

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 Martinique**

Cofinancé  
par



PLAN  
D'INVESTISSEMENT  
DANS LES COMPÉTENCES

**afDas**  
DEMAIN SERA FORMATION

Mission conduite par

**Katalyse**   
STRATÉGIE & DÉVELOPPEMENT

En collaboration avec



<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.18
<b>4</b>	Les besoins à 3-5 ans en emplois et compétences	p.26
<b>5</b>	La formation : offre et recours	p.37
<b>6</b>	Synthèse des enjeux d'emplois et de compétences, recommandations	p.45
	Annexes	p.52

# **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 Martinique

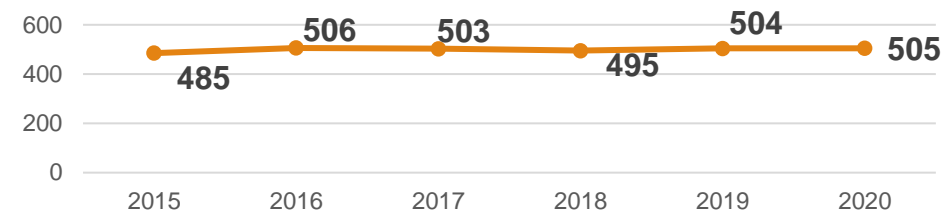
## Plus de 500 établissements employeurs en Martinique en 2020

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

- **505 établissements employeurs en Martinique en 2020**, soit 22 % des établissements du périmètre\* dans les DROM.
- **Légère fluctuation du nombre d'établissements employeurs** du périmètre\* en Martinique :
  - **Hausse de 0,8 % en moyenne par an** au cours de la période, soit une création nette de 20 établissements.
- **Les 3 premiers secteurs concentrent près de la moitié (49%)** des établissements du périmètre\* en Martinique en 2020 :
  - Représentativité similaire à l'échelle des DROM.

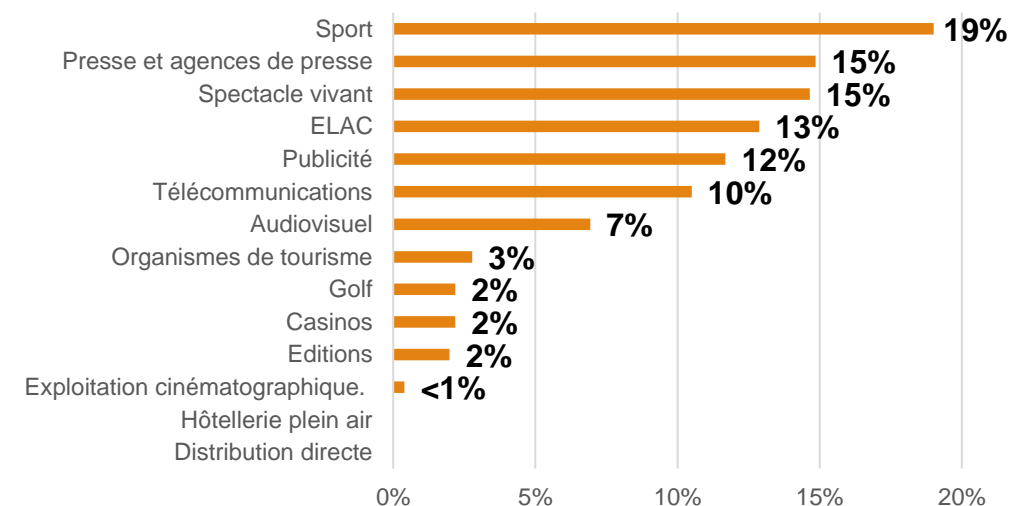
## ÉVOLUTION DU NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS\* EN MARTINIQUE ENTRE 2015 ET 2020

(Source : URSSAF ; retraitement Katalyse)



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

(Source : URSSAF ; retraitement Katalyse)





# Les emplois salariés en Martinique

hors intermittents du spectacle

## Plus de 2 500 salariés en Martinique en 2020

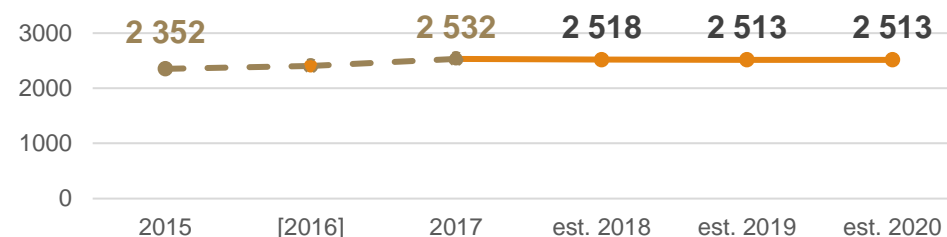
\*Principaux codes NAF du périmètre d'étude, entreprises adhérentes et non adhérentes

- **2 515 salariés en Martinique en 2020**, soit 21 % des effectifs du périmètre\* dans les DROM.
- **Relative stabilité des effectifs salariés** du périmètre\* en Martinique au cours de la période :
  - Croissance annuelle moyenne de 1,3 % entre 2015 et 2020.
  - **Notons la légère baisse des effectifs à partir de 2017 :**
    - Hausse marquée des effectifs entre 2015 et 2017 (+7%), soit une création nette de 180 emplois ;
    - Puis une légère diminution des effectifs de 0,8% entre 2017 et 2020.
- **Concentration des effectifs salariés dans le secteur des Télécommunications** moins marquée en Martinique (28%) que dans l'ensemble des DROM (33%)



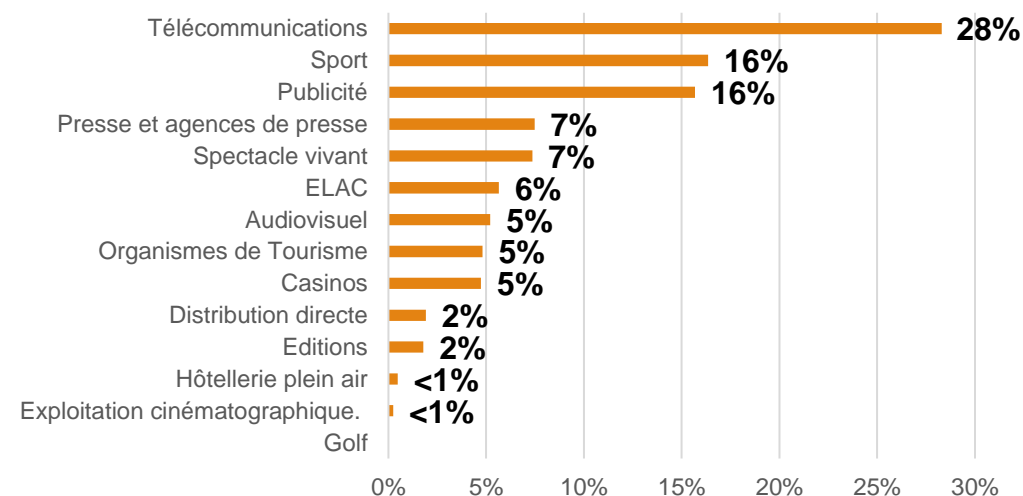
## ÉVOLUTION DES EMPLOIS SALARIÉS\* EN MARTINIQUE ENTRE 2015 ET 2020

(Sources\* : INSEE DADS 2015 et 2017 ; URSSAF 17-20 ; retraitement Katalyse)



## RÉPARTITION PAR SECTEURS DES EMPLOIS SALARIÉS\* EN MARTINIQUE EN 2020

(Sources\* : estimation à partir des données INSEE DADS 2017 ; URSSAF ; retraitement Katalyse)



# Les emplois intermittents en Martinique

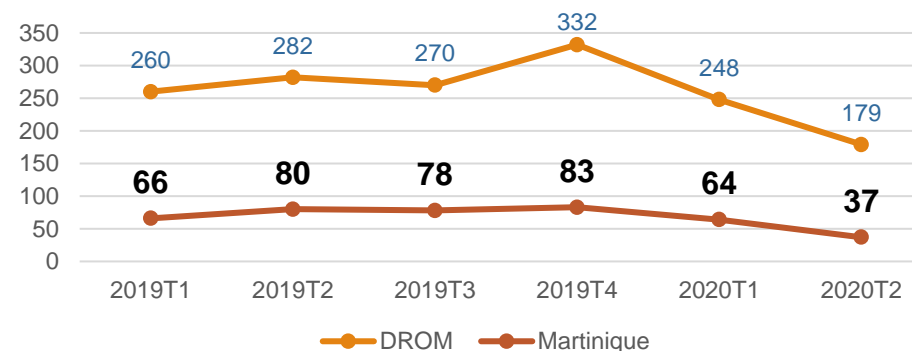
**Selon Pôle Emploi, 27 % des employeurs d'intermittents du spectacle et 28 % des salariés intermittents du spectacle des DROM présents en Martinique**

- **27 % des employeurs d'intermittents du spectacle et 28 % des salariés intermittents du spectacle des DROM présents en Martinique en moyenne en 2019 :**
  - ❑ Augmentation d'un quart de nombre d'employeurs en Martinique au cours de la période (+26% entre le T1 2019 et le T4 2019);
  - ❑ Hausse plus mesurée du nombre de salariés intermittents résidents en Martinique en 2019 (notons toutefois le doublement au T2 2019).
- **Décrochage en raison de la crise Covid également marqué sur le territoire :**
  - ❑ Au T2 2020, la Martinique représente 21% des employeurs et 22 % des salariés intermittents du spectacle des DROM.

DROM : Guadeloupe, Martinique, Guyane et La Réunion-Mayotte (cf. détails en annexes)

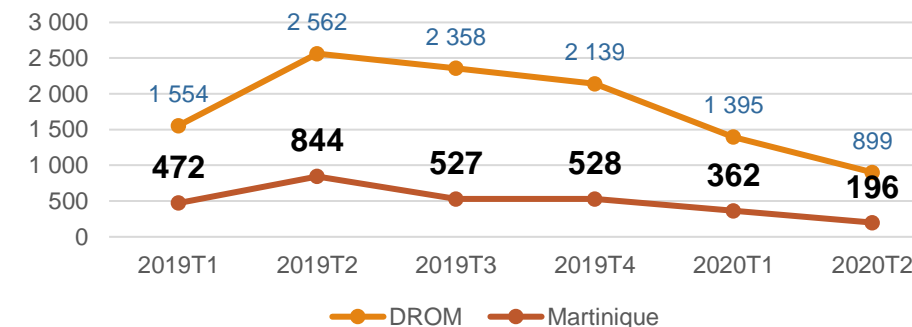
**ÉVOLUTION DU NOMBRE D'EMPLOYEURS D'INTERMITTENTS DU SPECTACLE EN MARTINIQUE ENTRE LE 1<sup>er</sup> TRIMESTRE (T1) 2019 ET LE 2<sup>eme</sup> TRIMESTRE 2020**

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



**ÉVOLUTION DU NOMBRE DE SALARIÉS INTERMITTENTS DU SPECTACLE EN MARTINIQUE 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 Martinique

## Des salariés plus âgés en Martinique que dans l'ensemble des DROM

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

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

(Source : INSEE DADS 2017 ; retraitements Katalyse)



49 %

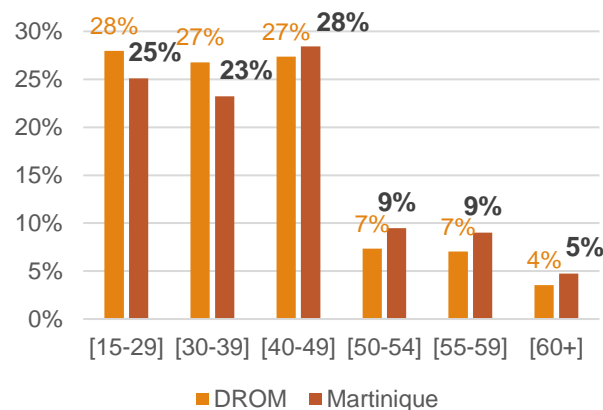


51 %

Total DROM : 44 % | 56 %

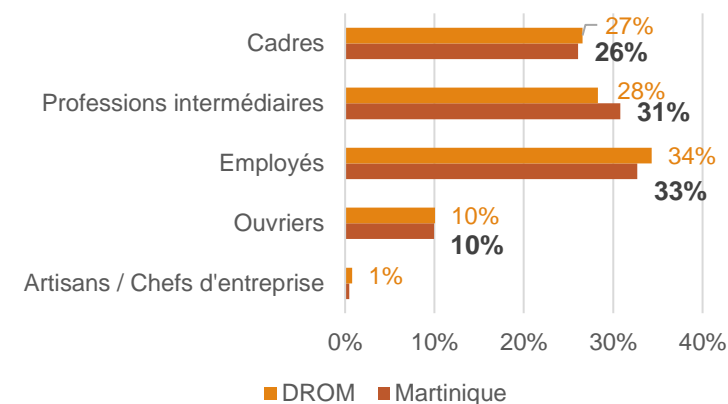
### RÉPARTITION DES SALARIÉS\* EN MARTINIQUE PAR ÂGE

(Source : INSEE DADS 2017 ; retraitements Katalyse)



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

(Source : INSEE DADS 2017 ; retraitements Katalyse)



- Une proportion relativement équilibrée entre les salariés hommes et femmes en Martinique ;
- Des salariés légèrement plus âgés en Martinique que dans l'ensemble des DROM :
  - 23 % des salariés ont au moins 50 ans en Martinique (contre 18 % dans les DROM) ;
  - Des départs à la retraite qui s'élèveraient à environ **350 personnes dans les 5 à 7 ans**, soit 50 à 70 recrutements par an, juste pour remplacer les départs en retraite.
- Une répartition par CSP en Martinique similaire à l'ensemble des DROM

# Les spécificités des secteurs en Martinique (1/3)



## Ses forces

### COMMUNES

- **Riche patrimoine naturel** : parmi les 35 hotspots mondiaux de la biodiversité, endémisme faune et flore ;
- **Riche patrimoine historique et culturel** : 101 monuments historiques, ville de Saint-Pierre classée « ville d'Art et d'Histoire », de grands écrivains renommés (Aimé Césaire, Frantz Fanon, Edouard Glissant....) ;
- **Dynamique entrepreneuriale avec de nombreux outils** : incubateur de projets innovants, coopérative d'activités, couveuse, pépinière d'entreprise, espace de coworking, réseau d'acteurs dédié à l'accompagnement, outils financiers,
- **Résilience malgré la crise sanitaire** : recours à l'activité partielle, fonds de solidarité.



## Ses faiblesses

### COMMUNES

- **Décroissance démographique structurelle** : perd en moyenne 0,5% de sa population chaque année,
- **Emigration de forces vives** de plus en plus forte, surtout les hommes (modifie le pourcentage femme /homme) ;
- **Vulnérabilité des écosystèmes** (pollution des sols agricoles, réchauffement climatique, risques naturels) ;
- **Cohésion encore fragile** entre les acteurs publics dans le développement de stratégies sectorielles ;
- **Déficit de structuration de la filière** « Culture, Cinéma et Musique », manque de synergie entre les infrastructures support, projets peu ou non collaboratifs, absence de planification stratégique...
- Manque de structuration de la filière **Forte prévalence de TPE**, adaptées à l'étroitesse du marché mais écartées de marchés plus lucratifs ;
- **Endettement des collectivités** et accès peu aisé aux fonds Européens (délais d'instruction) ;
- **Inégalités sociales**: les termes des conventions collectives sont très hétérogènes entre les 14 secteurs (44 branches), ce qui impacte la rentabilité et la productivité des entreprises.

# Les spécificités des secteurs en Martinique (2/3)



## Ses forces

### SPECIFICITES DE CERTAINS SECTEURS

#### CULTURE, CREATION & COMMUNICATION

##### Spectacle vivant et Musique :

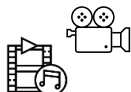
- Forte implication de l'Etat (DAC)
- Puissance créative artistique, acteurs prolifiques
- Partage des pratiques très tôt en milieu scolaire

##### Édition de Livres :

- Forte implication de l'Etat (DAC)
- Volonté d'écrire et de transmettre
- Formation / professionnalisation de jeunes écrivains

##### Cinéma :

- Convention tripartite liant le centre National du Cinéma, l'Etat et la CTM (structuration)
- Professionnalisation des acteurs (soutien Etat)
- Bureau « Accueil des tournages »
- Acteurs engagés dans la structuration de la filière (Ex : Association KADIS Ciné roulé)



## Ses faiblesses

### SPECIFICITES DE CERTAINS SECTEURS

#### CULTURE, CREATION & COMMUNICATION

##### Spectacle vivant et Musique :

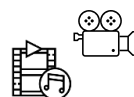
- Taille critique des entreprises (professionnalisation)
- Dépendance à la commande publique, délais de paiement trop longs, secteur fragile
- Manque d'ingénierie, peu d'acteurs, peu d'entreprises
- Peu d'infrastructures dédiées et aux normes ERP
- Très forte précarité des emplois (CDD ou d'intérimaires)

##### Édition de Livres :

- Filière incomplète et non structurée
- Pas de protection des syndicats européens de l'édition
- Pas d'interprofession de l'édition, peu de lobbying
- Pas d'Agence régionale du Livre
- Pas d'accès aux ventes de droits à l'étranger

##### Audiovisuel:

- Petits producteurs (TPE), uniquement autorisés sur des court-métrages (manque de formation et de budgets)
- CTM = financement projet et non structuration de filière
- Les court-métrages n'ont pas de visa d'exploitation
- Le Bureau « Accueil des tournages » sous-dimensionné
- Pas de formation continue des techniciens
- Acteurs sont peu nombreux, situation quasi monopolistique



# Les spécificités des secteurs en Martinique (3/3)



## Ses forces

### SPECIFICITES DE CERTAINS SECTEURS



#### TELECOMMUNICATIONS

- Schéma Directeur Territorial d'Aménagement Numérique
- Gros efforts de déploiement de la fibre : DSP de 25 ans de la CTM + opérateurs Télécoms privés majeurs
- Petits opérateurs très dynamiques sur le territoire qui utilisent les infrastructures existantes
- Déploiement de la FTTH (31%)
- 99,9 % de la population à un accès ADSL
- Bonne couverture 4G sur l'ensemble du territoire (99%)



#### SPORT

- Implication très forte de l'Etat (DRAJES)
- Mouvement associatif très dynamique (ligues, clubs)
- Existence d'un Observatoire du Sport
- Institut Martiniquais du Sport (IMS)
- Environnement propice aux pratiques sportives
- Territoire = pépinière de sportifs de haut niveau

#### TOURISME

- Image attractive du territoire
- Forte implication du Comité Martiniquais du Tourisme dans la communication sur les marchés émetteurs
- Produit touristique porteur s'appuyant sur la richesse patrimoniale et culturelle
- Contexte régional dynamique (marché tourisme et croisière en expansion dans la zone caraïbe)



## Ses faiblesses

### SPECIFICITES DE CERTAINS SECTEURS



#### TELECOMMUNICATIONS

- Trop peu de centres de formations
- Trop peu d'acteurs sous-traitants sur le territoire
- Lourdeurs administratives de la CTM d'où un retard dans le projet de déploiement de la fibre
- Difficultés financières des sous-traitants (dumping)
- Encadrement insuffisant des entreprises sous-traitantes
- Vulnérabilité des équipements aux risques (naturels, exploitation, cybersécurité)



#### SPORT

- Inégalités de traitement des ligues et des clubs de sport
- Communes exsangues financièrement (infrastructures)
- Répartition inégale des infrastructures sportives
- Nombre de licenciés stable ou en baisse
- Absence de CREPS en Martinique (sport haut niveau)
- Absence de CFA du sport
- Encadrement déficient des ligues et des clubs de sport
- Positionnement de l'IMS perfectible (formation)

#### TOURISME

- Stratégie touristique peu différenciante vs Caraïbe
- Faible maîtrise des langues étrangères
- Très forte dépendance au marché français
- Effet indirect sur les OT d'un parc hôtelier vieillissant



# Les stratégies de soutien en Martinique (1/3)

## Les stratégies de soutien sectorielles et les financeurs

### CULTURE, CREATION & COMMUNICATION

#### DAC



- Accompagne le développement des licences d'entrepreneurs de spectacle afin de professionnaliser le secteur
- A mis en place avec le soutien de la CTM une VAE avec l'école de musique et créé un Certificat d'aptitude pour les musiciens du territoire
- Actions en faveur des secteurs de la création artistique et des industries culturelles dans le cadre de la crise sanitaire du COVID-19.
- Soutien à l'organisation du futur Festival du Livre en Martinique (Structuration de la filière) et soutien à la formation et à la professionnalisation dans le secteur
- Aides aux résidences d'auteurs et aides pour la promotion d'auteurs locaux

### TELECOMMUNICATIONS

#### CTM



- Pas de soutien spécifique à la filière télécommunications sur le territoire mais les dispositifs dédiés aux entreprises sont disponibles (Création – Développement – Entreprises en difficultés)
- Actualisation du schéma numérique en cours (Fin de la mission en 2022)

# Les stratégies de soutien en Martinique (2/3)

## Les stratégies de soutien sectorielles et les financeurs

### SPORT

#### CTM



- L'IMS en tant qu'opérateur de la politique sportive de la Collectivité Territoriale de Martinique, propose des actions de formations pour favoriser l'insertion professionnelle par les métiers du sport
- Développe (par le biais de l'IMS) la Plateforme SPORT / SANTE en 2022 (Activité physique régulière & Santé)
- Subventionne les principaux acteurs du sport (Ligues – Clubs) ainsi que les manifestations sportives sur le territoire

#### DRAJES



#### DRAJES

- Met en œuvre le dispositif « CESAME » du ministère des Sports afin d'accompagner les jeunes sans qualifications à se professionnaliser dans les métiers de la Mer (Moniteur de plongée, ....)
- Organisation de la Conférence territoriale du Sport en Martinique qui aura pour objet de modéliser la gouvernance du secteur en Martinique afin d'optimiser les financements publics et privés dans ce domaine
- La DRAJES a une fine connaissance des besoins du secteur, notamment en termes d'infrastructures. La Banque des Territoires / Caisse des Dépôts et Consignations a fait appel à elle pour l'aider dans la priorisation des dits investissements à réaliser.
- Etablit le relais auprès de financeurs privés non contactés à ce jour (Mutuelles – ADEME – EDF – Bailleurs sociaux - ...etc)
- Accompagne les porteurs de projets et les établissements publics dans la recherche de financements et pour assurer une coordination territoriale avec l'Agence Nationale du Sport (ANS)
- A établi un plan pluriannuel d'interventions sur les infrastructures existantes à rénover ou à créer selon plusieurs axes : Aires de beach-volley – Couvertures de plateaux sportifs – Parcours santé – Eclairage basse consommation des terrains de grands jeux – Rénovation des équipements de proximité en accès libre)
- Développement de la coopération régionale



# Les stratégies de soutien en Martinique (3/3)

## Les stratégies de soutien sectorielles et les financeurs

### TOURISME



#### Comité Martiniquais du Tourisme

- Promotion du territoire et mise en marché de la destination Martinique (Budget annuel de 2,6 M€)
- Valorisation de l'offre touristique en local (Budget annuel de 1,3 M€) pour soutenir les projets touristiques des espaces communautaires ou de porteurs privés
- Accompagnement de porteurs de projets locaux (Structuration et positionnement de l'offre)
- Présence à Montréal et à New-York pour développer le marché Nord américain
- Développement du marché de la croisière

#### *Projets :*

- Projet digital visant à créer une Market-place tourisme globale pour la Martinique
- Création d'un observatoire de la consommation touristique sur le territoire

#### Acteurs privés (Promoteurs)

Bénéfices indirectement liés aux projets de structures hôtelières, en dehors du périmètre d'étude

- Rénovation du Bakoua (3 îlets), du Méridien (3 îlets) et de La Batelière (Schoelcher)
- Construction de l'Hôtel Aéroport (à l'aéroport) et de l'Hôtel Acajou (Lamentin)

- 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 Martinique

## Une diversité de métiers dans Les secteurs Culture, Création, Communication, Sport et Tourisme en Martinique

- **75 différents métiers** exercés par les 2 500 salariés du périmètre\* présents en Martinique en 2017
  - Contre 135 différents métiers à l'échelle des DROM.
- **Les 12 principaux métiers ci-contre représentent 43 % des effectifs salariés du périmètre\* présents en Martinique**
  - Des petits effectifs par métier, y compris parmi les métiers les plus représentés : les **moniteurs et éducateurs sportifs, sportifs professionnels** (8% des effectifs soit environ 200 emplois) et les **employés des services divers** (7%);
- **Une répartition par métiers globalement similaire à l'ensemble des DROM**
  - Ainsi les deux principaux métiers représentent respectivement 6% et 8% des effectifs salariés à l'échelle des DROM
- Ces 12 métiers sont particulièrement présents dans les **2 secteurs qui concentrent l'essentiel des effectifs du périmètre d'étude** en Martinique :



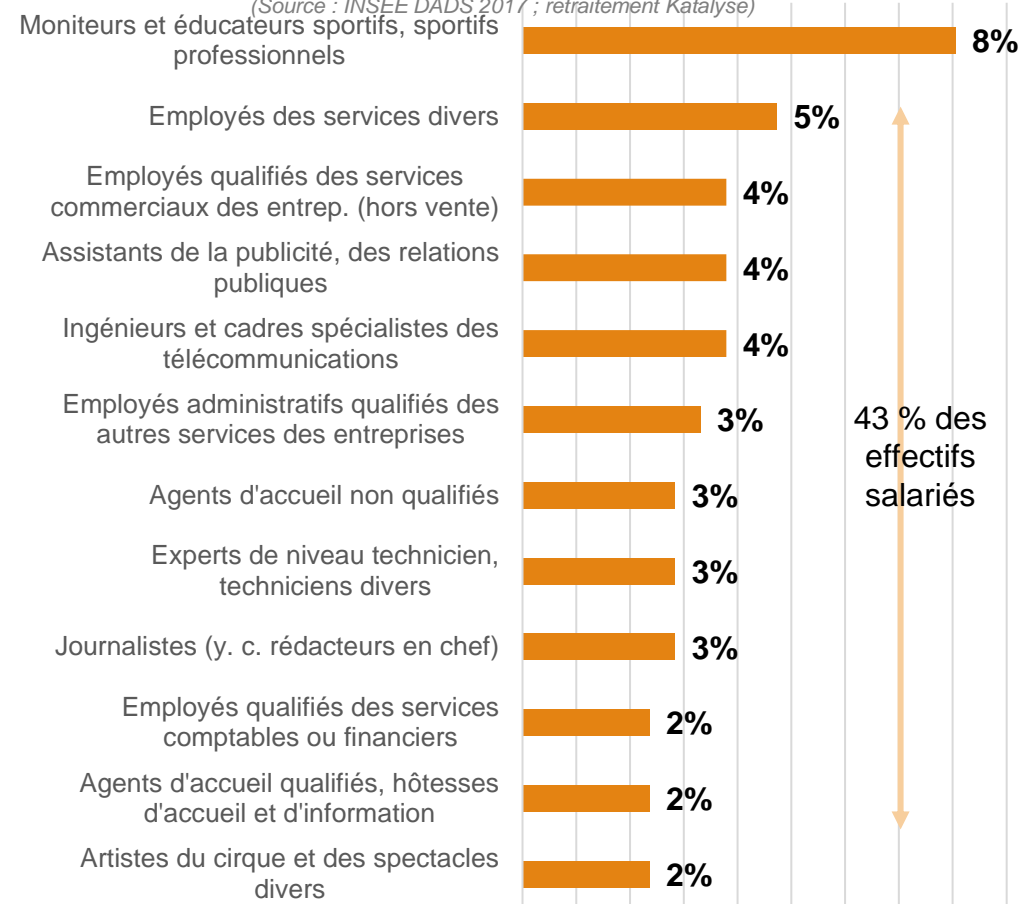
49 % des salariés  
de ce secteur



12 % des salariés  
de ce secteur

### RÉPARTITION DES SALARIÉS\* PRÉSENTS EN MARTINIQUE PAR PCS

(Source : INSEE DADS 2017 ; retraitement Katalyse)



# Les principaux métiers en Martinique

## Cartographie des principaux métiers présents en Martinique

### Principaux métiers cœur par secteur

#### Audiovisuel :

- Journaliste (TV, radio)
- Animateur d'antenne
- Responsable de production
- Technicien de production / technicien réalisateur



#### Casinos :

- Personnel de jeu / croupier / chef de table
- Techniciens croupiers
- Personnel de restauration



#### Distribution directe



#### Editions :

- Éditeur
- Juriste / resp. droits



#### ELAC

- Personnel d'accueil
- Soigneur (Zoo)



#### Exploitation cinématographique / distribution de films

- Programmateur
- Technicien projectionniste
- Assistant d'exploitation



#### Golf :

- Moniteur de golf



#### Hôtellerie de plein air



#### Organismes de tourisme :

- Conseiller en séjour touristique / chargé de mission



#### Presse et agences de presse :

- Journaliste / rédacteur
- Maquettiste / Graphiste / concepteurs graphique
- Technicien d'impression



#### Publicité :

- Chef de publicité
- Directeur artistique / Graphiste
- Responsable de production publicitaire



#### Spectacle vivant :

- Technicien / régisseur
- Administrateur de production
- Médiateur culturel



#### Sport :

- Éducateur sportif / entraîneur / coach



#### Télécommunications :

- Ingénieur télécommunications
- Technicien réseaux de télécom.



### Principaux métiers transverses aux 14 secteurs

#### Direction / encadrement (dont chargé de projets)

#### Fonctions supports administratives, RH et financières

- DRH / RRH
- Responsable financier

#### Accueil & sécurité :

- Hôte d'accueil / de caisse
- Agent de sécurité

#### Animation & restauration

- Animateur
- Personnel de restauration

#### Support technique :

- Jardinier
- Agent de maintenance
- Agent de propreté

#### Nouveaux métiers :

- Juriste compliance / RGPD

#### Commercial & achats :

- Technico-commercial
- Administration des ventes
- Acheteur

#### Marketing & communication :

- Chargé de communication / attaché de presse
- Community manager
- Chef de produit / projet marketing (digital)
- Webmaster

#### SI & data :

- Technicien informatique
- Développeur
- Chef de projets digitaux
- Data analyst

# Pratiques de recrutement pour les principaux métiers en Martinique

## Des pratiques de recrutement classiques

### Candidatures spontanées

- **Réception de nombreuses candidatures spontanées** facilitant les recrutements dans les secteurs d'activité composés de « métiers passion » tels que : le sport (grosses structures surtout), le spectacle vivant, l'audiovisuel et les espaces de loisirs type zoo
  - ✓ De nombreuses demandes pour des durées limitées en alternance ou de stage tous secteurs confondus (en partie liées à la situation et l'attrait pour les Antilles)

### 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...), novatrices (Leboncoin) ou des plus spécifiques en fonction des secteurs
- De plus en plus de **recrutements effectués via les réseaux sociaux** (dans le secteur des télécommunications par exemple)
  - ✓ Risque identifié que le sourcing ne soit pas efficace : profils en quantité mais pas forcément qualitatif
- En amont du processus de recrutement, les grosses structures élaborent un cahier des charge précis et validé par la direction (pas forcément située dans les DROM) avant de débiter les recherches et généralement de publier les annonces via les canaux de diffusion classiques

### Conservation d'un « vivier de CV »

- Conservation de CV (« CVthèque ») d'**anciens stagiaires / alternants** (ou demandes envoyées) par les plus grosses structures du périmètre (télécommunications, audiovisuel et presse notamment)

### Recours à des cabinets de recrutement spécialisés

- Permet d'externaliser le sourcing pour cibler des profils spécifiques (notamment concernant des postes exigeant des compétences techniques ou digitales)

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

## Un niveau d'effectif stable et maintenu face à la crise Covid

- La quasi-totalité (90%) des structures interrogées par l'enquête en ligne ont connu une **stabilité de leurs effectifs totaux entre 2019 et 2020 en Martinique**.
- Une stabilité qui s'explique par des **actions de maintien de l'emploi**...
  - ❑ La **mobilisation importante de l'activité partielle et la généralisation du télétravail**, notamment pour les secteurs « non essentiels » fortement impactés par les confinements successifs et pour les métiers transverses comme les fonctions supports adaptables à distance
    - Poursuite encore aujourd'hui de la pratique du télétravail lorsque cela est possible
  - ❑ Des budgets revus ou gelés en raison de la précarité de la situation (manque de recettes dues au régies publicitaires dans les secteurs de la presse écrite et de l'audiovisuel par exemple) entraînant pour certain le report de certaines formations
  - ❑ Pour d'autres structures, un **recours aux dispositifs de formation (FNE)** avec des formations en gestion du stress pour appréhender au mieux la situation et envisager le retour progressif sur le lieu de travail (échanges nécessaires en raison de la situation très anxiogène)
  - ❑ Risque de suspension des contrats de travail des salariés refusant la vaccination (fortes tensions et réticences à ce sujet)
- D'après l'enquête en ligne, les structures interrogées ont plus de mal à mobiliser des bénévoles depuis la crise ; par contre, les entreprises n'expriment pas de difficulté à retrouver les intermittents avec lesquelles elles avaient l'habitude de travailler avant la crise

«Un impact important d'un point de vue commerce et régie publicitaire avec des budgets revus ou gelés, mais aussi sur la diffusion avec la fermeture ou l'impact sur les points de vente»

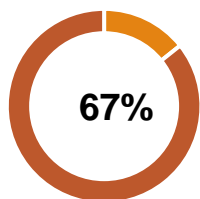


«Le télétravail a été mis en place compte tenu de la situation, les outils étaient déjà mis en place, nous avons encore plus utilisés, seule la fréquence d'utilisation a changé»



# Les métiers en tension en Martinique

## Identification des métiers en tension



Des établissements martiniquais ayant répondu à l'enquête estiment qu'il est difficile de trouver des salariés. (9 répondants)

- Difficultés de recrutement particulièrement marquées pour les **métiers des secteurs clés** :

### Sport

- Entraîneurs BPJEPS, DEJEPS et DESJEPS



### Presse et agences de presse :

- Journaliste / rédacteur spécialisé



### Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels

- Ingénierie culturelle
- Soigneur (Zoo)
- Opérateur de parcours acrobatique en hauteur (OPAH)



### Télécommunications :

- Ingénieur réseaux
- Technicien réseaux



### Audiovisuel / Production de films

- Attaché de production et diffusion



### Casinos :

- Croupier



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

### Marketing & communication :

- Directeur artistique
- Marketing digital / webmaster

### Direction / encadrement

- Management de manière générale

### Fonctions supports

- Finance : DAF
- Ressources humaines : DRH

### Commercial & achats :

- Régie publicitaire

### Support technique :

- Agent / responsable de maintenance

### Animation & restauration

- Serveur
- cuisinier

# Les métiers en tension en Martinique

## Motifs de tension ...

- **Inadéquation entre les besoins et l'offre de formation disponible sur le territoire**
  - **Turnover important**
    - Des jeunes générations qui sont moins en recherche de stabilité notamment dans les métiers du digital (infographes, webmaster)
    - En raison des conditions de travail éprouvantes (soigneurs) et contraignantes en terme d'horaires et de rythme (métiers de la restauration, croupiers)
    - Ou en conséquence de grilles de rémunération non satisfaisantes et d'un manque de perspectives d'évolution (métiers de la restauration, croupiers)
    - Problème d'attractivité du territoire : difficulté à faire venir des salariés qui « restent »
  - **Besoin de structuration** de certaines entreprises avec par exemple une direction des ressources humaines définissant une réelle stratégie
  - **Recherche accrue de certaines compétences partagées par tous les secteurs** entraînant un manque de ressources (exemple : compétences techniques spécifiques comme des ingénieurs ou techniciens réseaux ou des compétences digitales)
  - Exigence d'un **niveau d'expérience élevé** (pour les commerciaux notamment)

## ... et solutions mises en œuvre

- **Formations en interne** pour faire évoluer les salariés et leur permettre de monter en compétence (télécommunications, ELAC (Zoo), Casino)
- **Recrutement de profils moins ou non expérimentés** présentant une forte motivation (soigneur, croupier)
- **Recherche des compétences et recrutement de salariés en dehors du territoire** (ingénieur / technicien télécommunications et Journaliste notamment)





# Autres problématiques RH identifiées en Martinique

- **Pyramide des âges** : vieillissement de la population et anticipation des départs en retraite
  - ❑ Nécessité d'allier recrutement et montée en compétence interne
  - ❑ Besoin de structuration de la fonction RH dans les structures de taille moyenne grâce au recrutement d'un DRH pour établir une réelle stratégie afin d'anticiper ces évolutions

*« La direction doit mener une réflexion doit être menée en interne pour soit faire monter en compétence les salariés soit recruter car il y a beaucoup de départs à venir en raison de la pyramide des âges »*

- **Besoin de formation accompagnant la digitalisation et la dématérialisation** dans tous les secteurs
- **Besoin de lisibilité** concernant l'accès aux aides et aux modalités de financement des formations
- **Difficulté à trouver des profils expérimentés** notamment sur des métiers encore « nouveaux »

*« C'est compliqué de recruter en digital car c'est encore nouveau et les profils sont peu expérimentés, ils n'ont pas 15 ans d'expérience, on a très peu de recul là-dessus »*

- Concernant l'**offre de formation** :

- ❑ Besoin de formations accompagnant la **digitalisation et la dématérialisation** dans tous les secteurs
- ❑ Difficulté à trouver certaines formations sur le territoire en raison d'un public insuffisant sur place les mettre en place
- ❑ De nombreux organismes de formations pour les formations dites « classiques » (bureautique, management, communication, photoshop, développement personnel) mais des difficultés à trouver des formations spécifiques
  - ❑ Certification RGPD / DPO
  - ❑ Sauvegarde des marques (INPI)
  - ❑ IA
  - ❑ Formation à la marque tourisme et handicap
  - ❑ Perfectionnement cuisine (pour les restaurants)
- ❑ En conséquence, les budgets de formation sont impactés par le coût élevé de la mise en place de formations en métropole, à défaut de trouver une offre pertinente sur le territoire (coût du déplacement et du logement pour le salarié ou du formateur se déplaçant en Martinique) et certains salariés orientés vers la mobilisation de leur compte CPF

- 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 Martinique

Facteurs d'évolution	Impacts sur les secteurs	Secteurs impactés
Structuration des filières	<ul style="list-style-type: none"><li>• Efficacité des politiques publiques</li><li>• Meilleur soutien aux acteurs des filières</li><li>• Optimisation des financements et subventions</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tourisme / Sport</li><li>• Culture, création &amp; communication</li><li>• Télécommunications</li></ul>
Digitalisation	<ul style="list-style-type: none"><li>• Meilleure visibilité et lisibilité du Territoire</li><li>• Pérennisation des entreprises</li><li>• Meilleure gestion de la donnée (interne / Externe)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tourisme</li><li>• Culture, création &amp; communication</li><li>• Télécommunications</li></ul>
Changement climatique & risques majeurs	<ul style="list-style-type: none"><li>• Vulnérabilité de nos côtes, de nos écosystèmes et des équipements techniques</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tourisme / Sport</li><li>• Culture, création &amp; communication</li><li>• Télécommunications</li></ul>
Droit du travail	<ul style="list-style-type: none"><li>• Compétitivité des acteurs dans les secteurs les plus concurrentiels</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tourisme</li></ul>
Formation et montée en compétences	<ul style="list-style-type: none"><li>• Professionnalisation des acteurs</li><li>• Meilleure employabilité des effectifs</li><li>• Gestion plus aisée des RH et des entreprises</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tourisme / Sport</li><li>• Culture, création &amp; communication</li><li>• Télécommunications</li></ul>

# Opportunités et menaces des secteurs en Martinique



## Opportunités

### COMMUNES

- **Tissu économique résilient** face aux crises majeures
- **Présence et accompagnement de l'Etat** du tissu économique (structuration et vision stratégique)
- **Financements disponibles** : Plan de convergence (Etat) et Fonds Européens
- La crise du COVID-19 a accéléré la **digitalisation des entreprises** et fait prendre en compte l'intérêt du mode « distanciel » dans une gestion globale

### SPECIFICITES DE CERTAINS SECTEURS

**ICC**: politique volontariste conjointe de l'Etat et de la CTM pour structurer le secteur sur l'ensemble du territoire et dans toutes les disciplines

**Télécommunications** : L'Etat a mis une priorité dans le soutien et le financement du déploiement du haut débit

**Sport** : l'organisation prochaine de la Conférence des financeurs du Sport par la DRAJES

**Tourisme** : la reprise de l'activité de façon durable est programmée en 2022 – 2023. Cela laisse le temps de mieux organiser la filière et de rénover les équipements à condition d'être soutenu par la puissance publique



## Menaces

### COMMUNES

- **Structuration de filière encore limitée** sur le territoire pénalisant la montée en compétences des acteurs (et notamment des dirigeants)
- **Décroissance démographique** structurelle par manque d'attractivité du territoire
- **Climat social difficile**
- **Vision stratégique** pénalisée par des évolutions dans les schémas stratégiques (suite aux changements de mandature) diminuant la lisibilité du territoire

### SPECIFIQUES

**ICC** : risque d'arrêt des subventions (Plan de relance) et donc du principal soutien des acteurs de la filière

**Télécommunications** : les câbles de télécommunication sous-marins qui desservent la Martinique risquent de manquer de capacité à l'horizon 2023 – 2024

**Sport** : pas de dynamique partenariale entre les politiques publiques de l'Etat et de la CTM lors des mandats précédents (nouveau mandat 2021-2027)

**Tourisme** : la crise sanitaire peut ne pas s'arrêter après la 4<sup>ème</sup> vague compte tenu du faible taux de vaccination du territoire conjugué au fort taux de morbidité en local. Risque d'arrêt des subventions (Plan de relance)



# Les facteurs de mutation des secteurs à 3 ans en Martinique

## Perception des entreprises

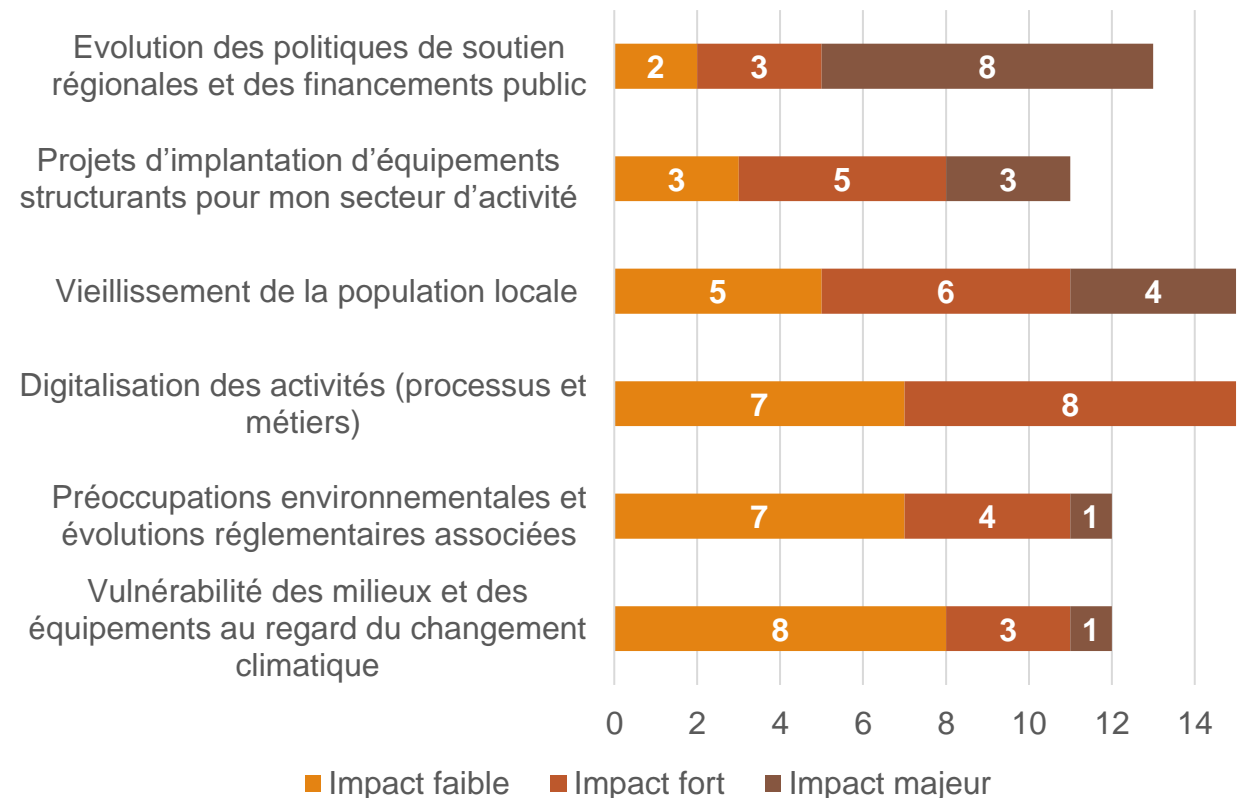
- **Trois facteurs de mutation** vont impacter fortement les structures interrogées en Martinique :
  - **L'évolution des politiques de soutien régionales et des financements publics** (85% des répondants) soulignent l'importance des aides publiques dans le modèle économique de ces secteurs
  - **Les projets d'implantation d'équipements structurants** (72%) ; notamment pour le secteur des télécommunications (plusieurs projets d'aménagement numérique du territoire en cours de mise en œuvre)
  - **Le vieillissement de la population locale** (67%) avec des départs en retraite massifs à prévoir dans les années à venir
- Des **enjeux sociétaux** s'ajoutent à ces facteurs en raison de la prise de conscience collective et de l'importance des considérations environnementales ou de la RSE pour les consommateurs/utilisateurs, les clients et toutes les parties prenantes tous secteurs confondus
- **La digitalisation des activités** ne ressort pas ici comme un enjeu majeur. Elle est déjà bien amorcée dans tous les secteurs.

«On assiste à un bouleversement dans tous les métiers avec l'arrivée de nouveaux logiciels, de nouveaux CRM... donc il faut adapter nos méthodes de travail et nos process»

## IMPACT DES FACTEURS DE MUTATION DES SECTEURS

Source : enquête en ligne, retraitement Katalyse

15 répondants



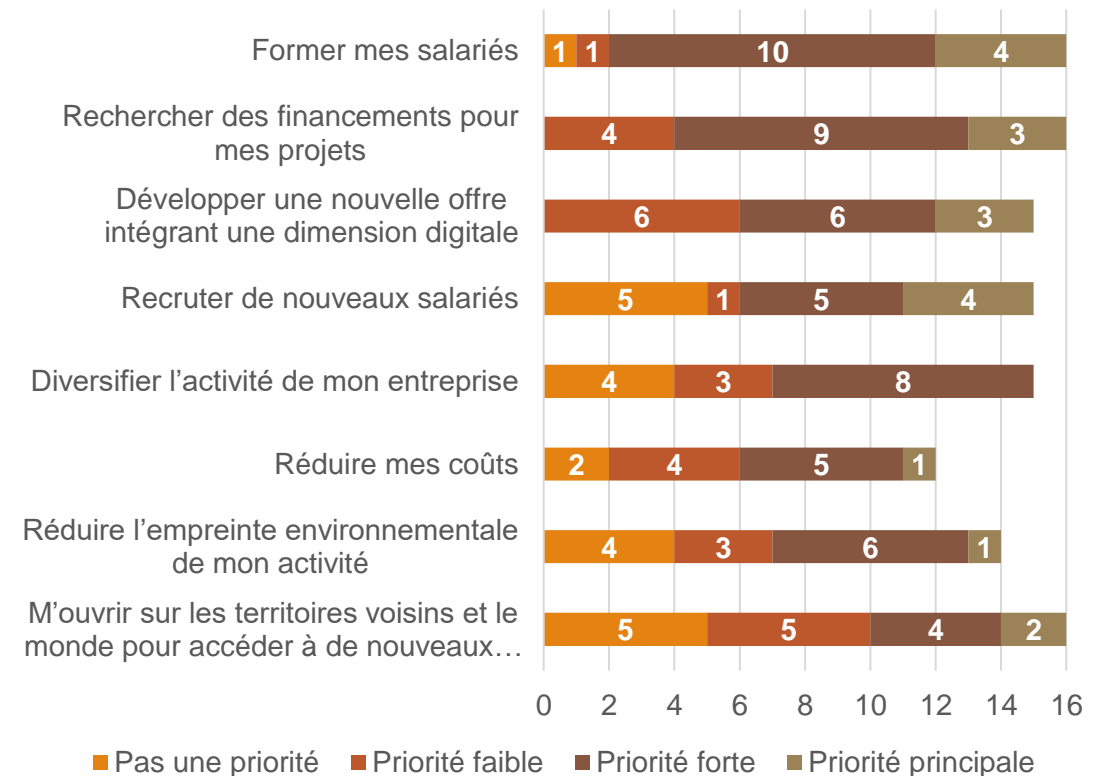
# Les priorités stratégiques des entreprises

- **Des priorités stratégiques principales** en réponse aux facteurs de mutations :
  - ❑ **Formation des salariés** : pour 88% des répondants
  - ❑ **Recherche de financements** (75% des répondants) publics (appels à projets nationaux / européens) et privés (mobilisation de nouveaux partenaires / mécénat)
  - ❑ **Recrutement de nouveaux salariés** (60%)
  - ❑ **Développement d'une nouvelle offre intégrant une dimension digitale** (60%) par des produits ou services allant de pair avec la diversification des activités de l'entreprise (53%)
- Des priorités stratégiques **en lien avec les problématiques du territoire** : un turnover élevé, de nombreux métiers en tension et un fort vieillissement de la population

## PRIORITÉS STRATÉGIQUES À MOYEN TERME (3 ANS) DES ETABLISSEMENTS INTERROGÉS

Source : enquête en ligne, retraitement Katalyse

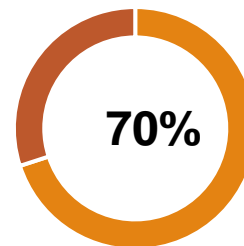
16 répondants



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

## Des prévisions d'effectifs à la hausse

- Les structures martiniquaises interrogées sont optimistes quant aux prévisions de l'évolution de leur activité dans les 3 années à venir
- Un niveau d'effectif comparable voire supérieur accompagne cette hausse d'activité
  - ❑ Développement des réseaux et, de fait, des équipes en raison de l'accroissement de l'activité prévisible dans les télécommunications par exemple (de nombreux recrutements prévus d'ingénieurs mobiles et/ou spécifiques en fonction du type de réseau déployé)
  - ❑ Un regain d'activité prévisible pour les secteurs du tourisme, des loisirs et des casinos

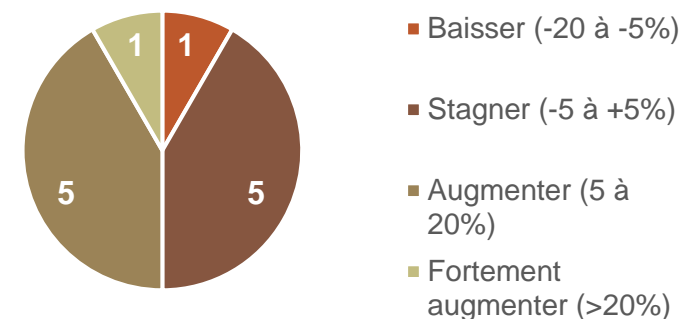


Des établissements martiniquais interrogés sont optimistes quant au développement de leur secteur dans les 3 années à venir.  
(10 répondants)

## ÉVOLUTION DES EFFECTIFS DES ETABLISSEMENTS RÉPONDANTS DE 2019 à 2020

Source : enquête en ligne, retraitement Katalyse

12 répondants



# Les métiers en recul en Martinique

Métiers en recul		Motifs de recul
Métiers cœur	Métiers transverses	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Artistes intermittents du spectacle</li> <li>• Techniciens intermittents du spectacle</li> <li>• Attachés de production</li> <li>• Artistes-auteurs</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Non remplacement des départs (retraite et autres mobilités) et restructuration des postes</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Technicien d'impression (Presse : passage à l'imprimerie numérique)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hôtes d'accueil</li> <li>• Fonctions supports</li> <li>• Agent de maintenance</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Digitalisation des activités mobilisant moins de ressources humaines pour réaliser les tâches</li> <li>• Non remplacement des départs (retraite et autres mobilités) et restructuration des postes</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionnaire de paie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Externalisation ou mutualisation des compétences / fonctions à l'échelle du groupe</li> </ul>



# Les métiers / compétences en développement en Martinique

	Métier	Secteur(s)	Motifs de développement
Métiers coeurs	Journaliste	Presse et agences de presse / Audiovisuel	Compétences digitales / multimédia, polyvalence accrue sur la production de contenu sur divers supports, connaissances en référencement
	Animateur	Audiovisuel	Besoin de polyvalence entre les « vieux métiers de la radio et le digital. L'animation ne se limite pas à poster sur les réseaux sociaux
	Éducateur sportif / entraîneur	Sport	Hausse des compétences liées à l'encadrement du public (public plus varié, plus âgé) et besoin de salariés diplômés
	Ingénieur télécom. Technicien réseaux télécom.	Télécommunications	Augmentation des effectifs en prévision des projets d'envergure prévus sur le territoire (développement en continu et de l'accélération des besoins avec la crise Covid et le développement du télétravail)
	Technicien → Programmeur d'impression	Presse	Passage de plusieurs techniciens d'impression à un programmeur avec la possibilité de monter encore en compétence avec l'arrivée de nouvelles technologies (possibilité d'imprimer « à la carte » par exemple)
Métiers transverses	Technico-commercial	Augmentation des effectifs pour soutenir l'activité (vente de nouveaux abonnements et d'espaces publicitaires en ligne)	
	Community manager	Nouveaux métiers dus à la digitalisation de l'ensemble des secteurs	
	Web designer		
	Développeur		
	Data analyst		
Référent conformité	Augmentation des réglementations (compliance), utilisation des données (RGPD)		

# Les métiers en mutation en Martinique

Métiers en mutation	Secteur(s)	Motifs de mutation	
Métiers cœurs	Journaliste	Presse / Audiovisuel	Polyvalence dans la maîtrise de production de contenus sur des supports différents (production de contenus multimédias)
	Animateur	Audiovisuel	Animateurs radio amenés à se former au digital et à la gestion des réseaux sociaux pour poursuivre l'animation en ligne
	Technicien d'impression	Presse	Evolution des supports de travail entraine une montée en compétence : passage de machines rotatives à numériques (compétences en mécanique et maintenance vers des compétences en informatique et programmation)
	Technicien croupier	Casino	Passage des compétences en maintenance mécanique à de la maintenance informatique des machines
	Technicien projectionniste	Exploitation cinématographique / distribution de films	Maitrise des nouveaux équipements (systèmes sons, écrans, projecteurs...)
	Assistant d'exploitation		Capacité à gérer un lieu d'animation et d'accueil de public ainsi qu'une équipe polyvalente
Métiers transverses	Manager	Tous secteurs	Métiers amenés à se former de plus en plus aux techniques managériales permettant de gérer au mieux les équipes et d'anticiper les situations
	Commerciaux	Presse / Audiovisuel / Télécommunications	Amenés à se former sur la vente en ligne (espace de publicité ou commercialisation de biens et services)
	Juriste	Tous secteurs	Polyvalence demandée en fonction des nouvelles réglementations (conformité / compliance, RGPD, RSE)

# Identification des compétences émergentes en Martinique

## Compétences émergentes

Maitrise des nouveaux outils de communication

Maitrise du multimédia et des technologies numériques

Gestion de projet, management et coordination d'équipes pluridisciplinaires / pluri-compétentes (interne et/ou externe)

Analyse et utilisation de données & mise à niveau RGPD

Gestion de la relation client / relation avec le public

## Métiers / familles de métiers les plus concernés

Métiers en lien direct avec les clients / public

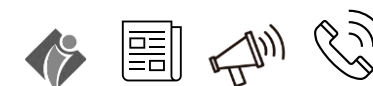
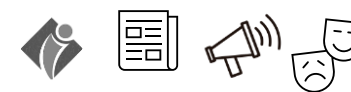
Métiers cœurs et transverses experts des technologies numériques / multimédia

Direction encadrement + managers / responsables d'équipes

1<sup>er</sup> niveau métiers supports / accueil / direction et maitrise attendue pour les autres métiers

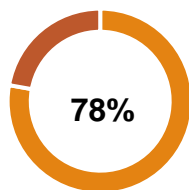
Métiers en lien direct avec les clients / public

## Secteurs les plus concernés

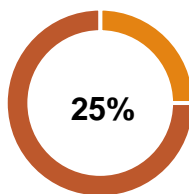


# Les besoins de formation continue exprimés en Martinique

- Les thématiques de formation représentant une priorité forte pour les structures interrogées sont nombreuses :
  - ❑ La modernisation des outils de communication, la digitalisation et la dématérialisation grandissante entraînent des besoins conséquent et continus en formation en **marketing et communication** (90% des répondants) et **outils numériques et bureautique** (82%)
  - ❑ **Recherche de financement** (77%)
  - ❑ **Gestion de projets** (62%)
- D'après les répondants à l'enquête en ligne et les retours des entreprises interrogées lors des entretiens qualitatifs, le recours à la formation va rester stable ou augmenter au cours des prochaines années



Des structures interrogées pensent qu'il sera nécessaire de former une grande partie de ses salariés pour répondre aux évolutions et enjeux à venir dans les 3 ans (9 répondants)

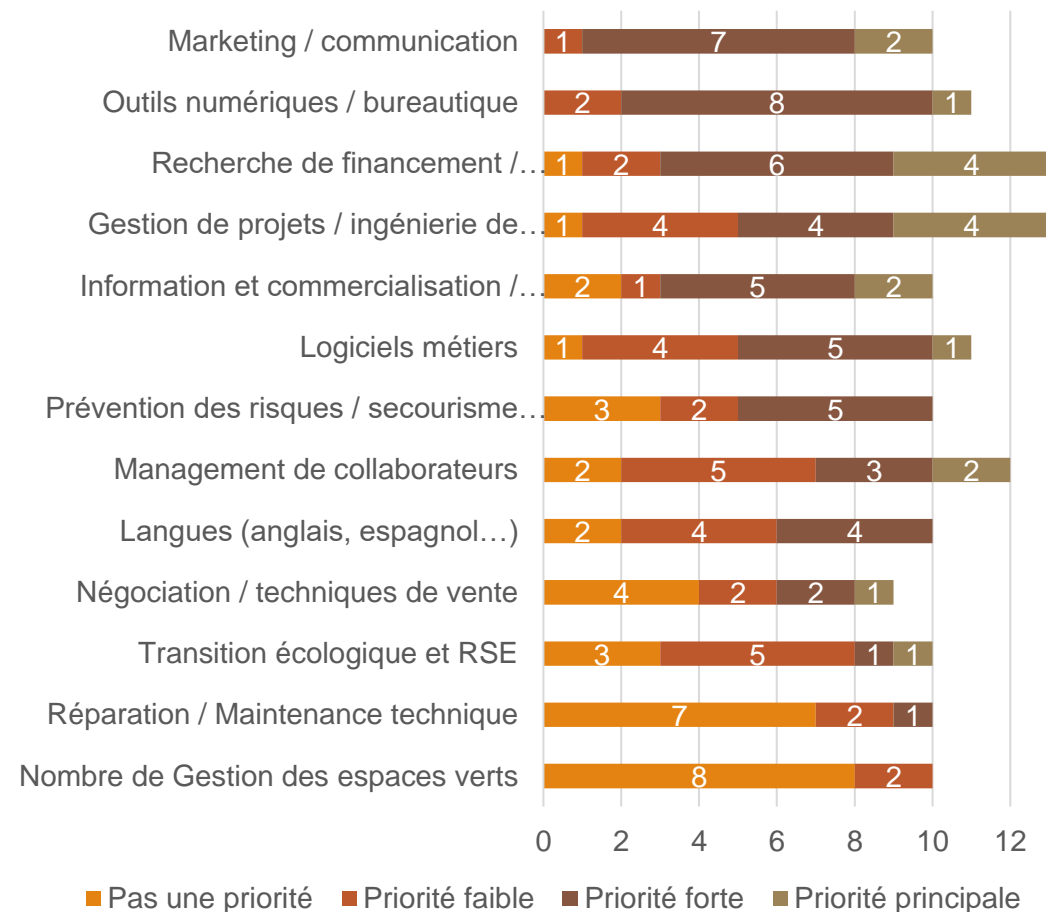


Estiment que malgré les évolutions, les métiers vont peu changer dans les 3 années à venir et il ne sera pas nécessaire de les former (8 répondants)

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

Source : enquête en ligne, retraitement Katalyse

13 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

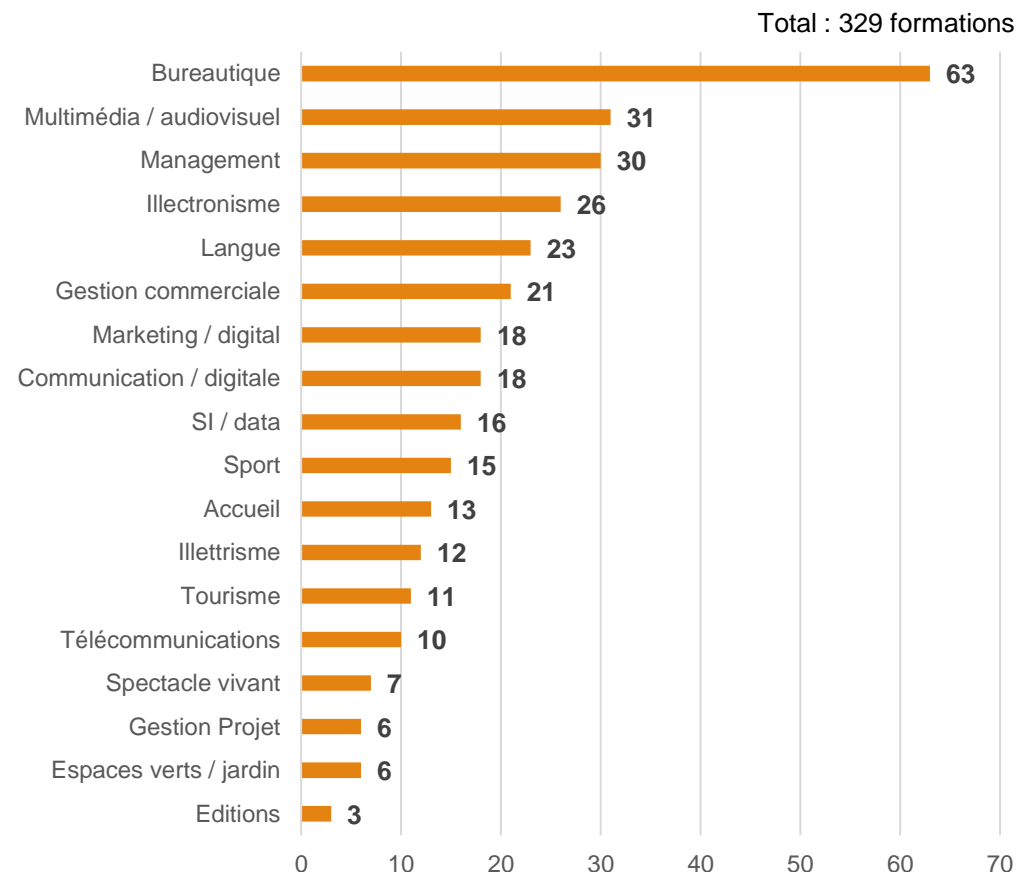
# L'offre de formation aux métiers du champ d'intervention de l'Afdas sur le territoire

## Les domaines de formation

- 330 formations disponibles dont 56% certifiantes
- Plus de la moitié des formations du territoire orientée sur des formations transverses
  - ❑ **Bureautique & Illectronisme** : une majorité de formations non certifiantes en bureautique (60%) de perfectionnement (modules concernant l'utilisation de logiciels comme Excel par exemple) et des formations certifiantes contre l'illectronisme (65%) de découverte et d'initiation
  - ❑ **Management** : plus de la moitié de modules non certifiants (60%) comprenant des formations d'accompagnement à la création ou à la gestion d'entreprise
  - ❑ **Langue** : une majorité de formations certifiantes (70%) validant des niveaux et/ou spécifiques à des secteurs d'activité (Tourisme, Hôtellerie-restauration)
  - ❑ **Gestion commerciale / Marketing / Communication / Digital** : quasi-totalité des formations en gestion commerciale certifiantes (90%) comprenant essentiellement des BTS et Titres professionnels de conseil en vente contrairement aux formations en marketing, digital et communication qui ont tendance à être non certifiantes (67%)
- Une riche offre de formation en **Multimédia et Audiovisuel** certifiantes et non certifiantes à parts égales
- **Seules 15 formations en Sport**, premier secteur d'activité de la Martinique en nombre d'établissements et deuxième en nombre de salariés, certifiantes pour la plupart (93%)
- **Peu de formations (10) en télécommunication**, alors que le secteur concentre 28% de l'emploi salarié (toutes certifiantes)
- Pas de formation dans la **Presse** pourtant deuxième secteur d'activité en nombre d'établissements et 4<sup>ème</sup> en effectifs salariés.

## 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

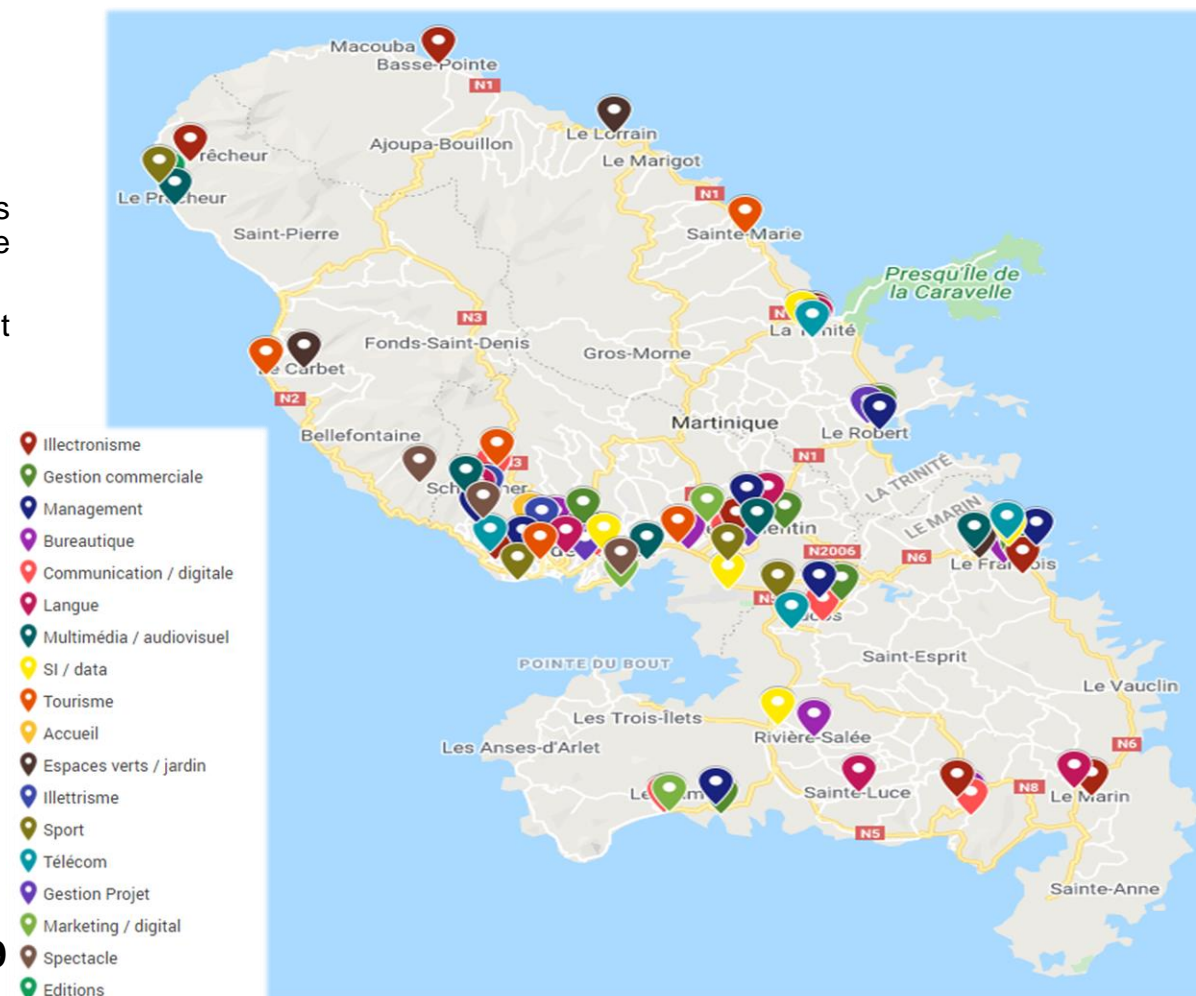
## La localisation des formations

- Concentration des organismes de formation au centre de l'île à la capitale avec 42% des formations disponibles à Fort-de-France proposant des formations pour l'ensemble des branches de l'Afdas
- Deux autres points de concentrations des formations :
  - ❑ **Le Lamentin** : 24% des formations disponibles en Martinique avec des formations transverses (bureautique, illectronisme), mais également une offre en multimédia/audiovisuel, sport et tourisme
  - ❑ **Schoelcher** : 12% des formations disponibles en Martinique, proposant essentiellement des formations transverses (langue, bureautique)
- Un manque d'offre de formations au nord de l'île

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

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

Total : 329 formations



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

## Les potentiels de développement en formation en Martinique

- Difficultés à mettre en place des formations autour du secteur du **tourisme** :
  - Peu d'entreprises acceptant d'accueillir des alternants, notamment en raison de la faiblesse de l'offre d'hôtellerie haut-de-gamme permettant ce type d'investissement
  - Manque également de formations en **tourisme « vert »** pouvant être intéressantes sur le territoire en raison du label du patrimoine mondial de l'Unesco
  - Identification d'un besoin dans le **tourisme maritime** : formation en cours de mise en place concernant l'organisation de petites croisières (navigation, permis bateau, gestion et maintenance mécanique)
- Problématiques dans le secteur du **sport** :
  - Structures d'accueil peu nombreuses et manquant de moyens
  - Pas de CFA Sport
  - Volonté de mettre en place un parcours jusqu'au niveau 6 (Bachelor Management du sport en 3 ans en partenariat) pour la création d'activité, d'une société de prestations de services sportifs ou responsable d'une association sportive



# Recours à la formation continue pour les salariés permanents en Martinique

310 bénéficiaires\* en Martinique en 2020

Soit 12,3 % des effectifs salariés formés

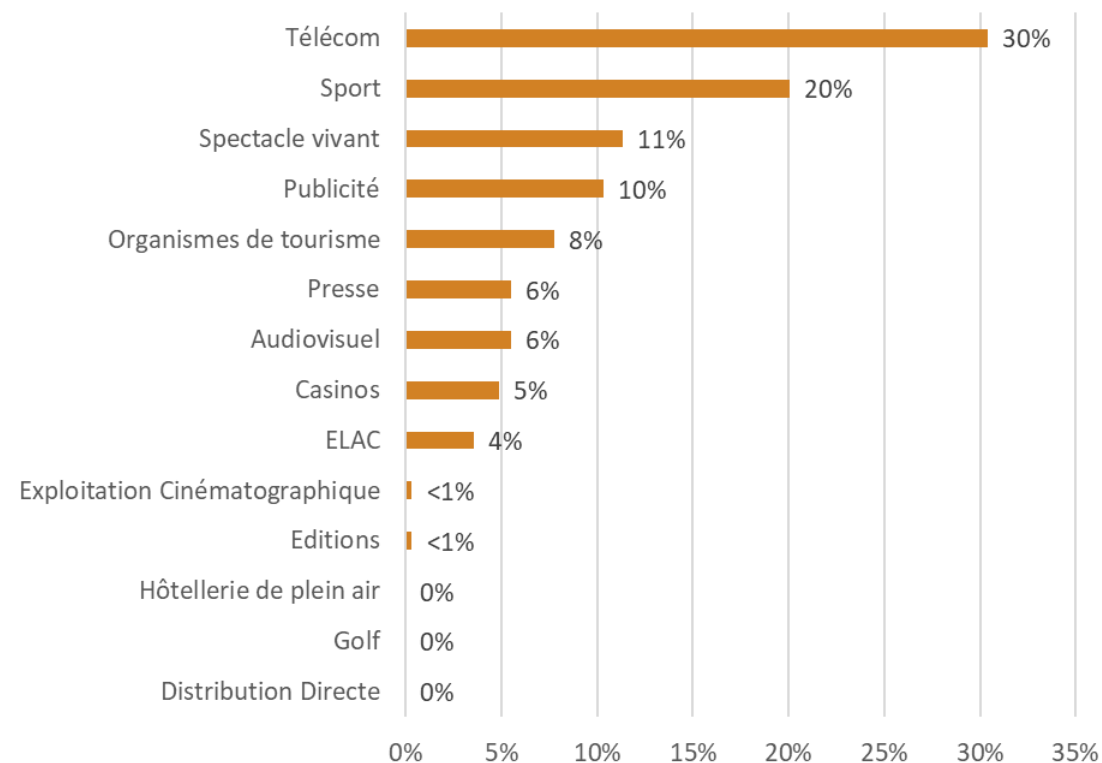
(Nb. 2 500 salariés en Martinique en 2020)

La moitié des bénéficiaires appartiennent aux secteurs des Télécommunications (30%) et du Sport (20%)

- Répartition relativement cohérente avec la répartition des effectifs salariés en Martinique, les secteurs des Télécommunications (28% des effectifs du périmètre) et du Sport (16%) étant les deux premiers secteurs employeurs de Martinique.
- Notons la part importante de bénéficiaires dans le secteur du Spectacle vivant (11%) comparativement au poids des effectifs salariés de ce secteur en Martinique (7%).

## RÉPARTITION DES BÉNÉFICIAIRES PAR SECTEUR EN MARTINIQUE 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 permanents en Martinique

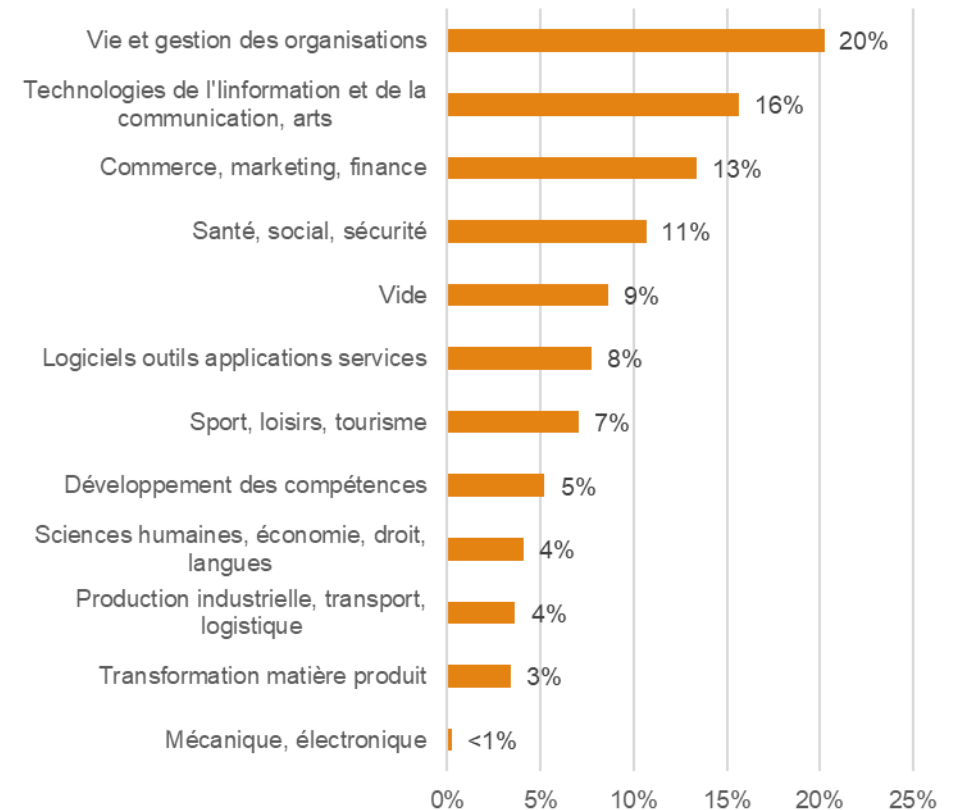
440 actions de formation suivies en Martinique par les 310 bénéficiaires\* en Martinique en 2020

3 principaux domaines de formation suivis sur le territoire :

- **Vie et gestion des organisations : l'encadrement / management** (14%) et plus particulièrement l'animation d'équipe et la conduite de projets
  - Des domaines qui concernent plus spécifiquement les secteurs des **Télécommunications** (23% des actions de formation dans le domaine santé, social, sécurité) et des **Organismes de Tourisme** (22%).
- **Technologies de l'information et de la communication** : des actions de formation dans le domaine des **industries graphiques / imprimerie** (impressions / impression numérique) et de la **communication / information** (communication interne).
  - Des domaines qui concernent plus spécifiquement les secteurs de la **Presse** (36%) et du **Sport** (32%).
- **Commerce, marketing, finance** : la **gestion commerciale et achats** et plus particulièrement la gestion de la relation client.
  - Des domaines qui concernent plus spécifiquement le secteur des **Télécommunications** (44%).

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

Source : Afdas – données 2020 ; retraitement Katalyse



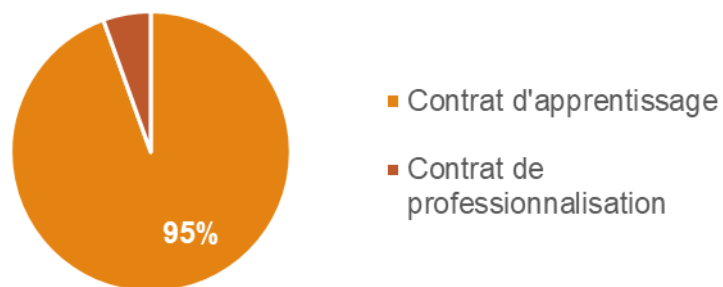
# Recours à l'alternance en Martinique

## 90 salariés alternants en Martinique en 2020

Soit 3,6 % des l'effectif salarié du périmètre (Nb. 2 500 salariés en Martinique en 2020)

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

## 95 % d'alternants en contrats d'apprentissage en Martinique en 2020

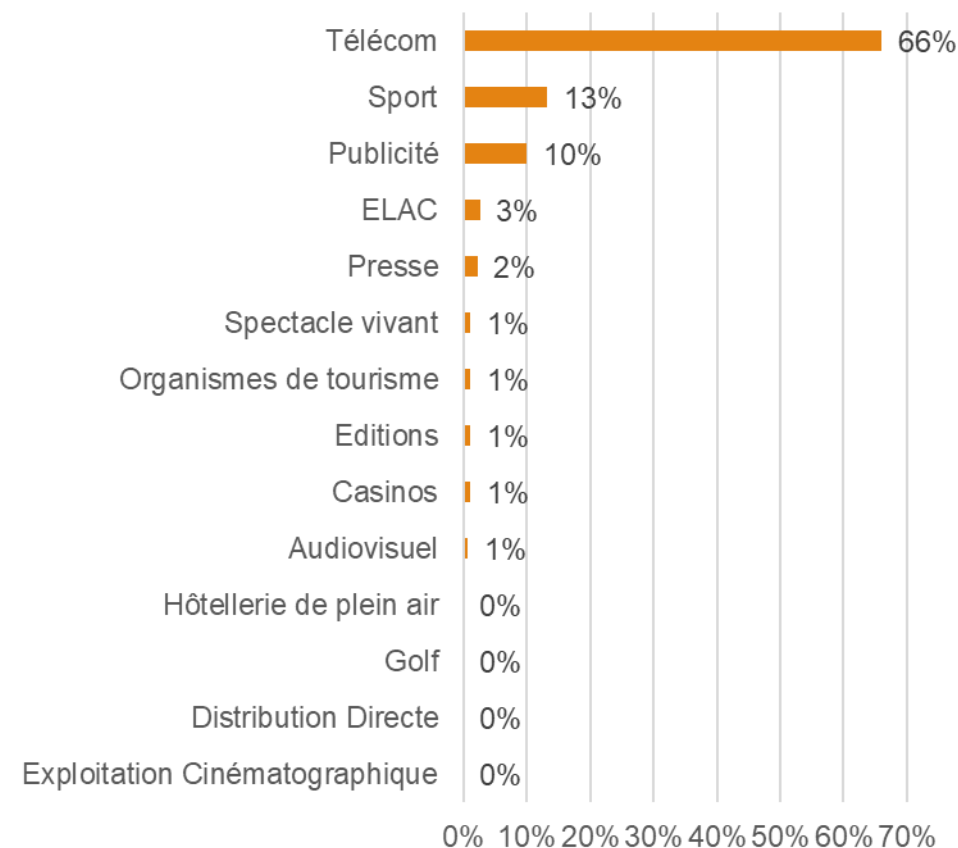


66 % d'entre eux relèvent de la branche des Télécommunications

Notons la faible présence d'alternants dans les secteurs de la Presse et du Spectacle vivant comparativement au poids des effectifs salariés de ces secteurs en Martinique (respectivement 7%).

## RÉPARTITION DES ALTERNANTS PAR SECTEUR EN MARTINIQUE EN 2020

Source : Afdas ; retraitement Katalyse



# Recours à l'alternance en Martinique

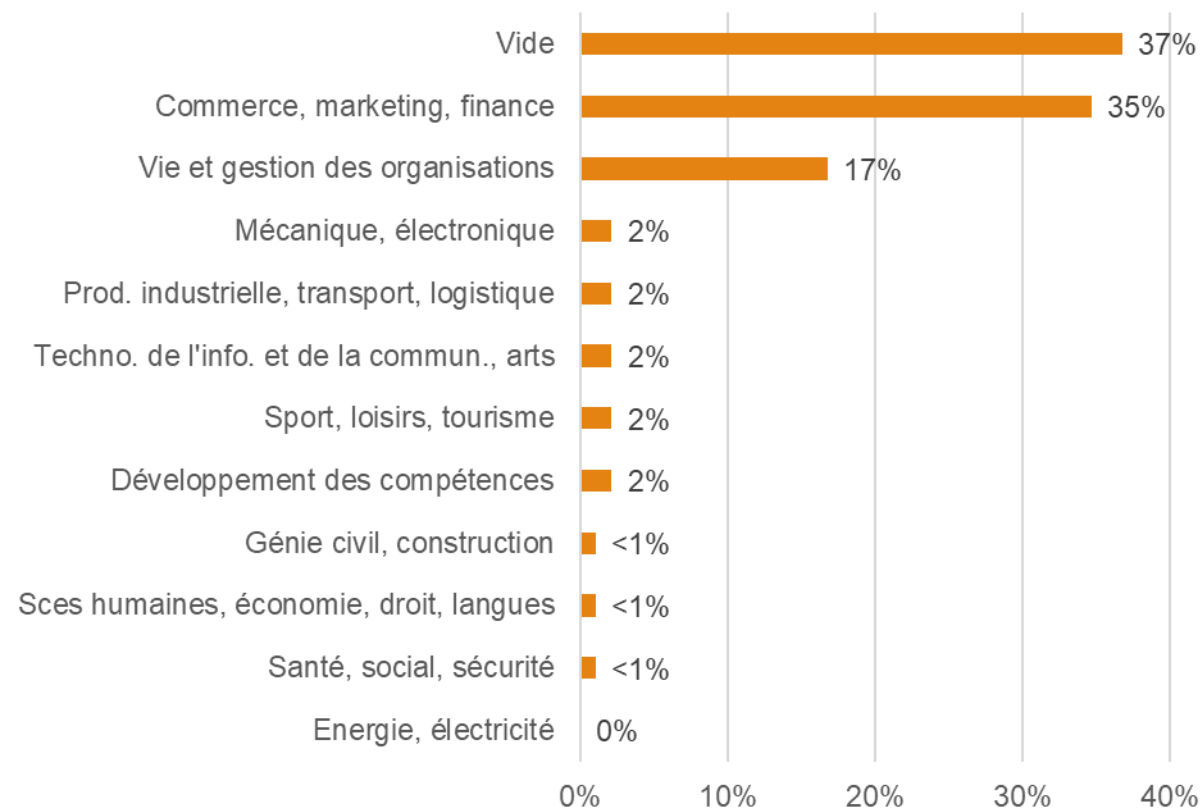
## Principaux domaines de formation

2 principaux domaines de formation suivis par les alternants :

- **Commerce, marketing, finance**, et plus particulièrement le **commerce / gestion de la relation client / négociation commerciale**.
  - Thématique qui concerne notamment le secteur des télécommunications.
- **Vie et gestion des organisations**, et plus particulièrement le **management opérationnel**.
  - Thématique qui concerne également plus particulièrement le secteur des télécommunications.

## RÉPARTITION DES ACTIONS DE FORMATION EN ALTERNANCE PAR DOMAINE DE FORMATION EN MARTINIQUE 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 des enjeux d'emplois et de compétences en Martinique

- Enjeu de la montée en compétences sur les compétences socles (**français professionnel, langue française et bureautique**) pour les salariés et pour les nouveaux entrants (type dispositif CleA ou outil Evagill)
- Enjeu du développement des **compétences émergentes transverses** aux différentes activités de l'Afdas
- **Enjeu de l'anticipation des compétences nécessaires pour soutenir les projets du territoire** sur quelques branches spécifiques
  - ❑ Télécommunications : aménagement numérique du territoire
  - ❑ Educateurs sportifs : des besoins qui restent importants
  - ❑ Presse : Passage de plusieurs techniciens d'impression à un programmeur avec la possibilité de monter encore en compétence avec l'arrivée de nouvelles technologies (possibilité d'imprimer « à la carte » par exemple)
- **Enjeu du vieillissement de la population :**
  - ❑ Accroissement des tensions au recrutement et nécessité d'attirer des jeunes
  - ❑ Problématique de reprise des entreprises
- **Facilitation des démarches pour l'accès à la formation**, notamment pour les entreprises peu structurées en personnel
  - ❑ Aide au ciblage des offres de formations / organismes en réponse aux besoins spécifiques de l'entreprise
  - ❑ Accompagnement au montage des projets face à la complexité perçue des modalités d'aides au financement

## Rappel des compétences émergentes

Maitrise des nouveaux outils de communication

Maitrise du multimédia et des technologies numériques

Gestion de projet, management et coordination d'équipes pluridisciplinaires / pluri-compétentes (interne et/ou externe)

Analyse et utilisation de données & mise à niveau RGPD

Gestion de la relation client / relation avec le public

# Hiérarchisation des enjeux pour la Martinique



Éléments issus de la réunion de travail



## Les 3 enjeux prioritaires

1

Développement des compétences émergentes transverses aux différentes activités de l'Afdas

2

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

3

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

4

Viellissement : accroissement des tensions au recrutement et nécessité d'attirer des jeunes

5

Anticipation des compétences : télécommunications (besoins émergents en lien avec aménagement numérique du territoire)

6

Viellissement : problématique de reprise des entreprises

7

Anticipation des compétences : éducateurs sportifs (des besoins qui restent importants ; 1er secteur du territoire)

8

Anticipation des compétences : presse (évolution des métiers d'impression)

# Propositions d'actions pour la Martinique



Eléments issus de la réunion de travail et des entretiens

## Identification des actions proposées (1/3)

### 1 Développement des compétences émergentes transverses aux différentes activités de l'Afdas

Plusieurs compétences transverses communes à plusieurs secteurs et métiers relevant du périmètre d'étude ont été mises en lumière lors des investigations. L'objectif est de s'assurer d'apporter des réponses adaptées aux besoins des entreprises du territoire. Plusieurs leviers ont été proposés en atelier :

- ★ **Action 1 : Faire connaître l'offre de formation du territoire**
  - Le territoire dispose en effet d'une offre qui est insuffisamment connue mais qui répond en partie aux besoins des entreprises (management...)
- **Action 2 : Favoriser la mixité intergénérationnelle permettant une montée en compétence des plus âgés par les plus jeunes**
  - Développer le tutorat et former les tuteurs
  - Proposer des modalités de formation innovantes pour inciter les salariés plus âgés à entrer en formation
  - Mettre en place des actions de reverse mentoring en entreprise
- ★ **Action 3 : Prendre en compte les décalages horaires en fonction des territoires**
  - Travailler avec des établissements de formation en métropole proposant des formations à distance, afin que les horaires proposés soient adaptées aux horaires du territoire (avec des formats en demi journées)

- **Action 4 : Favoriser la mixité sectorielle dans les formations**
  - Proposer une offre commune pour les branches de l'Afdas : la mixité des publics constitue un atout pour des échanges plus riche et donc une plus grande montée en compétences ; elle permet aussi de s'assurer d'un plus fort remplissage des formations
- **Action 5 : Cibler la communication pour que les plus âgés se forment**
  - Proposer des formations / actions ou modalités d'apprentissage innovantes





# Propositions d'actions pour la Martinique



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 bureautique) pour les salariés et pour les nouveaux entrants (type dispositif CléA ou outil Evagill)

Le constat est partagé par les acteurs d'un déficit concernant les compétences socles concernant une partie des salariés (et des bénévoles) des entreprises du périmètre d'étude. Ce déficit ne concerne pas tous les secteurs (il ne ressort ainsi pas sur les secteurs de la presse, des éditions...) ni tous les métiers. Toutefois dans un contexte d'accroissement du digital, ces compétences deviennent de plus en plus importantes.

#### ★ Action 1 : Proposer des modules de formation de « remise à niveau » en matière d'organisation du discours écrit

- A envisager à distance (offre existante en métropole)

#### ★ Action 2 : Encourager l'utilisation de l'outil Evagill pour identifier les problématiques d'illettrisme et faire connaître les formations mobilisables (dispositif CléA, Voltaire...)

Les problématiques d'illettrisme sont difficiles à identifier, d'où l'importance de pouvoir au préalable réaliser cette évaluation

#### • Action 3 : Mobiliser davantage l'OPCO Afdas pour monter des dossiers de financement

- Faire connaître mieux encore l'ensemble des missions de l'Afdas de manière générale

#### • Action 4 : Proposer des formations sur les bonnes pratiques numériques

- Proposer des formations en matière de cybersécurité et de RGPD à destination des petites structures



# Propositions d'actions pour la Martinique



Eléments issus de la réunion de travail et des entretiens

## Identification des actions proposées (3/3)

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

L'un des freins à l'accès à la formation est la complexité perçue et le coût des formations ; les entreprises qui relèvent du périmètre d'étude sont en effet en majorité des petites entreprises, peu structurées et ne disposant pas de fonction RH. Par ailleurs le dispositif formation ayant très fortement évolué ces dernières années, les entreprises sont souvent perdues et perçoivent l'accès à la formation comme complexe.

- **Action 1 : Mieux faire connaître les aides financières**
  - Faire connaître le service assuré par les conseillers de l'Afdas
- **Action 2 : Communiquer auprès des plus jeunes et actifs en reconversion sur l'identification des débouchés sur le territoire**

Les métiers de l'Afdas sont peu connus sur le territoire car ils ne concernent que des petits effectifs, mais ils recrutent et offrent des perspectives pour les jeunes (y compris après s'être formés en métropole). D'où l'importance de faire connaître ces métiers. 2 cibles évoquées à l'atelier : les lycéens et les Conseillers en Evolution Professionnelle
- **Action 3 : Développer l'offre de formation (une même formation proposée plusieurs fois dans l'année), notamment via le numérique**
- ★ **Action 4 : Encourager l'AFEST**
  - Faire connaître le dispositif
  - Accompagner sa mise en œuvre pour les entreprises intéressées
- **Action 5 : Structurer la / les filières culturelles localement pour sortir les entreprises de leur isolement et échanger sur les problématiques communes**
- **Action 6 : Mutualiser géographiquement (sur les DROM) des formations sur un secteur spécifique**



# Propositions d'actions

## Autres propositions d'actions issues de nos investigations

- Intégrer des **modules « tourisme vert » ou « tourisme et développement durable »** aux formations tourisme présentes sur le territoire
  - Ex. le BTS Tourisme de la Guyane a intégré une coloration amazonienne dans sa formation pour mieux promouvoir les spécificités du territoire
  - Une évolution à envisager pour le BTS Tourisme de la Martinique ?
  - Une évolution qui apparait cohérente avec le label du patrimoine mondial de l'Unesco

- 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	
Martinique	Télécoms	Collectivité territoriale de la Martinique	MONDESIR	Miguel	Directeur Très Haut débit	1	RDV groupé fait le 09/08
Martinique	Télécoms	Collectivité territoriale de la Martinique	LEGRAND-CANTOBION	Christelle	Responsable de Service Infrastructures numériques		
Martinique	Tourisme	Office du Tourisme Sud Martinique	RENARD	Frédéric	Directeur de l'Office du tourisme Sud de la Martinique	1	RDV le 10/08
Martinique	Tourisme	DEETS	SIGRAND	Eric	Chargé de mission Tourisme, Commerce, Artisanat	1	RDV fait le 04/08
Martinique	Sport	Institut Martiniquais du Sport	EUPHROSINE	Grégory	Directeur de l'institut Martiniquais du Sport	1	RDV fait le 12/08
Martinique	Sport	DRAJES	PRIVAT	Charles Eric	Directeur adjoint DRAJES (Sport)	1	RDV groupé fait le 10/08
Martinique	Sport	DRAJES	FLAMAND	Véronique	Référente emploi sport		
Martinique	Sport	DRAJES	CHEVALIER	Alain	Directeur de la DRAJES		
Martinique	Culture	DAC	POMEZ	Christophe	Directeur	1	RDV fait le 13/08
Martinique	Culture	DAC	TOUMSON	Yolande	Conseillère livre, lecture, cinéma, audiovisuel	1	RDV fait le 19/08
Martinique	Culture	Collectivité territoriale de la Martinique	MAZARIN	Jean-Charles	DGA Culture, Jeunesse, Sport	1	RDV fait le 17/08
Martinique	Transverse	DEETS	JOURDAN	Marie-Françoise	Chargée de mission Innovation, Industrie, Entreprises	1	RDV groupé fait le 19/08
Martinique	Transverse	DEETS	BONCORPS	Bertrand	Chargée de mission International et structuration de filière		

# Entretiens conduits en phase 2

Territoire couvert	Secteur	Nom de la structure	Nom	Fonction du contact
Martinique	Audiovisuel	RADIO CARAIBES INTERNATIONAL	VALERIE ELIAZORD	RRH
Martinique	Casino	CASINO COGIT BATELIERE PLAZZA	CHANTALE GAILLARD	RRH
Martinique	Loisirs	SODEX JARDIN DE BALATA / ZOO DE MARTINIQUE	Stéphanie DE LAVIGNE	DAF
Martinique	Organismes de tourisme	COMITE MARTINQUAIS DU TOURISME	MARIE-FRANCE BEROSE	CHARGEE DE MISSIONS RH
Martinique	Presse	PRESSE ANTILLES GUYANE	BEATRICE CLEON	DRH
Martinique	télécommunications	SFR CARAIBE / OUTREMER TELECOM	Frédéric Hayot	DG

# Les moyens de la phase 2

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

115 répondants au total

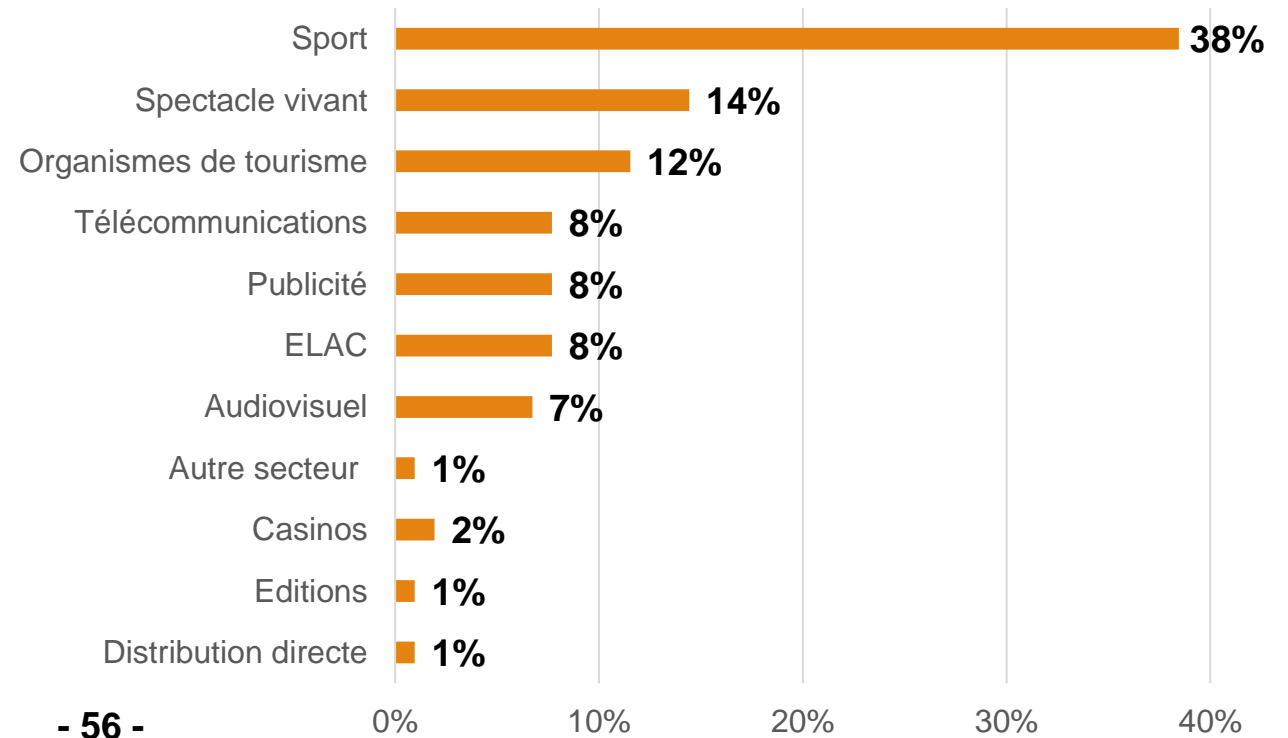
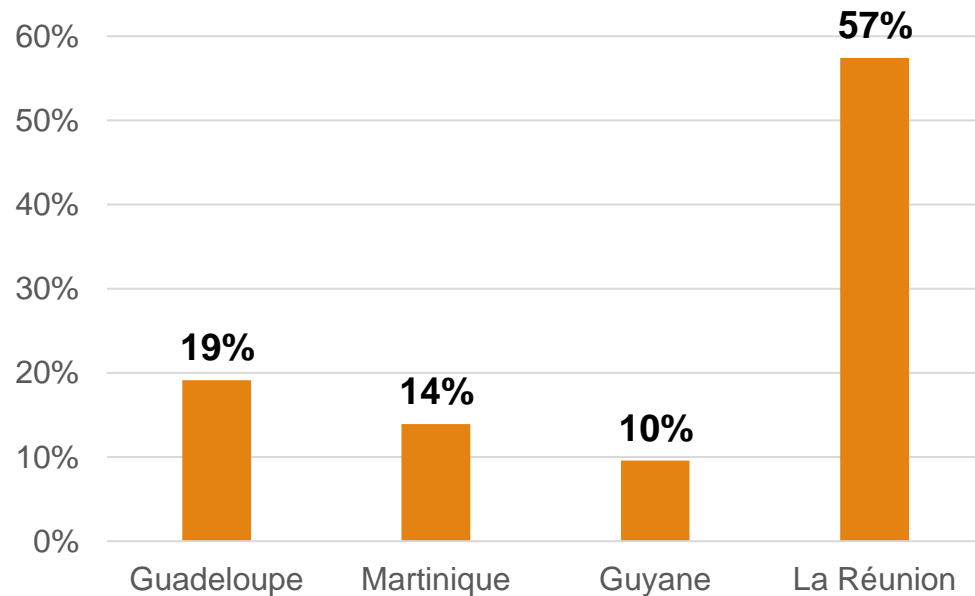
- Cohérence avec la répartition effective :
  - 3 territoires rassemblant près de la moitié des établissements
  - Premier secteur d'activité : le sport.
- Légère surreprésentation des organismes de tourisme, 8<sup>ème</sup> secteur d'activité des DROM (détail page 8)

### 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
La Réunion	OF Généraliste	SESAME FORMATION	Sandrine CISAR	Directrice
La Réunion	Sport	KALAMUS REUNION	Loïc DISCHAMPS-PERRIER	Directeur
La Réunion	OF Généraliste	CCI Réunion	Marie-Claude DE MUNARI-GUILBERT Béatrice ALTHIERY Norman SIMJEE	Directrice de Pôle Formation Directrice Ecole du Numérique Directeur Formation continue, métiers du sport
Métropole	Audiovisuel	La FEMIS	Jérôme LECANU	Directeur formation
Métropole	Spectacle	CFPTS	Béatrice GOUFFIER	Responsable formation
Métropole	Spectacle	CAGEC	Sylvie RICORDAIRE	Adjointe formation
Guadeloupe	Sport	KALAMUS GUADELOUPE	Cyrille FOURNIER	Responsable pédagogique
Guadeloupe	OF Généraliste	FORE ALTERNANCE	Jacqueline JIOUT	Responsable formation
Guadeloupe	Audiovisuel	GRETA DE LA GUADELOUPE	Laëtitia LEBRAVE	Responsable formation
Guyane	OF Généraliste	IUFC	Marie-Gabrielle HADEY SAINT-LOUIS	Directrice IUFC
Martinique	OF Généraliste	CERDIF - ISCA BUSINESS SCHOOL	Marta BESSARD	Responsable formation
Guyane	Sport / loisirs	OFA GUYANE	Maxime FLORIMOND	Délégué Général
Guyane	Télécom	GIP FCIP CAYENNE	Joseph FESTA Adrien Emmanuel NKUNKU LUSALA	Directeur GIP-FCIP / DRAFPIIC Directeur-Adjoint GIP FCIP et Directeur Opérationnel du CFA Education Nationale - Académie de Guyane
Guyane	Exploitation cinéma. Audiovisuel	G-CAM	Nadine BUGNOT	Directrice

## 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. Agen 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 le secteur 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

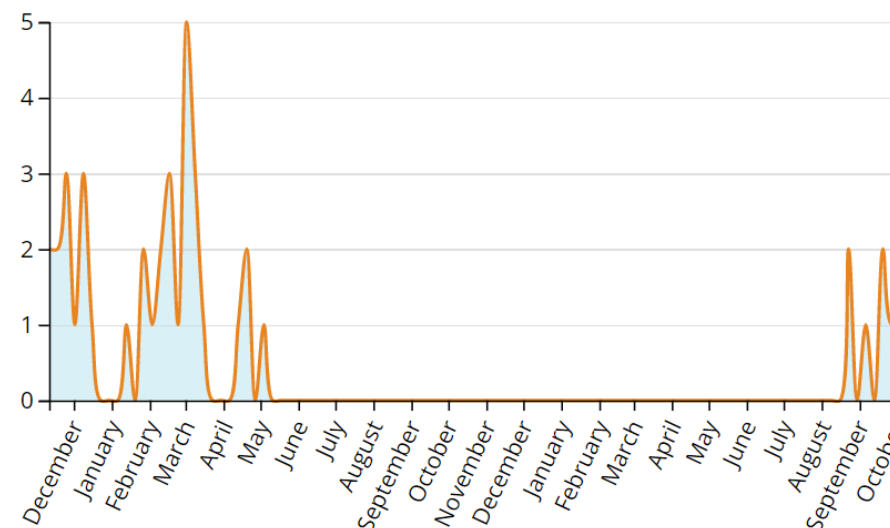
Principaux métier recherchés	Nb d'offres d'emploi*
Animateur Commercial (h/f)	10
Marketteur produit (h/f)	4
Monteur d'installation de télécommunications (h/f)	3
Chargé d'Études de Marché (h/f)	3
Assistant Marketing (h/f)	3
Créateur de Décors (h/f)	2
Ingénieur télécommunications (h/f)	2
Documentaliste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

