

EDEC Culture, Création, Communication, Sport et Tourisme

# DROM | Etude emploi et formation

## Secteurs Culture, Création, Communication, Sport et Tourisme

Mars 2022



Plateforme des travaux intersectoriels

La Guyane

Cofinancé  
par



PLAN  
D'INVESTISSEMENT  
DANS LES COMPÉTENCES

**afDas**  
DEMAIN SERA FORMATION

Mission conduite par

**Katalyse**   
STRATÉGIE & DÉVELOPPEMENT

En collaboration avec



# Sommaire

<b>1</b>	Introduction	p.3
<b>2</b>	Les secteurs Culture, Création, Communication, Sport et Tourisme	p.7
<b>3</b>	Les besoins actuels et à court terme en emplois et compétences	p.14
<b>4</b>	Les besoins à 3-5 ans en emplois et compétences	p.22
<b>5</b>	La formation : offre et recours	p.34
<b>6</b>	Synthèse des enjeux d'emplois et de compétences, recommandations	p.42
	Annexes	p.49

# **1** Introduction

---

**2** Les secteurs Culture, Création, Communication, Sport et Tourisme

**3** Les besoins actuels et à court terme en emplois et compétences

**4** Les besoins à 3-5 ans en emplois et compétences

**5** La formation : offre et recours

**6** Synthèse des enjeux d'emplois et de compétences, recommandations

Annexes

# Les objectifs de l'intervention

- Cette étude est réalisée dans le cadre de l'Engagement de Développement de l'Emploi et des Compétences (EDEC) Culture, Création, Communication, Sport et Tourisme, accord conclu entre les représentants des secteurs concernés, le ministère du Travail, de l'Emploi et de l'Insertion, le ministère de la Culture, le ministère chargé des Sports et l'Afdas.
- Cet EDEC est mis en œuvre dans le cadre du Plan d'Investissement dans les Compétences (PIC).
- Les études sur les questions d'emploi et de formation pour les Départements et Régions ultramarins sont d'une manière générale plus rares que pour le territoire métropolitain.
- Il en résulte une **connaissance partielle par les acteurs de l'emploi et de la formation professionnelle**, et donc une plus grande difficulté d'action, alors que ces territoires, confrontés à des degrés divers à des situations spécifiques, nécessitent une approche fine et précise.
- De même, **l'offre de formation déployée par les acteurs locaux n'est très souvent identifiée que localement**, les partenariats et les passerelles possibles notamment entre territoires ultramarins, ou entre l'Outre-Mer et la Métropole s'en trouvent ainsi largement sous-exploités.
- Si l'Afdas a pu développer, en particulier pour l'Île de la Réunion, quelques actions innovantes sur le champ des coopérations extra-locales, elles restent limitées en nombre et tous les potentiels ne sont pas exploités.



Dans ce contexte, les enjeux de l'observation dans les DROM pour les secteurs sont :

- **Établir un état des lieux économique et social** du périmètre sectoriel dans son ensemble et par territoire
- **Analyser les besoins des professionnels** en matière de développement des compétences
- **Repérer l'offre de formation professionnelle** existante
- **Analyser la consommation de formation et de certification** sur chacun des territoires
- **Proposer des recommandations**

# Le périmètre d'analyse

14 secteurs (branches ou groupement de branches) analysés



Audiovisuel



Casinos



Distribution directe



Editions



Espaces de Loisirs, d'Attractions  
et Culturels (ELAC)



Exploitation cinématographique /  
distribution de films



Golf



Hôtellerie de plein air



Organismes de tourisme

*Segment du secteur du tourisme: offices de tourisme, syndicats d'initiative, Gîtes de France, gîtes ruraux, Comités Régionaux de Tourisme (CRT) et autres structures adhérentes à la Convention collective nationale des organismes de tourisme (idcc N°1909).*



Presse et agences de presse



Publicité



Spectacle vivant



Sport



télécommunications

**Tous les métiers cités par défaut au masculin s'entendent au féminin et au masculin.**

# La démarche mise en œuvre

COPIL

**Phase 1 : État des lieux des secteurs Culture, Création, Communication, Sport et Tourisme**

## Portrait des secteurs dans les DROM et par territoire

- Entreprises et établissements
- Salariés
- Estimation emplois non salariés

## Spécificités et projets locaux

- Dynamiques locales
- Stratégies de soutien



Analyse et veille documentaire



Traitement des données statistiques



23 entretiens acteurs de l'écosystème (détails annexes)

COPIL

**Phase 2 : Besoins actuels et prospectifs en emplois et compétences**



## besoins actuels et à court terme en emplois et compétences

- Situation des entreprises post Covid et stratégies de reprise
  - Stratégies RH ; métiers en tension
  - Recours à l'offre de formation
- Coopérations géographiques locales



34 entretiens entreprises des secteurs



Analyse des offres d'emploi récemment publiées



Enquête en ligne

## Besoins à 5 ans en emplois et compétences (par territoire)

- Métiers en développement
  - Métiers en recul
  - Métiers en mutation

COPIL

**Phase 3 : Cartographie de l'offre de formation et préconisations**

## Cartographie de l'offre de formation locale

- Identification des formations initiales et continues dans les secteurs Culture, Création, Communication, Sport et Tourisme
- Formations en lien avec les mutations et développement observés
- Consommation de formations et de certification



Analyse documentaire et statistique sur l'offre de formation



14 entretiens qualitatifs centres de formation



4 réunions de travail

**Plan d'actions**

**1** Introduction

**2** **Les secteurs Culture, Création, Communication, Sport et Tourisme**

---

**3** Les besoins actuels et à court terme en emplois et compétences

**4** Les besoins à 3-5 ans en emplois et compétences

**5** La formation : offre et recours

**6** Synthèse des enjeux d'emplois et de compétences, recommandations

Annexes

# Les établissements\* en Guyane

## Plus de 220 établissements employeurs en Guyane en 2020

\*Principaux codes NAF du périmètre d'étude, entreprises adhérentes et non adhérentes

- **225 établissements employeurs en Guyane en 2020**, soit 10 % des établissements\* dans les DROM.
- **Augmentation du nombre d'établissements employeurs** du périmètre\* en Guyane de 4 % en moyenne par an entre 2015 et 2020 :
  - Soit une création nette de 37 établissements.
- **3 secteurs\* concentrent plus de la moitié (57 %) des établissements** du périmètre en Guyane en 2020 :
  - Contrairement à l'ensemble des DROM, le secteur des **télécommunications** compte davantage d'établissements employeurs sur le territoire que celui du **spectacle vivant**



50 établissements



40 établissements

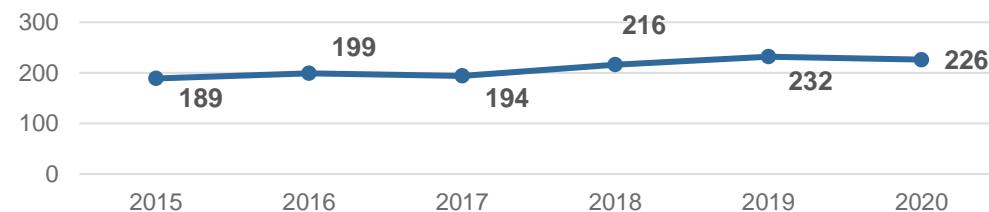


40 établissements

À noter, deux installations de golf : le practice-parcours de Matoury et le parcours de l'Anse à Kourou, sur la base de loisirs du Centre Spatial Guyanais (effectifs non renseignés)

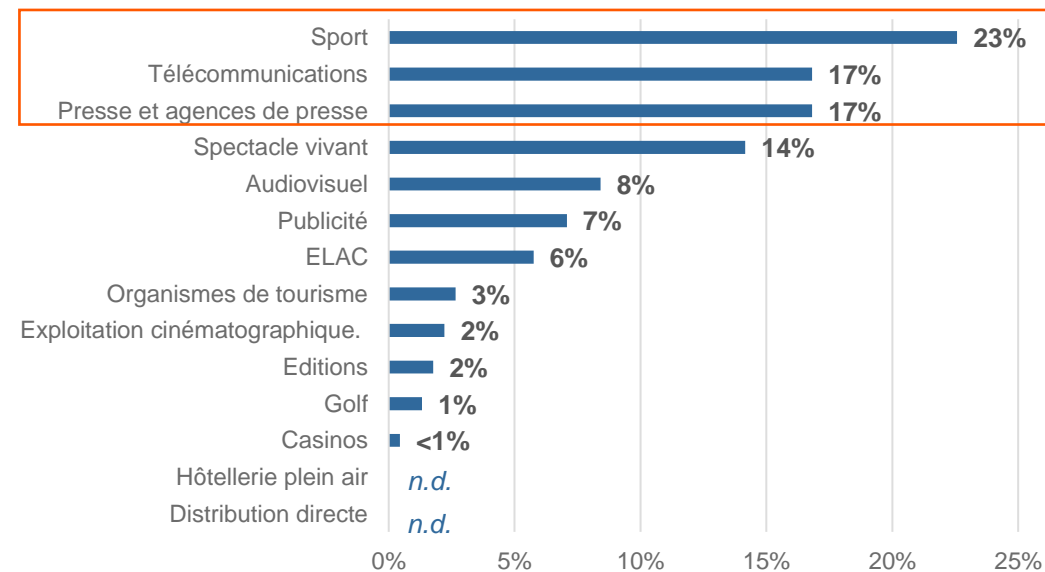
## ÉVOLUTION DU NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS\* EN GUYANE ENTRE 2015 ET 2020

(Source : URSSAF ; retraitement Katalyse)



## RÉPARTITION PAR SECTEURS\* DES ÉTABLISSEMENTS EN GUYANE EN 2020

(Source : URSSAF ; retraitement Katalyse)



Sources : cf. détails note méthodologique



# Les emplois salariés\* en Guyane

hors intermittents du spectacle

## Près de 690 salariés en Guyane en 2020

\*Principaux codes NAF du périmètre d'étude, entreprises adhérentes et non adhérentes

- **690 salariés en Guyane en 2020**, soit 6 % des effectifs du périmètre\* dans les DROM.
- **Relative stabilité des effectifs salariés** du périmètre\* en Guyane au cours de la période :
  - Croissance annuelle moyenne de 1,6 % entre 2015 et 2020.
  - **Notons la légère baisse des effectifs à partir de l'année 2017 :**
    - Hausse marquée des effectifs entre 2015 et 2017 (+9%), soit une création nette de 552 emplois ;
    - Puis une légère diminution des effectifs de 1% entre 2017 et 2020.
- **Concentration des effectifs salariés** du périmètre\* dans le **secteur des Télécommunications en Guyane (46%)**
  - Des effectifs salariés de **l'exploitation cinématographique / distribution de films** plus représentés en Guyane que dans l'ensemble des DROM (8% vs 1%) ;
  - Les secteurs de l'hôtellerie de plein air, des éditions et des casinos sont absents (avec néanmoins plusieurs projets) et 5 secteurs comptent moins de 5% des effectifs, soit moins de 35 emplois salariés.

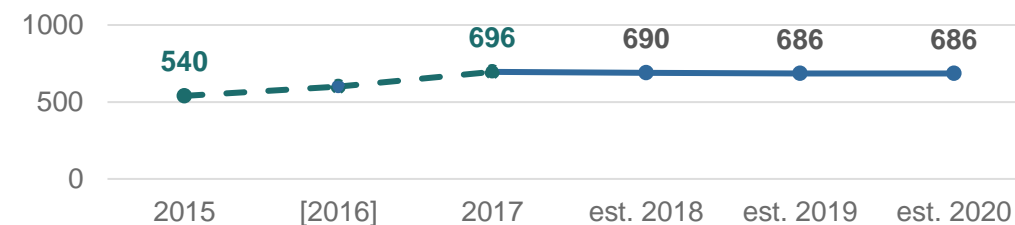
  
**315 salariés**  
en 2020\*

  
**90 salariés** en  
2020\*

  
**60 salariés**  
en 2020\*

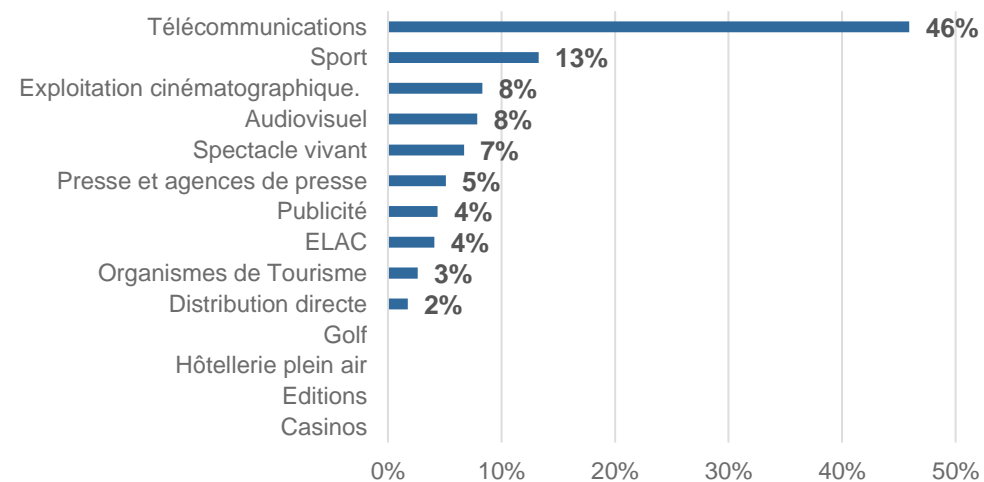
## ÉVOLUTION DES EMPLOIS SALARIÉS\* EN GUYANE ENTRE 2015 ET 2020

(Sources : INSEE DADS 2015 et 2017 ; URSSAF 17-20 ; retraitements Katalyse)



## RÉPARTITION PAR SECTEUR\* DES EMPLOIS SALARIÉS EN GUYANE EN 2020

(Sources : estimation à partir des données INSEE DADS 2017 ; URSSAF ; retraitements Katalyse)



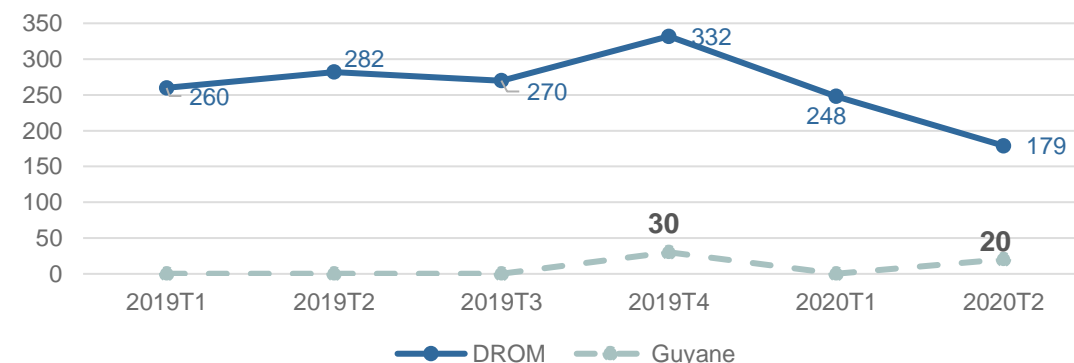
# Les emplois intermittents en Guyane

Selon Pôle Emploi, faible proportion d'employeurs d'intermittents du spectacle et de salariés intermittents du spectacle en Guyane

- Au regard du faible nombre d'employeurs du spectacle vivant sur le territoire guyanais (une trentaine d'établissements employeurs recensés par l'URSSAF en 2020), peu de salariés intermittents du spectacle sont dénombrés en Guyane.

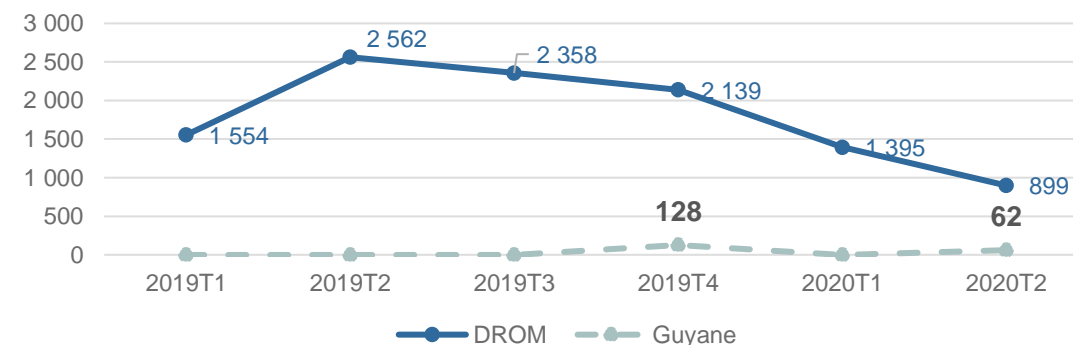
ÉVOLUTION DU NOMBRE D'EMPLOYEURS D'INTERMITTENTS DU SPECTACLE EN GUYANE ENTRE LE 1<sup>er</sup> TRIMESTRE 2019 ET LE 2<sup>eme</sup> TRIMESTRE 2020

(Source : Pôle Emploi - Direction des Statistiques, des Études et de l'Évaluation ; retraitement Katalyse)



ÉVOLUTION DU NOMBRE DE SALARIÉS INTERMITTENTS DU SPECTACLE EN GUYANE ENTRE LE 1<sup>er</sup> TRIMESTRE 2019 ET LE 2<sup>eme</sup> TRIMESTRE 2020

(Source : Pôle Emploi - Direction des Statistiques, des Études et de l'Évaluation ; retraitement Katalyse)



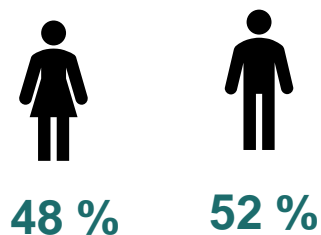
# Les caractéristiques socio-démographiques des salariés\* en Guyane

## Une majorité d'employés âgés de moins de 30 ans en Guyane

\*Principaux codes NAF du périmètre d'étude, entreprises adhérentes et non adhérentes

### RÉPARTITION DES SALARIÉS\* EN GUYANE PAR SEXE

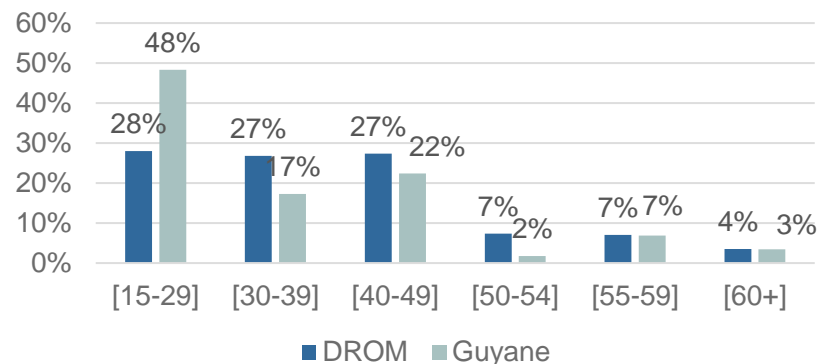
(Source : INSEE DADS 2017 ; retraitement Katalyse)



Total DROM : 44 % | 56 %

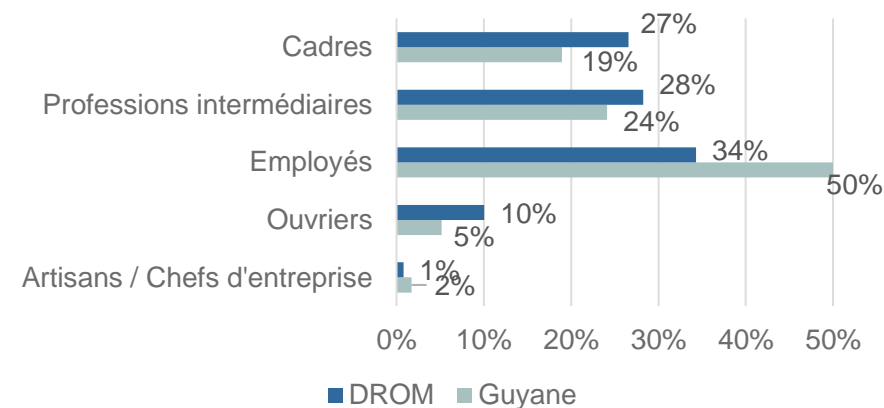
### RÉPARTITION DES SALARIÉS\* EN GUYANE PAR ÂGE

(Source : INSEE DADS 2017 ; retraitement Katalyse)



### RÉPARTITION DES SALARIÉS\* EN GUYANE PAR PROFESSIONS ET CATEGORIES SOCIOPROFESSIONNELLES

(Source : INSEE DADS 2017 ; retraitement Katalyse)



- Une proportion relativement équilibrée entre les salariés\* hommes et femmes en Guyane ;
- Près de la moitié des salariés (48%) ont moins de 30 ans en Guyane (contre 28% dans les DROM :
  - Une proportion de salariés âgés de 30 à 49 ans moindre que dans les DROM (27% vs. 54%) ;
- La moitié des salariés du périmètre\* présents en Guyane sont employés :
  - De fait une représentativité plus faible de cadres et professions intermédiaires.

# Les spécificités des secteurs en Guyane



## Ses forces

### COMMUNES

- Malgré la crise de la Covid-19, les fondamentaux économiques de la Guyane, et le soutien de l'État et des banques, ont permis à l'activité et à l'emploi de se maintenir. En effet, la Guyane demeure un **territoire en croissance démographique** avec des besoins structurants et un emploi public qui tirent l'économie et la rendent résiliente aux chocs exogènes. (source : rapport économique Guyane 2020 – IEDOM)
- Des **capacités de financements importantes mobilisables** sur les Fonds Européens Structurels et d'Investissements et le Contrat de plan Etat région.

### SPECIFICITES DE CERTAINS SECTEURS

#### Spectacle vivant :

- Forte diversité culturelle : pluralité de cultures présentes
- Existence d'un véritable syncrétisme culturel avec de véritables talents

#### Audiovisuel :

- Forte singularité culturelle et richesse patrimoniale
- Secteur aux retombées économiques et sociales positives
  - Stabilité, sécurité et législation (française et européenne) favorables au rayonnement des secteurs en Amérique du sud
- Compétences renforcées sur le territoire au rythme des projets et d'un travail en réseau

#### Télécommunications :

- Entre 2014 et 2020 : amélioration générale de la couverture numérique sur le territoire (SDTAN Guyane 2015-2022)
- Secteur créateur d'emploi (2 500 directs et indirects chez Orange)
- Besoins amplifiés par la pandémie

#### Sports :

- Région sportive dans l'ensemble ; la proportion de guyanais représentés aux JO est 2 fois supérieure à celle des autres régions de France



## Ses faiblesses

### COMMUNES

- **Manque de structuration** des secteurs
- **Difficulté de concertation** ces dernières années entre les acteurs étatiques et les collectivités territoriales, au moins en ce qui concerne les mandats précédents (nouveau mandat depuis juin 2021)
- **Une unité territoriale qui reste à organiser** dans un projet de société s'appuyant sur les identités culturelles plurielles

### SPECIFICITES DE CERTAINS SECTEURS

#### Spectacle vivant :

- Pas de politique de soutien de la CTG aux filières locales
- Enclavement du territoire : peu d'ouverture à l'étranger, peu de rencontres et d'échanges en raison notamment des coûts de la desserte Guyane

#### Audiovisuel :

- Peu d'entreprises référencées localement
- Structuration embryonnaire
- Insuffisance de main d'œuvre dans les métiers sous-représentés

#### Télécommunications :

- Réseau numérique du territoire reste à ce jour instable et comporte de nombreuses zones blanches
- Difficultés prégnantes dans les communes de l'intérieur : la faible densité de population pose la question de la rentabilité et la pertinence des infrastructures

#### Sports :

- Enclavement de la Guyane : les athlètes doivent quitter le territoire pour franchir un cap
- Pas de professionnalisation des structures et des accompagnateurs

# Les stratégies de soutien en Guyane

## Les stratégies de soutien sectorielles et les financeurs



### SPECTACLE VIVANT

France Relance a permis de financer des projets pour la culture tout en préservant les enveloppes budgétaires existantes. Ainsi de nombreux projets structurants ont été financés dès 2020, notamment la mise en place de labels pour la Guyane et deux centres de développement chorégraphique à Saint Laurent et Cayenne, entre autres.

### AUDIOVISUEL

Les financeurs jouent un rôle important dans l'écosystème du secteur. Ils peuvent aussi bien appartenir à la sphère publique qu'à la sphère privée ou associative : Centre National des Etudes Spatiales (CNES), Banque Publique d'Investissement (BPI), Centre National du Cinéma et de l'image animée (CNC), Eurimages, Canal +, Association pour le Droit à l'Initiative Economique (ADIE). Le financement du tissu associatif revêt une importance particulière pour le secteur puisqu'il contribue fortement à la structuration, à la mise en réseau et au déploiement des actions.

### TELECOMMUNICATIONS

A horizon 2022, il est prévu sur le territoire de la Guyane, les objectifs suivants :

- Haut Débit d'au moins 10 Mbit/s. La CTG souhaite proposer une couverture pour 45% des foyers/entreprises ;
- Très Haut Débit : le Schéma Directeur Territorial d'Aménagement Numérique (SDTAN) prévoit une desserte THD (très haut débit) de 55% des foyers/entreprises du territoire guyanais, dont près de la moitié (47%) disposeront d'au moins 100 Mbit/s.

### SPORTS

La CTG soutient le secteur du sport à travers la mise en œuvre des infrastructures et l'Etat l'accompagne via ses dispositifs d'aide à l'emploi et à la formation. L'un des secteurs les plus structuré est celui de la natation avec des investissements conséquents de la CTG pour la construction et l'entretien des bassins ainsi que la mise en œuvre de formations de maître nageur.

- 1 Introduction
- 2 Les secteurs Culture, Création, Communication, Sport et Tourisme
- 3 Les besoins actuels et à court terme en emplois et compétences**

---
- 4 Les besoins à 3-5 ans en emplois et compétences
- 5 La formation : offre et recours
- 6 Synthèse des enjeux d'emplois et de compétences, recommandations

Annexes

# Les principaux métiers\* en Guyane

## Une diversité de métiers dans les secteurs Culture, Création, Communication, Sport et Tourisme en Guyane

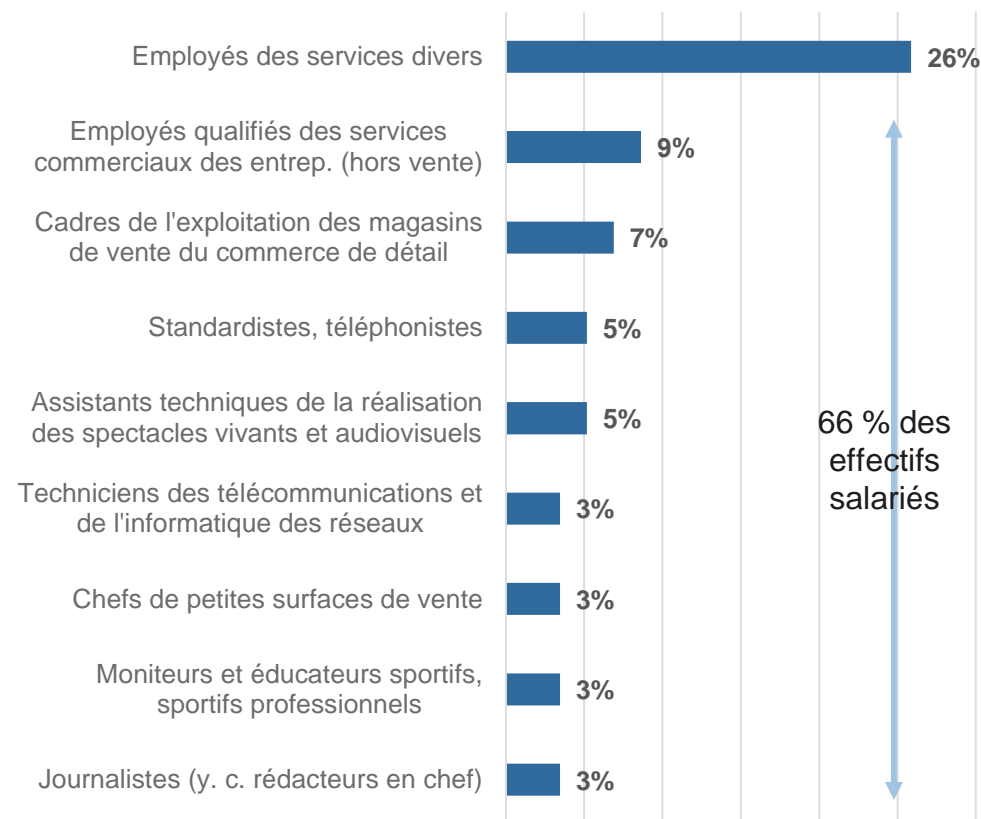
\*Principaux codes NAF du périmètre d'étude, entreprises adhérentes et non adhérentes

- **29 différents métiers** exercés par les 690 salariés du périmètre\* présents en Guyane en 2017
  - Contre 135 différents métiers à l'échelle des DROM.
- **Les 9 principaux métiers ci-contre représentent 66 % des effectifs salariés de la Guyane :**
  - Le métier « **Employés des services divers** » est fortement représentés (26% soit 180 salariés) sur le territoire mais regroupe des besoins de compétences différents selon les secteurs
  - Les autres métiers concernent des effectifs très faibles : les employés qualifiés des services commerciaux (9% soit 60 salariés) les cadres d'exploitation de magasins (7% soit 50 personnes)...
- Ces 9 métiers sont particulièrement présents dans le **secteur des télécommunications** (secteur concentrant 46 % des effectifs du périmètre du territoire)



### RÉPARTITION DES SALARIÉS\* EN GUYANE PAR PROFESSIONS ET CATEGORIES SOCIOPROFESSIONNELLES

(Source : INSEE DADS 2017 ; retraitement Katalyse)



# Les principaux métiers en Guyane

## Cartographie des principaux métiers présents en Guyane

### Principaux métiers cœur par secteur



### Principaux métiers transverses aux 14 secteurs



Légende : blocs ou métiers grisés = non couverts par les entretiens / enquête en ligne



# Pratiques de recrutement pour les principaux métiers en Guyane

## Recours aux stages / alternance

- **Lever du stage ou de l'alternance** fréquemment mobilisé comme « *phase de test et de formation interne avant le recrutement* »

## Réponse à des annonces publiées par la structure

- Pour tous les secteurs : publication d'annonces sur le **site internet des structures** et/ou sur les **plateformes traditionnelles de recrutement** (Pôle Emploi...)
- De plus en plus de **recrutement via les réseaux sociaux** effectués par les établissements des secteurs du sport, de la culture et de la création

## Bouche à oreille


- **Importance du réseau** : ex. pratique répandue dans le secteur du sport via le relai des bénévoles

## Mobilisation des acteurs institutionnels

- Démarches conjointes avec Pôle Emploi pour sourcer des candidats
- Mobilisation des acteurs de la formation locaux

# Situation actuelle des entreprises face à la crise Covid en Guyane

- Des effectifs salariés relativement stable entre 2019 et 2020 sur le territoire (sources : entretiens et enquête).
- Au regard des entretiens menés, les établissements en Guyane ont majoritairement mis en œuvre des **actions de maintien de l'emploi** :
  - ❑ **Mobilisation importante de l'activité partielle** – notamment pour les secteurs du sport, de la culture, des loisirs et de la communication plus durement affectés par la crise Covid
  - ❑ **Recours au télétravail** : un dispositif mobilisé essentiellement lors des confinements, les salariés du territoire étant moins habitués au télétravail (comparativement à l'ensemble des DROM). Une couverture numérique également moins homogène sur le territoire ne facilitant pas sa mise en œuvre.
  - ❑ **Recours aux dispositifs de formation** (FNE) – ex. posture client et argumentaire de vente pour les commerciaux (notamment à distance)
- Les établissements ont également **réorganisé leur activité et équipes** (non remplacement des départs pour les fonctions support administratives par exemple) afin de **réduire leurs dépenses**.
- Une **mobilisation des intermittents et bénévoles depuis le Covid variable selon les structures**.

  
« Nous nous sommes rendus compte que nous n'avions pas besoin de 2 ETP sur l'accueil clientèle donc nous avons réorganisé le poste »

« La démobilisation des bénévoles a été limitée car nous exerçons un sport de plein air et il y a eu plus d'indulgence sur les mesures sanitaires »

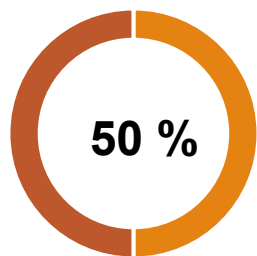


« Nous avons continué à mobiliser nos freelances pour couvrir l'actualité pendant la crise »



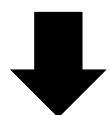
# Les métiers en tension en Guyane

## Identification des métiers en tension



*Des structures guyanaises répondantes estiment qu'il est difficile de trouver des salariés*

*(source : enquête ; 7 répondants ; retraitement Katalyse)*



Un chiffre à relativiser au regard du faible nombre de répondants guyanais à l'enquête en ligne. En comparaison, des tensions qui s'élèvent à **69 % à l'échelle des DROM**

- Difficultés de recrutement particulièrement marquées pour les **métiers cœurs** :

Éducateur sportif / entraîneur



Ingénieur télécommunications  
Technicien réseaux de télécom.



Journaliste



Animateur d'antenne  
Journaliste



Chef de publicité  
Responsable de production publicitaire



- Difficultés de recrutement particulièrement marquées pour les **métiers transverses aux 14 secteurs** :

### Fonctions supports:

- Assistant administratif
- Comptable

### Commercial & achats :

- Technico-commercial

### Marketing & communication :

- Chargé de communication
- Community manager
- Chef de produit / projet marketing digital

# Les métiers en tension en Guyane

## Motifs de tension ...

- **Turnover important** → départs pour la concurrence et plus majoritairement **pour quitter le territoire** ; un phénomène qui concerne notamment les métiers :

- Technicien et Ingénieur télécommunications → concurrence du Centre spatial (salaires plus élevés)
- Journalistes



« Ils restent en moyenne de 2/3 ans car viennent de métropole et on est souvent leur premier employeur »

- **Inadéquation entre les besoins et l'offre de formation disponible sur le territoire**

- Faible niveau des sortants de formations initiales (cf. page suivante)
- Offre de formation locale limitée (ex. métier de journaliste, chef de publicité) nécessitant de faire appel à la métropole

- **Bassins d'emploi moins attractifs** (ex. à l'ouest) pénalisés par des demandes entrantes moins nombreuses



« Peu de diplômés veulent venir en Guyane car le territoire est méconnu et on ne parvient pas à offrir des conditions attrayantes (ex. logement) »

## ... et solutions mises en œuvre

- **Recrutement de « soft skills », selon les motivations du candidat** (public en reconversion, demandeurs d'emploi, alternant, jeune diplômé...) → enjeu de formation interne particulièrement marqué
- **Recours à l'alternance** pour les compétences plus émergentes sur le territoire (Community managers) ou lorsque les compétences sont plus difficiles à trouver (ex. journaliste)

« Notre alternante est en école de journalisme en métropole... une organisation et un coût conséquent... »



- **Recrutement de salariés métropolitains ou étrangers :**
  - Ex des ingénieurs et techniciens télécommunications recrutés au Suriname (pays limitrophe ; attractivité de la Guyane pour ce pays) ou au Maghreb (turnover plus marqué)
- **Recours aux contrats courts** (auto-entrepreneurs / freelances, pigistes, intermittents, CDD...) dans le cadre réglementaire

# Autres problématiques RH identifiées en Guyane

- **Niveau scolaire des sortants de formations initiales jugé insuffisant** (métiers administratifs et commerciaux notamment) :
  - ❑ Faible maîtrise des compétences de base : français (écrit) et mathématiques
  - ❑ Maîtrise très limitée des outils informatiques basiques (suite bureautiques)
- **Manque de formation sur le territoire pour les freelances / intermittents / pigistes** fortement sollicités par les secteurs de l'audiovisuel (de fait de la presse également)
- **Enjeu de la formation des bénévoles et administrateurs des structures associatives ; et plus globalement des managers / de la direction**
  - ❑ Compétences clés à maîtriser pour garantir la pérennité de l'activité :
    - Gestion de projet / montage de dossiers de financement
    - Maîtrise des outils bureautique et outils de communication digitale

« On trouve des hôtes d'accueil mais nous devons les former sur l'écoute et la posture à adopter devant des touristes... »



« Nous avons fait passer des tests de français lorsque nous recherchions un(e) assistant(e) administrative... un échec pour tous les candidats... »



« Sur 170 adhérents, 10 bénévoles sont actifs et gèrent les finances et l'animation du club... une grosse responsabilité alors qu'ils ne sont pas du métier »



- 1 Introduction
- 2 Les secteurs Culture, Création, Communication, Sport et Tourisme
- 3 Les besoins actuels et à court terme en emplois et compétences
- 4 Les besoins à 3-5 ans en emplois et compétences**

---

- 5 La formation : offre et recours
- 6 Synthèse des enjeux d'emplois et de compétences, recommandations

Annexes

# Les facteurs d'évolution en Guyane

## Facteurs d'évolution

Maison du Cinéma et incubateur audiovisuel

Mise en œuvre du Schéma Directeur Territorial d'Aménagement Numérique

Réseau d'Initiative Publique dans le cadre du Plan France Haut Débit

Installation école du cirque à Saint-Laurent du Maroni

## Impacts sur les secteurs

- Amélioration de la formation
- Possibilité de location de matériel
- Répondre aux besoins en locaux des professionnels

- Densification du maillage numérique du territoire à travers le fibrage FTTH (fibre maison) et FTTO (fibre bureau)
- Développement de solutions de connexion satellitaire sur l'ensemble des zones du littoral ou de l'intérieur non couvertes par la fibre

- Déploiement de la fibre optique dans les communes éloignées ;
- La fibre optique étant perçue comme le réseau d'avenir permettant de supporter les évolutions et transformations technologiques en termes de connectivité et inter connectivité

- Développement de l'action culturelle et la formation
- Diffusion régulière des actions culturelles
- Organisation des résidences de créations

## Secteurs impactés

Audiovisuel  
Exploitation  
cinématographique /  
distribution de films

télécommunications  
Exploitation cinéma.  
Audiovisuel  
Presse

télécommunications  
Exploitation cinéma.  
Audiovisuel

Spectacle vivant  
Exploitation cinéma.  
Audiovisuel

# Opportunités et menaces des secteurs en Guyane




## Opportunités

### COMMUNES


- Economie résiliente aux effets de la Covid 19
- Financements importants disponibles (Etat et Europe)
- Population jeune et dynamique
- Convergence de réalisation de schéma de développement des secteurs d'activités pour 2021 et 2022
- En sortie de crise sanitaire, permanence de l'Afdas une semaine / mois

### SPECIFICITES DE CERTAINS SECTEURS

 **Spectacle vivant** : politique volontariste de structuration sur l'ensemble du territoire et dans toutes les disciplines


 **Audiovisuel** :

- Soutien croissant des institutions
- Secteur attractif devenu plus accessible pour la jeunesse
- Intégration du secteur dans le prochain Schéma Régional de Développement Economique d'Innovation et d'Internationalisation

 **Casino, théâtre** : construction du Casino - Théâtre à Cayenne, un site conçu par le cabinet d'architecture « Vous Êtes Ici » référencé dans l'hôtellerie de luxe. Mise en activité définitive en 2023 par le Groupe COGIT (présent sur les Antilles)

 **télécommunications** :

- Accroissement de la population engendrant un besoin en infrastructures
- Augmentation des services dématérialisés (e-santé, e-commerce, e-éducation)

 **Sport** : prise de conscience du besoin de développement de véritables modèles économiques viables dans le sport




## Menaces

### COMMUNES

- Tissu d'associations et de TPE caractérisé par un manque de structuration
- Déficit chronique de structuration des secteurs
- Besoin prégnant de remise à niveau des étudiants à la sortie du système scolaire
- Croissance démographique importante
- Isolement du territoire
- Intégration régionale à parfaire

### SPECIFICITES DE CERTAINS SECTEURS


 **Spectacle vivant** : quid de la continuité des subventions du plan de relance pour maintenir les activités engagées

 **Audiovisuel** :

- Territoire enclavé et concurrencé par les destinations limitrophes plus accessibles
- Défaut de formation et programme peu lisible
- Parc matériel limité et des infrastructures inadaptées

 **Télécommunications** :

- Forte exposition au câble Americas II (concurrence entre opérateurs)
- Manque d'attraction du territoire

 **Sport** : difficultés à dépenser les budgets alloués pour la structuration et la professionnalisation des accompagnateurs



# Les facteurs de mutation des secteurs à horizon 3 ans en Guyane

## Perception des entreprises

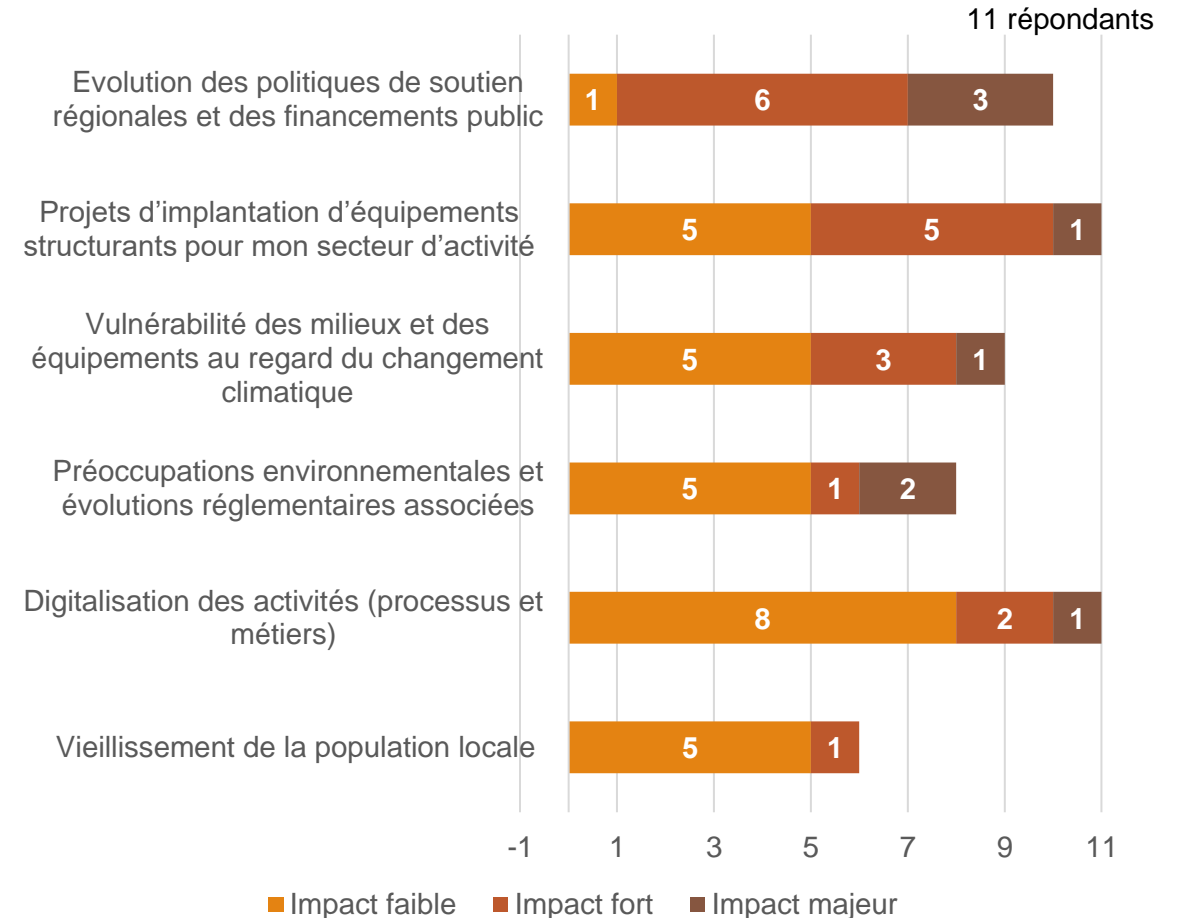
- **L'évolution des politiques de soutien régionales et des financements publics** (90% des répondants) va fortement impacter les établissements des secteurs en Guyane ; illustrant le poids des aides publiques dans le modèle économique de ces secteurs.
- **Les projets d'implantation d'équipements structurants** seront également impactant (54 % des répondants) pour les secteurs des télécommunications (cf. Schéma Directeur Territorial d'Aménagement Numérique) ou encore de la culture (cf. l'installation école du cirque à Saint-Laurent du Maroni) ; et nécessiteront un renforcement des compétences sur le territoire.
- **La digitalisation des activités est un enjeu fort pour les établissements des secteurs en Guyane** : un niveau de maturité variable selon la taille des structures (les plus petites moins structurées – nombreuses en Guyane – étant encore peu concernées par manque projection).

« Avec le numérique nous devons changer notre mode de fonctionnement, nous équiper et nous former et cela a un coût pour notre structure... »



## IMPACT DES FACTEURS DE MUTATION DES SECTEURS À HORIZON 3 ANS EN GUYANE

(Source : questionnaire en ligne ; retraitement Katalyse)



# Les priorités stratégiques des entreprises

- **La formation des salariés : priorité principale des établissements du territoire** pour accompagner leur développement et permettre de mettre en œuvre leur deux autres stratégies prioritaires :
  - **La recherche de financements** (91% des répondants) publics (appels à projets nationaux / européens) et privés (mobilisation de nouveaux partenaires / mécénat)
  - **La diversification de leur activité** ; notamment pour les secteurs audiovisuel et publicité



« Nous avons développé une offre auprès des structures socio-éducatives, des établissements scolaire, en plus de la location »



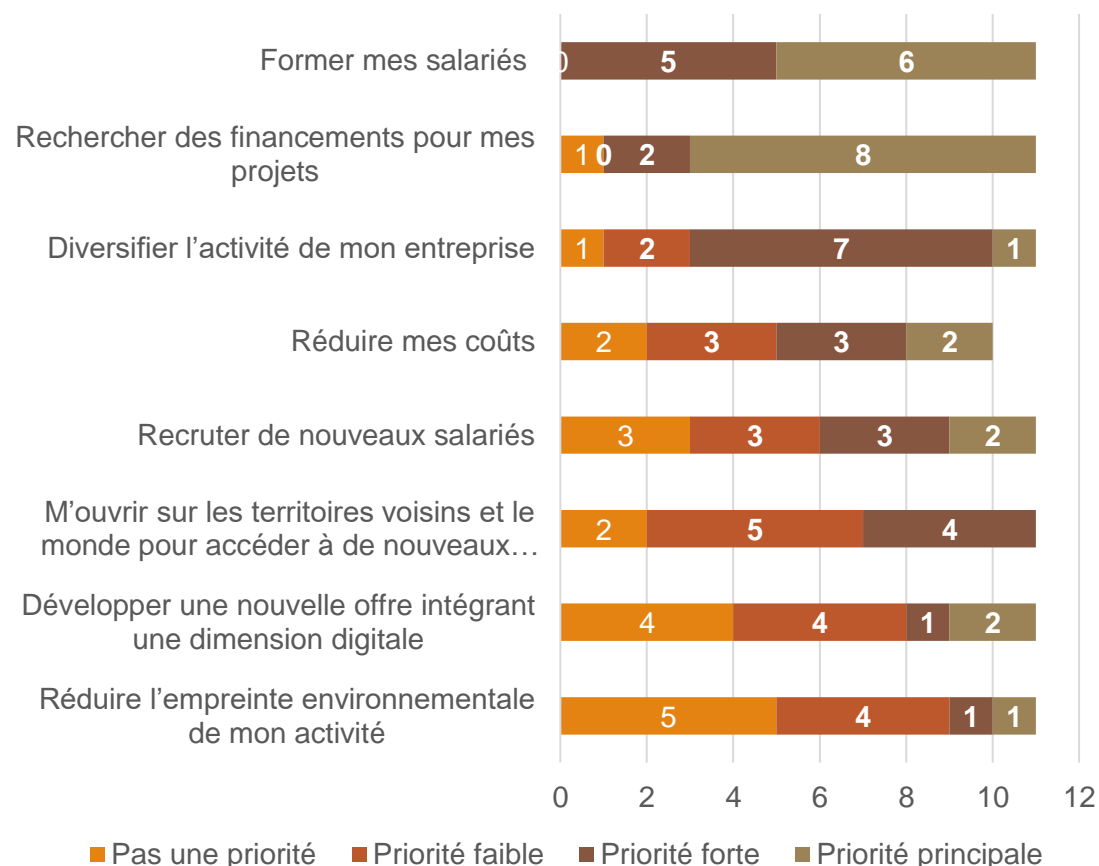
« Nous devons rester agile pour nous adapter aux évolutions des attentes clients et aux enjeux conjoncturels... »

- La **réduction des coûts** (mutualisation voire externalisation des métiers transverses) et le **recrutement de nouveaux salariés** (recentrage sur le cœur métier) est également envisagé à 3 ans sur le territoire.
- Notons que **l'ouverture sur le monde** semble moins prioritaire, notamment en raison d'une plus faible maîtrise des langues étrangères.

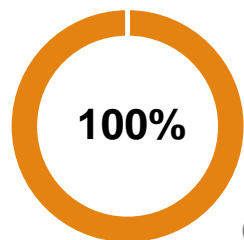
## PRIORITÉS STRATÉGIQUES À MOYEN TERME (3 ANS) DES STRUCTURES INTERROGÉES EN GUYANE

Source : enquête en ligne, retraitement Katalyse

11 répondants



# Evolution envisagée de l'activité et des effectifs à 3 ans en Guyane



*Des structures guyanaises interrogées sont optimistes quant au développement de leur secteur dans les 3 années à venir*

*(Source : questionnaire en ligne ; 6 répondants ; retraitement Katalyse)*

- Un optimisme quant au développement de l'activité confirmé par les entretiens qualitatifs menés.
- De fait, ils envisagent à minima la stabilité de leurs effectifs totaux à 3 ans.
- Une projection cohérente avec les priorités stratégiques de recherche de financement et de diversification de l'activité ;
  - Un besoin d'étoffer les équipes (quantitativement) et de les former pour mener à bien ces projets structurants



*« Nous allons étoffer l'équipe en passant par l'alternance dans un premier temps »*

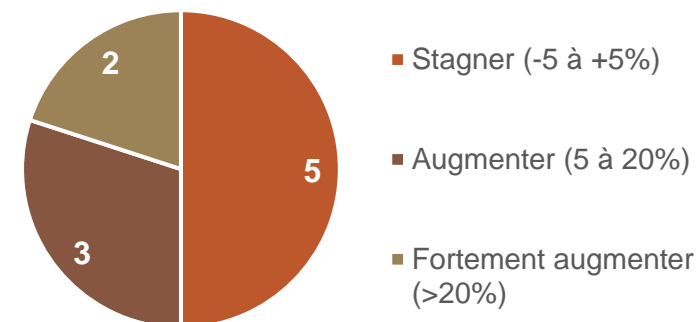


*« Nous allons recruter car nous allons développer notre offre (nouveaux packages touristiques) et participer à la gestion du nouveau casino »*

## EVOLUTION DES EFFECTIFS TOTAUX À 3 ANS EN GUYANE

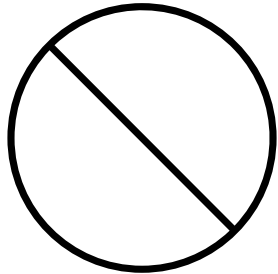
*(Source : questionnaire en ligne ; retraitement Katalyse)*

10 répondants



# Les métiers en recul en Guyane

## Métiers cœurs en recul



## Métiers transverses aux 14 secteurs en recul

Quelques entreprises dont le choix stratégique est de réduire leurs coûts (ex. hôte d'accueil) et/ou qui ont des difficultés marquées à recruter (ex. assistant administratif) envisagent :

- Ne pas remplacer les départs et restructurer les postes
  - Externaliser certaines fonctions supports

De fait pas véritablement de métier en recul en Guyane à horizon 3 ans

# Les métiers / compétences en développement en Guyane

	Métier	Secteur(s)	Motifs de développement
Métiers cœurs	Conseiller en séjour touristique	Organismes de tourisme	Augmentation des missions / tâches : accueil du public, référencement de l'information touristique, coordination des acteurs touristiques locaux et promotion touristique sur les canaux physiques (traditionnel) et digitaux (nouveau)
	Journaliste	Audiovisuel	Compétences digitales / multimédia en développement
	Chef de publicité	Publicité	Accroissement de la polyvalence du métier → gestion de la stratégie 360° de la marque média Développement des compétences sur le volet régie digitale
	Éducateur sportif / entraîneur	Sport	Hausse des compétences liées à l'encadrement du public (public plus varié : touristes et population locale )
	Ingénieur télécom. Technicien réseaux télécom.	Télécom.	Augmentation des effectifs en prévision des projets d'envergure prévus sur le territoire et de l'accélération des besoins avec la crise Covid et surtout l'augmentation de la population locale
Métiers transverses	Technico-commercial	Augmentation des effectifs pour soutenir l'activité (vente de nouveaux abonnements)	
	Technicien informatique	Recrutement(s) pour maintenir en conditions opérationnelles les systèmes informatiques intégrant de plus en plus de technologies	
	Data analyst	Nouveau métier (très émergent sur le territoire) → recrutement(s) pour exploiter les données collectées et assurer leur protection et conformité	

# Les métiers en mutation en Guyane (1/2)

	Secteur(s)	Métier(s)	Evolution de compétences
Métiers cœurs	Audiovisuel	Journaliste	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maîtrise du multimédia : autonomie et polyvalence sur le web (poster des articles, montage vidéo, la création de podcast...) car les équipes sont plus réduites qu'en métropole</li> <li>• Anglais</li> </ul>
	Publicité	Chef de publicité	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Métier hybride : compétences commerciales (vente espaces publicitaires) et consultant média (adaptation de la stratégie média aux besoins du client)</li> </ul>
		Responsable de production publicitaire	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transformation liée à la diversification des formats publicitaires (image, audio, vidéo...) impliquant une grande polyvalence dans les compétences rédactionnelles et une maîtrise des nouvelles plateformes (ex. publication et promotion de la publicité sur les différents réseaux sociaux)</li> </ul>
	Organismes de tourisme	Conseiller en séjour touristique	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compréhension des besoins des touristes → posture de conseil</li> <li>• Appropriation des outils digitaux (yc suite bureautique) pour créer des guides / carnets de voyages personnalisés selon les attentes des touristes → maîtrise des logiciels métiers</li> <li>• Capacité à traiter et archiver la donnée collectée → rapidité attendue dans la prise de décisions</li> <li>• Anglais</li> </ul>
	Sport	Éducateur sportif / entraîneur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Polycompétence : polyvalence attendue dans les compétences sportives (ex. activités plein air, sport collectif, sport urbain...) pour s'adapter au public et acquisition d'une posture commerciale (<i>compétence qui s'acquière « sur le terrain » peu enseignée en formation initial</i>)</li> </ul>
	Télécommunications	Ingénieur télécom. Technicien télécom.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Veille active sur les nouvelles compétences techniques à maîtriser</li> <li>• Capacité à gérer / manager des projets (niveau ingénieur) et respecter les délais / transférer les informations (niveau technicien)</li> </ul>

# Les métiers en mutation en Guyane (2/2)

	Famille	Métier(s)	Evolution de compétences
Métiers transverses	Direction / encadrement	Directeur / président (asso.) Chef de projet	<ul style="list-style-type: none"> <li>Volet opérationnel : pilotage de la structure et management des salariés / équipes de bénévoles</li> <li>Volet stratégie : maîtrise de l'ingénierie financière (montage de dossiers / projets) et vision stratégique</li> <li>Professionnalisation de la fonction de Président associatif</li> </ul>
	Fonctions supports	Responsable RH (direction pour les structures n'ayant pas de fonction RH)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prospective métier et l'accompagnement du parcours professionnel des collaborateurs internes et externes (intermittents, journalistes pigistes, techniciens...) afin d'anticiper les besoins de recrutement / évolution des compétences</li> </ul>
		Assistant	<ul style="list-style-type: none"> <li>En plus de la maîtrise des compétences « de base » (français, math.) :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relation client et posture commerciale adaptée au contexte</li> <li>- Outils bureautiques</li> <li>- Bases dans les langues étrangères (anglais à minima) à l'oral et l'écrit (hôte d'accueil)</li> </ul> </li> </ul>
	Accueil & sécurité	Hôte d'accueil / de caisse	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Relation client et posture commerciale adaptée au contexte</li> <li>- Outils bureautiques</li> <li>- Bases dans les langues étrangères (anglais à minima) à l'oral et l'écrit (hôte d'accueil)</li> </ul>
	Commercial & achats	Technico-commercial	<ul style="list-style-type: none"> <li>Maîtrise des outils et techniques de vente pour répondre rapidement aux attentes des clients et en conquérir de nouveaux</li> <li>Suivi qualité (traçabilité données / documentations commerciales) → compréhension des normes associées (démarche ISO)</li> </ul>
	Marketing & communication	Chargé de communication	<ul style="list-style-type: none"> <li>Maîtrise des outils de communication digitale (dont maîtrise des réseaux sociaux → compétence de community management « de niveau 1 ») et capacité à développer de nouveaux partenariats pour la promotion du produit / service (ex. agence d'influence pour le tourisme)</li> </ul>
		Community manager	<ul style="list-style-type: none"> <li>Compétences hybrides : maîtrise des réseaux sociaux (publication de contenu, développement de l'audience et veille active sur les nouvelles plateformes), qualité rédactionnelles et maîtrise de la langue (« être un bon communicant et ne pas uniquement savoir publier sur les réseaux »)</li> </ul>
		Chef de produit / projet marketing (digital)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capacité à mettre en œuvre les stratégies de marketing digital : maîtrise des outils digitaux / outils d'analyse statistique (analyse des habitudes / attentes des clients, marché, concurrence...)</li> </ul>
SI & digital	Technicien informatique	<ul style="list-style-type: none"> <li>Veille active sur les innovations techniques permettant d'optimiser les process / répondre aux attentes des clients et coordonner des projets plus innovants</li> </ul>	

# Identification des compétences émergentes en Guyane

## Compétences émergentes

Gestion de projets et ingénierie financière (montage de dossiers, diversification des sources de revenus)

Gestion de la relation client / relation avec le public

Maitrise des outils digitaux de base (suite bureautique)

Maitrise du multimédia et des technologies numériques (coloration attendue pour les autres métiers)

## Métiers / familles de métiers les plus concernés

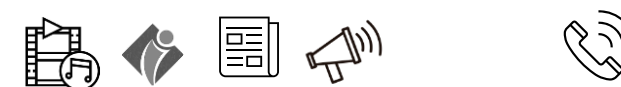
Direction / encadrement

Métiers en lien direct avec les clients / public

Métiers cœurs (secteurs organismes de tourisme et sport) et transverses (tous les secteurs ci-contre)

Métiers cœurs et transverse experts des technologies numériques / multimédia

## Secteurs les plus concernés



Niveau de maitrise attendu plus faible pour les métiers cœurs des organismes de tourisme du territoire



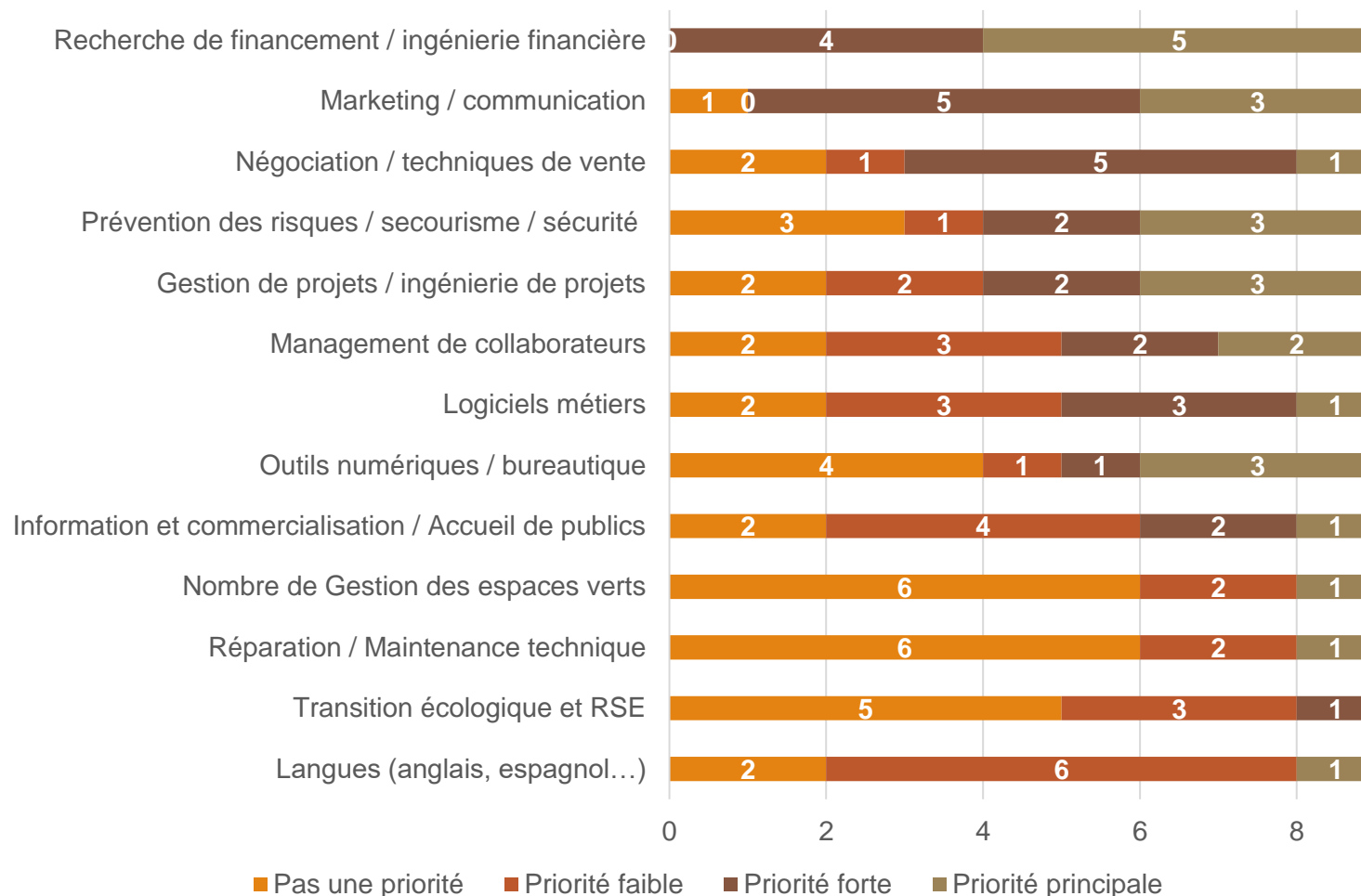
# Les besoins de formation continue exprimés en Guyane

- Les établissements de la Guyane envisagent de maintenir le temps consacré à la formation de leurs salariés en 2022, voire de l'augmenter ; leur **priorité stratégique principale étant la formation de leurs salariés à 3 ans.**
- La **recherche de financement / ingénierie financière** est la thématique de formation prioritaire envisagée par les structures du secteur, illustrant le besoin important de monter en compétence sur ce volet.
- De même, le **marketing / communication et la négociation / technique de vente** demeurent des thématiques de formation importantes pour les établissements du secteur, notamment lors de la prise de poste de leurs salariés.
- Notons que la formation en **outils numériques / bureautique** apparaissant comme moins prioritaire est sous évalué au regard du faible nombre de répondant.

## THÉMATIQUES DE FORMATION PRIORITAIRES POUR LES SALARIÉS DES STRUCTURES INTERROGÉES

Source : enquête en ligne, retraitement Katalyse

9 répondants



- 1 Introduction
- 2 Les secteurs Culture, Création, Communication, Sport et Tourisme
- 3 Les besoins actuels et à court terme en emplois et compétences
- 4 Les besoins à 3-5 ans en emplois et compétences
- 5 **La formation : offre et recours**

---

- 6 Synthèse des enjeux d'emplois et de compétences, recommandations

Annexes

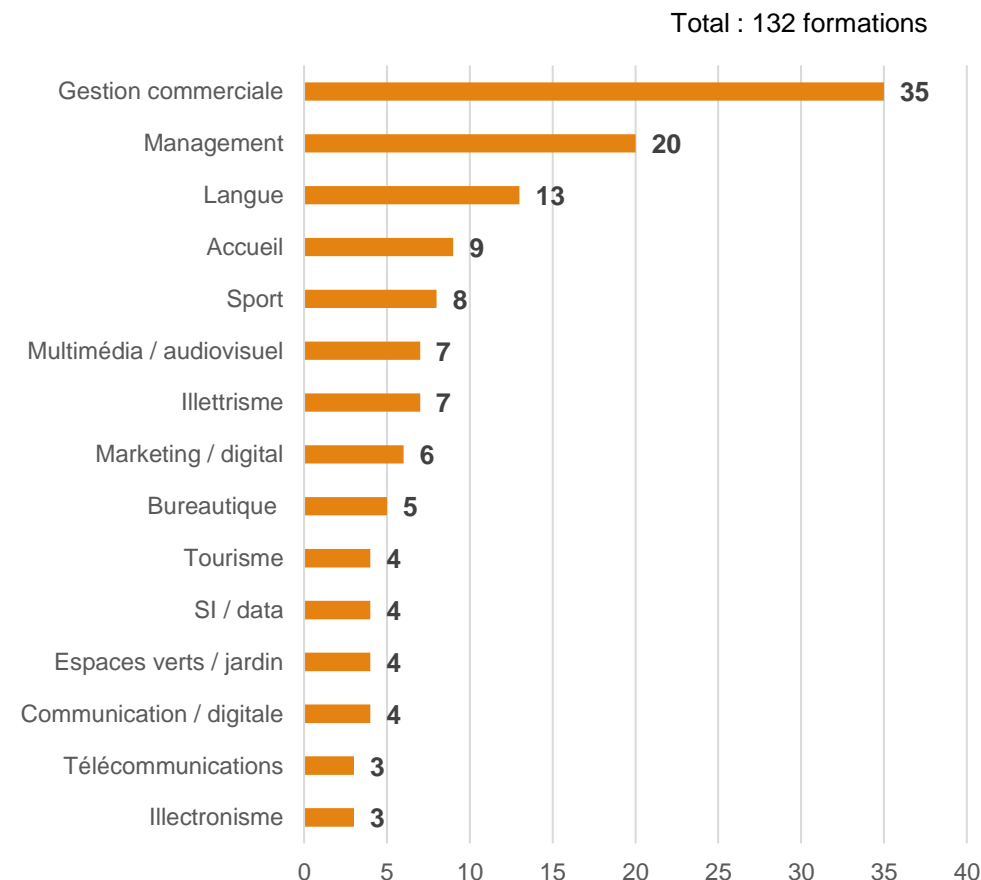
# L'offre de formation aux métiers du champ d'intervention de l'Afdas sur le territoire

## Les domaines de formation

- Offre de formations aux métiers du périmètre d'étude relativement limitée sur le territoire guyanais,
  - Plus de 130 formations identifiées dont la moitié (52%) sont certifiantes.
- Forte représentativité des formations transverses aux 14 secteurs analysés :
  - **Formations transverses commerciales certifiantes** (ex. de thématiques : Conseiller commercial, TP Assistant Manager d'Unité Marchande) : cohérent avec une présence forte de métiers commerciaux sur le périmètre d'étude en Guyane.
  - **Formations sur le management / gestion** dont près de la moitié sont certifiantes (ex. TP Responsable de Petite et Moyenne Structure, formation managements des équipes)
  - **Formations transverses en langue** (anglais professionnel notamment)
- **Offre de formations très limitée** dans le secteur des **télécommunications**,
  - Seules 3 formations certifiantes identifiées ; or il s'agit du 1<sup>er</sup> secteur employeur de la Guyane
- De même, l'offre de formations sur les **compétences socles** (bureautique, illettrisme, illectronisme) est peu étoffée comparativement aux besoins identifiés
- Une offre de formations diplômante qui se structure par ailleurs dans le **secteur du sport** (ex. BPJEPS ou CQP), dynamisé par la prochaine coupe du monde 2023 et les JO2024

## RÉPARTITION DES FORMATIONS PROPOSÉES SUR LE TERRITOIRE PAR DOMAINE

Source : CARIF-OREF – extraction décembre 2021 ; retraitement Katalyse



# L'offre de formation aux métiers du champ d'intervention de l'Afdas sur le territoire

## La localisation des formations

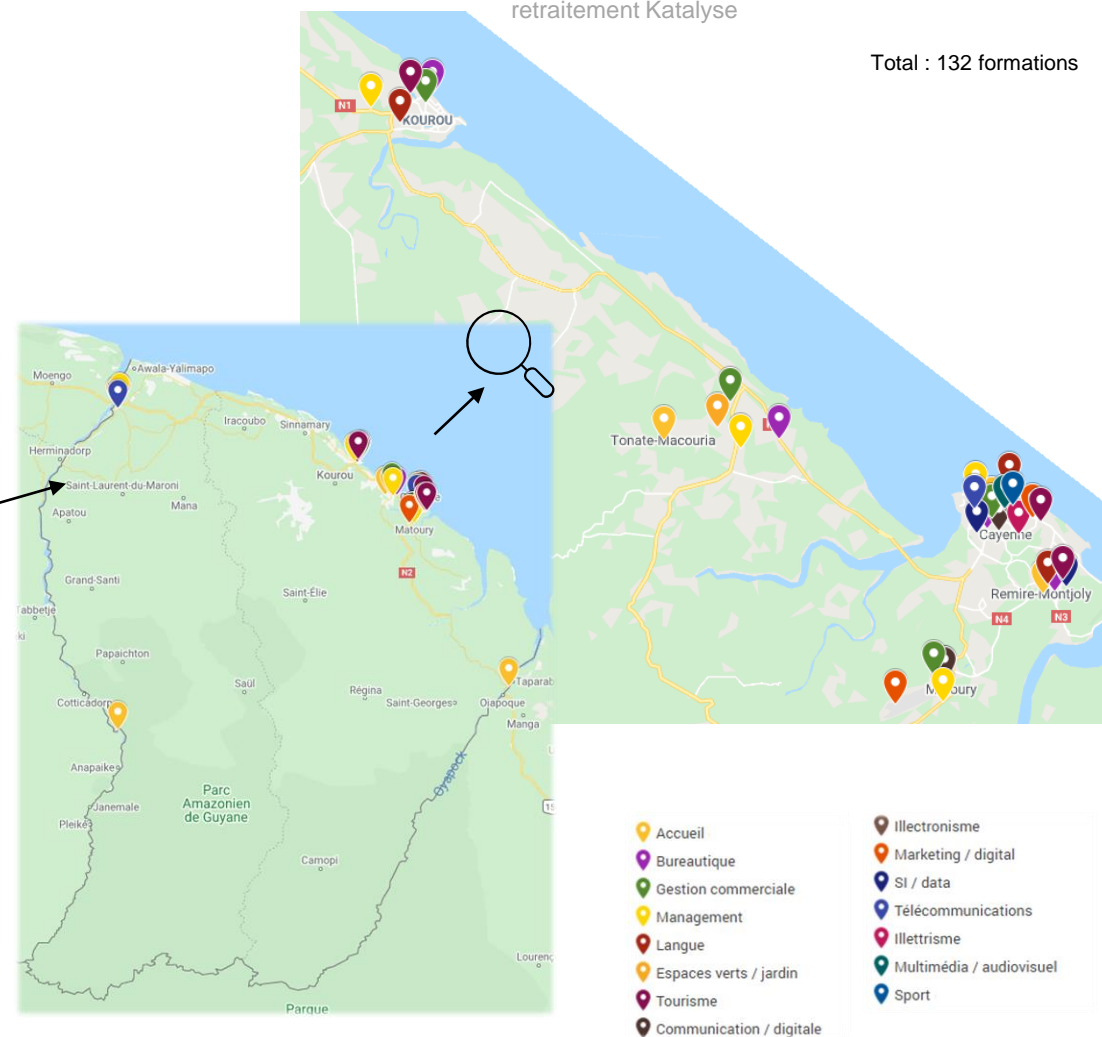
- Une offre de formation **très concentrée autour de Cayenne (88%)**
  - ❑ 61% de l'offre localisée dans la commune de Cayenne
  - ❑ 11% localisée à Kourou
  - ❑ 22 offres identifiées dans les communes limitrophes de Macouria, Matoury et Remire-Montjoly
- Des formations spécifiques aux principaux métiers Afdas de Guyane exclusivement localisées à Cayenne (Sport, Multimédia / audiovisuel, Tourisme)
- ... Et quelques formations localisées au Nord du territoire, à Saint-Laurent-du-Maroni

Domaines	Nb d'offres
Espaces verts / jardin	1
Gestion commerciale	6
Illectronisme	2
Langue	2
Management	2
télécommunications	1

## RÉPARTITION DES FORMATIONS PROPOSÉES SUR LE TERRITOIRE PAR LOCALISATION ET DOMAINES

Source : CARIF-OREF – extraction décembre 2021 ; fonds de carte Google Maps ; retraitement Katalyse

Total : 132 formations



# L'offre de formation aux métiers du champ d'intervention de l'Afdas sur le territoire

## Les potentiels de développement en formation en Guyane

- **Secteur des télécommunications** : une offre de formations encore très limitée et concentrée à Cayenne et Saint-Laurent-du-Maroni.
  - ❑ Un **besoin d'étoffer l'offre de formation partagé par les entreprises** (tensions et turnover accentué par les recrutements hors du territoire),
  - ❑ et les **organismes de formation interrogés** qui sont freinés dans le développement de leur offre par les coûts d'équipement des plateaux techniques importants.
- **Secteur du sport** (2<sup>ème</sup> secteur employeur) : bien que 8 formations aient été identifiées, le secteur se structure sous l'impulsion du Campus 2023 / JO2024 et l'offre de formation tend à s'élargir.
  - ❑ Ex. ouverture prochaine d'un bachelor chef de projet événementiel en alternance sur 2 ans dont l'objectif est d'acquérir des compétences administratives / de gestion d'un club sportif ou d'une fédération et des compétences en gestion de projet / événementiel
- Offre de formations continues pour le **secteur du tourisme** encore balbutiante selon les acteurs interrogés. De même pour les secteurs audiovisuel, exploitation cinématographique ou spectacle vivant :
  - ❑ Absence de formations techniques sur les métiers cœurs : ex. écriture de scénarios, anglais technique, logiciels métiers (movieDATA...).
  - ❑ Des formations principalement présentes en Métropole (voire concentrées en Ile-de-France).
- Par ailleurs, **l'offre de formations sur les compétences transverses émergentes est encore limitée** (gestion de projet, management, compétences digitales).
  - ❑ Un frein notamment lié au poids de la **fracture numérique** sur le territoire qui complexifie le développement de formations en e-learning

« Il manque des formations dans la fibre optique / câbles pour les télécommunications »

« L'enjeu du territoire c'est la concentration des formations dans le centre économique... il y a un fort enjeu de transport et d'hébergement pour accéder aux formations »

« En dehors de Cayenne, Kourou et St Laurent l'offre est presque inexistante... il n'y a pas exemple de lycées que dans ces 3 communes »

« Je travaille sur le "découpage" de mes formations initiales en blocs de compétences pour les ouvrir à la formation continue des salariés »

# Recours à la formation continue pour les salariés (hors publics spécifiques) en Guyane

95 bénéficiaires\* en Guyane en 2020

Soit 13,6% des effectifs salariés formés

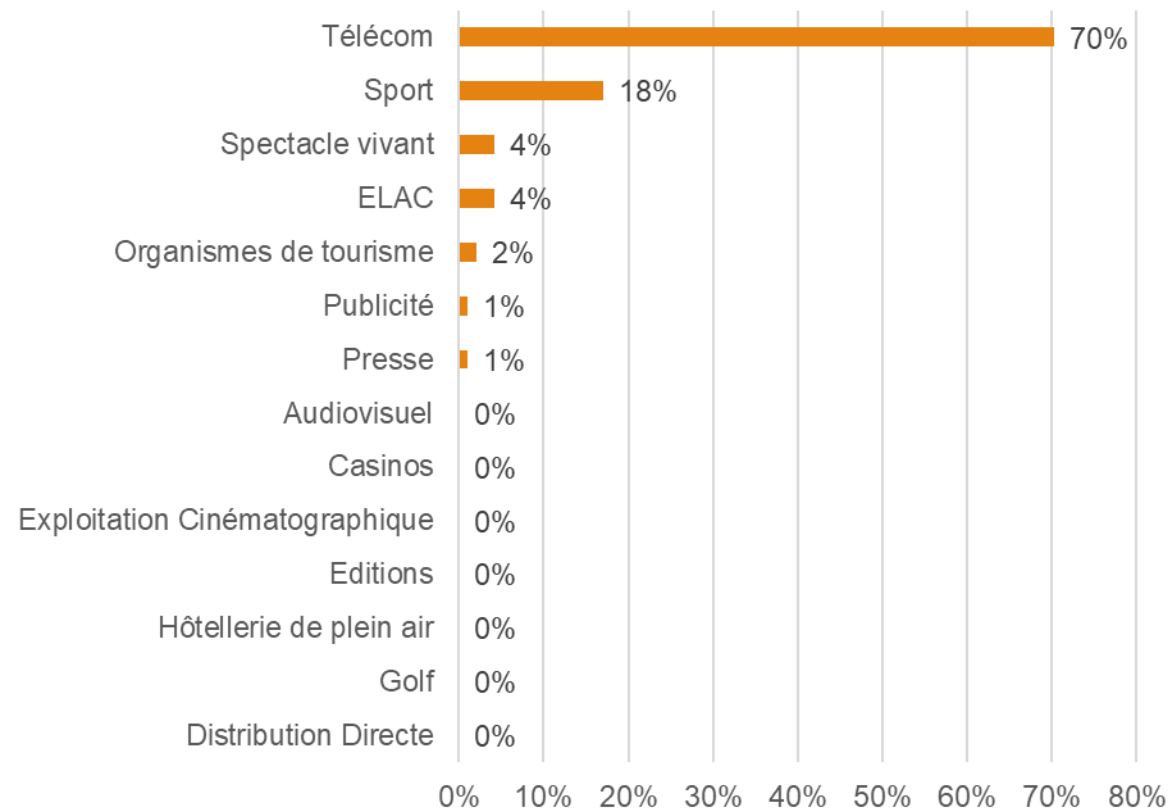
(Nb. 690 salariés en Guyane en 2020)

70 % d'entre eux relèvent du secteur des télécommunications

- Une proportion nettement supérieure au poids des effectifs salariés du secteur des télécommunications en Guyane (46%).
- Notons également l'absence de bénéficiaires dans les secteurs de l'Exploitation cinématographique et de l'Audiovisuel, 3<sup>èmes</sup> secteurs les plus employeurs sur le territoire.
- À contrario, les salariés du secteur du sport sont relativement bien formés : 18% des bénéficiaires relèvent du secteur du sport (2<sup>ème</sup> secteur employeur qui concentre 13% des effectifs du territoire)

## RÉPARTITION DES BÉNÉFICIAIRES PAR SECTEUR EN GUYANE EN 2020

Source : Afdas – données 2020 ; retraitement Katalyse



\*un bénéficiaire peut avoir participé à un ou plusieurs stage(s)

# Recours à la formation continue pour les salariés (hors publics spécifiques) en Guyane

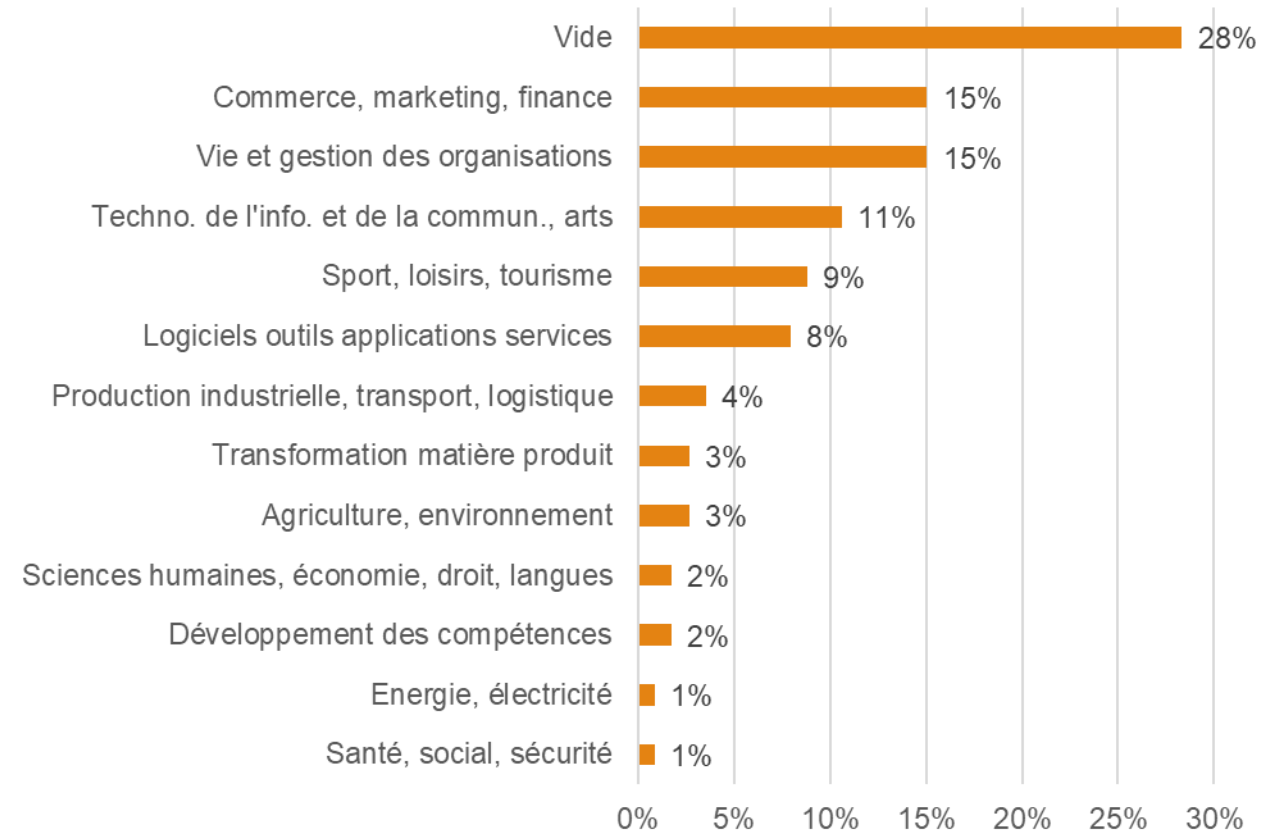
115 actions de formation suivies par les 95 bénéficiaires\* en Guyane en 2020

3 principaux domaines de formation suivies sur le territoire :

- **Commerce, marketing, finance**, et plus particulièrement la **gestion et négociation commerciale**.
- **Vie et gestion des organisations**, et plus particulièrement **l'encadrement / management**.
- **Technologies de l'information et de la communication**, et plus particulièrement la **stratégie de communication numérique**.
- Des domaines de formation qui concernent plus spécifiquement le secteur des télécommunications.

## RÉPARTITION DES ACTIONS DE FORMATION PAR DOMAINE DE FORMATION EN GUYANE EN 2020

Source : Afdas – données 2020 ; retraitement Katalyse



\*un bénéficiaire peut avoir participé à un ou plusieurs stage(s)

# Recours à l'alternance en Guyane

## 60 salariés alternants en Guyane en 2020

Soit 8,7% de l'effectif salarié du périmètre (Nb. 690 salariés en Guyane en 2020)

→ Territoire des DROM dont la proportion d'alternants est la plus faible

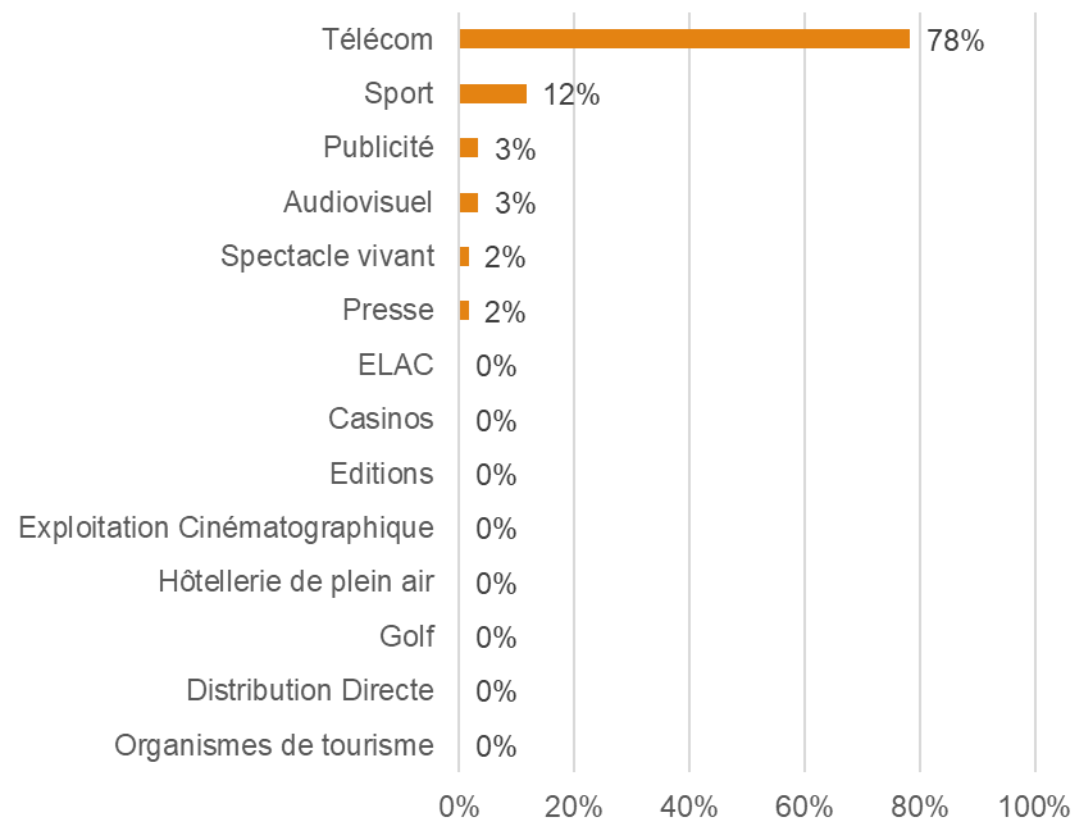
### 100 % des alternants sont en contrat d'apprentissage

78 % d'entre eux relèvent de la branche des télécommunications

Notons l'absence d'alternants dans le secteur de l'exploitation cinématographique, 2<sup>nd</sup> secteur du territoire en terme d'effectifs (8% ; de même pour l'Audiovisuel qui concentre également 8% des effectifs de Guyane).

## RÉPARTITION DES ALTERNANTS PAR SECTEUR EN GUYANE EN 2020

Source : Afdas ; retraitement Katalyse





# Recours à l'alternance en Guyane

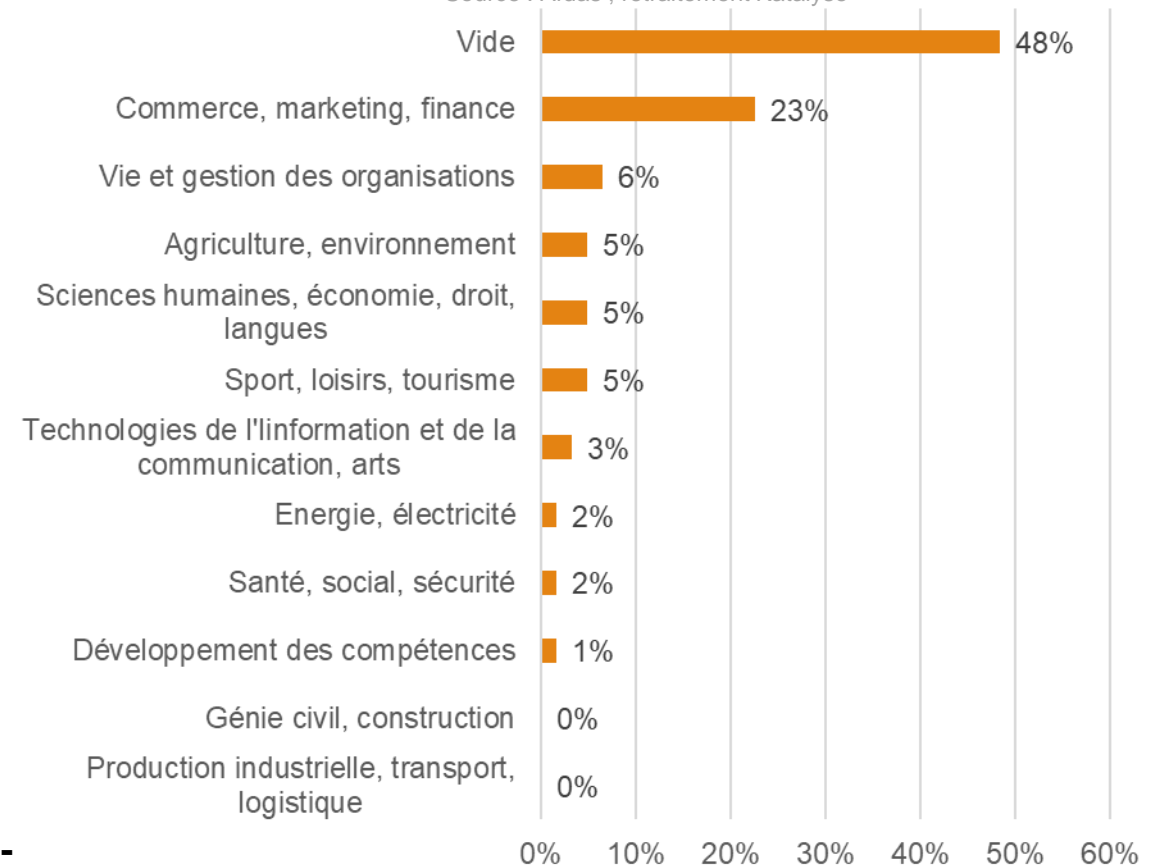
## Principaux domaines de formation

Relative concentration des alternants dans le domaine du **commerce, marketing et finance** en Guyane ; et plus particulièrement dans le domaine du **commerce / gestion commerciale et achats**.

Des domaines de formations privilégiés par les alternants du secteur des télécommunications.

### RÉPARTITION DES ACTIONS DE FORMATION EN ALTERNANCE PAR DOMAINE DE FORMATION EN GUYANE EN 2020

Source : Afdas ; retraitement Katalyse



- 1 Introduction
  - 2 Les secteurs Culture, Création, Communication, Sport et Tourisme
  - 3 Les besoins actuels et à court terme en emplois et compétences
  - 4 Les besoins à 3-5 ans en emplois et compétences
  - 5 La formation : offre et recours
  - 6 Synthèse des enjeux d'emplois et de compétences, recommandations**
- 

Annexes

# Synthèse

## Les enjeux d'emplois et de compétences en Guyane

- Enjeu de la montée en compétences sur les compétences socles (**français professionnel, outils bureautiques**) pour les salariés et pour les nouveaux entrants
- **Enjeu de l'anticipation des compétences nécessaires pour soutenir les projets du territoire** sur quelques branches spécifiques
  - Le déploiement de la fibre optique (télécommunications)
  - L'implantation du casino / théâtre sur le territoire (casino, spectacle vivant...)
  - Educateurs sportifs : des besoins qui restent importants
- **Question de l'attractivité et de l'image du territoire**

### Enjeux sur l'ensemble des DROM :

- **Facilitation des démarches pour l'accès à la formation**, notamment pour les structures peu structurées en personnel
  - Ciblage des offres de formations / organismes, clarification des démarches de prise en charge...
  - Réflexion sur les modalités de formation (dont AFEST) pour permettre de réaliser les formations à distance
  - Développement de l'emploi partagé et réflexion sur le dispositif le plus approprié pour le territoire (GEIQ, mise à disposition de salariés – Loi Cherpion, ...)
  - Mise en œuvre de contrats de professionnalisation expérimentaux (expérimentation jusque fin décembre 2023) : ouverts à des formations autres que celles inscrites au RNCP
- **Promotion de dispositifs RH** (ex. emploi partagé, contrat d'alternance expérimental...)

### Rappel des compétences émergentes

Gestion de projets et ingénierie financière (montage de dossiers, diversification des sources de revenus)

Gestion de la relation client / relation avec le public

Maîtrise des outils digitaux de base (suite bureautique)

Maîtrise du multimédia et des technologies numériques (coloration attendue pour les autres métiers)



*« Il faut qu'on promeuve davantage les carrières possibles dans le sport sur le territoire »*

# Hiérarchisation des enjeux pour la Guyane



Éléments issus de la réunion de travail



## Les 4 enjeux prioritaires

1

Facilitation des démarches pour l'accès à la formation, notamment pour les structures peu structurées en personnel

2

Montée en compétences sur les compétences socles (français professionnel) pour les salariés et pour les nouveaux entrants (type dispositif CleA ou outil Evagill)

3

Développement des compétences émergentes transverses aux DROM et aux secteurs Afdas

4

Attractivité et image du territoire

5

Réflexion sur les modalités de formation pour permettre de réaliser les formations sur le lieu de travail

6

Développement de l'emploi partagé et réflexion sur le dispositif le plus approprié pour le territoire

7

Anticipation des compétences : télécommunications  
Anticipation des compétences : sport

8

Mise en œuvre de contrats de professionnalisation expérimentaux  
Anticipation des compétences : espaces verts et développement durable

9

Anticipation des compétences : implantation du casino / théâtre sur le territoire

# Propositions d'actions pour la Guyane



Éléments issus de  
la réunion de travail  
et des entretiens

## Identification des actions proposées (1/3)

1

### Facilitation des démarches pour l'accès à la formation, notamment pour les entreprises peu structurées en personnel



#### • Action 1 : Mieux faire connaître les aides et dispositifs de formation accessibles aux entreprises et structures

- Accompagner les structures dans le montage de dossiers
- Faciliter les cofinancements de formation pour limiter les restes à charge
- Communiquer autour de l'alternance (notamment sur les modalités d'accès aux contrats de professionnalisation pour les salariés en poste et aux contrats d'apprentissage)



#### • Action 2 : Constituer un catalogue de formations (recensement de l'offre locale, Antilles, DROM et métropole)

- Veiller à partager le calendrier des formations aux acteurs locaux
- Veiller à prendre en compte des décalages horaires lors des sessions de formation à distance avec l'Hexagone



#### • Action 3 : Développer le recours à l'AFEST et aux contrats de professionnalisation expérimentaux pour pallier les freins financiers importants (superficie du territoire, manque de plateaux techniques et fracture numérique)

- Deux modalités de formation intéressantes à déployer sur le territoire :
  - Pallier le manque de plateaux techniques (notamment dans les territoires plus reculés) en se formant sur son lieu de travail
  - Pallier les difficultés d'accès à la formation (transport, hébergement)



Action évoquée lors des autres ateliers territoriaux

#### • Action 4 : Encourager la territorialité des formations

- Mutualiser les formations transverses (notamment en présentiel) par bassins de vie
- Développer des formations en Blended Learning, plus adapté au territoire que les formations « 100% e-learning » → enjeu de l'autonomie des stagiaires et de la capacité à capter l'attention du public à distance
- Un double objectif :
  - Faire venir les formations (et donc les formateurs) sur le bassin de vie pour limiter les frais de déplacement et d'hébergement (notamment dans l'Ouest et les communes du fleuve) et palier la fracture numérique
  - Compléter ces temps de formation par des modules en e-learning (selon le métier et la maturité du salarié avec le digital)

#### • Action 5 : Faciliter l'accès à la formation pour les territoires les plus excentrés (ex. Maripasoula, Grand Santi, Papaïchton et Saül)

- Encourager la mutualisation des formations (formations interentreprises)
- Envisager des cofinancements opco-collectivité-Etat ou autres participations aux frais de déplacement et d'hébergement plus importants
- Et/ou engager une réflexion autour des lieux de formations → aménager des espaces de formation (accueil de formateurs) pour les territoires les plus excentrés (généralement les plus concernés par la fracture numérique)

# Propositions d'actions pour la Guyane



Éléments issus de la réunion de travail et des entretiens

## Identification des actions proposées (2/3)

### 2 Montée en compétences sur les compétences socles (français professionnel, langue française et numérique) pour les salariés et pour les nouveaux entrants

- ★ **Action 1 : Encourager la mobilisation des dispositifs de formation → dispositif CleA ou projet Voltaire**
  - ☐ Faire connaître ces dispositifs aux entreprises / structures du territoire
- ★ **Action 2 : Proposer des modules de formations de « remise à niveau » :**
  - ☐ POEC : parcours de préqualification avant l'entrée en contrat d'apprentissage ou de professionnalisation (co-financements de Pôle Emploi)
  - ☐ Dispositif SESAME (sport, animation)
- ★ **Action 3 : Etoffer l'offre de formation sur les langues étrangères**
  - ☐ Encourager le développement d'offres de formations en langue orientées vers la pratique orale (ex. ateliers théâtres en langue étrangère)
- **Action 4 : Faciliter l'accès aux formations de remise à niveau sur les outils digitaux (illectronisme) par bassin de vie** (notamment à l'Ouest, communes du fleuve)

### 3 Développement des compétences émergentes transverses aux DROM et aux secteurs Afdas

- **Action 1 : Développer l'offre de formation sur l'accueil du public** notamment autour d'ateliers de pratique orale (*cf. langues étrangères*)
  - ☐ Faire connaître cette offre auprès des salariés et des jeunes (*cf. action de sensibilisation aux métiers et secteurs page suivante*)
- ★ **Action 2 : Envisager des actions de formation inter-régionales avec les Antilles par filières/secteurs sous la forme de stages immersifs** (modules en présentiels) **et webinaires** (modules à distance - blended learning)
- **Action 3 : Développer des formations-actions à l'entrepreneuriat / intrapreneuriat**
  - ☐ Accompagner les porteurs de projets du territoire



# Propositions d'actions pour la Guyane



Éléments issus de  
la réunion de travail  
et des entretiens

## Identification des actions proposées (3/3)

### 4 Attractivité et image du territoire, des actions à conduire auprès des actifs / salariés, jeunes et organismes de formation

- **Action 1 : Mener des actions de communication pour valoriser les secteurs et métiers de l'Afdas en Guyane**

- Animer des ateliers de présentation / sensibilisation aux métiers Afdas
- Faire découvrir des parcours professionnels envisageables sur le territoire (partage d'expérience)
- Présenter l'offre de formation présente sur le territoire

→ Action à mener en partenariat avec l'Education Nationale

- ★ • **Action 2 : Accompagner la structuration de filières sur le territoire et à l'échelle des Antilles pour mutualiser les initiatives et faciliter l'accès à la formation**

- ★ • **Action 3 : Accompagner la création de partenariats (ingénierie de formation) entre les organismes de formation locaux et les organismes de formation des autres DROM et de métropole**

→ Facteur clé de succès : bien faire remonter les besoins à l'OPCO pour permettre cet accompagnement



# Propositions d'actions

## Autres propositions d'actions issues de nos investigations

- **Secteur des télécommunications** : 1<sup>er</sup> secteur employeur du territoire (46% des effectifs en 2020) et des projets de développement structurant pour le secteur (densification du maillage numérique du territoire et notamment dans les communes éloignées) du centre économique de Cayenne
  - ❑ Pourtant une offre de formations encore très limitée et concentrée.
  - ❑ Un enjeu de promotion des **contrats de professionnalisation expérimentaux et/ou de l'AFEST** (relativement méconnus des entreprises du territoire) pour pallier le manque de plateaux techniques en Guyane et plus particulièrement dans les territoires reculés.
- **Secteurs audiovisuel, exploitation cinématographique ou spectacle vivant** : secteurs qui concentrent près du quart des effectifs du territoire et dont l'offre de formation est très limitée
  - ❑ Un enjeu de **nouer des partenariats avec les organismes de formation métropolitains** pour délocaliser sur le territoire des formations « cœur de métier ».
    - ✓ Une **stratégie de filière** à construire entre les acteurs locaux pour mutualiser les moyens et participer collectivement à l'accueil de formateurs métropolitains sur le territoire.
  - ❑ Identifier au sein des structures ressources du territoire (ex. Maison du Cinéma et École du cirque) des **personnes expérimentées à former** pour qu'elles deviennent formatrices sur le territoire.
    - ✓ S'appuyer sur l'offre de formation proposée par l'Afdas dans le cadre de la formation tutorat.



- 1** Introduction
- 2** Les secteurs Culture, Création, Communication, Sport et Tourisme
- 3** Les besoins actuels et à court terme en emplois et compétences
- 4** Les besoins à 3-5 ans en emplois et compétences
- 5** La formation : offre et recours
- 6** Synthèse des enjeux d'emplois et de compétences, recommandations

## **Annexes**

---

## Annexes

---

- **Liste des entretiens conduits et moyens mis en oeuvre**
- Note méthodologique et données statistiques

# Entretiens conduits en phase 1

Territoire couvert	Secteur	Nom de la structure	Nom	Prénom	Fonction du contact	Entretiens conduits / programmés	
Guyane	Sport	DRAJES	CALMETTES	Nicolas	Chef de service certification	1	RDV le 22/08
Guyane	Culture	DGCOPOP - DAC	DELAVAL	Celine	Coordinatrice du pôle culturel	1	RDV le 29/07
Guyane	Télécom.	Collectivité Territoriale de la Guyane (service Innovation, Télécoms et Infrastructures télécommunications)	SAGNE	Marc	Responsable service innovation et infrastructures télécoms	1	RDV le 22/07

# Entretiens conduits en phase 2

Territoire couvert	Secteur	Nom de la structure	Nom	Fonction du contact
Guyane	Audiovisuel	INFOGUYANE	Nathalie ABCHEE	Administratrice
Guyane	Loisirs	ILOT GONFLABLE DE L OUEST	Albert THOMY	Président
Guyane	Organismes de tourisme	OT DE SAINT LAURENT DU MARONI	BARBARA BARTEBIN	Présidente de l'association
Guyane	Spectacle	KS AND CO	SERGE ABATUCCI	DG
Guyane	Sport	COSMA CANOE KAYAK DU MARONI	Olivier PERSIAUX	Président
Guyane	télécommunications	GUYACOM	Marie-Hélène SABATTIE	Juriste

# Les moyens de la phase 2

## Le profil des répondants à l'enquête en ligne

115 répondants au total

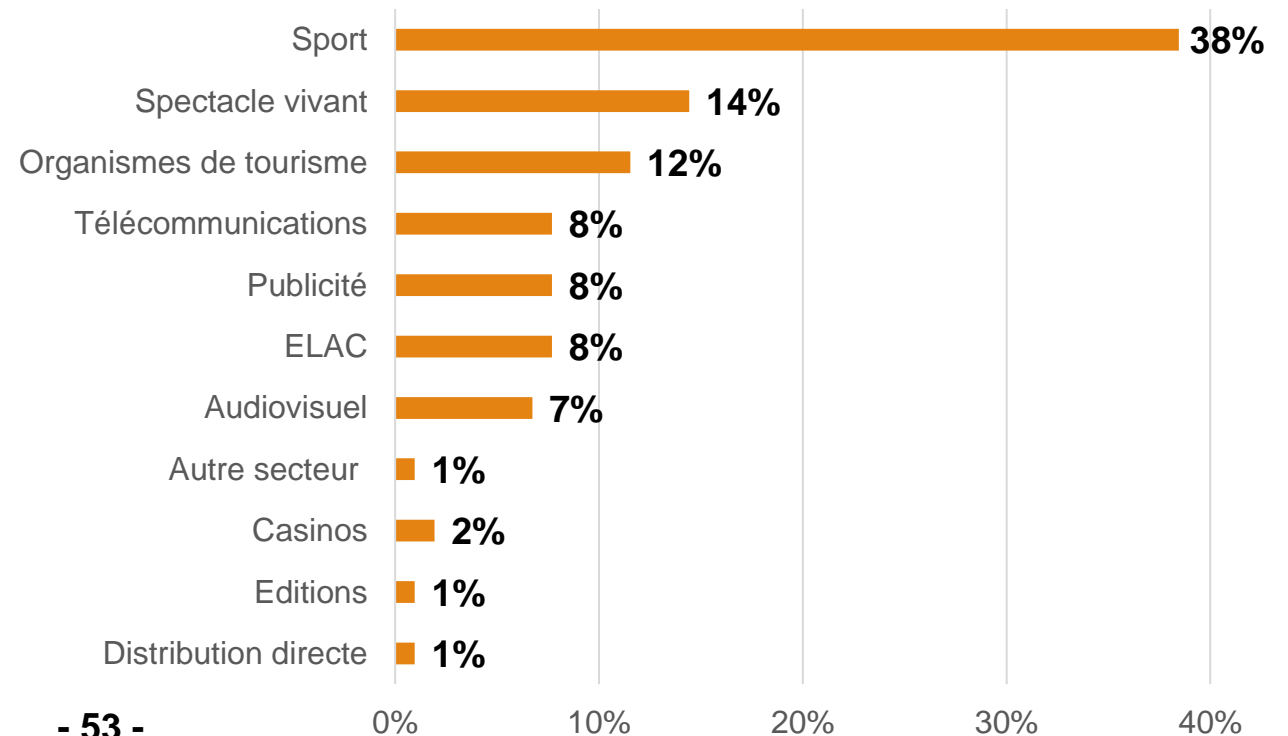
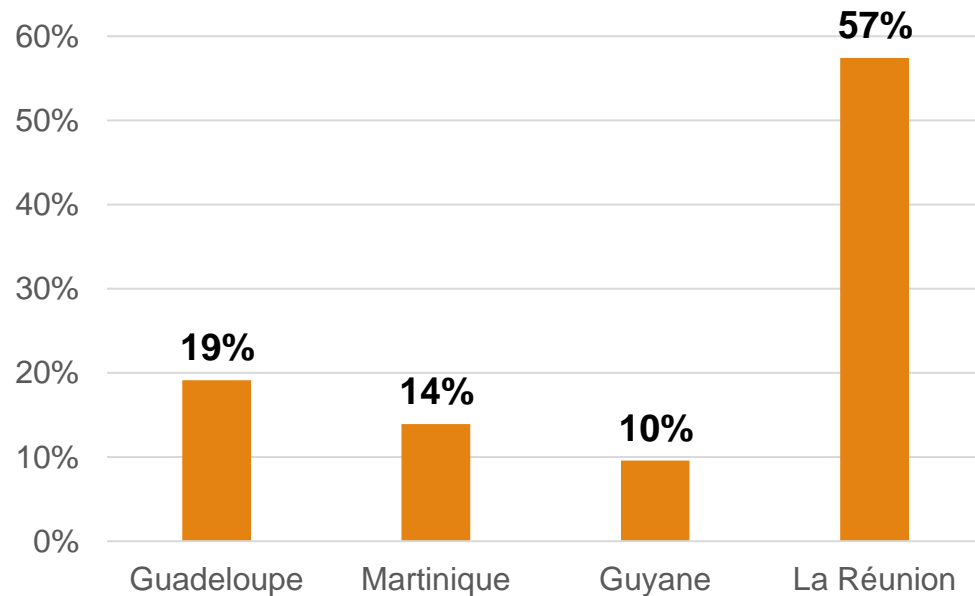
- Cohérence avec la répartition effective :
  - 3 territoires rassemblant près de la moitié des établissements
  - Premier secteur d'activité : le sport.
- Légère surreprésentation des organismes de tourisme, 8<sup>ème</sup> secteur d'activité des DROM (détail page 8)

### RÉPARTITION DES RÉPONDANTS PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ

Source : enquête en ligne, retraitement Katalyse

### RÉPARTITION DES RÉPONDANTS PAR TERRITOIRE

Source : enquête en ligne, retraitement Katalyse



# Entretiens conduits en phase 3

Territoire couvert	Secteur	Nom de la structure	Nom	Fonction du contact
Métropole	Audiovisuel	La FEMIS	Jérôme LECANU	Directeur formation
Métropole	Spectacle	CFPTS	Béatrice GOUFFIER	Responsable formation
Métropole	Spectacle	CAGEC	Sylvie RICORDAIRE	Adjointe formation
<b>Guyane</b>	<b>OF Généraliste</b>	<b>IUFC</b>	<b>Marie-Gabrielle HADEY SAINT-LOUIS</b>	<b>Directrice IUFC</b>
<b>Guyane</b>	<b>Sport / loisirs</b>	<b>OFA GUYANE</b>	<b>Maxime FLORIMOND</b>	<b>Délégué Général</b>
<b>Guyane</b>	<b>Télécom</b>	<b>GIP FCIP CAYENNE</b>	<b>Joseph FESTA</b> <b>Adrien Emmanuel NKUNKU LUSALA</b>	<b>Directeur GIP-FCIP / DRAFPIC</b> <b>Directeur-Adjoint GIP FCIP et Directeur</b> <b>Opérationnel du CFA Education Nationale -</b> <b>Académie de Guyane</b>
<b>Guyane</b>	<b>Exploitation cinéma. Audiovisuel</b>	<b>G-CAM</b>	<b>Nadine BUGNOT</b>	<b>Directrice</b>

## Annexes

---

- Liste des entretiens conduits et moyens mis en oeuvre
- **Note méthodologique et données statistiques**

# Rappel méthodologique

## textkernel



### Données accessibles

- Annonces d'emplois publiées par les entreprises des DROM
- Localisation des annonces
- Nombre d'annonces par semaine, niveaux de formation attendues, compétences recherchées

### Périmètre proposé

- Secteur retenu pour les offres publiées par les entreprises de la branche → codes NAF du périmètre d'étude (cf. annexes)
- **Métiers retenus pour les offres publiées par les agences d'intérim** → *Liste détaillée des métiers retenus en annexes* → pour validation
  - ✓ Secteur Arts, Culture et Médias (ex. Journaliste, compositeur, Ingénieur du son)
  - ✓ Secteur Communication, marketing et relations publiques (ex. Directeur de maison d'édition, Chef de publicité)
  - ✓ Secteur Sport, Loisir et Tourisme (ex. Agent d'accueil touristique, responsable de l'animation, éducateur sportif)
  - ✓ Secteur télécommunications (ex : Ingénieur télécommunications, chef de projet télécommunications)
  - ✓ Secteur Hôtellerie, restauration (métiers retenus : Manager de casino, Responsable d'établissement d'hébergement touristique, personnel événementiel)



### Intérêt

- Extraction des offres publiées ses 2 dernières années (28/10/2019 et le 27/09/2021)



### Limite

- Périmètres retenus en code Naf (qui ne correspond pas exactement au périmètre branche)



# Evolution du marché de l'emploi dans les secteurs sur les DROM

## Un très faible recours à l'intérim

- 47 offres d'emploi publiées par les agences d'intérim depuis 2 ans
- Peu d'offres publiées par les agences d'intérim sur le périmètre :
  - ❑ Plus de la moitié des offres (env. 50 %) concernent le domaine professionnel Marketing et Relations Publiques ;
  - ❑ Tandis que les domaines Arts, Culture et Média, Communication et Sport (33 %), Loisir et Tourisme (12 %) et télécommunications (10 %).
- 43 % des offres publiées sur le territoire de La Réunion
- Répartition à part égale dans les autres territoires

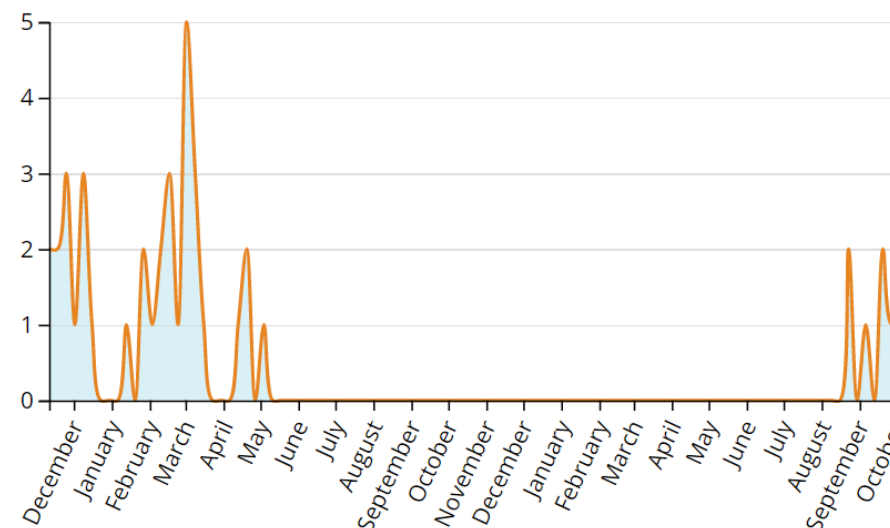
Principaux métier recherchés	Nb d'offres d'emploi*
Animateur Commercial (h/f)	10
Marketteur produit (h/f)	4
Monteur d'installation de télécommunications (h/f)	3
Chargé d'Études de Marché (h/f)	3
Assistant Marketing (h/f)	3
Créateur de Décors (h/f)	2
Ingénieur télécommunications (h/f)	2
Documentaliste (h/f)	2



Les 8 métiers les plus recherchés représentent **62 % des annonces d'emploi publiées par les agences d'intérim**

## NOMBRE DE NOUVELLES OFFRES PUBLIÉES CHAQUE SEMAINE\* PAR LES AGENCES D'INTÉRIM \* DANS LES DROM

Source : Textkernel



\*Annonces d'emplois publiées entre le 28/10/2019 et le 27/09/2021

\*\*Principaux codes NAF du périmètre d'étude, entreprises adhérentes et non adhérentes

# Les employeurs et les salariés intermittents du spectacle

- Secteurs professionnels et hors secteurs professionnels -

Nombre d'employeurs localisés dans le département | Nombre de salariés résidant dans le département

	Nombre d'employeurs	Nombre de salariés
<b>1° trimestre 2019</b>		
Guadeloupe	59	280
Martinique	66	472
Guyane	-	-
Réunion - Mayotte	135	802
<b>TOTAL Métropole, DOM (étranger et non renseigné)</b>	<b>46 867</b>	<b>174 329</b>
<b>2° trimestre 2019</b>		
Guadeloupe	56	747
Martinique	80	844
Guyane	-	-
Réunion - Mayotte	146	971
<b>TOTAL Métropole, DOM (étranger et non renseigné)</b>	<b>55 661</b>	<b>192 907</b>
<b>3° trimestre 2019</b>		
Guadeloupe	50	653
Martinique	78	527
Guyane	-	-
Réunion - Mayotte	142	1 178
<b>TOTAL Métropole, DOM (étranger et non renseigné)</b>	<b>55 099</b>	<b>190 384</b>

	Nombre d'employeurs	Nombre de salariés
<b>4° trimestre 2019</b>		
Guadeloupe	61	470
Martinique	83	528
Guyane	30	128
Réunion - Mayotte	158	1 013
<b>TOTAL Métropole, DOM (étranger et non renseigné)</b>	<b>55 338</b>	<b>194 589</b>
<b>1° trimestre 2020</b>		
Guadeloupe	54	241
Martinique	64	362
Guyane	-	-
Réunion - Mayotte	130	792
<b>TOTAL Métropole, DOM (étranger et non renseigné)</b>	<b>43 327</b>	<b>170 591</b>
<b>2° trimestre 2020</b>		
Guadeloupe	23	127
Martinique	37	196
Guyane	20	62
Réunion - Mayotte	99	514
<b>TOTAL Métropole, DOM (étranger et non renseigné)</b>	<b>20 895</b>	<b>100 311</b>

Source : Pôle Emploi - Direction des Statistiques, des Études et de l'Évaluation ([lien](#))

# Table de correspondance : CPNEF x IDCC (1/2)

Secteur : CPNEF principale	IDCC	IDCC Libellé
CPNEF de l'exploitation cinématographique et de la distribution de films	716	Convention collective nationale des employés et ouvriers de la distribution cinématographique
	892	Convention collective nationale des cadres et agents de maîtrise de la distribution de films de l'industrie cinématographique
	892	Convention collective nationale des cadres et agents de maîtrise de la distribution de films de l'industrie cinématographique
	1307	Convention collective nationale de l'exploitation cinématographique
CPNE Casinos	2257	Convention collective nationale des casinos
CPNE des Télécoms	2148	Convention collective nationale des télécommunications
CPNEF de la Distribution Directe	2372	Convention collective nationale des entreprises de la distribution directe
CPNEF de la Presse et des Agences de presse	2683	Convention collective nationale du portage de presse
	1480	Convention collective nationale de travail des journalistes
	3221	Convention collective nationale des agences de presse (+anciennes conventions N°1903 et 2014)
	214	Convention collective régionale des ouvriers des entreprises de presse de la région parisienne
	306	Convention collective régionale des cadres techniques de la presse quotidienne parisienne
	394	Convention collective régionale des employés de la presse quotidienne parisienne
	509	Convention collective régionale des cadres administratifs de la presse quotidienne parisienne
	598	Convention collective nationale de travail des ouvriers de la presse quotidienne régionale
	693	Convention collective nationale de travail des employés de la presse quotidienne départementale
	698	Convention collective nationale de travail des employés de la presse quotidienne régionale
	781	Convention collective nationale des cadres administratifs de la presse quotidienne départementale
	1018	Convention collective nationale des cadres techniques de la presse quotidienne départementale française
	1083	Convention collective nationale de travail des ouvriers de la presse quotidienne départementale
	1281	Convention collective nationale des employés de la presse hebdomadaire régionale
	1563	Convention collective nationale des cadres de la presse hebdomadaire régionale d'information
	1895	Convention collective nationale de l'encadrement de la presse quotidienne régionale
	3225	Convention collective nationale des éditeurs de la presse magazine (employés et cadres) (= anciennement IDCC 3201 et 3202)
3230	Convention collective nationale de la presse d'information spécialisée (anciennement IDCC 1871 et 1874)	
CPNEF de la publicité	86	Convention collective nationale des entreprises de publicité et assimilées
CPNEF de l'audiovisuel	2412	Convention collective nationale de la production de films d'animation
	2642	Convention collective nationale de la production audiovisuelle
	2717	Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (fusion entre la 2717 et la 2397)
	3097	Convention collective nationale de la production cinématographique
	2770	Convention collective nationale de l'édition phonographique (annexée à la convention collective nationale de l'édition 2121)
	1922	Convention collective nationale de la radiodiffusion
	1734	Convention collective des artistes-interprètes engagés pour des émissions de télévision (annexée à la convention collective de la production audiovisuelle IDCC 2642)
2411	Convention collective nationale des chaînes thématiques	

# Table de correspondance : CPNEF x IDCC (1/2)

Secteur : CPNEF principale	IDCC	IDCC Libellé
CPNEF des organismes de tourisme	1909	Convention collective nationale des organismes de tourisme
CPNEF du Golf	2021	Convention collective nationale du golf
CPNEF Spectacle Vivant	2397	Convention collective nationale des mannequins adultes et mannequins enfants de moins de 16 ans employés par les agences de mannequins (fusion avec 2717)
	1285	Convention collective nationale pour les entreprises artistiques et culturelles (SYNDEAC)
	2717	Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (fusion entre la 2717 et la 2397)
	3090	Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant
CPNEFP sport	2511	Convention collective nationale du sport
ELAC : CPNEF des espaces de loisirs, d'attractions et culturels	1790	Convention collective nationale des espaces de loisirs, d'attractions et culturels
HPA : Convention collective nationale de l'hôtellerie de plein air	1631	Convention collective nationale de l'hôtellerie de plein air
Les éditions : CPNE Edition du livre et édition musicale + CPNE Edition phonographique	2121	Convention collective nationale de l'édition
	1016	Convention collective nationale des cadres et agents de maîtrise de l'édition de musique (annexée à la convention collective nationale de l'édition 2121)
	1194	Convention collective nationale des employés de l'édition de musique (annexée à la convention collective nationale de l'édition 2121)

## Table de correspondance pour chaque activité (code APE de la NAF), correspondance avec une ou plusieurs convention(s) collective(s) en raison de la part significative des effectifs pour l'APE dans la branche (1/2)

Secteur : CPNEF principale	APE (NAF)	Libellé de l'Activité Principale Exercée (APE)
Cinéma: CPNEF de l'exploitation cinématographique et de la distribution de films	5913A	Distribution de films cinématographiques
	5913B	Edition et distribution vidéo
	5914Z	Projection de films cinématographiques
CPNE casinos	9200Z	Organisation de jeux de hasard et d argent
CPNE des Télécoms	6110Z	télécommunications
	6120Z	télécommunications sans fil
	6130Z	télécommunications par satellite
	6190Z	Autres activités de télécommunications
CPNEF de la Distribution Directe	n.r.	non renseigné
CPNEF de la presse et des agences de presse	1811Z	Imprimerie de journaux
	1813Z	Pré-presse
	5310Z	Acheminement des journaux
	5320Z	Autres activités de poste et de courrier / Portage de journaux porte à porte
	5813Z	Edition de journaux
	5814Z	Édition de revues et périodiques
	6391Z	Activités des agences de presse
	8219Z	Photocopie, préparation de documents et autres activités spécialisées de soutien de bureau les activités de routage et la messagerie urbaine de la presse
CPNEF de la publicité	7311Z	Activités des agences de publicité
	7312Z	Régie publicitaire de médias
CPNEF de l'audiovisuel	5821Z	Édition de jeux électroniques (/Jeux Vidéo)
	5911A	Production de films et de programme pour la télévision
	5911B	Production de films institutionnels et publicitaires
	5911C	Production de films pour le cinéma
	5912Z	Post-production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision
	5920Z	Enregistrement sonore et édition musicale
	6010Z	Édition et diffusion de programmes radio
	6020A	Edition de chaînes généralistes
6020B	Edition de chaînes thématiques	
CPNEF des organismes de tourisme	7990Z	Autres services de réservation et activités connexes
CPNEF du Golf	9311Z	Gestion d installations sportives

## Table de correspondance pour chaque activité (code APE de la NAF), correspondance avec une ou plusieurs convention(s) collective(s) en raison de la part significative des effectifs pour l'APE dans la branche (2/2)

Secteur : CPNEF principale	APE (NAF)	Libellé de l'Activité Principale Exercée (APE)
CPNEF Spectacle Vivant	7490B	Activités exercées par des agents ou des agences pour le compte de particuliers et consistant habituellement à leur obtenir un engagement dans des films, des productions théâtrales, d'autres spectacles ou des manifestations sportives et à placer des livres, des pièces de théâtre, des œuvres d'art, des photos, etc., chez des éditeurs, des producteurs, etc.
	7810Z	Agences de mannequins
	9001Z	Arts du spectacle vivant
	9002Z	Activités de soutien au spectacle vivant
	9004Z	Gestion des salles de spectacles
	9003A	Création artistique relevant des arts plastiques
	9003B	Autre création artistique (que celle relevant des arts plastiques)
CPNEFP sport	8551Z	Enseignement de disciplines sportives et d'activités de loisirs
	9311Z	Gestion d'installations sportives
	9312Z	Activités de clubs de sports
	9313Z	Activités des centres de culture physique
	9319Z	Autres activités liées au sport
ELAC: CPNEF des espaces de loisirs, d'attractions et culturels	9102Z	Gestion des musées
	9103Z	Gestion des sites et monuments historiques et des attractions touristiques similaires
	9104Z	Gestion des jardins botaniques et zoologiques et des réserves naturelles
	9200Z	Organisation de jeux de hasard et d'argent
	9321Z	Activités des parcs d'attractions et parcs à thèmes
HPA: Convention collective nationale de l'hôtellerie de plein air	9329Z	Autres activités récréatives et de loisirs
	5530Z	Hôtellerie de plein air
Les éditions: CPNE Edition du livre et édition musicale + CPNE Edition phonographique	5811Z	Edition de livres
	5812Z	Edition de répertoires et de fichiers d'adresse
	5819Z	Autres activités d'édition
	5920Z	Enregistrement sonore et édition musicale

## Délégation régionale de La Réunion

(97420 Le Port)  
[reunion@afdass.com](mailto:reunion@afdass.com)

## Délégation régionale de Guadeloupe, Martinique, Guyane

Bureau de Guadeloupe (97122 Baie Mahault)  
[gmg@afdass.com](mailto:gmg@afdass.com)

Bureau de Guyane (97300 Cayenne)  
[gmg@afdass.com](mailto:gmg@afdass.com)

Bureau de la Martinique (97200 Fort-de-France)  
[gmg@afdass.com](mailto:gmg@afdass.com)

**Téléphone : 01 44 78 39 39**

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

[observatoires.afdass.com](http://observatoires.afdass.com)

  
Île de la Réunion

  
Guadeloupe

  
Martinique

  
Guyane

