du temps et des énergies pour créer cette analyse des lacunes dans la formation. Le Conseil des ressources humaines du secteur culturel espère que ces renseignements vous seront utiles et qu'ils seront faciles à utiliser. Le Conseil présente les renseignements « tels quels » et n'offre aucune représentation ou garantie à cet égard. Les opinions et interprétations de la présente publication sont celles de l'auteur et ne représentent pas nécessairement celles du CRHSC et du gouvernement du Canada.

Les opinions et les interprétations figurant dans la présente publication sont celles de l'auteur et ne représentent pas nécessairement celles du Conseil des ressources humaines du secteur culturel et du gouvernement du Canada.

Ce projet est financé par le Programme des conseils sectoriels du gouvernement du Canada.

Canada

kisquared



Table des matières

| | |
|--|----|
| INTRODUCTION | 4 |
| Objectifs | 4 |
| Méthodologie | 4 |
| Conception du questionnaire pour les producteurs et productrices de médias interactifs | 5 |
| Rapport..... | 8 |
| SOMMAIRE | 9 |
| Profil des répondantes et des répondants | 9 |
| Utilisation des compétences | 9 |
| Acquisition des compétences | 10 |
| Validation de la charte de compétences | 10 |
| Offres de formation..... | 11 |
| Analyse des lacunes dans la formation | 12 |
| RECOMMANDATIONS | 13 |
| COMPÉTENCES | 15 |
| VALIDATION DE LA CHARTE DE COMPÉTENCES | 29 |
| ACQUISITION DES COMPÉTENCES | 30 |
| OFFRES DE FORMATION | 42 |
| Formation structurée | 42 |
| ANALYSE DES LACUNES DANS LA FORMATION | 49 |
| Lacunes dans la formation : compétence par compétence | 55 |
| PROFIL DES PRODUCTEURS ET PRODUCTRICES | 73 |

kisquared imprimé sur du papier recyclé contenant au moins 30 p. 100 de matière post-consommation.

Introduction

En octobre 2008, le Conseil des ressources humaines du secteur culturel (CRHSC) lançait une demande de propositions pour une analyse des lacunes dans la formation des producteurs et productrices de médias interactifs. Le comité de sélection du CHRSK a choisi la firme **kisquared** qui possède déjà de l'expérience de recherche pour le compte du CRHSC (analyses des lacunes dans la formation pour les réalisateurs de cinéma et de télévision, les présentateurs de spectacles, les éditeurs de musique, les techniciens en automation, les gestionnaires de maisons de disques, les techniciens de scène et les créateurs du monde du divertissement),

L'analyse des lacunes dans la formation destinées aux producteurs et productrices des médias interactifs est basée sur le travail déjà effectué par le groupe de travail sur les médias interactifs qui a compilé le tableau des compétences définissant les compétences de base des producteurs et productrices de médias interactifs. Nous avons recueilli les données par téléphone auprès de producteurs et productrices de l'ensemble du pays grâce à un questionnaire découlant du tableau des compétences de base. Les entrevues ont été faites en français et en anglais à partir des bureaux de **kisquared** à Winnipeg, Manitoba. Nous avons également fait des entrevues supplémentaires avec divers établissements de formation (collèges et universités) qui offrent de la formation aux producteurs et productrices de médias interactifs.

Le projet a pu être mené à bien grâce à la généreuse participation du personnel du CRHSC (Geneviève Chassé, gestionnaire de projet et Susan Annis, directrice générale), des membres du comité de direction sur les médias interactifs et du groupe de travail qui nous ont aidé à réviser, à raffiner et à évaluer le questionnaire et l'échantillon de développement.

Objectifs

Le projet avait trois objectifs principaux :

- Déterminer quels sont les besoins de formation pour les compétences définies par l'*Analyse de compétences des producteurs de médias interactifs*;
- Recenser les offres de formation actuelles pour ces compétences;
- Analyser les lacunes dans la formation à partir de l'évaluation des besoins de formation et de l'enquête sur les offres de formation (définies comme les domaines dans lesquels les offres de formation actuelles ne répondent pas aux besoins de l'industrie).

Méthodologie

Voici les méthodes et les outils utilisés pour le projet (décrits plus bas en plus amples détails) :

- Enquête sur les producteurs et productrices de médias interactifs (employeurs et employés);
- Recherche secondaire et entrevues avec les établissements qui offrent de la formation aux producteurs et productrices de médias interactifs.

Enquête

Entre le 9 et le 16 décembre 2008, les membres du groupe de travail ont révisé l'équivalent de 202 questions qui ont ensuite été évaluées par les membres du comité de direction; les résultats de cette rétroaction ont servi à raffiner le questionnaire.

kisquared a effectué 81 **entrevues** avec des employeurs et des employés :

- 18 en français
- 63 en anglais

Le premier échantillon de données a été recueilli grâce à la recherche secondaire et aux listes de membres disponibles sur les sites Web de Alliance interactive canadienne (CIAIC), Alliance numérique, Digital Alberta, Interactive Media Alliance of P.E.I. (IMA), Interactive Ontario, Manitoba Interactive Digital Media Association, New Media BC et Saskatchewan Interactive Media Association Inc. (SaskInteractive) dans le but de rejoindre un échantillon représentatif des producteurs et productrices de médias interactifs de l'ensemble du Canada. Des listes de membres, nous avons enlevé le nom des membres qui offrent un service comme les avocats ou les tierces parties et nous n'avons conservé que les noms des personnes travaillant au sein de l'industrie. La liste a ensuite été soumise aux membres du groupe de travail et du comité de direction qui l'ont analysée.

Recherche secondaire et entrevues avec les établissements de formation

La recherche secondaire du projet consistait à recueillir des données sur la formation qui se donne partout au Canada. Après avoir administré le questionnaire aux producteurs et productrices de médias interactifs, **kisquared** a effectué une recherche sur Internet dans le but de recenser les offres de formation actuelles dans l'ensemble du pays. Nous avons interrogé 12 cadres supérieurs d'établissements donnant de la formation aux producteurs et productrices de médias interactifs afin de valider les résultats obtenus par la recherche secondaire et de déterminer quelles étaient les lacunes dans la formation.

Conception du questionnaire pour les producteurs et productrices de médias interactifs

Définition d'un producteur ou d'une productrice de médias interactifs

Le questionnaire n'était pas basé seulement sur le titre du poste, mais donnait également une définition de ce qu'est un producteur ou une productrice de médias interactifs. Cette définition s'inspirait d'éléments tirés de la Classification nationale des professions (CNP) – Code 5121 : Auteurs/auteures, rédacteurs/rédactrices et écrivains/écrivaines et Code 5241 : Designers graphiques et illustrateurs/illustratrices qui décrivent le terme « interactif », ainsi que les commentaires des membres du groupe de travail. Voici, en français et en anglais, le libellé de la définition utilisée dans le questionnaire :

- Pour les besoins de cette étude, on entendra par producteur ou productrice de médias interactifs toute personne qui gère la vision et la stratégie se rapportant à l'avant-projet, aux plans et à la conception, et qui élabore diverses composantes interactives pour les médias numériques; elle s'assure que les objectifs opérationnels sont compris et suivis par les principaux éléments du projet et supervise toutes les étapes du cycle de vie du projet (de la phase d'initiation et de développement à la production et à l'entretien). Le producteur ou la productrice de médias interactifs exerce des emplois ou travaille avec des personnes exerçant des emplois tels que : animateurs 3D, concepteurs d'applications, concepteurs de jeux, graphistes, artistes nouveaux médias ou médias numériques, contenu mobile/applications, concepteurs de programmes ou architectes systèmes. Il ou elle est travailleur autonome, entrepreneur(e)s indépendant(e)s (réalisateurs(trices) ou salarié(e)s, ou encore employé(e)s par des petites ou grandes organisations comme les entreprises de production de nouveaux médias ou de médias numériques, la fonction publique, la publicité, l'audiovisuel, les relations publiques, les maisons d'édition ou les entreprises de conception graphique.
- For the purposes of this study, an interactive media producer is defined as someone who manages the vision and the strategy for the design development, plans, designs, and develops a variety of interactive components for digital media; ensures that the business objectives are understood and followed by project principals and oversees all phases of the project life cycle (from initiation and development to production and maintenance). Interactive media producers work in or with occupations such as 3D animators, application designers, games designers, graphic artists, new media or digital media artists, mobile content/applications, program designers or systems architects. They are self-employed, independent contractors (producers) or salaried, or employed by small or large businesses such as new media or digital media production companies, governments, advertising, audiovisual, public relations, publishing or graphic design firms.

Tableau des compétences de base converties en compétences mesurables

L'analyste en compétences essentielles, Katherine Devine de la firme **kisquared** a effectué la conversion des tâches du tableau des compétences de base en compétences mesurables. Le questionnaire, y compris la reformulation des compétences, a été révisé par les membres du groupe de travail et du comité de direction, évalué par ce dernier et approuvé par le CRHSC avant que ne commence le travail de terrain.

Voici les 41 *compétences* qui ont été évaluées :

- Rédiger la vision du projet
- Présenter, mettre en œuvre et gérer la vision du projet
- Déterminer le processus de développement de la production
- Gérer le processus de développement de la production
- Assurer la conformité à toutes les normes lors du développement de la production
- Favoriser un milieu propice à la création
- Évaluer la faisabilité et la viabilité du marché
- Réunir et consulter les clients et les groupes d'experts
- Trouver et garantir les investissements et le financement
- Répondre aux demandes de propositions

kisquared



- Établir et mesurer les critères de réussite d'un projet
- Définir les ressources nécessaires pour un projet
- Définir et gérer les échéanciers et les progrès d'un projet
- Évaluer et gérer les risques
- Établir les budgets d'un projet
- Gérer les budgets d'un projet
- Établir les besoins d'un projet en ressources humaines
- Recruter à l'interne et à l'externe pour combler les besoins en ressources humaines du projet
- Préparer l'orientation et la formation pour l'équipe du projet
- Gérer les acquis et les droits sur le contenu
- Établir les objectifs de rendement de l'équipe
- Gérer le rendement de l'équipe
- Établir des relations avec les intervenants
- Gérer les relations avec les intervenants
- Collaborer à l'élaboration de la stratégie de marketing du produit
- Collaborer à l'élaboration du matériel de marketing, de relations publiques et de relations avec les médias
- Contribuer aux efforts de promotion du produit
- Fournir le support du produit aux clients
- Gérer la création, la distribution et l'entretien des mises à jour du produit
- Assurer la conformité à l'ensemble des lois, règlements, ententes et exigences
- Planifier, organiser et gérer efficacement les réunions
- Capacité d'écoute active
- Habiletés de présentation
- Habiletés de négociation
- Rédiger des documents d'affaires complexes pour persuader des auditoires sophistiqués
- Compétences en animation
- Habiletés de leadership
- Habiletés en résolution de problèmes
- Capacité de prendre des décisions
- Capacité de travailler en équipe
- Capacité d'analyse

Rapport

Le présent rapport est organisé selon les éléments suivants : *Introduction, Sommaire, Recommandations, Compétences, Validation de la charte de compétences, Acquisition des compétences, Offres de formation, Analyse des lacunes dans la formation et profil des producteurs et productrices*. L'*annexe A* contient les données marginales (les pourcentages de réponses à chacune des questions du questionnaire). L'*annexe B* donne la description sommaire des programmes de formation du Canada permettant aux producteurs et productrices de médias interactifs d'acquérir les compétences spécifiques à leur profession. L'*annexe C* donne (en anglais seulement) le mot à mot des réponses aux trois questions ci-dessous (provenant de l'outil d'enquête sur les producteurs et productrices) :

- Si vous pensez à toutes les compétences dont nous avons discuté, y a-t-il des compétences que nous aurions oubliées et qui, d'après vous, seront nécessaires à l'avenir ?
- Quelle compétence (ou ensemble de compétences) avez-vous acquise lors d'une conférence ou d'un atelier auquel vous avez participé au cours de la dernière année ?
- Quels sont les principaux besoins de formation des producteurs et productrices de médias interactifs, actuellement et dans un avenir rapproché ?

Sommaire

Profil des répondantes et des répondants

- Près des trois-quarts des producteurs et productrices de médias interactifs interrogés (73 p. 100) travaillent à plein temps, bien que 6 p. 100 d'entre eux soient embauchés comme contractuels.
- Quarante pour cent des personnes interrogées travaillent depuis plus de dix ans comme producteur ou productrice de médias interactifs.
- Les producteurs et productrices de médias interactifs disent qu'ils travaillent à plein temps (65 p. 100), à contrat (19 p. 100) ou qu'ils sont indépendants (15 p. 100).
- Les quatre cinquièmes des producteurs et productrices interrogés (39 p. 100) ont suivi une forme ou une autre de formation structurée (entre autres au collège ou à l'université) en production de médias interactifs.

Utilisation des compétences

L'enquête a permis d'évaluer un total de 41 compétences, basées sur la charte de compétences du CRHSC pour les producteurs et productrices de médias interactifs. Les compétences *utilisées* le plus souvent – par 100 p. 100 des producteurs et productrices de médias interactifs – sont les suivantes :

- Capacité d'écoute active
- Capacité de prendre des décisions

De toutes les compétences mesurées dans la présente étude, les compétences suivantes sont les moins *utilisées* :

- Comment rédiger des documents d'affaires complexes pour persuader des auditoires sophistiqués (49 p. 100)
- Comment trouver et garantir les investissements et le financement (34 p. 100)

Au moins les trois-quarts des producteurs ou productrices (77 p. 100) *possèdent* 38 des 41 compétences mesurées. Voici les plus courantes :

- Habiletés en résolution de problèmes (98 p. 100)
- Capacité de travailler en équipe (95 p. 100)
- Capacité d'analyse (94 p. 100)
- Comment favoriser un milieu propice à la création (94 p. 100)

Les compétences suivantes sont celles que *possèdent* le moins les producteurs et les productrices :

- Comment établir et mesurer les critères de réussite d'un projet (73 p. 100)
- Comment trouver et garantir les investissements et le financement (59 p. 100)

Acquisition des compétences

- La formation en cours d'emploi est la méthode la plus courante d'acquisition des compétences évaluées. Ce sont les compétences nécessaires pour planifier, organiser et gérer efficacement les réunions qui sont le plus souvent acquises en cours d'emploi (81 p. 100).
- En deuxième lieu, les producteurs et productrices de médias interactifs acquièrent leurs compétences par autoapprentissage. Pour 61 p. 100 des producteurs et productrices, l'autoapprentissage est le meilleur moyen d'acquérir les compétences nécessaires pour favoriser un milieu propice à la création.
- Bien que le moyen et le plus facile et le plus courant d'acquérir des compétences soit la formation structurée, dans les faits, pour cette profession, la formation structurée est le moyen le moins populaire puisque un peu moins de la moitié des producteurs et productrices y ont recours. Les compétences nécessaires pour collaborer à l'élaboration du matériel de marketing, de relations publiques et de relations avec les médias sont celles qui s'acquièrent le plus souvent par la formation structurée (par 48 p. 100 des producteurs et productrices).
- La formation non structurée (conférences, ateliers ou séminaires, entre autres) est le moyen le moins courant d'acquérir la plupart des compétences. Seulement le tiers des producteurs et productrices (32 p. 100) acquièrent des habiletés de négociation et les compétences nécessaires pour trouver et garantir les investissements et le financement par la formation non structurée, des proportions beaucoup moins importantes par rapport aux producteurs et productrices qui acquièrent les autres compétences évaluées par la formation non structurée.
- Plus de la moitié des producteurs et productrices interrogés (53 p. 100) ont participé à une forme ou une autre de formation non structurée au cours de la dernière année. Parmi les compétences acquises lors de ces conférences, ateliers et séminaires, on retrouve :
 - Les compétences en marketing;
 - Les compétences en réseautage social;
 - La mise à niveau des compétences déjà acquises;
 - L'apprentissage des nouvelles technologies.

Validation de la charte de compétences

Plus de la moitié des producteurs et productrices de médias interactifs interrogés (57 p. 100) croient que la liste des 41 compétences comprend l'ensemble des compétences dont ont besoin les producteurs et productrices de médias interactifs et qu'il n'y manque rien. Selon les autres producteurs et productrices de médias interactifs, les deux principales compétences qui ne font pas partie de la liste sont les suivantes :

- Les compétences en pensée créatrice (11 p. 100);
- Les compétences pour adopter les nouvelles technologies (7 p. 100).

Offres de formation

- Voici les établissements qui offrent des programmes de formation (structurés et non structurés) pour les producteurs et productrices de médias interactifs qui ont participé à la présente étude :
 - Banff Centre, Banff New Media Institute (Alberta);
 - Capilano University (Colombie-Britannique);
 - Centennial College (Ontario);
 - Durham College (Ontario);
 - Holland College (Île-du-Prince-Édouard);
 - Institut national de l'image et du son (Québec);
 - National Academy and Design (NAD) Centre (Québec);
 - Red River College (Manitoba);
 - Saskatchewan Institute of Applied Science and Technology (Saskatchewan);
 - Sheridan College (Ontario);
 - Université du Nouveau-Brunswick (Nouveau-Brunswick);
 - Vancouver Film School (Colombie-Britannique).
- Des 12 établissements consultés, la plupart enseignent les compétences évaluées; 11 des compétences évaluées sont enseignées dans l'ensemble des 12 établissements. Les compétences suivantes sont enseignées par un moins grand nombre d'établissements :
 - Comment trouver et garantir les investissements et le financement; Gérer la création, la distribution et l'entretien des mises à jour du produit; Recruter à l'interne et à l'externe pour combler les besoins en ressources humaines du projet (5 sur 12);
 - Comment fournir le support du produit aux clients (4 sur 12).
- Les représentantes et représentants des établissements interrogés pensent que les besoins de formation les plus importants pour les producteurs et productrices de médias interactifs aujourd'hui et dans un avenir rapproché, se situent dans les domaines suivants :
 - Acquisition des compétences permettant de s'adapter aux nouvelles technologies et aux nouvelles compétences;
 - Compétences interpersonnelles et habiletés de collaboration;
 - Formation spécialisée plutôt que générale (texturisation en animation, formation en jeux vidéos et en programmes de simulation).
- Les représentantes et représentants des établissements croient qu'ils ne peuvent pas offrir davantage de formation aux producteurs et productrices de médias interactifs pour les raisons suivantes :
 - Manque de financement pour les programmes d'éducation (conception et prestation);

- Contingentement des programmes (pour éviter de produire plus de diplômés qu'il n'y a d'emplois).

Analyse des lacunes dans la formation

- Bien que le pourcentage de répondantes et de répondants possédant déjà la compétence soit toujours plus élevée que celui des personnes qui doivent acquérir cette compétence, il existe des lacunes dignes d'être mentionnées. Les lacunes les plus importantes se retrouvent dans les compétences suivantes :
 - Comment trouver et garantir les investissements et le financement (48 p. 100);
 - Comment assurer la conformité à l'ensemble des lois, règlements, ententes et exigences (40 p. 100).

Recommandations

- Le cheminement pour devenir producteur ou productrice de médias interactifs n'est pas évident et immédiat. Les programmes de formation pour les producteurs et productrices de médias interactifs sont nouveaux et seulement une poignée d'établissements offrent la formation pour acquérir les compétences nécessaires. La plupart des producteurs et productrices commencent par travailler dans divers domaines qui mènent éventuellement au poste de producteur ou de productrice. La formation pour les producteurs et productrices devrait se faire en petits modules puisque un programme de formation d'un ou deux ans n'est pas pratique pour plusieurs travailleuses et travailleurs. La formation devrait plutôt se faire en cours du soir dans des programmes de formation continue, des ateliers ou des conférences. Les producteurs et productrices de médias interactifs qui poursuivent leur formation devraient se concentrer sur des cours qui correspondent à leur emploi et aux compétences exigées pour exercer leur profession efficacement. En plus des ressources qu'offrent actuellement les associations, le CRHSC a affiché sur son site Web des liens qui mènent aux programmes des établissements régionaux de formation ainsi que les ateliers et conférences ce qui simplifiera la recherche d'offres de formation pour les producteurs et productrices.
- Cinq pour cent des producteurs et productrices de médias interactifs ont indiqué qu'ils aimeraient acquérir des compétences en marketing. Étant donné qu'un producteur ou une productrice doit superviser les objectifs d'affaires et gérer toutes les phases du cycle de vie d'un projet, des connaissances en finances et en affaires sont un atout. Les producteurs et productrices qui ont acquis ces compétences l'ont fait par la formation non structurée. Grâce à des conférences ou des ateliers, 90 p. 100 des producteurs et productrices ont déjà acquis des compétences en marketing et 7 p. 100 des compétences en gestion des affaires. Pour obtenir les compétences en affaires dont ils ont besoin, les producteurs et productrices pourraient trouver la formation nécessaire à l'extérieur de l'industrie, dans un collège commercial, par exemple, alors que les établissements qui offrent de la formation pour les producteurs et productrices de médias interactifs devraient penser à intégrer davantage de formation permettant d'acquérir des compétences en affaires. Ce modèle de prestation de formation serait particulièrement bien adapté pour environ les deux-tiers des producteurs et productrices de médias interactifs employés à plein temps comme pour le tiers des producteurs ou productrices qui occupent des postes à contrat (19 p. 100) ou qui travaillent de façon indépendante (15 p. 100)
- L'industrie des médias interactifs est très diversifiée et exige une adaptation constante aux changements technologiques continuels. Les producteurs et productrices de médias interactifs et les établissements de formation ont indiqué que le fait de se tenir à jour sur les technologies nouvelles et émergentes représentait un élément important pour demeurer à la fine pointe de l'industrie. Une composante de l'ensemble de compétences des producteurs et des productrices est l'utilisation d'équipement et de logiciels comme Flash, 3D Animation ou Dreamweaver pour produire des médias interactifs. Pour suivre les technologies en changement et en évolution, il est essentiel d'avoir des employés compétents. Cela exige du soutien financier pour les ressources humaines et technologiques. Le CRHSC pourrait assumer le leadership dans la promotion et le recensement des ressources et des établissements de formation pour les producteurs et productrices. Il est également très important que les professeurs des établissements de formation, maintiennent et mettent à jour l'ensemble de leurs compétences puisque qu'ils sont la courroie de transmission de la formation pour la nouvelle génération de producteurs et productrices de médias interactifs.

- L'étude a permis de recenser deux compétences essentielles dont ont besoin les producteurs et productrices de médias interactifs : la pensée créative (7 p. 100) et le travail d'équipe (4 p. 100). Les professeurs des établissements de formation pensent aussi que la pensée créative, les habiletés en résolution de problèmes et les habiletés de collaboration (4 réponses pour chaque compétence) sont des domaines de formation dont l'industrie a besoin maintenant et dans un avenir rapproché. Parmi les outils de gestion des ressources humaines disponibles sur le site Web du CHRSC, on retrouve *Utilisation des chartes et des profils de compétences* qui comporte une étude de cas pour les producteurs et productrices de médias interactifs. La *Charte de compétences pour les créateurs de contenu des nouveaux médias* définit les compétences professionnelles et générales nécessaires pour travailler comme producteur ou productrice. Créée dans le but de s'assurer que les diplômés qui entrent dans l'industrie et que les praticiens actuels possèdent les compétences exigées, la charte peut aussi servir de guide pour établir le profil des compétences d'emploi pour les producteurs et productrices de médias interactifs. Le CRHSC devrait faire connaître davantage ses outils de ressources humaines aux employés et aux employeurs qui travaillent dans l'industrie en créant un guide d'entrevue d'emploi pour les producteurs et productrices de médias interactifs et en définissant quelles sont les compétences essentielles pour la profession. Le guide pourrait être utilisé pour évaluer le niveau minimum de compétences exigé pour un emploi ainsi que pour établir un échéancier permettant de déterminer à quel moment et de quelle manière les employés actuels et futurs pourront acquérir les compétences nécessaires.
- L'industrie et les établissements de formation doivent établir une meilleure façon de communiquer. La plupart des établissements de formation (structurée et non structurée) contingentent le nombre d'étudiants et étudiantes acceptés dans tout programme de médias interactifs parce qu'ils ne veulent pas produire plus de diplômés qu'il n'y a d'emplois. Le CRHSC pourrait servir de médiateur pour aider les établissements à mieux évaluer la demande en producteurs et productrices de l'industrie dans les différentes régions du pays et déterminer quels sont les secteurs en croissance. En communiquant régulièrement avec le CRHSC, les établissements de formation pourraient ajuster les programmes de formation à la demande réelle du marché en producteurs et productrices de médias interactifs plutôt que d'estimer la demande de façon intuitive.

Compétences

Après avoir lu une liste de 41 compétences aux producteurs et productrices de médias interactifs, nous leur demandions d'indiquer si chacune de ces compétences était *nécessaire* pour exercer leur profession.

Compétences nécessaires pour le poste

Le Tableau 1 de la page suivante donne la liste des 41 compétences et le pourcentage de répondantes et répondants qui disent que cette compétence est *nécessaire* pour exercer la profession de producteur ou productrice de médias interactifs.

- Deux compétences sont considérées comme nécessaires par l'ensemble des producteurs et productrices: l'écoute active et la capacité de prendre des décisions, bien que la plupart des compétences de la liste soient considérées comme nécessaires par la plupart des producteurs et productrices.
- Les compétences que les producteurs et productrices considèrent comme les moins nécessaires sont les suivantes : rédiger des documents d'affaires complexes pour persuader des auditoires sophistiqués (49 p. 100) et trouver et garantir les investissements et le financement (34 p. 100). Ce n'est pas étonnant dans le cas de cette dernière puisque 84 p. 100 des producteurs et productrices sont embauchés à plein temps comme contractuels par des compagnies.

TABLEAU 1 CETTE COMPÉTENCE EST-ELLE NÉCESSAIRE POUR UN PRODUCTEUR OU UNE PRODUCTRICE DE MÉDIAS INTERACTIFS ?



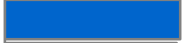









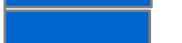

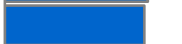
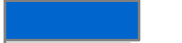









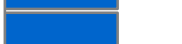


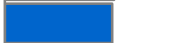



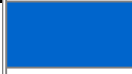







| Compétence | Oui | |
|--|-------|---|
| Capacité d'écoute active | 100 % |  |
| Capacité de prendre des décisions | 100 % |  |
| Habilités en résolution de problèmes | 98 % |  |
| Capacité d'analyse | 96 % |  |
| Capacité de travailler en équipe | 96 % |  |
| Présenter, mettre en œuvre et gérer la vision du projet | 93 % |  |
| Définir et gérer les échéanciers et les progrès d'un projet | 91 % |  |
| Favoriser un milieu propice à la création | 89 % |  |
| Déterminer le processus de développement de la production | 85 % |  |
| Gérer le processus de développement de la production | 85 % |  |
| Réunir et consulter les clients et les groupes d'experts | 83 % |  |
| Définir les ressources nécessaires pour un projet | 83 % |  |
| Habilités de présentation | 82 % |  |
| Habilités de leadership | 81 % |  |
| Assurer la conformité à toutes les normes lors du développement de la production | 80 % |  |
| Planifier, organiser et gérer efficacement les réunions | 78 % |  |
| Rédiger la vision du projet | 75 % |  |
| Établir et mesurer les critères de réussite d'un projet | 70 % |  |
| Gérer les acquis et les droits sur le contenu | 69 % |  |
| Habilités de négociation | 67 % |  |
| Répondre aux demandes de propositions | 67 % |  |
| Contribuer aux efforts de promotion du produit | 66 % |  |
| Assurer la conformité à l'ensemble des lois, règlements, ententes et exigences | 65 % |  |
| Établir les besoins d'un projet en ressources humaines | 64 % |  |
| Établir les budgets d'un projet | 64 % |  |
| Gérer les budgets d'un projet | 64 % |  |
| Gérer le rendement de l'équipe | 63 % |  |
| Gérer la création, la distribution et l'entretien des mises à jour du produit | 63 % |  |
| Évaluer et gérer les risques | 61 % |  |
| Évaluer la faisabilité et la viabilité du marché | 61 % |  |
| Collaborer à l'élaboration de la stratégie de marketing du produit | 60 % |  |
| Établir les objectifs de rendement de l'équipe | 59 % |  |
| Compétences en animation | 59 % |  |

Tableau 1 (suite)

| Compétence | Oui | |
|---|------------|---|
| Établir des relations avec les intervenants | 58 % |  |
| Recruter à l'interne et à l'externe pour combler les besoins en ressources humaines du projet | 57 % |  |
| Gérer les relations avec les intervenants | 56 % |  |
| Fournir le support du produit aux clients | 55 % |  |
| Préparer l'orientation et la formation pour l'équipe du projet | 53 % |  |
| Collaborer à l'élaboration du matériel de marketing, de relations publiques et de relations avec les médias | 53 % |  |
| Rédiger des documents d'affaires complexes pour persuader des auditoires sophistiqués | 49 % |  |
| Trouver et garantir les investissements et le financement | 34 % |  |

Note : Nous avons exclu les réponses « Je ne sais pas » et « Refuse de répondre ».

Compétences acquises et lacunes dans les compétences

Après avoir demandé aux producteurs et productrices d'indiquer si chacune des 41 compétences était nécessaire pour exercer leur profession, nous leur demandions s'ils possédaient cette compétence ou s'ils devaient l'acquérir. En regardant les pourcentages du tableau sur les compétences acquises (Tableau 2) et celui sur les lacunes dans les compétences (Tableau 3), on constate qu'en additionnant le pourcentage de producteurs et productrices de médias interactifs qui possèdent une compétence spécifique et le pourcentage de ceux qui doivent l'acquérir, la somme dépasse 100 p. 100. Cela découle du fait que les employeurs pouvaient dire que certains de leurs employés possédaient cette compétence et que d'autres devaient l'acquérir.

Le Tableau 2 ci-dessous montre le pourcentage de producteurs et de productrices qui possèdent déjà chacune des 41 compétences.

- Plus de 80 p. 100 des producteurs et productrices de médias interactifs possèdent déjà 32 des 41 compétences évaluées.
- Bien que les producteurs et productrices de médias interactifs n'aient pas besoin de l'ensemble des compétences pour faire leur travail (voir Tableau 1 ci-dessus), 77 p. 100 des personnes interrogées possèdent chacune des compétence. Par exemple, seulement 93 p. 100 des producteurs et productrices de médias interactifs ont besoin des compétences pour présenter, mettre en œuvre et gérer la vision du projet pour faire leur travail, mais 87 p. 100 d'entre eux possèdent cette compétence.

TABLEAU 2 POSSÉDEZ-VOUS DÉJÀ CETTE COMPÉTENCE ?


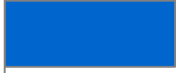
















| Compétence | % de l'ensemble des répondants | |
|---|--------------------------------|---|
| Habilités en résolution de problèmes | 98 % |  |
| Capacité de travailler en équipe | 95 % |  |
| Capacité d'analyse | 94 % |  |
| Favoriser un milieu propice à la création | 94 % |  |
| Rédiger la vision du projet | 92 % |  |
| Capacité d'écoute active | 91 % |  |
| Capacité de prendre des décisions | 91 % |  |
| Habilités de présentation | 91 % |  |
| Établir les budgets d'un projet | 90 % |  |
| Gérer les budgets d'un projet | 90 % |  |
| Gérer la création, la distribution et l'entretien des mises à jour du produit | 90 % |  |
| Compétences en animation | 89 % |  |
| Habilités de leadership | 89 % |  |
| Gérer les relations avec les intervenants | 89 % |  |
| Planifier, organiser et gérer efficacement les réunions | 89 % |  |
| Recruter à l'interne et à l'externe pour combler les besoins en ressources humaines du projet | 89 % |  |
| Répondre aux demandes de propositions | 87 % |  |
| Gérer le processus de développement de la production | 87 % |  |

Tableau 2 (suite)
























| Compétence | % de l'ensemble des répondants | |
|---|---|---|
| Présenter, mettre en œuvre et gérer la vision du projet | 87 % |  |
| Gérer le rendement de l'équipe | 86 % |  |
| Évaluer et gérer les risques | 86 % |  |
| Évaluer la faisabilité et la viabilité du marché | 85 % |  |
| Collaborer à l'élaboration de la stratégie de marketing du produit | 85 % |  |
| Établir des relations avec les intervenants | 85 % |  |
| Définir et gérer les échéanciers et les progrès d'un projet | 85 % |  |
| Définir les ressources nécessaires pour un projet | 84 % |  |
| Établir les besoins d'un projet en ressources humaines | 83 % |  |
| Assurer la conformité à toutes les normes lors du développement de la production | 83 % |  |
| Réunir et consulter les clients et les groupes d'experts | 81 % |  |
| Collaborer à l'élaboration du matériel de marketing, de relations publiques et de relations avec les médias | 80 % |  |
| Établir les objectifs de rendement de l'équipe | 80 % |  |
| Gérer les acquis et les droits sur le contenu | 80 % |  |
| Préparer l'orientation et la formation pour l'équipe du projet | 79 % |  |
| Fournir le support du produit aux clients | 79 % |  |
| Déterminer le processus de développement de la production | 78 % |  |
| Rédiger des documents d'affaires complexes pour persuader des auditoires sophistiqués | 78 % |  |

Tableau 2 (suite)

| Compétence | % de l'ensemble des répondants | |
|--|---------------------------------------|---|
| Contribuer aux efforts de promotion du produit | 77 % |  |
| Assurer la conformité à l'ensemble des lois, règlements, ententes et exigences | 77 % |  |
| Habiletés de négociation | 77 % |  |
| Établir et mesurer les critères de réussite d'un projet | 73 % |  |
| Trouver et garantir les investissements et le financement | 59 % |  |

Note : Nous avons exclu les réponses « Je ne sais pas » et « Refuse de répondre ».

Le Tableau 3 compare la charte de compétences du groupe de travail avec les lacunes dans les compétences définies par les producteurs et productrices de médias interactifs. Les trois-quarts des compétences évaluées sont des compétences professionnelles tandis que les autres sont des compétences générales. Comme le montre le tableau, les producteurs et productrices de médias interactifs ont encore besoin d'acquérir plusieurs des compétences nécessaires puisque plus d'un quart des compétences évaluées ne sont pas encore acquises (plus de 31 p. 100 des producteurs et productrices ont besoin de formation pour une compétence en particulier). Les compétences pour lesquelles les besoins de formation sont les plus grands sont toutes les compétences de la catégorie « Lancer et faire la promotion d'un produit ». Plusieurs producteurs et productrices de médias interactifs interrogés ont dit qu'ils avaient besoin d'acquérir des compétences en affaires. Parmi les compétences générales, c'est dans la catégorie « Démontrer des habiletés de communication et des compétences interpersonnelles » que les besoins sont les plus importants. Fait intéressant, les habiletés de négociation et les compétences nécessaires pour rédiger des documents d'affaires complexes sont toutes deux très liées aux compétences en affaires.

La page suivante montre quelles sont les lacunes dans les compétences.

- Les producteurs et productrices de médias interactifs ont le plus souvent des lacunes dans les compétences nécessaires pour :
 - trouver et garantir les investissements et le financement (48 p. 100);
 - assurer la conformité à l'ensemble des lois, règlements, ententes et exigences (40 p. 100).
- Les producteurs et productrices de médias interactifs ont le plus souvent déjà acquis les deux compétences suivantes (un petit nombre d'entre eux disent déjà les posséder) :
 - Habiletés en résolution de problèmes (15 p. 100);
 - Capacité de travailler en équipe (14 p. 100).

TABLEAU 3 LACUNES DANS LES COMPÉTENCES

| Charte de compétences | Compétence | % de producteurs |
|---|---|------------------|
| A. Établir une vision pour un projet et la faire accepter | Présenter, mettre en œuvre et gérer la vision du projet | 32 % |
| | Rédiger la vision du projet | 20 % |
| B. Superviser le développement d'un projet | Déterminer le processus de développement de la production | 37 % |
| | Assurer la conformité à toutes les normes lors du développement de la production | 34 % |
| | Gérer le processus de développement de la production | 25 % |
| C. Faciliter l'élaboration d'un concept | Évaluer la faisabilité et la viabilité du marché | 33 % |
| | Réunir et consulter les clients et les groupes d'experts | 28 % |
| | Favoriser un milieu propice à la création | 19 % |
| D. Organiser le financement | Trouver et garantir les investissements et le financement | 48 % |
| | Répondre aux demandes de propositions | 28 % |
| E. Planifier un projet | Établir et mesurer les critères de réussite d'un projet | 38 % |
| | Définir et gérer les échéanciers et les progrès d'un projet | 27 % |
| | Définir les ressources nécessaires pour un projet | 21 % |
| | Planifier, organiser et gérer efficacement les réunions | 19 % |
| F. Gérer le calendrier d'un projet | Évaluer et gérer les risques | 31 % |
| G. Gérer un budget | Établir les budgets d'un projet | 25 % |
| | Gérer les budgets d'un projet | 23 % |
| H. Bâter une équipe | Préparer l'orientation et la formation pour l'équipe du projet | 29 % |
| | Établir les besoins d'un projet en ressources humaines | 25 % |
| | Recruter à l'interne et à l'externe pour combler les besoins en ressources humaines du projet | 22 % |
| I. Gérer l'équipe | Établir les objectifs de rendement de l'équipe | 24 % |
| | Gérer le rendement de l'équipe | 18 % |
| J. Entretenir le lien avec les divers intervenants | Établir des relations avec les intervenants | 22 % |

Professionnelles

| | | | | |
|--|---|------|------------------|-----------|
| | Gérer les relations avec les intervenants | 20 % | | |
| Tableau 3 (suite) | | | | |
| K. Lancer et faire la promotion d'un produit | Collaborer à l'élaboration du matériel de marketing, de relations publiques et de relations avec les médias | 38 % | Professionnelles | |
| | Contribuer aux efforts de promotion du produit | 37 % | | |
| | Collaborer à l'élaboration de la stratégie de marketing du produit | 36 % | | |
| L. Assurer l'entretien et le support d'un produit | Fournir le support du produit aux clients | 26 % | | |
| | Gérer la création, la distribution et l'entretien des mises à jour du produit | 22 % | | |
| M. Se conformer aux lois, règlements et autres obligations | Assurer la conformité à l'ensemble des lois, règlements, ententes et exigences | 40 % | | |
| | Gérer les acquis et les droits sur le contenu | 35 % | | |
| N. Démontrer des habiletés de communication et des compétences interpersonnelles | Habilités de négociation | 38 % | | Générales |
| | Rédiger des documents d'affaires complexes pour persuader des auditoires sophistiqués | 38 % | | |
| | Compétences en animation | 34 % | | |
| | Habilités de présentation | 21 % | | |
| | Capacité d'écoute active | 18 % | | |
| O. Démontrer des compétences personnelles | Habilités de leadership | 32 % | | |
| | Capacité de prendre des décisions | 21 % | | |
| | Capacité d'analyse | 19 % | | |
| | Habilités en résolution de problèmes | 15 % | | |
| | Capacité de travailler en équipe | 14 % | | |

Note : Nous avons exclu les réponses « Je ne sais pas » et « Refuse de répondre ».

Le Tableau 4 de la page suivante montre les compétences nécessaires pour les producteurs et productrices de médias interactifs par rapport aux lacunes qui y sont associées. Certaines lacunes dans les compétences sont plus importantes dans les compétences les moins nécessaires, comme gérer le rendement de l'équipe (19 p. 100) et évaluer la faisabilité (13 p. 100). Par contre, il existe des lacunes importantes dans certaines des compétences les plus nécessaires comme les habiletés en résolution de problèmes (10 p. 100) et la capacité de prendre des décisions (9 p. 100).

TABLEAU 4 COMPÉTENCES NÉCESSAIRES ET LACUNES DANS LA COMPÉTENCE

| Compétence | Nécessaire | Lacune |
|--|------------|--------|
| Capacité d'écoute active | 100% | 18% |
| Capacité de prendre des décisions | 100% | 21% |
| Habilités en résolution de problèmes | 98% | 15% |
| Capacité d'analyse | 96% | 14% |
| Capacité de travailler en équipe | 96% | 19% |
| Présenter, mettre en œuvre et gérer la vision du projet | 93% | 32% |
| Définir et gérer les échéanciers et les progrès d'un projet | 91% | 27% |
| Favoriser un milieu propice à la création | 89% | 19% |
| Déterminer le processus de développement de la production | 85% | 25% |
| Gérer le processus de développement de la production | 85% | 37% |
| Réunir et consulter les clients et les groupes d'experts | 83% | 28% |
| Définir les ressources nécessaires pour un projet | 83% | 21% |
| Habilités de présentation | 81% | 21% |
| Habilités de leadership | 81% | 32% |
| Assurer la conformité à toutes les normes lors du développement de la production | 80% | 34% |
| Planifier, organiser et gérer efficacement les réunions | 78% | 19% |
| Rédiger la vision du projet | 75% | 20% |
| Établir et mesurer les critères de réussite d'un projet | 70% | 38% |
| Gérer les acquis et les droits sur le contenu | 69% | 35% |
| Habilités de négociation | 67% | 38% |
| Répondre aux demandes de propositions | 67% | 28% |
| Contribuer aux efforts de promotion du produit | 66% | 37% |
| Assurer la conformité à l'ensemble des lois, règlements, ententes et exigences | 65% | 40% |
| Établir les besoins d'un projet en ressources humaines | 64% | 25% |
| Établir les budgets d'un projet | 64% | 23% |
| Gérer les budgets d'un projet | 64% | 25% |
| Gérer le rendement de l'équipe | 63% | 18% |
| Gérer la création, la distribution et l'entretien des mises à jour du produit | 63% | 22% |
| Évaluer et gérer les risques | 61% | 31% |
| Évaluer la faisabilité et la viabilité du marché | 61% | 33% |
| Collaborer à l'élaboration de la stratégie de marketing du produit | 59% | 36% |
| Établir les objectifs de rendement de l'équipe | 59% | 24% |
| Compétences en animation | 59% | 34% |
| Établir des relations avec les intervenants | 58% | 22% |

Tableau 4 (suite)

Compétence

| | | |
|---|-----|-----|
| Recruter à l'interne et à l'externe pour combler les besoins en ressources humaines du projet | 57% | 22% |
| Gérer les relations avec les intervenants | 56% | 20% |
| Fournir le support du produit aux clients | 55% | 26% |
| Préparer l'orientation et la formation pour l'équipe du projet | 53% | 38% |
| Collaborer à l'élaboration du matériel de marketing, de relations publiques et de relations avec les médias | 49% | 38% |
| Rédiger des documents d'affaires complexes pour persuader des auditoires sophistiqués | 34% | 48% |
| Trouver et garantir les investissements et le financement | | |

Note : Les lacunes dans les compétences sont calculées à partir du Tableau 3.

Perception de lacunes dans les compétences

Nous avons demandé aux producteurs et productrices de médias interactifs de nous dire quelles étaient, selon eux, les principales lacunes dans la formation destinée aux producteurs et productrices aujourd'hui et à l'avenir (voir le Tableau 5 ci-dessous). Le mot à mot des réponses à cette question se retrouve à l'Annexe C.

- Les producteurs et productrices de médias interactifs considèrent que leurs plus grands besoins de formation aujourd'hui et à l'avenir sont liés aux compétences permettant d'adopter les technologies nouvelles et émergentes (16 p. 100), les compétences en programmation sur différentes plateformes (10 p. 100), les compétences en gestion de projet (10 p. 100) et les compétences en programmation Web (10 p. 100).
- Une personne sur dix (11 p. 100) a dit ne pas avoir de besoins de formation pour le moment.

TABLEAU 5 LACUNES DANS LA FORMATION DÉFINIES PAR LES PRODUCTEURS ET PRODUCTRICES DE MÉDIAS INTERACTIFS

| Compétence | % |
|---|----------|
| Adopter les technologies nouvelles et émergentes | 16 % |
| Aucune | 11 % |
| Programmation sur différentes plateformes | 10 % |
| Compétences en gestion de projet | 10 % |
| Programmation sur le Web | 10 % |
| Compétences en pensée créatrice | 7 % |
| Flash (logiciel) | 6 % |
| Auto-amélioration et perfectionnement professionnel | 6 % |
| *Marketing dans différentes régions | 5 % |
| Conception de jeux | 5 % |
| *Recruter et gérer les besoins en ressources humaines | 4 % |
| *Capacité de travailler en équipe | 4 % |
| Création d'entreprises | 4 % |
| Communication | 4 % |

Tableau 5, (suite)

| Compétence | % |
|--|----------|
| Compétences interpersonnelles | 4 % |
| Trouver de nouvelles technologies | 4 % |
| Gestion des ressources | 4 % |
| Médias sociaux | 4 % |
| *Habilités de leadership | 3 % |
| *Marketing en ligne | 3 % |
| Animation | 3 % |
| Production de DVD | 3 % |
| Compétences en montage | 3 % |
| *Compétences en comptabilité | 1 % |
| *Élaborer une formation pour ses pairs | 1 % |
| *Gérer les droits et les acquis du contenu | 1 % |
| *Création d'un produit | 1 % |
| *Trouver du financement | 1 % |
| Création artistique | 1 % |
| Approche d'affaires | 1 % |
| Apprentissage électronique | 1 % |
| Graphisme | 1 % |
| Améliorer les compétences techniques | 1 % |
| Mash designer (logiciel) | 1 % |
| Rédaction de scénario | 1 % |

Note : Nous avons exclu les réponses « Je ne sais pas » et « Refuse de répondre ». Les pourcentages dépassent 100 p. 100 parce que les réponses multiples étaient acceptées. * Signale un des 41 compétences qui font partie de la liste.

Validation de la charte de compétences

Les 41 compétences évaluées dans la présente étude sont basées sur le tableau des compétences de base créé par le CRHSC. Afin de valider objectivement la charte de compétences, nous avons demandé aux producteurs et productrices si d'autres compétences essentielles n'étaient pas couvertes par l'étude ou deviendraient essentielles à l'avenir. Les résultats se trouvent dans le Tableau 6 ci-dessous.

Plus des deux-tiers des producteurs et productrices de médias interactifs (68 p. 100) pensent que la charte de compétences couvre l'ensemble des compétences nécessaires pour l'emploi.

Par contre, pour certains d'entre eux, acquérir des compétences en programmation et en informatique (5 p. 100) devrait faire partie de la liste.

TABLEAU 6 COMPÉTENCES PERTINENTES QUI NE FONT PAS PARTIE DU QUESTIONNAIRE

| Besoin de formation | % |
|---|------|
| Aucun | 68 % |
| Compétences en programmation et en informatique | 5 % |
| Autre | 3 % |
| Imputabilité | 1 % |
| Dessin d'architecture | 1 % |
| Éthique d'un meilleur travail | 1 % |
| Compétences en design | 1 % |
| Design interactif | 1 % |
| Atteindre les objectifs | 1 % |
| Scénario-maquette | 1 % |
| Compétences en planification stratégique | 1 % |
| Comprendre la terminologie | 1 % |

Acquisition des compétences

Après que les producteurs et productrices de médias interactifs aient indiqué s'ils possédaient une compétence ou s'ils avaient besoin de l'acquérir, nous leur avons demandé où ils l'avaient acquise et ou encore, où ils pensaient acquérir cette compétence à l'avenir. Les réponses ont été groupées en cinq catégories : autoapprentissage (de façon indépendante et pas en cours d'emploi); formation en cours d'emploi; formation non structurée, conférence, atelier; formation structurée; Inné.

Le Tableau 7 ci-dessous montre la méthode d'acquisition de chacune des compétences évaluées.

TABLEAU 7 MOYEN D'ACQUÉRIR LES COMPÉTENCES

| Compétence | En cours d'emploi | Auto-apprentissage | Structuré | Non structuré/ conférence/ atelier | Inné |
|---|--------------------------|---------------------------|------------------|---|-------------|
| Planifier, organiser et gérer efficacement les réunions | 81 % | 33 % | 22 % | 21 % | 2 % |
| Gérer la création, la distribution et l'entretien des mises à jour du produit | 80 % | 24 % | 22 % | 10 % | 0 % |
| Fournir le support du produit aux clients | 79 % | 33 % | 17 % | 5 % | 0 % |
| Réunir et consulter les clients et les groupes d'experts | 78 % | 39 % | 13 % | 15 % | 2 % |
| Assurer la conformité à toutes les normes lors du développement de la production | 78 % | 31 % | 27 % | 14 % | 0 % |
| Recruter à l'interne et à l'externe pour combler les besoins en ressources humaines du projet | 78 % | 39 % | 17 % | 24 % | 0 % |
| Définir et gérer les échéanciers et les progrès d'un projet | 77 % | 28 % | 31 % | 18 % | 0 % |
| Évaluer et gérer les risques | 76 % | 31 % | 20 % | 27 % | 0 % |
| Définir les ressources nécessaires pour un projet | 76 % | 30 % | 21 % | 14 % | 0 % |
| Répondre aux demandes de propositions | 76 % | 42 % | 19 % | 15 % | 0 % |
| Déterminer le processus de développement de la production | 75 % | 38 % | 40 % | 25 % | 0 % |
| Établir les budgets d'un projet | 75 % | 29 % | 29 % | 19 % | 0 % |
| Présenter, mettre en œuvre et gérer la vision du projet | 75 % | 45 % | 36 % | 21 % | 0 % |
| Habilités en résolution de problèmes | 75 % | 56 % | 46 % | 22 % | 3 % |
| Capacité de prendre des décisions | 74 % | 48 % | 33 % | 21 % | 4 % |
| Préparer l'orientation et la formation pour l'équipe du projet | 74 % | 24 % | 17 % | 21 % | 0 % |
| Gérer le rendement de l'équipe | 74 % | 30 % | 20 % | 12 % | 0 % |
| Capacité de travailler en équipe | 74 % | 50 % | 32 % | 19 % | 4 % |
| Collaborer à l'élaboration du matériel de marketing, de relations publiques et de relations avec les médias | 73 % | 33 % | 48 % | 30 % | 0 % |
| Contribuer aux efforts de promotion du produit | 73 % | 31 % | 31 % | 23 % | 0 % |
| Établir les besoins d'un projet en ressources humaines | 73 % | 31 % | 17 % | 23 % | 0 % |
| Assurer la conformité à l'ensemble des lois, règlements, ententes et exigences | 73 % | 26 % | 29 % | 22 % | 0 % |
| Établir les objectifs de rendement de l'équipe | 73 % | 33 % | 29 % | 20 % | 2 % |
| Gérer les budgets d'un projet | 73 % | 37 % | 37 % | 19 % | 0 % |

Tableau 7 (suite)

| Compétence | En cours d'emploi | Auto-apprentissage | Structuré | Non structuré/ conférence/ atelier | Inné |
|---|-------------------|--------------------|-----------|------------------------------------|------|
| Gérer les relations avec les intervenants | 73 % | 40 % | 11 % | 13 % | 2 % |
| Établir des relations avec les intervenants | 72 % | 39 % | 13 % | 9 % | 0 % |
| Compétences en animation | 71 % | 48 % | 32 % | 23 % | 2 % |
| Habilités de leadership | 69 % | 45 % | 19 % | 28 % | 2 % |
| Gérer le processus de développement de la production | 68 % | 41 % | 36 % | 20 % | 0 % |
| Rédiger la vision du projet | 67 % | 45 % | 37 % | 23 % | 0 % |
| Gérer les acquis et les droits sur le contenu | 66 % | 23 % | 32 % | 26 % | 0 % |
| Capacité d'analyse | 65 % | 52 % | 47 % | 17 % | 1 % |
| Rédiger des documents d'affaires complexes pour persuader des auditoires sophistiqués | 65 % | 38 % | 46 % | 30 % | 0 % |
| Habilités de négociation | 64 % | 49 % | 25 % | 32 % | 2 % |
| Établir et mesurer les critères de réussite d'un projet | 63 % | 30 % | 27 % | 20 % | 0 % |
| Collaborer à l'élaboration de la stratégie de marketing du produit | 61 % | 37 % | 37 % | 30 % | 2 % |
| Favoriser un milieu propice à la création | 61 % | 61 % | 28 % | 19 % | 1 % |
| Habilités de présentation | 59 % | 53 % | 35 % | 27 % | 2 % |
| Capacité d'écoute active | 58 % | 60 % | 19 % | 15 % | 4 % |
| Évaluer la faisabilité et la viabilité du marché | 58 % | 31 % | 29 % | 19 % | 0 % |
| Trouver et garantir les investissements et le financement | 56 % | 36 % | 32 % | 32 % | 0 % |

Note : Nous avons exclu les réponses « Je ne sais pas » et « Refuse de répondre ». Les pourcentages dépassent 100 p. 100 parce que les réponses multiples étaient acceptées.

Apprentissage en cours d'emploi

La formation en cours d'emploi est de loin la méthode d'acquisition de compétences la plus courantes des producteurs et productrices de médias interactifs. Plus de la moitié d'entre eux ont indiqué que c'était par la formation en cours d'emploi qu'ils avaient acquis ou qu'ils allaient acquérir chacune des compétences évaluées. Les producteurs et productrices de médias interactifs considèrent que la vaste majorité de toute la formation liée à leur profession se fait en cours d'emploi.

Les producteurs et productrices sont moins portés à acquérir les compétences suivantes par la formation en cours d'emploi :

- Habilités de présentation (59 p. 100);
- Capacité d'écoute active (58 p. 100);
- Comment évaluer la faisabilité et la viabilité du marché (58 p. 100);

- Comment trouver et garantir les investissements et le financement (56 p. 100).

Si l'on recoupe les tableaux, on constate les différences régionales suivantes dans l'acquisition prévue des compétences par la formation en cours d'emploi :

- Les producteurs et productrices des régions suivantes sont plus susceptibles de recourir à la formation en cours d'emploi pour acquérir les compétences suivantes :
 - Les producteurs et productrices de la Colombie-Britannique ont recours à la formation en cours d'emploi pour acquérir des habiletés en résolution de problèmes (91 p. 100), des compétences pour rédiger une vision de projet (90 p. 100), une capacité d'analyse (80 p. 100) et la capacité de travailler en équipe (82 p. 100).
 - Les producteurs et productrices de l'Ontario et de la région de l'Atlantique ont plus tendance à avoir recours à la formation en cours d'emploi pour apprendre comment établir des relations avec les intervenants (100 p. 100), comment gérer le rendement de l'équipe (100 p. 100), comment rédiger une vision de projet (88 p. 100) et pour acquérir les compétences pour présenter, mettre en œuvre et gérer la vision d'un projet (83 p. 100).
 - Les producteurs et productrices des Prairies ont plus souvent recours à la formation en cours d'emploi pour apprendre à présenter, mettre en œuvre et gérer la vision d'un projet (88 p. 100), acquérir la capacité de travailler en équipe (85 p. 100), une capacité d'analyse (82 p. 100) et les compétences pour gérer le rendement de l'équipe (80 p. 100).
- Les producteurs et productrices de médias interactifs qui travaillent à plein temps ont plus tendance à avoir recours à la formation en cours d'emploi pour acquérir les compétences leur permettant d'assurer la conformité à toutes les normes lors du développement de la production (85 p. 100), apprendre comment gérer les acquis et les droits sur le contenu (73 p. 100) et comment collaborer à l'élaboration de la stratégie de marketing du produit (72 p. 100).

Autoapprentissage

Les producteurs et productrices de médias interactifs utilisent assez couramment l'autoapprentissage ou l'apprentissage indépendant comme méthode d'apprentissage. Les deux compétences les plus couramment acquises par autoapprentissage sont favoriser un milieu propice à la création (61 p. 100) et la capacité d'écoute active (60 p. 100).

En croisant les tableaux, on peut faire les observations suivantes :

- Les producteurs et productrices de médias interactifs qui travaillent dans le domaine depuis six à dix ans sont plus susceptibles d'avoir recours à l'autoapprentissage pour apprendre comment gérer le rendement de l'équipe (60 p. 100), acquérir des habiletés de négociation (75 p. 100) et rédiger des documents d'affaires complexes pour persuader des auditoires sophistiqués (70 p. 100).

Formation structurée

Bien que la formation structurée au collège ou à l'université soit assez courante dans le cheminement de carrière des producteurs et productrices de médias interactifs, ils n'attribuent pas nécessairement l'acquisition de compétences à la formation structurée. Plus du tiers des producteurs et productrices de médias interactifs interrogés (39 p. 100) ont suivi une forme ou une autre de formation structurée, mais par contre, pas plus de 48 p. 100 d'entre eux ont acquis ou prévoient acquérir une ou l'autre des compétences grâce à la formation structurée.

Plus du tiers des producteurs et productrices de médias interactifs (39 p. 100) ont cité la formation structurée comme méthode par laquelle ils ont acquis ou prévoient acquérir les compétences suivantes :

- Comment collaborer à l'élaboration du matériel de marketing, de relations publiques et de relations avec les médias (48 p. 100);
- Capacité d'analyse (47 p. 100);
- Habilités en résolution de problèmes (46 p. 100);
- Comment rédiger des documents d'affaires complexes pour persuader des auditoires sophistiqués (46 p. 100).

En recoupant les tableaux, on peut faire les observations suivantes :

- Les employeurs sont plus susceptibles d'avoir acquis ou de prévoir acquérir les compétences suivantes par la formation structurée :
 - Comment déterminer le processus de développement de la production (53 p. 100);
 - Comment collaborer à l'élaboration du matériel de marketing, de relations publiques et de relations avec les médias (65 p. 100).

Formation non structurée

La formation non structurée (ateliers, conférences et séminaires) n'est pas une méthode de formation particulièrement courante pour acquérir des compétences en production de médias interactifs. Moins du tiers des producteurs et productrices de médias interactifs ont acquis une compétence grâce à la formation non structurée.

En recoupant les tableaux, on peut faire l'observation suivante :

- Les producteurs et productrices de médias interactifs qui travaillent à plein temps sont plus susceptibles d'avoir recours à la formation non structurée pour acquérir les compétences nécessaires pour assurer la conformité à toutes les normes lors du développement de la production (20 p. 100).

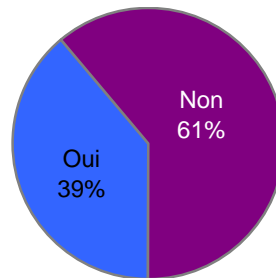
Compétence innée

La catégorie innée, ou « né avec cette compétence », a été ajoutée au questionnaire. Il s'agit de compétences que le producteur ou la productrice a ou n'a pas. Le premier ensemble de compétences définies comme innées comprend la capacité de prendre des décisions, la capacité de travailler en équipe et la capacité d'écoute active (4 p. 100 chacune).

Formation des producteurs ou des productrices

Le Tableau 8 ci-dessous montre que près des deux cinquièmes des producteurs et productrices de médias interactifs (39 p. 100) ont participé à un programme de formation structurée au collège ou à l'université.

TABLEAU 8 PARTICIPATION À LA FORMATION STRUCTURÉE DES PRODUCTEURS ET PRODUCTRICES DE MÉDIAS INTERACTIFS



Les producteurs et productrices de médias interactifs qui ont suivi une formation structurée, ont choisi plus souvent des programmes collégiaux que des programmes universitaires (voir le Tableau 9 ci-dessous).

TABLEAU 9 ÉTABLISSEMENTS DE FORMATION

| Établissement | Nombre |
|--|---------------|
| Algonquin College | 2 |
| Institut national de l'image et du son (INIS) | 2 |
| Red River College | 2 |
| Sheridan College | 2 |
| Université du Québec à Montréal | 2 |
| Assiniboine Community College | 1 |
| Centre canadien du film | 1 |
| Cégep St-Jean-sur-Richelieu | 1 |
| Centennial College | 1 |
| Chalmers University of Technology (Suède) | 1 |
| Collège Bart | 1 |
| Collège de Bois-de-Boulogne | 1 |
| Université Concordia | 1 |
| Durham College | 1 |
| Fanshawe College | 1 |
| Holland College | 1 |
| Humber College | 1 |
| International Academy of Design and Technology | 1 |
| National Animation and Design (NAD) Centre | 1 |
| Robertson College | 1 |
| Saskatchewan Institute of Applied Science and Technology | 1 |
| Seneca College | 1 |
| Southern Alberta Institute of Technology | 1 |
| Seneca College | 1 |
| University of British Columbia, Emily Carr University and Capilano University (diplôme conjoint) | 1 |
| University of British Columbia | 1 |
| University of Manitoba | 1 |
| University of Regina | 1 |
| University of Saskatchewan | 1 |
| University of Waterloo | 1 |
| Western Ontario University | 1 |
| Winnipeg Technical College | 1 |
| York University | 1 |

Note : Les calculs sont basés sur 31 questionnaires.

Comme le montre le Tableau 10 ci-dessous, parmi les 81 producteurs et productrices de médias interactifs interrogés, seulement 37 ont suivi un programme de formation. Ils ont principalement étudié en graphisme, en technologie de l'information et en technique d'animation 3D.

TABLEAU 10 NOM DU PROGRAMME DE FORMATION

| Nom du programme | Nombre de personnes |
|---|---------------------|
| Graphisme | 3 |
| Technologie de l'information | 2 |
| Techniques d'animation 3D | 2 |
| Animation | 1 |
| Baccalauréat en communication | 1 |
| Baccalauréat en design | 1 |
| Baccalauréat en beaux-arts | 1 |
| Baccalauréat en arts médiatiques (cinéma, vidéo et médias intégrés) | 1 |
| Certificat en administration du divertissement | 1 |
| CFC Media Lab | 1 |
| Production de données | 1 |
| Département des arts plastiques et musique | 1 |
| Technologie du multimédia numérique | 1 |
| Médias interactifs numériques | 1 |
| Maîtrise en communication (médias interactifs) | 1 |
| Maîtrise en arts (études des médias) | 1 |
| Maîtrise en technologie de l'éducation | 1 |
| Maîtrise en technologie éducative | 1 |
| Maîtrise en sciences et en technologie appliquée | 1 |
| Média Interactif – institut | 1 |
| Production média – Audio, vidéo et multimédia | 1 |
| Ressources médiatiques | 1 |
| Programme de multimédia | 1 |
| Nouveaux médias | 1 |
| Object Oriented Software Developer | 1 |
| Génie logiciel | 1 |
| Conception et développement de jeux vidéos | 1 |
| Conception Web | 1 |
| Conception et développement de sites Web | 1 |

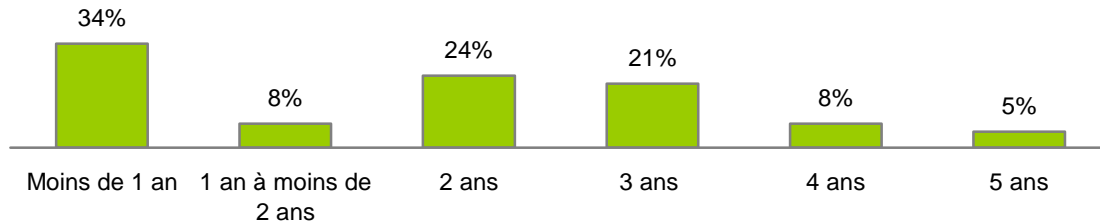
Note : Nous avons exclu les réponses « Je ne sais pas » et « Refuse de répondre ». Les réponses multiples étaient acceptées. Les chiffres sont basés sur les réponses de 37 producteurs et productrices qui ont indiqué dans quel programme ils ont étudié.

La plupart des programmes ont une durée de moins d'un an à deux ans (Tableau 11).

TABLEAU 11 DURÉE DES PROGRAMMES DE FORMATION

Moyenne : 1,93 an

Médiane : 2,00 ans

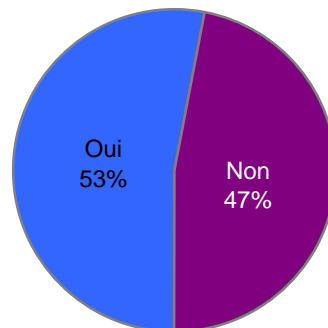


Note : Nous avons exclu les réponses « Je ne sais pas » et « Refuse de répondre ». Les pourcentages dépassent 100 p. 100 parce que les réponses multiples étaient acceptées. Les pourcentages sont basés sur 31 questionnaires.

Perfectionnement professionnel des répondantes et répondants

Plus de la moitié des producteurs et productrices de médias interactifs (53 p. 100) ont participé à de la formation non structurée, comme une conférence ou un atelier, au cours de la dernière année (voir le Tableau 12 ci-dessous).

TABLEAU 12 PARTICIPATION À UNE CONFÉRENCE OU À UN ATELIER – DERNIÈRE ANNÉE



Nous avons demandé aux producteurs et productrices de médias interactifs qui ont assisté à une conférence ou à un atelier au cours de la dernière année sur quel compétence ou ensemble de compétences portait la formation (voir Tableau 13). Le mot à mot des réponses se trouve à l'Annexe C.

Les conférences et les ateliers portaient sur le marketing (19 p. 100), le réseautage social, la mise à niveau des compétences acquises et l'apprentissage des technologies émergentes (14 p. 100 chacun).

TABLEAU 13 PERFECTIONNEMENT PROFESSIONNEL – ENSEMBLE DE COMPÉTENCES

| Compétence ou ensemble de compétences | % |
|---|------|
| Compétences en marketing | 19 % |
| Technologies émergentes | 14 % |
| Compétences en réseautage social | 14 % |
| Mise à niveau des compétences acquises | 14 % |
| Gestion de projet | 9 % |
| Compétences en création Web | 9 % |
| Compétences en gestion des affaires | 7 % |
| Compétences en informatique | 7 % |
| Compétences en gestion | 7 % |
| Compétences en production | 7 % |
| Compétences en communication | 5 % |
| Compétences en gestion financière | 5 % |
| Habilités de leadership | 5 % |
| Compétences en <i>storytelling</i> | 5 % |
| Gestion des relations avec la clientèle | 2 % |
| Compétences en conception de jeux | 2 % |
| Compétences en investissement | 2 % |
| Essais de modélisation | 2 % |
| Habilités de motivation | 2 % |
| Habilités de négociation | 2 % |
| Habilités de présentation | 2 % |
| Compétences en programmation | 2 % |
| Compétences en gestion du temps | 2 % |
| Missions commerciales | 2 % |
| Comprendre la loi | 2 % |

Note : Nous avons exclu les réponses « Je ne sais pas » et « Refuse de répondre ». Les réponses multiples étaient acceptées. Les pourcentages sont basés sur 43 questionnaires.

On demandait aussi aux personnes qui ont assisté à une conférence ou à un atelier qui offrait la formation non structurée (voir le Tableau 14).

Comme le montre le Tableau 14, les organismes qui offrent des conférences, des ateliers et des séminaires pour les producteurs et productrices de médias interactifs qui ont été mentionnés le plus souvent sont la conférence des Game Developers et la conférence nextMEDIA.

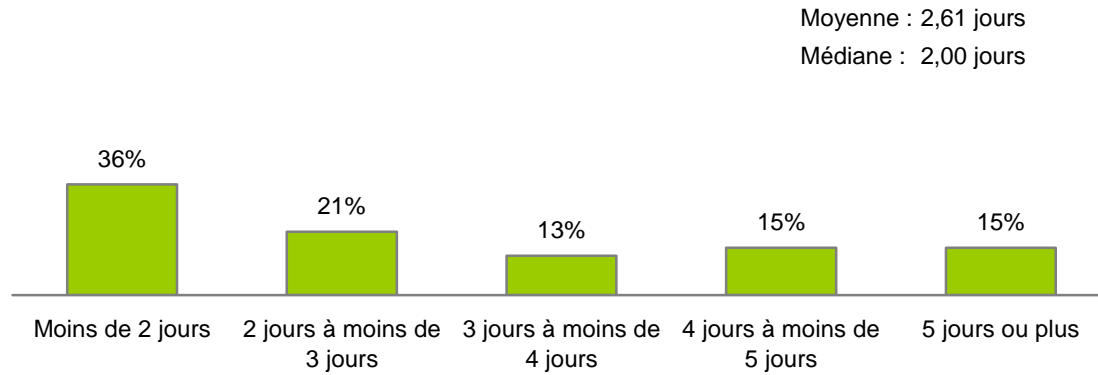
TABLEAU 14 ORGANISMES DE PERFECTIONNEMENT PROFESSIONNEL

| Organisme | Nombre |
|---|---------------|
| Game Developers Conference | 4 |
| nextMEDIA | 4 |
| Sommet international du jeu de Montréal | 3 |
| New Media BC | 3 |
| Banff Centre | 2 |
| Interactive Ontario | 2 |
| American Institute of Graphic Arts | 1 |
| Art Direct Gil | 1 |
| Association for Educational Communications and Technology | 1 |
| Atlantic Internet Marketing (AIM) | 1 |
| Ambassade canadienne | 1 |
| Réseau canadien pour l'innovation en éducation | 1 |
| Deborah Black Communications | 1 |
| Digital Alberta | 1 |
| Edmonton Flash User Group | 1 |
| Final Cut MTL | 1 |
| Flash in the Can (FITC) | 1 |
| Future Media Concepts, Inc. | 1 |
| HOW Magazine | 1 |
| Info Press Communication | 1 |
| Interactive Content Exchange | 1 |
| International Game Developer Association | 1 |
| International Market Association | 1 |
| National Association of Broadcasters | 1 |
| Project Management Institute | 1 |
| South by Southwest | 1 |
| Université du Québec | 1 |
| Virtual world online multi player game | 1 |

Note : Nous avons exclu les réponses « Je ne sais pas » et « Refuse de répondre ». Les réponses multiples étaient acceptées. Les calculs sont basés sur 43 questionnaires.

La plupart des cours de perfectionnement professionnel durent moins de deux jours (voir Tableau 15 ci-dessous).

TABLEAU 15 DURÉE DE LA FORMATION NON STRUCTURÉE



Note : Les pourcentages sont basés sur 39 questionnaires.

Offres de formation

Douze entrevues ont été effectuées avec des représentantes ou représentants d'établissements de formation au sujet de leurs offres de formation pour les producteurs et productrices de médias interactifs. Dans la mesure du possible, ces entrevues étaient faites avec des cadres supérieurs qui connaissaient bien le contenu des programmes offerts par leur établissement. Les résultats visaient à obtenir un aperçu général des offres de formation et non pas à évaluer la qualité et le type de formation offerte (pratique ou théorique, par exemple).

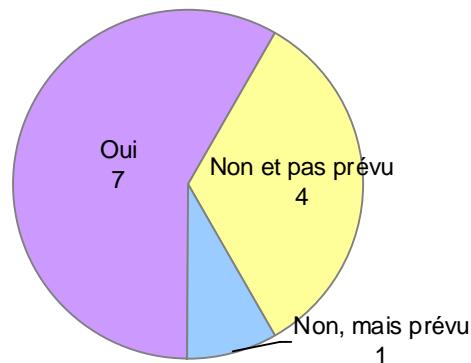
Formation structurée

Stages

Comme le montre le Tableau 16 ci-dessous, sept des établissements de formation offraient des stages aux étudiants et étudiantes en médias interactifs. Parmi ceux qui n'offraient pas de stages, un seul établissement avait l'intention d'en offrir à l'avenir.

TABLEAU 16 STAGES

Offrez-vous des stages à vos étudiants et étudiantes en réalisation
de cinéma et de télévision?



Contenu du programme d'études

On demandait aussi aux cadres supérieurs des établissements de formation si leur programme offrait de la formation pour chacune des compétences évaluées par la présente étude. Le Tableau 17 montre que 11 des 41 compétences sont enseignées par l'ensemble des 12 établissements. Les compétences nécessaires pour trouver et garantir les investissements et le financement, gérer la création, la distribution et l'entretien des mises à jour du produit, recruter à l'interne et à l'externe pour combler les besoins en ressources humaines du projet et fournir le support du produit aux clients sont enseignées par moins d'établissements.

TABLEAU 17 CONTENU DU PROGRAMME D'ÉTUDES

| Compétences | Nombre d'établissements (sur 12) |
|--|---|
| Établir les besoins d'un projet en ressources humaines | 12 |
| Définir et gérer les échéanciers et les progrès d'un projet | 12 |
| Établir et mesurer les critères de réussite d'un projet | 12 |
| Déterminer le processus de développement de la production | 12 |
| Établir les objectifs de rendement de l'équipe | 12 |
| Favoriser un milieu propice à la création | 12 |
| Définir les ressources nécessaires pour un projet | 12 |
| Gérer le processus de développement de la production | 12 |
| Gérer le rendement de l'équipe | 12 |
| Présenter, mettre en œuvre et gérer la vision du projet | 12 |
| Habiletés en résolution de problèmes | 12 |
| Capacité d'analyse | 11 |
| Capacité de prendre des décisions | 11 |
| Gérer les acquis et les droits sur le contenu | 11 |
| Planifier, organiser et gérer efficacement les réunions | 11 |
| Habiletés de présentation | 11 |
| Capacité de travailler en équipe | 11 |
| Rédiger la vision du projet | 11 |
| Capacité d'écoute active | 10 |
| Évaluer la faisabilité et la viabilité du marché | 10 |
| Assurer la conformité à toutes les normes lors du développement de la production | 10 |
| Réunir et consulter les clients et les groupes d'experts | 9 |
| Établir les budgets d'un projet | 9 |
| Habiletés de leadership | 9 |
| Gérer les budgets d'un projet | 9 |
| Gérer les relations avec les intervenants | 9 |
| Répondre aux demandes de propositions | 9 |
| Évaluer et gérer les risques | 8 |
| Établir des relations avec les intervenants | 8 |
| Collaborer à l'élaboration de la stratégie de marketing du produit | 7 |
| Préparer l'orientation et la formation pour l'équipe du projet | 7 |
| Assurer la conformité à l'ensemble des lois, règlements, ententes et exigences | 7 |
| Compétences en animation | 7 |

Tableau 17 (suite)

| | |
|---|---|
| Collaborer à l'élaboration du matériel de marketing, de relations publiques et de relations avec les médias | 6 |
| Contribuer aux efforts de promotion du produit | 6 |
| Habilités de négociation | 6 |
| Rédiger des documents d'affaires complexes pour persuader des auditoires sophistiqués | 6 |
| Trouver et garantir les investissements et le financement | 5 |
| Gérer la création, la distribution et l'entretien des mises à jour du produit | 5 |
| Recruter à l'interne et à l'externe pour combler les besoins en ressources humaines du projet | 5 |
| Fournir le support du produit aux clients | 4 |

Le Tableau 18 ci-dessous présente le sommaire des offres de formation par établissement de formation.

TABLEAU 18 FORMATION OFFERTE POUR ACQUÉRIR LES COMPÉTENCES

| Compétence | Banff Centre, Banff New Media Institute | Capilano University | Centennial College | Durham College | Holland College | Institut national de l'image et du son | National Academy and Design (NAD) Centre | Red River College | Saskatchewan Institute of Applied Science and Technology | Sheridan College | Université du Nouveau-Brunswick | Vancouver Film School |
|--|---|---------------------|--------------------|----------------|-----------------|--|--|-------------------|--|------------------|---------------------------------|-----------------------|
| Rédiger la vision du projet | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Présenter, mettre en œuvre et gérer la vision du projet | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Déterminer le processus de développement de la production | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Gérer le processus de développement de la production | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Assurer la conformité à toutes les normes lors du développement de la production | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | |
| Favoriser un milieu propice à la création | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Évaluer la faisabilité et la viabilité du marché | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ |
| Réunir et consulter les clients et les groupes d'experts | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | DK | | |
| Trouver et garantir les investissements et le financement | ✓ | | ✓ | | ✓ | ✓ | | | | ✓ | | |
| Répondre aux demandes de propositions | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | | ✓ |
| Établir et mesurer les critères de réussite d'un projet | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Définir les ressources nécessaires pour un projet | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Définir et gérer les échéanciers et les progrès d'un projet | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Évaluer et gérer les risques | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | | ✓ | | ✓ |
| Établir les budgets d'un projet | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | | ✓ | | ✓ |
| Gérer les budgets d'un projet | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | | ✓ | | ✓ |

ksquared



Tableau 18 (suite)

| Compétence | Banff Centre, Banff New Media Institute | Capilano University | Centennial College | Durham College | Holland College | Institut national de l'image et du son | National Academy and Design (NAD) Centre | Red River College | Saskatchewan Institute of Applied Science and Technology | Sheridan College | Université du Nouveau-Brunswick | Vancouver Film School |
|---|---|---------------------|--------------------|----------------|-----------------|--|--|-------------------|--|------------------|---------------------------------|-----------------------|
| Établir les besoins d'un projet en ressources humaines | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Recruter à l'interne et à l'externe pour combler les besoins en ressources humaines du projet | ✓ | | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | | | | | |
| Préparer l'orientation et la formation pour l'équipe du projet | ✓ | | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | | |
| Gérer les acquis et les droits sur le contenu | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Établir les objectifs de rendement de l'équipe | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Gérer le rendement de l'équipe | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Établir des relations avec les intervenants | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | | |
| Gérer les relations avec les intervenants | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | |
| Collaborer à l'élaboration de la stratégie de marketing du produit | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | | | ✓ | ✓ | |
| Collaborer à l'élaboration du matériel de marketing, de relations publiques et de relations avec les médias | ✓ | | ✓ | | ✓ | ✓ | | | | ✓ | ✓ | |
| Contribuer aux efforts de promotion du produit | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | | | ✓ | | |
| Fournir le support du produit aux clients | | | ✓ | ✓ | ✓ | | | | ✓ | | | |
| Gérer la création, la distribution et l'entretien des mises à jour du produit | | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | | | ✓ | | |
| Assurer la conformité à l'ensemble des lois, règlements, ententes et exigences | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | | |
| Planifier, organiser et gérer efficacement les réunions | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Capacité d'écoute active | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Habiletés de présentation | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |

Tableau 18 (suite)

| Compétence | Banff Centre, Banff New Media Institute | Capilano University | Centennial College | Durham College | Holland College | Institut national de l'image et du son | National Academy and Design (NAD) Centre | Red River College | Saskatchewan Institute of Applied Science and Technology | Sheridan College | Université du Nouveau-Brunswick | Vancouver Film School |
|---|---|---------------------|--------------------|----------------|-----------------|--|--|-------------------|--|------------------|---------------------------------|-----------------------|
| Habilités de négociation | | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | | |
| Rédiger des documents d'affaires complexes pour persuader des auditoires sophistiqués | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | | | | | ✓ |
| Compétences en animation | ✓ | | ✓ | | ✓ | | | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Habilités de leadership | | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Habilités en résolution de problèmes | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Capacité de prendre des décisions | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Capacité de travailler en équipe | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Capacité d'analyse | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |

Lacunes dans la formation

L'ensemble des 12 établissements de formation ont répondu à la question portant sur les besoins de formation les plus importants pour les producteurs et productrices de médias interactifs aujourd'hui et dans un avenir rapproché. Les besoins les plus importants qui ont été mentionnés se retrouvent dans le Tableau 19 ci-dessous. Les lacunes dans les programmes d'études sont liées aux compétence suivantes : se tenir à jour sur les nouvelles technologies, la capacité de collaboration ainsi que la pensée créative ou habiletés en résolution de problèmes et la formation spécialisée.

TABLEAU 19 LACUNES DANS LA FORMATION CITÉES PAR LES ÉTABLISSEMENTS DE FORMATION STRUCTURÉE

| |
|---|
| Se tenir à jour sur les nouvelles technologies et compétences (4). |
| Pensée créative ou habiletés en résolution de problèmes (4). |
| Capacité de collaboration (4). |
| Mettre l'accent sur la formation spécialisée plutôt que sur la formation générale (4). |
| Trouver Des sources de financement. |
| Gestion de projet (gérer les ressources humaines et financières). |
| Comprendre les droits sur la propriété intellectuelle. |
| S'assurer que les diplômés sont prêts pour le marché du travail. |
| Posséder un ensemble de compétences diversifiées pour travailler sur différentes plateformes. |

Obstacles à la formation

Nous avons demandé aux représentantes et représentants des établissements de formation structurée si des obstacles les empêchaient d'offrir davantage de formation pour les producteurs et productrices de médias interactifs. Ils ont cité le financement pour faire fonctionner les programmes et pour répondre aux besoins en matière de technologies ainsi que le fait de « produire » des diplômés qui répondent à la demande en matière d'emploi (ne pas surcharger le marché) représentaient les trois principaux obstacles les empêchant d'offrir plus de formation en production de médias interactifs.

Analyse des lacunes dans la formation

Analyse des offres de formation

Parmi les douze établissements de formation recensés, trois sont situés en Ontario et il y a deux dans chacune des régions suivantes : Québec, Colombie-Britannique et Atlantique (Île-du-Prince-Édouard et Nouveau-Brunswick), une en Alberta, une en Saskatchewan et une au Manitoba. La Nouvelle-Écosse offre également de la formation structurée, mais les offres de formation de cette province n'ont pas été intégrées à la présente étude.

Analyse des lacunes dans les compétences

Le Tableau 20 ci-dessous montre les lacunes dans les compétences, c'est-à-dire le pourcentage de producteurs et productrices qui disent avoir besoin de cette compétence (exigée et à acquérir). Les cinq colonnes de droite portent sur les moyens prévus pour acquérir cette compétence.

- La formation en cours d'emploi est le moyen de formation le plus courant par lequel les producteurs et productrices de médias interactifs prévoient acquérir les compétences nécessaires.
- L'autoapprentissage est le moyen d'acquisition d'une compétence le moins courant.

TABLEAU 20 LACUNES DANS LES COMPÉTENCES ET MOYEN PRÉVU POUR LES ACQUÉRIR

| Compétences | Lacune | Besoin (N) | Attentes pour combler les lacunes dans les compétences | | | | |
|---|--------|------------|--|--------------------|----------------------|--------------------------|-------------|
| | | | En cours d'emploi | Auto-apprentissage | Formation structurée | Formation non structurée | Ne sais pas |
| Trouver et garantir les investissements et le financement | 48 % | 13 | 5 | 4 | 5 | 6 | 0 |
| Assurer la conformité à l'ensemble des lois, règlements, ententes et exigences | 40 % | 21 | 12 | 5 | 8 | 9 | 0 |
| Collaborer à l'élaboration du matériel de marketing, de relations publiques et de relations avec les médias | 38 % | 15 | 10 | 3 | 5 | 7 | 0 |
| Établir et mesurer les critères de réussite d'un projet | 38 % | 21 | 13 | 4 | 6 | 10 | 0 |
| Habilités de négociation | 38 % | 20 | 13 | 6 | 8 | 12 | 0 |
| Rédiger des documents d'affaires complexes pour persuader des auditoires sophistiqués | 38 % | 14 | 7 | 5 | 11 | 5 | 0 |
| Contribuer aux efforts de promotion du produit | 37 % | 19 | 11 | 3 | 6 | 9 | 0 |
| Déterminer le processus de développement de la production | 37 % | 25 | 18 | 8 | 11 | 9 | 0 |
| Collaborer à l'élaboration de la stratégie de marketing du produit | 36 % | 17 | 9 | 5 | 9 | 11 | 0 |
| Gérer les acquis et les droits sur le contenu | 35 % | 19 | 9 | 2 | 7 | 12 | 0 |
| Assurer la conformité à toutes les normes lors du développement de la production | 34 % | 22 | 19 | 4 | 4 | 6 | 0 |
| Évaluer la faisabilité et la viabilité du marché | 33 % | 16 | 9 | 4 | 6 | 8 | 0 |
| Habilités de leadership | 32 % | 21 | 16 | 9 | 6 | 11 | 0 |
| Présenter, mettre en œuvre et gérer la vision du projet | 32 % | 24 | 20 | 13 | 9 | 7 | 0 |
| Évaluer et gérer les risques | 31 % | 15 | 10 | 3 | 3 | 10 | 0 |
| Préparer l'orientation et la formation pour l'équipe du projet | 29 % | 12 | 9 | 2 | 3 | 6 | 0 |
| Réunir et consulter les clients et les groupes d'experts | 28 % | 19 | 15 | 5 | 4 | 7 | 0 |
| Répondre aux demandes de propositions | 28 % | 15 | 11 | 6 | 1 | 4 | 0 |
| Définir et gérer les échéanciers et les progrès d'un projet | 27 % | 20 | 14 | 5 | 3 | 8 | 0 |
| Fournir le support du produit aux clients | 26 % | 11 | 9 | 3 | 1 | 2 | 0 |

Tableau 20 (suite)

| Compétences | Lacune | Besoin | Attentes pour combler les lacunes dans les compétences | | | | |
|---|--------|--------|--|--------------------|----------------------|--------------------------|-------------|
| | | | En cours d'emploi | Auto-apprentissage | Formation structurée | Formation non structurée | Ne sais pas |
| Fournir le support du produit aux clients | 26 % | 11 | 9 | 3 | 1 | 2 | 0 |
| Établir les besoins d'un projet en ressources humaines | 25 % | 13 | 8 | 4 | 2 | 9 | 0 |
| Établir les budgets d'un projet | 25 % | 13 | 10 | 3 | 2 | 7 | 0 |
| Gérer le processus de développement de la production | 25 % | 17 | 13 | 7 | 4 | 7 | 0 |
| Établir les objectifs de rendement de l'équipe | 24 % | 11 | 6 | 3 | 4 | 5 | 0 |
| Gérer les budgets d'un projet | 23 % | 12 | 8 | 5 | 4 | 6 | 0 |
| Établir des relations avec les intervenants | 22 % | 10 | 7 | 3 | 4 | 3 | 0 |
| Gérer la création, la distribution et l'entretien des mises à jour du produit | 22 % | 11 | 10 | 2 | 3 | 3 | 0 |
| Recruter à l'interne et à l'externe pour combler les besoins en ressources humaines du projet | 22 % | 10 | 7 | 4 | 4 | 8 | 0 |
| Capacité de prendre des décisions | 21 % | 17 | 16 | 6 | 6 | 5 | 0 |
| Définir les ressources nécessaires pour un projet | 21 % | 14 | 8 | 6 | 4 | 7 | 0 |
| Habilités de présentation | 21 % | 14 | 11 | 5 | 5 | 7 | 0 |
| Gérer les relations avec les intervenants | 20 % | 9 | 8 | 1 | 2 | 2 | 0 |
| Rédiger la vision du projet | 20 % | 12 | 9 | 5 | 5 | 5 | 0 |
| Capacité d'analyse | 19 % | 15 | 12 | 7 | 6 | 5 | 0 |
| Favoriser un milieu propice à la création | 19 % | 14 | 13 | 7 | 3 | 3 | 0 |
| Planifier, organiser et gérer efficacement les réunions | 19 % | 12 | 10 | 4 | 2 | 5 | 0 |
| Capacité d'écoute active | 18 % | 14 | 10 | 5 | 3 | 5 | 0 |
| Gérer le rendement de l'équipe | 18 % | 9 | 6 | 2 | 2 | 2 | 0 |
| Habilités en résolution de problèmes | 15 % | 12 | 11 | 7 | 8 | 5 | 0 |
| Capacité de travailler en équipe | 14 % | 11 | 11 | 4 | 3 | 4 | 0 |

Note : Les chiffres de la rubrique « Attentes pour combler les lacunes dans les compétences » sont ceux du nombre de répondants qui ont encore besoin d'acquérir une compétence spécifique, répartis selon la méthode prévue pour acquérir cette compétence. La somme des cinq dernières colonnes (horizontalement) peut dépasser le nombre de répondants parce que les réponses multiples étaient acceptées.

Comblent les lacunes dans les compétences : établissements de formation

Le Tableau 21 ci-dessous montre les éléments suivants pour chacune des compétences évaluées dans la présente étude :

- les lacunes dans les compétences;
- le nombre de répondantes et répondants qui disent avoir besoin d'acquérir la compétence;
- le nombre de producteurs et productrices de médias interactifs qui disent avoir besoin de cette compétence et qui prévoient l'acquérir par la formation;
- le nombre d'établissements de formation qui offrent cette formation (sur un total de 12).

Le quart des compétences évaluées (11 sur 41) sont enseignées par l'ensemble des 12 établissements de formation structurée recensés. Pour chacune des compétences, il n'y a jamais moins de quatre établissements qui offrent la formation.

TABLEAU 21 ANALYSE : LACUNES DANS LES COMPÉTENCES, BESOIN D'ACQUÉRIR CETTE COMPÉTENCE, OFFRES DE FORMATION

| Compétences | Lacune | Besoin (N) | Comblée par la formation ? | Établissements qui l'offrent (sur 12) |
|---|--------|------------|----------------------------|---------------------------------------|
| Trouver et garantir les investissements et le financement | 48 % | 13 | 5 | 5 |
| Assurer la conformité à l'ensemble des lois, règlements, ententes et exigences | 40 % | 21 | 8 | 7 |
| Collaborer à l'élaboration du matériel de marketing, de relations publiques et de relations avec les médias | 38 % | 15 | 5 | 6 |
| Établir et mesurer les critères de réussite d'un projet | 38 % | 21 | 6 | 12 |
| Habiletés de négociation | 38 % | 20 | 8 | 6 |
| Rédiger des documents d'affaires complexes pour persuader des auditoires sophistiqués | 38 % | 14 | 11 | 6 |
| Contribuer aux efforts de promotion du produit | 37 % | 19 | 6 | 6 |
| Déterminer le processus de développement de la production | 37 % | 25 | 11 | 12 |
| Collaborer à l'élaboration de la stratégie de marketing du produit | 36 % | 17 | 9 | 7 |
| Gérer les acquis et les droits sur le contenu | 35 % | 19 | 7 | 11 |
| Assurer la conformité à toutes les normes lors du développement de la production | 34 % | 22 | 4 | 10 |
| Compétences en animation | 34 % | 15 | 8 | 7 |
| Évaluer la faisabilité et la viabilité du marché | 33 % | 16 | 6 | 10 |
| Habiletés de leadership | 32 % | 21 | 6 | 9 |
| Présenter, mettre en œuvre et gérer la vision du projet | 32 % | 24 | 9 | 12 |
| Évaluer et gérer les risques | 31 % | 15 | 3 | 8 |
| Préparer l'orientation et la formation pour l'équipe du projet | 29 % | 12 | 3 | 7 |
| Réunir et consulter les clients et les groupes d'experts | 28 % | 19 | 4 | 9 |
| Répondre aux demandes de propositions | 28 % | 15 | 1 | 9 |
| Définir et gérer les échéanciers et les progrès d'un projet | 27 % | 20 | 3 | 12 |
| Fournir le support du produit aux clients | 26 % | 11 | 1 | 4 |
| Établir les besoins d'un projet en ressources humaines | 25 % | 13 | 2 | 12 |
| Établir les budgets d'un projet | 25 % | 13 | 2 | 9 |
| Gérer le processus de développement de la production | 25 % | 17 | 4 | 12 |

Tableau 21 (suite)

| Compétences | Lacune | Besoin (N) | Comblée par la formation structurée ? | Nombre d'établissements qui l'offrent (sur 12) |
|---|---------------|-------------------|--|---|
| Établir les objectifs de rendement de l'équipe | 24 % | 11 | 4 | 12 |
| Gérer les budgets d'un projet | 23 % | 12 | 4 | 9 |
| Établir des relations avec les intervenants | 22 % | 10 | 4 | 8 |
| Gérer la création, la distribution et l'entretien des mises à jour du produit | 22 % | 11 | 3 | 5 |
| Recruter à l'interne et à l'externe pour combler les besoins en ressources humaines du projet | 22 % | 10 | 4 | 5 |
| Capacité de prendre des décisions | 21 % | 17 | 6 | 11 |
| Définir les ressources nécessaires pour un projet | 21 % | 14 | 4 | 12 |
| Habiletés de présentation | 21 % | 14 | 5 | 11 |
| Gérer les relations avec les intervenants | 20 % | 9 | 2 | 9 |
| Rédiger la vision du projet | 20 % | 12 | 5 | 11 |
| Capacité d'analyse | 19 % | 15 | 6 | 11 |
| Favoriser un milieu propice à la création | 19 % | 14 | 3 | 12 |
| Planifier, organiser et gérer efficacement les réunions | 19 % | 12 | 2 | 11 |
| Capacité d'écoute active | 18 % | 14 | 3 | 10 |
| Gérer le rendement de l'équipe | 18 % | 9 | 2 | 12 |
| Habiletés en résolution de problèmes | 15 % | 12 | 8 | 12 |
| Capacité de travailler en équipe | 14 % | 11 | 3 | 11 |

Lacunes dans la formation : compétence par compétence

Dans les pages qui suivent, nous analysons les 41 compétences mesurées en regard des éléments suivants :

- L'importance de la lacune dans la compétence;
- Le pourcentage de producteurs et productrices de médias interactifs qui disent que cette compétence est nécessaire pour effectuer leur travail;
- Comment les producteurs et productrices de médias interactifs prévoient combler une lacune (formation en cours d'emploi, formation structurée, formation non structurée, autoapprentissage, etc.) et toute analyse de recoupement significative;
- Le nombre d'établissements et d'organismes qui offrent de la formation pour chacune des compétences. Nous avons effectué 12 entrevues avec des représentantes ou représentants d'établissements de formation. Notons, une fois encore, que l'analyse des lacunes dans la formation ne portait pas sur la qualité et le type de formation (formation pratique ou formation théorique, par exemple);
- Le pourcentage de l'ensemble des producteurs et productrices de médias interactifs qui considèrent que cette compétence représente leur principal besoin de formation, actuellement et dans un avenir rapproché.

Trouver et garantir les investissements et le financement

- **Lacune dans la compétence** : 48 p. 100, la lacune la plus importante
- **Compétence nécessaire** : 34 p. 100 disent en avoir besoin, moins de répondantes et répondants considèrent qu'il s'agit d'une compétence nécessaire pour un producteur ou une productrice de médias interactifs.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi* : 46 p. 100
 - *Autoapprentissage* : 36 p. 100
 - *Formation structurée* : 46 p. 100
 - *Formation non structurée* : 55 p. 100
- **Formation offerte** : Il existe une petite lacune dans la formation puisque moins de la moitié des établissements (5) offrent cette formation. Les producteurs et productrices de médias interactifs de la Colombie-Britannique ont moins de chance d'acquérir cette compétence puisque aucun des établissements recensés dans cette province n'offre de formation pour cette compétence. Les producteurs et productrices considèrent qu'il s'agit de la compétence la moins nécessaire.

Assurer la conformité à l'ensemble des lois, règlements, ententes et exigences

- **Lacune dans la compétence** : 40 p. 100
- **Compétence nécessaire** : 80 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi* : 60 p. 100
 - *Autoapprentissage* : 25 p. 100
 - *Formation structurée* : 40 p. 100
 - *Formation non structurée* : 45 p. 100
- **Formation offerte** : Plus de la moitié (7) des établissements offrent de la formation pour cette compétence, il existe donc une petite lacune. Selon les réponses obtenues des établissements recensés, les producteurs et productrices de médias interactifs de Colombie-Britannique sont moins susceptibles de trouver des offres de formation pour cette compétence parce qu'aucun établissement ne l'offre.

Collaborer à l'élaboration du matériel de marketing, de relations publiques et de relations avec les médias

- **Lacune dans la compétence** : 38 p. 100
- **Compétence nécessaire** : 53 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi* : 67 p. 100
 - *Autoapprentissage* : 20 p. 100
 - *Formation structurée* : 33 p. 100
 - *Formation non structurée* : 47 p. 100
- **Formation offerte** : Les producteurs et productrices de la Colombie-Britannique ont moins de chance que les autres de trouver de la formation pour cette compétence puisque les établissements recensés dans la région n'offrent pas de formation pour cette compétence. Il existe une petite lacune dans la formation puisque la moitié (6) des établissements recensés offrent de la formation pour cette compétence.

Établir et mesurer les critères de réussite d'un projet

- **Lacune dans la compétence** : 38 p. 100
- **Compétence nécessaire** : 70 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi* : 62 p. 100
 - *Autoapprentissage* : 19 p. 100
 - *Formation structurée* : 29 p. 100
 - *Formation non structurée* : 48 p. 100
- **Formation offerte** : L'ensemble des établissements offrent de la formation pour cette compétence. Il n'existe donc pas de lacune dans ce domaine.

Habiletés de négociation

- **Lacune dans la compétence** : 38 p. 100
- **Compétence nécessaire** : 67 p. 100 disent en avoir besoin.
 - *Formation en cours d'emploi* : 65 p. 100
 - *Autoapprentissage* : 30 p. 100
 - *Formation structurée* : 40 p. 100
 - *Formation non structurée* : 60 p. 100
- **Formation offerte** : La moitié (6) des établissements offrent de la formation pour cette compétence; il n'existe pas de lacune puisque la formation pour cette compétence est offerte par au moins un établissement par région.

Rédiger des documents d'affaires complexes pour persuader des auditoires sophistiqués

- **Lacune dans la compétence** : 38 p. 100, la deuxième compétence la moins nécessaire pour les producteurs et productrices de médias interactifs
- **Compétence nécessaire** : 49 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi* : 50 p. 100
 - *Autoapprentissage* : 36 p. 100
 - *Formation structurée* : 79 p. 100
 - *Formation non structurée* : 36 p. 100

Formation offerte : La formation pour cette compétence est offerte par la moitié (6) des établissements recensés et est accessible dans au moins un établissement par région. Il n'existe pas de lacune importante dans la formation. Les producteurs et productrices de médias interactifs considèrent cette compétence comme la deuxième moins importante.

Contribuer aux efforts de promotion du produit

- **Lacune dans la compétence :** 37 p. 100
- **Compétence nécessaire :** 66 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi :* 58 p. 100
 - *Autoapprentissage :* 16 p. 100
 - *Formation structurée :* 32 p. 100
 - *Formation non structurée :* 47 p. 100
- **Formation offerte :** Il existe une lacune dans la formation pour cette compétence puisque seulement la moitié (6) des établissements offrent cette formation. Les producteurs et productrices de médias interactifs de la région de la Colombie-Britannique ont moins de chance que les autres d'avoir accès à la formation qui n'est pas offerte dans cette région.

Déterminer le processus de développement de la production

- **Lacune dans la compétence :** 37 p. 100
- **Compétence nécessaire :** 85 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi :* 72 p. 100
 - *Autoapprentissage :* 32 p. 100
 - *Formation structurée :* 44 p. 100
 - *Formation non structurée :* 36 p. 100
- **Formation offerte :** Les 12 établissements offrent de la formation pour cette compétence. Il n'existe donc pas de lacune dans ce domaine.

Collaborer à l'élaboration de la stratégie de marketing du produit

- **Lacune dans la compétence :** 36 p. 100
- **Compétence nécessaire :** 60 p. 100 disent en avoir besoin.

- **Acquisition de la compétence**

- *Formation en cours d'emploi* : 56 p. 100
- *Autoapprentissage* : 31 p. 100
- *Formation structurée* : 56 p. 100
- *Formation non structurée* : 69 p. 100

Formation offerte : La moitié des établissements (6) offrent de la formation pour cette compétence. Il existe une petite lacune pour cette compétence parce que les producteurs et productrices de médias interactifs de la Colombie-Britannique n'y ont pas accès puisque aucun établissement de cette région n'offre cette formation.

Gérer les acquis et les droits sur le contenu

- **Lacune dans la compétence** : 35 p. 100
- **Compétence nécessaire** : 69 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**

- *Formation en cours d'emploi* : 50 p. 100
- *Autoapprentissage* : 11 p. 100
- *Formation structurée* : 39 p. 100
- *Formation non structurée* : 67 p. 100

- **Formation offerte** : La plupart des établissements (11) offrent de la formation pour cette compétence. Il n'existe donc pas de lacune importante dans ce domaine.

Assurer la conformité à toutes les normes lors du développement de la production

- **Lacune dans la compétence** : 34 p. 100
- **Compétence nécessaire** : 80 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**

- *Formation en cours d'emploi* : 86 p. 100
- *Autoapprentissage* : 18 p. 100
- *Formation structurée* : 18 p. 100
- *Formation non structurée* : 27 p. 100

- **Formation offerte** : Il n'existe pas de lacune importante pour cette compétence puisque 10 des 12 établissements offrent de la formation pour cette compétence et que les producteurs et productrices de médias interactifs ont accès à cette formation dans chacune des régions.

Compétences en animation

- **Lacune dans la compétence** : 34 p. 100
- **Compétence nécessaire** : 59 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi* : 87 p. 100
 - *Autoapprentissage* : 40 p. 100
 - *Formation structurée* : 53 p. 100
 - *Formation non structurée* : 40 p. 100

Formation offerte : Il existe une petite lacune pour cette compétence. Plus de la moitié (7) des établissements offrent de la formation pour cette compétence, dont au moins une par région, à l'exception du Québec. Les producteurs et productrices de médias interactifs de cette région sont moins susceptibles d'obtenir la formation pour cette compétence parce qu'aucun établissement du Québec ne l'offre.

Évaluer la faisabilité et la viabilité du marché

- **Lacune dans la compétence** : 33 p. 100
- **Compétence nécessaire** : 61 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi* : 56 p. 100
 - *Autoapprentissage* : 25 p. 100
 - *Formation structurée* : 38 p. 100
 - *Formation non structurée* : 50 p. 100
- **Formation offerte** : Il n'existe pas de lacune importante pour cette compétence puisque la plupart des établissements (10) offrent de la formation pour cette compétence et que la majorité des producteurs et productrices ont accès à cette formation dans au moins un établissement de leur région.

Habiletés de leadership

- **Lacune dans la compétence** : 32 p. 100
- **Compétence nécessaire** : 81 p. 100 disent en avoir besoin.

- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi* : 76 p. 100
 - *Autoapprentissage* : 43 p. 100
 - *Formation structurée* : 29 p. 100
 - *Formation non structurée* : 52 p. 100
- **Formation offerte** : Il n'y a pas de lacune puisque les trois-quarts (9) des établissements recensés offrent la formation pour cette compétence et qu'il est possible pour les producteurs et productrices de médias interactifs d'avoir accès à la formation dans au moins un établissement de leur région.

Présenter, mettre en œuvre et gérer la vision du projet

- **Lacune dans la compétence** : 32 p. 100
- **Compétence nécessaire** : 93 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi* : 83 p. 100
 - *Autoapprentissage* : 54 p. 100
 - *Formation structurée* : 38 p. 100
 - *Formation non structurée* : 29 p. 100
- **Formation offerte** : Il n'existe pas de lacune importante pour cette compétence puisque l'ensemble des établissements recensés (12) offrent la formation pour cette compétence et que les producteurs et productrices peuvent l'acquérir dans au moins trois établissements en Ontario et dans deux établissements dans toutes les autres régions.

Évaluer et gérer les risques

- **Lacune dans la compétence** : 31 p. 100
- **Compétence nécessaire** : 61 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi* : 67 p. 100
 - *Autoapprentissage* : 20 p. 100
 - *Formation structurée* : 20 p. 100
 - *Formation non structurée* : 67 p. 100

- **Formation offerte :** Les producteurs et productrices de médias interactifs sont plus susceptibles d'obtenir de la formation pour cette compétence puisque elle est offerte par au moins un établissement par région. Il n'existe pas de lacune importante puisque plus de la moitié (8) des établissements offrent la formation pour cette compétence.

Préparer l'orientation et la formation pour l'équipe du projet

- **Lacune dans la compétence :** 29 p. 100
- **Compétence nécessaire :** 53 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi :* 75 p. 100
 - *Autoapprentissage :* 17 p. 100
 - *Formation structurée :* 25 p. 100
 - *Formation non structurée :* 50 p. 100
- **Formation offerte :** Il existe une petite lacune dans la formation. Dans la région de la Colombie-Britannique, les producteurs et productrices de médias interactifs ont moins de chance d'obtenir de la formation pour cette compétence puisque les établissements régionaux recensés ne l'offrent pas. Ailleurs qu'en Colombie-Britannique, plus de la moitié (6) des établissements offrent de la formation pour cette compétence et les producteurs et productrices peuvent avoir accès à cette formation dans au moins un établissement par région.

Réunir et consulter les clients et les groupes d'experts

- **Lacune dans la compétence :** 28 p. 100
- **Compétence nécessaire :** 83 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi :* 79 p. 100
 - *Autoapprentissage :* 26 p. 100
 - *Formation structurée :* 21 p. 100
 - *Formation non structurée :* 37 p. 100
- **Formation offerte :** Soixante-quinze pour cent des établissements (9) recensés offrent de la formation pour cette compétence. Les producteurs et productrices de médias interactifs y ont accès dans au moins un établissement par région. Il n'existe pas de lacune importante pour cette compétence.

Répondre aux demandes de propositions

- **Lacune dans la compétence** : 28 p. 100
- **Compétence nécessaire** : 67 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi* : 79 p. 100
 - *Autoapprentissage* : 43 p. 100
 - *Formation structurée* : 7 p. 100
 - *Formation non structurée* : 29 p. 100
- **Formation offerte** : Il n'existe pas de lacune dans la formation puisque les trois-quarts (9) des établissements recensés offrent de la formation pour cette compétence. La plupart des producteurs et productrices ont accès à la formation dans au moins un établissement pas région.

Définir et gérer les échéanciers et les progrès d'un projet

- **Lacune dans la compétence** : 27 p. 100
- **Compétence nécessaire** : 91 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi* : 70 p. 100
 - *Autoapprentissage* : 25 p. 100
 - *Formation structurée* : 15 p. 100
 - *Formation non structurée* : 40 p. 100

Formation offerte : Il n'existe pas de lacune puisque l'ensemble des 12 établissements offrent de la formation pour cette compétence et que la formation est accessible aux producteurs et productrices dans au moins deux établissements par région et dans trois établissements en Ontario.

Fournir le support du produit aux clients

- **Lacune dans la compétence** : 26 p. 100
- **Compétence nécessaire** : 55 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi* : 82 p. 100
 - *Autoapprentissage* : 27 p. 100
 - *Formation structurée* : 9 p. 100
 - *Formation non structurée* : 18 p. 100

Formation offerte : Quatre des établissements recensés offrent la formation pour cette compétence. Les producteurs et productrices de médias interactifs des régions de la Colombie-Britannique et du Québec sont moins susceptibles que les autres de trouver de la formation pour cette compétence, il existe donc une lacune dans ce domaine. Les établissements recensés dans ces régions n'offrent pas de formation pour cette compétence.

Établir les besoins d'un projet en ressources humaines

- **Lacune dans la compétence :** 25 p. 100
- **Compétence nécessaire :** 64 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi :* 62 p. 100
 - *Autoapprentissage :* 31 p. 100
 - *Formation structurée :* 15 p. 100
 - *Formation non structurée :* 69 p. 100
- **Formation offerte :** Il n'existe pas de lacune importante pour cette compétence puisque les 12 établissements offrent de la formation dans ce domaine.

Établir les budgets d'un projet

- **Lacune dans la compétence :** 25 p. 100
- **Compétence nécessaire :** 64 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi :* 77 p. 100
 - *Autoapprentissage :* 23 p. 100
 - *Formation structurée :* 15 p. 100
 - *Formation non structurée :* 54 p. 100

Formation offerte : Il n'existe pas de lacune importante dans la formation pour cette compétence puisque les trois-quarts (9) des établissements recensés offrent la formation. Les producteurs et productrices de médias interactifs peuvent avoir accès à la formation dans au moins un établissement par région.

Gérer le processus de développement de la production

- **Lacune dans la compétence :** 25 p. 100
- **Compétence nécessaire :** 85 p. 100 disent en avoir besoin.

- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi* : 77 p. 100
 - *Autoapprentissage* : 41 p. 100
 - *Formation structurée* : 24 p. 100
 - *Formation non structurée* : 41 p. 100
- **Formation offerte** : L'ensemble des 12 établissements recensés offrent de la formation pour cette compétence. Les producteurs et productrices de médias interactifs de l'Ontario ont accès à la formation dans au moins trois établissements et ceux des autres régions peuvent obtenir la formation dans au moins deux établissements de leur région. Il n'y a donc pas de lacune dans la formation.

Établir les objectifs de rendement de l'équipe

- **Lacune dans la compétence** : 24 p. 100
- **Compétence nécessaire** : 59 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi* : 60 p. 100
 - *Autoapprentissage* : 30 p. 100
 - *Formation structurée* : 40 p. 100
 - *Formation non structurée* : 50 p. 100
- **Formation offerte** : Il n'existe pas de lacune importante dans la formation pour cette compétence puisque cette formation est offerte par l'ensemble des 12 établissements recensés.

Gérer les budgets d'un projet

- **Lacune dans la compétence** : 23 p. 100
- **Compétence nécessaire** : 64 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi* : 67 p. 100
 - *Autoapprentissage* : 42 p. 100
 - *Formation structurée* : 33 p. 100
 - *Formation non structurée* : 50 p. 100
- **Formation offerte** : Il n'existe pas de lacune importante dans la formation pour cette compétence puisque 75 p. 100 des établissements (9) recensés offrent de la formation aux producteurs et productrices de médias interactifs pour cette compétence. La formation est disponible pour la majorité des producteurs et productrices dans au moins un établissement par région.

Établir des relations avec les intervenants

- **Lacune dans la compétence** : 22 p. 100
- **Compétence nécessaire** : 58 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi* : 70 p. 100
 - *Autoapprentissage* : 30 p. 100
 - *Formation structurée* : 40 p. 100
 - *Formation non structurée* : 30 p. 100
- **Formation offerte** : Il n'y a pas de lacune importante dans la formation pour cette compétence puisque plus de la moitié (8) des établissements offrent cette formation. Les producteurs et productrices de médias interactifs peuvent avoir accès à la formation dans au moins un établissement par région.

Gérer la création, la distribution et l'entretien des mises à jour du produit

- **Lacune dans la compétence** : 22 p. 100
- **Compétence nécessaire** : 63 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi* : 91 p. 100
 - *Autoapprentissage* : 18 p. 100
 - *Formation structurée* : 27 p. 100
 - *Formation non structurée* : 27 p. 100
- **Formation offerte** : Il existe une petite lacune dans la formation puisque moins de la moitié (5) des établissements offrent la formation pour cette compétence. Les producteurs et productrices de la Colombie-Britannique et des Prairies sont moins susceptibles d'acquérir cette compétence puisque les établissements recensés dans ces régions n'offrent pas de formation pour cette compétence. Les producteurs et productrices des autres régions peuvent obtenir de la formation dans au moins un établissement (au Québec et dans la région de l'Atlantique) et dans trois établissements en Ontario.

Recruter à l'interne et à l'externe pour combler les besoins en ressources humaines du projet

- **Lacune dans la compétence** : 22 p. 100
- **Compétence nécessaire** : 57 p. 100 disent en avoir besoin.

- **Acquisition de la compétence**

- *Formation en cours d'emploi* : 70 p. 100
- *Autoapprentissage* : 40 p. 100
- *Formation structurée* : 40 p. 100
- *Formation non structurée* : 80 p. 100

- **Formation offerte** : Moins de la moitié (5) des établissements offrent de la formation aux producteurs et productrices de médias interactifs dans cette compétence. Il existe donc une lacune dans la formation pour cette compétence. Si l'on se fie aux établissements recensés, les productrices et les producteurs de Colombie-Britannique ont moins de chance que les autres d'obtenir de la formation pour cette compétence puisque qu'elle n'est pas offerte dans cette région. Ailleurs qu'en Colombie-Britannique au moins un établissement par région offre la formation.

Capacité de prendre des décisions

- **Lacune dans la compétence** : 21 p. 100
- **Compétence nécessaire** : 100 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi* : 94 p. 100
 - *Autoapprentissage* : 35 p. 100
 - *Formation structurée* : 35 p. 100
 - *Formation non structurée* : 29 p. 100

Formation offerte : Il n'y a pas de lacune dans la formation pour cette compétence puisque la plupart des établissements recensés (11) offrent de la formation pour cette compétence. Les producteurs et productrices de médias interactifs de chacune des régions peuvent acquérir cette compétence dans au moins un établissement.

Définir les ressources nécessaires pour un projet

- **Lacune dans la compétence** : 21 p. 100
- **Compétence nécessaire** : 83 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi* : 57 p. 100
 - *Autoapprentissage* : 43 p. 100
 - *Formation structurée* : 29 p. 100
 - *Formation non structurée* : 50 p. 100

- **Formation offerte :** Il n'existe pas de lacune dans la formation puisque les 12 établissements recensés offrent la formation pour cette compétence. Les producteurs et productrices de médias interactifs de chacune des régions peuvent obtenir la formation dans au moins deux établissements.

Habiletés de présentation

- **Lacune dans la compétence :** 21 p. 100
- **Compétence nécessaire :** 82 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi :* 79 p. 100
 - *Autoapprentissage :* 36 p. 100
 - *Formation structurée :* 36 p. 100
 - *Formation non structurée :* 50 p. 100

Formation offerte : La plupart des établissements (11) offrent de la formation pour cette compétence; il n'existe donc pas de lacune importante. Les producteurs et productrices de médias interactifs de chacune des régions peuvent obtenir de la formation dans au moins un établissement de formation.

Gérer les relations avec les intervenants

- **Lacune dans la compétence :** 20 p. 100
- **Compétence nécessaire :** 56 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi :* 89 p. 100
 - *Autoapprentissage :* 11 p. 100
 - *Formation structurée :* 22 p. 100
 - *Formation non structurée :* 22 p. 100
- **Formation offerte :** Il n'existe pas de lacune dans la formation pour cette compétence puisque plus de la moitié (8) des établissements offrent cette formation. Les producteurs et productrices de chacune des régions peuvent obtenir de la formation pour cette compétence dans au moins un établissement.

Rédiger la vision du projet

- **Lacune dans la compétence :** 20 p. 100
- **Compétence nécessaire :** 75 p. 100 disent en avoir besoin.

- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi* : 75 p. 100
 - *Autoapprentissage* : 42 p. 100
 - *Formation structurée* : 42 p. 100
 - *Formation non structurée* : 42 p. 100
- **Formation offerte** : Les producteurs et productrices de médias interactifs de chacune des régions peuvent avoir accès à la formation pour cette compétence dans au moins un établissement de formation. La plupart des établissements (11) offrent de la formation pour cette compétence; il n'y a donc pas de lacune dans la formation.

Capacité d'analyse

- **Lacune dans la compétence** : 19 p. 100
- **Compétence nécessaire** : 96 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi* : 86 p. 100
 - *Autoapprentissage* : 50 p. 100
 - *Formation structurée* : 43 p. 100
 - *Formation non structurée* : 36 p. 100
- **Formation offerte** : Il n'existe pas de lacune dans la formation pour cette compétence puisque la plupart des établissements (11) recensés offrent de la formation pour cette compétence aux producteurs et productrices de médias interactifs dans au moins deux établissements par région et dans trois établissements en Ontario.

Favoriser un milieu propice à la création

- **Lacune dans la compétence** : 19 p. 100
- **Compétence nécessaire** : 89 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi* : 93 p. 100
 - *Autoapprentissage* : 50 p. 100
 - *Formation structurée* : 21 p. 100
 - *Formation non structurée* : 21 p. 100

- **Formation offerte :** Puisque l'ensemble des 12 établissements recensés offrent de la formation pour cette compétence, il n'existe pas de lacune dans la formation. Les producteurs et productrices de médias interactifs peuvent avoir accès à la formation dans trois établissements en Ontario et au moins dans deux établissements dans les autres régions.

Planifier, organiser et gérer efficacement les réunions

- **Lacune dans la compétence :** 19 p. 100
- **Compétence nécessaire :** 78 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi :* 83 p. 100
 - *Autoapprentissage :* 33 p. 100
 - *Formation structurée :* 17 p. 100
 - *Formation non structurée :* 42 p. 100
- **Formation offerte :** Les producteurs et productrices de chacune des régions peuvent avoir accès à cette formation qui est offerte dans au moins un établissement par région. Il n'existe pas de lacune dans la formation puisque 11 des 12 établissements offrent la formation pour cette compétence.

Capacité d'écoute active

- **Lacune dans la compétence :** 18 p. 100
- **Compétence nécessaire :** 100 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi :* 71 p. 100
 - *Autoapprentissage :* 36 p. 100
 - *Formation structurée :* 21 p. 100
 - *Formation non structurée :* 36 p. 100
- **Formation offerte :** Il n'existe pas de lacune dans la formation pour cette compétence. Dix des 12 établissements offrent de la formation pour cette compétence et les producteurs et productrices de médias interactifs peuvent acquérir cette compétence dans au moins un établissement par région.

Gérer le rendement de l'équipe

- **Lacune dans la compétence :** 18 p. 100
- **Compétence nécessaire :** 63 p. 100 disent en avoir besoin.

- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi* : 67 p. 100
 - *Autoapprentissage* : 22 p. 100
 - *Formation structurée* : 22 p. 100
 - *Formation non structurée* : 22 p. 100
- **Formation offerte** : Il n'existe pas de lacune dans la formation pour cette compétence puisque les 12 établissements recensés dans chacune des régions offrent cette formation. Deux établissements par région offrent cette formation aux producteurs et productrices de médias interactifs et trois établissements offrent cette formation dans la seule région de l'Ontario.

Habiletés en résolution de problèmes

- **Lacune dans la compétence** : 15 p. 100
- **Compétence nécessaire** : 98 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi* : 92 p. 100
 - *Autoapprentissage* : 58 p. 100
 - *Formation structurée* : 67 p. 100
 - *Formation non structurée* : 42 p. 100
- **Formation offerte** : Les producteurs et productrices de médias interactifs de trois régions peuvent obtenir de la formation pour cette compétence qui est offert par au moins deux établissements et par trois établissements dans la seule région de l'Ontario. L'ensemble des 12 établissements offrent de la formation pour cette compétence, il n'existe donc pas de lacune dans ce domaine.

Capacité de travailler en équipe

- **Lacune dans la compétence** : 14 p. 100
- **Compétence nécessaire** : 96 p. 100 disent en avoir besoin.
- **Acquisition de la compétence**
 - *Formation en cours d'emploi* : 100 p. 100
 - *Autoapprentissage* : 36 p. 100
 - *Formation structurée* : 27 p. 100
 - *Formation non structurée* : 36 p. 100

- **Formation offerte :** Il n'existe pas de lacune dans la formation pour cette compétence puisque 11 des 12 établissements enseignent cette compétence. Au moins deux établissements de formation par région offrent cette formation, sauf au Québec (un seul établissement).

Profil des producteurs et productrices

Cette partie porte sur le profil des producteurs et productrices de médias interactifs qui ont participé à la présente étude. Les producteurs et productrices ont été choisis à partir des listes de membres recueillies sur des sites Web de nouveaux médias et de médias interactifs.

Province d'origine

Le Tableau 22 ci-dessous montre la distribution régionale des répondantes et répondants.

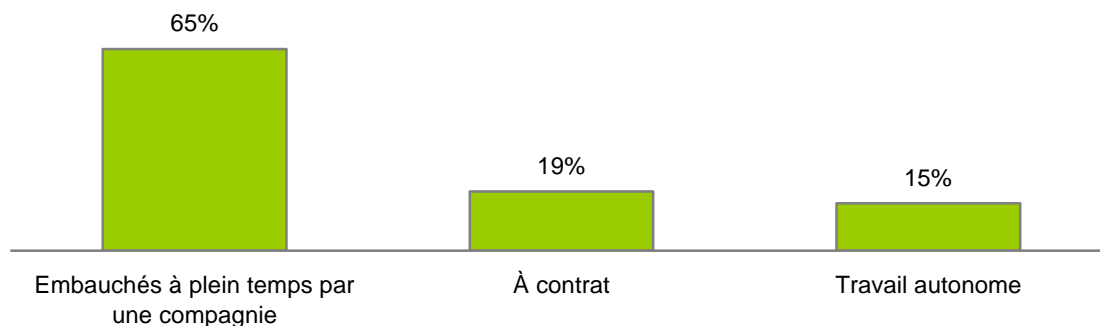
TABLEAU 22 PROFIL DES RÉPONDANTS ET RÉPONDANTES : DISTRIBUTION PAR PROVINCE

| Province | % |
|--|------|
| Prairies (Alberta, Saskatchewan, Manitoba) | 36 % |
| Ontario | 22 % |
| Québec | 21 % |
| Colombie-Britannique | 14 % |
| Région de l'Atlantique (Île-du-Prince-Édouard, Terre-Neuve, Nouveau-Brunswick) | 7 % |

Type d'emploi

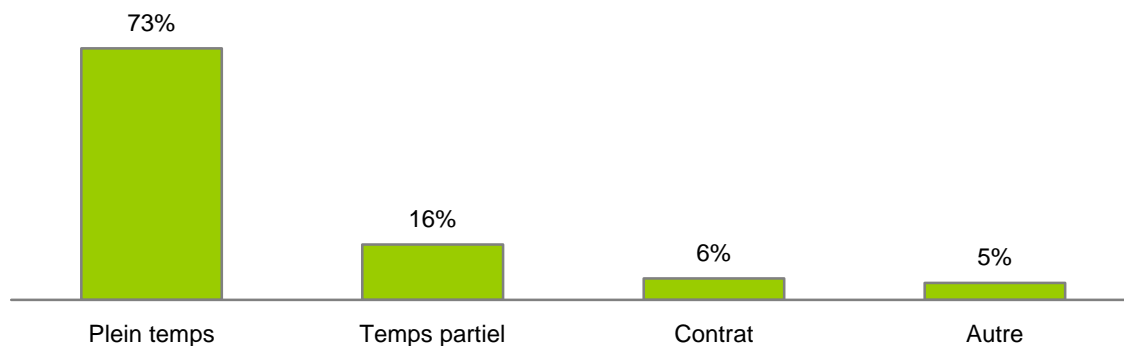
La majorité des producteurs et productrices de médias interactifs (65 p. 100) travaillent à plein temps, près d'un cinquième (19 p. 100) travaillent à contrat et plus de 15 p. 100 sont des travailleuses et travailleurs autonomes (voir Tableau 23).

TABLEAU 25 COMMENT LES PRODUCTEURS ET PRODUCTRICES DE MÉDIAS INTERACTIFS SONT EMPLOYÉS



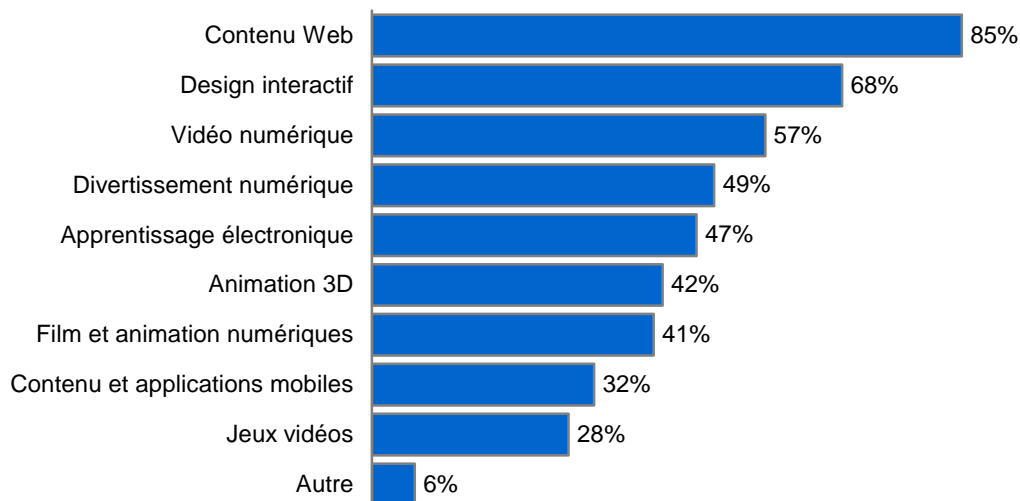
Les producteurs et productrices devaient indiquer si le travail direct en production de médias interactifs était un emploi à plein temps ou à temps partiel ou s'il était mieux décrit par un autre type d'arrangement. Près des trois-quarts (73 p. 100) des producteurs et productrices de médias interactifs travaillent à plein temps, 16 p. 100 travaillent à temps partiel et moins d'un dixième (6 p. 100) travaillent à contrat. Le reste des producteurs et productrices ont d'autres arrangements de travail (voir Tableau 24 ci-dessous).

TABLEAU 24 TYPE D'EMPLOI



Nous présentions aux producteurs et productrices de médias interactifs interrogés une liste et nous leur demandions quels types de médias interactifs ils produisaient. Comme le montre le Tableau 25 ci-dessous, la majorité d'entre eux produisent du contenu Web (85 p. 100), du design interactif (68 p. 100) et des vidéos numériques (57 p. 100). Moins du tiers des répondantes et répondants produisent des du contenu ou des applications mobiles (32 p. 100) et des jeux vidéos (28 p. 100).

TABLEAU 25 TYPES DE MÉDIAS INTERACTIFS PRODUITS

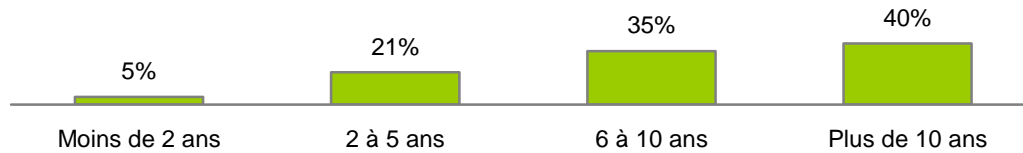


Note : Les pourcentages dépassent 100 p. 100 parce que les réponses multiples étaient acceptées.

Temps passé dans l'industrie

Nous avons demandé aux producteurs et productrices de médias interactifs depuis combien de temps ils faisaient de la production de médias interactifs. Deux cinquièmes (40 p. 100) des personnes interrogées font de la production depuis plus de dix ans. Seulement 5 p. 100 d'entre eux y travaillent depuis moins de deux ans (voir Tableau 26).

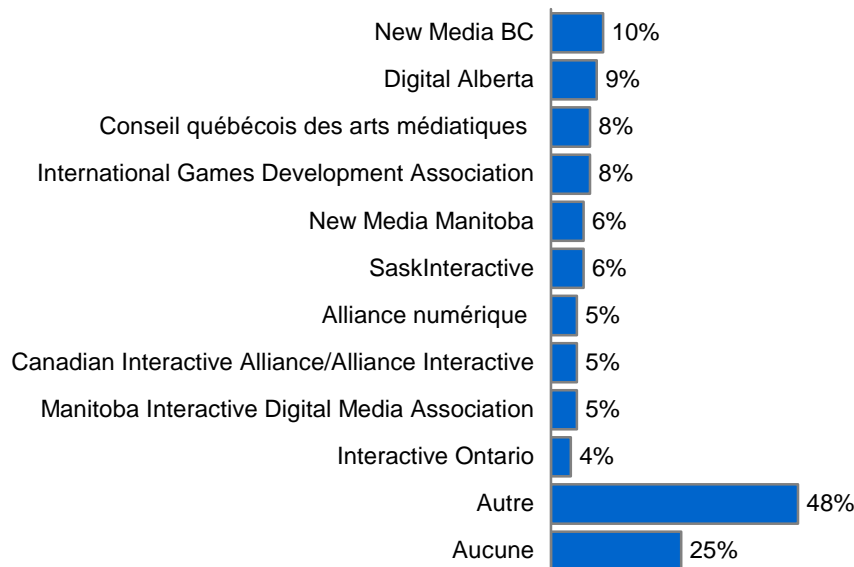
TABLEAU 26 NOMBRE D'ANNÉES D'EXPÉRIENCE EN PRODUCTION DE MÉDIAS INTERACTIFS



Membres d'une association professionnelle

Nous avons demandé aux producteurs et productrices interrogés à quelle association professionnelle ils appartenaient. Ils ont tendance à faire partie d'associations régionales dans leur propre province (voir Tableau 27 ci-dessous). Le quart des producteurs et productrices n'appartiennent à aucune association. La liste complète des autres associations professionnelles mentionnées par les producteurs et productrices de médias interactifs se trouve à l'Annexe A – Données marginales.

TABLEAU 27 MEMBRES D'ASSOCIATIONS PROFESSIONNELLES



Annexe A – Données marginales

N = 12

INTERVIEWER: ___ ___ PHONE (___ ___) ___ ___ - ___ ___ EXT ___ ___

NAME: _____

INSTITUTION: _____

DEPARTMENT: _____

Pourrais-je parler avec _____ ?

ANSWERING MACHINE MESSAGE: Bonjour, je m'appelle _____, et j'appelle au nom du Conseil des Ressources Humaines du Secteur Culturel au sujet d'une étude nationale par producteur ou productrice de médias interactifs. Je comprends que votre institution offre une formation en réalisation et j'aimerais discuter votre programme avec vous. Je tiens à vous assurer que j'effectue cette enquête au nom du CRHSC. Je me réjouis à l'avance de vous parler le plus tôt possible. Le numéro à composer sans frais est 1-888-950-8002. Je vous remercie cordialement.

Bonjour, je m'appelle _____, et j'appelle au nom du Conseil des Ressources Humaines du Secteur Culturel. Je vous appelle au sujet d'une étude nationale par producteur ou productrice de médias interactifs. Un des buts de cette étude est d'explorer la formation disponible pour un producteur ou productrice de médias interactifs. Je connais que votre institution offre la formation de médias interactifs. Avez-vous une quinzaine de minutes pour répondre a quelques questions au sujet de votre programme? **IF YES, CONTINUE. IF NO, ASK IF THERE IS A BETTER TIME AND ARRANGE TO CALL BACK OR PROBE TO SEE IF ANOTHER INDIVIDUAL MIGHT BE ABLE TO SPEAK ABOUT THE PROGRAM.**

Q1 [INTERACTIVE MEDIA PRODUCER QUALIFICATION] Pour les besoins de cette étude, on entendra par producteur ou productrice de médias interactifs toute personne qui gère la vision et la stratégie se rapportant à l'avant-projet, aux plans et à la conception, et qui élabore diverses composantes interactives pour les médias numériques; elle s'assure que les objectifs opérationnels sont compris et suivis par les principaux éléments du projet et supervise toutes les étapes du cycle de vie du projet (de la phase d'initiation et de développement à la production et à l'entretien). Le producteur ou la productrice de médias interactifs exerce des emplois ou travaille avec des personnes exerçant des emplois tels que : animateurs 3D, concepteurs d'applications, concepteurs de jeux, graphistes, artistes nouveaux médias ou médias numériques, contenu mobile/applications, concepteurs de programmes ou architectes systèmes. Il ou elle est travailleur autonome, entrepreneur(e)s indépendant(e)s (réalisateurs(trices) ou salarié(e)s, ou encore employé(e)s par des petites ou grandes organisations comme les entreprises de production de nouveaux médias ou de médias numériques, la fonction publique, la publicité, l'audiovisuel, les relations publiques, les maisons d'édition ou les entreprises de conception graphique. Cela dit, votre institution offre-t-elle une formation pour les producteurs de médias interactifs?

Yes1 **GO TO Q4**
 No.....2
 Don't know / refused9

Q2 Nommez-vous un producteur ou une productrice de médias interactifs dans votre programme de cours?

Yes1
 No.....2
 Don't know / refused3

Q3 En parlant les producteurs ou productrices de médias interactifs, quelques uns ont indiqués qu'ils ont reçu une formation de votre institution, ou que votre institution est bien-connu pour offrir de la formation pour les producteurs ou productrices de médias interactifs. Est-ce que c'est possible que votre institution offre la formation pour les producteurs ou productrices de médias interactifs, même si c'est seulement dans une compétence ou un cour spécifique?

Yes1
 No.....2 **TERMINATE**
 Don't know / refused3 **TERMINATE**

Q4 Quels sont les noms des programmes spécifiques qui offrent cette formation pour un producteur ou productrice de médias interactifs? **FOR EACH PROGRAM ASK...** Est-ce un programme de certificat, de diplôme, de baccalauréat ou un autre type de programme?

| Name of program | Type of program |
|-----------------|-----------------|
| 1. | |
| 2. | |
| 3. | |
| 4. | |

GO TO SKILLS SHEET NOW

Q5 Quand vous pensez à la formation destinée par producteur ou productrice de médias interactifs, quels seraient les besoins les plus importants en termes de formation dans l'immédiat ou dans un proche avenir? **PROBE** Voyez-vous d'autres points à préciser? Autres choses ?

Q6 Y a-t-il des cours de médias interactifs que vous annulez ou que vous n'offrez plus parce que le cours n'est plus pertinent?

- Yes1
 No.....2 **GO TO Q8**
 Don't know / refused3 **GO TO Q8**

Q7 Et quels programmes avez-vous annulés ou n'offrez-vous plus? **PROBE** Y'a-t-il d'autres choses ? Autres choses ?

Q8 Existe-t-il des obstacles qui empêchent à votre programme d'offrir plus de formation qui s'adressent pour producteur ou productrice de médias interactifs? **IF NECESSARY** Par exemple, un manque de financement ? **PROBE** Y'a-t-il d'autres choses ? Autres choses ?

Q9 Et, est-ce qu'il y a des changements technologiques qui incitent les institutions comme la votre à offrir de nouveaux programmes présentement ou dans une avenir proche?

- Yes1
 No.....2 **GO TO Q11**
 Don't know / refused3 **GO TO Q11**

Q10 Et, quelles sont ces programmes et quelles compétences qu'enseignent t'ils? **PROBE** Y'a-t-il d'autres choses ? Autres choses ?

Q11 Offrez-vous des placements coopératifs ou des stages à vos étudiants en producteur de médias interactifs ou un autre type de programme qui leur permettre d'apprendre par pratique?

- Yes1 **GO TO Q13**
 No.....2
 Don't know / refused3 **GO TO Q13**

Q12 Avez-vous l'intention d'offrir des placements coopératifs ou des stages à vos étudiants en réalisation à l'avenir pour leur permet d'apprendre par pratique?

Yes1
No.....2
Don't know / refused3

Q13 Finalement, êtes-vous au courant d'autres programmes de formation institutionnelle destinés par producteur ou productrice de médias interactifs qui devraient faire partie de cette étude? **IF YES, ASK FOR NAME OF CONTACT PERSON WITH WHOM WE SHOULD SPEAK, INSTITUTION NAME, AND PROGRAM NAME.**

Name _____ Ph: _____ - _____ - _____

Institution _____ Program _____

Name _____ Ph: _____ - _____ - _____

Institution _____ Program _____

Name _____ Ph: _____ - _____ - _____

Institution _____ Program _____

Voici la fin du questionnaire. Je vous remercie d'avoir participé aujourd'hui. Au revoir.

Tél: _____ - _____ - _____ EMPLOYEUR

Maintenant, passons aux fonctions et compétences professionnelles. Pour chacun des critères suivants, veuillez préciser si cette compétence est généralement nécessaire pour l'employé(e) pour accomplir leur travail comme producteur ou productrice de médias interactifs. Après, s'il vous plait veuillez indiquer s'ils possèdent actuellement cette compétence ou s'ils devraient encore l'acquérir.

Ensuite je vous demanderai Comment ont-ils acquérir les compétences nécessaires

ROTATE IF NEEDED, "ON THE JOB, AS IN YOU LEARNED THIS SKILL WHILE WORKING AS AN INTERACTIVE MEDIA PRODUCER", AND "SELF-TAUGHT, AS IN INDEPENDENT STUDY, OR WHILE NOT ON THE JOB AS A PRODUCER"

| SÉRIE A Compétences | | Nécessitez-vous cette compétence dans votre travail? | | | Possédez actuellement, ou besoin de l'acquérir? | | | Comment avez-vous acquis cette compétence? [ENCERCLEZ TOUS CE QUI S'APPLIQUE] | | | | | |
|------------------------|---|--|-----|--------|---|----------|--------|--|--------------|------------------|--------------------|------|--------|
| | | Oui | Non | DK REF | possède | a besoin | DK REF | Lieu de travail | Auto-didacte | Institution-elle | Conférence/atelier | Inné | DK REF |
| SS1 | Rédiger la vision du projet | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS2 | Présenter, réaliser et gérer la vision du projet | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS3 | Déterminer la procédure de développement de la production | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS4 | Gérer la procédure de développement de la production | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS5 | S'assurer de la conformité de toutes les normes pendant le développement de la production | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS6 | Favoriser un environnement créatif | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS7 | Évaluer la faisabilité et la viabilité du marché | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS8 | Rassembler et consulter les clients et groupes d'experts | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS9 | Trouver et obtenir les sources d'investissement et de financement | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |

| SÉRIE B Compétences | Nécessitez-vous cette compétence dans votre travail? | | | Possédez actuellement, ou besoin de l'acquérir? | | | Comment avez-vous acquis cette compétence? [ENCERCLEZ TOUS CE QUI S'APPLIQUE] | | | | | |
|---|--|------|--------|---|----------|--------|--|--------------|------------------|--------------------|------|--------|
| | Oui | No n | DK REF | Possède | a besoin | DK REF | Lieu de travail | Auto-didacte | Instituti onelle | Conférence/atelier | Inné | DK REF |
| SS10 Répondre aux demandes de proposition | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS11 Déterminer et mesurer les critères de réussite d'un projet | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS12 Trouver les ressources requises pour le projet | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS13 Déterminer et gérer les échéanciers et l'évolution du projet | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS14 Évaluer et gérer les risques | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS15 Établir les budgets du projet | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS16 Gérer les budgets du projet | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS17 Déterminer les besoins en ressources humaines du projet | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS18 Recruter tant en interne qu'en externe pour combler les besoins en ressources humaines du projet | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS19 Développer l'orientation et la formation de l'équipe du projet | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |

| SÉRIE C Compétences | Nécessitez-vous cette compétence dans votre travail? | | | Possédez actuellement, ou besoin de l'acquérir? | | | Comment avez-vous acquis cette compétence? [ENCERCLEZ TOUS CE QUI S'APPLIQUE] | | | | | |
|---|--|-----|-----------|---|-------------|-----------|--|------------------|----------------------|------------------------|------|-----------|
| | Oui | Non | DK REF | Possède | a besoin | DK REF | Lieu de travail | Auto- didacte | Institution- elle | Conférence/ atelier | Inné | DK REF |
| SS20 Gérer les acquisitions et droits relatifs au contenu | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS21 Établir les objectifs de rendement de l'équipe | | | | | | | | | | | | |
| SS22 Gérer le rendement de l'équipe | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS23 Développer les relations avec les intervenants | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS24 Gérer les relations avec les intervenants | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS25 Collaborer pour élaborer une stratégie de marketing du produit | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS26 Collaborer pour élaborer les ressources liées au marketing, aux relations publiques et aux relations avec les médias | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS27 Contribuer à produire les initiatives promotionnelles | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS28 Rendre le soutien technique accessible à la clientèle | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS29 Gérer la création, la distribution et l'entretien des mises à jour du produit | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS30 S'assurer de la conformité avec toutes les lois, réglementations, accords et obligations | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS31 Planifier, établir le calendrier et organiser des réunions efficaces | | | | | | | | | | | | |

| SÉRIE D Compétences | | Oui | Non | DK REF | Possède | a besoin | DK REF | Lieu de travail | Auto- didacte | Institution- elle | Conférence/ atelier | Inné | DK REF |
|--------------------------------|---|-----|-----|-----------|---------|-------------|-----------|-----------------------|------------------|----------------------|------------------------|------|-----------|
| SS32 | Capacité d'écoute active | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS33 | Compétence en présentations | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS34 | Compétence en négociation | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS35 | Rédaction de documents commerciaux complexes pour persuader un public sophistiqué | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS36 | Compétence en facilitation | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS37 | Aptitude en leadership | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS38 | Compétence en résolution de problèmes | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS39 | Compétence en prise de décisions | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS40 | Capacité de travailler en équipe | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |
| SS41 | Aptitude au raisonnement analytique | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9 |

GO TO Q8

Annexe B : Offres de formation pour les producteurs et productrices de médias interactifs

La présente annexe contient des renseignements sur les programmes qui offrent de la formation pour acquérir des compétences en production de médias interactifs qui ont été recommandés par les répondants et répondantes. La recherche sur ces programmes a été faite par Internet et nous avons effectué certaines entrevues par téléphone pour confirmer des renseignements et obtenir davantage d'information au sujet de la formation spécifique pour les producteurs et productrices de médias interactifs.

Formation structurée

Cette partie donne de brèves descriptions des formations offertes aux producteurs et productrices de médias interactifs par les collèges et les universités du Canada. Bien que le groupe de travail ait adopté le terme « médias interactifs », plusieurs établissements utilisent encore des termes comme « nouveaux médias » ou « multimédia ». Les programmes de formation et les cours suivants font partie de la liste parce qu'ils sont directement liés à la définition de producteur ou productrice de médias interactifs. Pour chacun des programmes, nous avons ajouté un lien vers le site Web de l'établissement. Certaines descriptions sont en anglais parce que les cours ne sont offerts qu'en anglais.

Alberta

Red Deer College

The Multimedia Web Developer Certificate Program is offered through the Continuing Education program and is a five month, full-time program. Students learn the concepts of multimedia design, the skills to integrate various types of digital media to produce dynamic designs and publish multimedia to the Web, CD and DVD, and the ability to use technology to meet industry marketing, advertising and design objectives. They develop a digital portfolio to showcase their skills as a New Media Entrepreneur to prospective employers or clients.

http://www.rdc.ab.ca/future_students/continuing_education/computer_training/mmwtd/index.html

Grande Prairie Regional College

The college offers a two-year diploma program in Visual Arts - Interactive Digital Design. Students can opt to take the program through a one-year certificate program.

http://www.gprc.ab.ca/departments/finearts/program_details.php?PID=35&r=a

GURU Digital Arts College

Students take courses over a six-month period to learn how to use Mac and PC software. They gain proficiency using Adobe software, learn industry standard techniques for the Internet following the World Wide Web Consortium and learn fundamental content creation including basic drawing, photography, videography and creative project management.

<http://www.gurudigitalarts.com/index.html>

Alberta College of Art and Design

The college offers a new media Bachelor of Fine Arts Degree in the area of Media Arts and Digital Technologies (MADT). Students explore the creative use of emerging electronic, digital, interactive and motion media, in the wide range of hybrid areas arising out of the new technologies. This includes interactive art, electronically supported performance and installation, sound, web, locative, mobile and motion media.

http://www.acad.ab.ca/media_arts_and_digital_technologies.html

DevStudios Digital Education

DevStudios offers three full-time diploma programs in the areas of Design and Motion Graphics, 3D Animation and Digital Audio Production. Students taking the design program study for five months and receive a Design and Motion Graphics diploma. Students taking the animation program study for six months and receive a 3D Animation diploma. Students taking the digital production program study for five months and receive a Diploma and ProTools Operator certificate.

<http://www.mydeveducation.com>

Southern Alberta Institute of Technology (SAIT) Polytechnic

SAIT offers a two-year diploma in New Media Production and Design. Students receive training in multimedia skills and learn how to use tools and techniques for areas such as web design and development, corporate presentations and communications, audio and music production, educational design, animation, simulations and game design. The program emphasizes hands-on training, developing projects for clients, following industry standards and developing a portfolio. Courses include Interactive Programming, Interactive Media Authoring and New Media Production.

<http://www.sait.ab.ca/pages/cometosait/academic/diplomas/anmpd.shtml>

Northern Alberta Institute of Technology (NAIT)

NAIT offers a two-year diploma for their Digital Media Design program. Students study for three semesters and complete a work practicum in their fourth semester at a company in the media industry. They study theory, receive extensive practice and get hands-on experience combining interactive authoring with 3D modeling and animation, digital audio and video, applied graphics and design concepts as well as business and communication skills.

<http://www.dimd.nait.ca/index.php>

Grant McEwan College

The college offers training in their Design Studies program in different areas of visual communication. Design Studies is a three-year program; students must take a prerequisite program for one-year (Design Foundations Certificate) prior to entering the program. The program offers specialization in one of five areas: photography, motion image, illustration, exhibit presentation and digital media.

<http://www.macewan.ca/web/pvca/visual/home/index.cfm>

Keyano College

The college offers a two-year Visual Art and Design diploma through the Visual and Performing Arts Department.

<http://www.keyano.ca/Programs/default.asp?credentialId=9>

University of Lethbridge

The University offers a Diploma in the Multimedia Production program, offered in the School of Media and Design at the Centre for Applied Arts and Sciences. Students can choose to concentrate in a number of areas including Video and Motion Graphics, Web and Interactive Programming or e-Learning Technologies.

http://www.lethbridgecollege.ab.ca/index.php?option=com_content&task=view&id=146&Itemid=165

Colombie-Britannique

British Columbia Institute of Technology

The school offers a certificate in New Media and Web Design through the New Media Design and Web Development program. Throughout the 52 week program, students learn motion graphics and visual effects, JavaScript, website architecture, DVD authoring, audio, project planning and management, visual design, web graphics and Internet law. Using various application software programs, students complete several projects for their interactive portfolio.

<http://www.bcit.ca/study/programs/6415smcert>

Capilano University

The university offers a two-year program in Interactive Media and Web Design. During the first year of the program students learn the necessary skills in planning, designing and implementing websites. In the second year, students specialize in one of three areas: web design and development, disc-based interactive multimedia and e-Learning. The program provides students with a six-week work practicum.

<http://www.capilanou.ca/programs/interactive-design.html>

College of New Caledonia

The college offers a two-year diploma for New Media Communications and Design. The full-time program provides students with related interactive media training through the following courses: Multimedia design and technology I, II; Animation, video and sound; and Web I, II.

http://www.cnc.bc.ca/CNC_Programs/NMCD.htm

Emily Carr University of Art and Design

The university offers a Bachelor of Media Arts degree where students can major in one of two areas: Animation and Film or Video and Integrated Media. Post-graduate degrees include a Masters of Applied Arts Degree in Visual Arts and a Masters of Digital Media Program (MDM) (20 months). Through the Centre for Digital Media, students in the MDM program learn alongside those working in the international games and digital media industry and participate in a paid summer internship.

<http://www.ecuad.ca/studies/courses/DIVA>

<http://mdm.gnwc.ca>

Gulf Islands Film and Television School

The Gulf Islands School offers training in a variety of interactive media courses. Courses such as DVD Authoring, Production administration and distribution, Computer/3D animation and Digital video effects.

http://www.giftsfilms.com/index.cfm?page_name=courses_descriptions

Langara College

The College offers programs that are related to interactive media production through the Continuing Education program. Two certifications: a Web Publisher Certificate and a Web Developer Certificate—Open Source are offered in the Computer Technology department. Students can receive their certificate in Digital Film Production through the Creative and Applied Arts department. The program offers training in digital film or documentary production.

<http://www.langara.bc.ca/cs/>

North Island College

The college offers interactive media training in four different programs: Web Design Certificate, Web Development Diploma, Communication Design Diploma and Advanced Communication Design Diploma. Students registered in the Communication Design program learn design and marketing aspects of interactive media as well as the fundamentals offered in the Web Design certificate program, while the Advanced Communication Design Diploma program builds on the skills of an interactive media producer.

<http://www.nic.bc.ca/calendar/>

Royal Roads University

The University offers a Masters in Business Administration Degree in Digital Technology Management. Prior to consideration for the program, potential students should have specific industry experience as part of their work history as well as an undergraduate degree. The program is offered in six sessions through distance education along with three 3-week residency periods where students are required to take courses at the University. The program takes two years to complete.

<http://www.royalroads.ca/programs/faculties-schools-centres/faculty-management/master-business-administration/digitech-mba/>

Selkirk College

The college offers a two-year diploma program for Digital Arts and New Media through the School of Digital Media and Music. Students receive training in the design, development and production of new media. They gain a solid foundation in traditional and graphic arts, web site development, video and sound production, animation and digital media, as well as learn advanced production techniques, effective project management and the new media business environment.

<http://www.selkirkmedia.com>

Simon Fraser University (SFU)

Students attending Simon Fraser University's Interactive Arts and Technology program, offered through the School of New Media, can receive their degree in one of four programs: a Bachelor of Arts degree with major in interactive arts and technology; Bachelor of Arts (honors) in interactive arts and technology; Bachelor of Science with major in interactive arts and technology; and Bachelor of Science (honors) in interactive arts and technology. Students also have the option of minoring in interactive arts and technology. Students can specialize in design, media arts or informatics.

<http://www.siat.sfu.ca>

Thompsons Rivers University

The two-year Digital Arts and Design Program is offered through the School of Advanced Technologies and Mathematics. Students are prepared for employment in the diverse field of computer graphics and multimedia, learn a variety of computer graphic software applications and develop visual communications and problem solving skills. Created in 1985, the program has evolved to meet the changing needs of the technology and students involved in the program.

<http://www.tru.ca/advtech/daad.html>

Trinity Western University

The Bachelor of Arts Degree in Communications is offered through the Faculty of Professional Studies and Performing Arts. Students who study in the communications program specialize in one of four streams, with the Media stream focused on the training needs for interactive media producers. The Media stream focuses on how media relates to society and how to critique media mindfully – it provides students with hands-on training in digital technologies for web development, digital gaming and filmmaking.

<http://www.twu.ca/academics/fpspa/communications/courses-streams.html>

University of British Columbia

The university offers a part-time and full-time certificate in Multimedia Studies through the UBC Continuing Studies Department. The full-time program is 16 weeks and includes an opportunity for a three-week internship. It allows students to learn the design concepts and interface design skills before applying them to a web site, CD-ROM, intranet, informational kiosk, Digital Versatile Disc (DVD) or any other emerging technology.

<http://www.tech.ubc.ca/multimedia/index.html>

Vancouver Film School

The Vancouver Film School offers training for interactive media producers through the one-year Digital Design program. This teaches students traditional graphic design, interactive or web design, motion design and video production. Specialized training for producers are offered through the following programs: 3D Animation and Visual Effects, Digital Character Animation, Game Design, Sound Design for Visual Media and Foundation Visual Art and Design.

<http://www.vfs.com/fulltime.php>

Manitoba

Red River College

The two-year Digital MultiMedia Technology diploma program offers training in technology, techniques and philosophy of graphic and new media / web design. Students learn design instruction, web and interactive technologies and academic courses. The program offers three areas of specialization: Web Design, Animation and Audio/Video Production. They develop the technical skills and knowledge essential to preparing and presenting images in ways that are both aesthetically and technically proficient.

Also offered is a two-year diploma program in Graphic Design and a one-year advanced diploma program in Graphic Design—Advanced where students major in one of five areas: Advanced Communication Design, New Electronic Media, Production Management, Advanced Prepress Production and Advanced Illustration.

<http://dmt.rrc.mb.ca>

<http://me.rrc.mb.ca/Catalogue/ProgramInfo.aspx?ProgCode=GRAAF-AD&RegionCode=WPG>

kisquared



Collège universitaire de Saint-Boniface

Le Programme communication multimédia offert par l'École technique et professionnelle, est un programme de deux ans, à plein temps, qui offre de la formation en multimédias interactifs, des possibilités de stages et de la formation en affaires.

<http://www.ustboniface.mb.ca/cusbf/calendrier/horairecoursETP.shtml>

Assiniboine Community College

The college offers training for interactive media producers through the two-year Media Production program. Students choose from two specializations: Communications or Audio, Video and Multimedia. Training related directly to interactive media production is offered through computer graphic design, imaging and multimedia production skills preparing them for work in the fields of multimedia, combining audio, images, text and video for new interactive media such as CD-ROMs, interactive kiosks, Internet and interactive learning and entertainment software.

<http://public.assiniboine.net/Default.aspx?tabID=84&prgID=186>

Ontario

Canadore College

The college offers a one-year Interactive Multimedia post-graduate program, offered through the Communication Arts program. Students work with leading software applications such as 3D Studio Max, Photoshop, Flash, Dreamweaver, Audition, Encore and MS Project, as well as design, test and create interactive activities and computer games.

<http://www.canadorec.on.ca/ProgramInfo/FullTime/CommunicationArts/010107.cfm>

Conestoga

Students who complete the Digital Media program receive a post-graduate certificate. The program is 24 weeks long and provides training in graphics, Web authoring and multimedia applications.

<http://www.conestogac.on.ca/fulltime/programoverview.jsp?SchoolID=2&ProgramCode=1015&v=0801>

St. Clair College

The college offers specialized training for interactive media producers via a three-year program for Animation—Tradigital, focusing on teaching students how to design and animate characters and environments for traditional and 3D projects for a variety of mediums including television, film and video games. The three-year Web Communications Development diploma program teaches students how to communicate clearly and concisely about business technologies and present, implement and maintain new web-based solutions to help organizations stay abreast of change and maintain their competitive edge.

http://www.stclaircollege.ca/programs/postsec/windsor_index.html

Sheridan College

Sheridan College is a diverse school offering training for interactive media producers in a number of specialty areas. Students studying in the Visual Arts and Design department can choose to specialize from a variety of programs in Computer Animation (Digital Character Animation and Digital Visual Effects) and Web Design.

<http://www1.sheridaninstitute.ca/programs/0910/>

Seneca College

The College offers training for interactive media producers in the two-year Digital Media Arts program where students learn how to design, implement and manage digital graphics and audio for interactive multimedia applications, including applications for the Internet. Related specialty areas include programs in 3D animation, Animation, Game art and animation, Interactive marketing and Visual effects for film and television.

<http://www.senecac.on.ca/fulltime/DMA.html>

Ryerson Polytechnique University

The University offers training for the new media field through the School of Image Arts, offered in the Faculty of Communication and Design. In the four-year program, graduates receive their Bachelor of Fine Arts degree. Students learn how to work with software applications as well as produce projects using new media.

<http://imagearts.ryerson.ca/newmedia>

Ontario College of Art and Design

Offered through the graduate studies program, the college's Interdisciplinary Master's in Art, Media and Design program challenges students to research and produce creative works that combine art, design and cross-disciplinary academic studies to create new, hybrid forms of visual and social research and production. The program is offered full-time and completed in two-years.

http://www.ocad.ca/programs/graduate_studies/interdisciplinary_masters.htm

McMaster University

The Department of Communication Studies and Multimedia looks at New Media, Digital Culture, Language and Social Life, Cultural Studies, Mass Communication and Performance Studies. The University offers a Combined Honours degree in Multimedia. Course material offered relating to interactive media production includes creating multimedia works for CD-ROM or for the World Wide Web, communicating clearly through multimedia and displaying sensitivity to design issues around multimedia, creating and analyzing digital images, digital audio and digital video, working in teams and managing multimedia projects and setting up and maintaining a multimedia microcomputer.

<http://csmm.humanities.mcmaster.ca/interactive/index.htm>

Max the Mutt Animation School

The school offers diplomas for specialized training in four programs: Classical and computer animation (three-year diploma), 3D computer animation, Graphic storytelling and Concept art for animation and video games (four-year diploma).

<http://www.maxthemutt.com/default.asp>

Loyalist College

Loyalist College offers training in specialized areas such as the three-year Animation diploma program and the one-year Media experience program. Students can take the three-year Television and New Media program where they gain skills from television production to DVD authoring and web streaming. Hands-on, equipment-intensive training prepares graduates for the industry and two internships help students gain essential on-the-job experience.

<http://www.loyalistcollege.com/programs-and-courses/full-time-programs/television-and-new-media-production>

Lambton College of Applied Arts and Technology

The college offers specialized training in the areas of Internet Media Specialist / Web Design. Students can study interactive media production related courses such as Design principles and theory and Graphic management with Macromedia Fireworks.

http://www.lambton.on.ca/Programs/program_html?PROGCODE=WEBD&LASTRECORDID=1879

La Cité collégiale

La Cité collégiale offre de la formation dans des domaines spécialisés comme l'animation 3D et les arts graphiques dans le cadre de son programme Arts et design.

<http://www3.lacitec.on.ca/159.html>

Humber College

Humber College provides a variety of training for interactive media producers through the School of Media Studies and Information Technology. Students can learn the fundamental software skills as well as the business knowledge that is needed for independent producers. The four term Media Communications Diploma provided graduates with a cooperative placement and the skills to use web-based tools and fill cross-functional roles in the marketing and communications departments of organizations. Another offering is the four term Multimedia Design and Production Technician Diploma, which provides students with the technical and creative skills needed for entry-level employment in the fields of web design and interactive content development. A cooperative placement is also part of the course curriculum.

<http://postsecondary.humber.ca/proglist.htm>

Georgian College

The college offers students specialty courses in the field of interactive media production. Programs offered through the Design and Visual arts studies include Web animation and design and Graphic design production.

<http://www.georgianc.on.ca/academics/programs/index.php?catid=9#9>

George Brown College

George Brown College offers postgraduate courses in digital design for two areas: Advanced Digital Design and Game Development. The Digital Design post-graduate program is one year long and offered through the School of Design. The program addresses a growing need for a new skill set in the industry and combines design education with software instruction and hands-on workshops to configure interactive design strategies using existing and emerging display technologies.

The School of Design offers a three-year advanced diploma course in Game design which combines skill sets to create 2D and 3D interactive games for multiple platforms as well as develop skills in game design and production, project management and game testing. The Game Design program provides practitioners with design experience or relevant education of the necessary skills needed to enter the gaming industry.

<http://www.georgebrown.ca/Marketing/FTCal/alphindx.aspx>

Fanshawe College

The college's School of Contemporary Media offers students training in areas such as multimedia and animation. Programs offered include

- Multi Media Design and Production (two-year diploma)
- Media Theory and Production, a Collaborative Degree / Diploma Program with University of Western Ontario (three-year Bachelor of Arts degree in Media, Information and Technoculture (MIT) and a two-year college diploma)
- Advanced Multimedia program (one-year college certificate), which focuses on web site design, interactive media and new media technologies.
- 3D Animation and Character Design (one-year certificate program), which teaches skills such as creating 3D animated characters and animated short films, 3D modeling and animation, as well as concept development, team work and project management.

<http://www.fanshawec.ca/EN/media/11821/programs.asp>

Confederation College of Applied Arts and Technology

Students attending the college can receive a three-year advanced diploma in Multimedia Production, offered through the Media Arts department. Courses offered include design, computer programming, project management and various software applications. Throughout the program, students build a portfolio, work on a major, real-world showcase project (semester five) and in the final semester, participate in a 16-week work placement.

<http://www.confederationc.on.ca/multimedia>

Centennial College

The School of Communication, Media and Design offers a postgraduate certificate in Interactive Digital Media (12 months). Students produce interactive media for multiple platforms such as the Internet, social networking sites, mobile applications and interactive installations. They also participate in a field placement as part of the curriculum.

Specialty certificate programs in the areas of Digital animation (14 months) and Game design and development (two-year diploma) are also offered.

<http://www.centennialcollege.ca/thecentre/interactive>

<http://www.centennialcollege.ca/thecentre/Programs>

Carleton University

Through the Faculty of Engineering and Design, School of Information Technology, Carleton University and Algonquin College offer a joint Bachelor of Information Technology Degree that offers specialization in two areas: Interactive Multimedia and Design (IMD) and Network Technology (NET). This degree/diploma combination for the IMD program teaches multidisciplinary education in areas such as computer animation and video effects, game design and development, virtual reality systems, graphic design, 3D visualization, human computer interaction (HCI) and electronic commerce.

<http://bitdegree.ca>

Algonquin College

In addition to the joint BIT degree with the University of Carleton, Algonquin College offers a two-year diploma for Interactive Multimedia Development. The program focuses on hands-on training through courses in web development, digital imaging, authoring, animation, photography and video. It also teaches the main elements of multimedia planning and development.

http://extraweb.algonquincollege.com/fulltime_programs/programOverview.aspx?id=6149X01FWO&

The college also offers a one-year Interactive Media program that teaches the development of rich-media applications. Students acquire skills to design and build web sites with Adobe Flash and several web-based coding systems.

http://extraweb.algonquincollege.com/fulltime_programs/programOverview.aspx?id=0300X01FWO&

Algoma University College

Algoma offers a post-graduate Master of Science (Computer Games Technology) degree that is granted from the University of Abertay Dundee in Scotland. The program can be completed in 15 months and combines real-time videoconferencing, online meetings, labs and classroom work.

<http://mastersingaming.com>

St. Clair College

The college offers a two-year degree in Media, Art and Design (Journalism, Print and New Media). Some of the courses offered include Media Law, New Media Design and Podcast Journalism.

<http://www.stclaircollege.ca/programs/postsec/journalism>

Niagara College

The two-year New Media Web Design program is offered through the Media and Design department at Niagara College. Courses offered include a focus on web and digital design, 3D animation, software tools and project management.

http://www.niagaracollege.ca/programs/nmwd_0157/

Mohawk College

The School of Arts, Science and Communications, Graphic Design and Packaging Programs offers training for a two-year Graphic Design—Integrated Media Arts diploma. Students take courses in design and software applications which lead to work developing web and multimedia, e-zines, Internet animations and podcasts. The program also provides an optional co-operative education learning opportunity.

<http://www.mohawkcollege.ca/calendar/graphicsintmediaarts.html>

Durham College

Offered through the School of Media, Art and Design, Durham College offers diplomas in Animation—Digital Arts (two-year) and Digital Production (three-year), Game Development (three-year advanced diploma) and Multimedia Design (three-year advanced diploma).

- The Multimedia Design program provides training in various computer platforms and offers courses in computer hardware and software skills, multimedia presentations, digital production, digital graphics and website development.

- The Game Development program was developed with input from industry practitioners. Students gain skills in new technology and software and take courses in drawing, film, design and theory.
- The Animation—Digital Arts/Digital Production program is rooted in 3D animation and students take courses such as cinematic arts, performance and communication classes.

<http://mad.durhamcollege.ca>

Québec

Concordia

The Intermedia/Cyberarts Program (IMCA), offered through the Department of Studio Arts, combines studies in media arts, new technologies and interdisciplinary practices. Courses focus on different media formats: video production, digital media, interactive and electronic. Graduates receive their Bachelor of Fine Arts degree with a major in Intermedia/Cyberarts.

<http://imca.concordia.ca/>

Université de Montréal

L'Université de Montréal offre des cours en multimédias au département des sciences informatiques de la Faculté des sciences. Les cours comprennent une initiation aux multimédias et à la programmation ainsi que des cours en graphisme par ordinateur et en montage.

http://www.etudes.umontreal.ca/index_fiche_prog/117576_desc.html

UQAM, Montréal

L'Université du Québec à Montréal (UQAM) offre un baccalauréat en communication (Médias interactifs). Le programme est offert par l'École de médias de la Faculté des communications. Les étudiants et étudiantes qui veulent s'inscrire au programme doivent soumettre une production médiatique numérique sur leurs réalisations en plus de leur dossier scolaire. Le programme offre de la formation en médias interactifs, en technologie des médias et en design numérique.

<http://www.edm.uqam.ca/default.aspx?pld=161>

Saskatchewan

New Media campus

The New Media Campus trains students to enter the fields of 3D Animation / Game Design, Classical Animation and Multimedia. The campus is the first privately owned post-secondary school to have accreditation in high schools in the province of Saskatchewan.

Offered is a 10-month program in 3D Animation and Game Design Studies that prepares students for careers in film, animation and visual effects. Another program offered is a Multimedia course which is available in-class or online. Students gain hands-on experience creating multimedia presentations with Flash, Photoshop, Dreamweaver and other editing programs.

<http://www.newmediacampus.com/3d.htm>

Saskatchewan Institute of Applied Sciences and Technology (SIAST)

The Saskatchewan Institute of Applied Sciences and Technology (SIAST) offers a number of courses in-class and through their Continuing Education program.

The New Media Communications Diploma offers training in three streams: Dynamic Web Development, Interactive Media Production and Digital Graphic Design. Students receive an advanced certificate for each stream they successfully complete; those who obtain two of the three advanced certificates and are a New Media Communications Certificate Program graduate qualify to receive their diploma in New Media Communications. Courses are offered in digital and graphic design and 2D and 3D animation. Students learn to use different forms of software including Flash, Dreamweaver and various editing tools.

The New Media Communications Certificate offers courses in digital and graphic design and 2D and 3D animation. Students learn to use various software including Flash, Dreamweaver and other editing tools. The course is available in a classroom and online (10 courses).

http://www.siastr.sk.ca/programs_courses_descriptions/NMCCERT.shtml

SIAST offers an advanced certificate program in Interactive Media Production. The course is delivered online and is 30 weeks in length. It builds on skills developed in the New Media Communications Certificate Program and students learn how to write script in Flash, develop interactive CD-ROMs, author DVDs and develop material using content management systems and electronic learning environments.

The Website Design and Development program offers training using the 10 courses from the New Media Communications applied certificate program. Courses are taught in the classroom or online.

<http://www.siastr.sk.ca/programs/atoz.shtml#1>

University of Regina

The University of Regina's Faculty of Fine Arts offers a four-year Bachelor of Fine Arts—Film and Video Production degree. The degree, offered by the Media Production and Studies department, provides students with an introduction to the basics of new media production.

<http://www.uregina.ca/finearts/media/programs.html>

Perfectionnement professionnel

Cette partie donne de brèves descriptions des organismes canadiens qui offrent de la formation, des ateliers, des séminaires ou des conférences pour les producteurs et productrices de médias interactifs.

Alberta

Banff Centre

Offered through the Banff New Media Institute (BNMI), training courses available for interactive media producers include Interactive Screen: Sustain, Digital Content Creation Entrepreneurs Network (DC²EN) Incubation Program, as well as a number of work-study programs in interactive media.

http://www.banffcentre.ca/bnmi/programs/default_full.aspx

Ontario

Toronto Image Works Institute

The school offers individual courses as well as full-time diploma programs for Digital Publishing and a Digital Web Diploma Program, both of which are 14 weeks in length.

<http://www.tiwi.ca/index.html>

International Academy of Design and Technology

The school offers training in specialized areas of interactive media production. Programs available include Graphic Design for Print and Web (four terms), Computer Animation and VFX and Video Game Design and Development.

<http://www.iaod.com/programs.asp>

Canadian Film Centre

The CFC Media Lab (formerly Habitat New Media Lab) provides a training, research and production facility for emerging new media artists, content developers and practitioners. Offerings include mentorship, professional development in production and film and are included through the CFC Media Lab TELUS Interactive Art and Entertainment Program (IAEP), The Interactive Project Lab (<http://www.iplab.ca/iplab/en/activities/realization>) and the Interactive Narrative Feature Program (INFP).

http://www.cfccreates.com/what_we_do/cfc_media_lab/index.php

Québec

Institut national de l'image du son (INIS)

L'Institut offre un programme de formation de cinq mois pour les producteurs et productrices de médias interactifs. Le programme aborde tous les aspects de la création et de la production du Web, des jeux vidéos et du contenu interactif.

<http://www.inis.qc.ca/2-medias.php>

École nationale en divertissement interactif (ÉNDI)

L'École nationale en divertissement interactif (ÉNDI) est un nouvel établissement fondé en 2008. Le programme offre de la formation pour l'industrie du jeu vidéo au Québec. Le programme offre de la formation théorique et de l'expérience de travail pratique.

http://www.endi.qc.ca/index_fr.php Hexagram

Centre national d'animation et de design, Montréal

Le Centre offre une formation en animation 3D et en design numérique. Les étudiantes et étudiants peuvent étudier l'animation 3D et la conception de jeux vidéos et obtenir un certificat en animation 3D et en design numérique. Le Centre offre un certificat conjoint avec l'Université du Québec à Chicoutimi (UQAC) et le CÉGEP de Jonquière. Le programme dure 30 semaines (450 heures).

La formation en animation 3D et en effets visuels pour le cinéma et la télévision est d'une durée de 48 semaines avec une possibilité de stage de huit à douze semaines.

Le programme de design et d'art numérique pour les jeux vidéos est d'une durée de 48 semaines avec une possibilité de stage de 12 à 16 semaines. Le programme offre du travail individuel en laboratoire où les étudiantes et étudiants peuvent créer un environnement de jeu en 3D, une cinématique ou *cut-scene*, un niveau de jeu 3D intégré au Valve's Half Life 2 et de la formation dans des domaines spécialisés comme le *level design*, l'environnement ou les textures, la création graphique des personnages et l'animation.

<http://www.nadcentre.com>

Annexe C— Verbatim des réponses

Figure 1 Q8 SKILLS THAT MAY BE REQUIRED IN FUTURE

| Creative thinking skills |
|--|
| Creative skills. (2) |
| Creative skills and creative vision. |
| To be able to imagine creative solutions for projects – this process needs to be encouraged. |
| Being able to visualize creative opportunities. |
| Creative thinking, exploring problem solving and lateral thinking. |
| Being persistent (not stopping at the first solution). |
| Being able to think outside the box. |
| More creative skills will be needed. |
| Creativity skills and the ability to come up with new ideas. |
| Keeping up with new technologies |
| Keeping up with technology since technical skills are constantly changing. |
| Research on development tendency on the industry - What are the new developments to come and what directions are they taking for their results to reach for. |
| The ability to evaluate and implement new technology. |
| Self educate and keep up with technological changes. |
| Continuous training in new technologies. |
| Awareness of what's going on in the market place |
| One needs educational knowledge and an appreciation of digital media. |
| It covered everything but constant new stuff that keeps coming out. I need to anticipate what is to come. |
| Specialist in research study in general and production, emerging new projectiles technologies and their efficiency. |
| Business/financial/marketing skills |
| How to obtain grants and research funding. |
| The ability to identify new markets and think forward. |
| We need more knowledge about financing so we can be better skilled. |
| Training in multimedia for international markets |
| Financial management. |
| Business writing skills |
| Finances—I am from a small business so I have to learn more about balancing business costs. |
| How to market small businesses and manage them financially. |
| Understanding intellectual property rights |
| Intellectual property rights management. |
| Learning about intellectual property and rights. |

Figure 1, continued...

| |
|---|
| Programming skills |
| Programming skills. (3) |
| Design skills |
| A strong sense of design. |
| Interactive design. |
| Architectural design |
| People / soft skills |
| Personality conflict among employees / need HR help between employers and employees. |
| Soft skills - People need to learn to apply real world applications to business. |
| A high degree of optimism and goal-orientation. |
| More social skills are going to be needed. |
| Interpersonal communication skills and computers |
| Accountability and taking ownership. |
| Other |
| Strategic planning skills. |
| Art direction concept development. |
| Story boarding. |
| Understanding terminology principals. |
| Project management. |
| Technical skills - They get out of school and know nothing and they need better work ethic. |
| None |
| None. (28) |
| No. (5) |
| No, you covered everything. (3). |
| Not applicable. |
| No everything was touched on already. |
| No, the list is very thorough. |
| No, I think everything was covered. |
| Nothing to add. |
| No—I think you have asked about everything. |
| No I can't think of any |
| That covered everything. |

Figure 2 Q14 SKILLS LEARNED AT PROFESSIONAL DEVELOPMENT CONFERENCES OR WORKSHOPS

| Business/financial/marketing skills |
|--|
| Business management and marketing strategy. (2) |
| Business models, industry trends, game development and graphic programming. |
| Market business online. |
| Legal knowledge, knowledge of finance support, marketing and communication. |
| Product and service knowledge. |
| Trade missions and modelling simulations. |
| Search engine marketing. |
| Financial investment, investment strategy, and micro management. |
| Client relationship and management of business strategy. |
| Business development. |
| Business strategy marketing. |
| Keeping up with new technologies/networking skills |
| Networking skills / opportunities. (2) |
| I went to a general workshop that was about the industry, and there weren't any new skills I learned. |
| Social networking and the state of the industry - updating on current trends. |
| I improved on networking opportunities. |
| I didn't learn a skill set because it was more of gathering information on digital media. |
| Technology and communication, as well as advanced study on new products in technology. |
| It was a conference on networking. |
| I learned no skills because the conference was on networking. |
| Just a refresh crash course. |
| The conference was about general industry knowledge. I didn't learn any new skills. I thought the conference wasn't very good. |
| Keeping up with new computer media. |
| It was an overview of how comprehensive one needs to be when carrying out a project. |
| Leadership skills |
| Leadership, developing time management, marketing management and digital concepts. |
| Leadership and the emergence of New Media. |
| Project management |
| Project management. |
| Project management, web development and management in production teamwork. |
| Project management and developing outsource pipeline. |

Figure 2, continued...

Production skills

Production workshop - marketing level.

Production of interactive design, marketing, and financing.

New media production (podcasting).

New production methods.

Learning interactive media software

3D integration.

Mobile web.

Flash development.

The development of portals and online communities.

The development of Internet video.

The negotiation and presentation of video games.

Management, social media, online marketing and flash development.

Soft skills

Motivation.

Story telling skills

Interactive story telling.

Story telling.

Figure 3 Q17 GREATEST TRAINING NEEDS NOW OR IN THE FORSEEABLE FUTURE

| Website design/programming skills |
|---|
| Script writing. |
| Programming, 3D modelling, and animation for games. |
| Programming - being able to put everything together and work on different platforms. |
| Technical capabilities—programming and technological advances. |
| Online software tutorials. |
| Better understanding of web programming. |
| Mash designer. |
| Software proficiencies and key design. |
| Understanding the process of programming, cold fusion, HTML, knowing the limitations of what you can get out of digital production and understanding timelines. |
| Peer web development. |
| Pre-press production and website developing. |
| Learning the fundamentals with program developing because after getting out of school, we still need to completely train our new employees. |
| We need people with quality skills in designing, coding and programming. They need to be able to add something to the team. We have a lot of quantity, we need quality staff. |
| Current web building in different languages. |
| More technical development. |
| Financial/business/marketing skills |
| Business approach presentation. |
| Understanding the start-up evaluation on the business side. |
| Resource acquisition. |
| Marketing web products and becoming technologically competent with tools such as the iPhone. |
| Being able to access interprovincial and international markets for exporting new products and services. |
| Business development and project management. |
| Search engine marketing. |
| How to go get financial support/need formation. |
| Accounting (legal). |
| Project development, building and marketing products on our own with no funding. |
| Selling our company project to people and being creative. |
| Creative thinking skills |
| Finding the right people with creative skills and problem solving skills. |
| Creativity, software knowledge like Dreamweaver, Flash and Final Cut Pro. |
| More creativity is needed. |
| Creative awareness, being able to replicate or duplicate something and keeping up-to-date on advanced programming skills. |
| Software skills |
| Everyone needs to be skilled in current program offerings like Flash. We are constantly training in our day-to-day work. |
| Flash development and greater people skills because our staff needs to know how to deal with clients. |

Figure 3, continued...

| Video game design skills |
|---|
| Game developers. |
| Video game development and flash development. |
| Learn about game development systems, digital editing and better ways to implement website interactive media. |
| International Game Developer Conference. |
| Interpersonal / soft skills |
| Leadership training in our company. |
| Finding suitable candidates. (Respondent wouldn't elaborate on this answer.) |
| Mentor program, developing basic skills from school and leadership team building. |
| Our biggest challenge is finding the right people to do the job. |
| Entering the business environment after school. They need to hit the ground running. Social skills will be needed as well. |
| People skills – newly graduated employees need to learn how to interact with clients and their budgets. |
| Upgrading skills / keeping up with new technologies |
| Keep an update on self teaching manner. |
| To upgrade and gain more knowledge on new and future technologies and time/project management. |
| We are searching the area for independent resources to better understand the changes in interactive media. |
| Keeping up with new technology. |
| Implementing tools and using them to our advantage, making sense of business applications and social networking applications and the associated issues (privacy and intellectual rights). |
| To keep up-to-date with the new technology software allowing it to grow furthermore within the business. |
| Regularly update skills. |
| Keeping up-to-date with the latest technology, constantly researching and using more online resources. |
| Integrating new technology - workflow. |
| Just keeping up-to-date on all the technological changes. |
| Keeping up-to-date on all software. |
| Internet research for new technologies. |
| Using interactive media tools |
| Field animation and character story development. |
| Learning how to use blogs and social media. |
| Access to more DVD designs. |
| I would like to upgrade my editing skills. I would also like to learn how to self-distribute and download my DVDs. I also would like to learn how to make my website secure. |
| Interactive Arts. |
| Communication skills |
| Upgrade English speaking abilities. |
| I need a greater knowledge of excel and communications |

Figure 3, continued...

Project management skills

Project management, resource management and business strategy planning.

Project management—scheduling.

Upgrade project management skills including human resource management topics.

Project management; there are very complex, high level technical requirements for serious gaming such as understanding and configuring game engine programming.

Mobile application skills

Mobile computing and SEO—Search Engine Optimization.

Mobile web, cross media application and social media.

Other

Our training needs are more on the art side.

None

I'm not sure. (2)

Depends on the contract requirement.
