

# AFDAS

## ETUDE PROSPECTIVE EMPLOI-FORMATION DES SECTEURS DE LA CULTURE, DES INDUSTRIES CRÉATIVES, DES MÉDIAS, DE LA COMMUNICATION, DES TÉLÉCOMMUNICATIONS, DU SPORT, DU TOURISME, DES LOISIRS ET DU DIVERTISSEMENT

R A P P O R T F I N A L

# SOMMAIRE

---

## 1. Contexte et objectifs de l'étude

## 2. Portrait économique de la Réunion

## 3. Bref panorama des secteurs et de leurs besoins

1. Chiffres clés des secteurs de l'Afdas
2. Synthèse des retours à l'enquête en ligne

## 4. Diagnostic par secteur

- |  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| 1. <u>Audiovisuel</u>                                    | 8. <u>Organismes de tourisme</u>      |
| 2. <u>Casinos</u>  | 9. <u>Presse et agences de presse</u> |
| 3. <u>Editions</u>                                       | 10. <u>Publicité</u>                  |
| 4. <u>Espaces de loisirs, d'attractions et culturels</u> | 11. <u>Spéctacle Vivant</u>           |
| 5. <u>Exploitation cinématographique</u>                 | 12. <u>Sport</u>                      |
| 6. <u>Golfs</u>  | 13. <u>Télécommunications</u>         |
| 7. <u>Hôtellerie de plein air</u>                        |                                       |

## 5. Conclusion de la phase 1

1. Synthèse des enjeux et pistes de réflexion
2. Ateliers à venir

# L'Afdas, opérateur de compétences

Acteur incontournable de l'emploi et de la formation

**L'Afdas** est opérateur de compétences (OPCO) des secteurs de la culture, des industries créatives, des médias, de la communication, des télécommunications, du sport, du tourisme, des loisirs et du divertissement.

L'Afdas propose à ses publics entreprises et particuliers, un accompagnement de proximité, de conseil et d'expertise dans l'ingénierie de la formation, le recrutement et la gestion de carrières.

## Les missions

**1. Accompagner les entreprises dans le développement de la formation** et particulièrement les TPE-PME, afin d'assurer un service de proximité au bénéfice de ces entreprises, pour améliorer le flux des informations et l'accès de leurs salariés à la formation professionnelle.

**2. Accompagner et soutenir le développement de l'alternance**, assurer le financement des contrats d'apprentissage et de professionnalisation, selon les niveaux de prise en charge fixés par les branches et accompagner ces dernières et les entreprises qui souhaitent créer leur propre CFA.

**3. Développer l'accès à la formation** pour les publics particuliers (intermittents du spectacle, pigistes, artistes-auteurs) et gérer leurs contributions pour assurer le financement de leurs formations.

**4. Accompagner les branches professionnelles** dans le développement de certifications et l'observation de l'emploi ainsi que dans la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC) de chaque branche.

**5. Accompagner les mutations économiques** par une prospective sur les évolutions futures des secteurs, des territoires et des métiers afin d'adapter les axes de développement, les organisations des entreprises et les compétences des salariés.

44

branches  
professionnelles

62 000

entreprises

dont **94%** de TPE-PME qui  
emploient moins de 50  
salariés

# Objectifs de l'étude

## Périmètre de l'analyse :

Ensemble des **44 branches adhérentes** à l'Afdas

L'étude s'appuiera sur les travaux déjà menés et les travaux en cours dans les différents secteurs, notamment ceux relatifs à l'OPP de la Réunion dans le cadre de l'EDEC régional du Spectacle vivant et bénéficiant du soutien de l'EDEC national Culture, Création, Communication, Sport et Tourisme.

## Objectifs :

### PHASE DE DIAGNOSTIC PARTAGÉ

01



- Connaître de façon précise et détaillée la structuration du tissu économique réunionnais des secteurs adhérents
- Analyser la consommation de formation des entreprises et salariés
- Identifier les besoins en recrutement en alternance

### PHASE D'ANALYSE PROSPECTIVE

02



- Identifier les principales compétences sensibles/menacées, en mutation, en tension, en développement / émergence, les métiers correspondants à horizon 3 à 5 ans, en lien avec des scénarii d'évolution des activités.

### PHASE DE CONSTRUCTION DE PLAN D'ACTION

03



- Construire des préconisations et un plan d'actions basés sur les résultats des phases précédentes. Identifier les principales aires de mobilité intersectorielle afin de proposer des passerelles métiers.
- Identifier les principales conditions de réussite à la mise en œuvre de recrutements en alternance

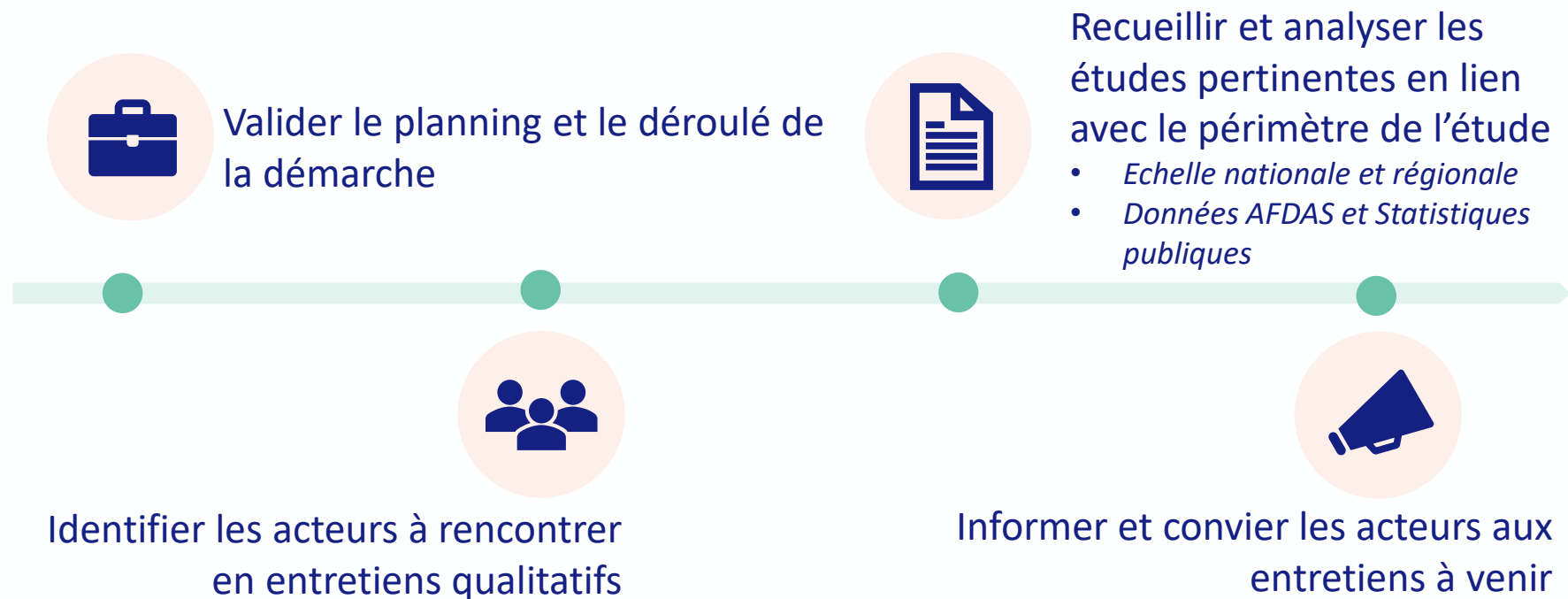
# Méthodologie retenue

## Cadrage

### Objectifs :

- **Cadrer** l'étude (critères, niveau de détail, modes de fonctionnement et de communication)
- **Valider** le planning de la démarche
- **Communiquer** auprès des acteurs projet pour expliquer la démarche et le niveau de participation attendu

### Principales activités :



# Méthodologie retenue

Etat des lieux : Diagnostic et Prospective

## Objectifs :

- Disposer d'une vision **quantitative et qualitative** de la structuration du tissu économique de la filière
- Identifier les **besoins en formation** et en **recrutement en alternance**
- Analyser **l'évolution des métiers** à horizon 3 à 5 ans et des **compétences associées**

## Principales activités :



Rencontrer les acteurs identifiés en amont pour cerner leurs pratiques, besoins, attentes



Analyser l'offre de formation existante  
*Continue, initiale, à distance*

Recueillir la voix des adhérents via un formulaire web



Formuler des préconisations adaptées au contexte local



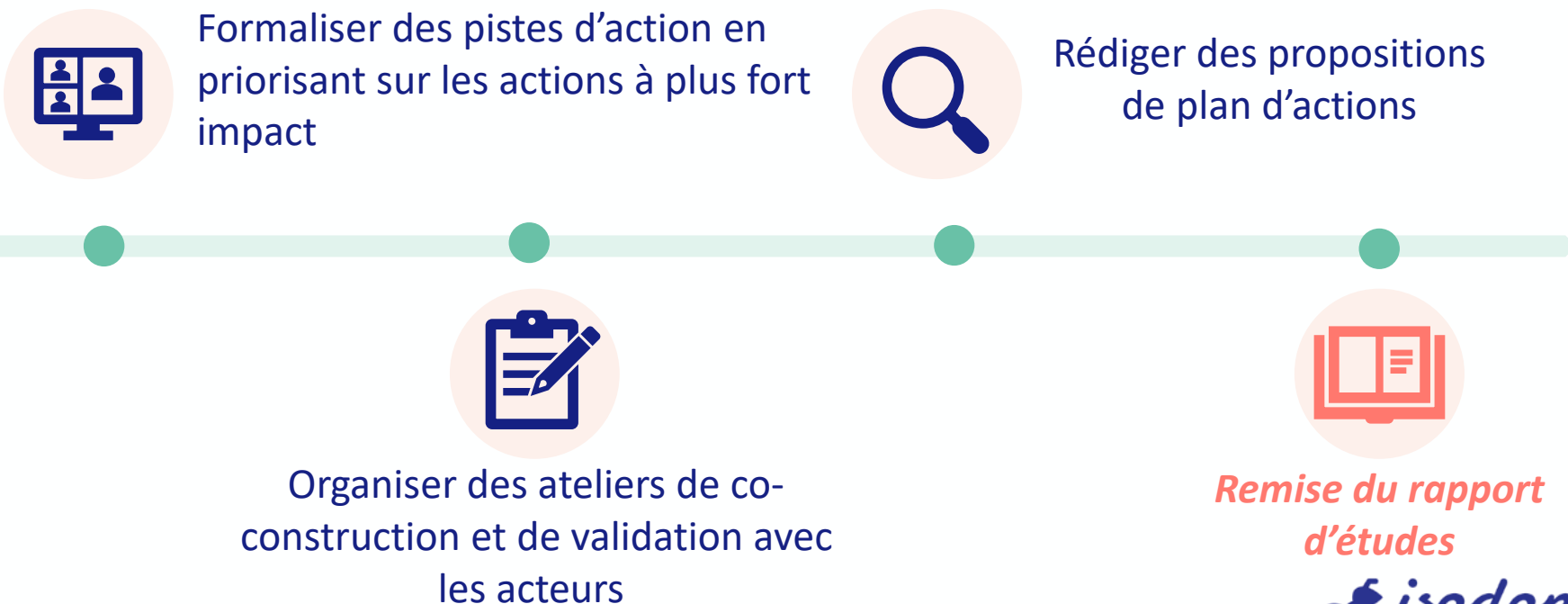
# Méthodologie retenue

## Construction de plan d'actions

### Objectifs :

- A partir de la stratégie, de l'état des lieux (diagnostic et prospective), coconstruire des propositions de **plan d'actions**
- Proposer au COPIL des plans d'actions détaillés, opérationnels et souples, des préconisations pour améliorer l'offre de formation avec un accent particulier sur la mobilité intersectorielle et le recrutement en alternance

### Principales activités :



# SOMMAIRE

## 1. Contexte et objectifs de l'étude

## 2. Portrait économique de la Réunion

## 3. Bref panorama des secteurs et de leurs besoins

1. Chiffres clés des secteurs de l'Afdas
2. Synthèse des retours à l'enquête en ligne

## 4. Diagnostic par secteur

- |  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| 1. <u>Audiovisuel</u>                                    | 8. <u>Organismes de tourisme</u>      |
| 2. <u>Casinos</u>  | 9. <u>Presse et agences de presse</u> |
| 3. <u>Editions</u>                                       | 10. <u>Publicité</u>                  |
| 4. <u>Espaces de loisirs, d'attractions et culturels</u> | 11. <u>Spéctacle Vivant</u>           |
| 5. <u>Exploitation cinématographique</u>                 | 12. <u>Sport</u>                      |
| 6. <u>Golfs</u>  | 13. <u>Télécommunications</u>         |
| 7. <u>Hôtellerie de plein air</u>                        |                                       |

## 5. Conclusion de la phase 1

1. Synthèse des enjeux et pistes de réflexion
2. Ateliers à venir



# La Réunion en quelques chiffres

Données IEDOM 2020



**857 809 habitants**

Evolution annuelle moyenne de 0,4% entre 2010 et 2020



**341,5 hab/km2**

3ème région la plus densément peuplée en France



**PIB :**

**19,66 milliards d'euros (2019)**

Soit 22 948 euros (par habitant)  
**+2,2%** par rapport à 2019



**Inflation : 0%**



Taux de **dépendance aux importations** :  
**26,4 %** en 2019 (32,7% national)



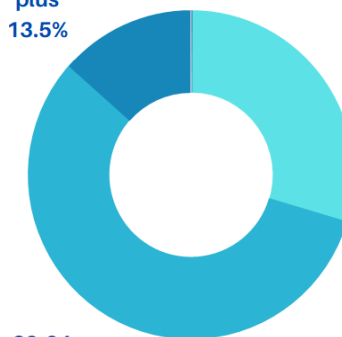
**Les services :**

- Principale source de création de richesse
- 86% de la VA de la Réunion en 2016
- Importance des services non marchands (35,7% contre 22,6% au niveau national)

Répartition de la population par catégorie d'âge

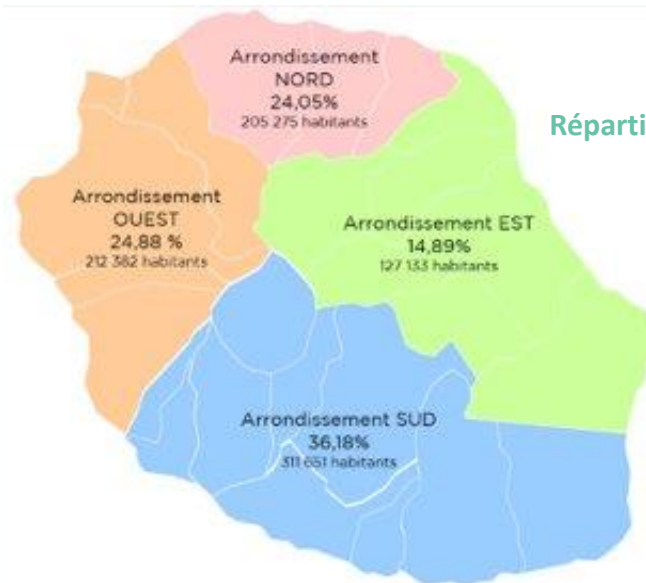
65 ans et plus  
13.5%

Moins de 20 ans  
29.6%



20-64 ans  
56.9%

Répartition de la population par arrondissement



# La pandémie de la Covid-19 à la Réunion

Données IEDOM 2020



**Activité : -28%** (33% national)  
**Chiffre d'affaires : -9%** en moyenne

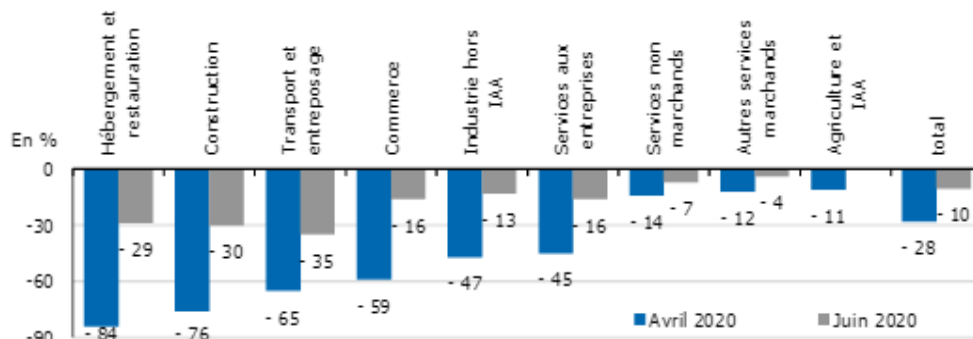


**Dispositif d'activité partielle : 1 salarié sur 2** du secteur marchand en avril 2020



**3%** de salariés en **chômage partiel** en décembre 2020

Estimations par secteurs de la perte d'activité pendant le confinement (avril 2020) et un mois après sa fin (juin 2020)



Sources : CEROM ; Insee, comptes économiques définitifs de La Réunion (base 2014)



## France Relance Outre-Mer

**1.5 milliard d'euros** aux territoires ultramarins et **245 millions d'euros** de crédits pour La Réunion (accord du 26 mars 2021)

**430 millions d'euros (verdissement de l'économie)**  
Rénovation thermique des bâtiments, modernisation agricole, rénovation réseaux d'eau, plan séisme Antilles et protection de la biodiversité

**280 millions d'euros (renforcement de la compétitivité des entreprises)**

Baisse des impôts sur la production, soutien à certaines filières, appels à projets d'innovation

**500 millions d'euros (cohésion sociale et territoriale)**

Soutien à l'emploi et à la formation

# L'emploi et le chômage

Données IEDOM 2020



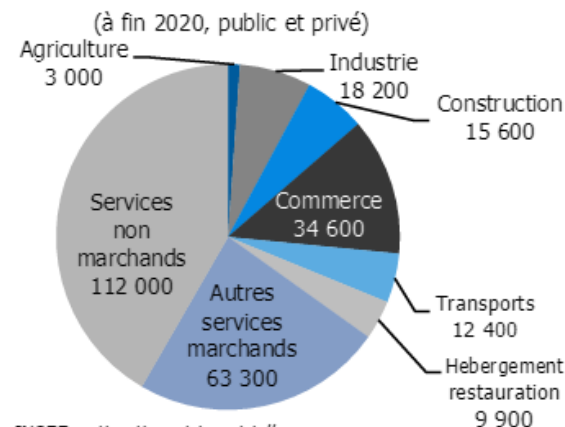
269 000 salariés fin 2020

- **Emploi salarié** : + 2,2% sur un an
- **Secteur privé** : +2,6% sur un an
- **Secteur hébergement et restauration, transport** : -1,7%



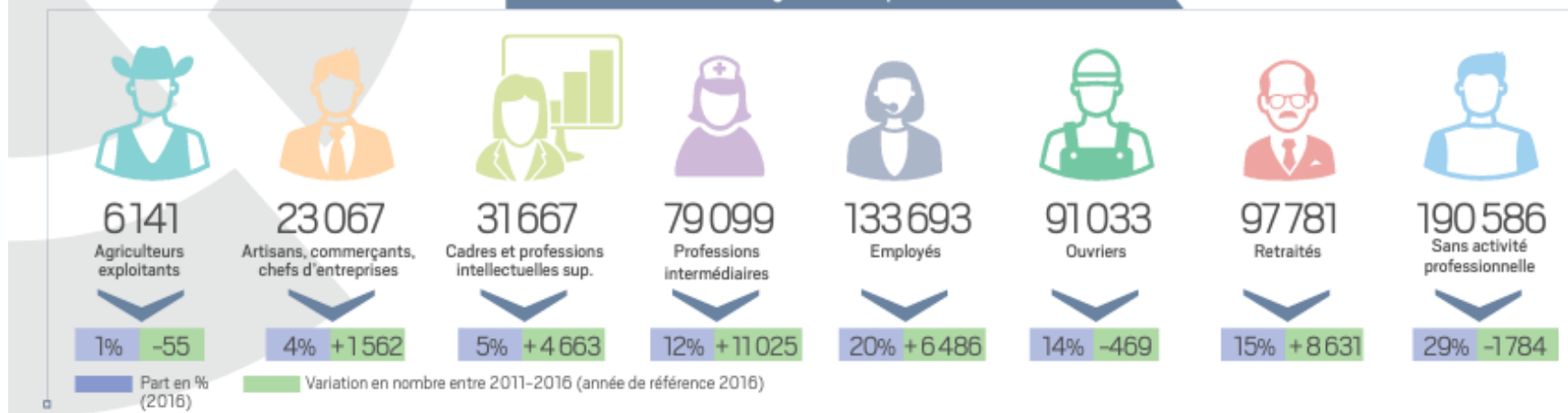
**Chômage** : 17% au dernier trimestre 2020 (8% à l'échelle nationale)

## Effectifs salariés selon les secteurs d'activité



Source: INSEE, estimations trimestrielles

## Répartition et évolution de la population de 15 ans ou plus, selon les catégories socio-professionnelles



# SOMMAIRE

1. Contexte et objectifs de l'étude
2. Portrait économique de la Réunion
3. Bref panorama des secteurs et de leurs besoins

1. Chiffres clés des secteurs de l'Afdas
2. Synthèse des retours à l'enquête en ligne

## 4. Diagnostic par secteur

- |  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| 1. <u>Audiovisuel</u>                                    | 8. <u>Organismes de tourisme</u>      |
| 2. <u>Casinos</u>  | 9. <u>Presse et agences de presse</u> |
| 3. <u>Editions</u>                                       | 10. <u>Publicité</u>                  |
| 4. <u>Espaces de loisirs, d'attractions et culturels</u> | 11. <u>Spectacle Vivant</u>           |
| 5. <u>Exploitation cinématographique</u>                 | 12. <u>Sport</u>                      |
| 6. <u>Golfs</u>  | 13. <u>Télécommunications</u>         |
| 7. <u>Hôtellerie de plein air</u>                        |                                       |

## 5. Conclusion de la phase 1

1. Synthèse des enjeux et pistes de réflexion
2. Ateliers à venir

# CHIFFRES CLES DES SECTEURS

DE LA CULTURE, DES INDUSTRIES CRÉATIVES,  
DES MÉDIAS, DE LA COMMUNICATION, DES  
TÉLÉCOMMUNICATIONS, DU SPORT,  
DU TOURISME, DES LOISIRS ET DU  
DIVERTISSEMENT

# Vision globale des secteurs (statistiques publiques)

à La Réunion en 2016

Quelques données chiffrées pour appréhender les 15 différents « secteurs » sur le territoire Réunionnais

## EFFECTIFS CONCERNES (SALARIES)



6 200 salariés  
en 2016



+62% vs  
2011



3,5% des  
salariés  
Réunionnais

## STRUCTURES



529 structures  
en 2016

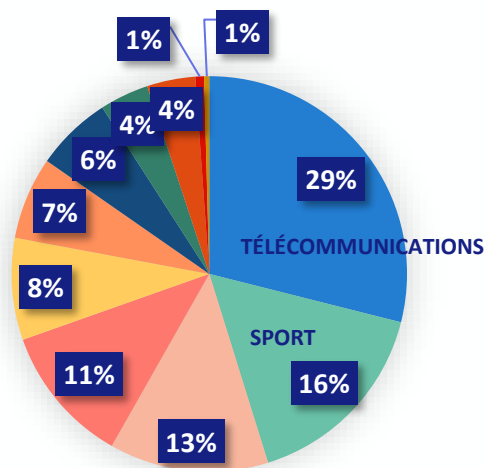


+73% vs  
2011



2,7% des  
structures  
Réunionnaises

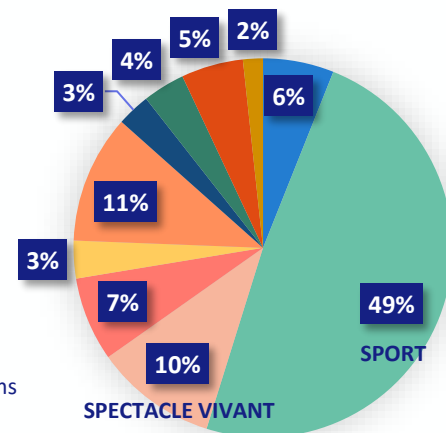
### Répartition sectorielle des salariés des secteurs (champ AFDAS)



- 14 - Télécom
- 12 - Sport (y.c Golf)
- 11 - Spectacle vivant
- 07 - Espaces de loisirs, d'attractions et culturels
- 09 - Presse
- 10 - Publicité (y.c DD)
- 08 - Organismes de tourisme
- 06 - Casinos jeux
- 02 - Audiovisuel
- 03 - Exploitation cinématographique et distribution de films
- 04 - Editions

Les **télécommunications** et le **sport** sont les secteurs qui emploient le plus de salariés à la Réunion au sein du champ Afdas

### Répartition sectorielle des structures des secteurs AFDAS



Le **sport** et le **spectacle vivant** sont les secteurs qui comptent le plus de structures à la Réunion, au sein du champ Afdas

# Vision globale des secteurs (source Afdas)

à La Réunion en 2019

## EFFECTIFS CONCERNES (SALARIES)



3 364 salariés en 2019

3 600 salariés environ en 2020 + 981 IDS

0,7% de l'effectif AFDAS national en 2019

## STRUCTURES

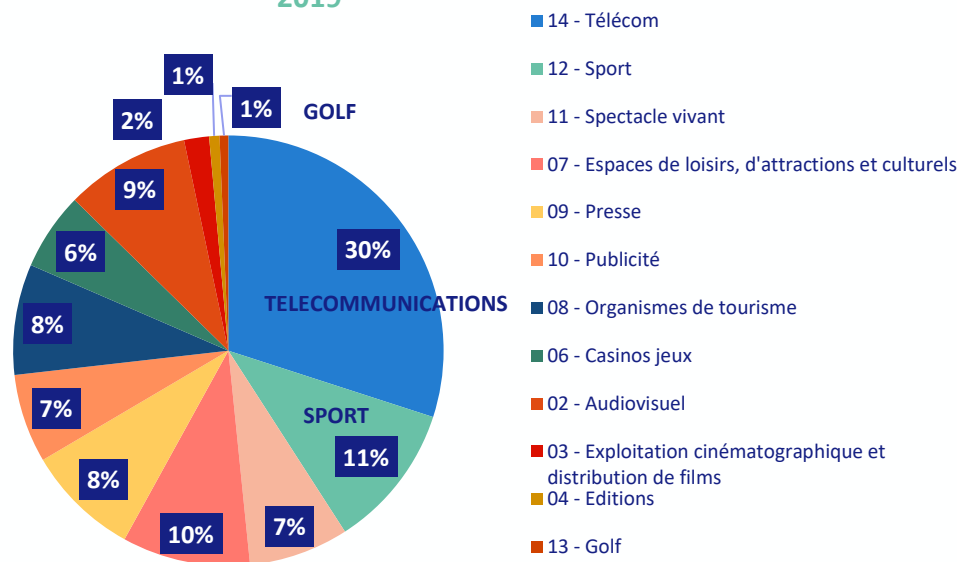


362 structures en 2019

450 structures en 2020

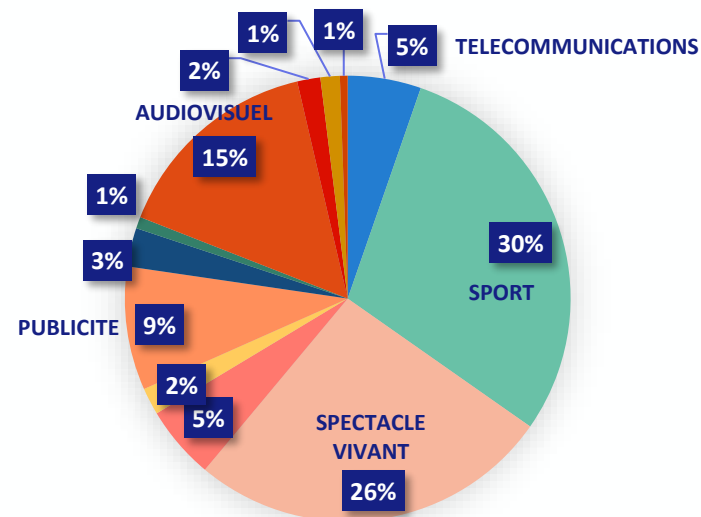
0,6% du nb de structures (champ AFDAS ensemble du territoire)

Répartition sectorielle des salariés des structures adhérentes en 2019



Les **télécommunications** et le **sport** sont les secteurs qui emploient le plus de salariés à la Réunion, au sein des adhérents Afdas.

Répartition sectorielle des structures adhérentes en 2019



Le **sport** et le **spectacle vivant** sont les secteurs qui comptent le plus de structures à la Réunion, au sein des adhérents Afdas.

Source : AFDAS, 2019



# Comparaison territoire réunionnais / National

Nombre de structures

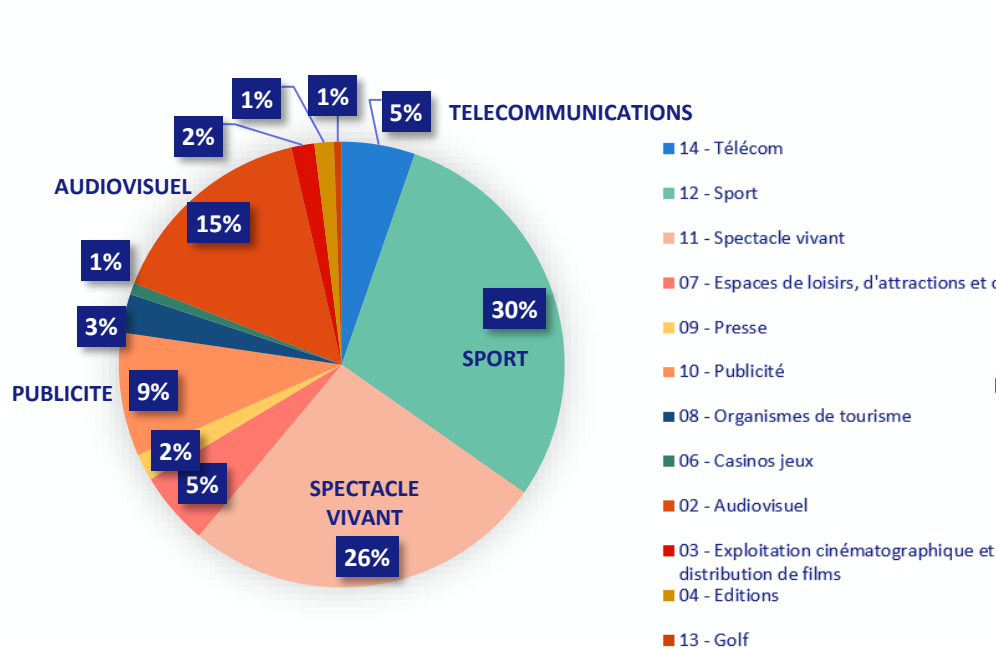


362 structures en 2019 (Réunion)

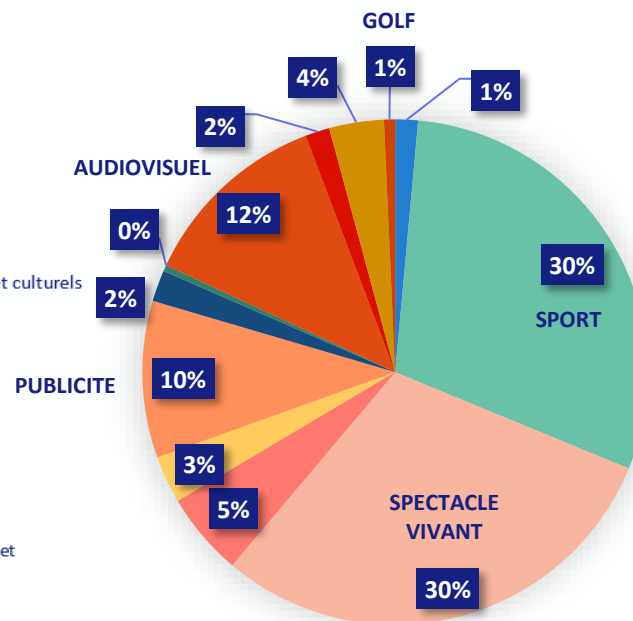
450 structures en 2020 (Réunion)

0,6% du nb de structures (champ AFDAS ensemble du territoire)

Répartition sectorielle des structures à la Réunion en 2019 (champ Afdas)



Répartition sectorielle des structures sur l'ensemble du territoire national en 2019 (champ Afdas)



Le **sport** et le **spectacle vivant** sont les secteurs les plus représentés, à l'échelle locale mais aussi nationale.

Source : AFDAS, 2019





# Comparaison territoire réunionnais / National

Nombre de salariés permanents

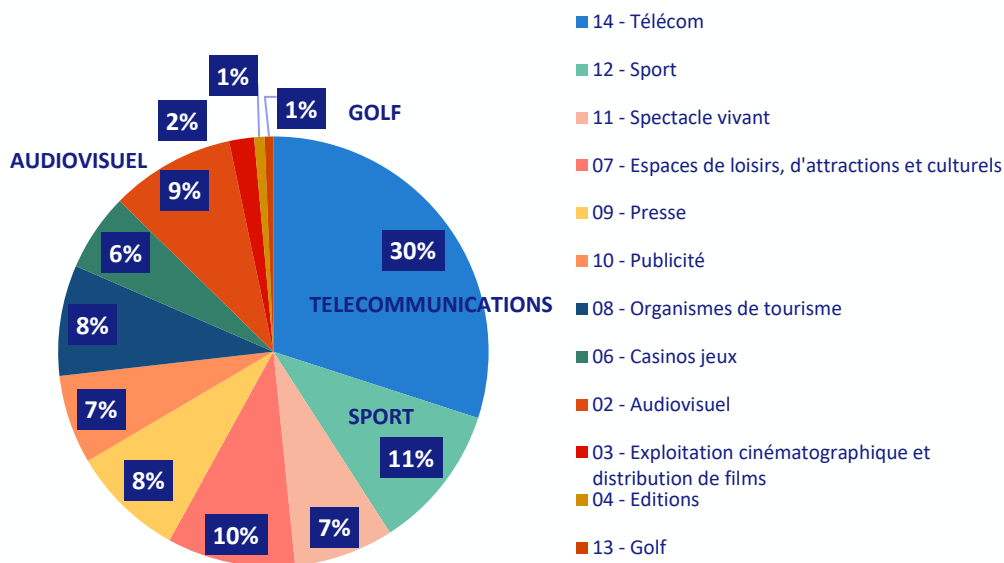


**3 364** salariés en 2019 (Réunion)

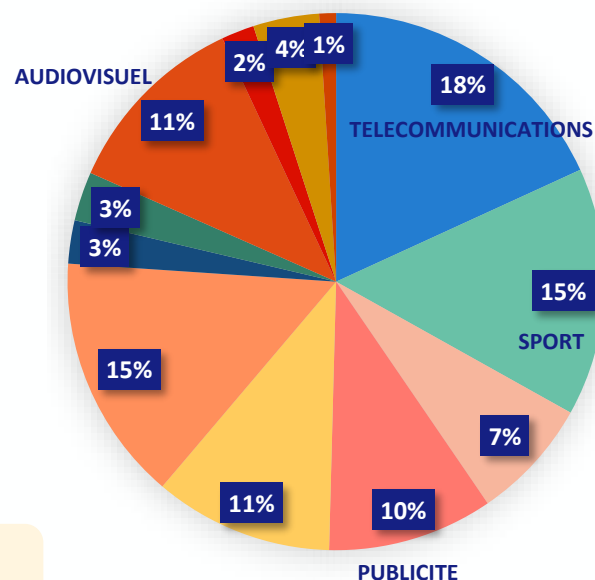
**3 600** salariés environ en 2020 + **981 IDS** (Réunion)

→ **0,7%** de l'effectif AFDAS national en 2019

Répartition sectorielle des salariés des structures sur le territoire réunionnais en 2019 (champ Afdas)



Répartition sectorielle des salariés des structures sur le territoire national en 2019 (champ Afdas)



Les **télécommunications** représentent le premier secteur en nombre de salariés permanents sur le champ Afdas, à l'échelle locale mais aussi nationale.

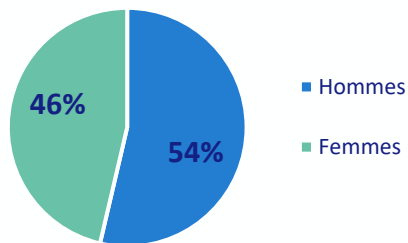
# Bref panorama des bénéficiaires

des actions financées par l'AFDAS en 2019

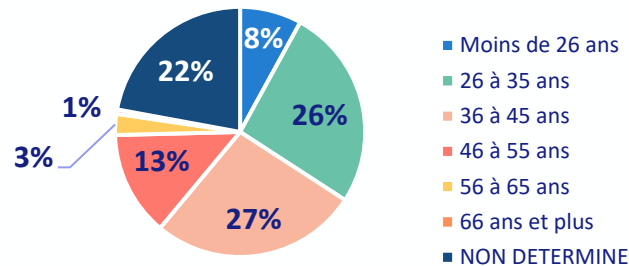
## Permanents :

Ils représentent **90% des bénéficiaires** des actions, pour un total de **996 actions**.

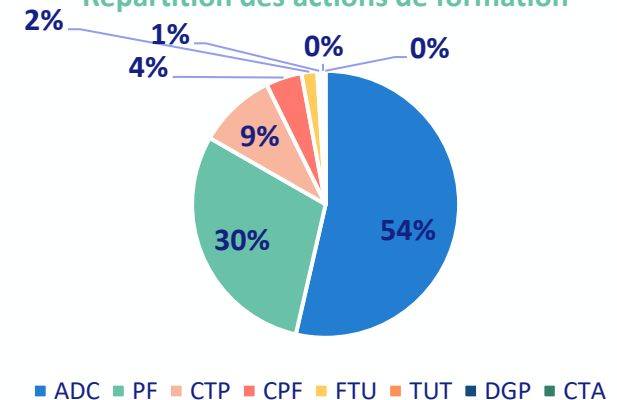
Répartition par genre



Répartition par tranche d'âges



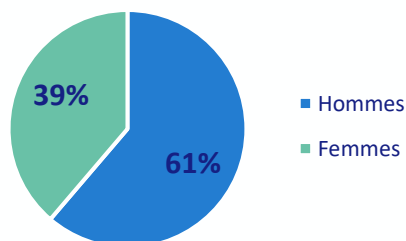
Répartition des actions de formation



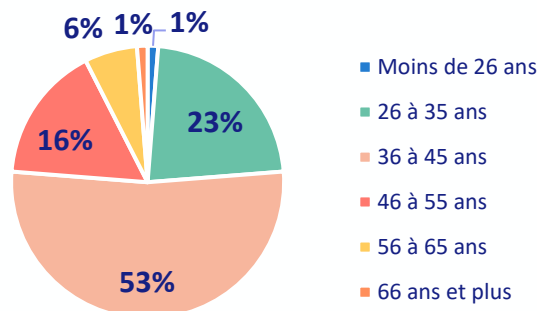
## Intermittents du Spectacle, artistes-auteurs, pigistes :

Ils représentent **10% des bénéficiaires** des actions, pour un total de **94 actions** (dont 86 à destination des intermittents du spectacle uniquement).

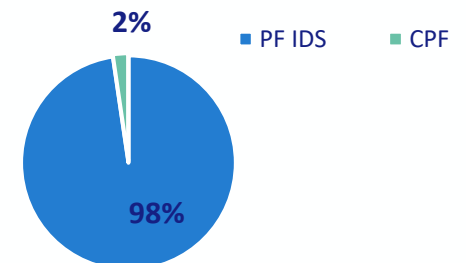
Répartition par genre



Répartition par tranche d'âge



Répartition par actions



# SYNTHÈSE DES RETOURS À L'ENQUÊTE EN LIGNE

---

# Synthèse des retours à l'enquête en ligne

Diffusée du 19 mai au 10 juin 2021



L'objectif était de disposer d'une **vision quantitative** permettant de compléter les constats et besoins remontés par les structures en entretiens.

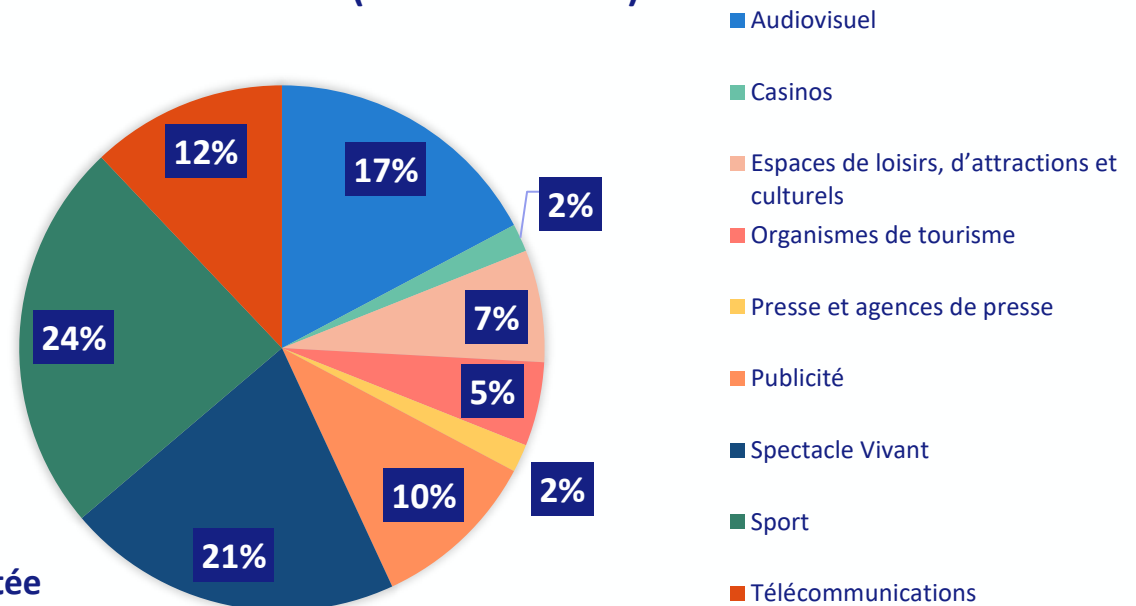
*57 réponses*



Nous avons relevé une **participation limitée et variable** selon les secteurs mais qui permet de dégager les grandes tendances

- Fort taux de réponse : sports, audiovisuel, télécoms
- Aucune réponse : éditions, hôtellerie de plein air, exploitation cinématographique

## RÉPARTITION DES RÉPONSES PAR SECTEUR (CHAMP AFDAS)

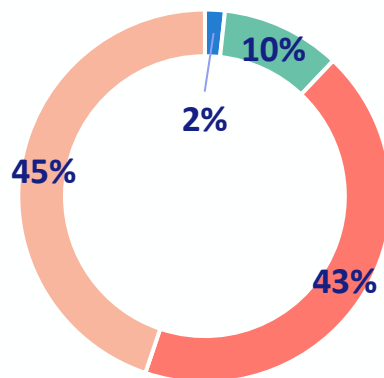


# Synthèse des retours à l'enquête en ligne

Impacts de la crise sanitaire

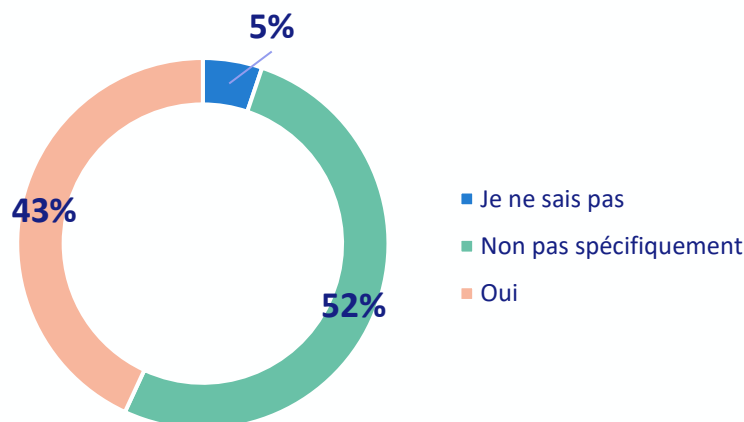
*La crise sanitaire de 2020 (se prolongeant en 2021) a-t-elle eu des répercussions sur votre activité ?*

Des retours plutôt partagés sur l'impact de la crise sanitaire sur les activités



- Non, aucune répercussion sur l'activité
- Non, pas vraiment
- Oui, baisse significative du CA en 2020 et 2021 et crainte pour la pérennité de l'activité
- Oui, mais sans trop de craintes pour la pérennité de mon organisation

*La crise sanitaire a-t-elle engendré ou accéléré le besoin de certaines compétences dans vos activités ou mis à jour un déficit de compétences dans certains domaines ?*



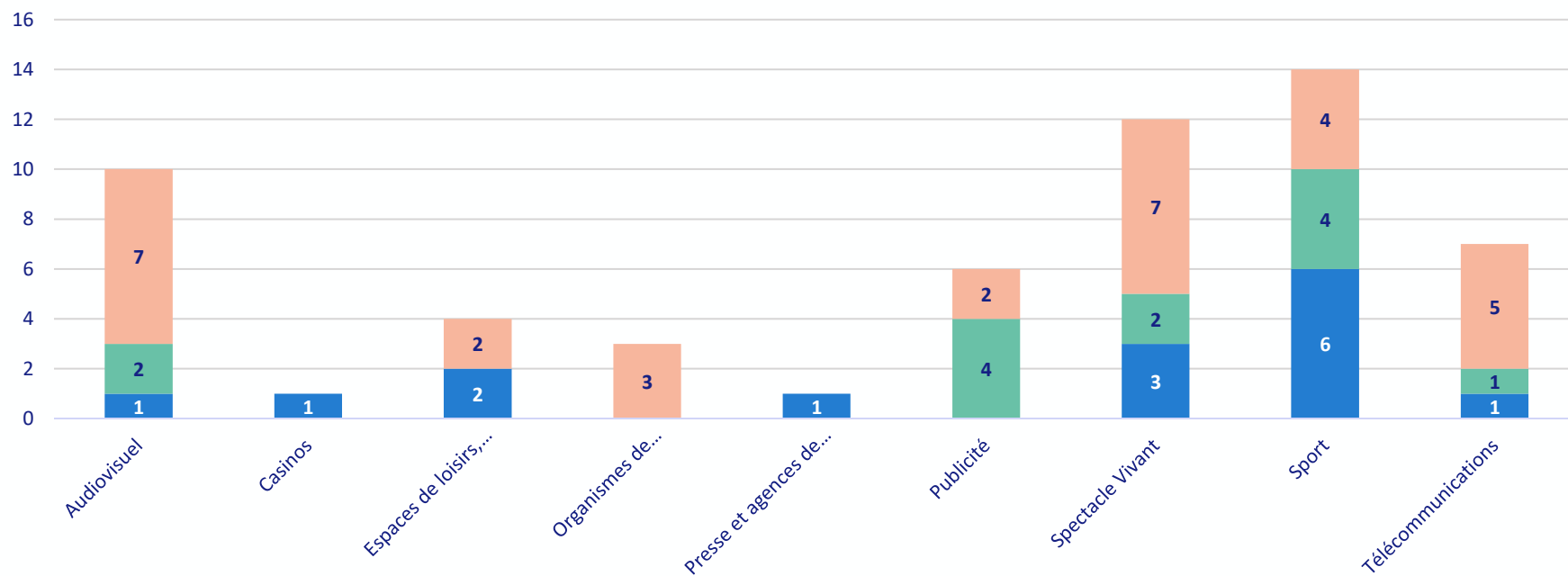
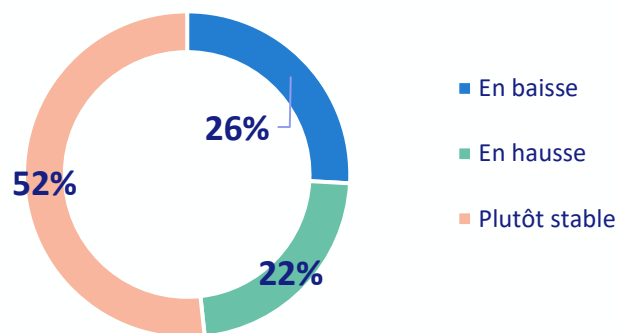
- Numérique / Digitalisation
- Travail en distanciel / Management à distance

# Synthèse des retours à l'enquête en ligne

## Evolution de l'activité

Comment voyez-vous l'évolution de votre activité pour les 2 prochaines années ?

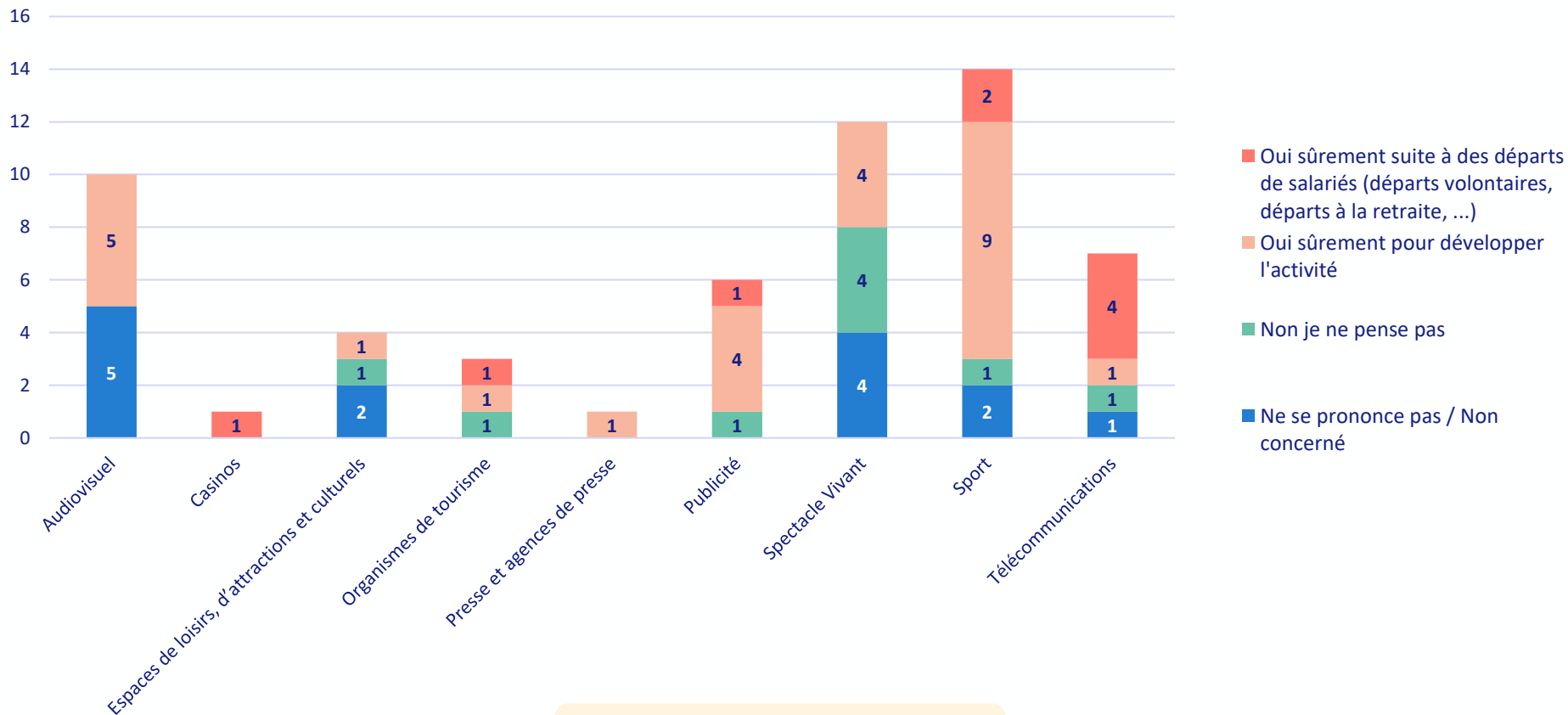
La perception d'une activité plutôt stable



# Enquête en ligne

## Volet Recrutement

### Comptez-vous recruter dans les trois prochaines années ?

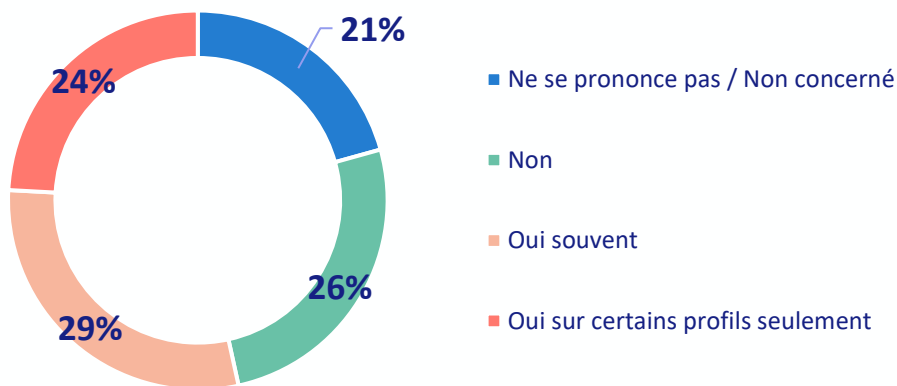


Une tendance rassurante

# Enquête en ligne

Volet Recrutement

## Rencontrez-vous des difficultés pour recruter ?



### Raisons récurrentes :

- Inadéquation en termes de compétences métier, ou d'expérience entre le poste et les candidats
- Rareté des profils et/ou concurrence forte au recrutement
- Formation au métier inexistante ou insuffisante à l'échelle locale

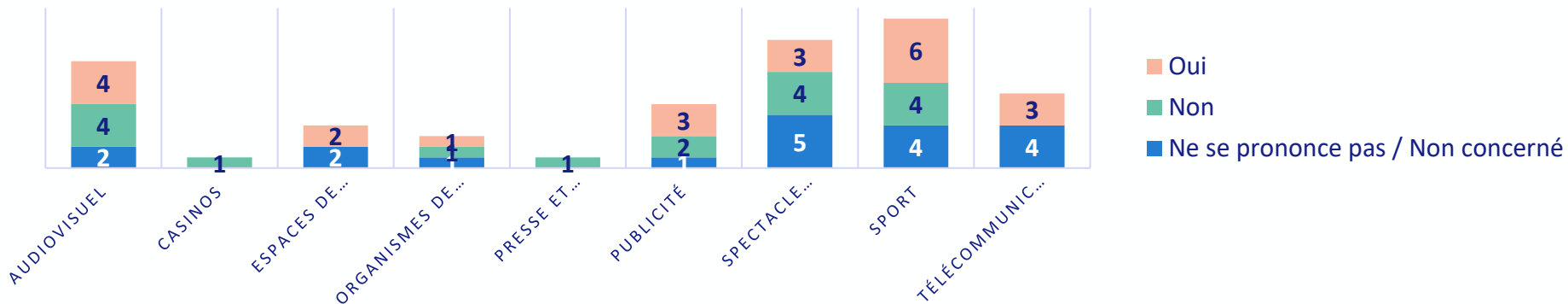


# Enquête en ligne

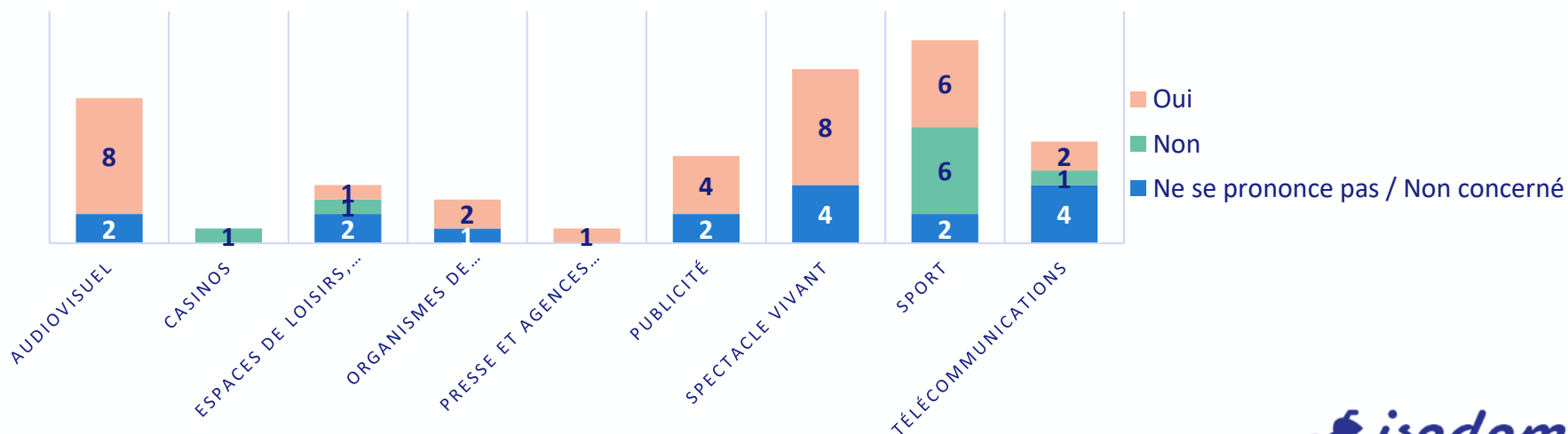
## Volet compétences



*Diriez-vous que certains métiers/compétences de votre activité seront en recul dans les 5 prochaines années (c'est-à-dire que le nombre d'emplois sur ces métiers devrait baisser) :*



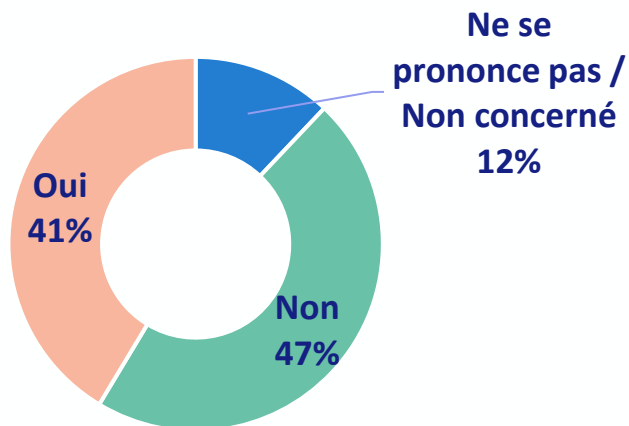
*Diriez-vous que de nouveaux métiers ou de nouvelles compétences lié(e)s à votre activité vont émerger ou se développer dans les 5 prochaines années*



# Enquête en ligne

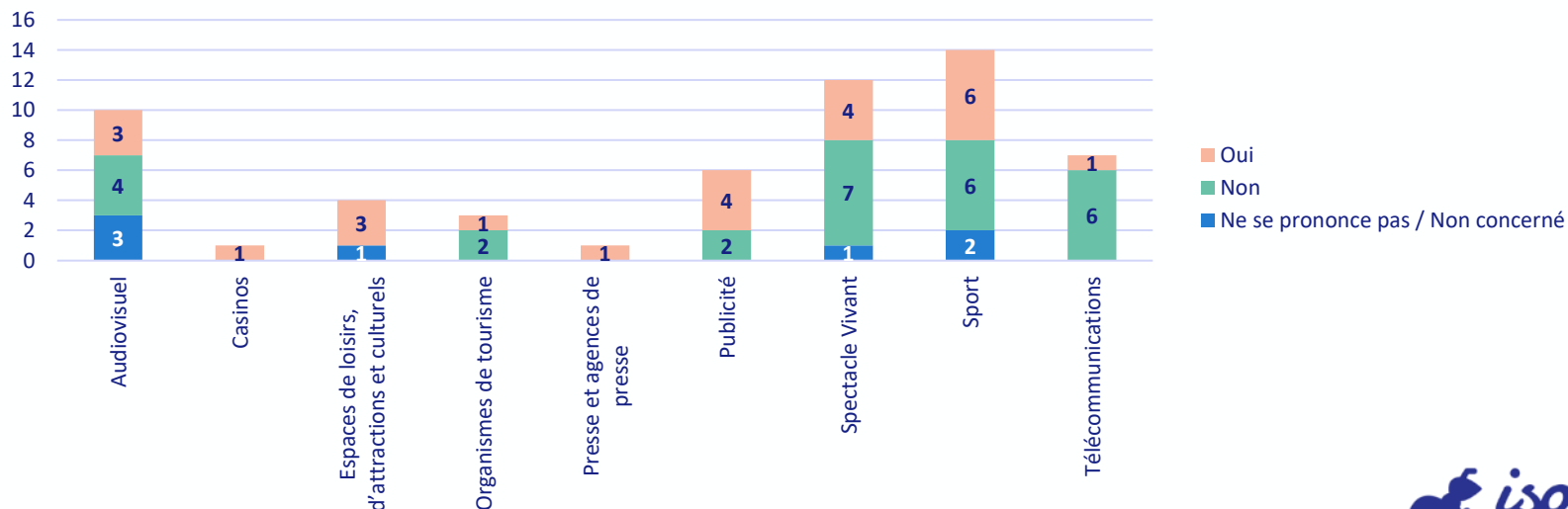
Volet Formation – Un bilan en demi-teinte

## Rencontrez vous des difficultés pour vous former ou former vos salariés ?



### TOP 3 des raisons évoquées :

- Il est compliqué d'organiser les départs en formation du fait de mes activités (18 occurrences)
- Il n'y a pas suffisamment de formations "en présentiel" dans mon secteur à La Réunion (ou je ne les connais pas) (13 occurrences)
- Le coût des formations est trop élevé (12 occurrences)



# En synthèse

## Tendances transverses observées

### Un impact covid disparate

« Les aides Covid vont disparaître. Nos collectivités vont continuer à baisser les subventions et cela va impacter les finances des associations employeuses. »

« Suite à la psychose due à la COVID-19, nous subissons un net recul de nos clients malgré nos efforts sur le protocole sanitaire et surtout en cours collectif. »



- La crise sanitaire a impacté toutes les entreprises de manière générale. Certains secteurs ont été plus touchés que d'autres : des projets bousculés par le confinement (reports, abandons), gel des recrutements, un dispositif de chômage partiel appliqué à toute ou partie des équipes voire même des plans de sauvegarde de l'emploi pour quelques entreprises...
- En conséquence de ces changements, plusieurs phénomènes ont été observés : des créations d'entreprise pour pallier la perte d'emplois ou encore la fuite de compétences vers d'autres secteurs (ex : *techniciens du spectacle vivant*).
- La crise sanitaire a été particulièrement citée comme « accélérateur » de la digitalisation. La mise en place du télétravail a en effet mis en exergue des besoins déjà identifiés par les entreprises en termes de développement de leur environnement numérique et de compétences relatives chez leurs collaborateurs.

« En raison de la crise sanitaire, les événements en présentiel se sont digitalisés... »

Au-delà des besoins spécifiques à des secteurs ou à des métiers cités par les adhérents, nous avons identifié des besoins transverses à plusieurs secteurs d'activité :

« Le numérique a globalement remplacé le papier. Y compris pour la signature de documents. Le phénomène a été accentué par la crise sanitaire. Tous les agents ont été concernés et ont dû s'adapter. »

### Des besoins emploi-formation communs

- La **digitalisation** est une tendance impactant la totalité des secteurs d'activités : on parle de dématérialisation des processus, d'utilisation d'outils collaboratifs. Les changements peuvent être transverses et impacter l'ensemble des collaborateurs ou alors de manière spécifiques quelques métiers (ex : *déploiement d'un SI RH*).
- Le **management** est également ressorti comme thématique de développement des compétences. Bien souvent, les collaborateurs occupant les postes de managers sont des sachants promus, ayant une expérience technique reconnue, qui ont besoin d'accompagnement dans le relationnel avec les équipes (*comment passer de collègue à manager ?*).
- La **transition écologique et la RSE** sont des thématiques « quasi absentes » au sein des entreprises interrogées, aujourd'hui, même si le sujet intéresse. Cet intérêt est d'autant plus marqué dans le secteur touristique en raison du développement de l'éco-tourisme et du slow-tourisme.
- Enfin, en raison de leur typologie, on a observé **qu'au sein des petites entreprises, la compétence RH est souvent relayée par d'autres métiers supports** (responsable administratif, comptable). Cela se traduit par un besoin d'accompagnement dans la compréhension des enjeux RH et la structuration des plans de développement des compétences ou autres outils RH.



# SOMMAIRE

---

1. Contexte et objectifs de l'étude
2. Portrait économique de la Réunion
3. Bref panorama des secteurs et de leurs besoins
  1. Chiffres clés des secteurs de l'Afdas
  2. Synthèse des retours à l'enquête en ligne
4. Diagnostic par secteur

1. <u>Audiovisuel</u>	8. <u>Organismes de tourisme</u>
2. <u>Casinos</u>	9. <u>Presse et agences de presse</u>
3. <u>Editions</u>	10. <u>Publicité</u>
4. <u>Espaces de loisirs, d'attractions et culturels</u>	11. <u>Spectacle Vivant</u>
5. <u>Exploitation cinématographique</u>	12. <u>Sport</u>
6. <u>Golfs</u>	13. <u>Télécommunications</u>
7. <u>Hôtellerie de plein air</u>	
5. Conclusion de la phase 1
  1. Synthèse des enjeux et pistes de réflexion
  2. Ateliers à venir

# 40+ entretiens menés au sein des secteurs et institutions

De mai à juillet 2021



**32 entretiens réalisés avec des professionnels des secteurs**

Auxquels s'ajoutent **une dizaine d'entretiens réalisés avec les acteurs de la formation, institutions et syndicats** : DEETS, Pôle emploi, FFP, Réunion Prospective Compétences, ARACT, Région, Transition Pro, DRAJES, Académie Réunion, CFDT, SYPRAL

L'absence de réponses à l'enquête web et de participations aux entretiens **impacte le niveau de détail collecté** pour certains secteurs d'activités.

Aussi faute de répondants et en raison du faible nombre d'acteurs existants à la Réunion, nous n'avons pas pu dresser de diagnostic sur les secteurs suivants :

- Distribution de films
- Distribution directe

Périmètre sectoriel	Réponses à l'enquête web	Entretiens (hors institutionnels et syndicats)	Nombre de structures à la Réunion (champ Afdas)
AUDIOVISUEL	✓ 10	6	51
EXPLOITATION CINÉMATOGRAPHIQUE & DISTRIBUTIONS DE FILMS	! 0	0	3
DISTRIBUTION DIRECTE	! 0	0	1
CASINOS	✓ 1	1	6
EDITIONS	! 0	1	4
ESPACES DE LOISIRS, D'ATTRACTIONS ET CULTURELS	! 4	1	25
ORGANISMES DE TOURISME	✓ 3	2	11
PRESSE ET AGENCES DE PRESSE	! 1	1	13
PUBLICITÉ	✓ 5	2	43
SPECTACLE VIVANT	✓ 12	3	59
SPORT	✓ 14	10	139
TÉLÉCOMMUNICATIONS	✓ 7	1	23
GOLFS	✓ 0	3	
HÔTELLERIE DE PLEIN AIR	! 0	1	2

# Détails des acteurs rencontrés

Par secteur d'activité

## AUDIOVISUEL

<i>Réunion La 1ère</i>	Sylvain GUIDOT
<i>GAOSHAN PICTURES</i>	Arnaud BOULARD
<i>Groupe Cirano</i>	Gloria CADY
<i>Entretien Agence Film Réunion</i>	Christophe FEING
<i>Lycée Bois de Nèfles (BTS Audiovisuel)</i>	Bruno ALBRENGUES
<i>2 minutes</i>	Ulrich BOYER
<i>ILOI (Institut de l'Image de L'Océan Indien)</i>	Alain SERAPHINE

## EDITIONS

<i>EUMOLPE</i>	Alicia ANGOT
----------------	--------------

## ESPACES DE LOISIRS, D'ATTRACTIONS ET CULTURELS

<i>SPL musée</i>	Vanessa HOAREAU
------------------	-----------------

## PRESSE ÉCRITE ET AGENCES DE PRESSE

<i>Le Quotidien</i>	Rose-Aline FESTIN
---------------------	-------------------

## PUBLICITÉ

<i>ZORIT</i>	Thomas GIRAUD-CASTAING
<i>LUIVI / HAVAS</i>	Armel EMMANUEL
<i>Medicis</i>	Sandra ETHEVE

## SPECTACLE VIVANT

<i>SAKIFO PRODUCTIONS</i>	Jean-Raphael MARANINCHI
<i>CDNOI</i>	Luc ROSELLO
<i>Avocat en propriété intellectuelle</i>	Maitre Guillaume CLEMENT
<i>KOLET</i>	Valérie BURNET
<i>PRMA – OPP</i>	Guillaume SAMSON

# Détails des acteurs rencontrés

Par secteur d'activité

## SPORT

CROS	Claude VILLENEUIL
GESARUN	Julien PAGES
Ligue Réu. de football	Thierry ELIZEON
Comité Territorial de Rugby	Daniel BLONDY
ligue de Canoe Kayak	Véronique LAGOURGUE
Comité Régional de Lutte	Ivonic DIJOUX
Ligue Vol Libre	Joël LOIRE
AP-RUN FORMATION (CFA)	Morgane ORRIERE
CREPS de La Réunion	Bruno TARDIEU
DRAJES	Alain JELLADE / Elvire TEZA et Vincent HOAREAU (Sport Santé)

## GOLFS

Groupe Cirano	Gloria CADY
Association Sportive Golf du Colorado	Nicolas MOLARD
Golf du Bassin Bleu	Stéphane ANDRE

## HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

Vacances 974	Julie PIERRON
--------------	---------------

## ORGANISMES DE TOURISME

FRT	Gérard ARGIEU - Emmanuelle LORION
IRT	Manuela GUINDO – Emilie MOUNIAPIN
TAMARUN	Betsy THOMAS

## CASINOS

Casino St Gilles	Lucinda ODULES
------------------	----------------

## TÉLÉCOMMUNICATIONS

SFR	Aude AOULOU
ZEOP	Lucine CHEREAU

# Sources utilisées

Pour l'ensemble des secteurs d'activité, hors entretiens qualitatifs

---

- INSEE, 2016, DADS
- AFDAS, Données de formation 2019
- RPC, Données formation initiale (2017/2018 – 2019/2020) et continue (2017-2018-2019)





# AUDIOVISUEL

## A La Réunion



2016

Environ **245 salariés** (INSEE)

2019

**9,3%** des salariés du périmètre sectoriel Afdas à la Réunion en 2019 (vs 10,6% au national)



2016

**28 entreprises**

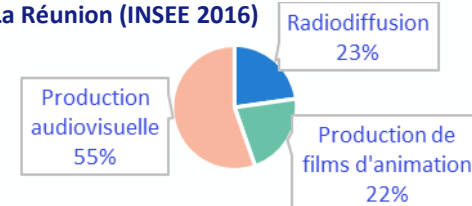
2019

**15 %** des adhérents Afdas sur le territoire réunionnais (vs 12% au national)

# Principales caractéristiques du secteur

- **Un secteur diversifié où plusieurs domaines d'activités sont présents**
  - Les **éditions de chaînes généralistes avec peu d'acteurs** (Antenne Réunion, Réunion La Première, Canal Plus Réunion),
  - La **radiodiffusion** avec des fréquences publiques ayant un ancrage local (Réunion La Première), des déclinaisons de radios nationales (RTL, NRJ...) ou des radios totalement locales (telles que FREEDOM). Le tissu économique se compose de 24 radios associatives et de 15 radios commerciales indépendantes.
  - La **production audiovisuelle de films d'animation** (2D, 3D, longs métrages) avec peu d'acteurs qui emploient très majoritairement des intermittents du spectacle (plus de 90% des effectifs environ d'après nos entretiens avec les acteurs).

Répartition des emplois secteur audiovisuel à La Réunion (INSEE 2016)



- La filière audiovisuelle bénéficie, conjointement avec la production cinématographique de programmes et aides financés par La Région Réunion en partenariat avec l'Etat (DAC) et le CNC (3<sup>ème</sup> région de France en termes d'aide au cinéma et à la production audiovisuelle). Notamment, la région :
  - Finance directement certains projets via un fonds de soutien existant depuis 1999, de l'écriture de scénarios jusqu'à la production,
  - Accompagne les professionnels de la filière locale via l'Agence Film Réunion (qui promeut également le territoire Réunionnais),
  - Contribue à la diffusion culturelle auprès du grand public et des scolaires.

# Caractéristiques des entreprises, de l'emploi, des métiers et compétences actuels

## QUELQUES CARACTERISTIQUES DES EMPLOIS A LA REUNION

30% environ de CDI  
(salariés permanents)

A cela se rajoutent les intermittents du spectacle et des artistes auteurs

66% d'emplois masculins  
(salariés permanents)

56% des permanents ont  
entre 25 et 40 ans

Presque 300 intermittents  
spécifiquement dans le secteur

Sur les 654 intermittents inscrits à Pôle Emploi (avril 2021), environ 296 recherchent spécifiquement dans le secteur audiovisuel (techniciens, monteurs, prise de son...)

## LES METIERS ET COMPETENCES AUJOURD'HUI

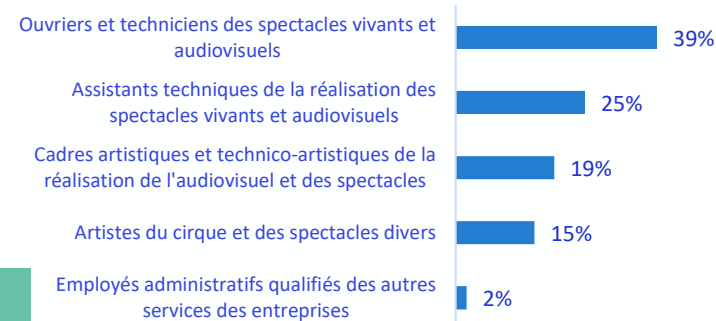
Un grand nombre de métiers dans des secteurs très divers :

- Chaines généralistes : métiers de la production et de la fabrication, journalistes, animateurs...
- Radio et régie publicitaire : profils commerciaux, journalistes,
- Production audiovisuelle (films d'animation) : métiers de la production (modélisation, colorisation, posing, compositing)

Les **métiers de la post production semblent peu présents** sur le secteur

Les emplois se concentrent en majorité sur les ouvriers et techniciens des spectacles vivants et audiovisuels ainsi que les assistants techniques.

### CSP détaillées des emplois du secteur (INSEE 2016)



## LES DIFFICULTES LIEES AU RECRUTEMENT

- L'impact de la crise sanitaire semble contrasté auprès des acteurs du secteur. Si certains intermittents et artistes craignent pour la pérennité de leurs activités, certains sous-secteurs (chaines généralistes; acteurs de la production audiovisuelle), **sont plutôt confiants pour l'avenir**. Les PME envisagent de recruter dans les trois prochaines années pour développer leur activité. Pour les profils internationaux, la crise a rendu plus compliqués les recrutements.
- Globalement, les recrutements de personnel d'encadrement peuvent parfois être réalisés en métropole (expérience requise). Cependant, les autres recrutements **sont très majoritairement locaux**, exception faite de certains profils techniques spécifiques liés à des projets audiovisuels cinématographiques **où les recrutements se font parfois même directement au niveau international** en activant certains réseaux et « bouche à oreille ».
- Le principal frein au recrutement local **est lié aux compétences techniques existantes ou non sur le territoire à mettre en regard de besoins (en termes quantitatifs) très limités**.
- **En lien avec le développement de tournages à La Réunion, les métiers de techniciens plateaux mais aussi de scénaristes et de techniciens de post production seront de plus en plus sollicités.**

# Les formations suivies par les salariés du secteur en 2019 et les problématiques liées à la formation professionnelle



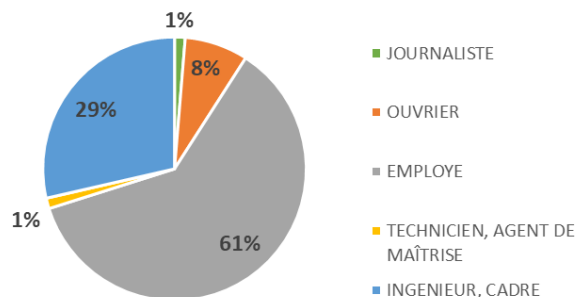
## 77 salariés bénéficiaires

- 62 en CDI / 15 en CDD
- 76% des bénéficiaires appartiennent à 2 entreprises (CANAL Réunion et Antenne Réunion)

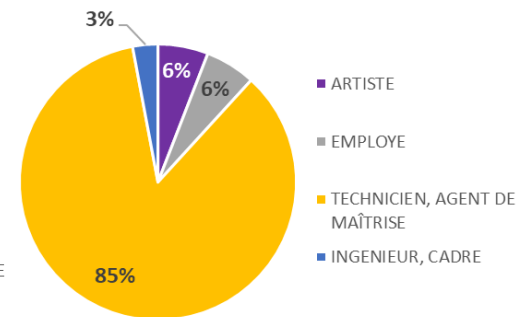
## 10 bénéficiaires Intermittents (techniciens audiovisuels)

Près de **80%** des bénéficiaires sont rattachés au sous-secteur des chaînes télévisuelles.

Détail bénéficiaires salariés permanents

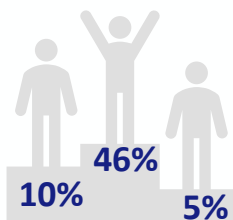


Détail bénéficiaires IS



## 106 actions de formation dont 100 (95%) à la Réunion

### TOP 3 DES THEMATIQUES DE FORMATION



1. Sécurité et secourisme
2. Direction d'entreprise
3. Marketing

### PEU DE FORMATIONS SPECIFIQUES METIERS

Les formations spécifiques aux métiers de l'audiovisuel n'ont représenté que 26 actions (soit environ 25%)

Ces formations ont porté sur :

- L'animation radio et le digital (7 actions)
- Le webmarketing / réseaux sociaux / social média (4 actions)

### PRINCIPAUX OF ET DOMAINES DE FORMATION

**RUN FORMAKTION**  
(animation radio)

**MEDIA JEUN'Z FORMATION**  
(marketing relationnel)

**INGENIERIE CONSEIL ET FORMATION**  
(sécurité)

**COMITE DEPARTEMENTAL DES SECOURISTES**  
(sécurité)



Les difficultés rencontrées par les acteurs pour former leurs salariés sont liées à l'offre qui semble insuffisante en « présentiel » au niveau du territoire pour certains (environ 50% d'après l'enquête ISODOM).

# L'offre de formation dans le secteur

## FORMATION INITIALE

### Liste des certifications pouvant mener au secteur

<b>NIVEAU 5 (BAC + 2) - ex. NIVEAU III</b>
<b>BTS Audiovisuel (option métiers de l'image / métiers du son / technique d'ingénierie et exploitation des équipements)</b>
LPO NORD BOIS DE NEFLES
<b>Animateur en expression radiophonique</b>
ECOLE DES MEDIAS DE L'OCEAN INDIEN (EMOI)
<b>NIVEAU 6 (BAC + 3) - ex. NIVEAU II</b>
<b>Journaliste en expression radiophonique</b>
ECOLE DES MEDIAS DE L'OCEAN INDIEN (EMOI)
<b>MAAJIC (Multimédia, Animation, Audiovisuel, Jeu vidéo, Information et communication)</b>
INSTITUT DE L'IMAGE DE L'OCEAN INDIEN (ILOI)
<b>NIVEAU 7 (BAC +4 - + 5) - ex. NIVEAU I</b>
<b>MAAJOR (Multimédia, Animation, Audiovisuel, Jeu vidéo, Orientée Réalisation)</b>
INSTITUT DE L'IMAGE DE L'OCEAN INDIEN (ILOI)

- L'offre de formation initiale spécifique au secteur de l'audiovisuel s'est structurée récemment sur le territoire et des projets sont en cours afin de lui permettre de mieux répondre aux besoins locaux.
  - Création de l'ILOI – Institut de l'Image de l'Océan Indien- , principal pourvoyeur de jeunes dans le secteur de la production audiovisuelle en 1994 sous l'impulsion d'Alain Séraphine;
    - **L'ILOI forme environ 40 étudiants / an** dont 50% environ trouvent un emploi localement à l'issue du cursus;
  - Création de l'EMOI – Ecole des Médias de l'Océan Indien - (portée par le Groupe CIRANO) afin de faire face aux difficultés de recrutement dans le secteur de l'animation radio et répondre aux besoins croissants depuis 2012;
    - L'EMOI forme en moyen **15 étudiants / an**;
  - L'ouverture récente (en 2019) d'un BTS audiovisuel dont la première promotion sortira en 2021 (**avec 30 étudiants soit 10 par option proposée**).

## FORMATION CONTINUE

<b>NOMBRE D'ORGANISMES DE FORMATION (2017-2018-2019)</b>	<b>31</b>
<b>NOMBRE DE PLACES PROPOSEES (2017-2018-2019)</b>	<b>2490</b>

### PRINCIPALES THEMATIQUES

Montage audiovisuel, multimédia, conception réalisation audiovisuelle, conduite projet multimédia, photographie : **67% des places**

### PRINCIPAUX ORGANISMES

ILOI, ESSENSYS; sXL FORMATIONS, PIXEL OI, JEUDI FORMATION : **53% des places offertes**

- Soutenue par la Région Réunion, la FEMIS (école nationale supérieure des métiers de l'image et du son) pourrait développer des modules complémentaires à La Réunion. Le projet est en cours et nécessite le soutien d'acteurs locaux (entreprises, OPCO) pour répondre à certains besoins

### DOMAINES PEU INVESTIS

- Ecriture cinématographique
- Domaine de la production et de la post production
- Du court au long métrage (*pourrait faire partie de l'offre de la FEMIS*)
- Activités de la création et scénariste (*pourrait faire partie de l'offre de la FEMIS*)

### ZOOM SUR L'APPRENTISSAGE

- 3 CFA et l'ILOI proposent des formations en apprentissage : CFA URMA St Gilles (photographie) et Ste Clotilde (Multimédia) et le CFA Campus Réunion (Chef de projet Web et multimédia)

# Les évolutions prévisibles et les projets impactant les emplois, les compétences et les métiers



## TENDANCES OBSERVEES

1

### L'ACCOMPAGNEMENT DES EVOLUTIONS FORTES DE CERTAINS METIERS : PLURICOMPETENCE ET DIGITALISATION

Dans la production audiovisuelle, les attentes envers les professionnels évoluent et il leur est demandé en particulier davantage de polyvalence entre le son et l'image au niveau des monteurs ou des compétences de montage pour des journalistes.

Les compétences en gestion des données voire Intelligence Artificielle pourraient impacter les métiers.

Les métiers liés au web marketing se développent dans l'ensemble du secteur.

2

### LA FACILITATION DE L'EVOLUTION TRES RAPIDE DES BESOINS EN COMPETENCES SUR LE PLAN TECHNIQUE

Les évolutions technologiques sont très importantes et pour tous les métiers impliquant au niveau régional une veille et une réactivité importante pour rester compétitif et s'adapter en permanence.

- Les logiciels métiers (spécifiques) évoluent très rapidement et nécessitent des mises à jour régulières de la part des professionnels dans l'animation, les régies publicitaires etc.
- Au niveau de la production de films d'animation, les logiciels utilisés sont parfois liés à des projets et entraînent des formations nécessaires à mettre en place rapidement pour les personnes concernées.

3

### L'IMPACT DES POLITIQUES PUBLIQUES POUR LES ACTEURS DE L'ANIMATION

Les projets sont soumis aux politiques de financement et de soutien (notamment de la Région) qui aujourd'hui est favorable au développement du secteur qu'elle dynamise entraînant des créations d'emplois. Cependant, elles nécessitent de pouvoir détenir des compétences locales afin de répondre aux exigences de qualité des projets



## DYNAMIQUES METIERS

### METIERS DE L'ANIMATION CINEMATographique PHIQUE

- Elargissement des compétences ou mises à jour sur des logiciels techniques
- Evolution des métiers vers plus d'expertise

### TECHNICIENS SON ET VIDEO

- Evolution vers plus de polyvalence entre montage son et vidéo
- Besoin de développement des compétences en production et post production

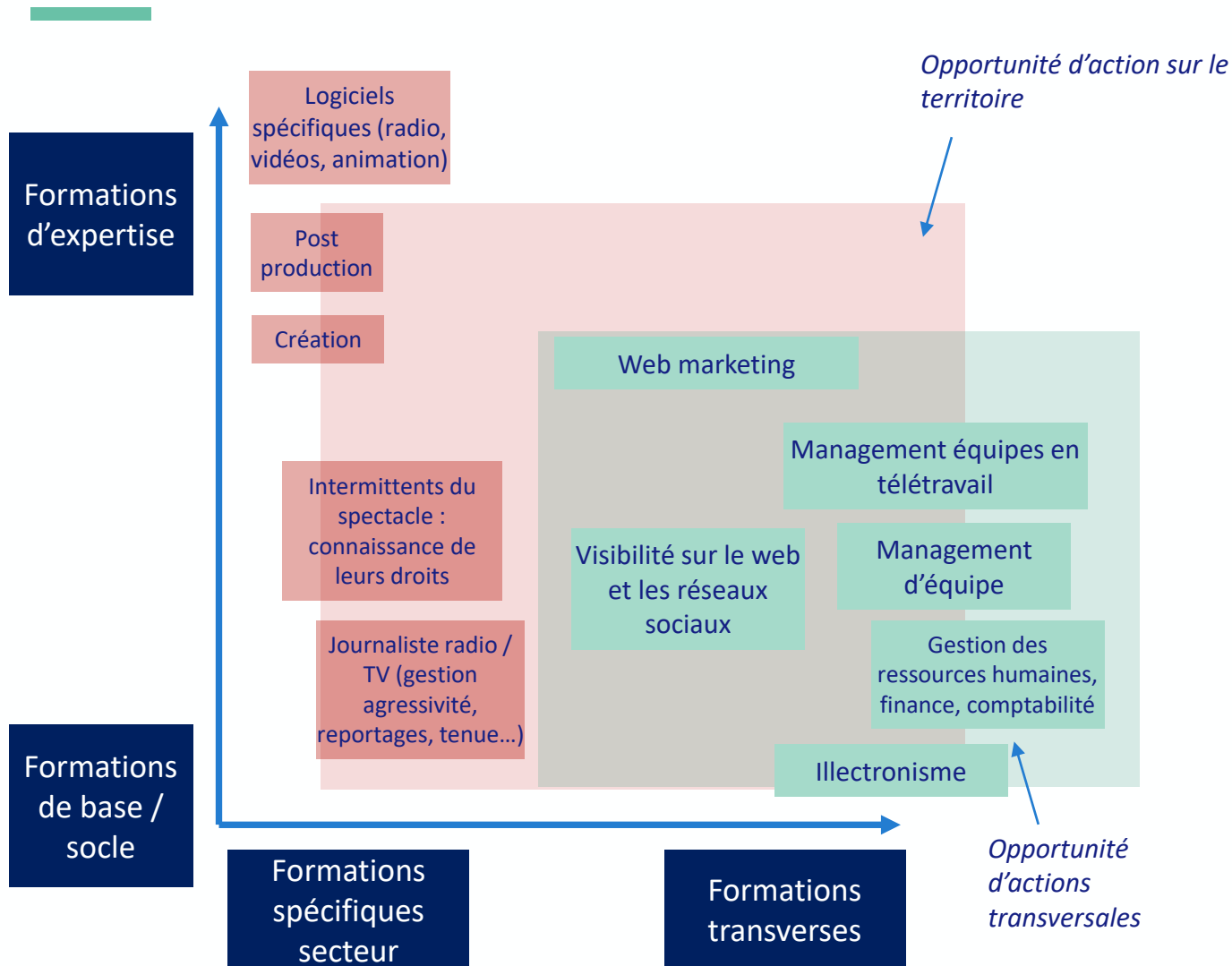
### JOURNALISTES TV ET RADIO

- Evolution vers plus de polyvalence
- Formations et mises à jour régulières sur le métier (y compris posture, présentation, gestion de l'agressivité...)
- Digitalisation des métiers (contenu WEB...)

### FONCTIONS SUPPORTS

- Développement de la communication marketing digital
- Besoin de profils maintenancier/informaticiens plus orienté vers le développement numérique et de directeur des réseaux techniques
- Les compétences fondamentales des fonctions supports évoluent également (RH, comptabilité...), et se digitalisent

# Principaux besoins en formation du secteur



Les besoins en formation sont prioritaires dans la digitalisation de l'offre de services avec des niveaux d'expertises divers (pouvant aller de la maîtrise des réseaux sociaux à de la production de contenu médiatiques et numériques adaptés aux métiers de la télévision par exemple).

Les formations techniques sont indispensables sur tous les métiers pour approfondir et mettre à jour les compétences concernées.

Les formations à la production, post production et écriture / création n'existent pas sur le territoire.

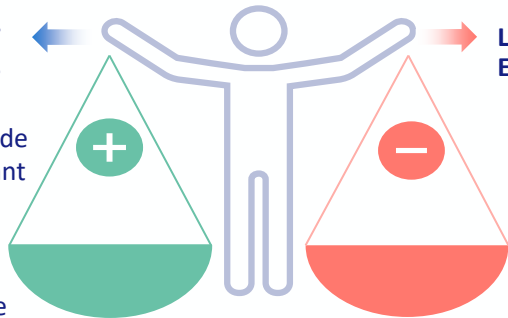
En termes de cibles, les intermittents du spectacle sont parfois peu sensibilisés sur la gestion de leurs droits (qu'ils connaissent peu ou mal). Leurs besoins sont parfois difficiles à identifier précisément.



# Synthèse des besoins d'accompagnement RH et formation du secteur

## LES FORCES ET OPPORTUNITÉS

- Des tendances de fonds concernant des effectifs importants
- La capacité d'adaptation de l'appareil de formation local sur certaines thématiques



## LES FAIBLESSES ET MENACES

- Des besoins très spécifiques souvent liés à des projets concernant peu de salariés
- Des intermittents du spectacle parfois peu informés / sensibilisés

## Les acteurs clés identifiés :

- Les acteurs de la formation initiale et continue spécialisés dans le secteur
- La Région Réunion
- L'AFDAS

## LES PRIORITES ET ENJEUX CLES A COURT ET MOYEN TERME



### SENSIBILISATION DES INTERMITTENTS DU SPECTACLE ET ACCOMPAGNEMENT SUR LA CONNAISSANCE DE LEURS DROITS

Les intermittents du spectacle constituent l'essentiel des emplois du secteur dans des métiers divers. Concernés par l'ensemble des évolutions des métiers, ils sont aussi souvent difficiles à sensibiliser aux enjeux de formation. Surtout, il est prioritaire de les accompagner sur la connaissance de leurs droits.

### DÉVELOPPER LA COMPLÉMENTARITÉ DE L'OFFRE DE FORMATION

Les acteurs de la formation existent à La Réunion mais les évolutions des métiers et les évolutions technologiques poussent à davantage de polyvalence et de réactivité sur ces secteurs. Aussi, les besoins de formation complémentaires (ex : montage pour un journaliste) sont importants et touchent tous les professionnels du secteur de l'audiovisuel. Le besoin de formation en présentiel en utilisant du matériel technique est présent (même si il coexiste avec des possibilités accrues et bienvenues de formations à distance).

Les acteurs professionnels et de la formation indiquent une volonté de coopérer afin de travailler sur cette complémentarité en lien avec les besoins des entreprises locales. Ces coopérations pour mieux structurer l'offre de formation pourraient concerner toutes les branches du secteur.

Dans certains domaines, des niveaux d'expertise de 2<sup>nd</sup> niveau sont requis et l'offre locale ne répond aujourd'hui qu'à des besoins de base ou socles (techniciens réseaux par exemple). Il s'agit de pouvoir répondre à ce besoin d'expertise croissant sur certains métiers.







# CASINOS



[REVENIR AU SOMMAIRE](#)

# CASINOS

## A La Réunion



2016

Environ **249 salariés** (INSEE)

2019

**5,8%** des salariés du périmètre sectoriel Afdas à la Réunion en 2019 (vs 2,7% au national)



2019

**0,8%** des adhérents Afdas sur le territoire réunionnais (vs 0,4% au national)

# Principales caractéristiques du secteur

## Les casinos à La Réunion

- 3 casinos sont présents sur le territoire réunionnais contre 202 en France : le casino de Saint-Denis, le casino de Saint-Gilles et le casino du Sud. La destination la plus prisée dans ce secteur étant la Provence-Alpes-Côte-D'Azur.
- L'activité d'un casino s'articule autour de trois pôles : le jeu, la restauration et le divertissement (spectacles etc.)

## L'impact de la crise sanitaire sur l'activité

- La crise sanitaire a impacté le secteur par la longue fermeture des lieux accueillant du public.
- En France métropolitaine, cela a conduit à des réorganisations. Quant à la Réunion, cela a principalement gelé ou reporté des projets.
- A l'exception des postes administratifs, les métiers du casino **n'ont pas évolué vers une plus forte digitalisation suite au covid.**

La plupart **des formations sont assurées en interne** par des pairs.

# Caractéristiques des entreprises, de l'emploi, des métiers et compétences actuels

## QUELQUES CARACTERISTIQUES DES EMPLOIS A LA REUNION

Les principaux métiers recensés sont croupier, caissier, métiers d'accueil et de contrôle des entrées, entretien et maintenance, et administratif.

Moyenne d'âge 40-50 ans

Faible turnover

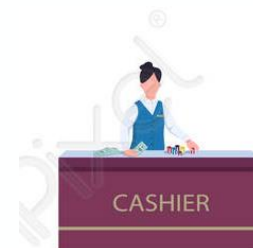
## LES METIERS ET COMPETENCES AUJOURD'HUI

- **Croupier** : Le métier exige précision, rigueur, aisance et discrétion. Il est maintenant reconnu par un diplôme professionnel (en cours de renouvellement). La formation peut se faire en interne dans un casino ou dans un centre de formation indépendant. Ces formations sont basées sur la pratique dans des salles de jeux reconstituées.
- **Assistant clientèle machine à sous/Technicien de maintenance de machine à sous** : La formation peut se faire en interne dans un casino ou dans un centre de formation indépendant. D'une durée idéale de 16 semaines, ces formations sont basées sur la pratique (dans un casino et/ou en atelier).
- Des **compétences techniques, commerciales et de communication** sont principalement nécessaires.

Source : [Accueil - Les métiers du casino.com \(lesmetiersducasino.com\)](http://Accueil - Les métiers du casino.com (lesmetiersducasino.com))

## LES DIFFICULTES LIEES AU RECRUTEMENT

Le secteur bénéficie d'un faible turnover et d'une forte stabilité des équipes.



# Les formations suivies par les salariés du secteur en 2019 et les problématiques liées à la formation professionnelle



1 bénéficiaire (employé) en CDI, entre 26 et 35 ans



5 actions de formation (Données AFDAS 2019)

Les formations et besoin en formation identifiés relèvent le plus souvent de formations à de **nouvelles machines ou de nouvelles procédures**, avec une appétence pour la formation en interne :

- Formation interne ou sinon formations en local et présentiel
- Formations obligatoires de type habilitation électrique en inter-entreprise
- Formation sur la gestion des coûts en inter-entreprise

## FOCUS APPRENTISSAGE

L'apprentissage est privilégié sur les métiers administratifs à l'heure actuelle dans la structure interrogée (qui a par ailleurs vécu une mauvaise expérience avec un apprenti).

# L'offre de formation dans le secteur

## LES FORMATIONS IDENTIFIEES POUR LES CŒURS DE METIER

INTITULES DE FORMATIONS	ORGANISMES DE FORMATION CONCERNES
PREPARATION AU CQP CROUPIER, FORMATIONS MCD...	CENTRE DE FORMATION PROFESSIONNELLE DES CASINOS
FORMATIONS JEUX ET CROUPIER	CASINO FORMATION, SAXON, SUISSE
FORMATIONS CASINO	CERUS CASINO ACADEMY

Certifications : il existe un CQP de croupier au niveau national et aussi une licence professionnelle *Management de casinos*.

## ABSENCE D'ORGANISME DE FORMATION DEDIE A LA REUNION

Les formations dédiées à la Réunion sont rares, sinon absentes du fait

- 1) de la taille limitée du secteur
- 2) de la préférence pour la formation interne par les pairs.

**L'absence de formation à La Réunion au métier de croupier a été soulignée lors des entretiens.**

# Les évolutions prévisibles et les projets impactant les emplois, les compétences et les métiers



## TENDANCES OBSERVEES

1

### STABILITE DE LA PLUPART DES METIERS

Les métiers et compétences sont considérés comme stables pour les Ressources humaines.

2

### DIGITALISATION DES PRATIQUES, VOIRE DES JEUX

D'une part, le numérique allège le travail du service caisse pour les transaction financiers et machines jeux traditionnels croupiers et chefs de table.

D'autre part il permet de diversifier la clientèle : Clients digitaux VS classiques.

3

### EFFECTIFS STABLES, MAIS AGES

Avec une moyenne d'âge des effectifs entre 40 et 50 ans, et un faible turnover, il s'agira de former la relève à horizon 10-15 ans.

A noter une réelle difficulté à se projeter vers les besoins à 3 ans dans le contexte de la crise sanitaire.



## DYNAMIQUES METIERS

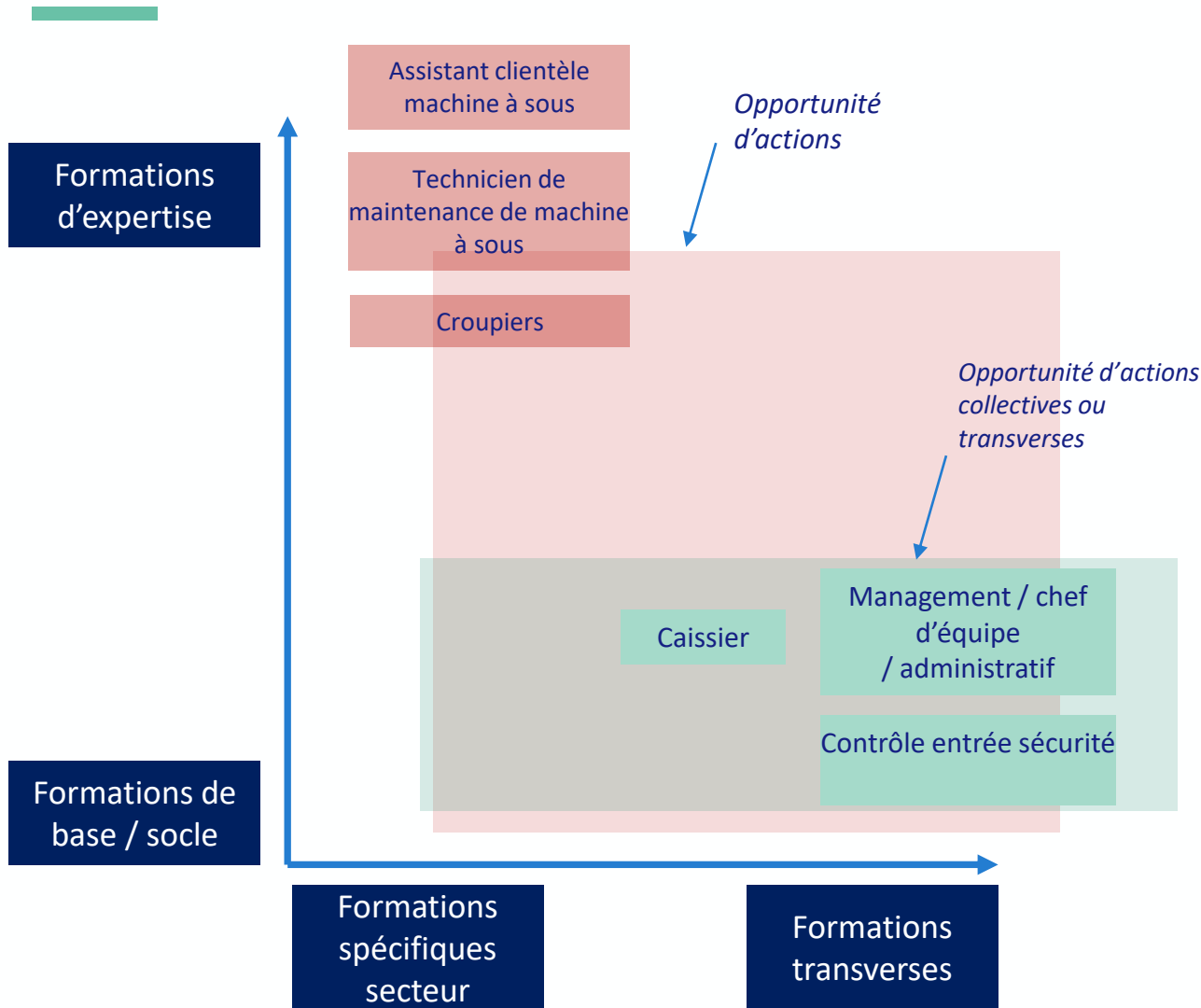
### CROUPIERS

- Métier en tension
- Existence d'un quota à respecter

### PASSERELLES

- Passerelles existantes en interne : évolutions entre les métiers de croupier, barman et caissier

# Principaux besoins en formation du secteur



Dans le cadre de besoins transverses (inter-secteurs), le **besoin de formation de nouveaux managers a été exprimé (manager de proximité / prise de poste de management)**

# Synthèse des besoins d'accompagnement RH et formation du secteur

## LES FORCES ET OPPORTUNITÉS

- Formations internes suffisent aux besoins actuels



## LES FAIBLESSES ET MENACES

- Peu d'offre de formation spécifique locale
- Besoin d'anticiper le renouvellement de certains métiers (croupiers)

## Les acteurs clés identifiés :

- Les structures de La Réunion
- L'AFDAS
- La branche

## LES PRIORITES ET ENJEUX CLES A COURT ET MOYEN TERME



- Une demande de **RÉGIONALISATION DU CATALOGUE AFDAS**



- **Précisions et clarté** du catalogue sur les **BESOINS ET LES MÉTIERS SPÉCIFIQUES** des casinos



### DEPLOIEMENT DE L'AFEST

Des formations spécifiques au métier de projectionniste n'existent pas sur le territoire. **L'AFEST pourrait être une modalité de formation à déployer sur ces métiers dans le secteur.**





# EDITIONS



[REVENIR AU SOMMAIRE](#)

# Principales caractéristiques du secteur

Le secteur regroupe l'ensemble des entreprises de **l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition musicale**. L'ensemble des conventions collectives (CC en cours de fusion au sein de la CCN 2121) des secteurs est listé ci-dessous :

2121 CCN de l'édition

2770 CCN de l'édition phonographique

1016 CC des cadres et agents de maîtrise de l'édition de musique

1194 CCN des employés de l'édition de musique

Les métiers de l'édition comprennent la conception, la fabrication et la commercialisation. La première étape, réalisée en maison d'édition, n'est pas celle qui recrute le plus. Les deux autres étapes recrutent plus généreusement. Quelle que soit l'activité choisie, la formation reste essentielle : le BTS édition est une première étape, mais les masters spécialisés sont de plus en plus prisés par les employeurs.

## • Impact des nouvelles technologies sur le secteur

- Le secteur se développe énormément grâce à la vente en ligne et à l'apparition de versions digitalisées des actualités et livres.
- "En 2019, l'avantage reste aux librairies, mais est plus faible : 22,5 % des achats de livres neufs ont eu lieu en librairies, contre une part de marché de 21 % pour les sites de ventes par internet."

## • Impact de la crise sanitaire sur l'activité

- La vente en ligne, l'accès à des e-books a impacté l'industrie de l'édition et plus particulièrement les libraires indépendants.

## Zoom : EDITIONS PHONOGRAPHIQUE

Le secteur est présent à La Réunion mais semble représenter peu d'acteurs. Il semblerait que ce secteur ait été particulièrement impacté par la crise sanitaire avec des projets d'abord reportés, puis annulés. Cependant, l'activité musicale à La Réunion est dynamique avec de nombreux artistes dont certains sont représentés par des structures telles que EUMOLPE rencontrée dans le cadre du diagnostic.

Notons que les structures sont de très petites tailles et qu'il s'agit parfois d'un seul salarié qui gère la comptabilité, les RH etc.

Nous n'avons à ce stade pas pu recueillir de données auprès des acteurs, les personnes contactées n'ayant soit pas donné suite malgré nos relances soit refusé de répondre à nos questions.

À l'exception d'un acteur des éditions phonographiques

# EDITIONS

## A La Réunion



2016

Environ **26 salariés** (INSEE)

2019

**0,8%** des salariés du périmètre sectoriel Afdas à la Réunion en 2019 (vs 3,7% au national)



2016

**9 entreprises**

2019

**15 %** des adhérents Afdas sur le territoire réunionnais (vs 12% au national)

Sources : BDD AFDAS 2019, INSEE DADS 2016 et entretiens qualitatifs, *Edition et livre : les métiers du secteur de l'édition et du livre - L'Etudiant - L'Etudiant (letudiant.fr)*; *Le marché du livre : une industrie culturelle avec de fortes spécificités - La finance pour tous*

# Focus sur le secteur des livres et sa structuration à La Réunion

Association La Réunion Des Livres (LRDL)

« L'association interprofessionnelle des métiers du livre à La Réunion est une association créée en 2007. Elle regroupe des auteurs, des éditeurs, des libraires, des bibliothécaires, des documentalistes et des enseignants qui ont tous pour objectif général de faire la promotion du livre et de la lecture pour tous les publics à La Réunion. »

Source : LRDL - L'association est aussi la structure référente à La Réunion en tant que relais d'information des possibilités qui s'offrent à vous aussi bien au niveau de la formation initiale que la formation continue.

## Austral éditions

Cette jeune maison d'édition a pour ligne éditoriale principale la nature réunionnaise. Ce qu'elle aime par-dessus tout, c'est faire rêver et innover à travers les nouvelles technologies ! Bon voyage...

Contact : [info@austral-editions.com](mailto:info@austral-editions.com)  
[www.austral-editions.com](http://www.austral-editions.com)

## Centre du monde

Cette maison d'édition associative publie les bandes dessinées de ses auteurs, promeut la bande dessinée dans l'océan Indien et découvre les talents de demain !

Contact : [centredumonde2@gmail.com](mailto:centredumonde2@gmail.com)  
[www.lecridumargouillat.fr](http://www.lecridumargouillat.fr)

## Les éditions des bulles dans l'océan

Le meilleur de la bande dessinée de l'Océan indien. En vente dans toutes les librairies ouvertes au monde.

Contact : [lamurene3@gmail.com](mailto:lamurene3@gmail.com) - [www.dbdo.re](http://www.dbdo.re)  
Diffusion : Flammarion  
Distribution : Union distribution

## Éditions Poisson rouge

Littérature, contes, poésie, théâtre, essais, pratiques.

Contact : [editionspoissonrouge@orange.fr](mailto:editionspoissonrouge@orange.fr)  
[blog.editionspoissonrouge.com](http://blog.editionspoissonrouge.com)  
Distributeur : Novo Libris

## Epsilon Éditions

Epsilon éditions publie des bandes dessinées et des albums jeunesse faisant la part belle aux notions de tolérance, d'humanisme et de citoyenneté... sans oublier une bonne dose d'humour.

Contact : [info@epsiloneditions.com](mailto:info@epsiloneditions.com)  
[www.epsiloneditions.com](http://www.epsiloneditions.com)  
Distributeurs : Pollen & Makassar

## Kanyar

Revue littéraire.

Contact : [revuekanyar@gmail.com](mailto:revuekanyar@gmail.com)  
[www.revuekanyar.com](http://www.revuekanyar.com)  
Diffusion : [diffusion@revuekanyar.com](mailto:diffusion@revuekanyar.com)

## Noor Akhoun Partner

Beaux livres, cuisine.

Contact : [noor.akhoun.re@gmail.com](mailto:noor.akhoun.re@gmail.com)

## Océan Éditions

Océan éditions est un carrefour d'auteurs et d'illustrateurs de l'océan Indien et d'ailleurs. La collection Océan jeunesse rassemble des albums traitant de thèmes universels et des grandes étapes marquantes de l'enfance.

Contact : [info@ocean-editions.fr](mailto:info@ocean-editions.fr)  
[www.ocean-jeunesse.fr](http://www.ocean-jeunesse.fr)  
Diffuseur : CEDIF - Distributeur : Daudin

## Orphie

Née à l'île de La Réunion en 1984, Orphie s'est imposée comme éditeur ultramarin, avec une ligne éditoriale en accord avec le paysage multiculturel des outremer.

Contact : [contact@editions-orphie.com](mailto:contact@editions-orphie.com)  
[www.editions-orphie.com](http://www.editions-orphie.com)  
Diffuseur : CED-CEDIF – Distributeur : Daudin

## Zamalak éditions

Pour la promotion de la lecture et de l'écriture en réunionnais et en français, partant du créole vers l'ailleurs. Ateliers d'écriture, poèmes, albums jeunesse, théâtre, musique.

Contact : [teddy.gangama@wanadoo.fr](mailto:teddy.gangama@wanadoo.fr)  
Facebook : [lantantZamalak](https://www.facebook.com/lantantZamalak)

## Zébulu Éditions

Un livre parce qu'il donne le goût des mots aux tout-petits, et de la musique parce qu'elle leur donnera encore plus envie de les dévorer.

Contact : [contact@zebulueditions.com](mailto:contact@zebulueditions.com)  
[www.zebulueditions.com](http://www.zebulueditions.com)



# Caractéristiques des entreprises, de l'emploi, des métiers et compétences actuels

## QUELQUES CARACTERISTIQUES DES EMPLOIS A LA REUNION

Le marché de l'emploi de l'édition (livre, édition phonographique, musicale) est un marché de niche à la Réunion du fait du faible nombre d'éditeurs d'une part et de la petite taille des structures économiques de l'autre.

## LES METIERS ET COMPETENCES AUJOURD'HUI – secteur du livre

"Les métiers requérant des compétences générales correspondent par exemple à des fonctions logistiques dans la distribution, commerciales et de marketing dans la diffusion, de relations publiques pour les services de presse, ou encore administratives, juridiques et de gestion. Toutes ces fonctions sont définies de manière précise dans la Convention collective nationale de l'édition. Elles tendent à évoluer depuis ces dernières années, notamment avec le développement du multimédia."

Source : [Métiers du secteur de l'édition - Syndicat national de l'édition \(sne.fr\)](http://Métiers du secteur de l'édition - Syndicat national de l'édition (sne.fr))



## LES METIERS ET COMPETENCES AUJOURD'HUI – édition phonographique

Les structures (entreprises) sont employeuses de personnel en lien avec les métiers de la communication, de la diffusion et de la gestion de projet. Les autres métiers présents sont des métiers de musiciens et de techniciens de spectacle (tous deux avec le statut d'intermittents du spectacle).

Contrairement à la France hexagonale, le métier de diffuseur n'existe pas à La Réunion (pas de besoin étant donné la taille du territoire)

# Les formations suivies par les salariés du secteur en 2019 et les problématiques liées à la formation professionnelle



**3** bénéficiaires en CDI : 2 employés et 1 technicien/agent de maîtrise

En termes d'âge :

- 1 bénéficiaire de 26-35 ans
- 1 bénéficiaire de 36-45 ans
- 1 bénéficiaire de 46-55 ans



**4** actions de formation à La Réunion

## LES FORMATIONS SPECIFIQUES IDENTIFIEES A LA REUNION

Les formations en lettres, commerce et communication sont adaptées aux métiers de l'édition de livres comme la licence LEA ou la licence information communication de l'université de la Réunion.

## LES DIFFICULTES A FORMER

Dans le secteur des éditions phonographiques, difficultés à sensibiliser les artistes (musiciens) et les intermittents sur la gestion de leurs droits et de leur carrière. Ils seraient souvent peu informés et donc peu à même de négocier des contrats à leur avantage et de développer leur activité hors du territoire (pour certains). De plus, ils sont peu appétents "spontanément" aux actions de formation.

Enfin, certains d'entre eux pourraient ne pas être à l'aise dans les compétences de base (lecture / écriture). Pour autant, ils n'éprouvent pas forcément le besoin de se former (ou ne le formulent pas).

# Les évolutions prévisibles et les projets impactant les emplois, les compétences et les métiers



## TENDANCES OBSERVEES

1

### DIGITALISATION DES METIERS ET RESEAUX SOCIAUX

De nombreux métiers de l'édition (éditeurs, correcteurs, illustrateurs et traducteurs), s'appuient sur des logiciels qui nécessitent une montée en compétences : traitement de texte, PAO (publication assistée par ordinateur), Design, Gestion stock et distribution, CRM

La promotion des ouvrages, ainsi que l'attractivité auprès de nouveaux auteurs et talents, se font à présent largement en ligne.

De nouveaux métiers et compétences comme le SEO (référencement), community management, prennent une place grandissante en lieu et place des traditionnelles dédicaces et salons du livre, renforcé dans un contexte de confinement covid.

2

### CONTRAINTES FINANCIERES

Les contraintes financières renforcées durant la crise sanitaire et la petite taille des structures ont pu fragilisé les structures locales.



## DYNAMIQUES METIERS

### EDITION

- Maîtrise des supports numériques : Community manager, designer graphique, rédacteur web, spécialiste du SEO chargé des relations de presse numériques
- Langages de programmation : webdesigner, maquettiste ebook, ou développeur

### INTERMITTENTS DU SPECTACLE

- Gestion des droits d'auteur / propriété intellectuelle

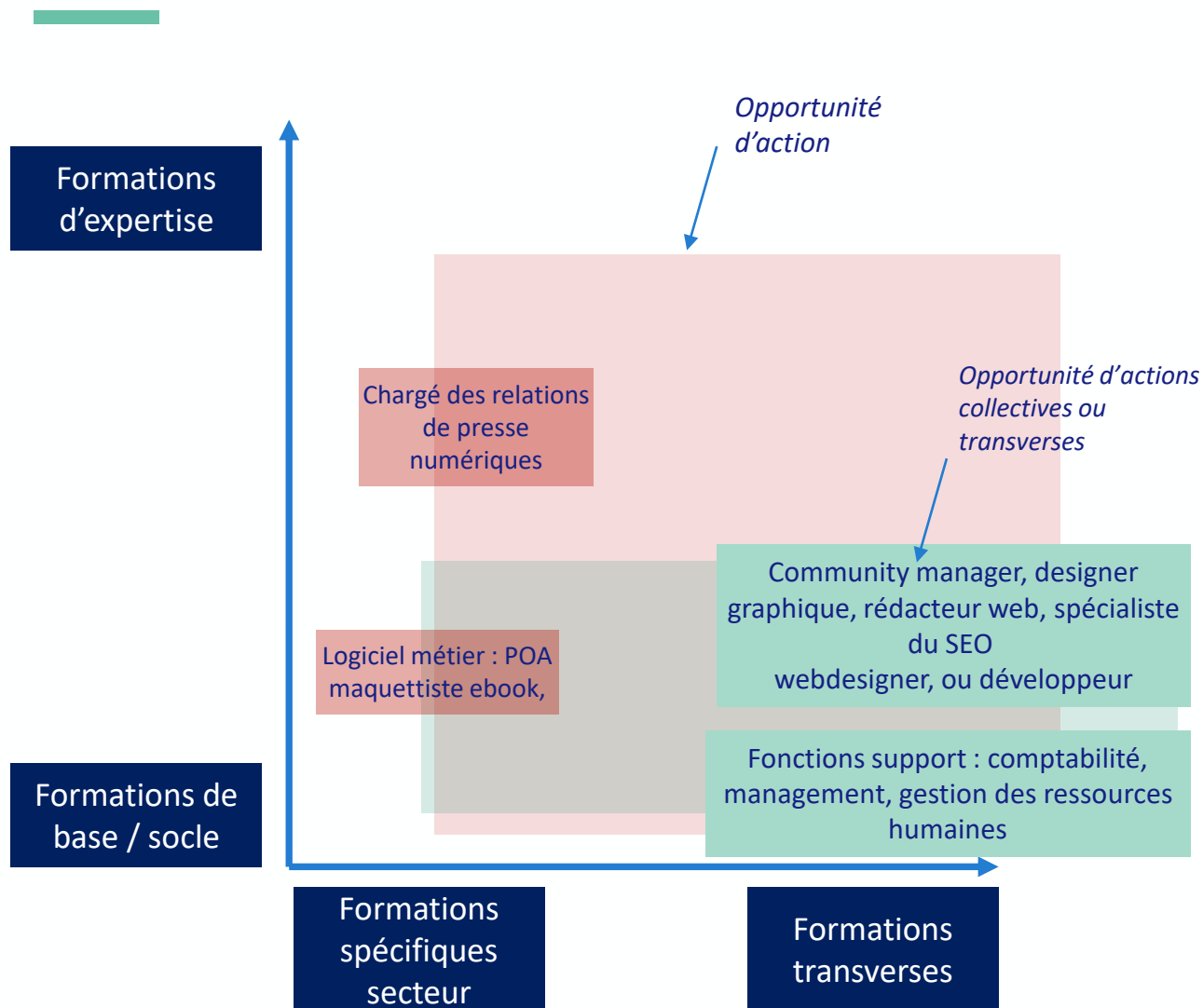
### CORRECTEUR

- Tendance à la baisse, remplacés par des logiciels spécifiques

### FONCTIONS SUPPORT

- Polyvalence des fonctions « supports » : RH, comptabilité etc.
- Compétence en gestion de projet et logistique, distribution, commercial

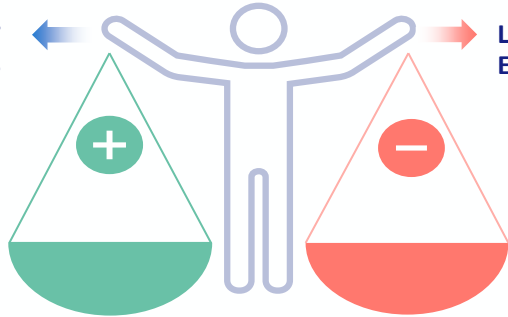
# Principaux besoins en formation du secteur



# Synthèse des besoins d'accompagnement RH et formation du secteur

## LES FORCES ET OPPORTUNITÉS

- Un secteur riche au regard de la taille du département
- Une organisation chapeau



## LES FAIBLESSES ET MENACES

- Une fonction RH et formation principalement portée par les comptables de ces structures
- Une absence de réponse tant au questionnaire qu'aux entretiens (dont un refus de répondre aux questions)

## Les acteurs clés identifiés :

- La Réunion des livres
- L'AFDAS

## LES PRIORITES ET ENJEUX CLES A COURT ET MOYEN TERME



**UN BESOIN DE MOBILISER LES ACTEURS** – par exemple au travers d'une session d'information dédiée à l'édition



### **SENSIBILISATION DES INTERMITTENTS DU SPECTACLE (ARTISTES) ET ACCOMPAGNEMENT SUR LA CONNAISSANCE DE LEURS DROITS (PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE ET DROITS D'AUTEURS)**

Comme dans les autres secteurs d'activités dans lesquels les intermittents du spectacle et artistes sont présents, ce public semble difficile à sensibiliser aux enjeux de formation. Il semble prioritaire de les accompagner sur la connaissance et une gestion professionnelle de leurs droits.





# ESPACES DE LOISIRS, D'ATTRACTIONS ET CULTURELS



[REVENIR AU SOMMAIRE](#)

En raison du manque de représentativité dans les autres branches, le diagnostic **qualitatif** est orienté sur les **musées**. Les données INSEE et celles de l'AFDAS sur la consommation des actions de formation en 2019 concernent cependant l'ensemble des branches du secteur.

# ESPACES DE LOISIRS, D'ATTRACTIONS ET CULTURELS

A La Réunion



2016

Environ **706 salariés** (INSEE)

2019

**9,6%** des salariés du périmètre sectoriel Afdas à la Réunion en 2019 (vs 9,2% au national)



2016

**38 entreprises**

2019

**5,2%** des adhérents Afdas sur le territoire réunionnais (vs 5,1% au national)

## Principales caractéristiques du secteur (zoom Musées)

- **Un secteur affichant une grande diversité de métiers**
  - Le secteur des espaces de loisirs, d'attractions et culturels regroupe 5 activités : la gestion des musées, la gestion des sites et monuments historiques et des attractions touristiques similaires, la gestion des jardins botaniques et zoologiques et des réserves naturelles, les activités des parcs d'attractions et parcs à thèmes et les autres activités récréatives et de loisirs. Les métiers sont également très diversifiés.
  - Au travers de sa structure de gestion commune des équipements muséaux régionaux, la Région Réunion gère 4 musées : La Cité du Volcan, Kelonia, Musée Stella Matutina et MADOI (Musée des Arts Décoratifs de l'Océan Indien). A ces musées s'ajoutent une vingtaine d'autres musées et espaces culturels.
- **Même constats que pour le tourisme**
  - Le secteur connaissait de belles perspectives d'évolution avant la crise sanitaire. Fortement corrélé à l'activité touristique, les constats pour ce secteur sont les mêmes : une activité partielle sur l'ensemble des sites et une baisse des fréquentations après réouverture.
  - Des recrutements prévus sur les métiers d'agents de sécurité, d'accueil et administratifs ont dû être stoppés. Néanmoins, les perspectives restent positives pour les prochains mois (reprise récente des recrutements) si toutefois la situation sanitaire ne se dégrade pas sur le département.
  - **La crise sanitaire a accéléré des réflexions liées aux projets digitaux et e-commerces (application à développer pour achat des billets, visites virtuelles, etc.)**

# Caractéristiques des entreprises, de l'emploi, des métiers et compétences actuels

## QUELQUES CARACTERISTIQUES DES EMPLOIS A LA REUNION

43% de CDI et 37% d'autres contrats que CDD ou apprentissage

59% d'hommes et 41% de femmes

La moitié des effectifs ont moins de 35 ans

Une majorité d'employés, d'ouvriers puis de professions intermédiaires

*Probablement des autoentrepreneurs*

## LES METIERS ET COMPETENCES AUJOURD'HUI


Le secteur compte 11 familles de métiers selon la cartographie réalisée par l'Afdas : Accueil et relations visiteurs, Animalier, Environnement et espaces verts, Jeux et attractions, Maintenance, logistique et informatique, Management, Marketing et commercial, Métiers administratifs, Restauration et service marchand, Sécurité, hygiène et qualité, Spectacle.

A l'échelle des musées à la Réunion, les métiers les plus présents sur les sites sont les suivants :

- **Accueil et relations visiteurs** : des agents d'accueil et de vente, des médiateurs et médiateurs scientifiques\*. Au-delà des compétences de type soft skills propres à l'accueil (aisance relationnelle, empathie), les agents et médiateurs doivent maîtriser l'anglais mais aussi le langage des signes afin d'accueillir
- **Support technique**: des agents techniques chargés de l'entretien des installations et des équipements
- **Environnement et espaces verts** : des agents de nettoyage
- Presque 20% des effectifs travaillent dans les métiers administratifs : secrétariat de direction, informatique, ressources humaines, comptabilité, finance, achats, développement culturel, mécénat et sécurité.

## LES DIFFICULTES LIEES AU RECRUTEMENT

- Il est difficile de constituer un vivier qualitatif de candidatures pour les métiers de la médiation. Le *sourcing* réalisé par les entreprises se fait également par le biais de réseaux sociaux dans le but de recueillir plus de candidatures. Les difficultés sont le plus souvent assimilées à l'adéquation entre le profil du candidat et les attendus sur le poste.
- L'utilisation ponctuelle de l'intérim sur des postes liés à l'accueil ne traduit pas forcément des difficultés de recrutement mais peut s'expliquer également par la saisonnalité de l'activité, fortement corrélée aux périodes de vacances scolaires.

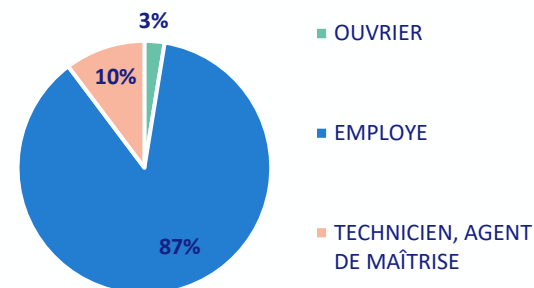
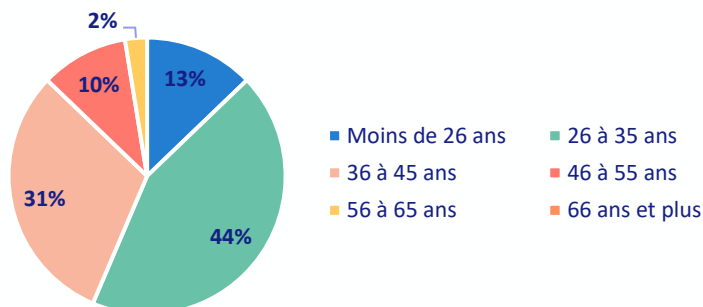
A contrario, le métier de **soigneur** attire beaucoup à la Réunion : les candidatures sont positives tant sur les aspects quantitatif que qualitatif. De nombreuses candidatures spontanées sont recueillies et le taux de candidatures est dupliqué si une offre de recrutement est publiée. 

# Les formations suivies par les salariés du secteur en 2019 et les problématiques liées à la formation professionnelle

Pour toutes les activités du secteur.

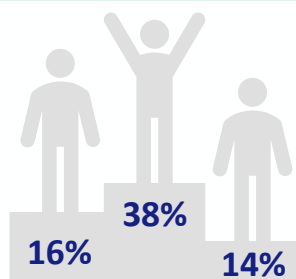


**39** bénéficiaires dont  
23 en CDI  
16 en CDD



**97** actions de formation : environ **1 action de formation sur 2** a été réalisée à la Réunion

## TOP 3 DES THEMATIQUES DE FORMATION



1. Parc de loisirs : Obtention de CQP
2. Accueil
3. Langue des signes

Environ **40%** des actions de formations concernent des formations spécifiques au secteur.

Les formations « **Parc de loisirs** » concernent notamment l'obtention de CQP propres aux secteurs : CQP Agent de cuisine, CQP Employé de restauration rapide, CQP Opérateur d'attractions, CQP Vendeur en boutique, CQP Vendeur en espaces de loisirs.

Elles ont toutes été réalisées en **France métropolitaine**.

L'analyse des données de formations consommées en 2019 corrélient à l'expression des besoins récurrents lors des entretiens qualitatifs : **l'anglais**, la **langue des signes (LSF)**, la **sécurité** (qui est d'ailleurs obligatoire).

Les thématiques de gestion des **conflits et de management** font également partie des besoins cités pour les encadrants. Mais une seule action de formation a été enregistrée sur ce sujet dans les données de formation 2019. Cela peut traduire une **consommation d'actions de formation hors circuit Afdas**.

# L'offre de formation dans le secteur

## FORMATION INITIALE

### Niveau II

**Licence pro mention métiers de l'animation sociale, socio-éducative et socioculturelle**

CFA UNIVERSITE DE LA REUNION STE CLOTILDE

### Niveau IV

**Bac techno série sciences et technologies du design et des arts appliqués (STD2A)**

LGT AMBROISE VOLLARD

**BPJEPS spécialité loisirs tous publics**

CFA SPORT REUNION AP RUN FORMATION

OF-CFA ASSOCIATION ZETETIQUE

### Niveau V

**CPJEPS mention animateur d'activités et de vie quotidienne**

OF-CFA ASSOCIATION ZETETIQUE

- Il existe également sur l'île l'École Supérieure d'Art de La Réunion qui délivre les certifications nationales suivants :
  - Diplôme National d'Art (DNA) bac + 3 : Option Art (centré sur la création, l'expérimentation, la recherche)
  - Diplôme National Supérieur d'Expression Plastiques (DNSEP) bac + 5 : Option Art (mention paysage)
  - Diplôme National d'Arts et Techniques (DNAT) : Uniquement par le biais de la Validation des Acquis de l'Expérience (VAE)
- Il est important de noter que l'offre de formation recensée dans les **secteurs tourisme et sport** peut également proposer des actions applicables à certains métiers des loisirs.
- Les professionnels du secteur regrettent le manque de formations adaptées à l'échelle locale : peu de formation sur les métiers culturels : médiation, conservation des œuvres... Ils se tournent donc vers l'offre de formation proposée en France métropolitaine.
- Il existe également peu de formations concernant les entretiens des espaces verts.

## FORMATION CONTINUE

- Près de 5000 places offertes en formation continue ont été recensées entre 2017 et 2019, sous plusieurs thématiques : animation personne âgée, animation socioculturelle, parc loisirs, piscine, plongée subaquatique, ULM, vie associative.

## APPRENTISSAGE

- Les contrats d'apprentissage sont recrutés pour les métiers de la médiation et de l'accueil mais aussi pour l'entretien des espaces verts. Les retours sont positifs.
- Les candidats bénéficiant de ce type de contrat sont souvent d'un cursus *BTS Tourisme et personnel d'entretien*.

# Les évolutions prévisibles et les projets impactant les emplois, les compétences et les métiers



## TENDANCES OBSERVEES

1

### L'ACCOMPAGNEMENT NÉCESSAIRE VERS LA DIGITALISATION

Le développement des applications, la vente en ligne, le *community management* sont des sujets de réflexion à court terme au sein des organisations. Afin de préparer leurs visites, les touristes se tournent de plus en plus vers le web (réservation de billets, découverte du programme, analyse des avis, identification des itinéraires...). Il convient donc d'accompagner les professionnels dans l'optimisation de la qualité de service, qui passe aussi par les étapes en amont et aval de la visite.

2

### L'AUTOMATISATION DES SERVICES D'ACCUEIL DU PUBLIC

En raison de la saisonnalité de l'activité, les structures peuvent solliciter de manière ponctuelle l'intérim sur des postes liés à l'accueil. Bien que cela ne soit pas encore implanté, des réflexions sont en cours autour du lancement d'automates venant remplacer l'accueil réalisé par des agents.

3

### LE DÉVELOPPEMENT DE L'ÉCO-TOURISME ET DU SLOW TOURISME

Ces nouvelles tendances pourront profiter aux activités de loisirs, les touristes recherchant davantage la découverte d'une région par la découverte de sa culture (histoire, patrimoine, gastronomie...)



## DYNAMIQUES METIERS

### AGENTS D'ACCUEIL ET DE VENTE

- Familiarisation avec l'environnement numérique professionnel
- Accent sur la relation client

### MÉDIATION

- Métier en tension

### AGENTS TECHNIQUES

- Polyvalence (connaissances en électricité sont un plus)

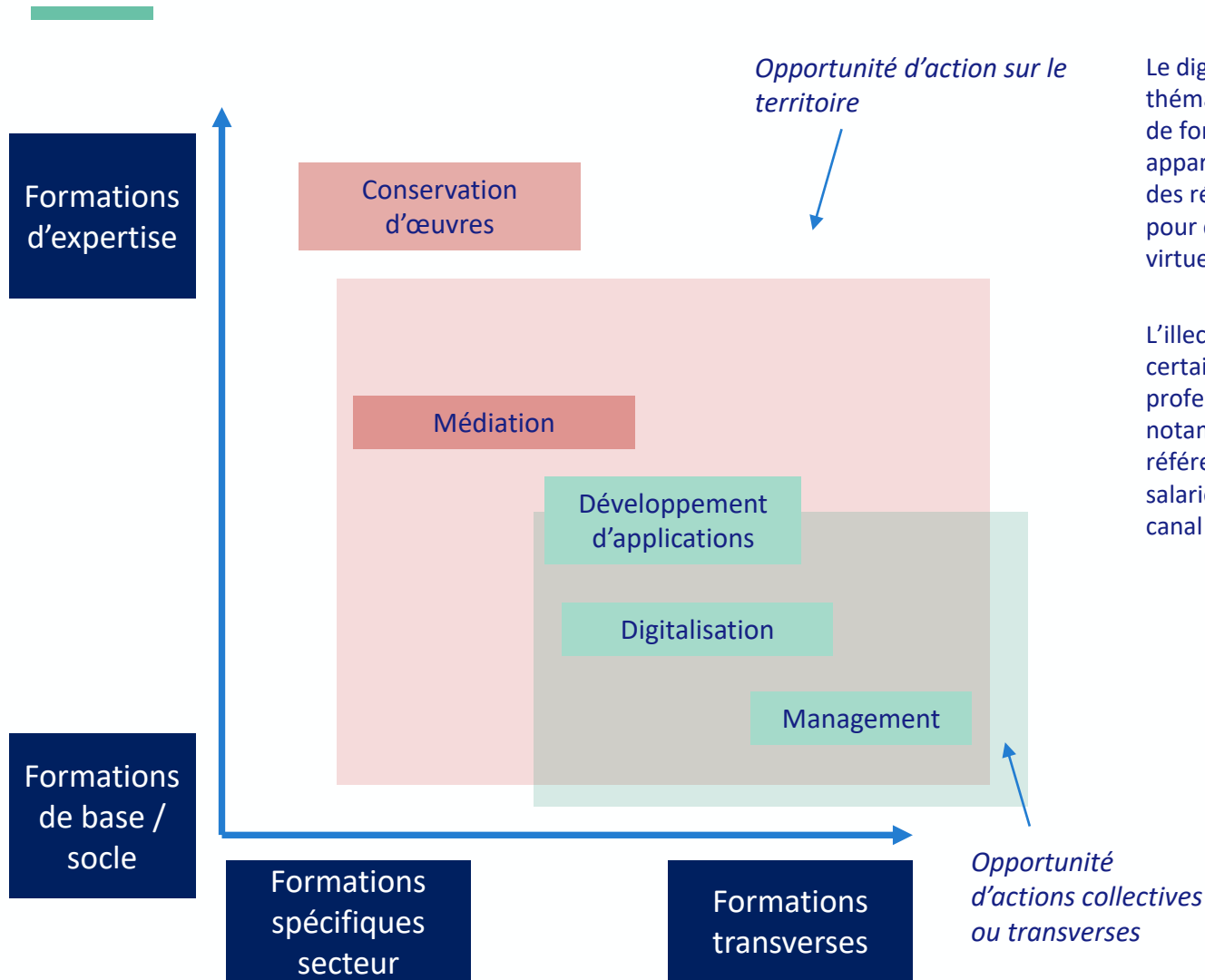
## LES PRIORITES ET ENJEUX CLES A COURT ET MOYEN TERME



### STRUCTURATION ET FORMALISATION

Des besoins de formalisation ont été formulés sur l'élaboration d'une cartographie des métiers, de fiches métiers, et d'une matrice des compétences.

# Principaux besoins en formation du secteur



Le digital/e-commerce n'est pas une thématique qui a été abordé lors des actions de formations de 2019 mais ce besoin est apparu avant la crise et a été renforcé depuis : des réflexions et des projets sont en cours pour développer : applications de visite virtuelle de musées en cours.

L'illectronisme est une problématique pour certains des collaborateurs : des actions de professionnalisation sont déployées en interne notamment par la désignation de personnes référentes sur chaque site pour aider les salariés en difficulté ; le présentiel étant le canal primordial.



# EXPLOITATION CINEMATOGRAPHIQUE ET DISTRIBUTION DE FILMS



[REVENIR AU SOMMAIRE](#)



# EXPLOITATION CINEMATOGRAPHIQUE ET DISTRIBUTION DE FILMS

A La Réunion



2019

1,9% des salariés du périmètre sectoriel Afdas à la Réunion en 2019 (vs 1,8% au national)



2019

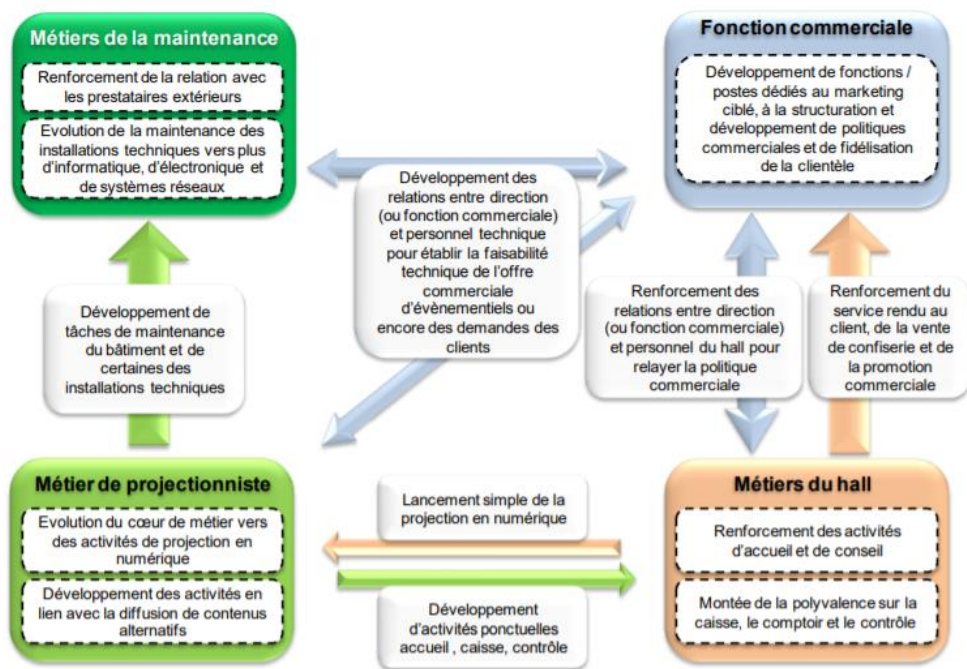
1,7% des adhérents Afdas sur le territoire réunionnais (vs 1,9% au national)

## Principales caractéristiques du secteur

- **Un secteur dominé par deux multiplexes qui gèrent en parallèles la plupart des salles de cinéma du territoire**
  - Le multiplexe **CinéCambaie** (St Paul) est le premier multiplexe de l'île appartenant au réseau MauréFilm qui exploite également Le Plaza à St Louis et le ciné Lacaze à St Denis. Le groupe emploie sur cette activité environ 60 salariés.
    - **MauréFilms devrait ouvrir en 2022 le troisième multiplexe de l'île à Pierrefonds comprenant dix salles et près de 2 000 sièges.**
  - **Cinépalmes**, à Ste Marie, fait partie du réseau Investissement et Commerce Cinéma (ICC) qui gère également le cinéma RITZ à St Denis et le REX à St Pierre.
  - **A ces acteurs s'ajoutent des salles locales (Le Cristal, cinéma le plus ancien à St Benoit) et des espaces culturels ou museaux qui projettent ponctuellement des œuvres cinématographiques (Musée Stella Matutina, Teat Champ Fleuri, Théâtre Luc Donat, Médiathèque du Tampon etc.).**
- Un modèle économique particulier : le quasi-monopole de la distribution et de la diffusion est spécifique à La Réunion. La principale raison en est l'insularité et l'éloignement géographique :
  - Le Centre national de la cinématographie (Cnc), qui régule la diffusion des films en métropole, ne s'est pas implanté dans l'île;
  - Les distributeurs locaux achètent la copie des films et ne les louent pas comme c'est l'usage en métropole. Leur droit de diffusion est valable pendant une année, voire plus, selon les contrats négociés.
- Le secteur a particulièrement été impacté par la crise sanitaire entraînant la fermeture complète des salles durant deux mois en 2020 et quasi complète durant pratiquement quatre mois en 2021.

# Données sur les métiers actuels, leur évolution et la formation professionnelle sur le territoire

## METIERS DE L'EXPLOITATION CINEMATOGRAPHIQUE ET EVOLUTIONS



## LES METIERS ET COMPETENCES AUJOURD'HUI

Les métiers présents sont ceux de la filière traditionnelle (schéma ci-contre). La majorité des emplois concernent :

- Les techniciens projectionnistes et techniciens cabines qui placent également le public dans les salles de cinéma;
- Les employés du hall (accueil et caisses)

A noter qu'une certaine polyvalence peut être requise entre ces métiers. Sont également présents les emplois de gestionnaire de stock et de direction d'exploitation.

## LA FORMATION PROFESSIONNELLE

**En 2019, le secteur n'a formé via l'AFDAS qu'un seul salarié mais deux contrats de professionnalisation ont été réalisés dans ce secteur (un dans chaque branche).**

Les compétences techniques sont celles des techniciens projectionnistes. Ils sont en général formés « sur le tas » à partir d'un bagage de compétences en électronique car il n'existe pas de formations sur le territoire.

Les compétences des métiers d'accueil et de caisse sont transverses avec celles d'autres secteurs d'accueil client et de vente. Les spécificités liées au système de réservation et de caisse peuvent être apprises sur le terrain.

## LES DIFFICULTES LIEES AU RECRUTEMENT

Il semblerait que certaines difficultés de recrutement soient parfois liées aux conditions de travail spécifiques et contraignantes du secteur (travail le soir, le week-end).

**A noter que l'ouverture du multiplexe de Pierrefonds devrait s'accompagner d'un recrutement important qu'il s'agira d'anticiper.**

# Les évolutions prévisibles et les projets impactant les emplois, les compétences et les métiers et les besoins d'accompagnement du secteur



## TENDANCES OBSERVEES

1

### LE DEFI DE LA CONCURRENCE DES AUTRES MEDIAS DE DIFFUSION ET DE L'EVOLUTION DES PRATIQUES DE CONSOMMATION

Le secteur fait face à de nombreux défis : attraction du public dans les salles à l'heure où les habitudes de consommation évoluent rapidement depuis quelques années (VOD...) en lien avec le développement d'une appétence pour la consommation délinéarisée des œuvres cinématographiques et audiovisuelles (à mettre également en lien avec le développement du piratage des œuvres).

Dans ce contexte, il s'agit de maintenir une excellente qualité de services au sein du territoire et d'encourager la diversification des activités. Certains cinémas proposent parfois la diffusion de ballets ou des films en version originale. Certains acteurs du secteur au niveau national investissent des domaines peu investis à La Réunion (ciné débats...).

2

### POURSUITE DE LA DIGITALISATION DES USAGES DES CONSOMMATEURS

Les consommateurs consultent de plus en plus les programmes en ligne et apprécient la réservation de billets sur le site internet du cinéma. Les bornes automatiques à l'entrée des cinémas facilitent également l'acquisition des billets. Ces usages vont se poursuivre et sûrement s'amplifier.

3

### L'IMPACT DE L'OUVERTURE D'UN NOUVEAU MULTIPLEXE FIN 2022

L'ouverture d'un nouveau complexe cinématographique permettra de nouveaux recrutements et élargira les besoins sur le secteur tout en intensifiant la concurrence entre les acteurs.

## LES PRIORITES ET ENJEUX CLES A COURT ET MOYEN TERME



### ACCOMPAGNEMENT RH SUITE A LA CRISE COVID

En fonction des besoins, des accompagnements liés à la reprise des activités et le cas échéant une diversification des modèles (ou élargissement de l'offre de service) pourrait être proposée. Il peut également s'agir d'accompagner les exploitants dans l'organisation d'événements et la diversification de leurs activités.



### DEPLOIEMENT DE L'AFEST

Des formations spécifiques au métier de projectionniste n'existent pas sur le territoire. **L'AFEST pourrait être une modalité de formation à déployer sur ces métiers dans le secteur.**

## IMPORTANT

Le manque d'entretiens qualitatifs et de réponses à l'enquête sur ce secteur ne nous permet pas d'être exhaustifs ni de présumer de la globalité des besoins.

**Il s'agira sûrement d'avoir une approche individualisée des besoins des acteurs du secteur**



# GOLF



[REVENIR AU SOMMAIRE](#)

# GOLF

## A La Réunion



2021

Environ **60 salariés** (entretiens quali.)

2019

**0,7%** des salariés du périmètre sectoriel Afdas à la Réunion en 2019 (vs 0,9% au national)



**3 golfs** : 1 association  
et 2 entreprises

Effectif moyen :  
**19 salariés**

2019

**0,6%** des adhérents Afdas sur le territoire réunionnais (vs 0,7% au national)

## Principales caractéristiques du secteur

- **Un secteur relativement peu touché par la crise sanitaire comptant sur la clientèle locale**
  - Un report du budget loisir des Réunionnais sur l'activité de golf depuis 2020 a permis à l'activité de continuer (voire se développer avec la clientèle locale) en saison creuse
  - Secteur continuant à se développer avec des projets d'amélioration de la qualité, d'ouverture à de nouveaux publics (public senior, public scolaire, personnes en situation de handicap)
- **Trois terrains de golfs et des terrains de practice à La Réunion avec une coexistence du secteur associatif et du secteur commercial (seul DOM-TOM à avoir autant de terrains tout comme la Nouvelle Calédonie)**
  - 1 golf associatif (Golf du Colorado), parcours de 9 trous passant à 12 trous avant fin 2021
  - 2 golfs appartenant à des sociétés ou des groupes privés Réunionnais : Golf de Bourbon à l'Etang Salé (18 trous) et Golf du Bassin Bleu à St Gilles les Hauts (18 trous)
  - A ces trois terrains de golf, s'ajoutent onze postes de practice et un simulateur de golf au complexe Beauséjour à Ste Marie.
- **Bien que concurrents, les acteurs du secteur sont situés sur des bassins différents de l'île et contribuent tous au dynamisme de la pratique à La Réunion.**

Evaluation de besoins spécifiques en formation actuellement non couverts



Faible Moyen Elevé

Evaluation des enjeux d'accompagnement spécifique du secteur



Faible Moyen Elevé



# Caractéristiques de l'emploi, des métiers et compétences actuels

## QUELQUES CARACTERISTIQUES DES EMPLOIS A LA REUNION

### Plus de 90% de CDI

Complétés par des CDD et / ou des alternants (apprentissage)  
(83% des emplois en CDI et à temps complet en 2019 au niveau national)

### Des emplois en majorité masculins

Peu de personnel féminin excepté aux postes d'accueil et de vente  
(80% des emplois occupés par des hommes au niveau national)

### Peu de T.O et une ancienneté variable

Sur certaines structures, une ancienneté importante **sur les métiers de terrain** (jardiniers, fontainiers...) avec parfois des salariés plutôt âgés

## LES COMPETENCES ACTUELLES A RENFORCER

- **Des besoins similaires**
  - A l'exception des enseignants de golf professionnels, **un manque de professionnalisation des salariés** en particulier, ceux qui ont une ancienneté importante (jardiniers et personnel de terrain, personnel d'accueil et de vente...)
  - Parfois, **un manque de « culture » sur le domaine sportif en général et du golf en particulier** (matériel, etc.)
  - Certaines lacunes observées :
    - Situations d'illettrisme (notamment auprès du personnel de terrain) mais aussi compétences rédactionnelles
    - Besoin de renforcement des compétences numériques basiques et de mise à jour sur les logiciels métiers
- La **transition écologique** fait également partie des axes prioritaires de développement de la ligue française de golf.

## LES DIFFICULTES LIEES AU RECRUTEMENT

- Peu de recrutement local de professionnels déjà formés au niveau des enseignants ou des professionnels de terrain
- Recrutements dans la zone OI ou en métropole ou mise en place de formations nécessaires souvent en métropole pour des formations métiers

# Les formations suivies par les salariés du secteur en 2019 et les problématiques liées à la formation professionnelle

Peu de formations financées par l'AFDAS en 2019 mais les professionnels du secteur sont à la recherche de plusieurs modalités de formation et d'accompagnement au développement des compétences pouvant inclure la contribution de l'AFDAS.



## FORMATIONS 2019 (AFDAS) à La Réunion



**3** bénéficiaires

(CDI, hommes, 2 employés et 1 cadre)

**+1** contrat de  
professionnalisation

### INTITULES DE FORMATIONS

CERTIPHYO DECIDEUR

### ORGANISMES DE FORMATION CONCERNES

FDGON (St Paul)



## AUTRES MODALITES D'ACCOMPAGNEMENT (utilisées récemment)

1. Formations organisées par la Fédération de Golf (au niveau national) et proposées en visio conférence
2. Recours à l'apprentissage
3. Formations réalisées soit dans la zone O.I notamment en lien avec Maurice ou en France hexagonale (comme GREEN KEEPER ou les BPJEPS/DEJEPS Golf)



## APPRENTISSAGE

Une structure y a recours actuellement pour une formation de green keeper via un accompagnement en France hexagonale (métier spécifique et d'expertise). L'objectif est que la personne formée puisse à son tour former en interne certains autres collaborateurs

# Les évolutions prévisibles et les projets impactant les emplois, les compétences et les métiers



## TENDANCES OBSERVEES

1

### EVOLUTIONS REGLEMENTAIRES NOTAMMENT LIEES A LA TRANSITION ECOLOGIQUE

Les évolutions réglementaires sont liées à la protection de l'environnement impactant l'entretien des espaces notamment en lien avec la réduction de l'utilisation de produits phytosanitaires et la diminution de la consommation d'eau.

2

### IMPACT DES TECHNOLOGIES NUMERIQUES

Ces technologies (y.c fonctionnalités de « base »), trouvent leur application sur les métiers d'accueil, de vente mais aussi l'enseignement et les professionnels de terrain et les fonctions supports de l'activité

3

### DIVERSIFICATION DES PUBLICS VISES

Il s'agit de la diversification des publics accueillis et de celle des équipements et techniques proposées impliquant une professionnalisation et une polyvalence plus développée pour tous les professionnels



## DYNAMIQUES METIERS

### TERRAIN

*(plus de 50% des effectifs totaux)*

- Besoin de mise à jour des compétences métiers au niveau des techniques (green keeper, fontainier...) et de l'usage de nouvelles technologies
- Evolutions réglementaires spécifiques au milieu tropical liées à l'entretien des green
- Management d'équipe pour les chefs d'équipe
- Fondamentaux lecture / écriture

### ACCUEIL ET VENTE

- Fondamentaux du numérique (bureautique) et marketing digital (réseaux sociaux)
- Compétences rédactionnelles et relation client
- Culture générale sportive et golfique
- Anglais (adapté au sport / golf)
- Vente de matériel de golf proshop

### ENSEIGNEMENT

*(1 à 2 par golf)*

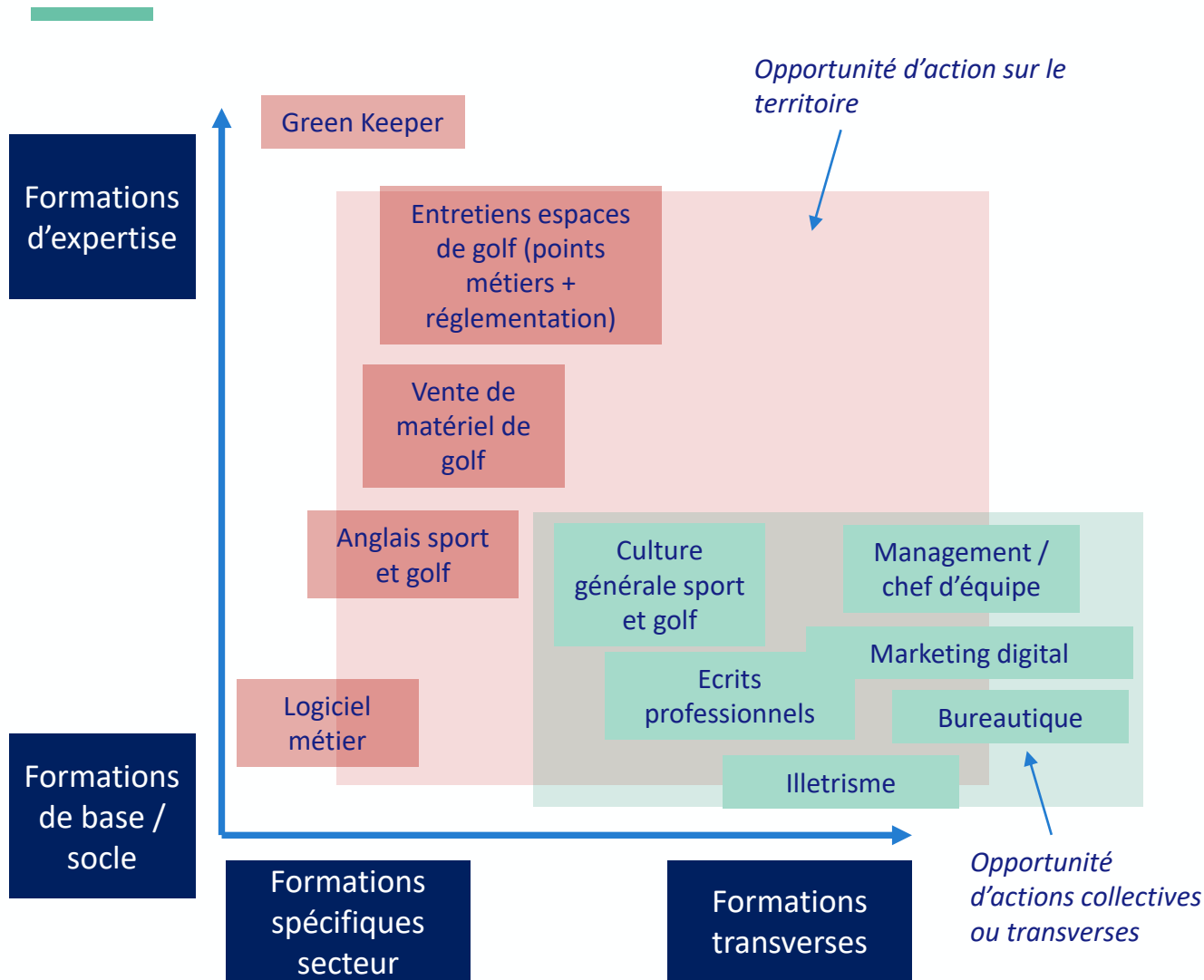
- Adaptation aux différents publics (handicap, ...) et adaptation des compétences d'animation et commerciales pour fidéliser les clients / publics

### SUPPORT

- Dématérialisation des outils de gestion comptables et RH



# Principaux besoins en formation du secteur



Les besoins en formation du secteur sont nombreux et non couverts à La Réunion (formation initiale ou continue).

Cependant, les effectifs à former et les spécificités du secteur rendent difficilement mutualisables certaines formations avec d'autres secteurs (ex: GREEN KEEPER).

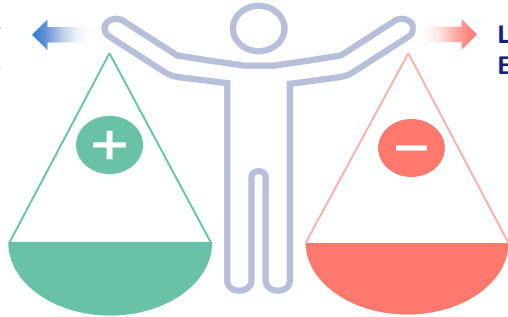
Pour autant, les besoins sont actuellement importants et communs à l'ensemble des structures concernant les professionnels d'entretien du terrain (entretien, nouvelles techniques, réglementations environnementales) et pour certains communs à La Réunion (environnement tropical).

Enfin, certaines thématiques peuvent être transverses avec le secteur du sport (management, culture générale Sport) et d'autres secteurs (marketing digital).

# Synthèse des besoins d'accompagnement RH et formation du secteur

## LES FORCES ET OPPORTUNITÉS

- Des besoins similaires
- Une envie de coopérer entre les acteurs



## LES FAIBLESSES ET MENACES

- Des effectifs restreints
- Des besoins de formation très spécifiques aux métiers (expertise)

## Les acteurs clés identifiés :

- ❑ Les structures de La Réunion
- ❑ L'AFDAS et la Fédération de Golf de La Réunion à mobiliser
- ❑ Mobiliser les compétences au niveau de la zone OI (Maurice / Madagascar / Af. Du Sud)

## LES PRIORITES ET ENJEUX CLES A COURT ET MOYEN TERME



Travailler sur la **MUTUALISATION DES ACTIONS DE FORMATION** entre les différents golfs notamment à l'adresse du personnel d'entretien de terrain car les effectifs d'un peu plus d'une dizaine par golf peuvent permettre de réaliser des groupes de formations et les besoins sont similaires (notamment en lien avec la réglementation environnementale)



Favoriser la **TRANSMISSION DES COMPÉTENCES** sur le territoire :

- Des plus compétents vers ceux qui en ont besoin
- Des plus jeunes et appétents à la formation vers ceux qui le sont moins

Ceci peut passer par **des actions de formation sur le terrain et l'AFEST** pourrait notamment être expérimentée sur ce secteur d'activité



**ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT DE L'OUTIL NUMÉRIQUE À TOUS LES NIVEAUX**

- Niveau de base (bureautique)
- Marketing digital
- Techniques d'entretiens des greens



# HOTELLERIE DE PLEIN AIR



[REVENIR AU SOMMAIRE](#)

# HOTELLERIE DE PLEIN AIR

A La Réunion



Données non disponibles



2019

2 adhérents

0,6% des adhérents Afdas sur le territoire réunionnais (vs 4,3% au national)

## Principales caractéristiques du secteur

- **Un secteur très peu représenté à la Réunion**
  - L'hôtellerie dite de plein air compte peu d'organisations sur le territoire. Plus communément appelé camping, il convient de distinguer 2 types de camping selon l'IRT.
    - *Le camping « simplement » déclaré : camping pouvant accueillir 6 hébergements et 20 personnes maximum. Côté aménagement, un point d'eau potable (certificat de potabilité demandé), un lavabo et un WC sont obligatoires, une simple déclaration en mairie suffit.*
    - *Le camping aménagé (soit la majorité des campings). Camping pouvant accueillir plus de 6 hébergements. Son exploitation nécessite un certificat de conformité des travaux et un permis d'aménager. Le permis d'aménager fixe le nombre d'emplacements réservés aux tentes, caravanes, mobil-homes et habitations légères de loisirs ainsi que leur emplacement précis.*
  - Ce type d'hébergement est davantage privilégié par la clientèle locale.
- **Même constats que pour le tourisme :**
  - Le secteur a souffert de la crise sanitaire. Le taux de remplissage a pu cependant être optimisé grâce à la clientèle locale.

# Caractéristiques des entreprises, de l'emploi, des métiers et compétences actuels

## QUELQUES CARACTERISTIQUES DES EMPLOIS A LA REUNION

- Pas de données disponibles spécifiquement sur ce secteur à La Réunion

### LES METIERS ET COMPETENCES AUJOURD'HUI

- Dans les petites structures, les **profils polyvalents** sont appréciés et recherchés particulièrement : il s'agit de collaborateurs pouvant passer de l'accueil à la restauration. On retrouve d'ailleurs cet aspect dans certains intitulés métiers utilisés : personnel polyvalent d'hôtellerie, agent d'entretien polyvalent, employé d'étage polyvalent (étage et restauration).
- Les contrats d'apprentissage du secteur concernent des postes de cuisinier, assistante de gestion, employé d'étage, et employé d'étage polyvalent étage/restauration.

### LES DIFFICULTES LIEES AU RECRUTEMENT

- Les difficultés identifiées sont surtout liées à l'éloignement et à l'impact sur les trajets à réaliser au quotidien par les collaborateurs.

### OFFRE DE FORMATION

Cf. Offre de formation du secteur touristique disponible dans le chapitre des **Organismes de tourisme**

## LES FORMATIONS suivies par les salariés du secteur en 2019 et les PROBLEMATIQUES liées à la formation professionnelle

2 actions de formation ont été suivies par des adhérents du secteur en 2019 : dans les domaines de la cuisine et de l'hôtellerie-restauration. Les besoins récurrents identifiés dans le cadre du développement des compétences des salariés concernent : l'anglais, l'accueil, la gestion des conflits, et le management pour le personnel encadrant. Par ailleurs, l'évolution de l'environnement numérique d'une organisation va également impacter le plan de développement des compétences d'une partie du personnel (ex : mise en place d'un logiciel de réservation et de comptabilité).

# Les évolutions prévisibles et les projets impactant les emplois, les compétences et les métiers et les besoins d'accompagnement du secteur



## TENDANCES OBSERVEES

1

### UNE DEMANDE CLIENT PLUS DIVERSIFIEE

Au-delà de l'hébergement touristique dit « traditionnel », la clientèle est à la recherche de nouvelles expériences et cette tendance a provoqué l'apparition de logements atypiques (Kaz Insolite aux Makes à Saint-Louis, Bubble dom à Petite île)

2

### LES IMPACTS DE LA DIGITALISATION SUR LE POSTE DE TRAVAIL DES COLLABORATEURS

Être familier à un environnement numérique professionnel est indispensable.

3

### LE DÉVELOPPEMENT DE L'ÉCO-TOURISME ET DU SLOW TOURISME

Cf. Chapitre *Organismes de tourisme*

La dimension écologique est au cœur de l'offre des hébergements du secteur de l'hôtellerie de plein air. Les attentes des touristes, particulièrement sensibles à cette dimension, pourraient amener les hébergements à se positionner en tant que qu'acteurs pilotes sur certains projets de transition écologique (ex : écolabels).

## LES PRIORITES ET ENJEUX CLES A COURT ET MOYEN TERME

### ACCOMPAGNEMENT RH SUITE A LA CRISE COVID



Le principal enjeu de ces structures impactées durement par la crise était le maintien de l'activité. Un accompagnement sur l'identification des dispositifs d'aide à la relance pourrait être intéressant.

## IMPORTANT

Le manque d'entretiens qualitatifs et de réponses à l'enquête sur ce secteur ne nous permet pas d'être exhaustifs ni de présumer de la globalité des besoins.

**Il s'agira sûrement d'avoir une approche individualisée des besoins des acteurs du secteur.**





# ORGANISMES DE TOURISME



[REVENIR AU SOMMAIRE](#)

# ORGANISMES DE TOURISME

A La Réunion



2016

Environ **386 salariés** (INSEE)

2019

**8,3%** des salariés du périmètre sectoriel Afdas à la Réunion en 2019 (vs 2,4% au national)



2016

**15 entreprises**

2019

**2,8%** des adhérents Afdas sur le territoire réunionnais (vs 1,9% au national)

## Principales caractéristiques du secteur

- **Une structuration autour de quelques organismes de tourisme**
  - En 2016, l'INSEE recense 15 entreprises enregistrées dans la branche organisme de tourisme.
  - De 2011 à 2016, alors que l'on passe de 13 à 15 entreprises, le nombre de salariés enregistrés dans ce secteur double.
  - 2/3 des organismes de tourisme font partie des adhérents AFDAS à la Réunion.
- **Un secteur touristique en croissance, frappé de plein fouet par la crise sanitaire**
  - Le tourisme à la Réunion était en pleine expansion avant l'arrivée de la Covid-19 : fermeture temporaire de l'aéroport Roland Garros, arrêt de la croisière, mise en place de motifs impérieux ont contribué à paralyser l'activité. Résultats : des fréquentations et des recettes touristiques divisées par deux.
  - Malgré la relance du tourisme local à partir de juin, accompagnée de la mise en place du dispositif de chèque tourisme « Mon île 974 » financé par la Région, le manque de touristes affectera particulièrement les activités d'hébergement et de location de voitures.
- **Une concentration des activités autour de l'hôtellerie et de la restauration**
  - En 2020, le secteur emploie près de 16 300 salariés, pour autant 57% des entreprises du secteur sont rattachées à la restauration et 9% à l'hébergement.
  - Le poids de l'industrie touristique reste important pour l'île puisque le secteur devance l'agriculture et la pêche mais aussi l'industrie agroalimentaire en terme de valeur ajoutée.



# Caractéristiques des entreprises, de l'emploi, des métiers et compétences actuels

## QUELQUES CARACTERISTIQUES DES EMPLOIS A LA REUNION

54% de CDI

Autant d'hommes que de femmes

56% des salariés ont moins de 40 ans

50% des emplois concernent la CSP employés

## LES METIERS ET COMPETENCES AUJOURD'HUI

- **Information et commercialisation, Accueil** : Des conseillers en séjour bilingues orientent les touristes par le biais d'une plateforme téléphonique (IRT) mais aussi en aéroport et lors de l'accueil croisière (FRT). Au-delà des missions d'information et d'orientation, les conseillers sont également amenés à effectuer des réservations à la demande des clients. De manière générale, ces missions font partie du cœur de métier des Offices de Tourisme.
- **Ingénierie, Développement, Innovation** : Pour ces missions, on retrouve des conseillers techniques chargés d'aménagement et développement écotouristique, de développement de produits (création de package), de développement de la qualité mais aussi des chargés de mission accompagnant les porteurs de projet touristiques (construction, aménagement, formation...)
- **Marketing, Promotion** : Les métiers rencontrés dans ce pôle sont le responsable marketing, le chargé de communication, le chargé de presse, le responsable marketing digital, le social media manager, le chef de projet. Le développement du **marketing digital** devient un axe incontournable dans la stratégie marketing des organismes de tourisme.
- **Formation et professionnalisation des salariés du réseau des Offices de tourisme** : Il s'agit de chargés de missions et conseillers techniques qui accompagneront les différentes structures touristiques dans l'acquisition / le développement des gestes professionnels, la formation aux outils touristiques...
- **Animation réseau, territoire, filière** : On recherche pour ces missions des profils ayant des compétences en pilotage et coordination des actions, organisation d'évènements, gestion des partenaires.

## LES DIFFICULTES LIEES AU RECRUTEMENT

Les organismes de tourisme interrogés ne rencontrent pas forcément les mêmes difficultés à recruter.

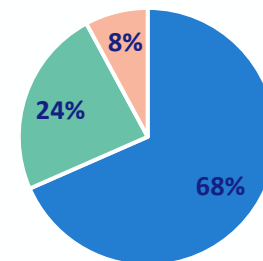
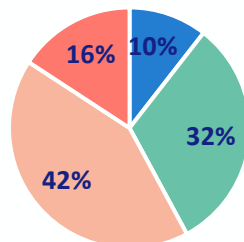
Toutefois, les profils ayant des compétences dans les domaines de la qualité, l'environnement et l'animation de filière restent plus complexes à trouver.

# Les formations suivies par les salariés du secteur en 2019 et les problématiques liées à la formation professionnelle



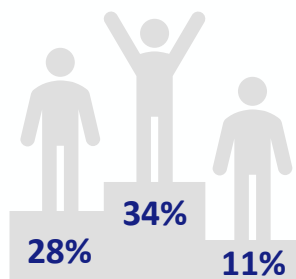
Env. 38 bénéficiaires

- + de 80% des bénéficiaires sont en CDI



## Des actions de formation réalisées essentiellement à la Réunion

### TOP 3 DES THEMATIQUES DE FORMATION



1. Encadrement
2. Prévention risques – secourisme & Sécurité
3. Communication écrite

### Autres formations consommées en 2020 parfois hors circuit Afdas

#### Des actions de formation à destination des managers

« Pendant l'année dernière, déploiement d'un module sur l'accompagnement du manager : accompagnement au changement, boîte à outils, mises en situation ... à l'arrêt à cause du confinement. Depuis, focus sur l'utilisation accrue des outils numérique dont Teams) »

#### Des formations sur le marketing digital...

... ont été organisées par un organisme de tourisme afin de permettre à 3 collaborateurs d'obtenir des certifications dans ce domaine. Une collaboration avec un intervenant HEC a permis à la structure d'acquérir ces compétences et de les développer en interne par le partage d'expériences des bénéficiaires.

# L'offre de formation dans le secteur

## FORMATION INITIALE

### Formation prépa. et non certifiante - Niveau IV

#### Classe de mise à niveau à niveau BTS hôtellerie restauration

LP HOTELIER LA RENAISSANCE

### Niveau I

#### Master mention tourisme : management et ingénierie du tourisme

UR - INSTITUT D'ADMINISTRATION DES ENTREPRISES (IAE)

### Niveau II

#### Licence pro mention métiers du tourisme et des loisirs

CFA UNIVERSITE DE LA REUNION STE CLOTILDE

### Niveau III

#### BTS management en hôtellerie - restauration (1ère année commune)

LP HOTELIER LA RENAISSANCE

#### BTS tourisme

CFA DE L'ENSEIGNEMENT CATHOLIQUE DE LA REUNION

LGT EVARISTE DE PARNY

### Niveau IV

#### Bac pro commercialisation et services en restauration

LP HOTELIER LA RENAISSANCE

#### Bac pro cuisine

LP HOTELIER LA RENAISSANCE

#### Bac techno série sciences et technologies de l'hôtellerie et de la restauration

LP HOTELIER LA RENAISSANCE

#### BP arts de la cuisine

CCI - CFA CENTHOR ST GILLES LES HAUTS

#### BP arts du service et commercialisation en restauration

CCI - CFA CENTHOR ST GILLES LES HAUTS

### Niveau V

#### CAP agent polyvalent de restauration

ANTENNE CENTHOR NORD COULEURS MELANGEES

CCI - CFA CENTHOR ST GILLES LES HAUTS

LP DE SAINT PIERRE (FRANCOIS CESAIRE DE MAHY)

LP LEON DE LEPERVANCHE

LP VICTOR SCHOELCHER

LP VUE BELLE

#### CAP commercialisation et services en hôtel-café-restaurant

CCI - CFA CENTHOR ST GILLES LES HAUTS

LP HOTELIER LA RENAISSANCE

#### CAP cuisine

CCI - CFA CENTHOR ST GILLES LES HAUTS

LP HOTELIER LA RENAISSANCE

#### MC cuisinier en desserts de restaurant

CCI - CFA CENTHOR ST GILLES LES HAUTS

LP HOTELIER LA RENAISSANCE

## APPRENTISSAGE

- 257 places offertes en formation initiale professionnelle par apprentissage
- Les apprentis sont recrutés dans divers métiers : Accueil, Communication, Ressources Humaines, Système d'Information, Comptabilité, Moyens Généraux, Assistant projet... Les retours sur ces contrats sont positifs dans le secteur.

Les professionnels interrogés jugent l'offre de formation actuelle plutôt adaptée aux besoins de leurs secteurs. Toutefois l'offre de formation locale doit **être complétée** : les professionnels se tournent vers l'offre nationale (exemple : marketing digital, animation de filière). Le niveau d'expertise des acteurs nationaux est apprécié, d'autant plus que leur sollicitation permet de bénéficier d'un **regard croisé avec d'autres régions** (*benchmark, retours d'expérience*).

## FORMATION CONTINUE

- Dans le secteur touristique de manière globale, on recense **5768 places offertes** en formation continue de 2017 à 2019, sur des thématiques diverses : accueil tourisme, animation tourisme, bar, billetterie, commercialisation produit touristique, cuisine, hôtellerie, restauration, hygiène sécurité hôtel restaurant, service étage, salle et réception, etc.
- Parmi les actions de formation continue, on retrouve la proposition de **CQP**, qui pourraient permettre aux entreprises de mieux accompagner les salariés vers une professionnalisation mais aussi des demandeurs d'emploi. Par exemple, à l'échelle nationale l'AFDAS propose le financement du CQP chargé de projets e-tourisme mais ce CQP n'est pas proposé dans l'offre de formation régionale.

# Les évolutions prévisibles et les projets impactant les emplois, les compétences et les métiers



## TENDANCES OBSERVEES

1

### LE DÉVELOPPEMENT DE L'ÉCO-TOURISME\* ET DU SLOW TOURISME\*\*

Le Schéma de Développement et d'Aménagement Touristique de la Réunion encadre les activités touristiques sur le territoire et a été défini sous le prisme du tourisme durable, éco-responsable et solidaire. La Région a prévu la mise en place prochaine d'une commission durable. Le plan relance prévoit quant à lui la mise en place d'un fonds tourisme durable (ADEME, Etat, collectivités) pour aider les entreprises à conduire leur transition durable (restauration, hébergement, slow tourisme). Un volet formation sera piloté dans ce cadre.

2

### LA FIDÉLISATION DU CLIENT

Les organismes de tourisme prêtent une attention particulière à la conception de nouveaux produits touristiques pour répondre aux nouvelles attentes, aux nouveaux modes de consommation. Suivant la logique d'attraction, la logique de fidélisation est au cœur des réflexions.

3

### LA DIGITALISATION DES MÉTIERS

La tendance touche l'ensemble des métiers du secteur mais se révèle particulièrement dans le domaine du marketing.

Fin 2020, l'IRT a déployé son nouveau site Internet proposant une expérience voyageur augmentée afin de faciliter le parcours client. Le lancement du site a été accompagnée d'une campagne de communication 360°, avec des supports vidéo, webinaires...



## DYNAMIQUES METIERS

### ACCUEIL, COMMERCIALISATION

- Maîtrise des langues
- Aisance relationnelle
- Développement du back-office : suivi des demandes de renseignement, veille
- Connaissance de l'univers numérique du développement touristique

### MARKETING, INNOVATION

- Développement du marketing digital
- Maîtrise du parcours client
- Développement durable, RSE

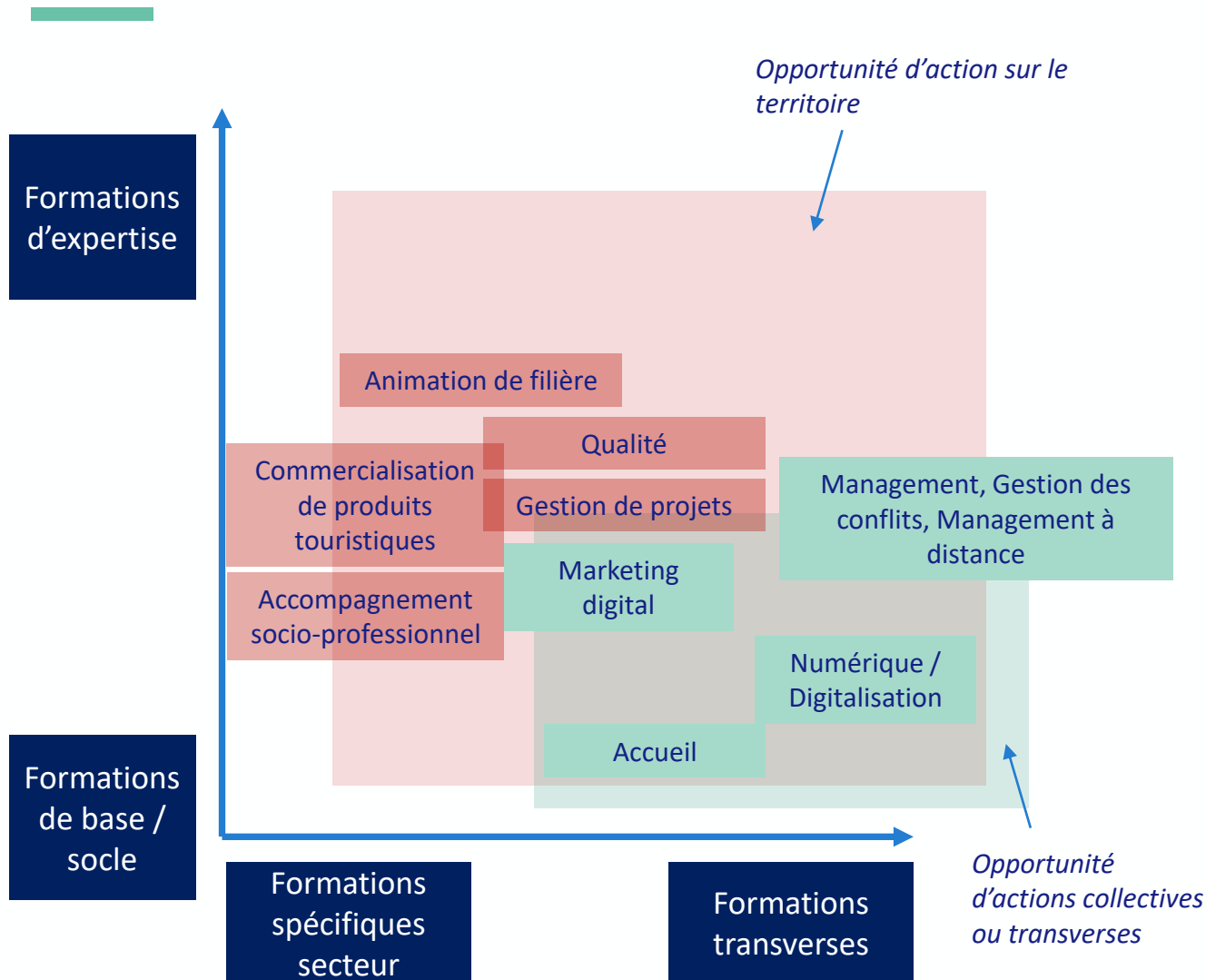
### ANIMATION FILIÈRE

- Pilotage, coordination
- Sensibilisation des professionnels au développement durable et de manière globale à la RSE

\*Tourisme centré sur la découverte de la nature, dans le respect de l'environnement et de la culture locale.

\*\*Priorité donnée à la découverte d'une région, du temps consacré à la découverte, aux expériences culinaires et aux activités organisées chez l'habitant.

# Principaux besoins en formation du secteur



La digitalisation et le marketing digital sont des besoins partagés également d'autres secteurs de l'Afdas, tout comme le management.

La thématique d'accompagnement socio-professionnel citée ci-contre concerne l'apports de connaissances aux conseillers de Offices de tourisme pour qu'ils puissent eux-mêmes accompagner les demandeurs sur des besoins basiques socio-professionnels (ex: comment créer ma structure ? vers quel acteur me tourner ? Récupérer mon numéro SIRET ? etc.)

# Synthèse des besoins d'accompagnement RH et formation du secteur



## Les acteurs clés identifiés :

- IRT
- FRT
- Offices de Tourisme
- Autres organismes de tourisme
- Région (SDATR)

## LES PRIORITES ET ENJEUX CLES A COURT ET MOYEN TERME



### ACCOMPAGNEMENT AU DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES MANAGÉRIALES DANS LES ORGANISMES DE TOURISME ET NOTAMMENT LE MANAGEMENT À DISTANCE

La crise sanitaire est venu renforcer l'utilisation d'outils collaboratifs et le travail à distance est apparu au sein des organisations. Deux axes de travail émergent de ces nouveaux modes de travail :

- l'accompagnement des managers dans le management de leurs équipes à distance

Charte de télétravail et charte de déconnexion sont au cœur des travaux RH.

**D'une façon générale le management des équipes en lien avec des équipes nombreuses et diverses à gérer est un enjeu à adresser.**



### ELARGISSEMENT DE L'OFFRE DE FORMATION

Notamment sur les thématiques « nouvelles » telles que la transition écologique pour accompagner les acteurs du secteur. L'adaptation de leur offre passera par une maîtrise de ces sujets par les équipes.

Comme pour d'autres secteurs, il serait intéressant d'envisager des partenariats avec des acteurs à l'échelle nationale, ce qui permettra notamment de pouvoir bénéficier d'une analyse croisée avec d'autres régions.





# PRESSE ET AGENCES DE PRESSE



[REVENIR AU SOMMAIRE](#)

# Principales caractéristiques du secteur

Le secteur Presse et Agences de Presse relève de **18 conventions collectives sur le plan national**.

## Développement du digital et importance des compétences extérieures

- Le web prend une place grandissante en début de carrière : c'est maintenant le troisième média parmi les diplômés du journalisme, après la presse et l'audiovisuel.
- Les évolutions technologiques font appel à de nouvelles compétences : métiers de l'informatique, du numérique (SEO, référencement), de l'audiovisuel ou du marketing, et à de nouvelles techniques rédactionnelles.

## Difficultés rencontrées dans le secteur

- La presse écrite subit la concurrence des autres médias et a connu des années difficiles avec réductions d'effectifs et restructurations. La baisse des rémunérations pour les collaborateurs pigistes et vacataires ainsi que la précarité qui s'installe les premiers mois de carrière de journalisme mènent à beaucoup de sorties de la profession.

## Impact économique Covid-19

- La pandémie a largement affecté un secteur déjà fragile : elle a réduit les revenus annonceurs et accéléré la digitalisation de l'offre et des métiers.
- Ces difficultés ont aggravé à La Réunion, les problématiques rencontrées par les deux principaux organes de presse écrite qui se retrouvent en situation de Plan de Sauvegarde pour l'Emploi (redressement judiciaire).

Le manque d'entretiens qualitatifs et de réponses à l'enquête sur ce secteur ne nous permet pas d'être exhaustifs ni de présumer de la globalité des besoins. **Il s'agira sûrement d'avoir une approche individualisée des besoins des acteurs du secteur**

# PRESSE ET AGENCES DE PRESSE

A La Réunion



2016

Environ **517 salariés** (INSEE)

2019

**8,5%** des salariés du périmètre sectoriel Afdas à la Réunion en 2019 (vs 10% au national)



2016

**17 entreprises**

2019

**1,9%** des adhérents Afdas sur le territoire réunionnais (vs 2,9% au national)

Sources : BDD AFDAS 2019, INSEE DADS 2016 et entretiens qualitatifs



# Caractéristiques des entreprises, de l'emploi, des métiers et compétences actuels

## QUELQUES CARACTERISTIQUES DES EMPLOIS A LA REUNION

84% de CDI

60% d'hommes et 40%  
de femmes

1 salarié sur deux est rattaché à  
la CSP Cadres et professions  
intellectuelles supérieures

- Particularité du **journaliste-pigiste** : il est employé à titre occasionnel et n'a pas d'obligation temporelle avec son employeur. Il est alors considéré comme journaliste professionnel indépendant (loi Cressard de 1974) et est salarié à la pige.

## LES METIERS ET COMPETENCES AUJOURD'HUI

- Le métier du journalisme presse écrite se diversifie avec **des compétences multimédia recherchées et peu trouvées sur le marché par les recruteurs**. Ils estiment des besoins importants dans les années à venir.
- Les **compétences managériales sont également considérées comme clé et insuffisantes** (accompagnement en cours au sein d'une entreprise pour l'ensemble de ses managers)
- Les **compétences transverses** dont ont besoin les organismes de presse sont : écrire pour le web, techniques pour le son et image, écrire des brèves, référencement.

## LES DIFFICULTES LIEES AU RECRUTEMENT

- Les difficultés de recrutement s'appliquent au **métier de journaliste**. Sont privilégiés des **contrats courts pour les remplacements** (pas de pool de pigistes). Les compétences multimédia attendues sont difficiles à trouver.
- Les recrutements sont qualifiés de plus facile pour les commerciaux que les entreprises considèrent pouvoir former à leur méthode en interne.

# Les formations suivies par les salariés du secteur en 2019 et les problématiques liées à la formation professionnelle



**3** bénéficiaires

- 3 en CDI
- 2 INGENIEUR/CADRE et 1 EMPLOYE



**5** actions de formation

Les besoins en formations récurrentes sont liés à la mise à jour des outils logiciel wordpress, aux techniques de mise en ligne de l'information.

L'offre locale est privilégiée et considérée comme adaptée.

## **FOCUS APPRENTISSAGE**

Avant la pandémie et le PSE, l'apprentissage était utilisé dans le secteur, notamment en community management (filière Infocom).

# L'offre de formation réunionnaise dans le secteur



## Filière InfoCom - Université de La Réunion

Le cursus "Information-Communication" est adossé à un centre de recherche pluridisciplinaire : le Laboratoire de recherche sur les espaces créolophones et francophones (LCF) regroupe des chercheurs en sciences de l'information et de la communication, en sciences du langage et en littérature comparés.

Les diplômés occupent des emplois de journalistes de la presse écrite ou parlée, présentateurs de JT, chargés de communication dans des entreprises ou des collectivités, cadres dans des médias, mais peuvent devenir également producteurs indépendants ou enseignants. Ils peuvent également choisir une carrière dans la recherche ou dans les métiers de la culture.

La filière Infocom à l'**université de La Réunion** débute en L1 et L2 avec des cours d'options. Elle se poursuit au sein d'une licence Info-Com et d'un Master dédiés. Elle se prolonge en thèse et se décline également en deux licences professionnelles : la licence Activités techniques de communication et la licence médiation et gestion de projets culturels.

## Des formations en technique et marketing digitales locales adaptées et opérationnelles

**Pixel OI** : Après une formation socle commun (28 jours pour introduire le digital dans l'entreprise et partir sur de bonnes bases), l'école propose des parcours métiers et des formations ciblées, constitués de modules pragmatiques qui prennent en compte les projets des apprenants. La formation est assurée par des professionnels réunionnais : site internet, marketing web, etc...

**Les retours de entretiens qualitatifs étaient très élogieux pour cette formation.**

**Créalise est une école offrant un cursus en formation initiale et un cursus pour les professionnels.** Elle est adossée au Digital College à Paris et propose une approche opérationnelle learning by doing, via de nombreux projets réalisés par les élèves, complétés souvent par de l'apprentissage. Ces apprentis ont fait l'objet d'excellents retours lors des entretiens qualitatifs



# Les évolutions prévisibles et les projets impactant les emplois, les compétences et les métiers



## TENDANCES OBSERVEES

1

### FRAGILISATION ECONOMIQUE DU SECTEUR ET PRECARISATION

Les métiers du journalisme sont impactés par la révolution numérique, la crise économique, la précarisation rapide, la part grandissante du web.

2

### DIGITALISATION ET TRANSFORMATION NUMERIQUE

Les attentes portent sur de nouvelles techniques d'écriture, de nouveaux modes de scénarisation et de narration basés sur l'image notamment.

De nouveaux métiers liés à l'analyse des données apparaissent permettant de nouveaux canaux de monétisation de l'offre, notamment publicitaire.

3

### NOUVELLES OFFRES

- Pour les annonceurs : espace publicitaire
- Pour les clients lecteurs : offre dématérialisée ou mixée (print et digital)



## DYNAMIQUES METIERS

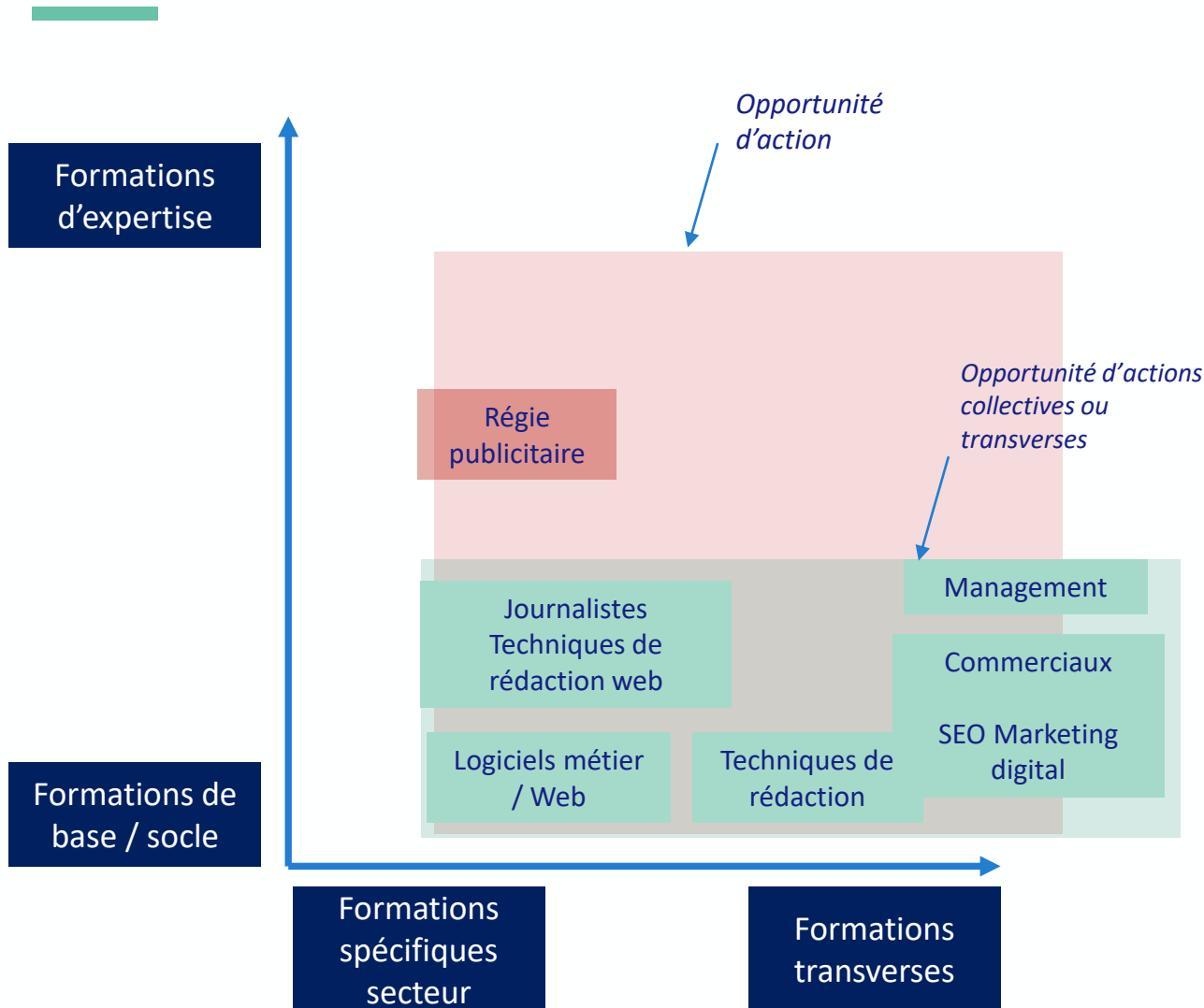
### JOURNALISTES

- Fort besoin en journalistes à compétence multimédia.
- Maîtrise des supports numériques et des techniques de rédaction liées au digital et aux reportages vidéos.

### MARKETING DIGITAL

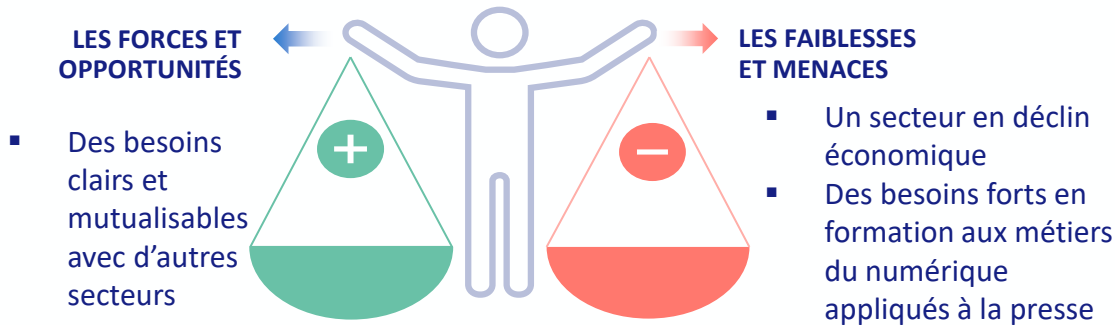
- Compétences en marketing digital – mutualisable avec le secteur de l'édition :
- Community manager, designer graphique, rédacteur web, spécialiste du SEO chargé des relations de presse numériques
- Informatique et design : webdesigner, maquettiste ou développeur, infographistes

# Principaux besoins en formation du secteur



- Des besoins de formation marqués en digital et numérique : techniques de rédaction, vidéos, design, web, régie commerciale.
- Formations génériques à la prise en main des outils numériques (peur de mal faire)
- Fortement mutualisable avec d'autres secteurs comme l'édition par exemple
- Des passerelles de compétences et reconversion à construire pour ce secteur très fortement impacté par la crise sanitaire

# Synthèse des besoins d'accompagnement RH et formation du secteur



## Les acteurs clés identifiés :

- Les structures de La Réunion
- L'AFDAS
- OF : Pixel OI et Créalise

## LES PRIORITES ET ENJEUX CLES A COURT ET MOYEN TERME



### La recherche de mobilités possibles dans un secteur fragile et durement impacté par la crise sanitaire

Il s'agit d'accompagner les salariés ou les journalistes qui souhaiteraient développer leurs compétences afin de faciliter les éventuelles reconversions professionnelles



### Un accompagnement générique aux outils numériques et à la data (des réticences ou peurs à passer de l'écriture papier au numérique), comme au management.

Il s'agit d'accompagner les salariés ou les journalistes à faire évoluer leurs compétences et notamment les élargir dans les domaines du numérique. Les compétences managériales sont également à développer



# PUBLICITE



[REVENIR AU SOMMAIRE](#)

# PUBLICITE

## A La Réunion



2016

Environ **418 salariés** (INSEE)

2019

**6,7%** des salariés du périmètre sectoriel Afdas à la Réunion en 2019 (vs 13,8% au national)



2016

**58 entreprises**

2019

**8,8%** des adhérents Afdas sur le territoire réunionnais (vs 9,5% au national)

Sources : BDD AFDAS 2019, INSEE DADS 2016 et entretiens qualitatifs  
<https://www.metiers-publicite.fr/>

## Principales caractéristiques du secteur

- **Un secteur marqué par une croissance de l'activité ces dernières années**
  - Le secteur compte 4 types d'acteurs majeurs : les agences de communication, les agences média, les régies publicitaires médias et les régies publicitaires extérieures.
  - La branche est composée à majorité de TPE : une tendance confirmée à la Réunion avec un peu plus de 85% des entreprises comptabilisant moins de 20 salariés
  - En 5 ans\*, le nombre d'entreprises du secteur a augmenté de 41% ramenant le nombre de salariés du secteur à la Réunion à 418 personnes.
- **Des réorganisations accélérées par la crise sanitaire**
  - Directement impactés par les réductions des budgets publicité des annonceurs, certaines agences ont connu des baisses de chiffres d'affaires. Les pertes ont été toutefois limitées grâce à une reprise des investissements publicitaires au cours de l'année 2020. Les prévisions pour les 2 prochaines années restent positives selon les professionnels.
  - La crise aura favorisé la mise en œuvre de projets organisationnels / RH : la mise en place de *flex office*, l'installation d'un SI RH pour certains, la restructuration des équipes sur le volet digital pour d'autres.
- **Une identité locale marquée...**
  - **... au niveau des médias utilisés** : En comparaison aux tendances à l'échelle nationale, le print\*\* résiste encore à la Réunion. La TV et la radio restent encore également des médias privilégiés par les annonceurs sur l'île.
  - **... au niveau de la proposition des agences** : Les professionnels recherchent des profils qui ont la connaissance du tissu économique mais aussi de la culture réunionnaise.



# Caractéristiques des entreprises, de l'emploi, des métiers et compétences actuels

## QUELQUES CARACTERISTIQUES DES EMPLOIS A LA REUNION

Plus de 75% de CDI

Autant d'hommes  
que de femmes

Environ 1/3 d'employés, 1/3 de professions  
intermédiaires et 1/3 de cadres et professions  
intellectuelles supérieures

Complétés essentiellement par des CDD  
et / ou des alternants (apprentissage)

## LES METIERS ET COMPETENCES AUJOURD'HUI

- On recense **43 métiers organisés dans 7 familles professionnelles**. Parmi les métiers les plus souvent cités en entretiens, on retrouve notamment :
  - Des postes davantage tournés vers le commerce et le conseil : Directeur de clientèle, Planner stratégique
  - Des profils opérationnels : Chefs de projet ou chefs de publicité
  - Des métiers orientés vers la création : Directeur artistique, Infographiste
  - Des postes tournés vers la Production : Développeur web

La diversité des métiers dépendra également de la taille de l'entreprise. Les entreprises de moins de 10 salariés auront des profils polyvalents pouvant occuper plusieurs « casquettes ».



Commercial et  
conseil



Stratégie, études et  
analyses marché



Marketing de l'offre,  
marketing  
opérationnel



Création



Production



Achat média



Exploitation

Familles professionnelles

## LES DIFFICULTES LIEES AU RECRUTEMENT

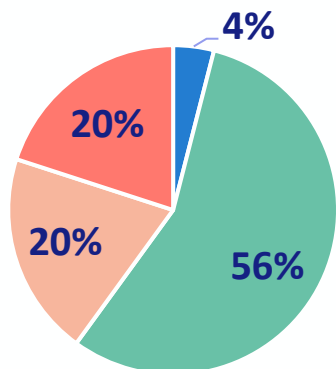
- A la recherche de profils avec une forte expérience** : Les entreprises interrogées se rejoignent autour d'un même constat : elles recueillent de nombreuses candidatures sur des postes de chefs de projet/de publicité mais elles notent un manque d'expérience des profils présentés. En effet, elles recherchent chez un chef de projet une polyvalence et une agilité leur permettant de piloter des prestations auprès de plusieurs clients en simultané et de s'adapter à diverses problématiques. Des profils en « deuxième partie de carrière » (avec une entame de carrière en France métropolitaine et un souhait de (re)venir à la Réunion) pourraient répondre à ces besoins de profils expérimentés.

# Les formations suivies par les salariés du secteur en 2019 et les problématiques liées à la formation professionnelle

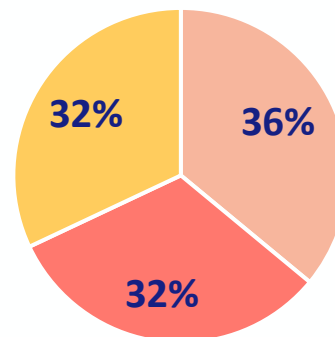


**25** bénéficiaires

- 24 en CDI
- 1 en CDD



- Moins de 26 ans
- 26 à 35 ans
- 36 à 45 ans
- 46 à 55 ans
- 56 à 65 ans
- 66 ans et plus

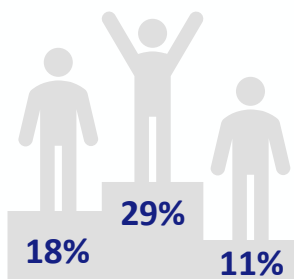


- JOURNALISTE
- OUVRIER
- EMPLOYE
- TECHNICIEN, AGENT DE MAÎTRISE
- INGENIEUR, CADRE



**40** actions de formation dont **30** à la Réunion

## TOP 3 DES THEMATIQUES DE FORMATION



1. Management d'entreprise
2. Communication d'entreprise (9%) & Communication interpersonnelles (9%)
3. Gestion commerciale

**10%** des actions de formation concernent des formations métiers spécifiques au secteur

INTITULES DE FORMATIONS SPECIFIQUES METIER	ORGANISMES DE FORMATION CONCERNES
LOGICIELS SPECIFIQUES A LA PUBLICITE-COM : <i>MEDIA PILOT</i>	CREATIVE SYSTEMS ENGINEERING
STRATEGIE DE COMMUNICATION PUBLICITE <i>RESPONSABLE COMM ET PUBLICITE COMM MARKETING DE LUXE RNCP NIV 2</i>	SUP DE PUB
LOGICIELS SPECIFIQUES A LA PUBLICITE-COM : <i>INITIATION NOUVEL UTILISATEUR</i>	BILLJOBS



# L'offre de formation dans le secteur

## FORMATION INITIALE

	<b>BAC+3 (alternance possible)</b>
	Bachelor Chef de projet digital
	Bachelor Chef de projet digital - Spécialisation Motion Design
	Bachelor Chef de projet digital - Spécialisation UX Design
	<b>BAC+3 et BAC+5</b>
	Bachelor 1ère et 2ème année
	Bachelor 3ème année, Marketing Digital, Social Media
	Master en webmarketing et social media
	Master communication digitale et e-influence
	Master en start-up management et E-commerce
	<b>BAC+3 à BAC+5</b>
	Titre de Manager de la communication et stratégie digitale - Une formation en webmanagement, marketing digital et médias sociaux de niveau bac+5 pour les titulaires d'un bac+4.
	Une formation responsable de communication et de publicité, option Marketing Digital et E-Commerce pour les titulaires d'un bac+3
	Une formation concepteur en création visuelle, Option Marketing Digital et médias sociaux pour les titulaires d'un bac +2

## APPRENTISSAGE

- L'alternance permet de faire découvrir l'entreprise et de compléter une formation en centre que les alternants pourraient juger trop théorique. Elle permet d'ailleurs une meilleure professionnalisation des jeunes, qui « découvrent le quotidien » d'une agence de publicité.
- Les alternants recrutés occupent des postes de Chef de projet numérique/digital, Community manager, Développeur, Infographiste.
- Il est intéressant de noter que les entreprises s'appuient ainsi sur ces profils « jeunes » (génération Z) pour des compétences « nouvelles », souvent liées à la digitalisation.

## FORMATION CONTINUE

- Les actions de formation continue semblent manquer à l'échelle locale (d'où une consommation d'actions de formation spécifiques en Métropole – cf page précédente).
- Les entreprises trouvent que l'offre de formation locale est trop peu adaptée à leurs besoins spécifiques, notamment d'expertise.
- Elles s'estiment également insuffisamment informées de l'offre de formation

# Les évolutions prévisibles et les projets impactant les emplois, les compétences et les métiers



## TENDANCES OBSERVEES

1

### UN GLISSEMENT DE PLUS EN PLUS MARQUÉ VERS LE DIGITAL DEMANDANT AINSI UNE MAITRISE DU MULTI-CANAL

Au cours des dernières années, le média web est venu s'ajouter aux médias traditionnels utilisés par les annonceurs. Les entreprises sont de plus en plus à la recherche de profils spécialisés dans le web et le digital de manière plus globale : « les graphistes de formation classique (PRINT) disparaîtront au profit des infographistes multimédia (WEB) ». La dématérialisation des processus, la digitalisation des échanges et donc l'utilisation d'outils collaboratifs favorisée par des modes de travail hybrides (présentiel et distanciel) viennent renforcer les besoins exprimés.

2

### DES RAPPORTS DE FORCE REVUS AVEC L'ÉMERGENCE DE NOUVELLES OFFRES

Les acteurs traditionnels sont dorénavant menacés par des cabinets de conseil se positionnant sur des segments de communication ou marketing digital, et offrant une offre plus spécialisée.

En parallèle, l'utilisation croissante des réseaux sociaux comme vecteur de publicité a amené des changements de modèle. En effet, côté client, certains vont chercher à développer en interne des compétences de community management, venant ainsi menacer des prestations offertes par les acteurs de la publicité.

3

### UN CHANGEMENT DE PERSPECTIVE DE LA PART DES CONSOMMATEURS

La multiplication des canaux de publicité amènent un sentiment de saturation chez les consommateurs. On constate une utilisation plus poussée des dispositifs de blocage (digital mais aussi print – « Stop Pub »). Cela amène donc une nouvelle dimension dans la réflexion des agences de publicité qui doivent considérer cette menace.



## DYNAMIQUES METIERS

**CHEF DE PROJET / CHEF DE PUBLICITE**

- Polyvalence et agilité
- Besoin d'accompagnement dans la digitalisation, l'usage du social media
- Compréhension du parcours client, depuis l'analyse des données CRM de l'annonceur (> vers le développement d'une offre 360)
- Connaissance du marché local, les principaux acteurs, du tissu économique
- Culture pub

**DIRECTION CLIENTELE**

- Accompagnement dans le développement de relation commerciale mais aussi du management des équipes

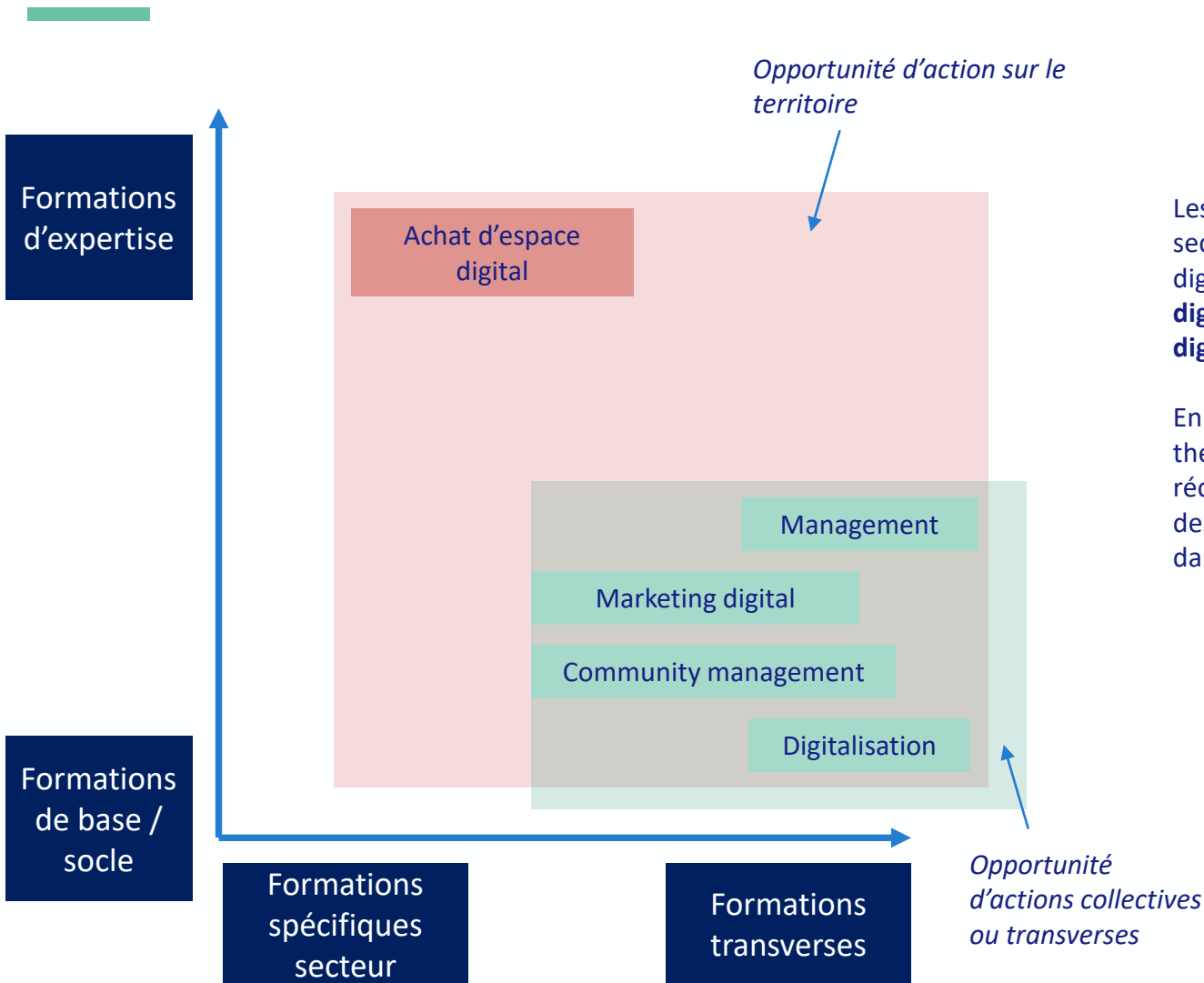
**GRAPHISTES**

- Remplacés au fur et à mesure par des infographistes multimédia, des webdesigners

**TRADER MEDIA**

- Achat espace numérique : connaissance des outils, des technologies de la publicité en ligne, connaissance des data et du dataplanning

# Principaux besoins en formation du secteur



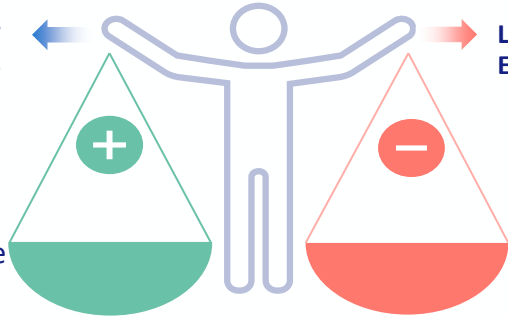
Les besoins en formation du secteur convergent autour de la digitalisation/du marketing **digital** et de l'**achat d'espace digital**.

En parallèle à ces besoins, la thématique du management est récurrente afin d'accompagner des profils plus « **techniques** » dans l'encadrement des équipes.

# Synthèse des besoins d'accompagnement RH et formation du secteur

## LES FORCES ET OPPORTUNITÉS

- Un secteur plutôt stable malgré la crise sanitaire
- Des besoins partagés par les acteurs



## LES FAIBLESSES ET MENACES

- Des difficultés de recrutement pour des profils expérimentés
- Une offre de formation locale moins développée

## Les acteurs clés identifiés :

- Les structures de La Réunion
- L'AFDAS
- L'AACC

## LES PRIORITES ET ENJEUX CLES A COURT ET MOYEN TERME



### AMELIORATION ET VISIBILITE DE L'OFFRE DE FORMATION

Identifier une offre de formation spécifique aux métiers de la publicité, y compris à l'échelle nationale en proposant des passerelles, davantage possible avec le développement du distanciel



### DEVELOPPEMENT DE LA FORMATION CONTINUE

Etudier les opportunités d'avoir des formations d'expertise et explorer des pistes de mutualisation entre les acteurs du secteur



### ACCOMPAGNEMENT DANS L'IDENTIFICATION DES LEVIERS RH

Certaines structures ne disposant pas de service RH dédié il est nécessaire d'accompagner les équipes dans la compréhension et l'identification des leviers RH pertinents dans le cadre de développement des compétences et de l'emploi.

*Une des structures a d'ailleurs participé à un webinar de l'Afdas lui permettant de découvrir l'offre Appui conseil.*



# SPECTACLE VIVANT



[REVENIR AU SOMMAIRE](#)

# SPECTACLE VIVANT

## A La Réunion



2018

Environ 370 salariés

2019

7,5% des salariés du périmètre sectoriel Afdas à la Réunion en 2019 (vs 7% au national)  
*A cela s'ajoutent les intermittents du spectacle*



2016

55 structures

2019

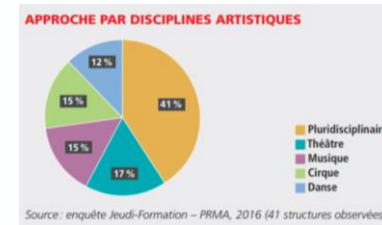
26% des adhérents Afdas sur le territoire réunionnais (vs 28,5% au national)

Sources : BDD AFDAS 2019, DIECCTE 2018, lettre de l'OREF n°41 et entretiens qualitatifs, INSEE DADS 2016

# Principales caractéristiques du secteur

- Le secteur du spectacle vivant est rattaché à 3 CCN : CCN pour les entreprises artistiques et culturelles (SYNDEAC), CCN des entreprises techniques au service de la création et de l'événement et la CCN des entreprises du secteur privé du spectacle vivant.
- Des structures au profil varié du fait de leur activité, statut, modèle économique (et disciplines artistiques)
  - Le modèle associatif domine (3/4 des structures) ainsi que les TPE (85% ont moins de 10 salariés);
  - La majorité des professionnels ont le statut de salarié (CDI, CDD ou CDDU) mais le secteur emploie également des intermittents du spectacle et des artistes auteurs. Des bénévoles sont aussi présents dans le secteur associatif. Enfin, le secteur public est également employeur de certains professionnels.
  - En 2016, ce sont 211 structures qui ont été recensées sur les 3 branches du secteur, regroupant presque 550 salariés en 2016 et 360 en 2018.

- Le secteur est en cours de structuration avec la signature d'un accord-cadre (2018-2022) qui a notamment débouché sur la mise en place d'un Observatoire Participatif et Partagé en décembre 2020 devant déboucher sur une collecte de données approfondies sur le long terme.



- Un secteur structurellement soutenu par des financements publics qui sont cependant variables selon les acteurs (71% en moyenne pour les lieux de diffusion, 38% pour les compagnies).
- Le secteur a été très impacté par la crise sanitaire :
  - La fermeture des lieux de diffusion (théâtres, salles de concert...) a impacté toute la chaîne du spectacle vivant. La crise a entraîné une baisse de l'activité, des pertes financières, des baisses d'effectifs salariés et des impacts psychologiques importants.
  - Certaines reconversions de la part en particulier d'ouvriers techniques/manutentionnaires ont pu être constatées pendant ou suite au confinement et aux aléas de la politique sanitaire.
  - Plus que jamais, les métiers évoluent en lien avec la révolution numérique et le multimédia (impactant la création et la diffusion des œuvres en particulier).



# Caractéristiques des structures, de l'emploi, des métiers et compétences actuels

## QUELQUES CARACTERISTIQUES DES EMPLOIS A LA REUNION

Salariés du privé :  
359 en 2018

Chute des effectifs :  
-50% entre 2014 et 2018  
notamment dans les métiers  
de gestion de salles de  
spectacle qui représentaient  
presque la moitié des emplois

Environ 400 intermittents  
spécifiquement dans le  
secteur

Sur les 654 intermittents inscrits  
à Pôle Emploi (avril 2021),  
environ 400 echerchent  
spécifiquement dans les métiers  
du S.V (exclusivement ou  
partiellement)

Moyenne d'âge de 45 ans  
(effectif salarié)

CDI majoritaire dans les structures de  
diffusion vs CDD et CDDU dans les  
compagnies

SECTEURS D'ACTIVITÉS (PAR CODES NAF)	NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS
<b>« Activités créatives, artistiques et de spectacle » (90.0)</b>	<b>211 (100 %)</b>
« Arts du spectacle vivant » (90.01Z)	151 établissements (72 %)
« Activités de soutien au spectacle vivant » (90.02Z)	51 établissements (24 %)
« Gestion de salles de spectacle » (90.04Z)	9 établissements (4 %)

Source : Insee, Sirene, traitement Carif-Oref Réunion.

## LES METIERS ET COMPETENCES AUJOURD'HUI

**Plus de 200 métiers classés en 3 domaines d'activités : activités artistiques, techniques et administratives dans des filières diverses**

- Métiers artistiques (tels que musique et chant, danse, art dramatique, art chorégraphique...)
- Métiers techniques (en lien avec la mise en scène, machinerie, lumière, son, vidéo, direction techniques, décors, accessoires, effets spéciaux, costume, maquillage...)
- Métiers administratifs (tels que la Direction d'entreprise, la production et la diffusion, la commercialisation et billetterie, l'action culturelle et les relations avec le public, l'accueil, l'administration générale).

**Compétences recherchées par le secteur à La Réunion :**

- Des besoins de compétences en matière de management et encadrement : lacunes en formation RH, juridique, pilotage budgétaire, en lien avec des structures de petites tailles (où la polyvalence sur les métiers administratifs est requise). Sont identifiés notamment 4 domaines « déficitaires » : direction, administration, direction/ régie technique/direction artistique et fonction employeur et managériale (manque d'outils de structuration).
- **La transition numérique nécessite le développement de compétences nouvelles** : communication, marketing en ligne, médiation culturelle, ou encore de techniques scéniques (nouvelles technologies du son, de la musique (Musique Assistée par Ordinateur, design sonore, etc.) et de la vidéo (interface graphique 2D ou 3D numérique, etc.)

## DES ACTIONS EN COURS

# Les formations suivies par les salariés du secteur en 2019 et les problématiques liées à la formation professionnelle



**89** bénéficiaires

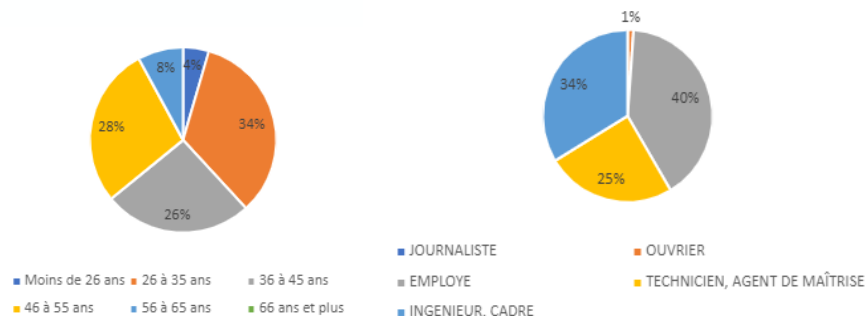
- 68 en CDI
- 21 en CDD
- 41 Femmes/48 Hommes

**62** bénéficiaires Intermittents

- 18 artistes interprètes
- 28 techniciens du spectacle vivant
- 6 musiciens

*Notons que 57% des salariés formés appartiennent à 4 structures seulement (KABARDOCK, CDNOI, TERRITO'ARTS, TEAT REUNION)*

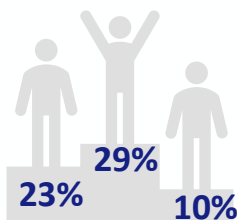
Répartition des salariés formés en 2019 par âge et CSP



**188** actions de formation pour 112 salariés permanents et 76 intermittents du spectacle.

**87%** de ces actions ont été réalisées à la Réunion.

## TOP 3 DES THEMATIQUES DE FORMATION



1. Administration culturelle
2. Sécurité et secourisme
3. Direction d'entreprise

## LES FORMATIONS SPECIFIQUES METIERS

Une vingtaine de salariés ou directeurs ont été formés sur un logiciel spécifique de gestion de spectacle et de programmation HEEDS.

A cette exception près, les thématiques des formations « métiers » suivies sont très diverses (artiste auprès des tout petit, droit du spectacle vivant, régie générale d'un évènement...) et ont été suivies par des volumes moyens de 1 à 2 personnes.

A noter que les thématiques de formations à des compétences transverses sont nombreuses (langues, efficacité personnelle, bureautique...)

## PRINCIPAUX OF ET DOMAINES DE FORMATION

**JEUDI FORMATION**  
(formations métiers et transverses)

**HEEDS LYON**  
(logiciel HEEDS)

**A à Z formation**  
(sécurité)

A noter que les  $\frac{3}{4}$  des répondants à l'enquête ISODOM (soit 9 participants sur 12) ont répondu que globalement, l'offre de formation répondait à leur besoin sur le territoire. Les entretiens ont également mis en exergue des outils de financement inadéquats à la taille des cohortes locales et parfois, la difficulté de former en lien avec le coût des formations

# L'offre de formation dans le secteur

## FORMATION INITIALE

Le répertoire des formations de la CPNEFSV fait état de presque 300 formations initiale dont aucune n'est dispensée à La Réunion.

- Cependant, il existe une offre variée de découverte des arts du spectacle et de la création au travers des options proposées dans le cadre du Baccalauréat général ou de certains Bac professionnels (qui peuvent donner « envie » de se perfectionner par la suite par exemple.
- La Direction des Affaires Culturelles de La Réunion (DAC) indique que le **diplôme d'Etat de professeur de danse** est en cours de mise en place sur le territoire.
- Un **BPJEPS option cirque** a été mis en place mais il a été difficile de trouver des candidats prêts à s'engager dans la durée. Ceci pourrait être reconduit tout en mesurant la difficulté de mise en place
- Concernant les domaines couverts par le spectacle vivant, les formations hors du territoire peuvent être bénéfiques aux apprenants en leur donnant une ouverture plus importante au niveau du territoire national et en se confrontant à des visions différentes des pratiques et des disciplines que sur le territoire Réunionnais. La principale difficulté alors concerne le financement des formations et de « la vie en métropole », ce qui pourrait limiter certains candidats pourtant initialement motivés.

## FORMATION CONTINUE

Une offre de formation continue centrée sur le théâtre, le cirque et l'offre diversifiée, voire personnalisée de Jeudi Formation.

Cet organisme adapte les formations au besoin des acteurs du territoire sur des petites cohortes.

Diplôme d'Etudes Théâtrales (DET) - niveau 4	CONSERVATOIRE RAYONNEMENT RÉGIONAL
ABPJEPS - niveau 4 (bac)	AP Run formation
Atelier de formation dans le domaine du cirque	LE CIRQUE DES CIRQUES
Formations spécifiques aux métiers du spectacle vivant	JEUDI FORMATION (offre diversifiée et complète sur un grand nombre de domaines)

- La branche propose le CQP Accrocheur - rigger, le CQP d'Electricien et le CCP gestion sonore

## ZOOM SUR L'APPRENTISSAGE

- Pas de retours spécifiques sur l'apprentissage sur ce secteur qui pourrait être moins intéressé par ces dispositifs étant donné la taille des structures avec un frein à l'embauche en période de crise sanitaire

# Les évolutions prévisibles et les projets impactant les emplois, les compétences et les métiers



## TENDANCES OBSERVEES



## DYNAMIQUES METIERS

1

### LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

Le numérique a modifié la gestion des salles de spectacle, la distribution des œuvres et les compétences nécessaires (vidéos, protection des droits...). Elle permet de toucher un public plus large, mais pose très clairement la question de sa monétisation. Le numérique impacte également la promotion digitale des artistes et les activités de création (d'autant plus dans le contexte de la crise sanitaire). Il s'agit également pour La Réunion, d'une opportunité supplémentaire d'ouverture que ce soit dans la zone O.I ou vers la métropole.

Ce facteur technique d'évolution touche aussi bien la diffusion de contenu que la création et les domaines techniques

2

### CRISE SANITAIRE : FRAGILISATION DU SECTEUR

Le secteur a été fortement frappé par la crise sanitaire. L'arrêt total de l'activité a engendré une dégradation de la situation financière de la majorité des structures et professionnels du secteur avec une baisse des subventions, en particulier privées. De nombreux acteurs craignent pour leur pérennité. **Les impacts psychologiques ne sont pas à négliger non plus ainsi que les impacts sur la fuite de certains talents vers d'autres secteurs (sachant que les professionnels exercent déjà plusieurs métiers).** A noter toutefois que la crise sanitaire a permis toutefois de dynamiser et diffuser les artistes locaux. La crise sanitaire a également permis l'émergence de deux nouvelles représentations syndicales dans le secteur qui bouleversent quelque peu le paysage connu. Ces structures sont porteuses d'opportunité pour une représentation plus diversifiée mais également de certains « risques » de ralentissement des actions engagées pour le secteur.

3

### VERS UNE « CULTURE PLUS VERTE » ET COOPERATIVE

Le secteur est sensible à la transition écologique à plusieurs niveaux. Il s'agit notamment d'intégrer à la diffusion des spectacles un usage vertueux des équipements, transports, transactions monétaires (cashless...). Des actions de mutualisation de matériel par exemple sont également envisagées dans ce cadre.

*A noter que d'autres facteurs sont à l'œuvre dans ce secteur dynamique et en mouvement (facteurs sociétaux sur les nouvelles façons de « consommer » le spectacle, facteurs législatifs et conventionnels, facteurs réglementaires ou liés à la formation...). Ces facteurs plus généralistes concernent également le secteur Réunionnais (<https://www.cpnfsv.org/guides-metiers/evolutions>)*

METIERS EN EMERGENCE :  
LE DIGITAL

- Les métiers en émergence sont :
- **Les métiers liés au digital :** captation et diffusion, billetterie, présence sur les réseaux sociaux, logiciels de gestion d'entreprise
  - **Mutation des métiers de conquête du public /relations publiques, commerciales et médiation culturelle (via le digital)**

Métiers de la  
technique /  
artistes

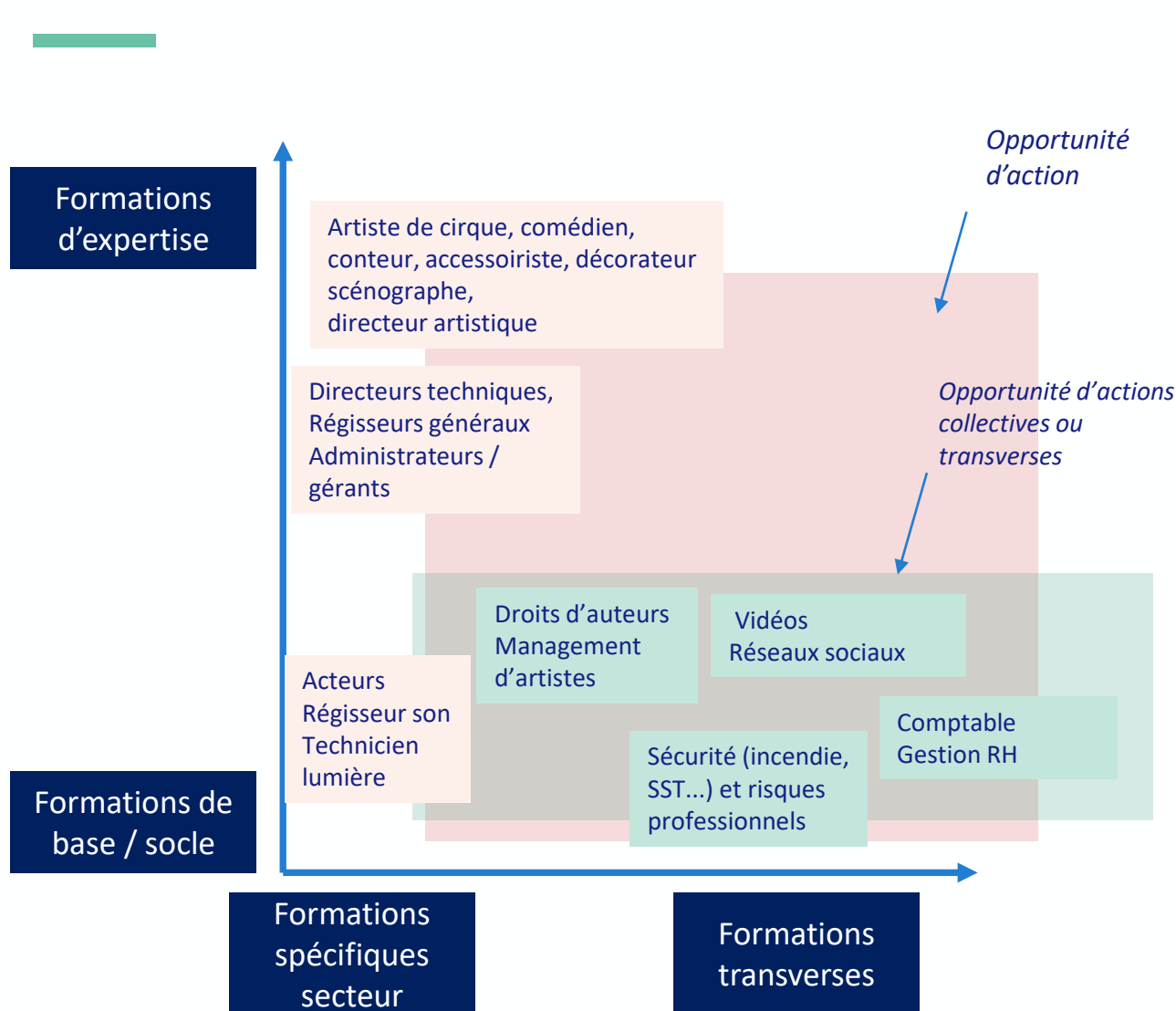
- Introduction de la digitalisation dans les métiers (création, diffusion, promotion de l'oeuvre)...
- Compétences à développer

METIERS EN FORTE DEMANDE  
ET TENSION  
ADMINISTRATION ET GESTION

- **Les métiers de management**
- Administrateurs et pilotes de structure (très peu formés)
- Direction technique
- Régie générale
- Direction artistique

**Les profils de directeur délégué (théâtre) sont quasiment absents du territoire, nécessitant des recrutements externes.**

# Principaux besoins en formation du secteur



Les besoins en formation portent aujourd'hui sur la **partie haute des organigrammes pour lesquels les acteurs indiquent avoir des difficultés à trouver des formations locales** :

- Pilotage, administrateurs
- Direction artistique et technique

D'autres besoins importants concernent les métiers **techniques** et la communication avec un niveau d'expertise à élever (plus de perfectionnement).

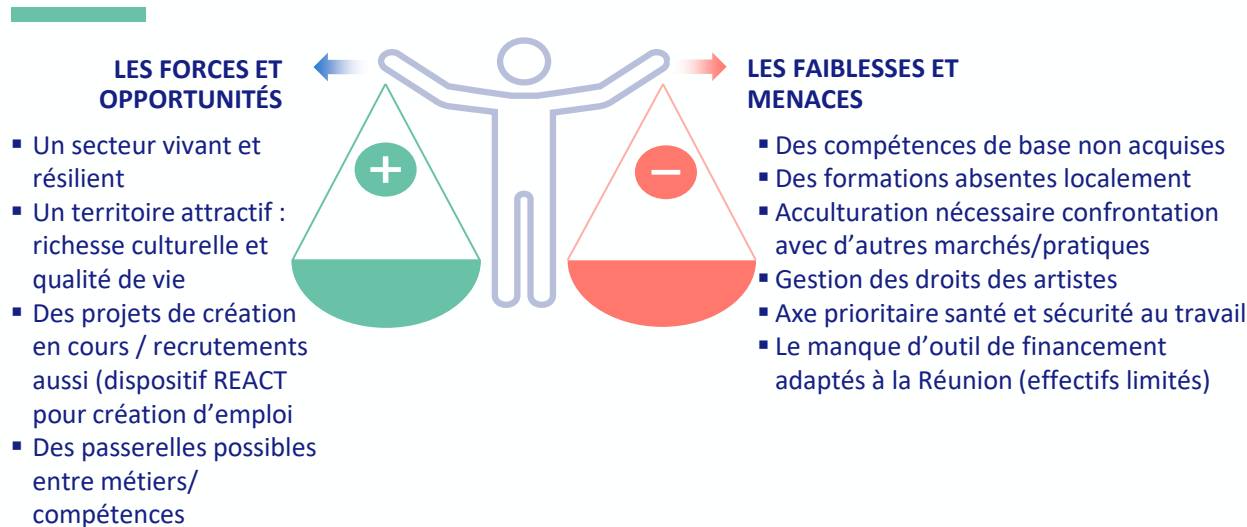
Les besoins sont aussi importants concernant la prévention des risques professionnels et les métiers relatifs à la sécurité.

La méconnaissance par les artistes et intermittents de leurs droits est également un enjeu important à adresser sur le territoire



*Il semble difficile pour les structures de quantifier leurs besoins en formation. Elles se heurtent également à certaines difficultés liées au financement des formations (certaines demandent un minimum de participants)*

# Synthèse des besoins d'accompagnement RH et formation du secteur



## Les acteurs clés identifiés :

- ❑ Institutions de La Réunion signataires de l'accord cadre
- ❑ L'AFDAS
- ❑ KOLET
- ❑ OF Réunion : Jeudi Formation
- ❑ Syndeac (Syndicat national des entreprises artistiques et culturelles)
- ❑ L'association réunionnaise des arts du cirque (ARAC)
- ❑ L'association professionnelles des responsables techniques du spectacle vivant (REDITEC)
- ❑ Le Collectif Théâtre
- ❑ La fédération des lieux de spectacle vivant de La Réunion (FEDE)
- ❑ La Plateforme Réunion Danse, le Pôle régional des Musiques Actuelles (PRMA)
- ❑ Le Mouvement Actif Information des Administrateurs Zélés (MAIAZ)

## LES PRIORITES ET ENJEUX CLES A COURT ET MOYEN TERME



### ACCOMPAGNER LES STRUCTURES FRAGILISÉES DANS LE CONTEXTE SANITAIRE ACTUEL, ET NOTAMMENT :

- Faciliter les mutualisations de moyens et de ressources (et de formations)
  - Contribuer au transfert des compétences (salariés âgés vers les plus jeunes, formations internes, AFEST...)
  - Contribuer à développer l'ouverture du secteur via la formation professionnelle (échanger, se confronter à d'autres pratiques...)
  - Accompagner le besoin de professionnalisation croissant des métiers (du « couteau suisse » à l'expertise) pour s'adapter aux besoins des marchés
- Tenir compte des caractéristiques et du contexte du secteur : rémunérations inférieures parfois au marché, recours à des emplois aidés rendant la pérennisation des compétences complexe.*



### PERMETTRE AUX INTERMITTENT DE MIEUX CONNAITRE ET FAIRE CONNAÎTRE LES DROITS :

- À la formation : aux acteurs du spectacle vivants : intermittents, non salariés via de l'information, de la sensibilisation et des dispositifs adaptés
- A la protection de la création artistique et des droits d'auteurs : source de revenu importante et souvent mal protégée car mal connue à La Réunion





# SPORT



[REVENIR AU SOMMAIRE](#)

# SPORT

## A La Réunion



2016

Environ **1008 salariés** (INSEE)

2019

**10,9%** des salariés du périmètre sectoriel Afdas à la Réunion en 2019 (vs 13,9% au national)



2016

**258 structures** *Plus de 1500 associations identifiées (DRAJES)*

2019

**29%** des adhérents Afdas sur le territoire réunionnais (vs 28,3% au national)

Sources : BDD AFDAS 2019, INSEE DADS 2016, Etude COVID secteur Sport - DRAJES

# Principales caractéristiques du secteur

- **Un secteur particulièrement fragilisé par la crise sanitaire qui doit relever de nouveaux défis**
  - Le milieu du sport a été fortement impacté par la situation sanitaire. Le contexte amène nombre d'acteurs à s'interroger sur la pérennité de leurs structures et des emplois qui y sont attachés. Une évaluation globale des impacts de la crise COVID-19 sur les acteurs du sport (qu'ils relèvent du mouvement sportif associatif ou de la filière marchande) a été réalisée à la demande de la Délégation Régionale Académique, à la Jeunesse, à l'Engagement et aux Sports (DRAJES) en fin d'année 2020. Cette étude a mis en évidence que depuis mars 2020 :
    - 81% des associations ont enregistré une baisse de leurs ressources et 33% ont rencontré des difficultés de trésorerie
    - Pour autant : la COVID-19 réaffirme la place de l'activité physique dans le quotidien des sportifs et son rôle dans la préservation de la santé. La situation actuelle conduit à repenser la **manière de concevoir les futurs projets et politiques du sport réunionnais en lien avec les mutations des pratiques sportives à l'œuvre depuis plusieurs années** (pratique libre, sport en entreprise, sport santé...)
    - Il est à noter que le secteur du sport bénéficie d'un fort soutien de la part des pouvoirs publics (Région, DRAJES) avec notamment des aides à l'emploi.
- **Un secteur très majoritairement associatif pour lequel la « crise » sanitaire a fait apparaître des besoins à satisfaire nécessaires pour se renouveler et « redémarrer »**
  - Si le secteur « marchand » a pu, semble-t-il, souvent faire évoluer son modèle (offre en ligne, diversification...), le secteur associatif a fait remonter plusieurs besoins (formation des dirigeants, accompagnement sur des outils de **gestion administratives et numériques notamment**).



# Caractéristiques des structures, de l'emploi, des métiers et compétences actuels

## QUELQUES CARACTERISTIQUES DES EMPLOIS A LA REUNION

Un secteur marqué par des emplois jeunes et une certaine instabilité

45% de CDI

Complétés par des CDD et des contrats souvent de type PEC (contrats « aidés »)

66% d'emplois masculins

Vs 64% en moyenne au niveau national

47% des salariés ont moins de 30 ans

42 sportifs de haut niveau  
(dont 27 de plus de 18 ans)

Parmi les disciplines représentées, notons le surf (12 sportifs), l'escalade (4), la pelote basque (2) et la lutte (2)

## LES METIERS ET COMPETENCES AUJOURD'HUI

Les métiers présents dans le domaine du sport sont les métiers d'éducateurs sportif en majorité (41%) et d'animateurs socioculturels et de loisirs (5%) ainsi que des emplois de type administratifs. Pour autant, les emplois sont diversifiés et les métiers dépendent des types de structure.

- Les clubs sportifs emploient peu de salariés en dehors des entraîneurs (moniteurs-éducateurs sportifs diplômés dans la discipline);
- Les fédérations et les comités (qui sont évalués à 50 dans la pratique olympique et nationale à La Réunion d'après le CROS), se trouvent davantage de salariés (en général moins de 10) occupant des métiers :
  - **D'éducateurs sportifs** et de conseillers ou cadres techniques (mis à disposition par les fédérations nationales ou employés localement comme responsables techniques);
  - Des emplois administratifs (accueil, secrétariat, comptabilité, etc);
- Les structures privées (dont les salles de sport), font souvent appel à des coachs sportifs ou moniteurs indépendants et ont des salariés sur des postes administratifs.

### EFFECTIFS ET LICENCIES DE CERTAINES FEDERATION / COMITES



**23 salariés**  
30 000 licenciés en 2021 (env.)



**8 salariés**  
818 licenciés en 2021 (env.)



**2 salariés**  
800 licenciés en 2021 (env.)



**2 salariés**  
1 600 licenciés en 2021 (env.)



**2 salariés**  
300 licenciés en 2021 (env.) – baisse de 60% des licenciés suite à la crise sanitaire

## LES DIFFICULTES LIEES AU RECRUTEMENT

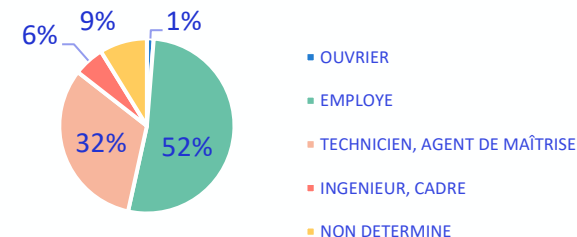
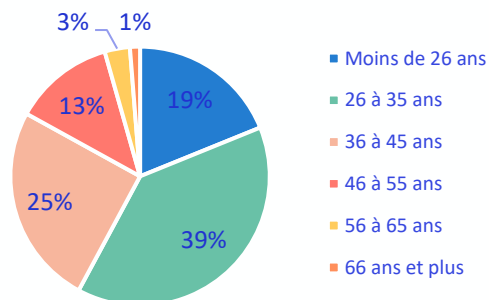
- La crise sanitaire a fait reculer l'activité des professionnels et s'est traduite par un recul du nombre d'adhérents et des ressources financières. La crainte de l'arrêt des aides liées au COVID fait craindre pour l'emploi et les recrutements à venir. Dans le secteur marchand, les structures indiquent également que les adhérents – au sein des associations sportives - se sont détournés vers une activité physique différente (plus libre, à distance...)
- Environ 40% (selon notre enquête), estiment avoir des difficultés à recruter essentiellement en raison de l'inadéquation des compétences métiers ou comportementales. Par exemple, un métier en tension pourrait être l'animation de cours d'aquafitness en milieu hôtelier (adaptation besoins clientèle touristique)
- Cependant, en se projetant dans les 3 prochaines années, ils sont plus de la moitié à estimer recruter pour développer l'activité
- Un organisme comme GESARUN permet de la mise à disposition de personnel dans le secteur du sport et des loisirs et peut notamment permettre d'employer des professionnels en partage avec d'autres structures.

# Les formations suivies par les salariés du secteur en 2019 et les problématiques liées à la formation professionnelle



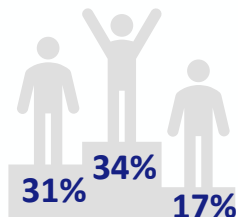
**159** bénéficiaires

- 104 en CDI
- 44 en CDD
- 9 en contrats « aidés »



**233** actions de formation dont **155 (73%)** à la Réunion

## TOP 3 DES THEMATIQUES DE FORMATION



1. Sécurité et secourisme
2. **Activités sportives (pratique, entraînement) – FORMATIONS SPECIFIQUES SECTEUR**
3. Direction d'entreprise, finances, RH (tous niveaux), comptabilité

## INTITULES DE FORMATIONS SPECIFIQUES METIER (OF)

CQP ANIMATEUR DE LOISIR SPORTIF (UFOLEP)  
 ENTRAINEUR "JEUNES 10 ANS ET MOINS OUTRE MER" ACTION COLLECTIVE (FF. de TENNIS)  
 CERTIFICAT DE PREPARATION MENTALE POUR LA PERFORMANCE PROFESSIONNELLE (LES NOUVELLES FORMATIONS)

## PRINCIPAUX OF ET DOMAINES DE FORMATION

**AKALI**  
 (sécurité & prévention des risques)  
**INGENIERIE CONSEIL ET FORMATION**  
 (sécurité)  
**CREPS**  
 (pratique sportive et diplômes associés)  
**OSEZ ENTREPRENDRE**  
 (cohésion d'équipe)

*A noter que presque la moitié des formations réalisées en métropole sont spécifiques à la pratique sportive et la majorité sont réalisées via les fédérations nationales*



Les difficultés rencontrées par les structures et associations pour former leurs salariés sont liées à la difficulté d'organiser les départs en formation du fait de l'activité et au manque de temps et de ressources pour gérer la formation professionnelle (source : enquête ISODOM)

# L'offre de formation dans le secteur

## FORMATION INITIALE

### Liste des certifications pouvant mener au secteur

NIVEAU 4 (BAC - BAC+1)	
Brevet national de sécurité et de sauvetage aquatique	CREPS
BPJEPS sport de contact et disciplines associées	CREPS
BPJEPS activités aquatiques de la natation	CREPS / AP RUN FORM.
BPJEPS plongée subaquatique	CREPS
BPJEPS Activités physiques pour tous	CREPS / KALAMUS / AP RUN Form.
BPJEPS Boxe	CREPS
BPJEPS Activités Gymniques	CREPS
BPJEPS Activités de la forme / act. Gymniques de la forme et de la force	CREPS / AP RUN FORM.
BPJEPS Activités Sports collectifs	KALAMUS
BJPEPS Lutte et activités associées (NOUVEAU 2021)	
BPJEPS Judo-Jujitsu	CREPS
BPJEPS Activités de la savate	CREPS
NIVEAU 5 (BAC + 2)	
DEJEPS Activités subaquatiques	CREPS
DEJEPS Tennis	CREPS
DE Accompagnateur de Moyenne Montagne	CREPS
NIVEAU 6 (BAC + 3)	
Licence mention STAPS	Univ.
Licence mention STAPS parcours adapté	Univ.
NIVEAU 7 (BAC +4 - + 5)	
Master 1 et 2 - Management du Sport du Bien Etre Mental des individus et desx organisations	Univ.
Master Activités Physiques Adaptés Santé	Univ.
AUTRE	
DU Métier encadrement et animation sportive des territoires	Univ.

- Le CREPS de La Réunion mène une veille continue avec les acteurs (notamment fédérations) pour adapter son offre de formation (mise en place du BPJEPS Lutte en 2021) aussi bien initiale que continue.
- A noter que pour certains diplômes d'Etat, le CREPS de La Réunion peut servir de relais à la France Hexagonale pour organiser les tests d'entrée à des BP ne se déroulant pas sur le territoire

## FORMATION CONTINUE

NOMBRE D'ORGANISMES DE FORMATION (2017-2018-2019)	31
NOMBRE DE PLACES PROPOSEES (2017-2018-2019)	2250

### PRINCIPALES THEMATIQUES

CQP d'animateurs de loisirs (plusieurs options), maître nageur sauveteur, BPJEPS activités physiques pour tous et activité de la forme (33% des offres)

### PRINCIPAUX ORGANISMES

Comité Régional Sport pour tous, CREPS, AP-RUN, UFOLEP (82% des places)

- La branche a développé 44 CQP au total.
- Les organismes de formation comme le CREPS ou KALAMUS semblent adapter l'offre de formation aux besoins du territoire et aller vers des offres diversifiées (sport en entreprise par exemple).
- En plein essor, les thématiques de sport-santé, font l'objet de formations spécifiques notamment mises en exergue par le déploiement du label Sport Santé Bien-Etre (SSBE). 74 éducateurs sportifs ont été formés « Sport Santé » par la formation Sport Santé Bien-Etre (SSBE) depuis 2014 essentiellement via le CREPS et l'Office Municipal des Sports de St Paul.
- Le CREPS propose également des formations de remise à niveau pour préparer des CQP ou autres certifications du sport ainsi que des VAE.

### ZOOM SUR L'APPRENTISSAGE

- Les CFA proposent des formations en apprentissage notamment sur les Activités de la Forme ou activités physiques pour tous mais se heurtent à plusieurs difficultés :
  - La nécessité de remise à niveau des stagiaires (lecture, écriture). AP RUN propose alors des pré-formations
  - La difficulté de placer des apprentis dans des associations sportives où il n'y a que des bénévoles ou un seul salarié.

# Les évolutions prévisibles et les projets impactant les emplois, les compétences et les métiers



## TENDANCES OBSERVEES

1

### DYNAMIQUE SPORT SANTE / DETENTE

Sûrement accélérée par la période de crise sanitaire, l'orientation des pratiques sportives **vers des dynamiques de santé, de bien-être, et de loisir et détente semble se confirmer** (vs la recherche de la performance). La présence du label SSBE (Sport Santé Bien-Etre) à La Réunion vient confirmer et appuyer ce constat en soutenant sa diffusion auprès des professionnels du secteur. Le sport sur ordonnance devrait également se développer. Ainsi, les activités se diversifient vers de nouveaux publics (seniors, entreprises...) et en terme de pratique sportives (« Foot en marchant » ou « baby rugby »). Le tourisme sportif semble encore une offre de services peu structurée à La Réunion sur laquelle se trouveraient des opportunités de développement

2

### DIGITALISATION DES ACTIVITES

Certains acteurs développent la télé-activité et les pratiques d'enseignement à distance qui ont pu être expérimentées durant la période récente. Ce sont surtout la digitalisation des outils de gestion qui touchent tous les acteurs du monde sportif et désormais jusqu'aux plus petites structures (gestion de planning ou de réservation, gestion financière et comptable, déploiement des réseaux sociaux...) qui sont nécessaires au bon déroulement des activités et à la satisfaction des clients / adhérents.

3

### CONTRAINTES FINANCIERES

Les contraintes financières renforcées durant la crise sanitaire contraignent le monde associatif à diversifier ses sources de financement, ce qui induit du temps, des compétences et de l'énergie à utiliser sur des démarches de prospections ou administratives parfois complexes.



## DYNAMIQUES METIERS

### EDUCATEURS ET ANIMATEURS SPORTIFS

- Davantage de polyvalence
- Adaptation à de nombreux publics (entreprises, senior, handicap, touristes...) nécessitant d'adapter les connaissances métiers et pédagogiques
- Développement du sport santé et sport par ordonnance
- Parfois, compétences rédactionnelles/synthèse

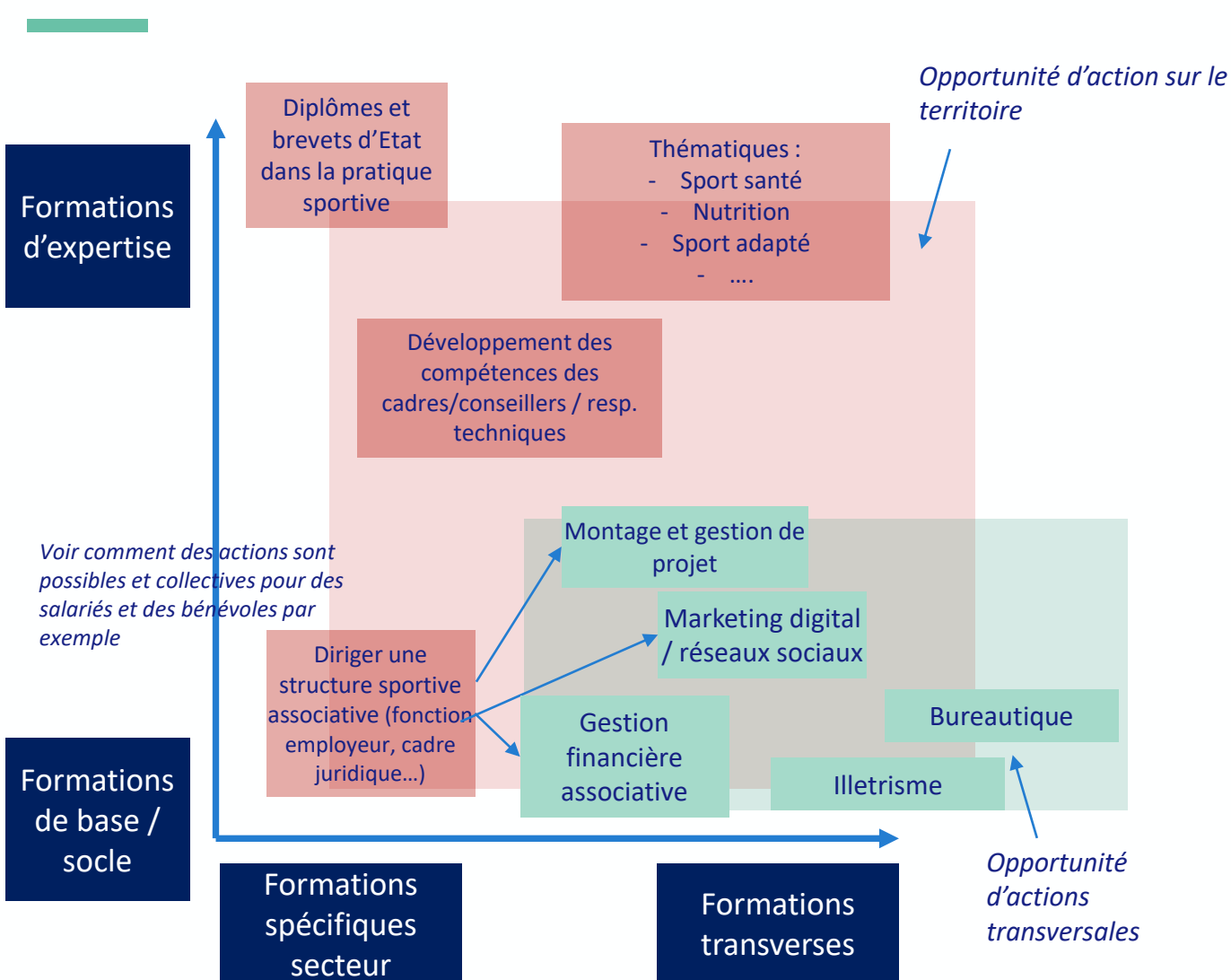
### DIRECTION DES STRUCTURES ASSOCIATIVES ET GESTION ADMINISTRATIVE

- Les compétences de gestion d'une association sportive sur les plans du droit social (fonction employeur), juridique, mais aussi de gestion de trésorerie nécessitent connaissances et maîtrise des outils de gestion
- Maîtrise des outils digitaux : outils de web marketing, réseaux sociaux, réservation en ligne,...
- Créativité et innovation pour répondre aux nouvelles demandes du public et concevoir de nouvelles offres

### ENCADREMENT TECHNIQUE

- Montée en compétence globale des conseillers ou responsables techniques employés localement notamment sur le montage et la gestion de projets complexe et la commercialisation / prospection. Leur profil de développeur devient une compétence clé

# Principaux besoins en formation du secteur



Les besoins en formation du secteur sont nombreux mais les problématiques principales rencontrées se situent davantage **sur la connaissance de l'offre et des dispositifs (quasiment inconnus pour les clubs) et la diffusion de l'information aux fédérations et comités régionaux.**

La gestion des départs en formation et le temps que peuvent accorder les dirigeants (souvent bénévoles) à la gestion de la formation est également un frein.

En termes de thématiques prioritaires, il semble important au regard des tendances de l'activité de professionnaliser les dirigeants de structures (et les bénévoles) sur la gestion associative et étudier des moyens de développer des actions communes avec d'autres structures (CROS...).

Le marketing digital; la gestion de projet et la montée en compétence des conseillers techniques des fédérations sont aussi des priorités.

# Synthèse des besoins d'accompagnement RH et formation du secteur



## Les acteurs clés identifiés :

- Les fédérations, ligues et comités présents à La Réunion
- Le CROS
- Les Organismes de formation

## LES PRIORITES ET ENJEUX CLES A COURT ET MOYEN TERME

### Information et sensibilisation



Le monde associatif est parfois peu sensibilisé mais surtout s'estime peu informé concernant la formation professionnelle et les dispositifs existants. Les ligues et comités n'ont pas toujours connaissance de l'information ou la relaient avec parfois peu d'écho (au-delà des formations réglementaires). **Certaines ne savent pas vraiment à qui s'adresser.**

### Formation et /ou accompagnement des dirigeants, encadrants et administratifs bénévoles



La problématique de la formation des bénévoles à tous niveaux dans les associations et une question à adresser avec l'ensemble des acteurs car elle est fondamentale pour permettre le développement du secteur associatif. Les bénévoles sont souvent déjà très mobilisés et leur accompagnement nécessite des formats adaptés (soirée, à distance...)

### Accompagnement approfondi pour accompagner la gestion associative en 2021



La gestion d'une association revêt différentes casquettes (gestion financière, gestion des ressources humaines, responsabilité juridique, ...). A ces compétences « traditionnelles » s'ajoutent aujourd'hui celles liées au marketing digital, la prospection, la commercialisation et le montage de projet. Qu'elles soient toutes dans les mains du président ou des bénévoles du conseil d'administration ou des conseillers techniques, ces volets nécessitent un accompagnement pouvant être mutualisable dans certain cas entre disciplines.



# TELECOMMUNICATIONS



[REVENIR AU SOMMAIRE](#)

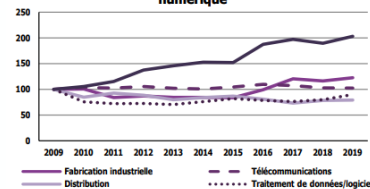


# Principales caractéristiques du secteur

- **Un secteur peu représenté à la Réunion**

- Il s'agit du secteur le plus important en termes d'effectifs couvert par l'AFDAS (avec plus de 1000 salariés et 19 entreprises).
- Toutefois, ce secteur regroupe très peu d'acteurs. Trois acteurs sont majoritaires en termes d'effectifs : SRR, ORANGE et ZEOP. Ils représentent entre 70% et 80% des effectifs du secteur.

Évolution des emplois dans les secteurs de l'économie numérique



Source : Acoiss, base 100 en 2009

- **Le secteur des télécom, premier employeur de la filière « numérique » à La Réunion**

- Il représente 5% des entreprises et établissements de la filière en étant le premier employeur

- Identifié dans le Livre Bleu des Outre-mer comme un secteur d'avenir pour les territoires ultramarins, le secteur du numérique est au cœur des stratégies de croissance économique de La Réunion. Il bénéficie d'un soutien public non négligeable : aides gouvernementales et régionales, fonds européens ou aides ponctuelles (Bpifrance) qui facilitent le développement des entreprises du secteur et la réalisation de projets d'envergure. Ainsi, La Réunion est aujourd'hui l'une des régions françaises les plus fibrées de France, suite à deux décennies de développement d'infrastructures et d'investissements de la part d'acteurs privés et publics.
- Ce volontariat politique s'est également traduit par la création, en août 2018, de la régie Réunion THD par la région disposant d'un budget de 40 millions d'euros afin de permettre le déploiement du réseau THD dans les communes délaissées par les opérateurs privés.

- **Les « majors » du secteur ne semblent pas avoir subi un impact négatif majeur de la crise sanitaire sur leurs activités. Le télétravail a été beaucoup utilisé et reste à ce jour une modalité de travail privilégiée sur certains postes (nécessitant par ailleurs des montées en compétences spécifiques).**

## TELECOMMUNICATIONS

### A La Réunion



2016

Environ **1800 salariés** (INSEE)

2019

**29,9%** des salariés du périmètre sectoriel Afdas à la Réunion en 2019 (vs 16,9% au national)



2016

**32 entreprises**

2019

**5,2%** des adhérents Afdas sur le territoire réunionnais (vs 1,4% au national)

Sources : BDD AFDAS 2019, INSEE DADS 2016 et entretiens qualitatifs

Rapport IEDOM – Nov 2020 – L'économie numérique à la Réunion



# Caractéristiques des entreprises, de l'emploi, des métiers et compétences actuels

## QUELQUES CARACTERISTIQUES DES EMPLOIS A LA REUNION

62% d'hommes et 38% de femmes

*Tendance confirmée dans le contrat de filière du numérique (SRDEII – Région Réunion) – Secteur qui souffre d'un déficit d'image (très masculin, et technique)*

79% de CDI, 12% de CDD

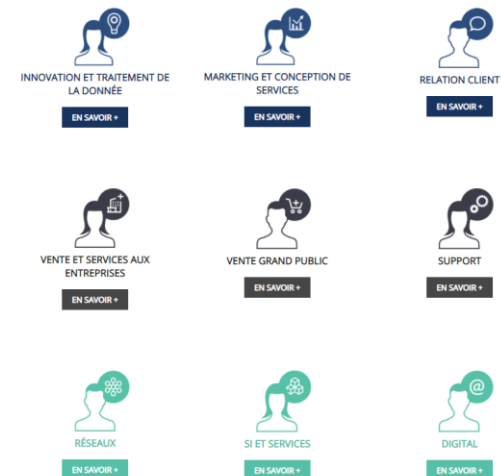
*Complétés par des contrats d'apprentissages majoritairement*

71% des salariés ont moins de 40 ans

Près de 40% de cadres, 28% de professions intermédiaires et 28% d'employés

## LES METIERS ET COMPETENCES AUJOURD'HUI

- On recense 9 domaines métiers dans la filière (voir cartographie ci-contre) et 45 groupes de métiers avec des métiers de « back office » et de supports réseaux, des métiers de « front office » et de relations clients et des métiers techniques liés à l'installation des infrastructures.
- Les grands acteurs Réunionnais investissent les domaines suivants :
  - Distribution** : vendeurs, responsable points de vente, service client, B, responsable de zone, service communication, marketing - B2C : 60p / B2C : 35p / Service client
  - Opérateur** : ingénieurs, chargés de projet, développeur SI, support SI ...
  - Support** : ressources humaines, comptabilité, contrôle de gestion, etc.



*Cartographies – Observatoire des Métiers des Télécommunications (metiers-telecoms.org)*

## LES DIFFICULTES LIEES AU RECRUTEMENT

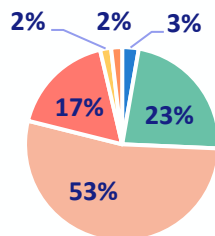
- Métiers en tension** : ingénieur SI, technicien télécom, sur la partie alternants : les métiers du froid (climatisation)
  - La rareté de certains profils implique d'être présent auprès des écoles spécialisées (EPITECH, SUPINFO, EXPERNET) afin d'intégrer de bons candidats. Dans certains cas, l'appui de cabinets de recrutement est nécessaire
  - Les profils d'ingénieur sont parfois recrutés en métropole
- Certains métiers sont faciles à recruter notamment les vendeurs en magasin. Cependant, pour certaines structures, les compétences requises sur ces profils doivent aujourd'hui être plus expertes sur les compétences de ventes et de négociations (porte à porte ...)
- Dans certains cas; sont constatés le manque de mobilité géographique sur le territoire et le peu de professionnalisme dans la présentation de certains candidats

# Les formations suivies par les salariés du secteur en 2019 et les problématiques liées à la formation professionnelle

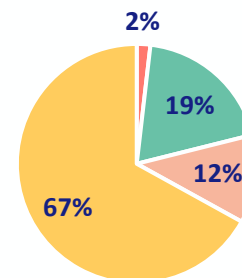


**109** bénéficiaires  
Dont **90%** en CDI

**68%** des actions concernent des bénéficiaires de SFR (SRR)



■ Moins de 26 ans  
■ 36 à 45 ans  
■ 56 à 65 ans  
■ 26 à 35 ans  
■ 46 à 55 ans  
■ 66 ans et plus

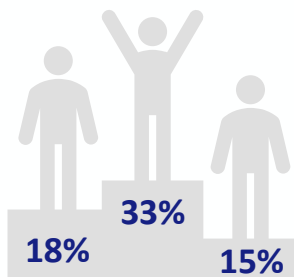


■ OUVRIER  
■ EMPLOYÉ  
■ TECHNICIEN, AGENT DE MAÎTRISE  
■ INGENIEUR, CADRE



**159** actions de formation : près de **80%** des actions de formation sont réalisées à la Réunion.

## TOP 3 DES THEMATIQUES DE FORMATION



1. Sécurité - secourisme
2. Informatique - Télécommunication
3. Management

**22%** des actions de formation concernent des formations métiers spécifiques au secteur : 52% de ces actions ont été réalisées à la Réunion.

### FORMATIONS SPECIFIQUES METIERS

Domaine **INFORMATIQUE** (Conduite de projet, SCRUM, sécurité réseau)

Domaine **COMMERCIAL** (négociation, techniques de vente)

Domaine des **TELECOM** (réseaux télécom, fibre optique)

Certaines formations métiers ont lieu à La Réunion et notamment des formations certifiantes : licence professionnelle commerce et distribution (IAE), et licence professionnelle réseaux informatiques et télécoms (Université de La Réunion)

### PRINCIPAUX OF ET DOMAINES DE FORMATION

**APAVE SUDEUROPE MARSEILLE**  
(sécurité / habilitation électrique)

**CADRIFORMAT**  
(formation CSE / gestion de projet)

**ADS ACADEMIE DES SAVOIRS**  
(bureautique)

**ENVOL**  
(management)

**AGILBEE**  
(SCRUM)

# L'offre de formation dans le secteur

## FORMATION INITIALE

### Niveau I

#### Ingénieur spécialité informatique et télécommunications

UR - ESIROI - ECOLE SUPERIEURE D'INGENIEURS REUNION OCEAN INDIEN

### Niveau II

#### Licence pro métiers des réseaux informatiques et télécommunications

CFA UNIVERSITE DE LA REUNION STE CLOTILDE

### Niveau III

#### BTS systèmes numériques option A informatique et réseaux

LPO DE TROIS BASSINS

LPO NORD BOIS DE NEFLES

LPO ROLAND GARROS

#### Chargé(e) d'exploitation en réseaux et télécoms

ECOLE SUPERIEURE REGIONALE DU NUMERIQUE

#### DUT Réseaux et Télécommunications

CFA UNIVERSITE DE LA REUNION STE CLOTILDE

UR - INSTITUT UNIVERSITAIRE DE TECHNOLOGIE DE LA REUNION (IUT)

### Niveau IV

#### Titre professionnel technicien(ne) de réseaux câblés de communications

CMA- CFA DU PORT

## APPRENTISSAGE

30 places offertes en formation initiale professionnelle en apprentissage en 2019-2020

Le recours à l'apprentissage est variable dans les structures importantes : certaines indiquant y avoir recours pour tous les métiers et d'autres le réservant aux fonctions support et technique (réseau).

Deux freins ont été identifiés par les acteurs :

- Le manque d'envie de certains managers de s'investir dans le temps de suivi du parcours d'un jeune en apprentissage
- Le rythme de présence des alternants dans l'entreprise estimé trop limité sur les fonctions RH par exemple

## FORMATION CONTINUE

NOMBRE D'ORGANISMES DE FORMATION (2017-2018-2019)	12
NOMBRE DE PLACES PROPOSEES (2017-2018-2019)	754

### PRINCIPALES THEMATIQUES

Gestion de réseaux informatiques ou télécom, transmission fibre optique (83% des places offertes)

### PRINCIPAUX ORGANISMES

GRETA, Université de La Réunion, Label One (61% des places)

La formation locale s'enrichit avec notamment ces quatre dernières années, plusieurs écoles spécialisées sur la formation **aux métiers du numérique** qui ont ouvert leurs portes sur l'île (l'Hesip et KapNumerik en 2016, Epitech, Simplon, l'ESRN et Digital Campus en 2017, Digital College en 2018). Concernant plus spécifiquement les besoins du secteur télécom, l'ESIROI semble répondre à un certain nombre de besoins en termes de formation de niveau supérieurs.

Les acteurs importants du secteur ont recours aux formations certifiantes et diplômantes pour faire monter en compétence les salariés en interne et construire des parcours professionnels stimulants.

# Les évolutions prévisibles et les projets impactant les emplois, les compétences et les métiers



## TENDANCES OBSERVEES

1

### LES IMPACTS DE L'ÉVOLUTION NUMÉRIQUE

Big data, 5G, technologies de décentralisation (blockchain) et technologies de virtualisation (cloud, simulation...), analyses des données, ... les évolutions technologiques et numériques impactent le secteur, ses activités et ses métiers. Il s'agit, sur le territoire de « rester à la pointe »

2

### DES BESOINS CROISSANTS SOUTENUS PAR LES POUVOIRS PUBLICS

Le câble Métiss, installé en juin 2020 sur l'île, devrait favoriser le déploiement de la 5G à La Réunion (département pilote).  
Signé en novembre 2020, le contrat de filière numérique porté par la Région Réunion et partagé par les acteurs de filière, souligne deux grands enjeux pour la filière : une offre et une demande à connecter ainsi qu'une culture numérique auprès des jeunes à ancrer. La région a par ailleurs créé THB, la régie Réunion Très Haut Débit afin de connecter toutes les régions de l'île.

3

### LE DEPLOIEMENT ET L'ÉLARGISSEMENT VERS DE NOUVELLES ACTIVITES STRATEGIQUES

les acteurs majeurs des télécoms, se lancent, dans l'hébergement et l'open data à La Réunion pour les entreprises. Ces marchés qui s'ouvrent permettront de développer de nouvelles perspectives commerciales tout en contribuant à l'autonomie du territoire.  
Les structures poursuivent également des projets de diversification des offres numériques pour le public Réunionnais (mobile, bouquet de TV...) et développent leur offre de service pour les entreprises. L'ouverture de nouveaux points de vente se poursuit également (pour les opérateurs téléphonie / ADSL)



## DYNAMIQUES METIERS

### METIERS TECHNIQUES (opérateurs, ingénieurs, SI...)

- Développement des compétences des ingénieurs réseaux et SI (mise à jour pour certains ingénieurs en poste ou montée en compétences dans le cadre d'une évolution professionnelle)
- Evolution des métiers d'installation vers de la maintenance
- Formations au numériques et techniques : des mises à jour permanentes

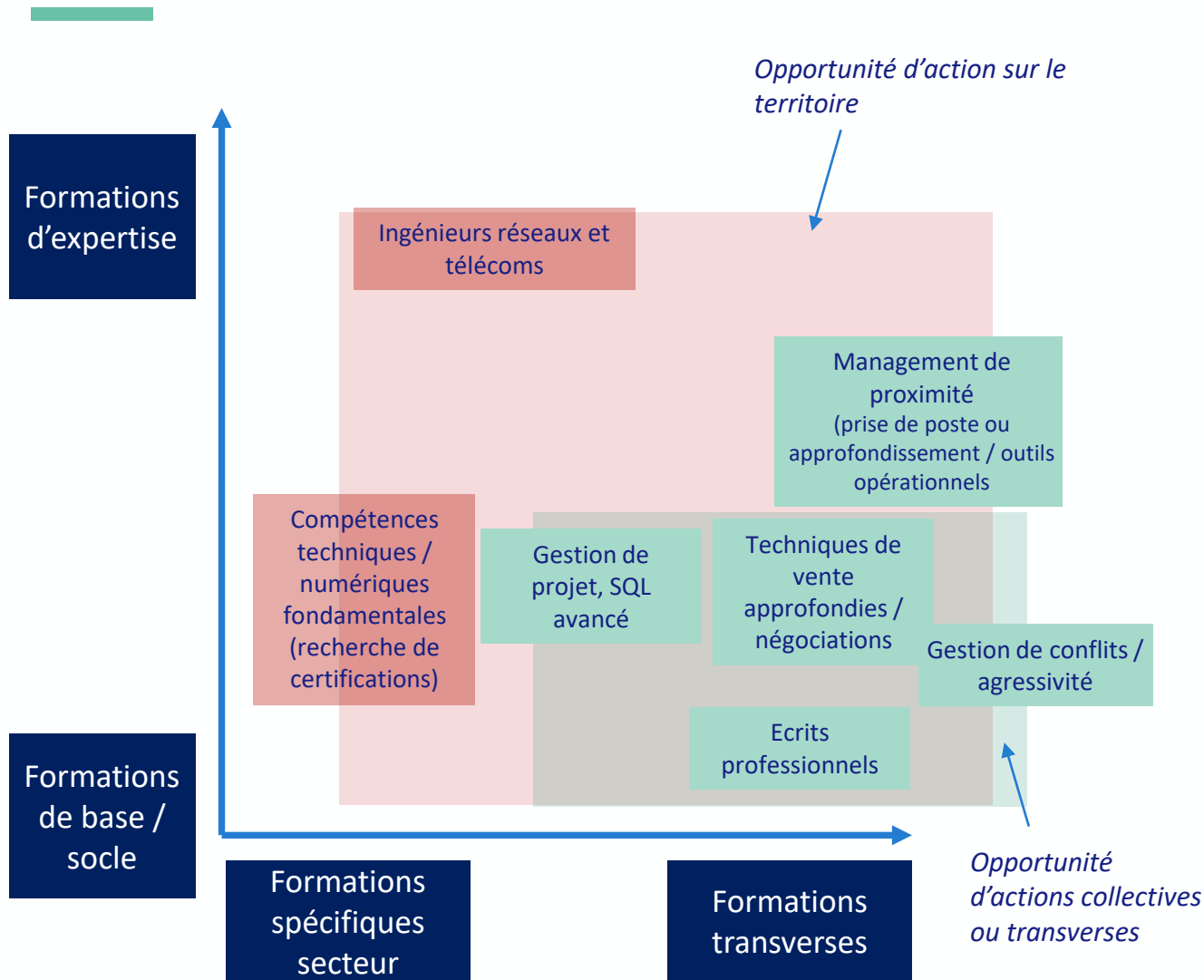
### METIERS COMMERCIAUX – REL. CLIENTS

- Niveau d'exigence qui augmente en termes de compétences commerciales (négociation) et connaissance du secteur
- Maîtrise des écrits professionnels

### METIERS SUPPORTS

- Montée en compétences du management intermédiaire
- Développement des compétences sur le management à distance (en lien avec la mise en place du télétravail)

# Principaux besoins en formation du secteur



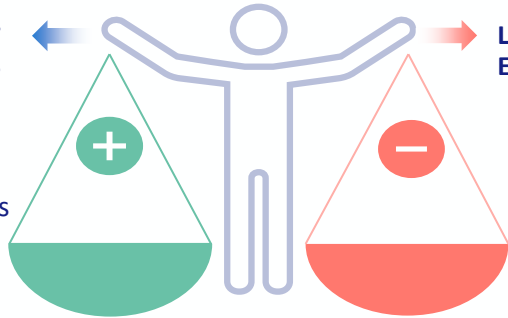
Les formations nécessaires concernent des mises à jour de compétences (turn over sur les métiers de relations clients par exemple) avec également un besoin d'aller vers davantage d'expertise sur tous les métiers.

Les écrits professionnels sont un prérequis des métiers de vente (écriture d'emails professionnels, réponses à des clients) mais peuvent le cas échéant être transverses avec d'autres secteurs.

# Synthèse des besoins d'accompagnement RH et formation du secteur

## LES FORCES ET OPPORTUNITÉS

- Un secteur dynamique soutenu par les politiques publiques et les besoins de la population



## LES FAIBLESSES ET MENACES

- Une méconnaissance des dispositifs et de l'offre de formation de l'AFDAS

## Les acteurs clés identifiés :

- ❑ Entreprises du secteur
- ❑ Acteurs du secteur numérique tels que Digital Réunion

## LES PRIORITES ET ENJEUX CLES A COURT ET MOYEN TERME



### ATTRACTIVITÉ DES MÉTIERS ET PROFILS DE COMMERCIAUX

Développer des profils de commerciaux maîtrisant des techniques de vente approfondies avec une connaissance sectorielle. Le besoin est de recruter et / ou de former des profils ayant cette double compétence au-delà d'une compétence de « vendeur en magasin ».



### CONNAISSANCE DE L'OFFRE DE L'AFDAS SUR LE SECTEUR

Porter à la connaissance des acteurs l'offre de l'AFDAS aujourd'hui soit inconnue d'eux soit estimée comme peu lisible. Les acteurs majeurs du secteur ont des besoins importants en terme de « volume » qu'il s'agit de pouvoir financer ou co-financer lorsque cela est possible.

# SOMMAIRE

1. Contexte et objectifs de l'étude
2. Portrait économique de la Réunion
3. Bref panorama des secteurs et de leurs besoins
  1. Chiffres clés des secteurs de l'Afdas
  2. Synthèse des retours à l'enquête en ligne
4. Diagnostic par secteur
  1. Audiovisuel
  2. Casinos
  3. Editions
  4. Espaces de loisirs, d'attractions et culturels
  5. Exploitation cinématographique
  6. Golfs
  7. Hôtellerie de plein air
  8. Organismes de tourisme
  9. Presse et agences de presse
  10. Publicité
  11. Spectacle Vivant
  12. Sport
  13. Télécommunications
5. Proposition de plan d'actions
  1. Méthodologie
  2. Pistes d'action retenues
6. Conclusion

# Synthèse des enjeux et pistes de réflexion issues du diagnostic

De manière transverse, pour les 15 secteurs d'activités



**DES BESOINS DE FORMATIONS TRANSVERSES À PLUSIEURS SECTEURS D'ACTIVITÉS : LE MANAGEMENT, LA DIGITALISATION...ET SPÉCIFIQUES POUR DES MÉTIERS TECHNIQUES**

La formation est incomplète ou inexistante.

La formation existe mais les compétences recherchées ne se traduisent pas sur le terrain.

Ces besoins ne se traduisent pas systématiquement par le besoin de créer des actions de formation à l'échelle du département. En effet, des collaborations et des partenariats avec des organismes formation de Métropole pourraient permettre de compléter l'offre locale.

Proposer des pistes de professionnalisation autres que la formation : ateliers collaboratifs, communautés de pratique, coaching...

Des pratiques de formations internes par les pairs pourraient être valorisées dans le cadre de l'Action de formation en situation de travail (Afest).

Les besoins quantitatifs exprimés et la volonté de mutualisation des acteurs permettront de creuser l'ingénierie de nouvelles actions de formation.

**UN BESOIN D'ACCOMPAGNEMENT DANS L'IDENTIFICATION DE LEVIERS ET OUTILS PERTINENTS POUR STRUCTURER LA « FONCTION RH »**

Par rapport aux enjeux liés à la crise sanitaire...

... mais aussi de manière plus globale

Il s'agit d'accompagner les organisations dans la mise en place du télétravail, de charte de droit à la déconnexion, du développement du management à distance...

En accompagnant les structures pour cadrer les plans de développement de compétences et accompagner les structures dans l'ingénierie de ce plan.

**DES ATTENTES EN MATIÈRE DE LISIBILITÉ ET DE VISIBILITÉ DE L'OFFRE d'ACCOMPAGNEMENT (notamment Afdas)**

Au niveau de la formation

Au niveau de la communication

Proposer un catalogue dans lequel chaque branche peut identifier facilement les actions de formation spécifiques à ses besoins et/ou son secteur d'activité.

Proposer des actions de sensibilisation propres à des dispositifs d'accompagnement (hors formation, ex : offre de service appuis-conseils) qui pourrait répondre aux attentes exprimées par certains acteurs.

Proposer des actions « personnalisées » : atelier ou webinaire par secteur d'activité...



# METHODOLOGIE

---

# Ateliers réalisés

Entre le 23 septembre et le 11 octobre



Des ateliers ont été organisés afin de définir dans une **logique collaborative** les actions à mettre en place pour **apporter des réponses aux besoins** en emploi et compétences des entreprises et des salariés et **améliorer l'offre de formation**.

Les répondants **ayant participé au CEP Emploi-formation** (en entretien ou en répondant à l'enquête web) ont été invités à participer à ces ateliers.

## ATELIERS THEMATIQUES de co-construction du plan d'actions

- **Traitement de thématiques transverses** : digitalisation, management, ...
- Identification **d'innovations en termes de contenus / de formats / de « cibles »** afin de répondre aux besoins des stagiaires et des entreprises

## ATELIERS SECTORIELS de structuration d'une offre de formation

- Des espaces sur lesquels **développer et/ou compléter l'offre de formation locale, développer des partenariats** pour proposer les compétences dont les employeurs ont besoin
- Des **expérimentations à proposer**

## ENTRETIENS D'APPROFONDISSEMENT pour recueil des besoins

- Des secteurs sur lesquels peu d'informations ont été recueillies dans le cadre du diagnostic et dont les **besoins peuvent être approfondis** (peu d'acteurs à La Réunion)

## PLANIFICATION

- **23/09/21** : Traduction de la transition écologique en offre de formation
- **29/09/21** : Digitalisation
- **06/10/21** : Gestion de carrière des publics particuliers
- **11/10/21** : Accompagnement de la fonction employeur
- **30/09/21** : Golf
- **01/10/21** : Audiovisuel

PAS DE RETOURS

# Zoom sur la méthode

De co-construction du futur plan d'actions

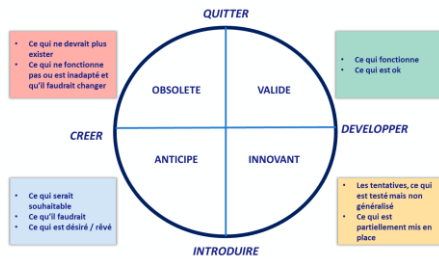
En ATELIERS AVEC ADHERENTS Afdas

En COMITE TECHNIQUE et  
COMITE DE PILOTAGE

BRAINSTORMING

01

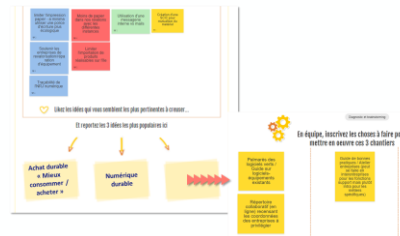
Collecter les besoins et les idées visant à améliorer l'offre de formation



SELECTION DE PISTES

02

Sélectionner des pistes d'actions et les prioriser



APPROFONDISSEMENT DES PISTES

03

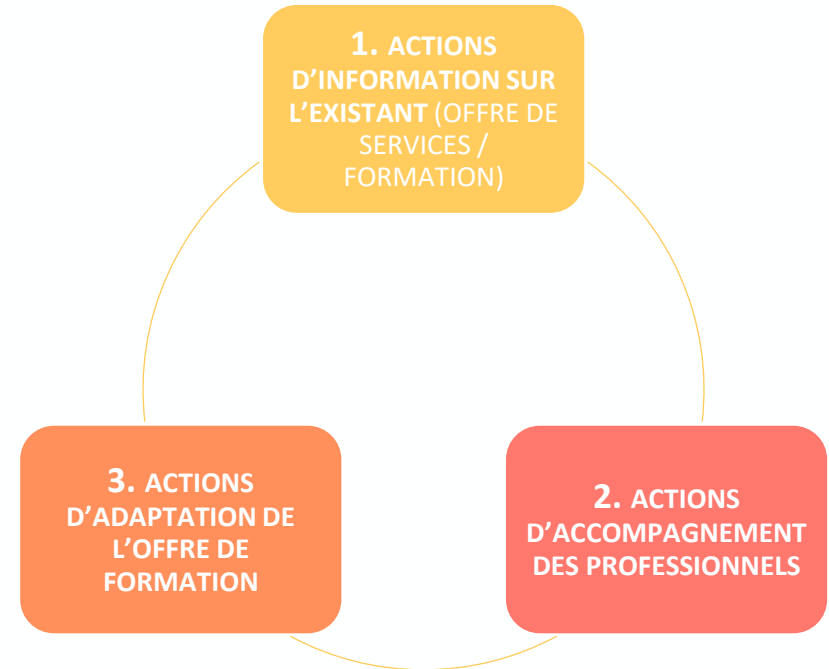
Présenter les besoins exprimés en atelier et les pistes d'actions associées

# PLAN D' ACTIONS



# Le plan d'actions proposé

- Il répond aux **enjeux identifiés** dans le diagnostic.
- Ce sont des enjeux **transverses** aux différents secteurs couverts par l'Afdas dont certains trouvent des **modalités de réalisation pratiques sur le territoire** via des **expérimentations sectorielles**.
- Il vise à mieux **informer, accompagner** les professionnels des 14 secteurs couverts par l'Afdas ainsi qu'à **améliorer l'offre de services et de formation** sur le territoire afin de répondre aux besoins des professionnels aujourd'hui et demain à La Réunion.



# DIGITALISATION

- La digitalisation impacte tous les secteurs d'activités : on parle de **dématérialisation des processus**, d'utilisation **d'outils collaboratifs**. Les changements impactent l'ensemble des collaborateurs mais plus spécifiquement certains métiers (RH avec déploiement de SI RH, autres fonctions supports etc).
- La crise sanitaire a plus particulièrement permis **d'accélérer la digitalisation**. La mise en place du **télétravail** a en effet mis en exergue des besoins déjà identifiés par les entreprises en termes de développement de leur **environnement numérique** et de compétences relatives chez leurs collaborateurs. Ceci est particulièrement vrai pour les TPE et certaines petites associations qui ont dû mettre en œuvre les technologies numériques avec leurs adhérents (sport, ...) voire des réservations en lignes, transformant certains modes de fonctionnement.
- Plusieurs niveaux **d'attentes** ont ainsi été identifiés :
  - Comprendre son **environnement numérique professionnel (compétences fondamentales)**
  - Accompagner le déploiement du numérique dans les **processus de gestion des entreprises** (SIRH, CRM..) au sein de petites structures non concernées jusque là
  - Renforcer l'offre pour les **besoins plus « pointus » en marketing digital** (*abordé sur une fiche action particulière*)

PROPOSITIONS D'ACTION	TYPOLOGIE
Promouvoir <a href="#">l'Appui-conseil Transformation digitale</a> proposé par l'Afdas	AC
Promouvoir <a href="#">Cléa numérique</a>	I



Action d'information



Action d'accompagnement



Adaptation de l'offre de formation

# MARKETING DIGITAL

- Des professionnels de divers secteurs (tourisme, publicité, sport, spectacle vivant...) ont formé et/ou cherchent à former leurs équipes sur le marketing digital ou webmarketing.
- Là encore, **plusieurs niveaux d'attente** ont été identifiés :
  - Promouvoir une offre/un produit/un service via les réseaux sociaux
  - Développer des compétences de community management.

Ces besoins ne concernent pas spécifiquement les métiers du marketing. Le rôle de community manager est parfois assuré par d'autres fonctions support dans une organisation ou par des bénévoles dans le cas des associations

Les acteurs locaux de la formation **proposent déjà des actions sur ces sujets mais c'est le choix du prestataire qui semble alors difficile pour les acteurs** : *Vers qui nous tourner ? Quelle(s) ressource(s) nous permettrai(en)t d'avoir une liste des acteurs pertinents sur la thématique ?*

- Former les collaborateurs de manière « **pointue** » en marketing digital.

Il s'agit là de formations plus spécifiques dédiées aux fonctions marketing qui doivent intégrer la dimension digitale à leur stratégie. Pour cela, les professionnels interrogés au cours de l'étude se tournent parfois vers **l'offre de formation à l'échelle nationale** pour développer des **compétences en marketing digital** (tourisme, publicité...).

## PROPOSITIONS

## TYPOLOGIE

### Renforcer l'information des entreprises sur les offres existantes

- renforcer la promotion de l'offre « Clé en main » Afdas (notamment distancielle)
- renforcer l'accompagnement des entreprises sur l'achat de formation (note/mémo)
- mettre en visibilité des prestataires distanciel

I

**Expérimenter le déploiement d'une formation locale** sur l'élaboration d'une stratégie digitale et de son budget en intégrant par exemple des modalités particulières permettant de favoriser la mise en œuvre d'offre en proximité (AFEST...)

F

**Développer sur le territoire la formation « Acheter un espace digital »** (existe dans l'offre « Clé en main »)

- Notamment pour le secteur de la publicité, particulièrement demandeur de cette action de formation continue

F



Action d'information



Action d'accompagnement



Adaptation de l'offre de formation



# TRANSITION ECOLOGIQUE

- Il a été observé un **intérêt marqué** dans de nombreux secteurs **sans forcément identifier les compétences ou les savoir-faire à développer** pour répondre aux enjeux, quels que soient les secteurs (sport, spectacle-vivant et festivals, ...). Dans certains secteurs cependant, quand la **volonté stratégique et politique** ou la **réglementation** imposent de se mettre en mouvement (*slow tourisme, éco-tourisme pour les organismes de tourisme et l'hôtellerie de plein air / la réglementation anti produits phytos pour l'entretien des espaces dans le secteur du golf*), le passage à l'action se fait plus pressant. En réponse, une **offre de formation** locale serait « **à construire** » ou pourrait s'inscrire dans le nouveau catalogue Afdas en cours de mise en place.
- Les professionnels, organisations et individus, recherchent à élargir leurs connaissances et donner des **informations concrètes**, des **critères**, et des grilles de choix ou de questionnement afin que les entreprises puissent adapter leur **stratégie** sur les thématiques suivantes : achats responsables (*entre deux fournisseurs qui se disent « verts », comment choisir ?*), numérique durable (*quel est l'impact réel d'une réduction de X% du nombre de mail ou de la mise en place d'un site internet plus « écologique » ?*), réduction de son empreinte carbone, sensibilisation des salariés.... Il s'agit également de pouvoir en évaluer l'impact (temps, économie, image...)

## PROPOSITIONS

## TYPOLOGIE

Faire connaître aux entreprises et aux salariés les [outils et dispositifs existants sur la transition écologique](#) et déployés par l'Afdas

- Promouvoir l'auto-diag RSE (premier levier)
- Promouvoir l'Appui-conseil RSE de l'Afdas
- Promouvoir le nouveau catalogue Afdas dédié (sortie fin novembre)

I

**Améliorer l'accès à la formation sur les sujets suivants :**

- « Conduire une politique d'achats durables » : *offre existante dans le [catalogue clé en main](#) (avec présentiel à la Réunion)*
- « Améliorer son empreinte carbone en lien avec l'utilisation des technologies numériques » (formation pouvant être intersectorielle). *Cf. nouvelle offre de service dédiée à la transition écologique*
- « Améliorer l'empreinte carbone des technologies numériques » adaptée dans les secteurs fortement consommateurs de technologies numériques comme l'audiovisuel, télécom... (ciblage sur l'utilisation des logiciels et les critères de choix, et actions concrètes plus pointues concernant la réduction de l'empreinte carbone) *Cf. nouvelle offre de service dédiée à la transition écologique*
- « Gérer le risque sanitaire dans les entreprises de services » *Cf. nouvelle-offre de service dédiée à la transition écologique*

F



Action d'information



Action d'accompagnement



Adaptation de l'offre de formation

# MUTUALISATIONS D' ACTIONS DE FORMATION (EXPÉRIMENTATION SUR SECTEUR AUDIOVISUEL)

- De nombreux acteurs de la formation existent à La Réunion mais les évolutions des métiers et les évolutions technologiques poussent à beaucoup de réactivité sur ces secteurs (nouveaux logiciels, techniques...). Aussi, les besoins de formations complémentaires sont importants et touchent tous les professionnels du secteur de l'audiovisuel (soit pour développer des polyvalences, soit au contraire, des expertises)
- Le besoin de formation en présentiel en utilisant du matériel technique est présent (même si il coexiste avec des possibilités accrues et bienvenues de formations à distance).
- Les acteurs professionnels et de la formation indiquent une volonté de coopérer afin de travailler sur cette complémentarité en lien avec les besoins des entreprises locales. Ces coopérations pour mieux structurer l'offre de formation pourraient concerner toutes les branches du secteur (production télévisuelle, production et animation cinématographique etc.)
- **En termes de compétences, le constat est partagé sur le manque de compétences locales et le besoin de professionnaliser le producteurs (plan de financement, dossier de promotion, montage projet, présentation professionnelle) et de développer les activités de création.**
- **Les acteurs semblent mûrs pour mutualiser des actions de formation afin qu'elles puissent se dérouler localement**

## PROPOSITIONS

## TYPOLOGIE

**Favoriser la mise en œuvre d'un plan de formation régional et envisager l'ouverture de ce plan de formation à différents publics**



**Conduire une expérimentation répondant aux besoins de professionnalisation des administrateurs et des métiers de la création** *ex : par exemple des organismes comme la FEMIS et DIXIT ont déjà proposé à la Région Réunion d'accompagner la montée en compétence des professionnels*



Action d'information



Action d'accompagnement



Adaptation de l'offre de formation

# MUTUALISATIONS D' ACTIONS DE FORMATION (EXPÉRIMENTATION SUR SECTEUR DU GOLF)

- Les besoins en formation du secteur sont **nombreux et non couverts à La Réunion** (formation initiale ou continue). Cependant, les effectifs à former et les spécificités du secteur rendent **difficilement mutualisables certaines formations avec d'autres secteurs** (ex: GREEN KEEPER). La formation nationale ne correspond pas toujours aux besoins (ex : climat tropical)
- Pour autant, les besoins sont la plupart du temps **communs à l'ensemble des structures concernant les professionnels d'entretien du terrain** (entretien, nouvelles techniques, réglementations environnementales). Les acteurs du secteur souhaitent ainsi :
  - Travailler sur la **mutualisation des actions de formation** entre les différents golfs notamment à l'adresse du **personnel d'entretien de terrain** avec des besoins similaires (notamment en lien avec la réglementation environnementale).
  - Favoriser la **transmission des compétences** sur le territoire : des plus compétents vers ceux qui en ont besoin / des plus jeunes et appétents à la formation vers ceux qui le sont moins. Ceci peut passer par des actions de formation sur le terrain et **l'AFEST** pourrait notamment être expérimentée sur ce secteur d'activité.

## PROPOSITIONS

## TYPLOGIE

**Mettre en œuvre un appui-conseil RH collectif afin de réaliser un plan de développement des compétences commun** (incluant les spécificités éventuelles) afin d'optimiser le budget de formation et de mutualiser autant que possible des actions de formation en « intra-golf » y.c sur des thématiques non spécifiques aux métiers du golf

- Mutualisation = formation locale intégrant des stagiaires des différents golfs, financement d'un formateur de métropole à La Réunion, ...

AC

F

**Proposer un appui conseil RSE collectif**

AC

**Mettre en œuvre un plan de formation régional Golf** (exemple : Expérimenter le déploiement d'une formation locale permettant de former jardinier de Golf (il existe une certif, fontainier, mécanicien. ).

AC

F

- Intégrer des modalités particulières permettant de favoriser la mise en œuvre d'offre en proximité (AFEST...)



Action d'information



Action d'accompagnement



Adaptation de l'offre de formation

# ACCOMPAGNEMENT DE L'ENCADREMENT / DIRIGEANTS / RH

- Au sein des petites entreprises et associations, la compétence RH est souvent portée par des dirigeants ou relayée par d'autres métiers supports (responsable administratif, comptable). Dans les associations, ce sont parfois même les bénévoles (sport) qui assurent la fonction d'employeurs sans forcément avoir toutes les compétences (connaissance juridique, droit du travail, processus RH optimisés, ...)
- Au-delà d'un accompagnement RH ou de l'offre de formation, les échanges entre pairs peuvent faire partie des modalités de travail permettant aux dirigeants et cadres de partager leurs retours d'expériences et bonnes pratiques sur des thématiques correspondants à leurs besoins (sortir d'un certain isolement, échanger sur des questions concrètes et / ou d'actualité...). Les créneaux horaires doivent également être adaptés pour les dirigeants ou les bénévoles en particulier.
- Les compétences managériales des managers de proximité ou intermédiaire sont également à développer : souvent, ces collaborateurs ont été promus grâce à une expérience technique reconnue mais n'ont pas forcément des compétences d'animation d'équipes (*comment passer de collègue à manager ?*)
- Au sein du secteur du Sport, en termes de **compétences métiers, la compétence d'encadrant technique** (quelles que soient les disciplines sportives) est recherchée et doit être accompagnée en termes de formations sur le développement des compétences en gestion de projet, prospection et développement (au-delà des compétences techniques sportives). Les encadrants techniques existent en général au sein des fédérations (sans qu'ils exercent des fonctions de management)

## PROPOSITIONS

## TYPOLOGIE

### Promouvoir l'appui-conseil RH

- Notamment auprès des têtes de réseau qui pourront relayer l'information

I

### Développer le partage d'expériences et les échanges de pratiques entre managers intermédiaires ou dirigeants

- Proposer du co-développement professionnel et managérial (sous une forme de « formation action »)

AC

### Mettre en place et animer une communauté d'adhérents notamment de dirigeants / employeurs / RH / bénévoles exerçant les fonctions d'employeurs

- En particulier sur le secteur du spectacle vivant, animer également une communauté d'adhérents dirigeants de structures du Spectacle Vivant/ administrateurs sur le volet RH et la gestion administrative et financière

AC

### Développer la formation et accompagnement des encadrants techniques (en lien avec le CREPS notamment)

F AC



Action d'information



Action d'accompagnement



Adaptation de l'offre de formation

# CONNAISSANCE DES PUBLICS SPECIFIQUES / PARTICULIERS

- Le diagnostic a fait apparaître un besoin dans le public des « particuliers » (intermittents du spectacle dans le spectacle vivant ou dans l'audiovisuel par exemple mais aussi peut-être les artistes auteurs ou journalistes pigistes) d'être accompagné dans **l'acquisition de connaissances plus fines de leurs droits** (droits d'auteurs, d'artistes, propriété intellectuelle...) afin de contribuer également à une meilleure gestion de leur **carrière** et de gagner en reconnaissance professionnelle.
- La crise de la COVID 19 (non terminée aujourd'hui) a mis à mal **les acteurs du spectacle vivant** et on a pu observer une certaine « fuite » des compétences dans certains domaines d'activité faisant craindre pour la « reprise ». La recherche d'activité est une préoccupation constante des professionnels du secteur, qui de façon générale ont plusieurs employeurs. La crise sanitaire a renforcé les besoins d'accompagnement dans la gestion de l'évolution de leur carrière.
- Comme au sein des autres secteurs, les compétences de RH et de dirigeants ainsi que des administrateurs doivent être développées et professionnalisées via des modalités adaptées à leurs contraintes.

## PROPOSITIONS

## TYPOLOGIE

Accompagner et outiller les publics spécifiques sur la gestion de leur carrière et les transitions ou reconversions professionnelles (en s'inspirant de l'[Appui Conseil sportifs pro et entraîneurs](#))

AC



Action d'information



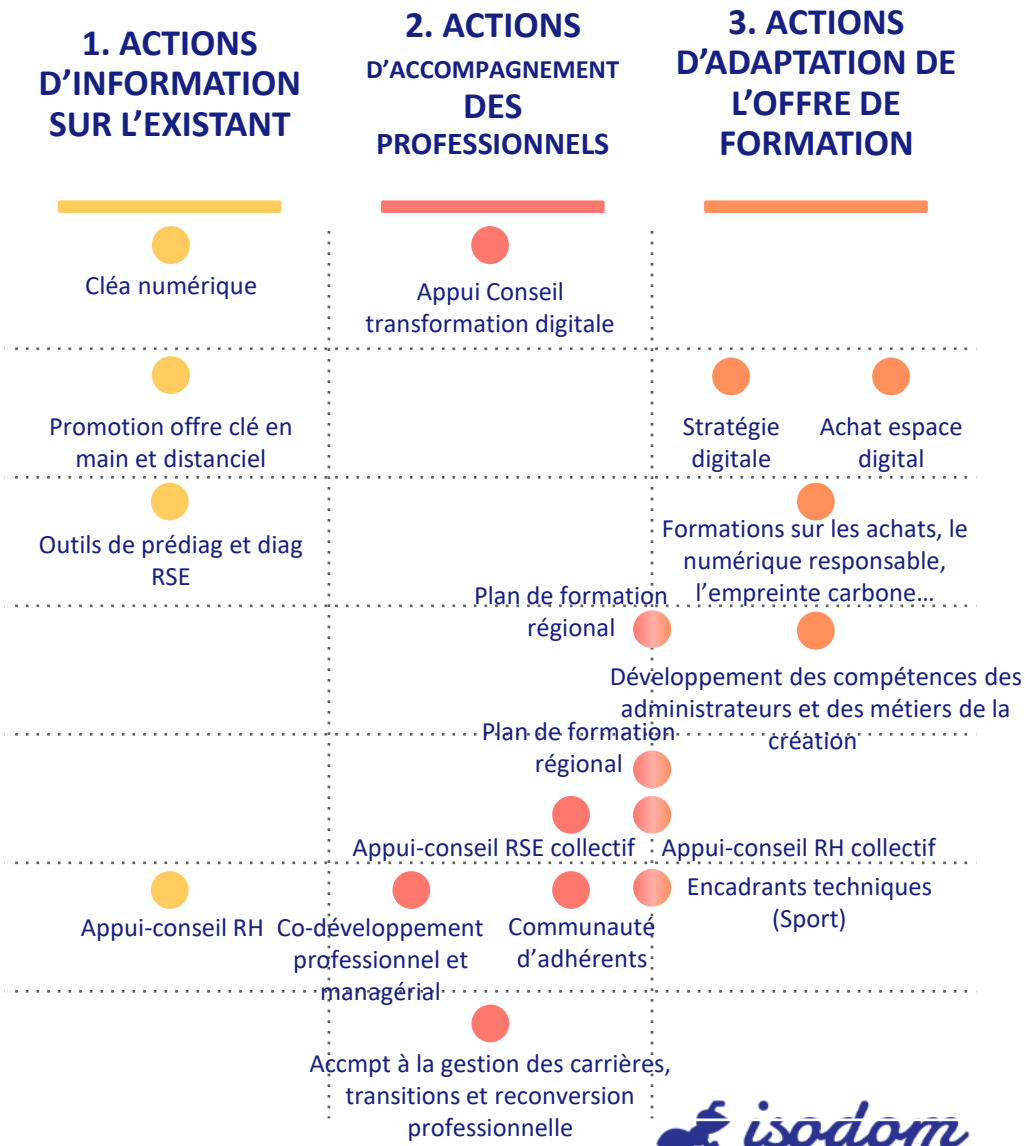
Action d'accompagnement



Adaptation de l'offre de formation

# Les axes thématiques des actions

- DIGITALISATION
- MARKETING DIGITAL
- RSE ET TRANSITION ECOLOGIQUE
- MUTUALISATIONS D' ACTIONS DE FORMATION (SECTEUR AUDIOVISUEL)
- MUTUALISATIONS D' ACTIONS DE FORMATION (SECTEUR DU GOLF)
- ACCOMPAGNEMENT DE L' ENCADREMENT / DIRIGEANTS / RH
- CONNAISSANCE DES PUBLICS SPECIFIQUES / ADHERENTS PARTICULIERS



# CONTACTS



## **Priscilla RETAILLEAU**

DELEGUE(E) REGIONAL(E)  
*DELEGATION REGIONALE ILE DE LA REUNION*

02 62 92 10 43 06 92 59 39 01  
Centre d'Affaires de la SEMIR ZAC 2000 - 16, Rue Claude  
Chappe - 97420 Le Port

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



- **Elodie ANNETTE (ISODOM) :**  
0692 08 77 82
- **Pauline-France MAUREL (PMK  
Conseil) :** 06 92 71 94 77

