

Étude prospective régionale Emploi-Formation

Région Bretagne

Décembre 2020

Sommaire

1 OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE

p. 3

2 PANORAMA DU PÉRIMÈTRE D'INTERVENTION DE L'AFDAS EN BRETAGNE

p. 12

3 ÉTAT DES LIEUX ET ENJEUX DES SECTEURS EN BRETAGNE

p. 30

4 MÉTIERS ET COMPÉTENCES À FORT ENJEU DANS LA RÉGION

p. 114

5 ANALYSE DE L'OFFRE DE FORMATION EN BRETAGNE

p. 128

6 PISTES D'ACTION

p. 161

Sommaire détaillé

1. Objectifs et méthodologie	p. 4		
2. Panorama du périmètre d'intervention de l'Afdas en Bretagne	p. 12		
• <i>Panorama de la région Bretagne</i>	<i>p. 16</i>		
• <i>Le périmètre d'intervention de l'Afdas en Bretagne</i>	<i>p. 25</i>		
• <i>Les professionnels relevant du périmètre de l'Afdas</i>	<i>p. 30</i>		
3. État des lieux et enjeux des secteurs en Bretagne	p. 30		
• <i>L'audiovisuel</i>	<i>p. 31</i>		
• <i>L'exploitation cinématographique et de la distribution de films</i>	<i>p. 37</i>		
• <i>Les éditions</i>	<i>p. 43</i>		
• <i>L'hôtellerie de plein air</i>	<i>p. 49</i>		
• <i>Les casinos-jeux</i>	<i>p. 55</i>		
• <i>Les espaces de loisirs, d'attractions et culturels</i>	<i>p. 61</i>		
• <i>Les organismes de tourisme</i>	<i>p. 30</i>		
• <i>La presse et des agences de presse</i>	<i>p. 73</i>		
• <i>La distribution directe</i>	<i>p. 79</i>		
• <i>La publicité</i>	<i>p. 83</i>		
• <i>Le spectacle vivant</i>	<i>p. 88</i>		
• <i>Le sport</i>	<i>p. 96</i>		
• <i>Le golf</i>	<i>p. 102</i>		
• <i>Les télécommunications</i>	<i>p. 108</i>		
4. Métiers et compétences à fort enjeu en Bretagne	p. 114		
• <i>Community manager</i>	<i>p. 116</i>		
• <i>Animateur de tiers lieu</i>	<i>p. 118</i>		
		• <i>Développer des pratiques écoresponsables</i>	<i>p. 120</i>
		• <i>Présenter l'offre de tourisme locale</i>	<i>p. 122</i>
		• <i>Écrire dans le cadre d'un projet artistique</i>	<i>p. 124</i>
		• <i>Animer et gérer des équipes</i>	<i>p. 126</i>
5. Analyse de l'offre de formation en Bretagne	p. 128		
• <i>L'offre de formation pour les secteurs de l'Afdas</i>	<i>p. 129</i>		
• <i>L'audiovisuel</i>	<i>p. 131</i>		
• <i>L'exploitation cinématographique et de la distribution de films</i>	<i>p. 133</i>		
• <i>Les éditions</i>	<i>p. 135</i>		
• <i>L'hôtellerie de plein air</i>	<i>p. 137</i>		
• <i>Les casinos-jeux</i>	<i>p. 139</i>		
• <i>Les espaces de loisirs, d'attractions et culturels</i>	<i>p. 141</i>		
• <i>Les organismes de tourisme</i>	<i>p. 143</i>		
• <i>La presse et des agences de presse</i>	<i>p. 145</i>		
• <i>La distribution directe</i>	<i>p. 147</i>		
• <i>La publicité</i>	<i>p. 148</i>		
• <i>Le spectacle vivant</i>	<i>p. 150</i>		
• <i>Le sport</i>	<i>p. 152</i>		
• <i>Le golf</i>	<i>p. 153</i>		
• <i>Les télécommunications</i>	<i>p. 155</i>		
• <i>Les besoins des professionnels</i>	<i>p. 157</i>		
6. Pistes d'action	p. 161		
7. Annexes	p. 174		

Objectifs, méthodologie et moyens mobilisés

1 /

Objectifs, moyens et livrables

Ces travaux ont été réalisés dans le cadre du Contrat de Plan Etat/Région et ont été co-financés par la Région, la Direccte et l'Afdas.



LES OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

- Caractériser et présenter le tissu économique breton du périmètre d'intervention de l'Afdas
- Prendre en compte les statuts spécifiques de ce périmètre et les quantifier
- Identifier les perspectives d'évolution de chacun des secteurs en Bretagne ainsi que les enjeux au regard de ces dynamiques
- Identifier les compétences et métiers en développement, en mutation et en tension ainsi que leurs passerelles potentielles
- Préconiser au regard de l'analyse de l'offre de formation régionale les principales orientations à envisager pour l'avenir



MOYENS



Une analyse documentaire large (*études sectorielles et régionales, revue de presse spécialisée et régionale, etc.*)



Le recensement et l'analyse des données statistiques existantes



Une trentaine d'entretiens



Un groupe de travail avec des professionnels



3 questionnaires à destination des entreprises, des salariés et des travailleurs non-salariés des secteurs concernés



Un recensement et une analyse SWOT de l'offre de formation



Le soutien du comité de pilotage composé de représentant·e·s de la Direccte Bretagne, de la Région Bretagne, de la délégation régionale Afdas Centre-Ouest, de la Direction des partenariats et des Relations institutionnelles de l'Afdas et de la DRAC Bretagne.



LIVRABLES



Un rapport complet



5 fiches métiers/compétences à fort enjeu



Une synthèse de l'étude



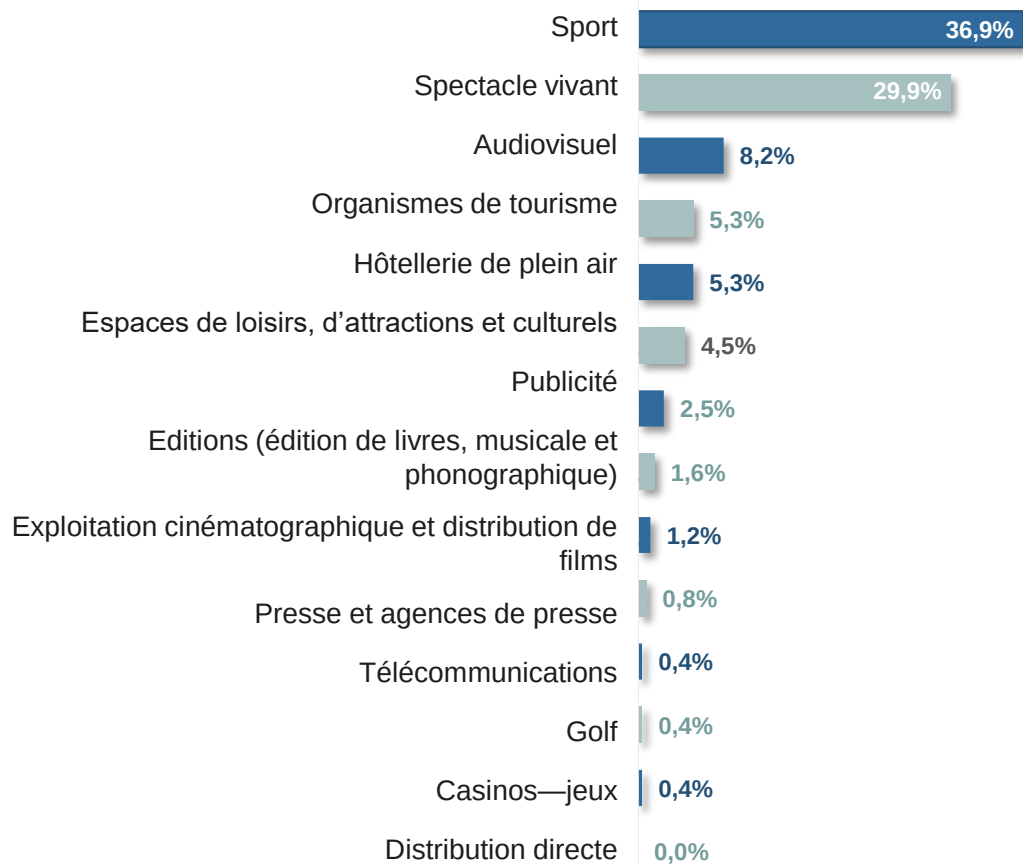
Une infographie

Moyens déployés

Plus de 200 structures interrogées en juin couvrant les principaux secteurs du périmètre de l'Afdas

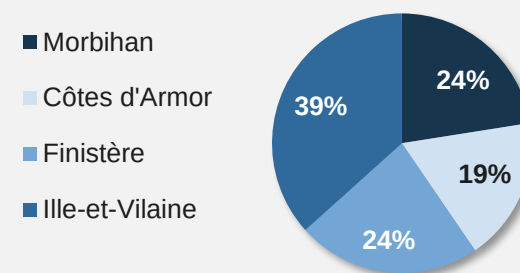
Répartition des structures répondantes selon leur secteur d'activité

Source : enquête AFDAS Bretagne juin 2020, traitement KYU LAB



Répartition des structures répondantes selon leur localisation*

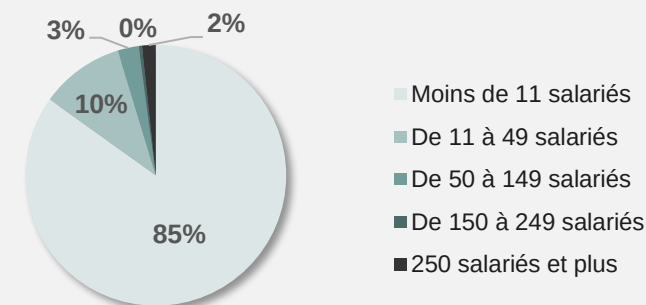
Source : enquête AFDAS Bretagne juin 2020, traitement KYU LAB



*les entreprises pouvant être situées sur plusieurs départements, la somme n'est pas égale à 100

Répartition des structures répondantes selon leur taille

Source : enquête AFDAS Bretagne juin 2020, traitement KYU LAB



Moyens déployés

Plus de 150 structures ré-interrogées en Décembre couvrant les principaux secteurs du périmètre de l'Afdas

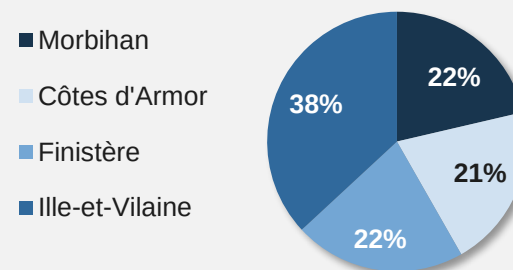
Répartition des structures répondantes selon leur secteur d'activité

Source : enquête AFDAS Bretagne oct 2020, traitement KYU LAB



Répartition des structures répondantes selon leur localisation*

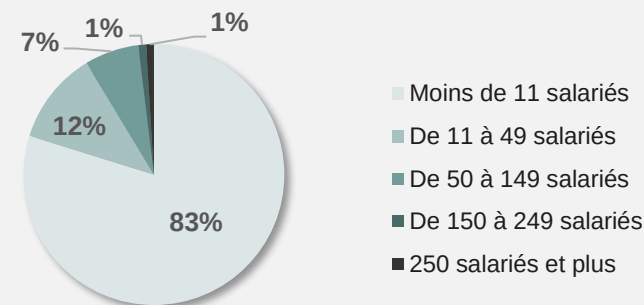
Source : enquête AFDAS Bretagne oct 2020, traitement KYU LAB



*les entreprises pouvant être situées sur plusieurs départements, la somme n'est pas égale à 100

Répartition des structures répondantes selon leur taille

Source : enquête AFDAS Bretagne oct 2020, traitement KYU LAB



Moyens déployés

Une large analyse documentaire

Près de 80 documents ont été analysés :

- Études de marché et études régionales (*CEREQ, CROS Bretagne, CORLAB, Art contemporain en Bretagne, etc.*)
- Études et données sectorielles (*Obs métiers de l'audiovisuel, Obs des métiers de la presse, DGEFP, Audiens, etc.*)
- Statistique publique (*Insee, GREF Bretagne, Région Bretagne, etc.*)
- Revues de presse spécialisée quotidienne (*Pages de Bretagne, etc.*)
- Revues de presse quotidienne régionale (*Bretagne économique, Ouest-France, Le Télégramme, etc.*)

 2010 - DGEFP - Edition phono synthèse	 2017-AFDAS-Métier journaliste
 2010 - DGEFP - Prospective édition phono	 2017-FilmenBre-Catalogue compositeurs interprètes
 2010-LivreBret-Edition jeunesse	 2017-Gref-Carto offre formation Bretagne
 2010-LivreBret-Traduction	 2017-Insee-Métiers sport en Bretagne
 2011-Afdas-Etude prospective métiers	 2017-Projet spectacle vivant en Bretagne
 2012-CDES-Sport en Bretagne	 2017-SNE-l'édition en perspective
 2013 - Obs métiers Audiovisuel - Etude impact des nouveaux médias	 2017-SRI-Obs E-pub
 2013-Afdas-Nouvelles fonctions presse	 2017-VannesAgglo-Projet territoire 2020
 2013-GEA Sport Bretagne	 2018 - CNC - chiffres clés région ciné
 2014 - Obs métiers Audiovisuel - Journalisme	 2018 - Obs métiers Audiovisuel - Artiste interprète
 2014-LivreBret-La BD en Bret	 2018 - Obs métiers Audiovisuel - Carto métiers
 2015 - Audiens - Prod de films animation et effets visuels	 2018-ADN Ouest-Emplois compétences numérique Bretagne
 2015 - CultureLab29 - MusiqueDanse 29	 2018-Afdas-Portrait stat Audiovisuel Bretagne
 2015 - RECA - Offre formation	 2018-CCI-Chiffres clef Bretagne
 2015-CEREQ-CEP Spectacle vivant	 2018-CCI-Economie bretonne vue par les chefs d'entreprise
 2015-CROS-Sport en Bretagne	 2018-CPNEF Sport-Rapport branche
 2015-FilmenBret-Proddocumentaire	 2018-CSA-Etude publicité en ligne
 2015-Gref+PoleEmploi-Métiers technique du spectacle en Bretagne	 2018-LivreBret-Editeren Breta
 2015-Région-Economie du sport en Bretagne	 2018-Obs Audiovisuel-Portrait stat BRE
 2016 - Audiens - Prod de films animation et effets visuels	 2018-QuimperDev-Economie Cornouailles
 2016 - CNC SPFA - Marché animation	 2019 - CORLAB - Radio en bretagne
 2016 - CSA - Production ciné en région	 2019 - France stratégie - Métiers du sport
 2016 - CultureLab29 - Choeur Finistère	 2019 - LivreBret - Guide des éditeurs
 2016 - Obs métiers audiovisuel - animateur radio	 2019 - Orange - Plan stratégique 2025
 2016 - Région - Panorama des activités culturelles en Bret	 2019-ACB-Etude plasticiens
 2016-Afdas-Emploi spectacle vivant	 2019-ACB-Structures Arts contemp Bretagne
 2016-CSA-Nouveaux territoires publicitaires	 2019-Afdas-Portrait de territoire Bretagne
 2016-Livre et lecture - le livre et la lecture en bretagne	 2019-CEREQ-Métier éducateur sport
 2017 - Audiens CNC -Emploi sceteur SFX	 2019-CPNEFP Golf-Rapport de branche
 2017 - Conseil culturel Bret - Panorama activité culture	 2019-Gref-Chiffres clés sport Bretagne
 2017 - CultureLab29 - Musique actuelle 29	 2019-LivreBret-AuteursDrame
 2017 - INSEE DRAC - Portrait stat culture Bretagne	 2019-LivreBret-Filière du livre
 2017 - Obs métiers spec vivant - Emploi spectacle vivant	 2019-Région-Projet stratégique breton pour le cinéma et l'audiovisuel
 2017 - Obsoco - Perspective cinéma numérique	 licencies-par-région-2018
 2017-Afdas-Etude impacts données secteurs com+culture+medias	 Rapport d'activité MDA 2017

Moyens déployés

Plus de 30 entretiens réalisés auprès des acteurs des secteurs étudiés

Illustration du tableau de suivi des entretiens

AFDAS

Étude régionale Emploi-Formation Filière AFDAS en Bretagne

Secteur	AS	ASL	ASL
Audiovisuel	2	0	0
Cinéma	2	0	0
Distribution directe	2	0	0
Éditions	2	0	0
Hôtellerie de plein air	2	0	0
Casinos jeux	2	0	0
Loisirs et divertissements	2	0	0
Organismes de tourisme	2	0	0
Presse	2	0	0
Publicité	2	0	0
Spectacle vivant	2	0	0
Sport	2	0	0
Télécommunications	2	0	0
Autres	2	0	0

Region	Secteur concerné	Type	Nature d'entretien	Date	Prénom	Fonction	Entreprise / Organisation	Statut	Titre	Adresse	Responsable	Statut	Titre
AFDAS	Audiovisuel	Entretien	Entretien	2020	Marie	Administrateur	Studio de Production - compagnie audiovisuelle	Libre	Marie	10 rue de la République	Marie	Libre	Marie
AFDAS	Cinéma	Entretien	Entretien	2020	Marie	Administrateur	Studio de Production - compagnie audiovisuelle	Libre	Marie	10 rue de la République	Marie	Libre	Marie
AFDAS	Distribution directe	Entretien	Entretien	2020	Marie	Administrateur	Studio de Production - compagnie audiovisuelle	Libre	Marie	10 rue de la République	Marie	Libre	Marie
AFDAS	Éditions	Entretien	Entretien	2020	Marie	Administrateur	Studio de Production - compagnie audiovisuelle	Libre	Marie	10 rue de la République	Marie	Libre	Marie
AFDAS	Hôtellerie de plein air	Entretien	Entretien	2020	Marie	Administrateur	Studio de Production - compagnie audiovisuelle	Libre	Marie	10 rue de la République	Marie	Libre	Marie
AFDAS	Casinos Jeux	Entretien	Entretien	2020	Marie	Administrateur	Studio de Production - compagnie audiovisuelle	Libre	Marie	10 rue de la République	Marie	Libre	Marie
AFDAS	Loisirs et divertissements	Entretien	Entretien	2020	Marie	Administrateur	Studio de Production - compagnie audiovisuelle	Libre	Marie	10 rue de la République	Marie	Libre	Marie
AFDAS	Organismes de tourisme	Entretien	Entretien	2020	Marie	Administrateur	Studio de Production - compagnie audiovisuelle	Libre	Marie	10 rue de la République	Marie	Libre	Marie
AFDAS	Presse	Entretien	Entretien	2020	Marie	Administrateur	Studio de Production - compagnie audiovisuelle	Libre	Marie	10 rue de la République	Marie	Libre	Marie
AFDAS	Publicité	Entretien	Entretien	2020	Marie	Administrateur	Studio de Production - compagnie audiovisuelle	Libre	Marie	10 rue de la République	Marie	Libre	Marie
AFDAS	Spectacle vivant	Entretien	Entretien	2020	Marie	Administrateur	Studio de Production - compagnie audiovisuelle	Libre	Marie	10 rue de la République	Marie	Libre	Marie
AFDAS	Sport	Entretien	Entretien	2020	Marie	Administrateur	Studio de Production - compagnie audiovisuelle	Libre	Marie	10 rue de la République	Marie	Libre	Marie
AFDAS	Télécommunications	Entretien	Entretien	2020	Marie	Administrateur	Studio de Production - compagnie audiovisuelle	Libre	Marie	10 rue de la République	Marie	Libre	Marie
AFDAS	Autres	Entretien	Entretien	2020	Marie	Administrateur	Studio de Production - compagnie audiovisuelle	Libre	Marie	10 rue de la République	Marie	Libre	Marie

Près de 70 personnes contactées

31 entretiens réalisés

Ventilation des entretiens par secteur d'activité

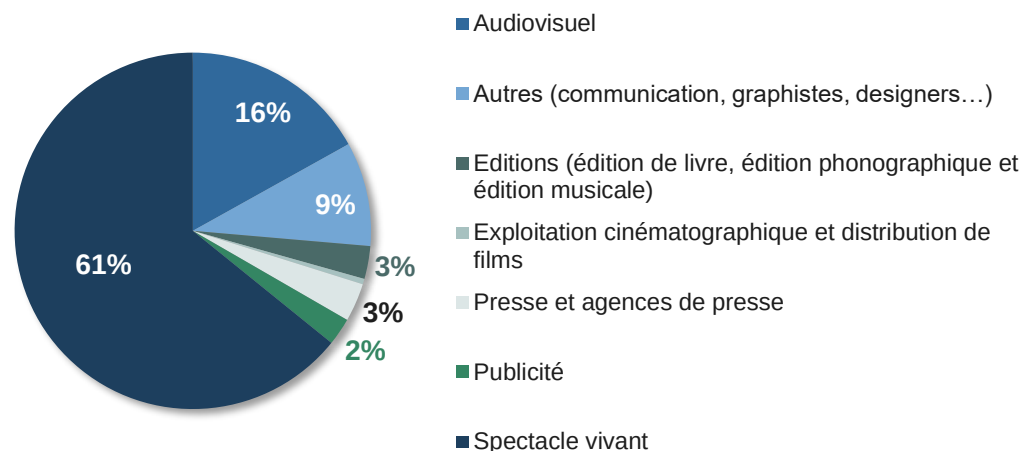
Audiovisuel	2
Exploitation Cinématographique et Distribution de Films	2
Distribution directe	0
Éditions	2
Hôtellerie de plein air	2
Casinos Jeux	1
Loisirs et divertissements	2
Organismes de tourisme	2
Presse	2
Publicité	0
Spectacle vivant	10
Sport	2
Télécommunications	2

Moyens déployés

213 répondants à l'enquête « professionnels », un panel représentatif de la diversité des profils concernés

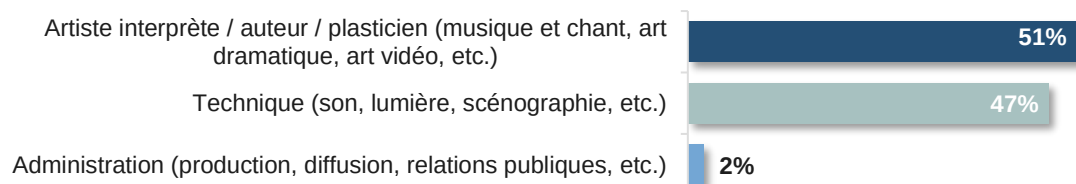
Répartition des professionnels répondants selon leur principal secteur d'activité

Source : enquête AFDAS Bretagne juin 2020, traitement KYU LAB



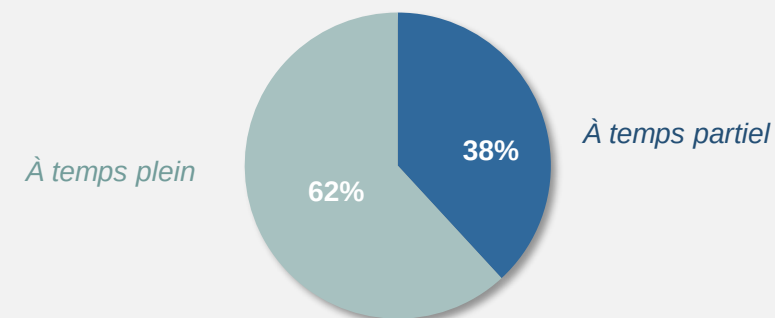
Répartition des professionnels répondants selon leur activité principale

Source : enquête AFDAS Bretagne juin 2020, traitement KYU LAB



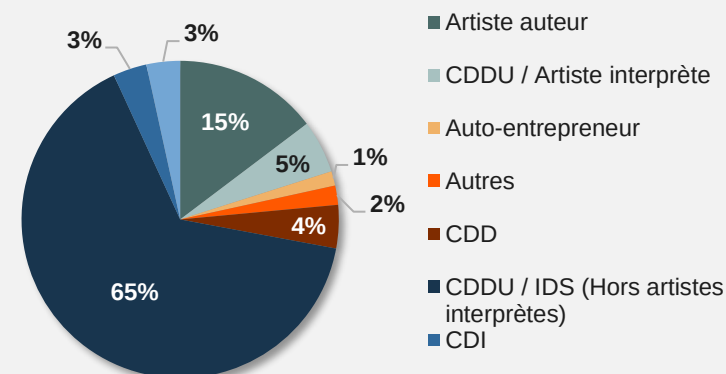
Répartition des professionnels répondants selon leur temps de travail

Source : enquête AFDAS Bretagne juin 2020, traitement KYU LAB



Répartition des professionnels répondants selon leur statut

Source : enquête AFDAS Bretagne juin 2020, traitement KYU LAB



Analyse de l'offre de formation initiale

- Les diplômes ont été recensés à partir de la liste des diplômes préparés en Bretagne issue de la base MENESR 2017-2018
- Les diplômes sélectionnés pour l'analyse quantitative de l'offre de formation initiale l'ont été en fonction de leurs liens avec les métiers de chacun des secteurs couverts par l'Afdas
- Si elle couvre les principaux diplômes pouvant mener aux métiers des secteurs, cette liste n'est pas exhaustive compte tenu de la pluralité des parcours et des débouchés de certains diplômes

Analyse de l'offre de formation continue

- Pour les secteurs traditionnels de l'Afdas l'offre de formation a été analysée à partir du fichier des formations consommées par les professionnels de la région.
- Pour les secteurs ayant récemment rejoint le périmètre de l'Afdas un recensement a été réalisé à partir des listes de formations accessibles dans la région constituée par le GREF Bretagne.

Panorama du périmètre d'intervention de l'Afdas en Bretagne

2 /

CULTURE, INDUSTRIES CRÉATIVES, MÉDIAS, COMMUNICATION, TÉLÉCOMMUNICATION, SPORT, TOURISME, LOISIRS ET DIVERTISSEMENTS EN BRETAGNE

**14 secteurs d'activités créateurs d'emplois, représentant près de
27 000 salariés et 3 000 établissements**



26 998
salariés

+25%

Entre 2011 et 2016
(+32% au niveau national)

4%

Des salariés
relevant du
périmètre Afdas



2 894
établissements

+3%

Entre 2011 et 2016
(+14% au niveau national)

5%

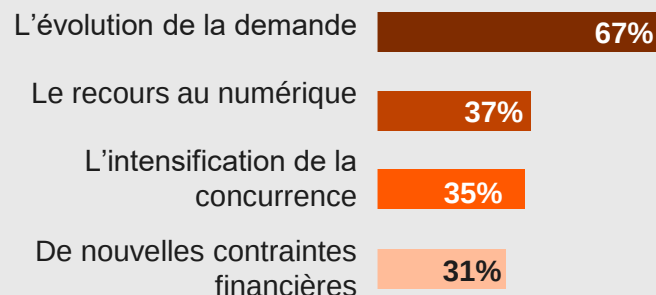
Des établissements
relevant du périmètre
Afdas

Source : INSEE, 2011-2016, traitement KYU LAB

**Une problématique majeure de formation et gestion des compétences pour
faire face à des dynamiques renforcées par la crise sanitaire**

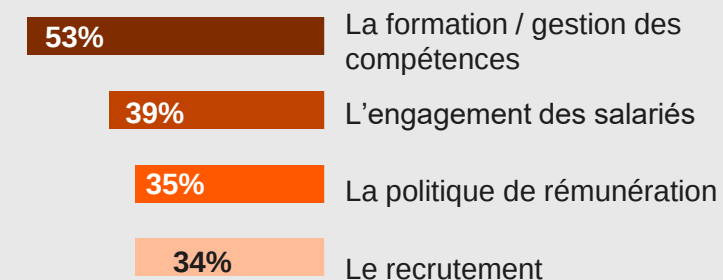
Les problématiques RH rencontrées par les entreprises avant la crise du COVID-19

Source : enquête AFDAS Bretagne 2020, traitement KYU LAB



Les principaux facteurs d'évolution auxquels font face les entreprises

Source : enquête AFDAS Bretagne 2020, traitement KYU LAB



Panorama de la région Bretagne

Chiffres clés



3,3 millions
d'habitants



1,3 million
d'emplois

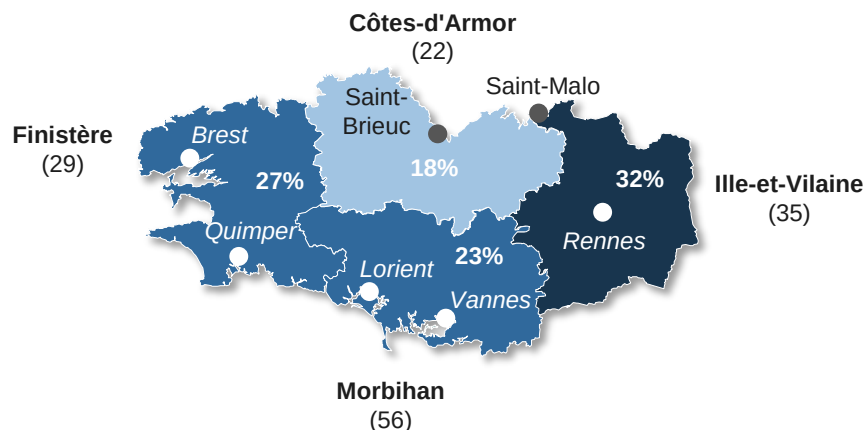


301 180
établissements

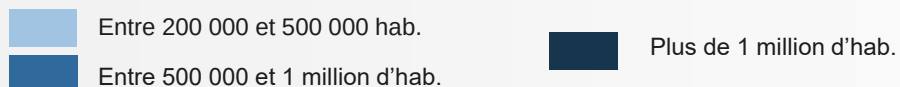
Sources : Insee, CLAP au 31/12/2015 et recensement de population 2016

Répartition de la population régionale par département

Source Insee 2019 (estimation au 1^{er} janvier)



Légende



Une démographie régionale particulièrement dynamique, notamment en Ille-et-Vilaine, Finistère et dans le Morbihan

- Si la Bretagne concentre **5,1% de la population française métropolitaine** (9^{ème} région la plus peuplée), elle se distingue par son dynamisme démographique. En effet, la population française métropolitaine a cru de 0,4% en moyenne chaque année entre 2011 et 2016, alors que la Bretagne voyait sa **population augmenter de 0,5% par an** sur la même période (source : Insee, recensements de la population 2011 et 2016).
- Cette croissance démographique est **en grande partie due** à la dynamique constatée dans les départements de **l'Ille-et-Vilaine et du Morbihan** dont les populations ont respectivement cru de 1,1% et 0,6% en moyenne chaque année depuis 2011. Les populations du Finistère et des Côtes-d'Armor ont, quant à elles, augmenté de 0,2% en moyenne chaque année sur la même période (source : Insee, recensements de la population 2011 et 2016).

Une polarisation de la population qui s'intensifie

- Bien que la **population régionale demeure relativement bien répartie dans les départements**, celle-ci tend à se polariser autour des principaux pôles urbains de la région.
- Entre 2011 et 2016, la **population s'est ainsi particulièrement densifiée** autour de **Quimper, Saint-Brieuc, Saint-Malo**, de la **métropole brestoise** et, plus globalement, en **Bretagne Sud** autour de Lorient et Vannes (source : Insee, recensements de la population 2011 et 2016). À l'inverse, d'autres territoires ont vu leur densité de population diminuer (côtes nord et ouest et en Bretagne intérieure autour de l'axe Carhaix-Loudéac).
- Alors que la **métropole de Rennes**, mais aussi la **métropole nantaise** de la région voisine, exercent un **fort pouvoir d'attraction** auprès de la population (respectivement +1,4% et +1,5% en moyenne par an entre 2011 et 2016, source : Insee, recensements de la population 2011 et 2016) et des activités bretonnes, les territoires périurbains de la région sont particulièrement attractifs (+1,24% en moyenne par an entre 2018 et 2040 dans la 2^{ème} couronne de Rennes, source : Insee, Omphale, 2017)

Panorama de la région Bretagne

96,7 Md€

de PIB en 2017
soit 4% du PIB français

1,3 million

d'emplois
dont 1,2 million de
salariés en 2016

214 386

établissements
et 20 936 créations nettes
d'entreprises en 2019

7,1%

de taux de chômage
soit le plus faible de
France (T3 2019)

Un dynamisme économique et des créations d'emploi sur l'ensemble du territoire

- Le PIB de la Bretagne s'élève à 96,7 Md€, soit le 9^{ème} rang des régions françaises, mais il s'agit de la **5^{ème} plus riche région en France métropolitaine rapportée à sa population**(PIB/habitant : 27 838 €, *source : Insee, 2018*).
- Ce dynamisme économique a un **impact fort sur l'emploi régional** puisque celui-ci n'a cessé de croître depuis 10 ans. Le **nombre d'emplois a ainsi augmenté de 1,8% entre 2016 et 2017** (contre 1,2% en France métropolitaine). Dans le même temps, la région dispose d'un **niveau de chômage parmi les plus faibles des régions françaises** (7,2% en 2019).
- Si la **métropole rennaise concentre un niveau d'activité important** dans la région, les **territoires côtiers**, mais aussi ceux de la **Bretagne intérieure** (à l'image de Pontivy et Loudéac) **bénéficient également d'une activité économique dynamique**.

Une économie très diversifiée

- Alors que le secteur agricole abrite à la fois des activités de pêche, d'aquaculture, de production de viande et laitière, **l'économie bretonne se caractérise par le poids important de l'industrie** (16,1% de l'emploi contre 12,2% en France, *source Insee, 2019*). Les industries **agroalimentaires**, mais aussi **navale et nautique** (1^{ère} région française de production alimentaire et 1^{ère} pour la construction et la réparation de navires, *source : Région Bretagne*) y sont ainsi très présentes.
- Le **secteur des services** demeure majoritaire dans la région (près de 75% des emplois, *source : Insee 2019*). Outre la présence de **nombreuses filières d'excellence**, notamment dans les **TIC** (pôle cyber à Rennes, 2^{ème} région en termes de dépenses destinées à la R&D dans le numérique, *source : Région Bretagne*), les services bretons se caractérisent par le **poids important des activités liées au tourisme** (6,2% des emplois, *source : Insee, 2015*).

Un soutien actif de projets et filières par les pouvoirs publics

- Alors que les pouvoirs publics de la région affichent leur **volonté de soutenir des filières d'excellence** (énergies marines renouvelables, biotechnologies marines, smart grid, etc.), plusieurs **projets régionaux visent aussi à connecter davantage le territoire** (projet « Très haut débit », lignes TGV) et à **renforcer son attractivité** (Marque Bretagne, campagne « Passez à l'Ouest », etc.).

Sources : Eurostat, Insee

Panorama de la région Bretagne



Plus de 350

*festivals chaque année
et 3,2 millions de festivaliers*

**150 salles de
spectacles**

*d'au moins 300 places
et 123 cinémas*

Près de 150 000

*sportifs licenciés
soit la 2^{ème} région française
au regard de sa population*

Plus de 20 millions

*de nuitées dans des
établissements de
tourisme*

Un patrimoine géographique et culturel propice aux secteurs de la culture, des industries créatives, de la communication, du sport, du tourisme, des loisirs et du divertissement.

- Avec ses 1 700 km de côtes, sa multitude d'îles et des lieux emblématiques (golfe du Morbihan, Côte de granit rose, etc.), le **patrimoine naturel** breton est **fortement marqué par son ouverture sur l'océan Atlantique**. Mais la Bretagne compte aussi **des paysages ruraux particulièrement riches** (forêts de Brocéliande et de Huelgoat, Monts d'Arrée, etc.).
- Outre les sites mégalithiques (Carnac, Locmariaquer, etc.), la région abrite de nombreux monuments historiques ainsi que des villes classées d'art et d'histoire. Si ce **patrimoine historique alimente encore la culture traditionnelle bretonne** (Festival Interceltic de Lorient, littérature, etc.), la région se caractérise aussi par une **activité culturelle dense**, notamment incarnée par ses festivals organisés tout au long de l'année, ses salles de spectacles et de cinéma ou encore ses nombreuses compagnies de théâtre, chant, danse et artistes.
- Forte de ce patrimoine la Bretagne est une **région très touristique** dont la **politique territoriale** se caractérise par une organisation **en 10 territoires intercommunaux** qui favorise l'émergence d'une **offre touristique complémentaire** englobant l'hébergement, la restauration en passant par des activités diversifiées (sport, spectacle vivant, casinos, etc.).

Un cadre de vie et une histoire, vecteurs d'attractivité et d'attachement profond des habitants à leur territoire.

- Alors qu'elle compte 3 villes parmi les 20 villes où il fait le plus bon vivre en France en 2020, la Bretagne jouit d'une **attractivité forte se traduisant par un solde migratoire important** (contribution annuelle moyenne de 0,46% de la croissance démographique régionale contre 0,1% au niveau national). C'est encore plus marqué sur **les territoires de l'Ille-et-Vilaine et du Morbihan** pour lesquels le solde migratoire contribue à hauteur de 0,58% et 0,61% de la croissance démographique (*source Insee, recensements de la population 2010 et 2015*).
- La Bretagne est par ailleurs l'une des régions françaises où les jeunes diplômés reviennent le plus à l'issue de leur formation dans d'autres régions (77% des arrivées de jeunes diplômés sont des retours, *source : Cereq, enquête Générations, 2016*), traduisant un attachement important de la population à sa région.

Le périmètre d'intervention de l'Afdas en Bretagne

Un poids important des entreprises dans l'emploi de la région

Chiffres clés



26 998
salariés

+25%

Entre 2011 et 2016
(+32% au niveau national)

4%

Des salariés
relevant de l'Afdas



2 894
établissements

+3%

Entre 2011 et 2016
(+14% au niveau national)

5%

Des établissements
relevant de l'Afdas

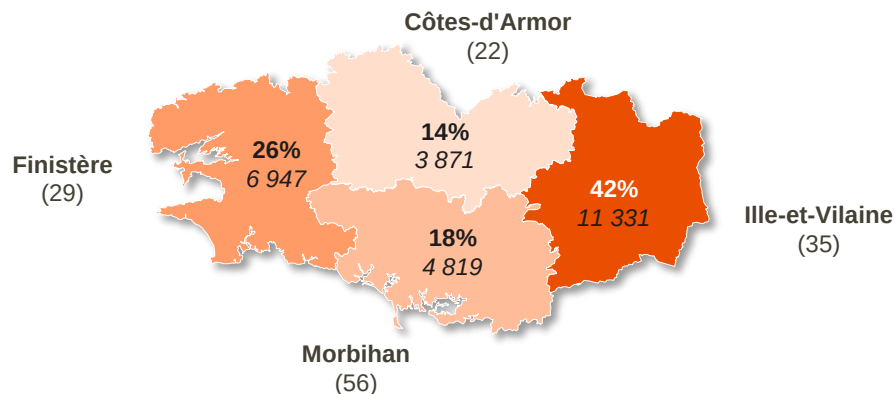
Source : INSEE, 2011-2016, traitement KYU Lab

Près de 27 000 salariés et 3 000 établissements relevant du périmètre de l'Afdas en Bretagne.

- L'ensemble des secteurs relevant du périmètre de l'Afdas compte près de 27 000 salariés soit **4% de salariés relevant des branches professionnelles du périmètre de l'Afdas** au niveau national (source : INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab).
- Ces secteurs comptent près de 3 000 établissements (5% du nombre d'établissements relevant du périmètre de l'Afdas au niveau national (source : INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab). Ces secteurs représentent par ailleurs **31 300 emplois soit 2,5% des emplois de la région** (du fait de la structure particulière des emplois de certains secteurs – nombre important de contrats CDDU dans le spectacle vivant et l'audiovisuel notamment, recours à l'emploi saisonnier dans l'hôtellerie de plein air par exemple – une même personne peut occuper plusieurs emplois au sein d'une même année).

Répartition des effectifs dans la région

Source : Insee DADS au 31/12/2016



Légende

Moins de 4 000 sal.	Entre 5 000 et 7 000 sal.
Entre 3 000 et 5 000 sal.	Plus de 7 000 sal.

Des secteurs créateurs d'emploi.

- Alors que la croissance du nombre de salariés a cru de 3,1% en Bretagne tous secteurs confondus entre 2011 et 2016 tous secteurs, les effectifs des secteurs relevant du périmètre de l'Afdas ont augmenté de près de +25% sur la même période.
- L'Ille-et-Vilaine concentre une part importante des effectifs**, puisque plus de 4 salariés sur 10 exercent dans ce département. L'ensemble des départements de la région ont vu les effectifs relevant du périmètre de l'Afdas croître bien que le Finistère et le Morbihan aient enregistré les dynamiques les plus fortes (+3% dans les Côtes-d'Armor, +26% en Ille-et-Vilaine, +30% dans le Morbihan et +34% dans le Finistère).

Évolution des effectifs dans la région

Source : Insee DADS, 2016, traitement KYU Lab

+4,7%	Par an en moyenne	+5,7%	Au niveau national
--------------	-------------------	--------------	--------------------

Le périmètre d'intervention de l'Afdas en Bretagne

Des activités particulièrement représentées dans la région

5 secteurs qui représentent près de 7 salariés sur 10.

- Les secteurs des **télécommunications**, du sport, de la **presse et des agences de presse**, du **spectacle vivant** et de l'**hôtellerie de plein air** (respectivement 21%, 16%, 13%, 10% et 10% des effectifs de l'Afdas) sont les secteurs les plus représentés en termes de personne ayant occupé un emploi dans la région.

Des secteurs particulièrement développés relativement à l'échelle nationale.

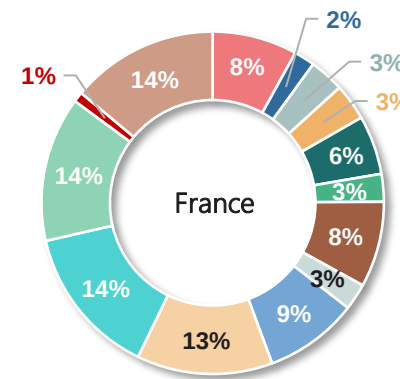
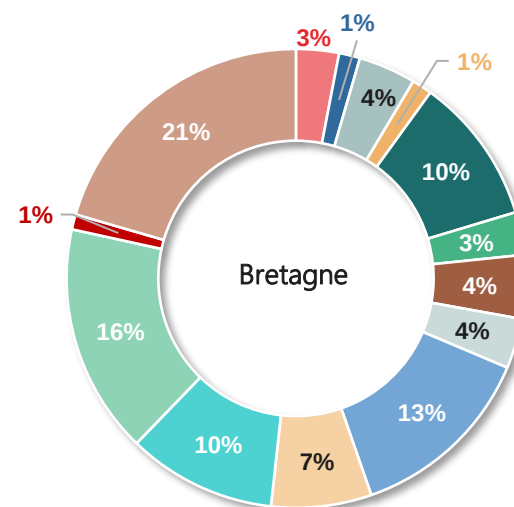
- 4 secteurs sont surreprésentés dans la région au regard de la répartition des personnes ayant occupé un emploi dans le périmètre de l'Afdas au niveau national : les **télécommunications**, le **sport**, la **presse et les agences de presse** et l'**hôtellerie de plein air**.
- À l'inverse, les secteurs du spectacle vivant, de la publicité et des espaces de loisirs, d'attractions et culturels sont moins représentés qu'au niveau national.

Des dynamiques différentes en termes d'emploi pour ces secteurs.

- Alors que le secteur de la **distribution directe** a connu une **forte diminution** de ses effectifs (-28% de salariés en moyenne par an), ceux de la **presse et des agences de presse**, des **casinos-jeux** et de la **publicité** ont connu une **baisse plus relative** de leurs effectifs (respectivement -2%, -2% et -0,5% par an en moyenne, *source INSEE, DADS, 2011-2016*)
- À l'inverse, certains secteurs ont connu une **croissance comprise en 0 et 5%** par an en moyenne du nombre de personnes ayant travaillé dans le secteur comme le **spectacle vivant**, les **espaces de loisirs, d'attractions et culturels** ainsi que l'**exploitation cinématographique** et la **distribution de films**. Dans le même temps, les secteurs du golf, du sport, de l'hôtellerie de plein air, des éditions et de l'audiovisuel ont connu une forte croissance des personnes ayant travaillé dans le secteur (+5% en moyenne par an, *source INSEE, DADS, 2011-2016*).
- Bien que les secteurs des télécommunications et du tourisme aient enregistré une croissance du nombre de personnes y ayant travaillé entre 2011 et 2016, leurs actualités récentes (fermetures dans les télécommunications, regroupement des organismes de tourisme) ont pu inverser cette dynamique.

Répartition des effectifs par grand secteur d'activité

Source : Insee DADS au 31/12/2016, traitement KYU Lab



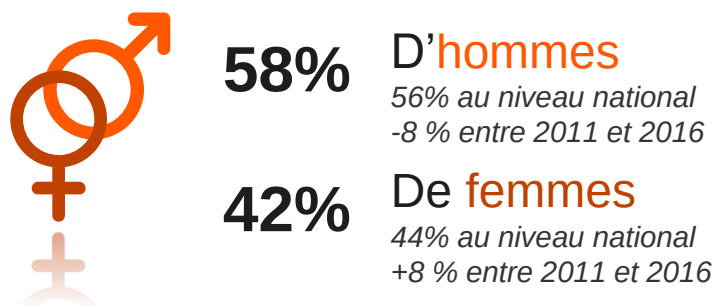
- Agences de mannequins
- Audiovisuel
- Exploitation cinématographique et distribution de films
- Distribution directe
- Editions
- Hôtels de plein air
- Casinos-Jeux
- Espaces de loisirs, d'attractions et culturels
- Organismes de tourisme
- Presse et agences de presse
- Publicité
- Spectacle vivant
- Sport
- Golf
- Télécommunications

Le périmètre d'intervention de l'Afdas en Bretagne

Une féminisation encore partielle de l'emploi

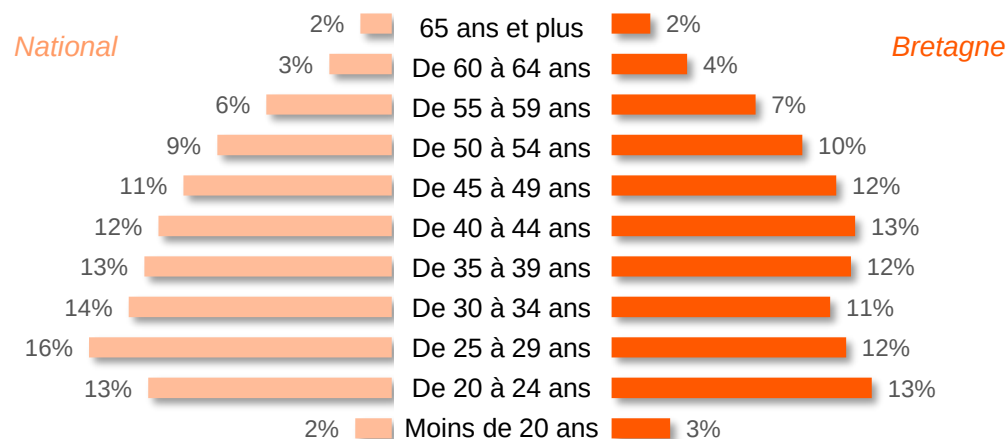
Répartition des emplois selon le sexe des salariés

Source : Insee DADS, au 31/12/2016



Répartition des emplois selon l'âge des salariés

Source : Insee DADS, au 31/12/2016



Malgré une majorité de postes occupés par des hommes, une féminisation de l'emploi dans le périmètre de l'Afdas.

- La **part des hommes** dans les emplois des secteurs est **légèrement plus forte dans la région qu'au niveau national** (58% contre 56% en France). Bien que près de 6 emplois sur 10 soient occupés par des hommes la dynamique est celle d'une féminisation des emplois dont la part a augmenté de 8 pourcents en 5 ans.
- Dans **certains secteurs** les emplois sont **majoritairement** occupés par des **hommes** : le **golf** (74% d'emplois masculins) et les **télécommunications** (72%), **l'audiovisuel** (70%), le **spectacle vivant** (66%), le **sport** (64%), la **distribution directe** (61%), l'hôtellerie de plein air (58%), la presse et les agences de presse (56%) et les espaces de loisirs, d'attractions et culturels (53%).
- À l'inverse de la tendance générale, l'emploi masculin progresse dans les secteurs de l'audiovisuel, de la distribution directe, du sport, du golf, des télécommunications, des espaces de loisirs, d'attraction et culturels.
- Seuls **trois secteurs** sont **majoritairement féminins** : les **organismes de tourisme** (81% d'emplois occupés par des femmes), **l'exploitation cinématographique et la distribution de films** (55%), les **éditions** (53%) et la **publicité** (55%).

Des emplois occupés de manière moins importante par des jeunes qu'au niveau national.

- Si la part des moins de 20 ans à 24 ans est un peu supérieure à celle observable au niveau national, celle des emplois occupés par des personnes ayant entre 25 et 40 ans est inférieure (48% contre 55% au niveau national).
- Les **secteurs les plus jeunes** sont le **sport** (où 43% des emplois sont occupés par des personnes ayant moins de 30 ans), les **espaces de loisirs, d'attractions et culturels** (55% ont moins de 30 ans), **l'exploitation cinématographique et distribution de films** (48% ont moins de 30 ans), **l'hôtellerie de plein air** (51% ont moins de 30 ans), loisirs, organismes de tourisme (29% de moins de 30 ans).
- Parmi les secteurs disposant des **emplois les plus âgés** se trouvent les **éditions** (43% ont plus de 45ans), la **presse et les agences de presse** (36% ont plus de 45 ans), la **distribution directe** (61% de plus de 45ans) et les **télécommunications** (41% ont plus de 45 ans).

Le périmètre d'intervention de l'Afdas en Bretagne

Des emplois hétérogènes concentrés dans les petites structures

Des emplois très diversifiés au sein du périmètre de l'Afdas

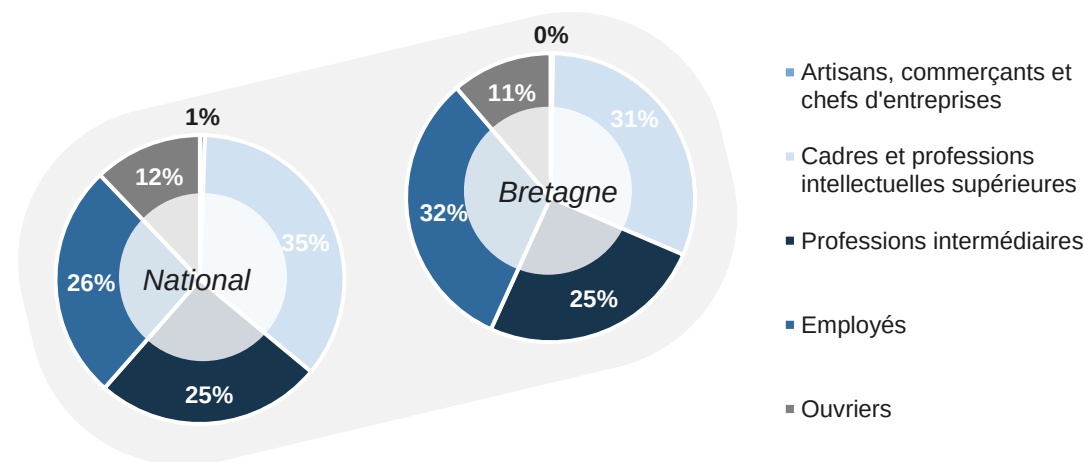
- Si dans l'hôtellerie de plein air (81%), les casinos-jeux (71%), les espaces de loisirs, d'attractions et culturels (60%) et les organismes de tourisme (71%) les employés sont majoritaires, l'emploi cadre est très présent dans les secteurs de la presse et des agences de presse et des télécommunications (42% et 74%).
- Alors que la distribution directe (92%) et le golf (41%) abritent beaucoup d'emplois ouvriers, la publicité et le sport regroupent une forte part de professions intermédiaires (41% et 72%).
- Les secteurs du spectacle vivant et de l'audiovisuel se caractérisent eux par la forte présence d'artistes (respectivement 50% et 17% des emplois).

Une forte majorité de petits établissements

- La part importante d'établissements de moins de 11 postes **s'explique en partie par la forte présence d'intermittents dans le spectacle vivant et l'audiovisuel** (76% et 68% des travailleurs) et par le **recours au bénévolat dans des secteurs comme le sport**.
- Parmi les secteurs où les petits établissements sont les plus nombreux, on trouve l'audiovisuel, les éditions (88% avec moins de 5 permanents et une majorité d'établissements de moins de 11 salariés), l'hôtellerie de plein air et les espaces de loisirs, d'attractions et culturels (90% et 97% d'établissements avec moins de 11 postes).
- L'exploitation cinématographique et la distribution de films, la presse et les agences de presse et les télécommunications ont des établissements de taille plus importante (13%, 30% et 62% d'établissements avec plus de 11 postes ou permanents).

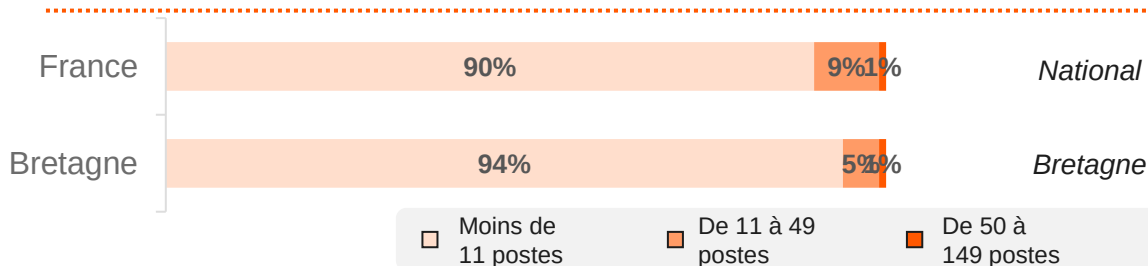
Répartition des emplois selon leur catégorie socioprofessionnelle

Source : Insee DADS au 31/12/2016



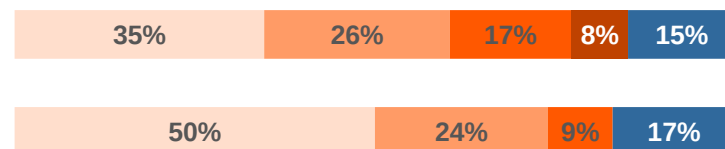
Répartition des établissements selon leur taille

Source : Insee DADS au 31/12/2016



Répartition des emplois selon la taille de leur établissement

Source : Insee DADS au 31/12/2016



Le périmètre d'intervention de l'Afdas en Bretagne

Des emplois plus stables qu'au niveau national

Une part importante de contrats à durée déterminée malgré une majorité de CDI

- Un peu moins de **2/3 des emplois sont en CDI dans la région**. Cette part des CDI est plus importante que celle observable au niveau national pour les secteurs relevant du périmètre de l'Afdas (59% des emplois en CDI). Cela peut notamment s'expliquer par **l'importance du secteur des télécommunications** dans la région qui se caractérise par sa forte proportion de CDI parmi ses emplois (86% des emplois).
- Si les télécommunications disposent d'un fort taux de CDI, la publicité, la presse et les agences de presse disposent également d'une proportion importante de CDI parmi leurs emplois (respectivement 90% et 75% de leurs emplois).
- À l'inverse d'autres **secteurs comptent une part importante de CDD (y compris CDDU)**. Dans **l'audiovisuel** (48% de CDD) et le **spectacle vivant** (68% de CDD) cette caractéristique s'explique en partie par la forte présence d'emplois intermittents (CDDU). Dans **l'hôtellerie de plein air** (80%), les **espaces de loisirs, d'attractions et culturels** (45%) et, dans une moindre mesure dans le **sport** (30%), celle-ci peut s'expliquer par l'importance de l'emploi saisonnier.

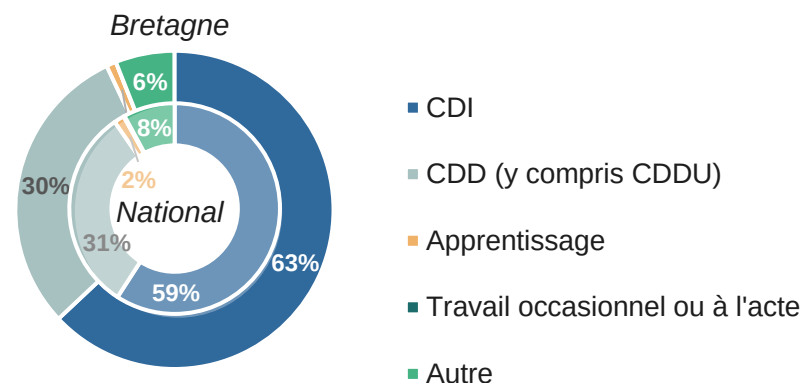
Près d'un emploi sur deux à temps complet

- La **part des temps complets** parmi les emplois relevant du périmètre de l'Afdas en Bretagne est **similaire à celle observable au niveau national** (52% contre 51% au niveau national).
- Dans les secteurs de l'audiovisuel (62% des emplois à temps partiel), de l'exploitation cinématographique (80%), de l'hôtellerie de plein air (80%) et du spectacle vivant (75%) la part des emplois à temps partiel est particulièrement importante.
- À l'inverse dans les secteurs des éditions (80% de temps complets), des casinos-jeux (75%) et des télécommunications (87%) la part des emplois à temps complet est très nettement majoritaire.

Répartition des emplois selon...

Source : Insee DADS au 31/12/2016

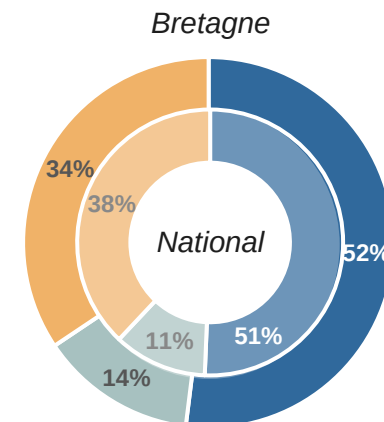
la nature de leur contrat



■ Temps complet

■ Temps partiel

■ Autres conditions d'emploi*



leur temps de travail

La catégorie « autre »* comprend les conditions d'emploi mixtes (emploi majoritairement à temps partiel par exemple)

Le périmètre d'intervention de l'Afdas en Bretagne

De nombreux métiers communs à plusieurs secteurs d'activités

- Le métier de **moniteur et éducateur sportif** est le **plus représenté** dans la région.
- Alors que les **secteurs du spectacle vivant** et de **l'audiovisuel** présentent des **similarités** avec la présence commune des métiers d'ouvrier, de technicien et de cadres artistiques et technico-artistiques, les secteurs de la **presse** et de **l'audiovisuel** abritent **tous deux des journalistes**.
- Les **métiers de l'accueil** qui sont présents dans les secteurs des espaces de loisirs, d'attractions et culturels, des organismes de tourisme, des télécommunications, du sport, du Spectacle Vivant et de l'Exploitation Cinématographique).
- Le **secteur des télécommunications** se caractérise par la **présence de nombreux métiers qui lui sont spécifiques** : cadres administratifs des télécommunications, ingénieurs et cadres spécialistes des télécommunications

Les 15 métiers les plus présents dans la région

Source : Insee DADS au 31/12/2016

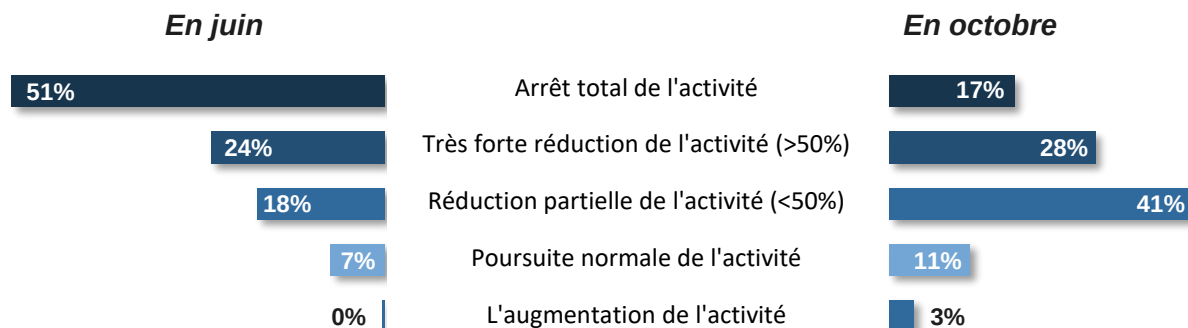
Métiers	Principaux secteurs employeurs
Moniteur(trice)s et éducateur(trice)s sportifs / sportifs professionnels	Sport, Espaces de loisirs, d'attractions et culturels, Hôtellerie de plein air, Golf
Employé(e)s des services divers	Presse, Espaces de loisirs, d'attractions et culturels, Casinos-Jeux, Sport
Conducteurs livreurs coursiers	Distribution directe, Presse
Journalistes (y c. rédacteurs en chef)	Presse, Audiovisuel
Cadres administratifs des télécommunications	Télécommunications
Ingénieurs et cadres spécialistes des télécommunications	Télécommunications
Employé(e)s d'étage et employés polyvalents de l'hôtellerie	Hôtellerie de plein air
Employé(e)s administratifs qualifié(e)s des autres services des entreprises	Télécommunications, Sport, Spectacle vivant, Presse, Organismes de tourisme, Hôtellerie de plein air
Agents d'accueil qualifiés hôtesse(s) d'accueil et d'information	Espaces de loisirs, d'attractions et culturels, Organismes de tourisme, Télécommunications, Sport
Assistants techniques de la réalisation des spectacles vivants et audiovisuels	Spectacle vivant, Audiovisuel, Exploitation cinématographique et distribution de films
Animateurs socioculturels et de loisirs	Sport, Espaces de loisirs, d'attractions et culturels, Hôtellerie de plein air, Spectacle vivant
Cadres commerciaux des grandes entreprises (hors commerce de détail)	Télécommunications
Secrétaires	Sport, Presse, Publicité, Organismes de tourisme, Hôtellerie de plein air
Ouvriers et techniciens des spectacles vivants et audiovisuels	Spectacle vivant, Audiovisuel, Exploitation cinématographique et distribution de films
Cadres artistiques et technico-artistiques de la réalisation de l'audiovisuel et des spectacles	Audiovisuel, Spectacle vivant

Le périmètre d'intervention de l'Afdas en Bretagne

Des secteurs très exposés à la crise sanitaire liée à la COVID-19

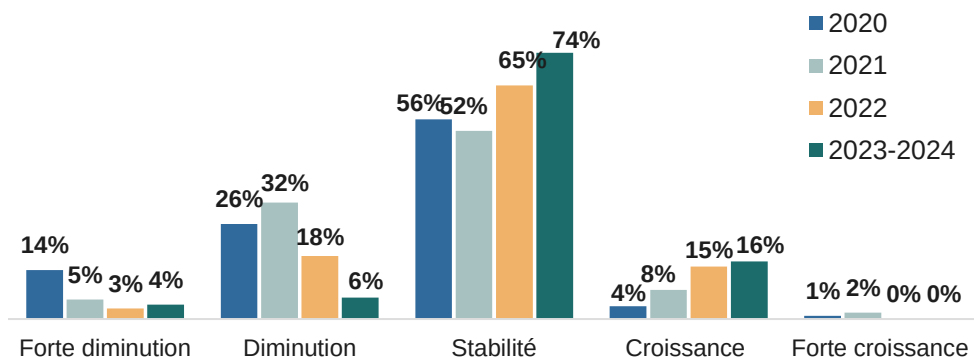
L'impact de la crise du COVID-19 et du confinement sur l'activité des structures

Source : enquête et traitement KYU Lab, juin-oct 2020, 73-118 répondants



L'évolution de leurs effectifs selon les structures de 2020 à 2024

Source : enquête et traitement KYU Lab, juin 2020, 118-100 répondants



Plus de la moitié des entreprises contraintes à l'arrêt total de leur activité lors du premier confinement

- **Trois quarts des entreprises** interrogées ont déclaré en juin avoir subi une **très forte réduction de leur activité** voire un arrêt total de celle-ci du fait de la crise sanitaire liée à la COVID-19 et au confinement. Si certains secteurs tels que la presse et les agences de presse, les télécommunications ou encore la publicité ont pu poursuivre leur activité, d'autres ont été plus touchés. **Ainsi, les secteurs dont l'activité repose sur l'accueil de publics** - le sport, le spectacle vivant, l'exploitation cinématographique et la distribution de films, les espaces de loisirs, d'attraction et culturels et l'hôtellerie de plein air - **ont vu leur activité s'arrêter avec le confinement.**
- En octobre, davantage d'entreprise ont pu reprendre leurs activités. Toutefois une très grande majorité d'entre elles ont vu leur volume d'activité se réduire du fait des restrictions sanitaires et d'une baisse de la demande. Seuls certains organismes de tourisme ont connu un rebond de leur activité lors de la période estivale.

La reprise d'une dynamique positive de l'emploi anticipée à partir de 2022

- L'arrêt de l'activité ou sa forte réduction ont **entraîné une diminution des effectifs des entreprises en 2020** pour près de 40% d'entre elles. Cela est particulièrement vrai pour les entreprises des espaces de loisirs, d'attractions et culturels, du spectacle vivant et du sport très touchés par la crise.
- En 2021 et en 2022, les effectifs de certaines entreprises des secteurs précédemment cités pourraient continuer à diminuer. À partir de 2022, la majorité des entreprises des secteurs du périmètre de l'Afdas devraient voir leurs effectifs **se stabiliser.**
- Le secteur de la presse observe lui une dynamique spécifique puisqu'il a été marqué ces dernières années par une diminution des effectifs, dynamique qui devrait se poursuivre ces prochaines années selon les entreprises interrogées.

Le périmètre d'intervention de l'Afdas en Bretagne

Une crise sanitaire qui renforce des dynamiques déjà à l'œuvre

Des secteurs qui font face à une forte évolution de la demande

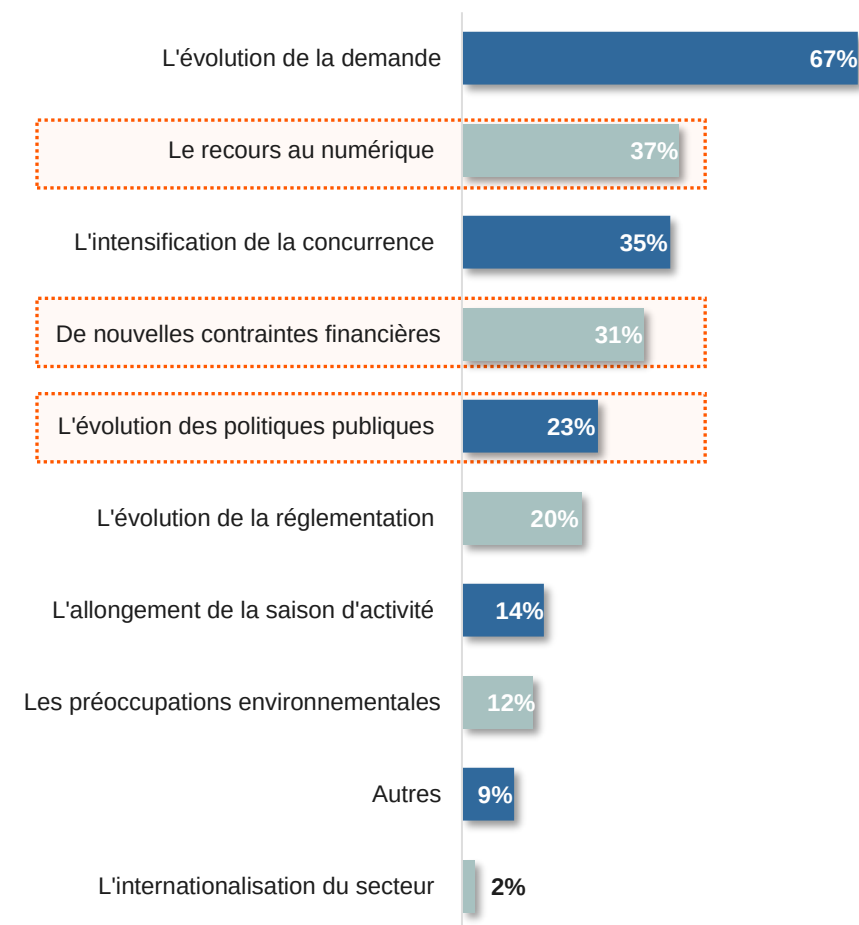
- **L'évolution de la demande** est le principal facteur d'évolution pour **plus de 2/3 des entreprises interrogées**. Ce **constat globalement partagé** quel que soit leur secteur d'activité se traduit par une diversification des activités des entreprises. Alors que dans l'hôtellerie de plein air, l'évolution de la demande entraîne une montée en gamme des établissements, les casinos-jeux et le sport cherchent à diversifier leurs activités pour s'adapter à l'évolution des publics et des pratiques. Pour les organismes de tourisme, l'évolution de leurs prérogatives au sein de l'écosystème du tourisme les pousse à créer des offres packagées et à animer la promotion de leur territoire. Dans l'exploitation cinématographique et la diffusion de film, la concurrence de la VOD conduit les entreprises à diversifier leur offre.
- La **numérisation des activités** est également citée par **plus d'un tiers des entreprises** et ce quel que soit le secteur de ces dernières.
- Enfin, le **développement de nouvelles contraintes financières** pourrait fragiliser l'activité des secteurs de l'audiovisuel et de la presse et agences de presse (baisse des revenus publicitaires), du spectacle vivant (baisse des moyens financiers publics) et du sport (moindre engagement bénévole et possible limitation des dotations des collectivités locales).

Une crise sanitaire a renforcé les tendances déjà à l'œuvre

- La crise **sanitaire liée à la COVID-19 accentue les contraintes rencontrées par certains secteurs** (augmentation des contraintes financières, baisse de la demande). Les secteurs de l'audiovisuel et de l'exploitation cinématographique et de la distribution de films craignent une diminution des capacités d'investissement de la télé et une baisse du marché de l'exploitation du fait du développement des plateformes VOD. Le spectacle vivant, le sport, les espaces de loisirs, d'attractions et culturels redoutent, quant à eux, une diminution du nombre de participants du fait des règles de distanciation sociale.
- Dans les **secteurs liés à l'activité touristique** (organismes de tourisme, hôtellerie de plein air notamment), **l'évolution de la demande pourrait se renforcer** avec notamment le développement du tourisme de proximité.
- Le **recours au numérique** avec le développement du télétravail, l'animation de groupes à distance, la diffusion de live pour les secteurs du spectacle vivant ou encore le renforcement du besoin d'animation d'une clientèle à distance (community management), **devrait lui aussi s'intensifier**.
- Enfin, **l'accentuation des problématiques environnementales, plus largement RSE**, notamment le développement des circuits courts et de proximité pourraient également se déployer plus rapidement.

Les principaux facteurs d'évolution auxquels font face les entreprises

Source : enquête et traitement KYU Lab, jun et oct 2020, 265-162 répondants



Le recours au numérique Evolutions qui devraient s'accroître à la suite de la crise sanitaire selon les entreprises

Le périmètre d'intervention de l'Afdas en Bretagne

Une problématique majeure de formation et de gestion des compétences pour les structures

Les problématiques RH rencontrées par les structures avant la crise du COVID-19

Source : enquête et traitement KYU Lab



Les principales origines de ces difficultés selon les structures

Source : enquête et traitement KYU Lab

- 1 Un volume de candidatures insuffisant
- 2 L'expérience inadaptée des candidats
- 3 La concurrence au sein du secteur d'activité

Plus de la moitié des structures font face à des problématiques de formation et de gestion des compétences

- Du fait des **fortes évolutions auxquelles font face les structures** des secteurs relevant du périmètre de l'Afdas, la formation est un véritable enjeu pour elles. La **formation** et la **gestion des compétences** de leurs salariés apparaissent comme la première problématique RH que les structures bretonnes rencontrent quel que soit leur secteur.

Le recrutement une problématique pour un tiers des structures

- Près de 35% des structures rencontraient, avant la crise liée à la COVID-19, des problématiques liées au recrutement. Ainsi, alors qu'en moyenne les structures avaient près de 7 postes à pourvoir en 2019, celles-ci n'en ont effectivement pourvu que 2 (*source enquête et traitement KYU Lab*). Ces **difficultés** étaient **particulièrement prégnantes** dans **l'hôtellerie de plein air** et les **espaces de loisirs, d'attractions et culturels** du fait de leurs besoins importants en main d'œuvre en période saisonnière.
- Alors que le **volume insuffisant de candidatures** est la **principale raison avancée** par la plupart des structures, les secteurs du sport et de l'hôtellerie de plein air rencontrent aussi une forte concurrence au recrutement. Dans les secteurs de la publicité et des espaces de loisirs, d'attractions et culturels, les structures pointent également les compétences inadaptées des candidats ainsi qu'un manque d'attractivité du territoire.

Des problématiques RH spécifiques à certains secteurs d'activités

- Les secteurs de l'audiovisuel, de la presse et des agences de presse, les organismes de tourisme, le spectacle vivant et le sport expriment rencontrer des difficultés dans leur **politique de rémunération**.
- Les structures des **éditions** seraient plus exposées aux problématiques liées à la **gestion des auteurs** notamment sur la partie réglementaire (droits d'auteurs...). De la même manière, les structures des espaces de loisirs, d'attractions et culturels et le spectacle vivant rencontrent certaines difficultés dans la gestion des statuts spécifiques du fait de leur collaboration avec des travailleurs intermittents.
- Enfin, l'hôtellerie de plein air fait face à des problématiques de turn-over, de manque de motivation et d'intégration des salariés.



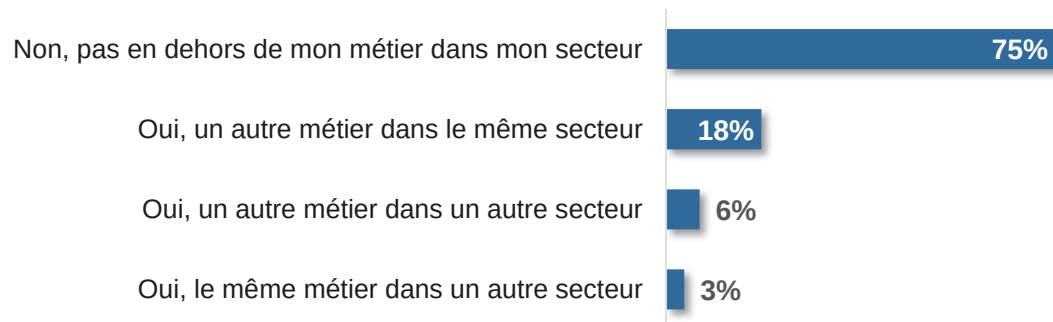
Les professionnels relevant du périmètre de l'Afdas

Les professionnels relevant du périmètre de l'Afdas

Des professionnels, multi-employeurs, qui privilégient leur métier et leur secteur pour compléter leur activité

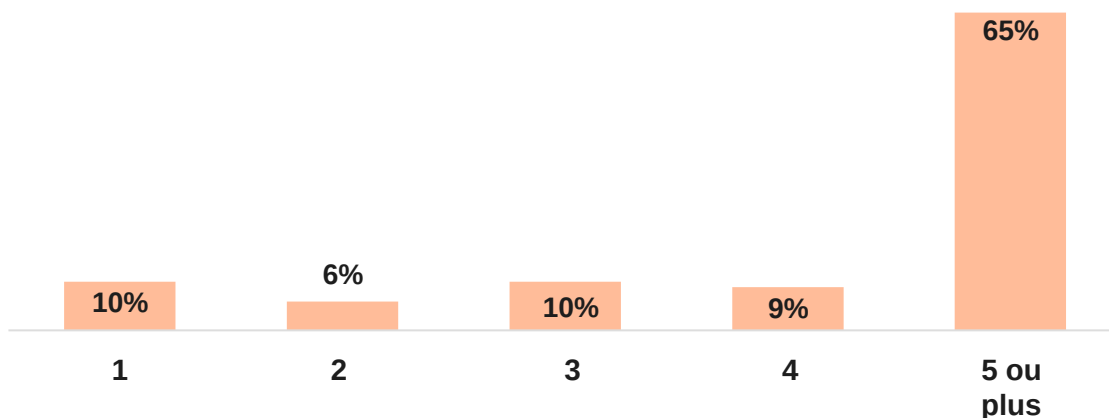
Exercez-vous une ou plusieurs autres activités professionnelles ?

Source : enquête AFDAS Bretagne juin 2020, traitement KYU LAB



Répartition des professionnels selon leur nombre d'employeurs

Source : enquête AFDAS Bretagne juin 2020, traitement KYU LAB



Plus d'un professionnel sur 4 complète son activité dans un autre métier ou un autre secteur

- Les professionnels des secteurs du périmètre d'intervention de l'AFDAS choisissent principalement de se concentrer sur leur métier et leur secteur de prédilection.
- Ils sont néanmoins 27% en Bretagne à choisir d'exercer dans un autre secteur ou une autre activité pour compléter leur activité (y compris un autre métier dans un autre secteur pour certains).
- Les métiers concernés par cette pluriactivité sont très variés. Parmi les plus fréquents / exercés en parallèle de son métier principal, se trouvent :
 - ✓ **Les métiers de l'enseignement** (« formateur », « enseignant », « professeur ») dans sa discipline de prédilection et tout particulièrement pour les artistes interprètes, auteurs, plasticiens
 - ✓ **Le métier de régisseur** (lumière, plateau ou site) pour les professionnels de la technique.
- Si les professionnels privilégient en large majorité leur secteur d'activité pour compléter leurs missions, certains exercent également dans d'autres secteurs. Parmi les plus cités se trouvent l'audiovisuel, le spectacle vivant et les espaces de loisirs, d'attractions et culturels, ainsi que l'éducation.

9 fois sur 10, les professionnels sont en multi-employeurs

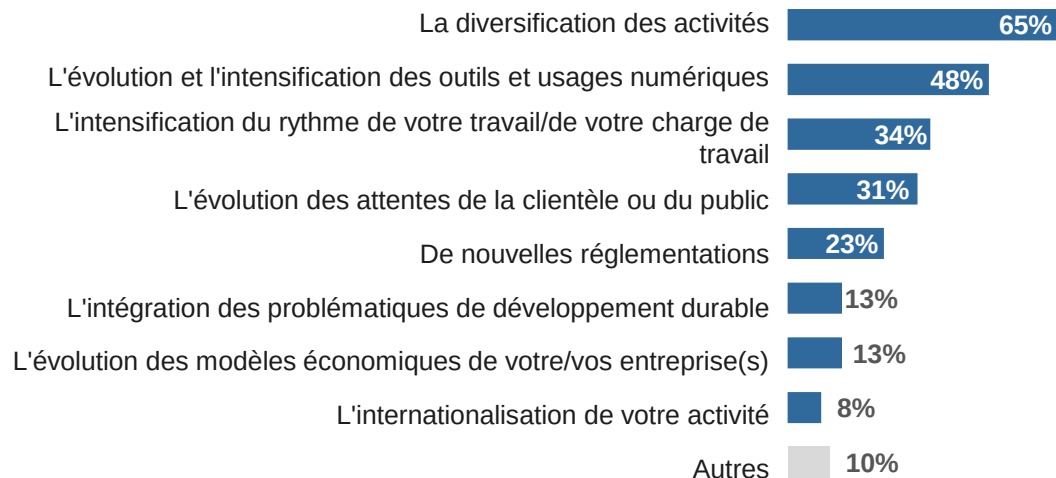
- De par leur statut et du fait de la nature des missions, 90% des professionnels interrogés déclarent avoir plus d'un employeur.
- On peut constater que **les 2 tiers des professionnels déclarent avoir plus de 5 employeurs**, ce qui en fait le schéma majoritaire. C'est encore plus vrai pour les profils techniques, qui sont aussi les plus enclins à exercer dans d'autres secteurs.

Les professionnels relevant du périmètre de l'Afdas

Le numérique, le développement durable, les nouveaux modes d'organisation au cœur des transformations actuelles et à venir

Les principaux facteurs d'évolution de leur activité selon les professionnels

Source : enquête AFDAS Bretagne 2020, traitement KYU LAB



- Dans un univers professionnel en forte évolution, les profils techniques préconisent **d'investir sur les solutions et pratiques contribuant au développement durable**. Leurs métiers les mettent directement en contact avec les matériels et matériaux mobilisés et les optimisations possibles à cet égard (au regard de la législation, des attentes des clients, de leurs propres aspirations...).
- Les artistes interprètes, auteurs, plasticiens privilégient le **développement des nouveaux moyens de communication**, comme levier de développement de leur notoriété, de leur activité et des échanges avec les publics et partenaires.
- En revanche, tout le monde converge vers la **nécessité de s'adapter plus encore à l'avenir aux évolutions numériques et aux nouveaux modes d'organisation**.

- **La diversification des activités** est le premier facteur cité par les professionnels de la technique et les artistes interprètes, auteurs, plasticiens. Elle traduit **le besoin de compléter son activité, mais aussi une réelle diversification de pratiques, des lieux d'intervention et des activités**.
- Les artistes interprètes, auteurs, plasticiens, pour qui la diversification des activités arrive largement en tête, identifient en second facteur d'évolution : **l'intensification de leur charge et de leur rythme de travail** (40%). Cela est notamment induit par les nouvelles réglementations (ex. crise sanitaire) et méthodes de travail à intégrer. Il s'en suit **un réel besoin de compétences en gestion de projet, en gestion du temps et gestion du stress**.
- De leur côté, les professionnels de la technique positionnent en second facteur d'évolution le **développement du recours aux technologies numériques** dans leur métier. En effet, **les matériels électroniques et les logiciels informatiques** sont de plus en plus présents dans toutes les dimensions de leur activité (informatisation des commandes, saisies de dossiers techniques...). **Cela demande des montées en compétences importantes**.

Les axes d'amélioration prioritaires dans leur secteur selon les professionnels

Source : enquête AFDAS Bretagne 2020, traitement KYU LAB

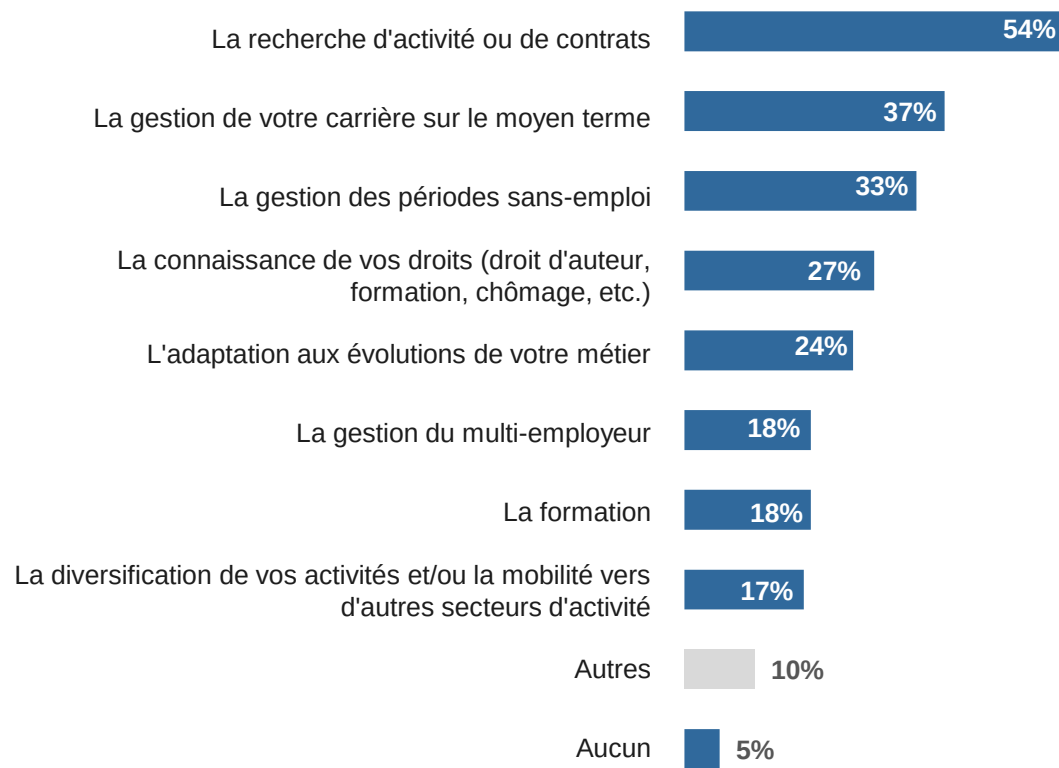


Les professionnels relevant du périmètre de l'Afdas

Des contraintes économiques (recherche d'activité et rémunération de ces activités) qui pèsent et qui s'accroissent avec l'incertitude engendrée par la crise sanitaire

Les principales problématiques présentant le plus de difficultés dans leur activité selon les professionnels

Source : enquête AFDAS Bretagne 2020, traitement KYU LAB



La recherche d'activité à court et moyen terme d'abord

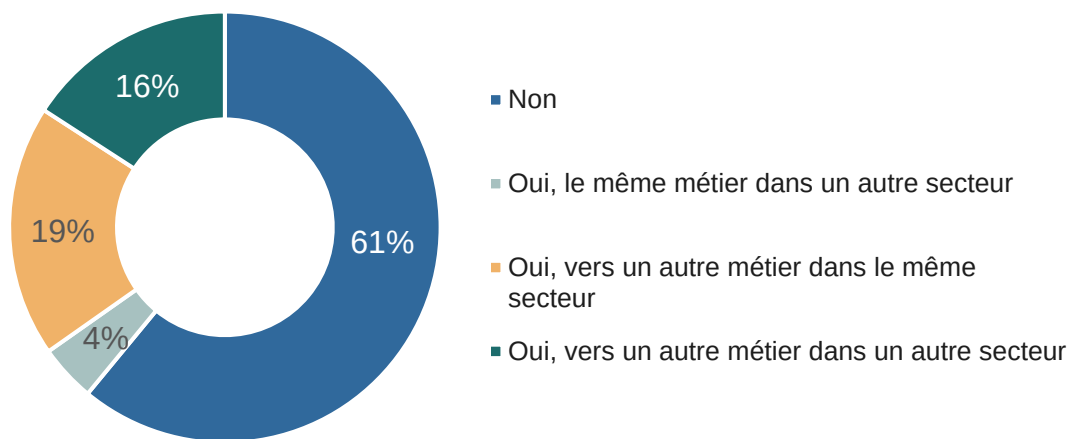
- Pour les artistes interprètes, auteurs, plasticiens, la question de la recherche d'activité ou de contrats est particulièrement prégnante (62%), le moyen terme arrive ensuite avec la question de la gestion de sa carrière (33%). L'optimisation des périodes sans-emploi, avec en particulier le recours à la formation, arrive en second plan.
- Il en va globalement de même pour les professionnels de la technique, même si dans les priorités, c'est la gestion de sa carrière sur le moyen terme qui arrive en premier (44%), avant la recherche d'activité ou de contrats (40%) et la gestion des périodes sans emplois (34%).
- Ils citent aussi :
 - Des conditions économiques dégradées, avec des avant-projets non rémunérés, une concurrence accrue entre intermittents, des rémunérations parfois versées en droits d'auteur qui ne donnent pas droit à des heures d'intermittent.
 - La multiplication des déplacements entre lieux de spectacle, des déplacements qui tendent à être de plus en plus longs et plus largement la gestion du temps avec de plus en plus de projets, employeurs et tâches administratives.
 - Un manque de connaissance sur leurs droits et la manière de les activer, en particulier en formation (pour laquelle le DIF est souvent cité...).

Les professionnels relevant du périmètre de l'Afdas

Des professionnels attachés à leur métier, mais encore plus à leur secteur. 80% comptent bien continuer à y exercer dans les prochaines années.

Les souhaits d'évolution des professionnels vers un autre métier ou un autre secteur

Source : enquête AFDAS Bretagne 2020, traitement KYU LAB



- **3 professionnels interrogés sur 5 souhaitent continuer à exercer dans leur métier et dans leur secteur.**
- Seulement 16% des professionnels souhaitent changer radicalement de métier et de secteur. En majorité, ils souhaitent s'orienter vers la musique, la vidéo, la régie, la direction technique ou l'enseignement.
- **Sinon les professionnels envisageant de changer partiellement privilégient leur secteur à leur métier.** Ils changeraient volontiers de métier au sein de leur secteur plutôt que l'inverse.

État des lieux et enjeux des secteurs du périmètre d'intervention de l'Afdas

3 /

Audiovisuel

- Un secteur très divers, comptant un nombre important d'intermittents
- Une structuration forte et un soutien important de la Région
- Un secteur en croissance, où la production de films d'animation et la radiodiffusion sont très présentes

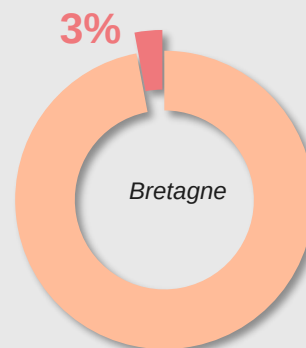
 **2 025**
salariés

 **181**
établissements

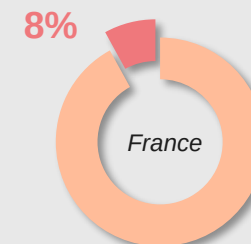
 **16 M€**
de masse salariale

Répartition des salariés de l'audiovisuel parmi l'ensemble des salariés relevant du périmètre de l'Afdas

Source : Insee DADS au 31/12/2016, Audiens 2018, traitement KYU Lab

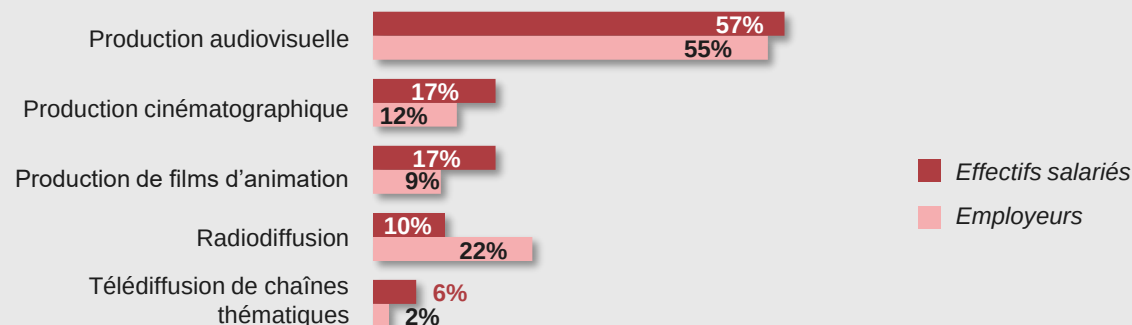


■ Effectifs de l'audiovisuel
■ Effectifs des autres secteurs relevant de l'Afdas



Répartition des salariés* et employeurs par sous-secteur en Bretagne

Données Audiens 2018, traitement Kyu Lab



*Un salarié pouvant travailler dans plusieurs sous-secteurs au cours de la même année, le total des pourcentages n'est pas égal à 100%.

Le secteur de l'audiovisuel en Bretagne

Les principales caractéristiques du secteur

Chiffres clés



2 025
salariés

1 153 Production audiovisuelle
352 Production cinématographique
348 Production de films d'animation
203 Radiodiffusion
113 Télédiffusion chaînes thématiques

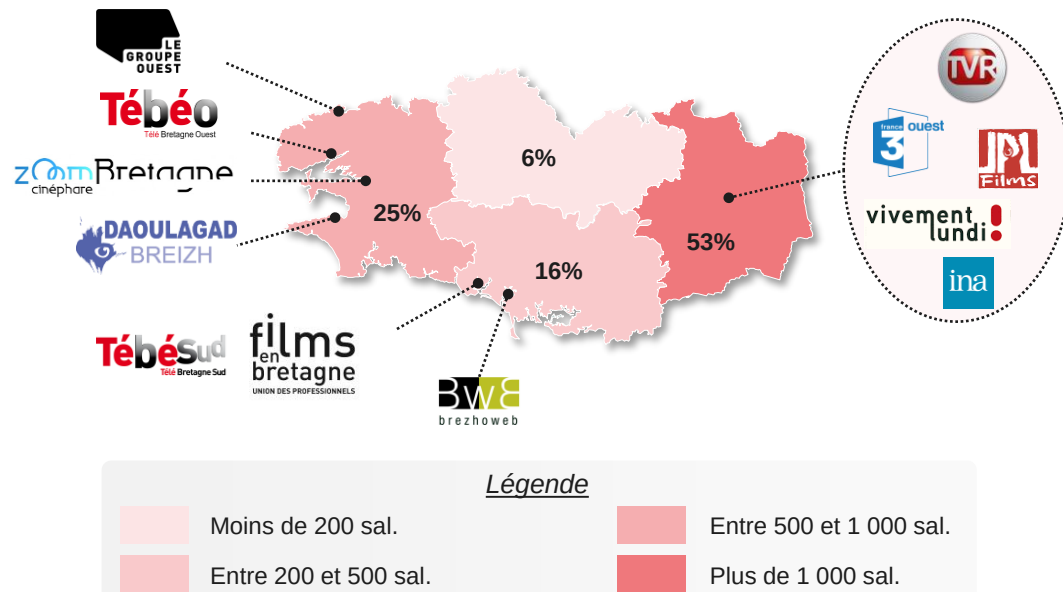


181
établissements

Source : Données Audiens, 2018. Les salariés pouvant travailler dans plusieurs sous-secteurs, l'effectif total n'est pas égal à la somme des salariés déclarés par sous-secteur.

Répartition des effectifs salariés et principaux acteurs du secteur en Bretagne

Source : données Audiens 2018, traitement Kyu Lab



*Contrat à durée déterminée d'usage

Un secteur très divers, comptant un nombre important d'intermittents

- Le **secteur de l'audiovisuel breton** concentre **9,3% des effectifs salariés** et **13,2% des employeurs** nationaux (source : Audiens, 2018, traitement Kyu Lab). Il se caractérise par le **poids important des intermittents** (68% des salariés et 97% des établissements ont moins de 10 permanents, source : Audiens, 2018) et par son **caractère associatif** (33% des structures contre 14% en France, source : données Audiens 2016).
- La **production audiovisuelle et de cinéma** concentre $\frac{3}{4}$ des effectifs et $\frac{2}{3}$ des établissements du secteur audiovisuel (source : Audiens, 2018). Elle se distingue par le **poids important des intermittents** (85% des salariés, source : données Audiens 2016). Si l'activité est concentrée en Ile-et-Vilaine, des territoires se développent à l'image d'Auray qui accueille Bretagne Sud TV, Lucioles Production, Lowup studio ou encore LB Group.
- La **radiodiffusion** se caractérise par sa densité (40 établissements, source : Audiens, 2018) et sa **structure très associative** (34 radios associatives, source : Radios associatives de Bretagne, CORLAB, 2019, et plus de 1 600 bénévoles, source : Observatoires des métiers de l'audiovisuel, données Audiens 2016).
- Comptant **peu d'acteurs**, la télédiffusion se caractérise par son ancrage local et son **lien avec des groupes médias régionaux** (Groupe Télégramme, France Télévision).

Une structuration forte et un soutien important de la Région

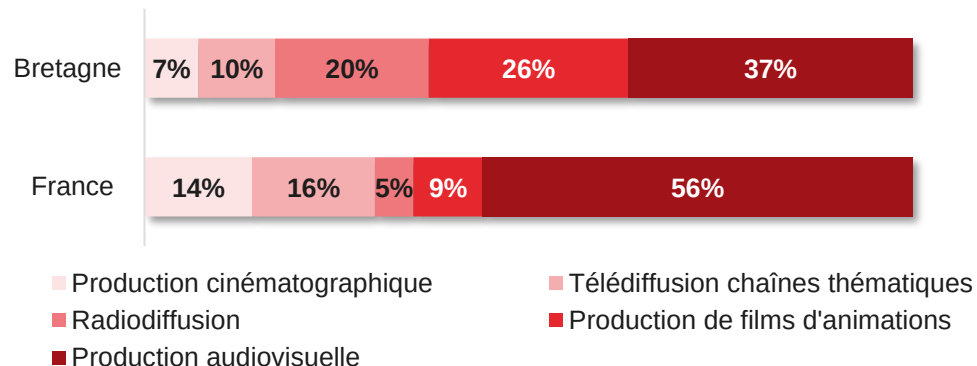
- La **radio** bénéficie des actions de la **FRLPB** (Fédération des Radios Locales Privées de Bretagne) et **CORLAB** (Coordination des Radios Locales et Associatives de Bretagne). Cette dernière permet à ses adhérents de mutualiser leurs moyens (une régie publicitaire) et de réaliser des productions communes. **Film en Bretagne**, association des acteurs de la **production audiovisuelle et du cinéma**, propose des formations à ses adhérents.
- Les acteurs de la **télédiffusion** ont signé avec la Région 2 **Contrats d'Objectifs et de Moyens** (2009 et 2016) pour mutualiser leurs moyens ([Breizh Creative](#), etc.) et accroître le nombre d'œuvres produites notamment (documentaires, de fiction dont animation).
- Outre son nouveau **plan cinéma et audiovisuel** (24M€ en 2019), la **Région** confie à des associations les missions de promotion des créations audiovisuelles auprès des diffuseurs ([Zoom Bretagne](#) de Cinéphare) et d'accompagnement des projets de tournage (Accueil des tournages en Bretagne)

Le secteur de l'audiovisuel en Bretagne

Un secteur en croissance, où la production de films d'animation et la radiodiffusion sont particulièrement présentes

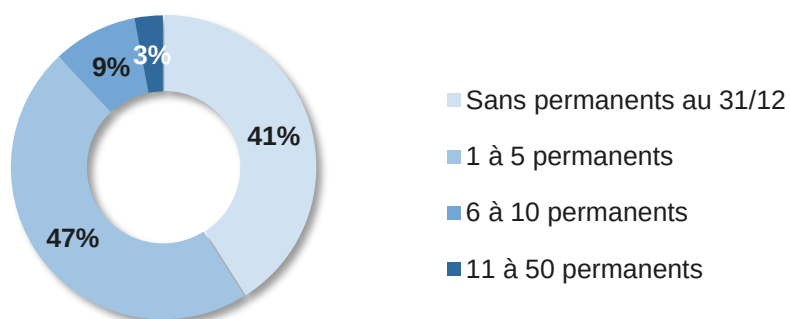
Répartition de la masse salariale par sous-secteur

Données Audiens 2018, traitement Kyu Lab



Répartition des établissements en fonction du nombre de permanents

Données Audiens 2018, traitement Kyu Lab



Évolution du nombre d'établissements et de salariés entre 2013 et 2018

données Audiens 2013-2018, traitement Kyu Lab



+12% d'établissements

France : +14%



+39% d'effectifs

France : +14%

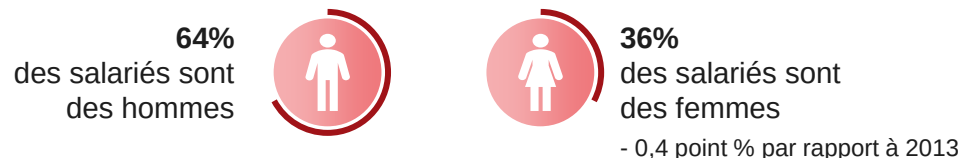
- Si le secteur de la **production audiovisuelle** est le **premier sous-secteur de l'audiovisuel**, celui-ci est **sous représenté** par rapport au niveau national (37% de la masse salariale et 57% des effectifs, contre 56% et 38% en France). À l'inverse, la **production de films d'animation** et la **radiodiffusion** sont **surreprésentées** (respectivement 26% et 20% de la masse salariale contre 9% et 5% au niveau national, *source : Audiens, 2018, traitement Kyu Lab*).
- Le secteur se caractérise par la **taille très relative des établissements qui comptent majoritairement moins de 6 salariés permanents** (88% des établissements). Ce phénomène **peut s'expliquer** en partie par le **recours important des intermittents** (68% des effectifs salariés, *source Audiens, 2018, traitement Kyu Lab*). Alors que la part **des établissements sans permanent a diminué, celle en ayant entre 1 et 5 a cru** (respectivement 50% et 41% en 2013, *source Audiens, 2013, traitement Kyu Lab*).
- Le secteur connaît **un fort dynamisme** (+39% des effectifs contre +14% au niveau national entre 2013 et 2018). Cette dynamique est notamment **portée par la production cinématographique et la télédiffusion chaînes thématiques** (respectivement +112% et +47% d'effectifs entre 2013 et 2018).
- L'augmentation plus importante des salariés par rapport aux établissements peut s'expliquer par une **concentration de l'activité du secteur notamment dans la production cinématographique** dont le nombre d'établissements a diminué de 19% entre 2013 et 2018 (*source Audiens, 2018, traitement Kyu Lab*).

Le secteur de l'audiovisuel en Bretagne

Une augmentation de la part des artistes et des intermittents et une amélioration des conditions d'emploi des permanents

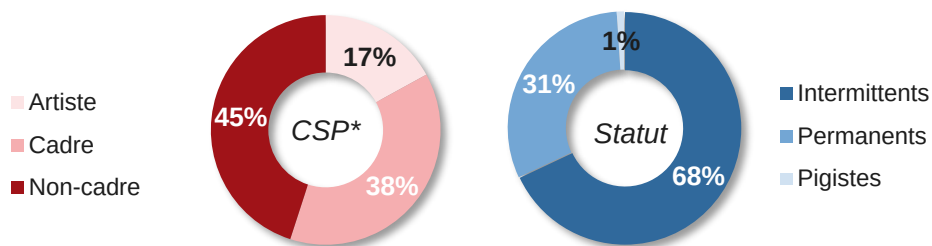
Répartition des salariés selon leur sexe

Données Audiens 2013-2018, traitement Kyu Lab



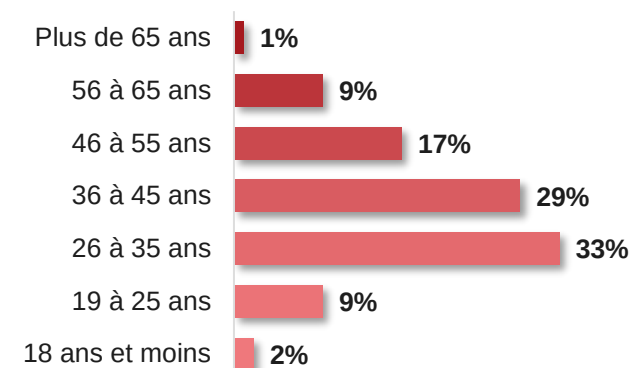
Répartition des salariés selon leur...

Données Audiens 2018, traitement Kyu Lab



Répartition des salariés du secteur par âge

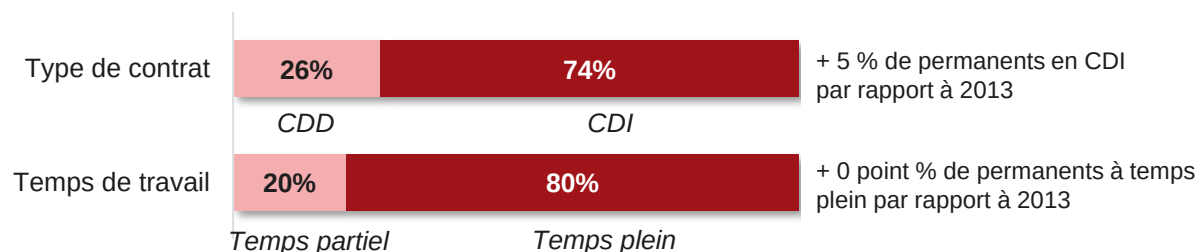
Données Audiens 2018, traitement Kyu Lab



- Alors que la **majorité des salariés est non-cadre**, la part de ces derniers a **diminué au profit des artistes** (respectivement 50% et 13% en 2013 contre 45% et 17% en 2018, source : Audiens, 2013-2018, traitement Kyu Lab).
- Représentant **près de 7 salariés sur 10** – soit un peu moins de 1 000 salariés – les **intermittents** ont vu **leur part parmi les salariés** du secteur **augmenter** au détriment des permanents (respectivement 66,5% et 31,6% contre 68% et 30,5% en 2018, source : Audiens, 2013-2018, traitement Kyu Lab).
- Parmi les **permanents**, la **plupart disposent de conditions d'emploi dites typiques**. Ces conditions tendent par ailleurs à **s'améliorer** puisque la part des permanents en CDI a augmenté (69% en 2013, source : Audiens, 2013, traitement Kyu Lab) quand la part des permanents à temps plein n'a pas évolué.
- Majoritairement jeune** (entre 4 et 5 salariés sur 10 ont 35 ans et moins) et **masculin** le secteur enregistre des **différences quant à l'emploi des femmes et des hommes**. Alors que la **part des intermittents est plus élevée chez les hommes** (71% contre 59%, source : Audiens, 2018, traitement Kyu Lab), parmi les salariés permanents, les **femmes sont davantage concernées par les CDD** (28% contre 24% pour les hommes) et le **temps partiel** (27% contre 14% pour les hommes).

Répartition des salariés permanents en 2018 selon leur...

Données Audiens 2013-2018, traitement Kyu Lab



Le secteur de l'audiovisuel en Bretagne

Les évolutions en cours et anticipées du secteur en Bretagne

La digitalisation et la numérisation du secteur

- Dans le secteur de la radiodiffusion, le passage du hertzien à la technologie DAB+ demande un fort investissement financier de la part des radios de la région.
- Le développement des nouveaux canaux de diffusion dans la région à l'image de la web tv Bretagne Télé, de la web radio CanalBreizh, (plateformes SVOD, podcast, etc.) font évoluer les activités d'écriture, de production tout en générant de nouvelles contraintes techniques pour les métiers de l'image et du son (format, montage, etc.).
- Les logiciels métiers évoluent par ailleurs rapidement (Toon Boom Harmony dans l'animation, Houdini pour les effets spéciaux, etc.) dans le secteur et nécessitent une actualisation constante des compétences des professionnels.

L'industrialisation de la production audiovisuelle

- Le secteur est confronté à la fois à une intensification de la concurrence mondiale notamment par le biais du développement des plateformes de streaming (Netflix, etc.) et à une réduction des délais de production. Cette dynamique incite les acteurs de la région à augmenter leurs cadences de production et/ou à trouver des formats et contenus innovants leur permettant de se démarquer.
- La recherche de financements ainsi que le développement de projets en coproduction pourraient permettre aux acteurs de la région de continuer à valoriser leurs réalisations.

Le progressif rapprochement de l'audiovisuel public

- Après une expérimentation dans la Côte d'Azur et les Midi-Pyrénées, Radio France et France Télévisions veulent généraliser la diffusion des matinales France Bleu sur les antennes régionales de France 3. La diffusion des matinales de France Bleu Armorique et de France Bleu Breizh sur France 3 Bretagne pourrait favoriser le rapprochement entre les secteurs de la télédiffusion et de la radiodiffusion et nécessiter la mise en place de moyens de télédiffusion en direct.

Une diminution des moyens financiers des radios

- Après avoir connu une diminution des dotations au Fonds de Soutien à l'Expression Radiophonique Locale en 2016 et le gel des contrats aidés, le secteur de la radiodiffusion est parvenu à se stabiliser (source : *Radios associatives de Bretagne, CORLAB, 2019*). Sa situation économique demeure précaire. De nouvelles sources de financement et l'évolution des modèles économiques pourraient sécuriser ce secteur.



Dynamiques métiers

Écriture et conception de projets audiovisuels

- Les métiers de l'écriture voient leurs techniques évoluer du fait de la diversification des formats aux nouvelles normes d'écritures (série, interactivité...).
- La créativité et l'innovation sont davantage recherchées dans un contexte de prolifération de l'offre.
- La réduction des délais d'écriture implique une organisation et une gestion du temps encore plus rigoureuses.

Graphisme, effets visuels numériques

- L'évolution rapide des logiciels requiert une mise à jour continue des compétences.
- La réduction des délais de production implique une gestion du temps encore plus rigoureuse.

Image et son

- Les formats à prendre en compte et à maîtriser se multiplient
- L'incrustation croissante des effets numériques fait évoluer les techniques de prise de vue.

Gestion de production

- La gestion de la coproduction, y compris à l'international, devient essentielle dans le montage et le suivi de projets.
- Les métiers de la production sont par ailleurs davantage sollicités dans la médiation et l'éducation aux médias.

Le secteur de l'audiovisuel en Bretagne

Les enjeux et leviers RH du secteur

Accompagner l'évolution des structures de production



Les structures des entreprises de la région évoluent sous l'effet combiné de la spécialisation progressive des métiers (liée à l'industrialisation de la production), de la complexification croissante du montage des projets (coproduction, internationalisation, etc.) et de la recherche de nouvelles sources de revenus (financements européens, etc.). L'acquisition de nouvelles compétences par les professionnels apparaît nécessaire pour accompagner cette dynamique. En outre, alors que le taux d'encadrement dans la région est relativement faible (25% de cadres contre 31% au niveau national, source : Observatoires des métiers de l'audiovisuel, données Audiens 2016) celui-ci pourrait être amené à augmenter dans le cadre de cette dynamique générant des besoins en compétences managériales.

Faciliter l'adaptation des professionnels aux évolutions techniques de leur secteur



L'évolution technologique des métiers du secteur est particulièrement rapide et concerne une part importante des métiers de l'audiovisuel. La maîtrise de ces outils est particulièrement importante pour les acteurs de la région afin de faire face à la concurrence croissante. La diversité des métiers et des spécialités du secteur implique toutefois un accompagnement presque personnalisé des professionnels et une veille.

Fluidifier les mobilités intersectorielles pour les artistes et techniciens



Alors que le secteur breton se caractérise par une forte herméticité des métiers (95% des salariés du secteur travaillent dans une seule famille métier contre 88% au niveau national, source : Observatoires des métiers de l'audiovisuel, données Audiens 2016), le rapprochement progressif des activités de l'audiovisuel et la mutualisation des moyens de ses acteurs pourraient favoriser les mobilités professionnelles. Les activités du secteur de la région demeurent par ailleurs très dépendantes des subventions publiques. Le développement de passerelles pourrait sécuriser l'emploi des professionnels de ce secteur.

Les principaux leviers RH

L'appropriation de leurs droits et des dispositifs existants par les professionnels du secteur

Les artistes ne connaissent pas assez leurs droits. Que ce soit leurs droits à la formation, les aides financières auxquelles ils ont accès, leurs droits chez Pôle Emploi. Il faudrait un livret qu'on puisse distribuer ou un site qui leur permette de faire le tour de la question et de les informer.

La formation entre pairs

Qu'il s'agisse de la radio, de la télé ou du cinéma, les artistes et les techniciens, à cause de leur statut d'intermittent sont très souvent seuls. Pour se former, il faut organiser des rencontres entre professionnels, entre pairs. C'est le meilleur moyen de se former.

La mobilité intersectorielle

Aujourd'hui c'est très opaque entre le cinéma, l'audiovisuel, le journalisme... il n'y a pas d'écosystème commun, les têtes ne se parlent pas. Pourtant les techniciens et les artistes sont capables de travailler pour ces différents secteurs, mais la question du réseau professionnel les en empêche ou rend cette diversification compliquée.

Exploitation cinématographique et distribution de films

- Un secteur concentré sur l'exploitation et plus présent en Ile-et-Vilaine et dans le Finistère
- Un écosystème unique structuré autour de réseaux et bénéficiant d'un soutien régional fort
- Une croissance portée par le dynamisme de l'exploitation cinématographique



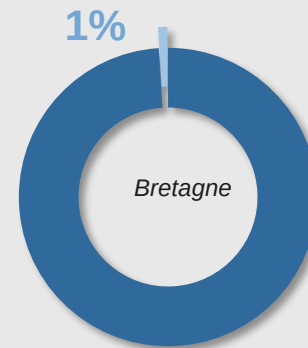
 **589**
salariés

 **69**
établissements

 **9M d'€**
de masse salariale

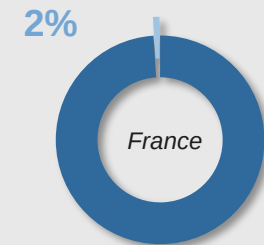
Répartition des salariés de l'exploitation cinématographique et de la distribution de films parmi l'ensemble des salariés relevant du périmètre de l'Afdas

Source : Insee DADS au 31/12/2016, Audiens 2018, traitement KYU Lab



■ Effectifs de l'exploitation cinématographique et de la distribution de films

■ Effectifs des autres secteurs relevant de l'Afdas



Répartition des salariés et employeurs par sous-secteur en Bretagne

Données Audiens 2018, traitement Kyu Lab

Exploitation cinématographique

96%

94%

Distribution de Films

4%

6%

■ Effectifs salariés

■ Employeurs

Le secteur de l'exploitation cinématographique et de la distribution de films en Bretagne

Les principales caractéristiques du secteur

Chiffres clés



589
salariés



69
établissements

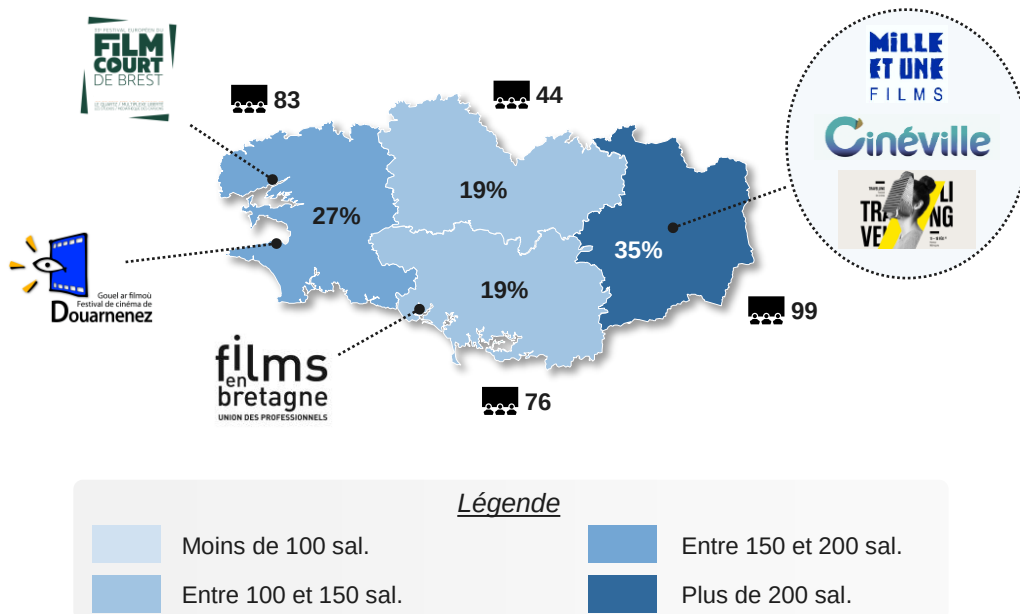


302
écrans

Sources : Données Audiens 2018 et Insee 2018

Répartition des effectifs régionaux, écrans et principaux acteurs du secteur en Bretagne

Source : données Audiens 2018, traitement Kyu Lab, Insee 2018



Un secteur concentré sur l'exploitation et plus présent en Ille-et-Vilaine et dans le Finistère

- Avec près de 600 salariés, la région bretonne représente pour le secteur du cinéma environ **3% des salariés au niveau national** (source : Audiens 2020).
- 96% des salariés bretons travaillent dans le sous-secteur de l'exploitation, les 4% restants sont dans la distribution. Ce chiffre est expliqué par le fait 94% des salariés de la distribution sont situés en Île-de-France.
- C'est la 3^{ème} région la plus dense en salles de cinéma avec 9,1 salles pour 100 000 habitants (Insee, DRAC 2017)
- Les départements de l'**Ille-et-Vilaine** et du **Finistère** concentrent respectivement 35% et 27% des salariés en Bretagne. Les grands acteurs de l'exploitation de cinéma se concentrent à Rennes, parmi lesquels on peut notamment compter Cinéville.
- La Bretagne se caractérise également par la forte part d'établissements mono-écran (68 sur 119), malgré une tendance à la baisse du nombre de cinémas. Beaucoup de ces salles sont classées Arts et Essais (source : Tournages en Bretagne).



Un écosystème unique structuré autour de réseaux dynamiques

- L'écosystème breton repose sur un vivier de réseaux et d'associations de professionnels (Cinéma 35, La Règle du Jeu, Cinéphare...) qui opèrent partout sur le territoire, et plus particulièrement en Ille-et-Vilaine et dans le Morbihan. Le réseau Films en Bretagne, bien que situé à Lorient, mène des actions (formations, rencontres, mises en contact, séminaire) avec ses partenaires sur l'ensemble de la région.
- La région est également très dynamique en matière de festivals de cinéma (festival de Douarnenez, Film court de Brest, Travelling...).



Un soutien régional fort au secteur du cinéma

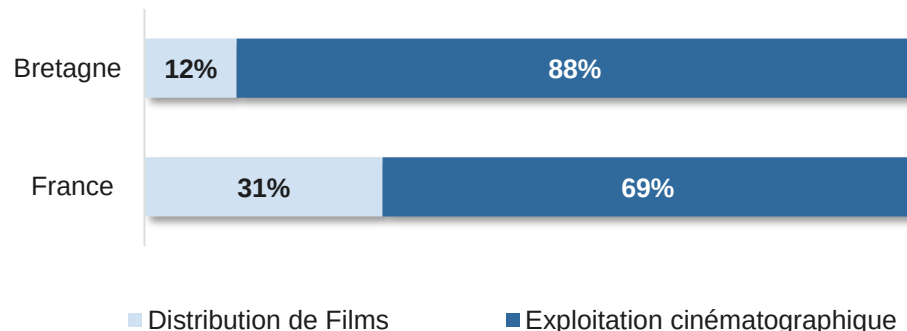
- Le secteur du cinéma bénéficie dans la région d'une délégation de compétence de l'Etat vers la Région Bretagne. La région a donc compétence sur les contenus, les projets, les dossiers, et soutiens financiers du secteur.
- Le projet « Bretagne Cinéma » (4,5M€ d'investissement dans 100 projets cinématographiques) a pour objectif de dynamiser le secteur du cinéma en région. La Région Bretagne et le CNC ont également aidé les petites salles à s'équiper en numérique.

Le secteur de l'exploitation cinématographique et de la distribution de films en Bretagne

Un secteur en croissance porté par le dynamisme de l'exploitation cinématographique

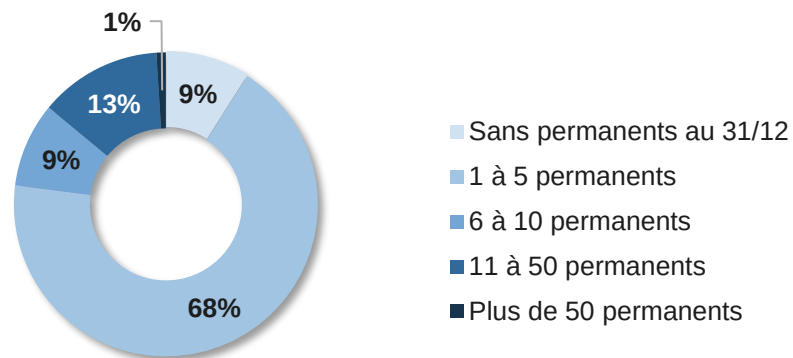
Répartition de la masse salariale par sous-secteur

Données Audiens 2018, traitement Kyu Lab



Répartition des établissements en fonction du nombre de permanents

Données Audiens 2018, traitement Kyu Lab



Évolution du nombre d'établissements et de salariés entre 2013 et 2018

données Audiens 2013-2018, traitement Kyu Lab



+10% d'établissements

France : -0,6%



+11% d'effectifs

France : +3,8%

- **Le secteur** de l'exploitation cinématographique et de la distribution de films en Bretagne **se caractérise par le poids** particulièrement **important de l'exploitation cinématographique**. Concentrant plus de 9 salariés sur 10 et 88% de la masse salariale, ce sous-secteur est surreprésenté par rapport au niveau national (69% de la masse salariale et 87% des salariés). À l'inverse, la **distribution de films** est **sous-représentée** (12% de la masse salariale et 4% des effectifs contre 31% et 13% au niveau national, *source : Audiens, 2018, traitement Kyu Lab*).
- **L'exploitation cinématographique** est par ailleurs **particulièrement dynamique** puisqu'elle a enregistré une augmentation de 12% de ses effectifs entre 2013 et 2018. Cette dynamique a permis au secteur de l'exploitation cinématographique et de la distribution de films d'enregistrer une augmentation des effectifs plus importante qu'au niveau national (+11% des effectifs contre +4% au niveau national entre 2013 et 2018). À l'inverse, bien que dans une moindre mesure par rapport à ce qui est observable au niveau national, **la distribution de films** a connu **un léger recul** (-4% d'effectifs contre -10% entre 2013 et 2018 au niveau national).
- Le secteur se caractérise par la **prépondérance des petits établissements** comptant moins de 6 salariés permanents (77% des établissements). **Leur poids tend** par ailleurs **à augmenter** puisque la part des établissements sans permanent et ayant entre 1 et 5 permanents a légèrement augmenté (respectivement 8% et 67% en 2013) tandis que celle en ayant entre 6 et 10 a légèrement diminué (11% en 2013, *source Audiens, 2013, traitement Kyu Lab*).

Le secteur de l'exploitation cinématographique et de la distribution de films en Bretagne

Une augmentation de la part des femmes et une dégradation des conditions d'emplois des permanents

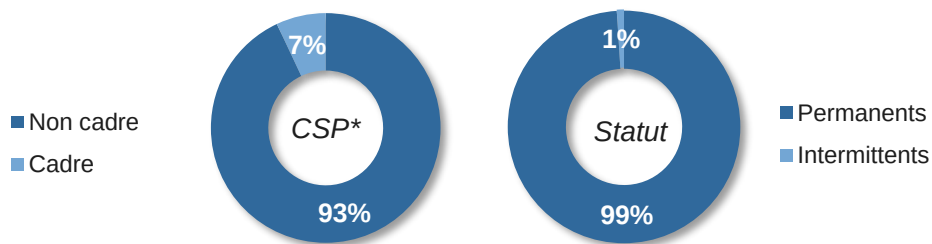
Répartition des salariés selon leur sexe

Données Audiens 2013-2018, traitement Kyu Lab



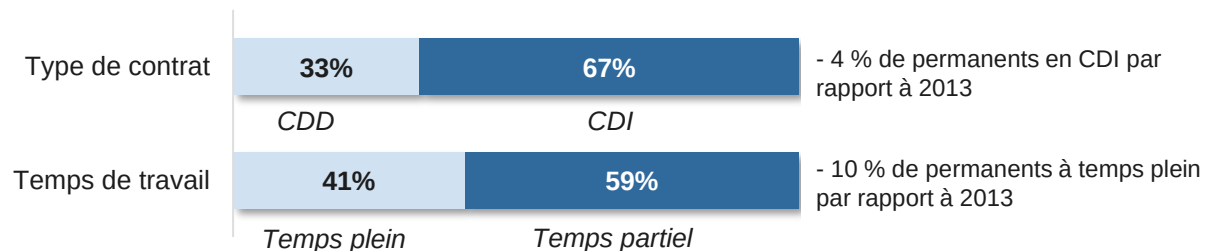
Répartition des salariés selon leur...

Données Audiens 2018, traitement Kyu Lab



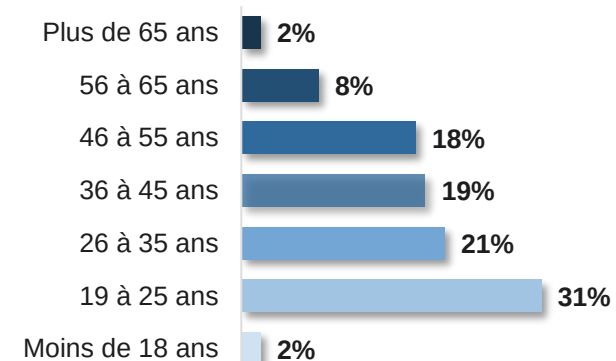
Répartition des salariés permanents en 2018 selon leur...

Données Audiens 2013-2018, traitement Kyu Lab



Répartition des salariés du secteur par âge

Données Audiens 2018, traitement Kyu Lab



- Bien que la part des cadres ait légèrement augmenté dans le secteur (6% des effectifs en 2013 contre 7% en 2018, *source : Audiens, 2013-2018, traitement Kyu Lab*), **l'immense majorité des salariés demeure non-cadre**. Alors qu'exclusivement composé de salariés permanents en 2013 (0% d'intermittents en 2013, *source : Audiens, 2013-2018, traitement Kyu Lab*), le secteur a vu apparaître des salariés exerçant sous le statut d'intermittent qui demeure une très nette minorité puisque **plus de 9 salariés sur 10 sont des permanents**.
- Le secteur se caractérise par le **poids important du temps partiel** par rapport au temps complet. En effet, Seulement 41% des effectifs exercent à temps plein. Les salariés permanents ont par ailleurs vu leurs **conditions d'emploi se dégrader** puisqu'alors que la part des permanents en CDI a diminué (71% en 2013) et celle des permanents à temps partiel a augmenté (49% en 2013, *source : Audiens, 2013, traitement Kyu Lab*).
- Cette **prépondérance du temps partiel est particulièrement importante chez les femmes** qui, si elles représentent près de 6 salariés sur 10 du secteur, sont davantage concernées par cette condition d'emploi que les hommes (67% contre 48% pour les hommes). Celles-ci sont par ailleurs **moins présentes en proportion aux postes de cadre** puisque seules 5% d'entre elles occupent un emploi cadre contre 5% des hommes du secteur (*source : Audiens, 2018, traitement Kyu Lab*).

Le secteur de l'exploitation cinématographique et de la distribution de films en Bretagne

Les évolutions en cours et anticipées du secteur en Bretagne

La mutualisation des espaces culturels et la hausse du nombre de multiplexes.

- Les salles de cinéma deviennent parfois des équipements de lieux, de loisirs (casinos, librairies, etc.). La mutualisation de ces espaces a pour conséquence la diversification des compétences des professionnels qui opèrent dans ces environnements.
- Des multiplexes continuent de se construire en région (nouvel établissement à Pont-l'Abbé, ouverture à Dinard en 2020, projets de rénovations...), particulièrement dans les aires plus rurales. Ce phénomène change la structure du secteur et transforme le métier d'exploitant.

La diversification de l'offre induite par la concurrence du streaming, du cinéma de plein air, de la VOD et autres vecteurs de diffusion.

- Face à la montée des plateformes de vidéo à la demande, des sites de streaming... les établissements d'exploitation cinématographique diversifient leurs offres, en particulier les établissements mono-écrans, très présents en Bretagne. Pour se démarquer, des événements comme la diffusion de spectacles en direct, des ciné-concerts, des rencontres et conférences sont organisés.
- La sélection des films projetés fait également partie d'une stratégie de démarquage, la Bretagne se spécialise notamment dans la distribution de films d'art et d'essai.

L'intensification des usages et outils numériques.

- L'utilisation d'internet pour connaître les horaires des films et, parfois, réserver ses places en ligne s'accroît et change la relation de l'exploitant au public. Se doter d'une billetterie en ligne, d'un site référencé et d'une page sur les réseaux devient de plus en plus incontournable pour attirer le public.
- Les nouvelles technologies (4K, son 3D, fauteuils 4DX, laser...) utilisées dans certaines salles demandent plus de technicité chez les agents en charge de la maintenance et aux responsables techniques.



Dynamiques métiers

Famille administration et gestion

- La diversification de l'offre exigée par la concurrence dans les salles d'arts et d'essai et/ou les établissements mono-écran demande une montée en compétence dans l'événementiel, la communication et la gestion de projet, mais aussi le numérique (billetterie en ligne, référencement de site, etc.)

Agents d'accueil

- Peu d'évolution pour les métiers d'accueil, si ce n'est l'intégration des nouveaux systèmes de réservation en ligne dans leurs tâches.

Responsable maintenance

- Compte tenu de la complexité des nouvelles technologies, il existe une tendance à l'externalisation de la maintenance, souvent déléguée aux fournisseurs.

Responsable technique - Chef de cabine

- Les nouvelles technologies : projection laser, 4K, écrans enveloppants, très grands écrans, son 3D, fauteuils 4DX qui demandent une forte montée en compétence pour les techniciens et responsables techniques en particulier dans les multiplexes.

Le secteur de l'exploitation cinématographique et de la distribution de films en Bretagne

Les enjeux et leviers RH du secteur

Accompagner les professionnels issus de petites salles ou d'établissements mono-écran



Les professionnels du cinéma et de l'exploitation qui opèrent dans de petits établissements, à l'instar des TPE d'autres secteurs, ont des difficultés pour dégager du temps de formation, et n'ont pas toujours la compétence d'ingénierie de formation qui peut exister dans de plus grandes structures.

Accompagner les professionnels dans la diversification de l'offre



Face à la concurrence des plateformes de streaming et de VOD, les petites salles diversifient leurs offres. Elles organisent des ciné-concerts, ciné-débats, des rencontres avec le casting et le réalisateur, des projections exceptionnelles, etc.

Cette diversification de l'offre demande de nouvelles compétences et du temps de travail supplémentaire. L'organisation d'événements, la communication, et la logistique sont notamment des thématiques de formation qui pourraient être bénéfiques aux exploitants.

Soutenir les établissements dans la transformation digitale et numérique



Le nouveau poids d'internet dans la gestion des établissements (réseaux sociaux, billetterie en ligne...) demande aux exploitants de monter en compétences sur le digital dans son ensemble.

Quant à l'insertion de nouvelles technologies (passage au numérique, projection laser, 4K, 3D...) dans les salles de cinéma, elles demandent une montée en compétences pour les techniciens de maintenance et les responsables techniques dans les salles.

Les principaux leviers RH

La formation en AFEST pour la montée en compétence technique



On vient de construire un nouveau multiplexe avec 5 salles. C'est neuf, donc les salles sont équipées d'une technologie immersive, si les jeunes qui arrivent savent déjà comment ça marche, on forme nos responsables techniques avec de l'AFEST. On a un référent AFEST qui fait le tour de nos établissements dès qu'une nouvelle technologie arrive sur le marché.



L'utilisation des salles pour promouvoir des artistes



Aujourd'hui on met en relation des artistes, des réalisateurs, des auteurs avec des gérants de cinémas d'arts et essai. On met en place des rencontres. Rien qu'à Lorient avec l'association « J'ai vu un documentaire » il y a eu 40 ciné-rencontres en un an. C'est beaucoup, ça permet aux artistes de promouvoir leur travail et à l'exploitant de remplir sa salle.



Éditions

- L'édition de livres, un secteur de taille limité qui cherche à se structurer
- Des auteurs-écrivains aux activités connexes
- Des acteurs de l'édition phonographique peu nombreux
- Un secteur en croissance marqué par l'accroissement de la taille des établissements

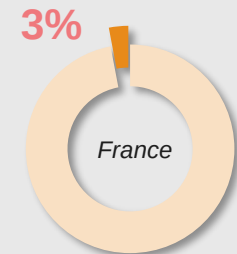
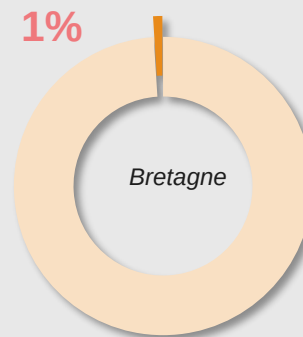
 **~370**
salariés

 **54**
établissements

 **3 M€**
de masse salariale

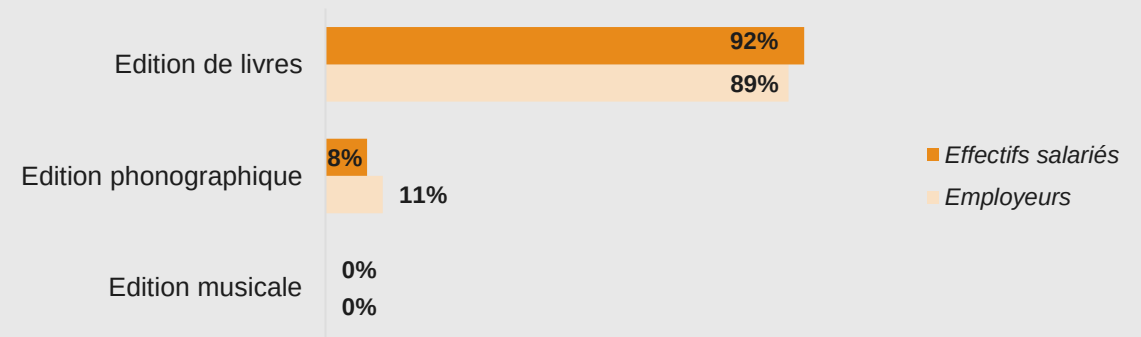
Répartition des salariés des éditions parmi l'ensemble des salariés relevant du périmètre de l'Afdas

Source : Insee DADS au 31/12/2016, Audiens 2018, traitement KYU Lab



Répartition des salariés et employeurs par sous-secteur en Bretagne

Source : Insee DADS au 31/12/2016, traitement KYU Lab



Le secteur des éditions en Bretagne

Les principales caractéristiques du secteur

Chiffres clés



~370
salariés



54
établissements

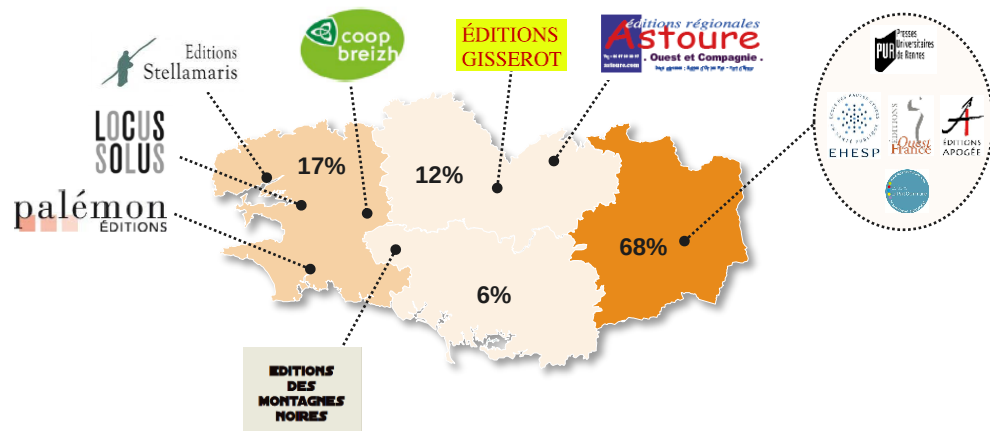


700
Artistes-auteurs

Sources : INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab et Livre et lecture en Bretagne

Répartition des effectifs régionaux et principaux acteurs du secteur en Bretagne

Source : Données Audiens 2018, traitement Kyu Lab



Légende

Moins de 50 sal.	Entre 100 et 200 sal.
Entre 50 et 100 sal.	Plus de 200 sal.

L'édition de livres, un secteur de taille limité qui cherche à se structurer

- Le secteur de **l'édition de livres**, concentré en Île-de-France (>70% des effectifs nationaux, *source Insee, DADS, 2016*), rassemble **~370 salariés**, soit 2% des effectifs salariés nationaux (*source Insee, DADS, 2016*) et **80 maisons d'édition** en Bretagne. Si près de deux tiers des salariés du secteur des éditions (musicale, phonographique et de livres) exercent en Ile-et-Vilaine, les éditeurs sont relativement dispersés sur l'ensemble du territoire breton. En Bretagne, le secteur bénéficie d'une **délégation de compétence de l'Etat vers la Région** qui a compétence sur les contenus, projets, dossiers, et soutiens financiers.
- Les **éditeurs bretons** se caractérisent par le **volume limité de leur production** (moins de 20 éditent 20 ouvrages ou plus par an et 4 en éditent 50 ou plus : Éditions Ouest France, Presses universitaires de Rennes, Éditions Stellamaris, et Coop Breizh, *source : Livre et lecture en Bretagne, 2019*) et leur **taille modeste**. Cela induit un partage des activités **au sein de petites équipes polyvalentes**. Le secteur compte une présence forte **d'associations** et **structures d'auto-éditions**.
- Face à l'isolement auquel certains éditeurs peuvent être confrontés du fait de leur taille et/ou de leur situation géographique, une **cinquantaine d'éditeurs ont formé l'Association des maisons d'édition de Bretagne** en 2019 afin de faciliter les initiatives communes et mutualiser leurs moyens.
- Le secteur bénéficie aussi du **soutien des institutions** à travers des aides régionales ([programme éditorial](#), [projet éditorial exceptionnel](#)) et de Livre et Lecture en Bretagne, structure d'accompagnement et centre de ressources. Les **nombreux événements littéraires** (une centaine par an, dont le festival du livre en Bretagne de Carhaix) sont l'occasion pour les professionnels de se rencontrer.

Des auteurs-écrivains aux activités connexes

- Un peu moins de 700 auteurs** résident et éditent en Bretagne. Ces derniers, peu nombreux à en vivre de manière professionnelle, voient leur **activité se diversifier** au profit de la participation à des conférences ou encore des séances de lecture.

Des acteurs de l'édition phonographique peu nombreux

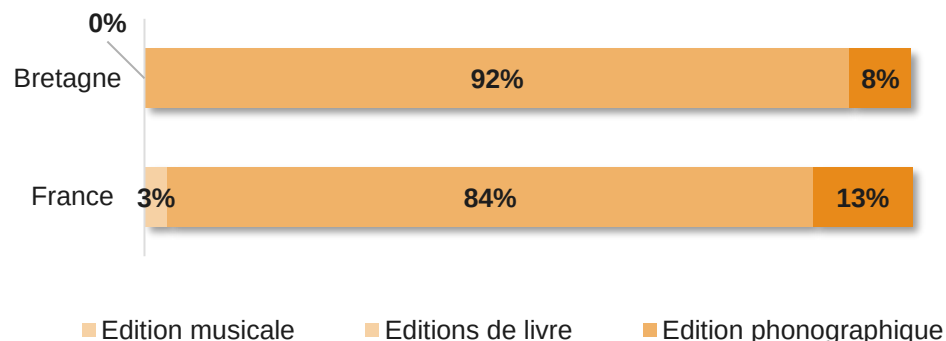
- L'édition phonographique rassemble **une trentaine de salariés**, soit 1% des effectifs salariés nationaux (*source : Insee, DADS, 2016*). L'édition musicale rassemble peu de salariés (moins de 5 salariés, *source : Insee, 2016*). Parmi les maisons d'édition se trouve notamment Coop Breizh également éditeur de livres.

Le secteur des éditions en Bretagne

Un secteur en croissance marqué par l'accroissement de la taille des établissements

Répartition des effectifs salariés par sous-secteur

Sources : INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab



Évolution du nombre d'établissements et de salariés entre 2013 et 2018

Sources : INSEE, DADS, 2011-2016, traitement KYU Lab



+2% d'établissements

France : -2%



+37% d'effectifs

France : +3%

Répartition des établissements en fonction du nombre de salariés

Sources : INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab

Moins de 11 salariés

La majorité des entreprises du secteur ont moins de 11 salariés

- Alors qu'il concentre une minorité des effectifs salariés du secteur des éditions, le sous-secteur de **l'édition phonographique est sous-représenté** par rapport au niveau national (8% des effectifs, contre 13% en France). Si l'édition musicale comporte un volume d'effectifs non significatif, **l'édition de livres est sur-représentée** en Bretagne (respectivement 0% et 92% des effectifs contre 3% et 84% au niveau national, *source : Insee, DADS, 2016, traitement Kyu Lab*).
- Plus de 9 établissements sur 10 comptent moins de 11 salariés** (91% des établissements). Ce phénomène peut s'expliquer à la fois par le développement de l'auto-édition mais aussi par le fonctionnement bénévole de certaines maisons d'éditions de livres de la région.
- Le **dynamisme du secteur des éditions** (+37% des effectifs contre +3% au niveau national entre 2011 et 2016) est **notamment portée par l'édition de livres** dont les effectifs ont augmenté de 30% contre +1% en France entre 2011 et 2016 (*source : Insee, DADS, 2011-2016, traitement Kyu Lab*).

Le secteur des éditions en Bretagne

Une amélioration des conditions d'emplois et un vieillissement des effectifs du secteur

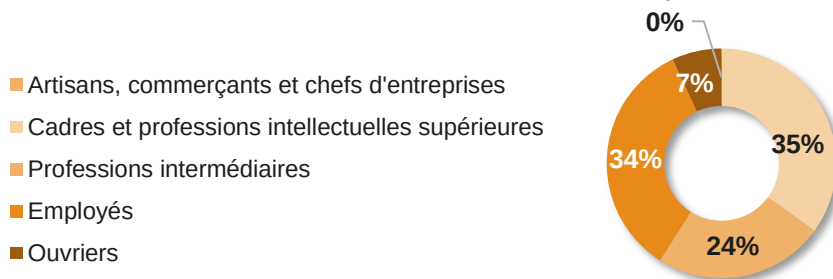
Répartition des postes selon le sexe des salariés

Données INSEE, DADS, 2016, traitement Kyu Lab



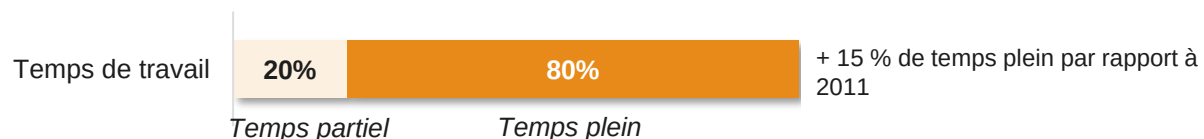
Répartition des postes selon la CSP des salariés

Données INSEE DADS, 2016, traitement Kyu Lab



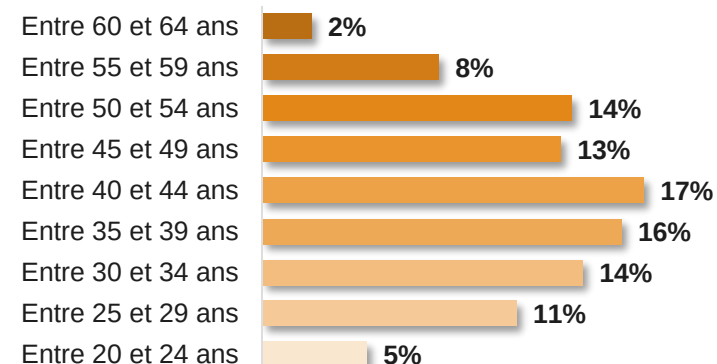
Répartition des postes en 2016 selon...

Données INSEE, DADS, 2011-2016, traitement Kyu Lab



Répartition des postes selon l'âge des salariés

Source INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab



- Le secteur des éditions se caractérise par un relatif équilibre entre **les deux catégories socio-professionnelles majoritaires : les cadres et professions intellectuelles supérieures et les professionnels intermédiaires** qui représentent près de 7 postes sur 10 (source : INSEE DADS, 2016, traitement KYU Lab).
- La **part de ces types d'emplois a augmenté** puisque 30% et 19% des postes étaient des postes de cadres et de professions intermédiaires en 2011. A l'inverse la part des employés a reculé passant de 45% des postes en 2011 à 24% de ces derniers en 2016 (source : INSEE DADS, 2011-2016, traitement KYU Lab).
- Les conditions d'emploi dans le secteur se sont améliorées** puisque les emplois à temps plein ont en proportion augmenté (+15 % entre 2011 et 2016).
- Le secteur se caractérise par une **part féminine des salariés** légèrement **supérieure** (53% des postes malgré une diminution de cette part entre 2011 et 2016) mais aussi par un **vieillessement de ses effectifs**. Alors que les salariés ayant entre 50 et 59 ans représentaient 15% des salariés en 2011, ceux-ci représentent 22% des effectifs en 2016.

Le secteur des éditions en Bretagne

Les évolutions en cours et anticipées du secteur en Bretagne

De nombreuses évolutions liées au numérique à l'impact encore limité

- L'apparition de **l'impression numérique et des logiciels de publication assistée par ordinateur** a fait évoluer les processus métiers traditionnels (maquettage, choix des formats pour impression, colorimétrie, etc.).
- **Si peu d'éditeurs bretons disposent des ressources nécessaires** pour développer de nouveaux formats (livres numériques, audio), certains pourraient chercher à les utiliser afin d'accroître leur diffusion. Ces **nouveaux formats** génèrent toutefois des problématiques de référencement (gestion des métadonnées, etc.) et de formats de diffusion (formats multisupports tels que l'Epub) qui requièrent des compétences spécifiques.
- Les maisons d'édition bretonnes se tournent avant tout vers les réseaux de diffusion locaux particulièrement denses dans la région malgré les **places de marché en ligne** (Amazon, site de vente en ligne, etc.). Bien qu'ils puissent être un levier de diffusion, le coût élevé de l'affranchissement et leurs faibles marges limitent la capacité des petites maisons d'édition à mobiliser de tels moyens.
- Le **développement des réseaux sociaux** incite les acteurs à se saisir de ces nouveaux canaux de communication.

Le développement de la surdiffusion

- Du fait du nombre important de publications et de la forte concurrence du secteur, les **pratiques de surdiffusion** (conférences, rencontres, lectures dans les librairies, etc.) par les éditeurs se développent pour assurer la promotion des œuvres. Les activités connexes à leur activité d'écriture tendent ainsi à prendre davantage d'importance chez les auteurs.

La croissance de l'auto-édition

- Facilitée par le numérique, l'émergence des sites de vente en ligne, mais aussi par les techniques d'impression numériques (permettant la réalisation de petits tirages), la **pratique de l'auto-édition se développe chez les auteurs**.
- Si cette pratique peut demeurer ponctuelle et individuelle, **certains auteurs** ne parvenant pas à faire éditer leurs ouvrages par voie traditionnelle **se regroupent** pour mutualiser leurs moyens et **créer leur propre maison d'édition**.



Dynamiques métiers

Édition

- De nombreux professionnels autodidactes pourraient bénéficier d'un accompagnement sur les fondamentaux du métier (gestion des stocks, droit d'auteur, etc.).
- La publication assistée par ordinateur, notamment pour la création de catalogues, requiert de nouvelles compétences.

Artistique

- Ces métiers doivent maîtriser de nouveaux formats et logiciels de conception graphique et maquettage.

Marketing

- Le web marketing devient un levier majeur pour l'activité et génère de nouvelles compétences (analyse de données...).

Commercial-vente

- Les métiers de la vente doivent connaître les circuits locaux de distribution et les canaux de diffusion numérique.

Fabrication

- La conception d'un livre numérique implique de savoir gérer et insérer des métadonnées.

Promotion - communication

- Si le métier de community manager est peu développé dans la région, les compétences qui y sont liées deviennent importantes.
- La surdiffusion implique le développement de compétences en organisation d'événements et la maîtrise de l'écosystème local.

Auteur

- Les activités de médiation et de surdiffusion impliquent la maîtrise de la prise de parole en public, la lecture à haute voix et de l'animation de groupes.
- La promotion du travail auprès d'éditeurs ainsi que la connaissance du droit d'auteur demeurent importantes pour des auteurs, souvent amateurs.

Le secteur des éditions en Bretagne

Les enjeux et leviers RH du secteur

Professionnaliser les acteurs du secteur



Du fait de la structure du secteur (présence de bénévoles, de micro-entrepreneurs ainsi que d'auteurs se lançant dans l'auto-édition de manière individuelle ou en se regroupant), l'apprentissage des métiers de l'édition se fait souvent de manière autodidacte en Bretagne. Si Livre et Lecture en Bretagne participe à la professionnalisation du secteur par le biais de formations et de journées d'information, cette problématique demeure présente dans la région.

Augmenter la visibilité et la diffusion des éditeurs



S'il existe un organe de diffusion breton (Coop Breizh), beaucoup d'éditeurs se diffusent eux-mêmes. Du fait de leur manque de moyens et de ressources, une part importante des éditeurs pâtit d'un manque de visibilité et peine parfois à être diffusée et distribuée sur le territoire breton (concurrence des maisons d'édition d'Île-de-France) et national (image régionaliste). Les besoins en compétences et en métiers liés à la vente, à la promotion et à la communication font face à des ressources insuffisantes pour créer des postes spécifiques.

Développer les activités de présentation de leur travail des auteurs et la reconnaissance de leurs activités connexes



Outre la présentation de leur travail dans un cadre commercial (savoir se vendre auprès d'un éditeur), les auteurs sont davantage sollicités dans le cadre d'activités de surdiffusion (médiation, ateliers de lecture ou d'écriture, etc.). Ces activités requièrent des compétences spécifiques (prise de parole en public, animation de groupes, etc.), mais aussi, en amont, la connaissance des possibilités de rémunération qu'elles représentent. Ces populations sont toutefois peu acculturées aux mécanismes traditionnels de formation traditionnels et doivent donc faire l'objet d'une sensibilisation et d'un accompagnement particulier en amont.

Les principaux leviers RH

La formation pour professionnaliser les acteurs de l'édition



Nous avons suivi une formation sur l'aide à la gestion de l'entreprise qui nous a permis de nous structurer. C'est un outil important pour notre secteur.



La mutualisation de ressources pour accroître la communication et la diffusion



L'idéal serait d'avoir un demi-poste ou un poste qui serait le relais de la communication auprès des libraires, des salons et des institutions. Tant qu'il n'y a pas quelqu'un pour coordonner nos actions ça sera difficile d'être visible.



L'accompagnement des auteurs dans leur démarche de formation



Avec les auteurs on a vraiment du mal pour constituer leur dossier de formation, c'est donc difficile d'organiser de la formation classique à destination de ce public.



Hôtellerie de plein air

- *Un secteur très représenté et dynamique en région Bretagne*
- *Des emplois qui se concentrent dans les zones côtières*
- *Une région pionnière sur la question écologique*
- *Un secteur composé de petites entreprises en forte croissance*



2 809
salariés

8%

Des salariés de
l'hôtellerie de plein air
travaillent en Bretagne

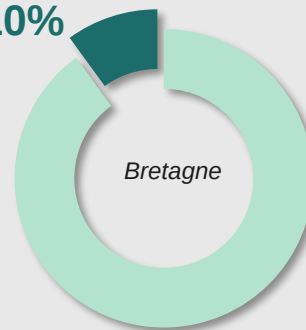


321
établissements

Répartition des salariés de l'hôtellerie de plein air parmi l'ensemble des salariés relevant du périmètre de l'Afdas

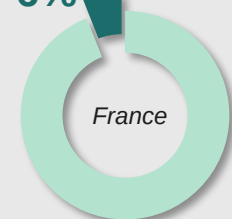
Source : Insee DADS au 31/12/2016, traitement KYU Lab

10%



Bretagne

6%



France

- Effectifs de l'hôtellerie de plein air
- Effectifs des autres secteurs relevant de l'Afdas

Le secteur de l'hôtellerie de plein air en Bretagne

Les principales caractéristiques du secteur

Chiffres clés



~2 809
professionnels



321
établissements

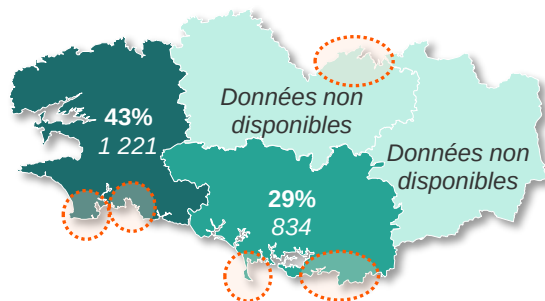
8%

Des salariés du
secteur au niveau
national

Sources : Insee, DADS, 2016

Répartition des effectifs régionaux et principaux acteurs du secteur en Bretagne

Source : INSEE, DADS, traitement Kyu Lab, Comité régional de tourisme



Légende



Moins de 500 sal.



Plus de 1 000 sal.



Zones de forte concentration d'établissements

Entre 500 et 1 000 sal.

Un secteur très représenté et dynamique en région Bretagne

- La Bretagne était la **5^{ème} région en nombre de nuitées de camping** en 2019. Les campings bretons totalisent 12,4 millions de nuitées, soit près de 10 % des nuitées réalisées en métropole. Le nombre de nuitées en camping est en outre plus élevé que le nombre de nuitées dans les hôtels : 8 millions en 2018 (*Insee Bretagne*).
- Le secteur connaît un fort dynamisme en Bretagne**, avec une hausse de la fréquentation (+4,3%) supérieure à la moyenne nationale (+2,9%) entre 2018 et 2019.
- La clientèle des campings bretons provient surtout des touristes résidents en France**, puisqu'ils représentaient 78 % de la fréquentation des campings bretons en 2019. Ce chiffre est supérieur à la moyenne enregistrée en métropole (69%).
- L'offre de campings est très majoritairement privée** : 75% des emplacements en haute saison (août) relèvent d'une gestion privée (*DGE, Insee Bretagne, Enquête de fréquentation de l'hôtellerie en plein air*).

Des emplois qui se concentrent dans les zones côtières

- Plus de 2 800 professionnels ont travaillé dans le secteur de l'hôtellerie de plein air en 2016 en Bretagne, soit près de 8 % des personnes ayant travaillé dans le secteur au niveau national.
- Ces effectifs sont principalement concentrés **le long des côtes** et dans les départements du **Finistère** et du **Morbihan** (avec respectivement 43% et 29% des personnes ayant travaillé dans le secteur en 2016, *source INSEE, DADS, 2016*).
- Les emplois sont malgré tout majoritairement saisonniers avec une activité concentrée entre avril et septembre.

Une région pionnière sur la question écologique

- Soutenus par l'ADEME Bretagne, les hébergements bretons sont sensibles à la protection de l'environnement : 68 ont l'écolabel européen, total le plus élevé en France. Le camping de la Fontaine de Hallate fait partie des 10 hébergements ayant proposé une idée de séjours de vacances sans voiture dans le cadre d'une expérimentation de l'ADEME Bretagne entre 2013 et 2017.

Le secteur de l'hôtellerie de plein air en Bretagne

Un secteur composé de petites entreprises en forte croissance

Évolution du nombre d'établissements et de salariés entre 2011 et 2016

données INSEE, DADS, 2011- 2016, traitement Kyu Lab



+23% d'établissements

France : +17%

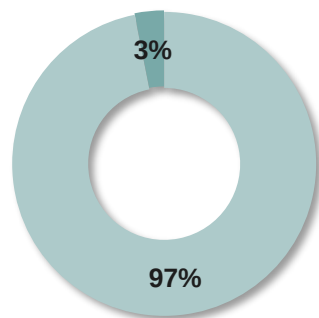


+28% d'effectifs

France : +30%

Répartition des établissements en fonction de leur effectif moyen mensuel

Données INSEE DADS, 2016, traitement Kyu Lab



- Moins de 11 postes
- De 11 à 49 postes
- De 50 à 149 postes
- De 150 à 299 postes
- Plus de 300 postes

- Le secteur de l'hôtellerie de plein air se caractérise par un fort dynamisme à la fois en matière d'effectifs salariés et en matière de création d'établissements. Cette dynamique au niveau national est également observable dans la région Bretagne. Si le nombre de personnes ayant travaillé dans le secteur a crû de manière similaire au niveau national (+28% contre 30% d'effectifs ayant travaillé dans le secteur entre 2011 et 2016, source INSEE, DADS, traitement KYU Lab), le nombre d'établissements a crû de manière plus importante (+23% d'établissement contre +17% au niveau national).
- Parmi les secteurs relevant du périmètre de l'Afdas, le secteur de l'hôtellerie de plein air est l'un des plus dynamiques. En effet, la croissance du nombre de personnes ayant travaillé dans le secteur et le nombre d'établissements relevant du secteur sont plus importants que ceux observables pour l'ensemble des secteurs de la région (+25 de personnes ayant travaillé pour l'un des secteurs relevant du périmètre de l'Afdas et +3% des établissements du périmètre entre 2011 et 2016, source INSEE, DADS, traitement KYU Lab).
- Outre son dynamisme, le secteur se caractérise par la taille moyenne particulièrement limitée des établissements. En effet, plus de 9 établissements sur 10 disposent de moins de 10 postes en moyenne (structure similaire à celle observable au niveau national). Toutefois, la taille des établissements peut augmenter de manière importante lors de la saison estivale du fait du caractère saisonnier de l'emploi dans le secteur.

Le secteur de l'hôtellerie de plein air en Bretagne

Des salariés jeunes majoritairement à temps partiel et en CDD

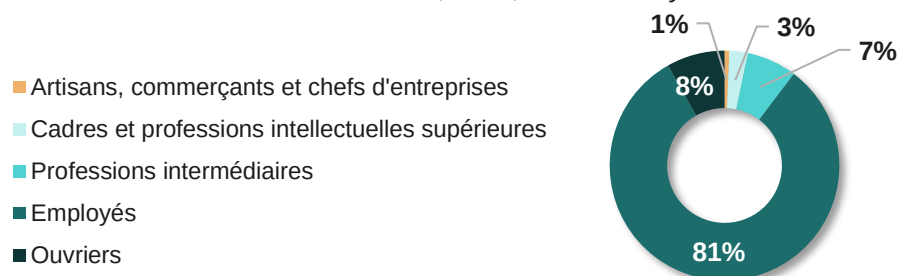
Répartition des postes selon le sexe des salariés

Données INSEE, DADS, 2016, traitement Kyu Lab



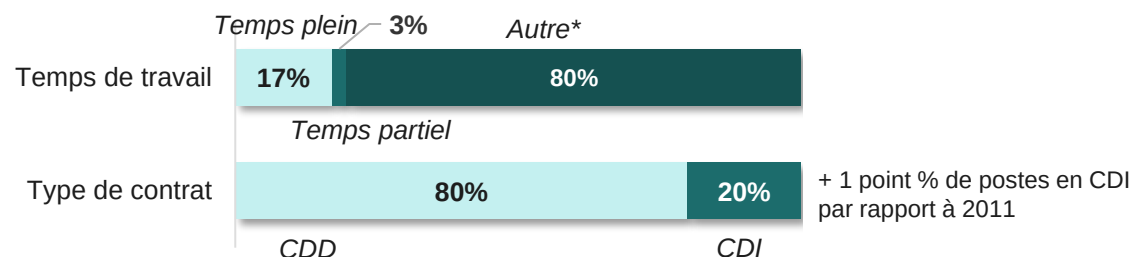
Répartition des postes selon la CSP des salariés

Données INSEE DADS, 2016, traitement Kyu Lab



Répartition des postes en 2016 selon...

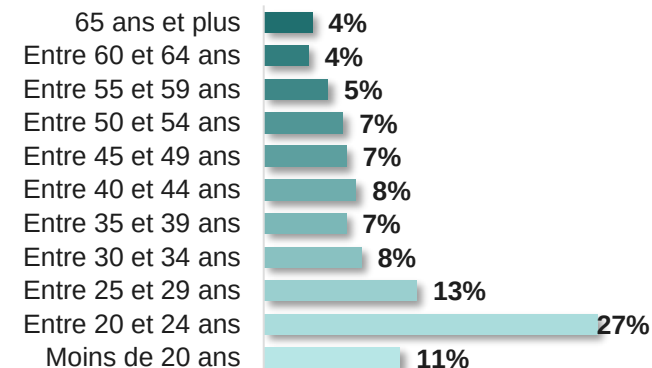
Données INSEE, DADS, 2016, traitement Kyu Lab



*la catégorie « Autre » comprend les faibles temps partiels, les travailleurs à domicile et les conditions d'emploi mixtes à dominante temps complet ou non temps complet

Répartition des postes selon l'âge des salariés

Source INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab



- À la différence de l'ensemble des secteurs relevant de l'Afdas en Bretagne, l'emploi dans l'hôtellerie de plein air est majoritairement féminin. Celui-ci est également davantage féminin que ce qui est observable dans le secteur au niveau national (57% de postes occupés par des femmes contre 53% au niveau national, *source INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab*).
- En outre, le secteur est relativement « jeune » dans la région puisque 41% des postes sont occupés par des personnes âgées de moins de 30 ans (bien que cela soit un peu inférieur à ce qui est observable dans le secteur au niveau national puisque 48% des postes sont occupés par des personnes âgées de moins de 30 ans). La tendance observable est toutefois celle d'un relatif vieillissement du secteur puisqu'en 2011 plus de la moitié des postes étaient occupés par des personnes de moins de 30 ans, *source INSEE, DADS, 2011, traitement KYU Lab*).
- En Bretagne, du fait de la forte saisonnalité de l'emploi, le secteur de l'hôtellerie de plein air est majoritairement composé d'emplois d'employés (81% des postes) à temps partiel (83% dont Autre) et en CDD (80% des emplois). Malgré la volonté des établissements interrogés de développer les contrats en CDI, la part des CDI n'a augmenté que de 1% entre 2011 et 2016 et demeure inférieure à celle observable dans le secteur au niveau national (23% de CDI, *source INSEE, DADS, 2011, traitement KYU Lab*).

Le secteur de l'hôtellerie de plein air en Bretagne

Les évolutions en cours et anticipées du secteur en Bretagne

L'évolution et la diversification de la demande client

- L'augmentation des exigences des clients entraîne une montée en gamme des établissements (mobiles-homes, diversification des équipements, etc.).
- Une nouvelle clientèle à la recherche d'expériences atypiques ouvre un marché de niches pour les offres d'hébergement dépayssantes (bulles, yourtes, etc.).
- Alors que la durée d'une saison s'allonge, les visiteurs souhaitent avoir accès au sein d'un territoire à des offres complémentaires allant de l'hébergement à la restauration en passant par des activités diversifiées.

L'exigence de préservation de l'environnement

- Si la Bretagne est pionnière dans le secteur de l'hébergement de plein air, la prise en compte de la question environnementale génère de multiples problématiques allant de la gestion des déchets (collecte, tri, traitement), à la consommation d'énergie et d'eau, en passant par l'approvisionnement (récupération d'eau, production d'électricité, circuits courts...) ou le recyclage des mobiles-homes.

L'intensification des usages et outils numériques

- Les réseaux sociaux ainsi que les sites de comparaison et de réservation en ligne génèrent de nouveaux modes de commercialisation (réservation en ligne par le biais ou non de plateformes), de promotion (animation de réseaux sociaux) et de gestion de la satisfaction client (notation et commentaires en ligne).
- Les clients étant davantage informés, la relation client exige un niveau de connaissance de l'écosystème territorial plus élevé.

La nouvelle stratégie territoriale du tourisme

- L'animation territoriale de la politique touristique de la région est organisée à l'échelle de 10 zones (et non des EPIC ou de la Région comme dans le reste du pays). Cette stratégie vise à faire émerger une offre touristique complémentaire sur le territoire tout en favorisant les échanges entre les secteurs concernés par le tourisme (sport, restauration, divertissement, etc.), dont l'hébergement de plein air.



Dynamiques métiers

Dirigeant

- Les activités de gestion des réseaux sociaux et du référencement web deviennent stratégiques.
- La préservation de l'environnement implique la mise en place de nouvelles pratiques (tri des déchets, restauration en circuit court, etc.).
- Les activités de gestion des projets de labellisation (écolabel, qualité tourisme) se renforcent.
- La notion d'offre touristique complète incite à rechercher et nouer des partenariats avec d'autres acteurs locaux.
- L'exigence de gestion des ressources humaines se renforce.

Réceptionniste

- La gestion des réservations en ligne et à partir de sites externes se développe.
- La relation client est plus personnalisée. Elle acquiert une dimension de conseil plus forte (impliquant une connaissance approfondie du territoire et de l'offre touristique locale) et de sensibilisation aux problématiques écologiques.

Animateur

- La diversification des activités pourrait se traduire par des besoins supplémentaires en animateurs polyvalents.
- L'allongement des périodes de travail lisse les besoins en main-d'œuvre tout au long de l'année.

Maintenance

- La multiplication des équipements pourrait générer des besoins croissants en personnel.

Community manager

- Les compétences en community management se renforcent (gestion des sites d'avis...). La création d'un poste spécifique reste limitée aux grandes structures, les petites intégrant ces activités aux métiers existants.

Le secteur de l'hôtellerie de plein air en Bretagne

Les enjeux et leviers RH du secteur

Professionnaliser les directeurs/dirigeants



Sous l'effet d'attentes de plus en plus élevées des clients, les campings montent en gamme (mobiles-homes, bungalows...), diversifient leurs services (toboggans aquatiques, restauration, animations diverses...) et proposent des offres touristiques de plus en plus complètes. Pour les dirigeants, qui exercent très souvent dans des petites structures avec des tâches diverses, ceci implique des compétences renforcées et parfois nouvelles de gestion de l'établissement (connaissance du territoire, marketing et web marketing, gestion des RH et des plannings, tarification et comptabilité...).

Soutenir les établissements dans la transformation numérique



L'influence grandissante du numérique et des réseaux sociaux dans la gestion des établissements et la relation clientèle (réservation en ligne, système de notation en ligne...) impliquent une appropriation de ces nouveaux outils par les acteurs du secteur pour accroître leur visibilité et leur e-réputation. Cette appropriation est particulièrement difficile dans les petites structures du fait de moyens financiers et/ou humains davantage contraints.

Faire face à des besoins croissants en main-d'œuvre



De l'aveu des professionnels interrogés, la saison d'activités s'allonge de plus en plus en dehors des vacances des étudiants (avril-octobre). La recherche de saisonniers disponibles aux périodes souhaitées peut alors être une réelle difficulté pour de nombreux dirigeants et exploitants. Si bien que les travailleurs saisonniers ne suffisent plus. Pour faire face aux besoins croissants de main-d'œuvre, l'enjeu est de pérenniser les emplois occupés par des saisonniers et/ou de trouver de nouvelles sources de recrutement (tels que des partenariats de reconversion avec d'autres secteurs).

Les principaux leviers RH

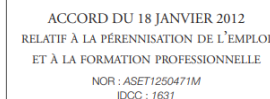
La réalisation de partenariats de reconversions avec d'autres secteurs pour faciliter le recrutement

L'UBHPA* a signé en 2017 un partenariat avec Défense mobilité, qui accompagne les militaires en reconversion. Ceux-ci pourront être formés aux métiers du secteur pour répondre aux besoins en recrutement des entreprises.



Le recours au dispositif de CDI emploi-formation

Malgré la remise en cause de son financement suite à la réforme de la formation professionnelle, le dispositif emploi-formation a permis à une dizaine de salariés du secteur de la région de travailler pendant la saison touristique et se former le reste de l'année pendant cinq ans tout en accédant à une certification.



L'utilisation des formations courtes en ligne

Pour faciliter la professionnalisation des dirigeants ou des salariés, des formations en ligne de quelques minutes (MOOC) pourraient être développées sur les thèmes de la communication, de l'utilisation des réseaux sociaux et de la gestion (RH, réservations en ligne, comptabilité...).

La mutualisation de ressources humaines

Les petites structures n'ont pas forcément les moyens d'avoir leur propre Community manager. Mais on pourrait envisager une mutualisation d'un Community manager dans plusieurs structures.

*Union bretonne de l'hôtellerie de plein air

Casinos-jeux

- La 9ème région française en terme d'effectifs
- Des établissements de taille modeste aux profils d'activités différents
- Un secteur dont les effectifs ont diminué
- Des établissements acteurs de l'animation culturelle de leur territoire



 **815**
salariés

5%

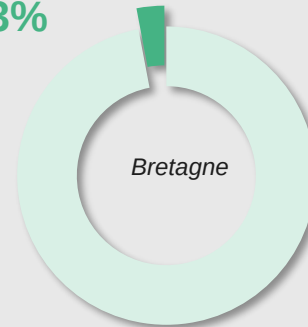
Des salariés des
casinos-jeux travaillent
en Bretagne

 **14**
établissements

Répartition des salariés des casinos-jeux parmi l'ensemble des salariés relevant du périmètre de l'Afdas

Source : Insee DADS au 31/12/2016, traitement KYU Lab

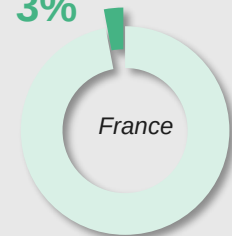
3%



■ Effectifs des casinos-jeux

■ Effectifs des autres
secteurs relevant de l'Afdas

3%



Le secteur des casinos-jeux en Bretagne

Les principales caractéristiques du secteur

Chiffres clés



815
professionnels



14
établissements

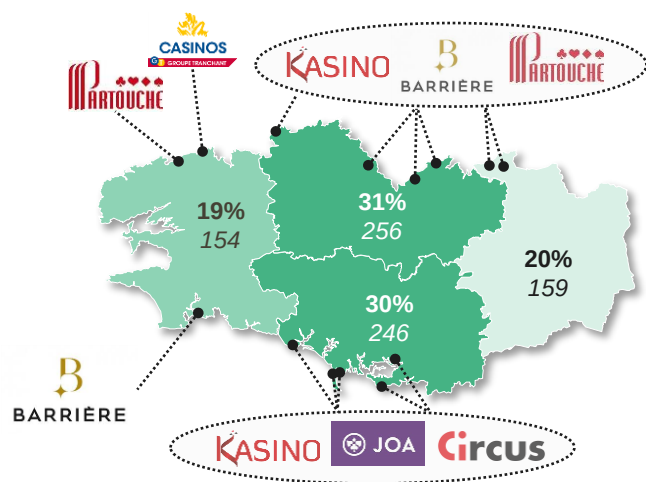
5%

Des salariés du
secteur au niveau
national

Sources : Insee, DADS, 2016, recensement KYU Lab

Répartition des effectifs régionaux et principaux acteurs du secteur en Bretagne

Source : Insee DADS 2016, traitement Kyu Lab



Légende

Moins de 100 sal.
Entre 100 et 200 sal.

Entre 200 et 300 sal.

La 9^{ème} région française en effectifs

- Avec moins de 815 salariés, la région bretonne représente **moins de 5% des salariés du secteur au niveau national** derrière les régions voisines des Pays de la Loire et de la Normandie (respectivement plus de 860 salariés et près de 2 500 salariés, *source : Insee, DADS 2016*).
- Alors que les **départements du Morbihan et des Côtes-d'Armor** sont les moins peuplés de la région, ils **concentrent chacun près d'un tiers des salariés** du secteur. Cette répartition géographique s'explique en grande partie par le caractère touristique des côtes nord et sud-bretonnes.

Des établissements de taille limitée aux profils d'activités différents

- Les établissements bretons du secteur des casinos se caractérisent par leur **taille relativement limitée**, ainsi l'un des établissements les plus importants de la région (établissement Barrière à Dinard) compte moins de 100 salariés. Si tous appartiennent à des groupes spécialisés du secteur (Partouche, Barrière, Joa, etc.) la région se distingue par la présence du groupe breton Financière Ficaudière qui regroupe 6 établissements sous la marque Casino.
- Certains établissements**, tel le casino du groupe Tranchant à Roscoff, ont une **activité essentiellement locale et peu saisonnière** reposant sur le casino et la restauration. **D'autres**, à l'image du casino Barrière de Dinard, s'appuient sur **une offre touristique étendue** (hôtellerie, partenariat avec des clubs de sport, etc.).

Des établissements acteurs de l'animation culturelle de leur territoire

- Dans le cadre de la Délégation de Service public, les **casinos doivent proposer des activités culturelles**. Certains, tel le casino Partouche du Val-André, disposent d'un **cinéma et d'une salle de spectacle** alors que d'autres **parrainent des événements** à l'image du casino Barrière de Dinard partenaire du Dinard Film Festival, du festival du film historique ou encore du Dinard comedy festival.
- Ces derniers **proposent ainsi de nombreux spectacles** (magie, danse, etc.) qu'ils organisent par le biais de sociétés de production.

Le secteur des casinos-jeux en Bretagne

Un secteur composé de petites entreprises dont les effectifs ont diminué

Évolution du nombre de salariés entre 2011 et 2016

Données INSEE DADS 2011-2016, traitement Kyu Lab



-8% d'effectifs

France : -4%

Répartition des établissements en fonction du nombre de salariés

Données INSEE, DADS, 2016, traitement Kyu Lab

**De 11 à 49
salariés**

La majorité des entreprises du
secteur ont entre 11 et 49 salariés

- À l'inverse de l'évolution moyenne des secteurs relevant de l'Afdas dans la région, le secteur des casinos-jeux se caractérise par une diminution du nombre de personnes y travaillant. Bien que la dynamique nationale soit également à la diminution des effectifs salariés, celle observable en Bretagne est plus marquée (-4% entre 2011 et 2016 en France contre -8% en Bretagne, *source INSEE, DADS, 2011-2016, traitement KYU Lab*).
- Alors que la grande majorité des établissements des secteurs relevant de l'Afdas dans la région compte moins de 11 salariés (94%, *source INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab*), la taille moyenne des établissements des casinos-jeux est un peu plus importante, une majorité d'entre eux comptant entre 11 et 49 salariés). Le secteur se caractérise toutefois en Bretagne par une taille limitée des établissements par rapport à ce qui est observable dans le secteur au niveau national (près d'une entreprise sur deux comptant entre 50 et 149 salariés, *source INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab*).

Le secteur des casinos-jeux en Bretagne

Un secteur majoritairement composé d'emplois stables et masculins

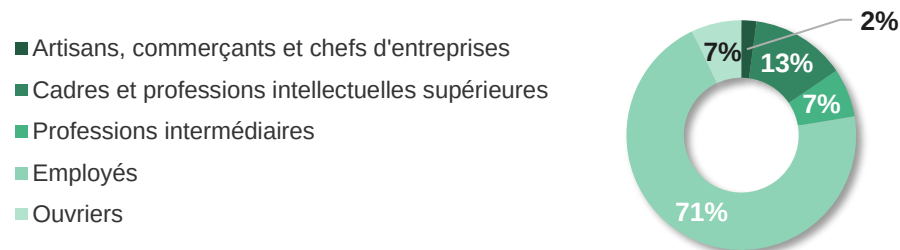
Répartition des postes selon le sexe des salariés

Données INSEE, DADS, 2016, traitement Kyu Lab



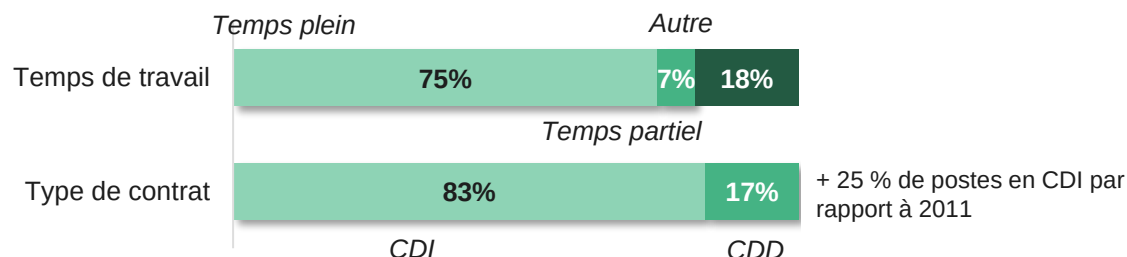
Répartition des postes selon la CSP des salariés

Données INSEE DADS 2016, traitement Kyu Lab



Répartition des postes en 2016 selon...

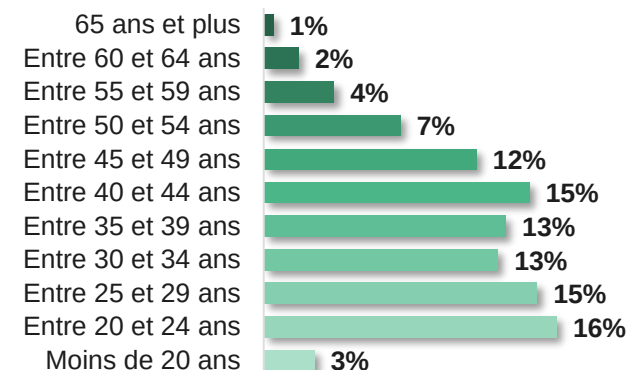
Données INSEE, DADS, 2016, traitement Kyu Lab



*la catégorie « Autre » comprend les faibles temps partiels, les travailleurs à domicile et les conditions d'emploi mixtes à dominante temps complet ou non temps complet

Répartition des postes selon l'âge des salariés

Source INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab



- La part de l'emploi féminin dans le secteur est équivalente à celle observable dans l'ensemble des secteurs relevant de l'Afdas dans la région et à celle observable au niveau national (58% d'emplois masculin, *source INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab*). Celle-ci tend toutefois à croître puisque la part des postes occupés par des femmes a augmenté de 2 % par rapport à 2011).
- De la même manière, la structure de l'emploi selon l'âge des salariés est similaire à celle observable pour l'ensemble des secteurs relevant de l'Afdas en Bretagne et à celle des casinos-jeux en France (*source INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab*). La part des salariés de moins de 30 ans a reculé entre 2011 et 2016 puisqu'elle est passée de 43% des effectifs à 34% des effectifs (*source INSEE, DADS, 2011-2016, traitement KYU Lab*).
- Le secteur des casinos-jeux se caractérise par la stabilité de ses emplois à la fois par rapport à l'ensemble des secteurs de l'Afdas dans la région (63% de CDI et 52% de temps complets) et par rapport aux établissements du secteur au niveau national (74% de CDI et 70% de temps complets, *source INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab*). Cette stabilité de l'emploi tend par ailleurs à s'accroître puisque la part des postes en CDI a augmenté de près de 25 pourcents depuis 2011.

Le secteur des casinos-jeux en Bretagne

Les évolutions en cours et anticipées du secteur en Bretagne

Des stratégies de développement de diversification des activités

- De nombreux représentants du secteur des casinos en Bretagne diversifient leurs activités pour s'imposer comme de véritables lieux de divertissements et s'adresser à une clientèle nouvelle ne fréquentant pas nécessairement les machines à sous.
- Alors que le Groupe Barrière propose une offre de loisirs diversifiée composée de concerts, one-man-show, mais aussi spectacles de danse ou de théâtre, d'autres acteurs comme JOA ou Kasino souhaitent créer des espaces polyvalents de détente (bar, restauration, cinéma, etc.). Outre ces espaces de divertissement, certains casinos de la région proposent désormais des services aux entreprises comme l'accueil d'événements ou de congrès.

Des nombreux projets de réaménagement et d'agrandissement ...

- Dans certains territoires bretons (golfe du Morbihan, côte nord) la forte concurrence entre les acteurs du secteur incite les établissements à se renouveler régulièrement.
- Le groupe Barrière à Dinard vient ainsi de terminer la rénovation de son établissement alors que dans le cadre de son nouveau contrat de DSP un projet d'agrandissement a été annoncé générant la création d'une vingtaine de postes.
- À Perros-Guirec le groupe Financière Ficaudière (marque Kasino) a annoncé vouloir rénover le Grand Hôtel de la ville pour accueillir son casino en 2021.

...pour faire face à des perspectives économiques incertaines

- L'activité du secteur, particulièrement touchée par l'interdiction de fumer dans les lieux publics (2007) et le développement des jeux en ligne, pourrait être freinée par le Brexit et la possible diminution du tourisme anglais (notamment sur la côte nord de la région) et par la récente privatisation de la Française des jeux (FDJ). Cette dernière fait craindre aux professionnels du secteur le développement d'activités concurrentes à l'offre des casinos.



Dynamiques métiers

Les métiers du jeu

- Les établissements présentent des difficultés de recrutement sur le métier de croupier du fait de l'attractivité d'autres régions et du nombre peu élevé de personnes formées à ce métier.
- Les projets d'agrandissement des établissements pourraient générer des besoins croissants sur ces métiers.

Les métiers de la restauration

- La concurrence d'autres secteurs plus visibles génère des difficultés de recrutement sur ces métiers pour les établissements bretons.
- Les projets d'agrandissement des établissements pourraient générer des besoins croissants sur ces métiers.

Les métiers de l'accueil et de la sécurité

- Les métiers de l'accueil, du fait de la diversification des activités des établissements, peuvent être amenés à évoluer dans d'autres milieux (cinéma, réception, etc.) et orienter les clients vers une offre plus large.

Les métiers du marketing et de la vente

- La forte concurrence du secteur et le développement des réseaux sociaux impliquent une gestion des données pour analyser les besoins clients et le développement des compétences en community management pour fidéliser la clientèle.

Le secteur des casinos-jeux en Bretagne

Les enjeux et leviers RH du secteur



Répondre à certaines difficultés de recrutement du secteur

Bien que le secteur enregistre une diminution de ses effectifs, ses acteurs présentent des difficultés de recrutement sur les postes de croupier ainsi que sur les métiers de la restauration. Selon les professionnels, ces difficultés proviennent à la fois d'un manque d'attractivité du territoire sur ces métiers (face au poids de la Normandie et de la Côte d'Azur ainsi qu'à l'ouverture récente des clubs de jeux à Paris) et de la forte concurrence d'autres secteurs plus visibles auprès des travailleurs (secteur local de la restauration et de l'hôtellerie notamment).



Développer de nouveaux modes de communication

Les établissements de la région s'appuient en grande partie sur les services centraux de leur groupe (marketing, etc.) pour développer leur image et leur clientèle. Alors que la communication d'événements qu'ils organisent relève de leur périmètre d'activité, les établissements de la région devront davantage communiquer auprès de nouvelles cibles et par de nouveaux médias (réseaux sociaux, mailing) pour répondre à leur stratégie de diversification de leur offre de loisirs (cinéma, théâtre, etc.).



Intégrer les problématiques de développement durable

Dans un secteur particulièrement consommateur en électricité (alimentation des machines à sous et de la climatisation), si certains établissements s'efforcent d'intégrer les problématiques de développement durable (rénovation et isolation des bâtiments, tri des déchets...) d'autres n'ont pas encore développé de pratiques écologiques. La pression de l'opinion publique et de la clientèle devrait renforcer ces initiatives à l'avenir.

Espaces de loisirs, d'attractions et culturels

- Des TPE et PME aux activités diversifiées
- Un secteur jeune et dynamique
- Des effectifs en croissance concentrés au sein de certains établissements
- Un secteur soutenu par l'impulsion donnée par certains acteurs du Finistère



1 212
salariés

2%

Des salariés des espaces de loisirs, d'attractions et culturels travaillent en Bretagne

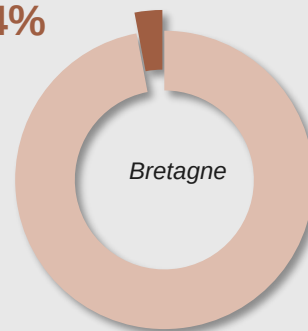


165
établissements

Répartition des salariés des espaces de loisirs, d'attractions et culturels parmi l'ensemble des salariés relevant du périmètre de l'Afdas

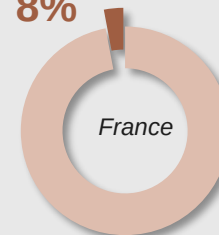
Source : Insee DADS au 31/12/2016, traitement KYU Lab

4%



Bretagne

8%



France

■ Effectifs des espaces de loisirs, d'attractions et culturels

■ Effectifs des autres secteurs relevant de l'Afdas

Le secteur des espaces de loisirs, d'attractions et culturels en Bretagne

Les principales caractéristiques du secteur

Chiffres clés



1 212
professionnels



165
établissements

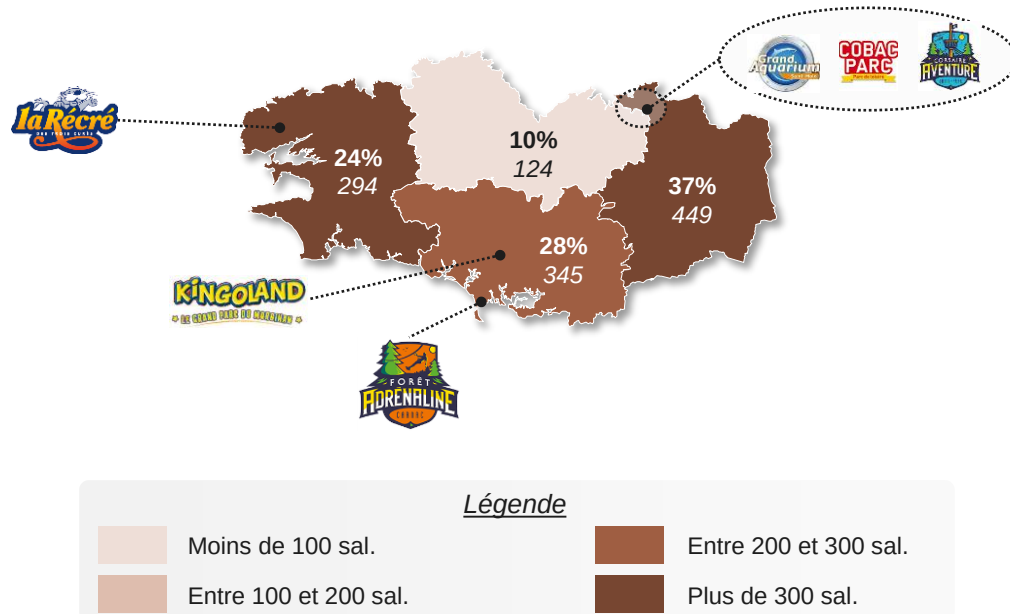
2%

Des salariés du
secteur au niveau
national

Sources : Insee, DADS, 2016

Répartition des effectifs régionaux et principaux acteurs du secteur en Bretagne

Source : Insee DADS, 2016, traitement Kyu Lab



Des TPE et PME aux activités diversifiées

- Les loisirs et divertissements en **Bretagne** représentent **2% des effectifs nationaux** du secteur (source : Insee, DADS, 2016).
- 90% des entreprises du secteur comptent moins de 10 salariés permanents** (source : Insee, DADS, 2016). La **saisonnalité de l'activité** de nombreux acteurs de la région **entraîne toutefois une augmentation de leurs effectifs** en haute saison (l'effectif de la Récré des 3 Curés dépasse 100 salariés en haute saison contre moins de 25 en basse saison, source : Bretagne économique).
- L'offre des acteurs se caractérise par un **maillage territorial fort** (présence dans les zones urbaines, côtières et rurales ou périurbaines) et une **importante diversité** (activités de plein air comme l'accrobranche et les parcs aquatiques, aquariums, salles multiactivités couvertes, etc.).

Un secteur jeune et dynamique

- Alors que plus de la **moitié des salariés a moins de 30 ans** et 40% a moins de 25 ans, le secteur connaît une **croissance très importante**. Ses effectifs ont ainsi augmenté de plus de 80% entre 2011 et 2016 faisant de la Bretagne, la région la plus dynamique au niveau national pour ce secteur (source : Insee, DADS, 2016).
- Cette dynamique s'explique notamment par la **création de nouveaux lieux dans la région** à l'image du parc Aventure et Accrobranche en 2019 dans les Côtes-d'Armor ou du Breizh Jump Park à Quimper. Certains établissements plus anciens, tels que la Récré des 3 Curés (nouvelle attraction et nouveau bâtiment d'accueil) s'agrandissent pour accompagner la hausse de leur fréquentation.

Un secteur soutenu par l'impulsion donnée par les acteurs du Finistère

- L'Association Loisirs en Finistère**, formée par des acteurs finistériens, a permis la création d'un chèque loisirs, le relais des actualités des adhérents via les réseaux sociaux et un site commun, et l'organisation d'une journée commune des acteurs dont la dernière édition a accueilli, pour la première fois, des acteurs de toute la région.

Le secteur des espaces de loisirs, d'attractions et culturels en Bretagne

Une concentration des effectifs au sein de certains établissements

Évolution du nombre d'établissements et de salariés entre 2011 et 2016

données INSEE, DADS, 2011-2016, traitement Kyu Lab



-15% d'établissements

France : -4%

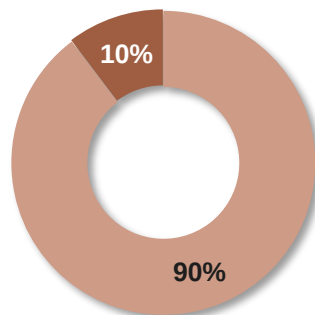


+20% d'effectifs

France : +18%

Répartition des établissements en fonction du nombre de salariés

Données INSEE, DADS, 2016, traitement Kyu Lab



- Moins de 11 postes
- De 11 à 49 postes
- De 50 à 149 postes
- De 150 à 299 postes
- 300 postes et plus

- Bien que le nombre d'établissements du secteur des espaces de loisirs, d'attractions et culturels de la région ait diminué entre 2011 et 2016, le nombre de personnes ayant travaillé dans le secteur a augmenté de 20% sur la même période. Ces dynamiques peuvent traduire d'une concentration des effectifs au sein des établissements dans la région – concentration plus forte que celle observable au niveau national (-4% d'établissements et +18% de personnes travaillant dans le secteur, *source INSEE, DADS, 2011-2016, traitement KYU Lab*).
- Bien qu'il existe des établissements comptant entre 11 et 49 salariés, près de 9 établissements sur 10 en comptent moins de 11 (*source INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab*). Cette structure des établissements est similaire à celle observable au niveau national dans le secteur.

Le secteur des espaces de loisirs, d'attractions et culturels en Bretagne

Des emplois jeunes aux conditions diverses

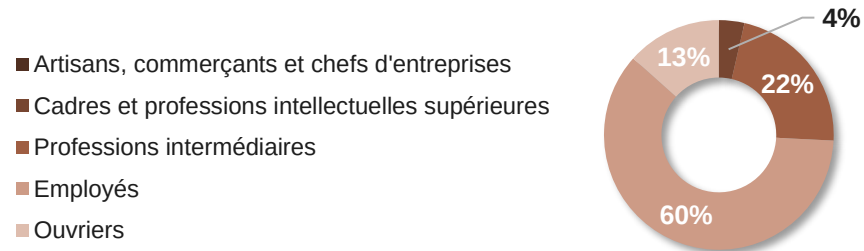
Répartition des postes selon le sexe des salariés

Données INSEE, DADS au 31/12/2016, traitement Kyu Lab



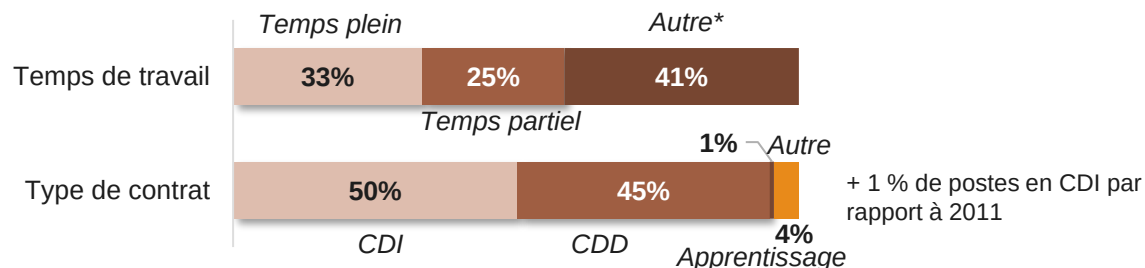
Répartition des postes selon la CSP des salariés

Données INSEE, DADS au 31/12/2016, traitement Kyu Lab



Répartition des postes en 2016 selon...

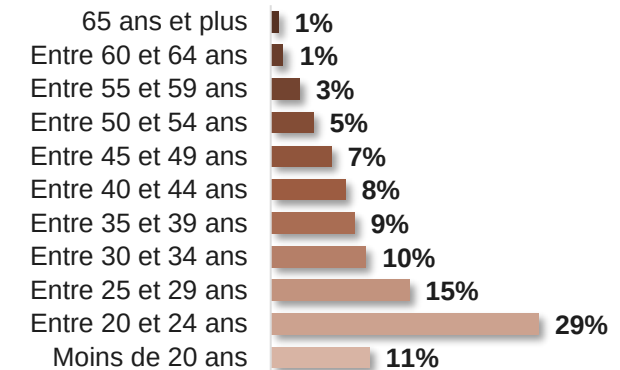
Données INSEE, DADS au 31/12/2016, traitement Kyu Lab



*la catégorie « Autre » comprend les faibles temps partiels, les travailleurs à domicile et les conditions d'emploi mixtes à dominante temps complet ou non temps complet

Répartition des postes selon l'âge des salariés

Source INSEE, DADS au 31/12/2016, traitement KYU Lab



- Alors que l'emploi féminin dans le secteur des espaces de loisirs, d'attractions et culturels représente 48% des postes, il représente 47% des postes dans la région Bretagne. Toutefois, la part de l'emploi féminin a diminué dans la région puisqu'elle s'élevait à 49% en 2011 (source INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab).
- L'emploi dans le secteur est particulièrement jeune puisque 55% des postes sont occupés par des salariés de moins de 30 ans (un niveau un peu supérieur à celui en France - 51% des postes – et largement supérieur à celui de l'ensemble des postes des secteurs relevant de l'Afdas dans la région – 28%).
- Majoritairement composés d'employés les emplois du secteur sont moins stables que les autres secteurs de la région relevant du périmètre de l'Afdas. Alors que près des 2/3 des postes sont des CDI, seuls 50% le sont pour les espaces de loisirs, d'attractions et culturels du fait du caractère saisonnier de l'activité du secteur (niveau équivalent à celui observable en France). Cette proportion est globalement stable puisque la part des CDI n'a augmenté que d'un point pourcentage entre 2011 et 2016, source INSEE, DADS, 2011-2016, traitement KYU Lab).
- Par ailleurs, la part des temps complets est inférieure à celle du secteur au niveau national (45% de temps complets contre 33% en Bretagne, source INSEE, DADS, 2011-2016, traitement KYU Lab).

Le secteur des espaces de loisirs, d'attractions et culturels en Bretagne

Les évolutions en cours et anticipées du secteur en Bretagne

La numérisation, une évolution importante, qui reste souvent limitée par la taille modeste des structures

- La numérisation du secteur se matérialise par la création d'outils et d'animations à destination des visiteurs telles que des applications (l'application de la Récré des 3 curés guide les visiteurs dans le choix des attractions en fonction de l'âge), la réalité augmentée ou encore la précommande de nourriture. La numérisation demeure toutefois réservée aux structures disposant des moyens suffisants et apparaît relative au regard de ce qu'il peut être proposé dans les grands parcs nationaux (suivi en temps réels des files d'attente...).
- Outre le développement d'outils de gestion digitalisés (gestion RH, billetterie, comptabilité, etc.), les établissements doivent désormais être référencés en ligne pour gagner en visibilité et communiquer en ligne par le biais de leur propre site internet ou via les réseaux sociaux.

Une concurrence croissante poussant les acteurs à se diversifier

- La croissance du secteur et l'ouverture de nouveaux lieux poussent les acteurs à se distinguer et à toucher un public plus large en diversifiant leur offre. Ils peuvent alors intégrer d'autres prestations (spectacle vivant, sport...) ou créer des offres spécifiques (pôle enfant pour permettre aux adultes de profiter des attractions).
- Certains des acteurs font évoluer leur modèle économique en offrant la possibilité aux entreprises d'organiser séminaires, alors que d'autres s'insèrent dans des réseaux touristiques comme Atout France et développent des partenariats avec d'autres acteurs pour développer des offres touristiques "packagées" (une entrée dans un parc + un logement + un dîner).

La professionnalisation progressive du secteur

- Face à l'allongement de la saison et au besoin en main-d'œuvre en basse saison (renouvellement de l'offre) certains acteurs ont transformé certains emplois saisonniers en CDI.
- À l'image des parcs Corsaire Aventure et Forêt Adrénaline, certains parcs de loisirs et de divertissements se sont engagés dans une démarche d'amélioration continue dans le cadre du label « Qualité Tourisme ».



Dynamiques métiers

Accueil et relations visiteurs

- Il existe des tensions au recrutement sur ces métiers majoritairement saisonniers
- Alors que la gestion des réservations en ligne et à partir de sites externes se développe, la relation client est plus personnalisée et acquiert une dimension de conseil plus forte (forte connaissance de l'offre touristique locale).

Maintenance / Environnement et espaces verts

- Les nouveaux équipements génèrent des besoins en maintenance spécifiques (animation numérique, etc.).
- L'entretien des espaces verts doit se faire avec des produits respectueux de l'environnement.

Management et métiers administratifs

- L'exigence de gestion des ressources humaines se renforce
- La conception d'offres plus complètes (identification des publics, création d'animations, etc.) devient plus stratégique et peut amener les professionnels à entrer en relation avec des artistes et des encadrants sportifs.
- La recherche et le développement de partenariats avec d'autres acteurs locaux progressent
- Les activités de gestion des projets de labellisation (écolabel, qualité tourisme) se renforcent.

Marketing et commercial

- Les activités de gestion des réseaux sociaux et du référencement web deviennent stratégiques
- Les boutiques souvenirs développent des produits écoresponsables

Restauration et services marchands

- Des difficultés de recrutement sur les métiers de la restauration existent
- Les professionnels réduisent la quantité de déchets non recyclables (plastiques) et valorisent les circuits courts

Le secteur des espaces de loisirs, d'attractions et culturels en Bretagne

Les enjeux et leviers RH du secteur

Accompagner les acteurs dans l'intégration du numérique

Si l'impact du numérique sur les métiers demeure limité dans la région au regard de leurs ressources limitées, le développement progressif d'outils d'animation digitaux et l'importance croissante de la communication en ligne (réseaux sociaux, réservation en ligne, etc.), impliquent une appropriation de ces nouveaux outils par les acteurs du secteur pour notamment accroître leur visibilité.

Répondre aux tensions au recrutement sur les emplois saisonniers

Les emplois saisonniers représentent des difficultés importantes pour les entreprises en termes de recrutement. Ces tensions sont particulièrement fortes sur les métiers de la restauration, pour lesquels les professionnels de la restauration bénéficient d'une visibilité plus forte, et dans les zones littorales qui concentrent un nombre important d'acteurs du tourisme générant une concurrence forte au recrutement.

Par ailleurs, si certains acteurs souhaitent transformer des emplois saisonniers en CDI, ceux-ci se heurtent souvent au souhait des individus de poursuivre dans cette forme d'emploi.

Les principaux leviers RH

Fédération des acteurs pour mutualiser les moyens



Plusieurs acteurs du loisir du Finistère se sont regroupés en Association et, avec le soutien de partenaires comme la CCI, promeuvent et communiquent autour de l'activité du secteur (site, réseaux sociaux).

Participer à des forums de recrutement



Afin de préparer la saison estivale, plusieurs salons de recrutement sont organisés sur le territoire breton (Lamballe, Combours, Saint-Malo...). Ces forums permettent aux professionnels du tourisme de rencontrer et recruter des saisonniers.

Favoriser la création d'emplois salariés en CDI



On avait l'habitude de reprendre les mêmes saisonniers et on a décidé de proposer quelques CDI.



Organismes de tourisme

- Un secteur au diapason de l'activité touristique régionale
- Un secteur accompagné par les fédérations départementales et régionales
- Une majorité d'établissements de moins de 11 salariés ayant connu une période de concentration de leur activité



 **954**
salariés

5%

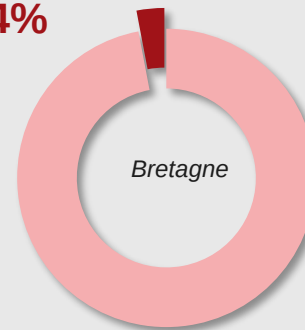
Des salariés des
organismes de tourisme
travaillent en Bretagne

 **131**
établissements

Répartition des salariés des organismes de tourisme parmi l'ensemble des salariés relevant du périmètre de l'Afdas

Source : Insee DADS au 31/12/2016, traitement KYU Lab

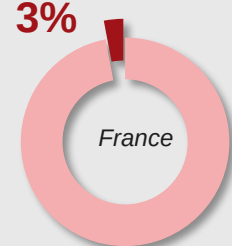
4%



■ Effectifs des organismes de
tourisme

■ Effectifs des autres
secteurs relevant de l'Afdas

3%



Le secteur des organismes de tourisme en Bretagne

Les principales caractéristiques du secteur

Chiffres clés



954
professionnels



131
établissements

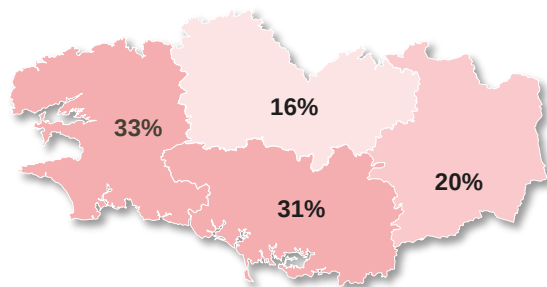
2%

Des salariés du
secteur au niveau
national

Sources : Insee, DADS au 31/12/2016, traitement Kyu Lab et Fédération des offices de tourisme de Bretagne, 2019

Répartition des effectifs régionaux et principaux acteurs du secteur en Bretagne

Source : Insee DADS au 31/12/2016, traitement Kyu Lab



Légende



Moins de 100 sal.



Entre 100 et 150 sal.



Entre 150 et 200 sal.



Plus de 200 sal.

Un secteur au diapason de l'activité touristique régionale

- La Bretagne concentre un peu moins de **5% des effectifs nationaux** du secteur des organismes de tourisme (source : Insee, DADS au 31/12/2016).
- Les **effectifs** du secteur sont majoritairement **concentrés dans les départements du Finistère et du Morbihan** (respectivement 33% et 31% des effectifs salariés), départements les plus touristiques de Bretagne. À l'inverse, les Côtes-d'Armor, avec moins d'une centaine de salariés, sont le département concentrant le moins de salariés dans la région.
- L'**activité** des organismes de tourisme est **relativement stable** entre 2018 et 2019 (+3% entre 2018 et 2019 sur la période d'avril à septembre). Elle est **particulièrement saisonnière** puisque la fréquentation des organismes de tourisme est 2 fois plus importante au mois de juillet qu'au mois d'avril (source : Comité régional du tourisme de Bretagne, sur un échantillon de 25 structures, 2019).

Un secteur accompagné par les fédérations départementales et régionales

- Les **organismes de tourisme** de la région sont **particulièrement structurés** puisqu'ils bénéficient de la présence de **fédérations départementales** chargées de coordonner l'action des organismes sur le territoire et de la **fédération régionale** des offices de tourisme de Bretagne (OTB).
- Cette fédération a notamment pour missions de proposer des formations aux organismes de tourisme de la région, de les accompagner dans les démarches de labellisation « Qualité Tourisme » et « Tourisme et handicap » et de leur offrir des ressources.
- Depuis 2019 et la première édition des rencontres des organismes de tourisme à Lorient, ces derniers sont amenés à partager chaque année.

Le secteur des organismes de tourisme en Bretagne

Des établissements de moins de 11 salariés au nombre stable

Évolution du nombre d'établissements et de salariés entre 2011 et 2016

données INSEE, DADS, 2016, traitement Kyu Lab



+0% d'établissements

France : +0%



+13% d'effectifs

France : +10%

Répartition des établissements en fonction du nombre de salariés

Données INSEE, DADS, 2016, traitement Kyu Lab

**Moins de 11
salariés**

La majorité des entreprises du
secteur ont moins de 11 salariés

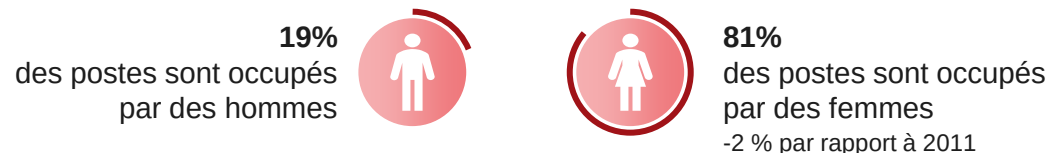
- De la même manière qu'au niveau national, le nombre d'établissements du secteur des organismes de tourisme a stagné entre 2011 et 2016 alors que le nombre de personnes ayant travaillé dans le secteur a crû de plus de 10% (*source INSEE, DADS, 2011-2016, traitement KYU Lab*).
- Cette dynamique de l'emploi, bien qu'importante est inférieure à celle observable dans l'ensemble des secteurs du périmètre de l'Afdas (+25% de personnes ayant travaillé dans ces secteurs entre 2011 et 2016, *source INSEE, DADS, 2011-2016, traitement KYU Lab*).
- Tout comme au niveau national, la nette majorité des établissements compte moins de 11 salariés.

Le secteur des organismes de tourisme en Bretagne

Des emplois majoritairement stables et féminins

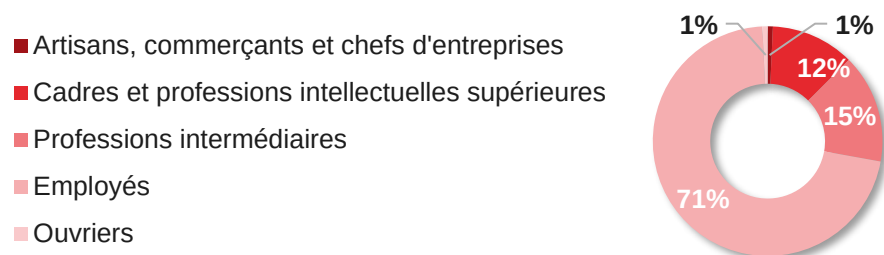
Répartition des postes selon le sexe des salariés

Données INSEE, DADS 2016, traitement Kyu Lab



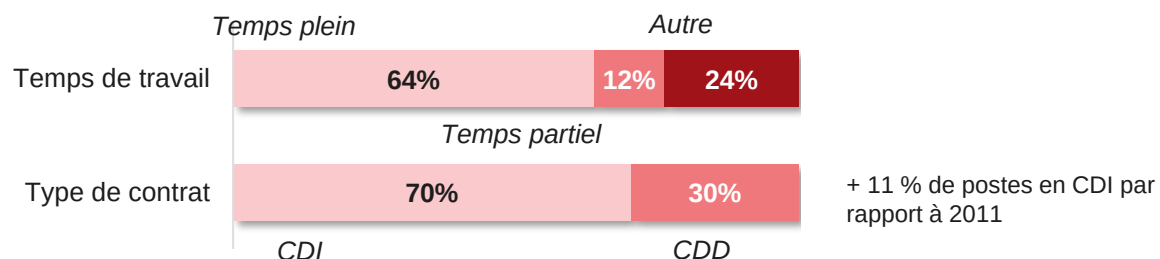
Répartition des postes selon la CSP des salariés

Données INSEE, DADS, 2016, traitement Kyu Lab



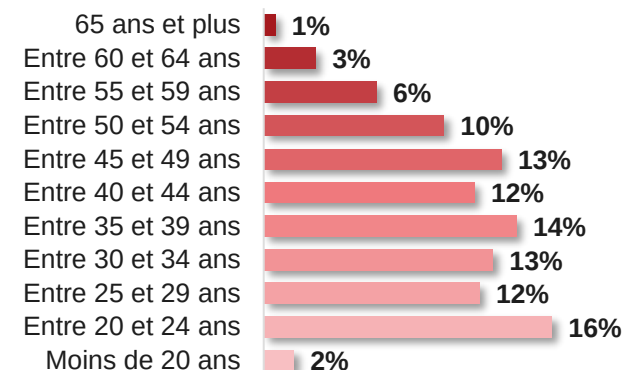
Répartition des postes en 2016 selon...

Données INSEE, DADS, 2016, traitement Kyu Lab



Répartition des postes selon l'âge des salariés

Source INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab



- Alors que la structure de l'âge des salariés du secteur des organismes de tourisme est similaire à celle observable dans les autres secteurs du périmètre de l'Afdas, le secteur est particulièrement féminin. Alors que 42% des postes sont occupés par des femmes dans les secteurs relevant de l'Afdas en Bretagne et que 75% d'entre eux le sont dans le secteur des organismes de tourisme en France, plus de 8 postes sur 10 le sont dans le secteur dans la région (source INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab).
- Alors que 7 salariés sur 10 sont des employés, les emplois ont connu une forte période de stabilisation. La part des CDI a en effet augmenté de plus de 10 % entre 2011 et 2016, passant de 59% des postes à 70% d'entre eux contre 61% au niveau national. Par ailleurs, près de 2/3 des postes sont à temps plein contre 1/2 pour l'ensemble des secteurs du périmètre de l'Afdas dans la région (source INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab).

Le secteur des organismes de tourisme en Bretagne

Les évolutions en cours et anticipées du secteur en Bretagne

La réorganisation territoriale du secteur

- Depuis 2019 et l'application de la loi NOTRe (Nouvelle Organisation Territoriale de la République), les organismes de tourisme de la région ont vu leur organisation évoluer. Auparavant plus de 120, ils ont été regroupés en 60 organismes autour de 10 zones intercommunales aux offres touristiques complémentaires.
- Cette évolution réglementaire a par ailleurs poussé les organismes de tourisme à travailler en réseau et en complémentarité en mutualisant leurs ressources.

Une numérisation du secteur aux multiples impacts

- Alors que les organismes de tourisme sont davantage tournés vers le web par le biais de leur site internet ou des réseaux sociaux pour réaliser des actions de communication et de marketing, certains se dotent d'équipements numériques destinés aux visiteurs. L'office de tourisme de Vannes est ainsi équipé depuis 2015 d'un réseau wifi gratuit et de tablettes numériques sur des présentoirs.
- Les touristes s'informant, pour une part importante, sur internet (par le biais de sites tels que [Bretagne tourisme](#), [ebreizhconnexion](#), sites de la Région et des Offices de tourisme de Bretagne), sont davantage renseignés et à la recherche de réponses et conseils précis.

Diversification des missions et des activités

- Les organismes de tourisme pouvant être opérateurs de voyages créent des offres touristiques et peuvent vendre directement des billets sous forme individuelle ou groupée (à l'instar de [l'office de tourisme](#) de Saint-Quay-Portrieux).
- La réorganisation territoriale des organismes de tourisme leur confère par ailleurs un rôle d'animateur et de promoteur d'un territoire sur le plan touristique, les poussant à nouer des partenariats et à mettre en relations des acteurs du tourisme (restauration, hôtellerie de plein air, loisirs, etc.).

La prise en compte du développement durable dans leur activité

- Les problématiques écologiques ont non seulement poussé les organismes de la région à faire évoluer leurs pratiques internes (utilisation de produits locaux, numérisation, etc.), mais aussi à développer une stratégie de tourisme durable en créant des offres spécifiques et en sensibilisant les visiteurs.



Dynamiques métiers

Développement

- Le rôle accru d'animateur du territoire implique des compétences variées (animation de réseaux, veille sur l'actualité touristique, diffusion d'informations, etc.).
- L'accompagnement des professionnels demande des compétences administratives (soutien dans les démarches de labellisation ou de subventions, etc.).

Promotion-communication

- Le développement des activités de community manager, implique des compétences supplémentaires en gestion des réseaux sociaux et des sites d'avis de consommateurs, ainsi qu'en animation de communautés.
- L'animation numérique du territoire nécessite des compétences additionnelles en conception d'une stratégie numérique du territoire et en production de contenus de promotion.

Commercial

- Le développement des activités commerciales implique la recherche de partenariats avec les acteurs touristiques locaux et la conception d'offres touristiques complètes.
- Cela demande également des compétences accrues en vente (maîtrise des techniques de vente...).

Accueil

- La numérisation du secteur implique la maîtrise des supports digitaux (tablettes...).
- Des compétences en relation clientèle se développent également (connaissance de plus en plus fine du territoire...).

Administration

- L'augmentation de la taille des offices implique pour les dirigeants des compétences supplémentaires en gestion des ressources humaines.

Le secteur des organismes de tourisme en Bretagne

Les enjeux et leviers RH du secteur

Renforcer la gestion des ressources humaines

Du fait de la réorganisation territoriale liée à la loi NOTRe, la taille moyenne des organismes de la région a augmenté. Cette croissance des organismes de tourisme a pu, d'une part, entraîner une spécialisation des salariés et, d'autre part, complexifier la gestion organisationnelle d'équipes plus nombreuses.

Intégrer leur nouvelle mission d'animateur d'un réseau local de tourisme

La nouvelle organisation du champ du tourisme et l'impulsion des pouvoirs publics régionaux à élaborer et proposer aux visiteurs des séjours comprenant divers services complémentaires pourraient entraîner les organismes de tourisme à se positionner comme animateur d'un réseau local. Cette nouvelle position implique de développer des activités d'animation d'un réseau, de création de partenariats, mais aussi d'élaboration d'une stratégie d'offre touristique locale.

Les principaux leviers RH

Proposer des formations communes à l'ensemble des acteurs du tourisme



Alors qu'elle propose une offre de formation aux offices de tourisme, la fédération régionale OTB ouvre ses sessions à l'ensemble des professionnels du tourisme pour favoriser la synergie entre les secteurs.

Presse et agences de presse

- Un secteur concentré autour de 2 grands groupes médias français
- Une presse implantée localement
- 3 600 salariés, 1 200 journalistes et un réseau professionnel
- Un secteur dont les effectifs ont diminué au cours de ces dernières années



3 616
salariés



132
établissements

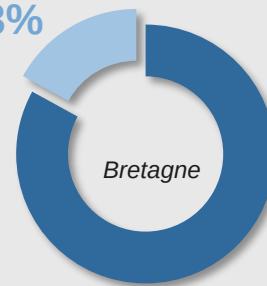


93 M€
de masse salariale

Répartition des salariés de la presse parmi l'ensemble des salariés relevant du périmètre de l'Afdas

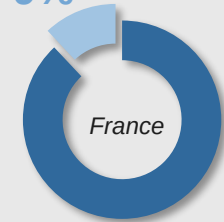
Données Audiens 2018, traitement Kyu Lab

13%



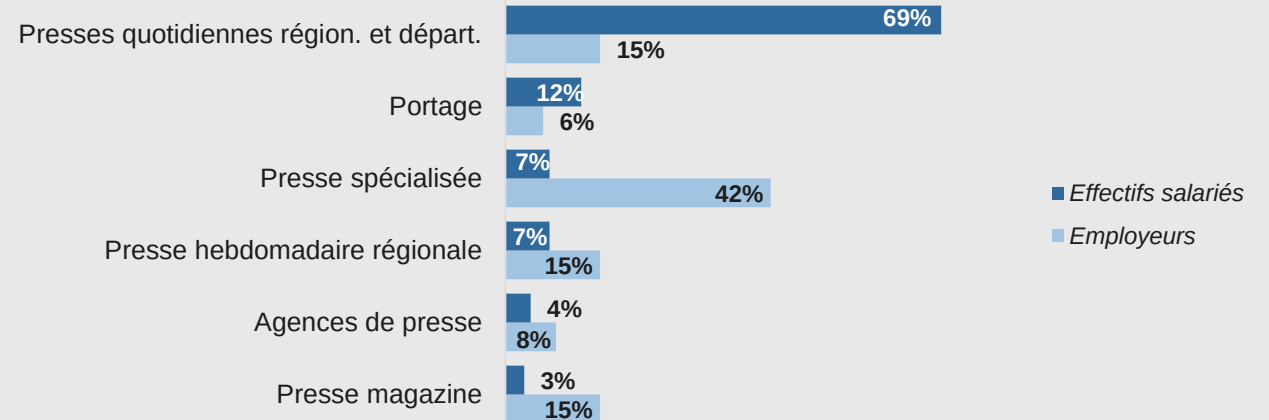
- Effectifs de la presse et des agences de presse
- Effectifs des autres secteurs relevant de l'Afdas

9%



Répartition des salariés* et employeurs par sous-secteur en Bretagne

Données Audiens 2018, traitement Kyu Lab



*Un salarié pouvant travailler dans plusieurs sous-secteurs au cours de la même année, le total des pourcentages n'est pas égal à 100%.

Le secteur de la presse et des agences de presse en Bretagne

Les principales caractéristiques du secteur

Chiffres clés



3 616
salariés



53
établissements

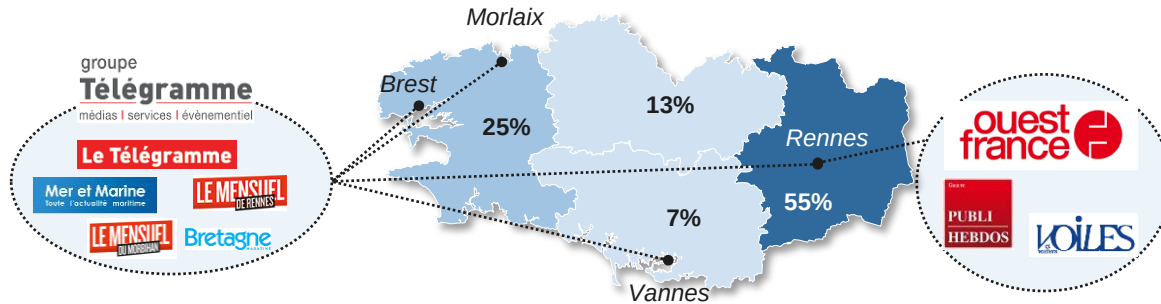


1 236 journalistes
488 pigistes

Sources : Audiens, 2018 et CCIJP, 2020

Répartition des effectifs régionaux et principaux acteurs du secteur en Bretagne

Source : Audiens, 2018, traitement Kyu Lab



Légende

Moins de 500 sal.	Entre 1 000 et 2 000 sal.
Entre 500 et 1 000 sal.	Plus de 2 000 sal.

Un secteur concentré autour de 2 grands groupes médias français

- Le secteur de la région se caractérise par la présence de **deux groupes médias** très importants. **SIPA-Ouest France** édite non seulement le 1^{er} quotidien national en tirages, Ouest France (source : Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, 2019), mais aussi Publi Hebdo, éditeur de plusieurs journaux hebdomadaires et plusieurs magazines. Outre son principal quotidien, le **groupe Télégramme** détient plusieurs titres comme Le mensuel de Rennes.
- Ces groupes disposent en outre **d'activités de l'audiovisuel** (chaîne télé Tébéo du groupe Télégramme, radio Hit West du groupe SIPA Ouest-France), de la **publicité** (régie Précom de SIPA-Ouest France) et dans **l'édition** (éditions Ouest France).

Une presse implantée localement

- La presse bretonne se distingue, par ailleurs, par son **caractère local**. Ouest France et le Télégramme disposent de plusieurs **éditions locales**, alors que leurs filiales éditent des **titres** tels que le Progrès de Cornouaille ou le Journal de Vitré.
- Si le siège de Ouest France est à Rennes, le Télégramme, historiquement situé à Morlaix et la presse locale, garantissent une **ventilation des effectifs dans la région**.

3 600 salariés, 1 200 journalistes et un réseau professionnel

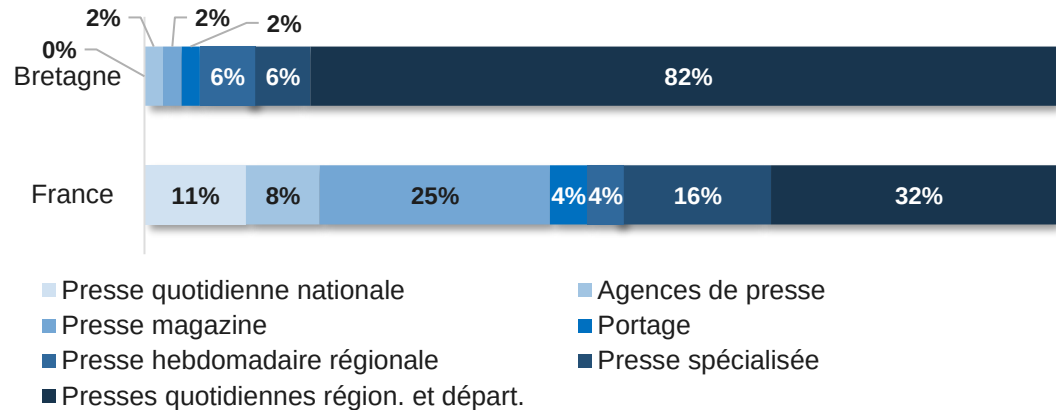
- Parmi les 1 200 journalistes de la région 22% travaillent en tant que **pigistes ou CDD**, soit davantage en proportion **qu'au niveau national** (19%, source : CCIJP, 2020).
- Alors que la Bretagne compte **3 600 salariés**, soit près de 6 % des effectifs salariés nationaux (source : Audiens, 2018, traitement Kyu Lab), elle ne représente que 4% des journalistes possédant une carte (source : CCIJP, 2020), traduisant ainsi un **poids des effectifs non-journalistes relativement important**. Cette caractéristique régionale peut s'expliquer par la présence de sièges des 2 groupes médias et par la présence de 4 rotatives intégrées au Groupe Ouest France.
- Le secteur bénéficie de l'action du **Club de la Presse de Bretagne**, association ayant pour missions de mettre en relation les professionnels et de jouer le rôle de médiateur auprès du public pour promouvoir le secteur et son fonctionnement.

Le secteur de la presse et des agences de presse en Bretagne

Un secteur en recul où la presse locale est particulièrement présente

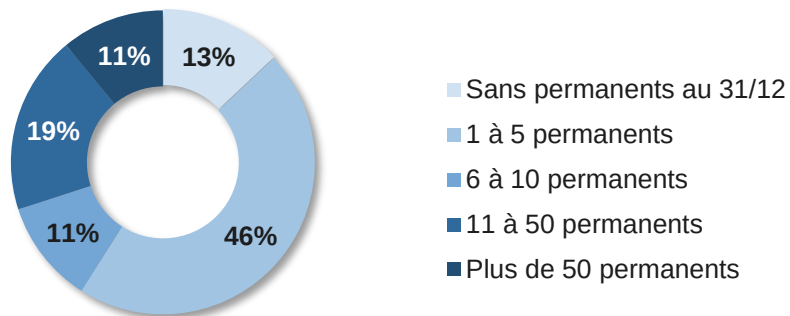
Répartition de la masse salariale par sous-secteur

Données Audiens 2018, traitement Kyu Lab



Répartition des établissements en fonction du nombre de permanents

Données Audiens 2018, traitement Kyu Lab



Évolution du nombre d'établissements et de salariés entre 2013 et 2018

données Audiens 2013-2018, traitement Kyu Lab



-12% d'établissements

France : -13%



-8% d'effectifs

France : -10%

- Le secteur de la presse et des agences de presse de la région se caractérise par un poids particulièrement important de la **presse quotidienne régionale et départementale**. Ce sous-secteur concentre 82% de la masse salariale et 69% des effectifs, contre 32% et 27% en France. À l'inverse, les **agences de presse**, la **presse magazine** et la **presse spécialisée** sont **sous-représentés** (respectivement 2%, 2% et 6% de la masse salariale contre 8%, 25% et 16% au niveau national, source : Audiens, 2018, traitement Kyu Lab). La **presse quotidienne nationale n'est quant à elle pas représentée en Bretagne**.
- Tout comme ce qu'il peut être observé au niveau national, le secteur connaît un **important recul**. Cette dynamique concerne **particulièrement la presse spécialisée, le portage et la presse quotidienne régionale et départementale** (avec respectivement -36%, -15% et -9% d'effectifs entre 2013 et 2018). À l'inverse, les **agences de presse connaissent un fort dynamisme** (+119% d'effectifs entre 2013 et 2018 contre -5% au niveau national) malgré la baisse du nombre d'établissements (-33% d'établissements entre 2013 et 2018).
- Enfin, la taille des établissements tend à diminuer. Alors que les établissements comptant moins de 6 salariés permanents représentent près de 59% des établissements contre 53% en 2013, ceux de plus de 10 salariés ne représentent plus que 30% des établissements contre 33% en 2013 (source Audiens, 2013-2018, traitement Kyu Lab).

Le secteur de la presse et des agences de presse en Bretagne

Une augmentation du nombre de pigistes et une amélioration des conditions de travail des permanents

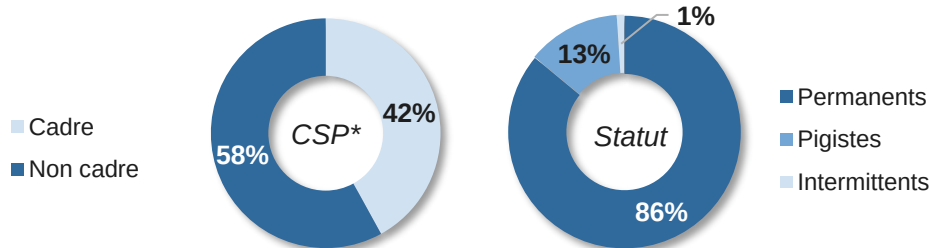
56%
des salariés sont
des hommes



44%
des salariés sont
des femmes
+ 2 % par rapport à 2013

Répartition des salariés selon leur...

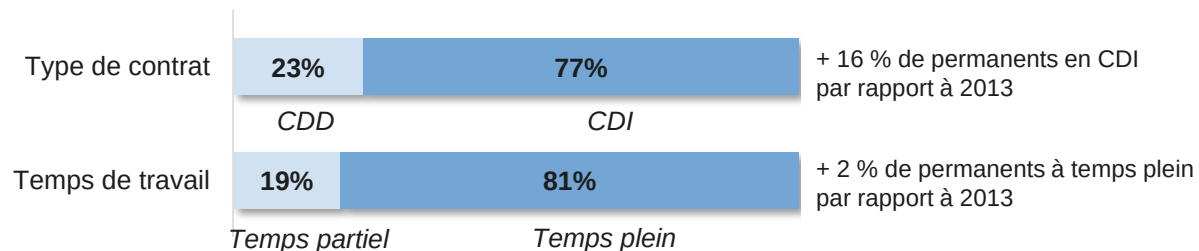
Données Audiens 2018, traitement Kyu Lab



* Pigistes exclus

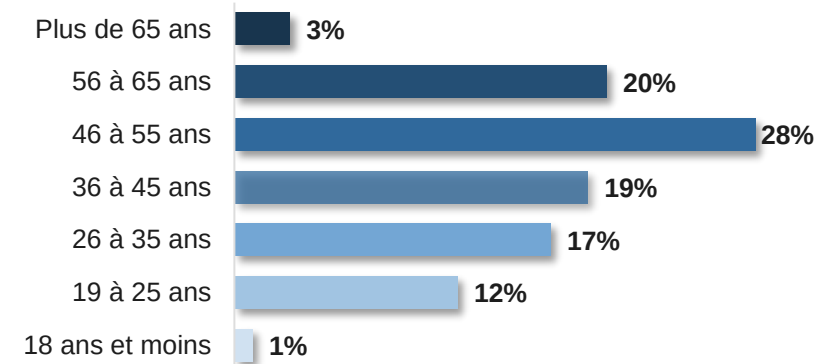
Répartition des salariés permanents en 2018 selon leur...

Données Audiens 2013-2018, traitement Kyu Lab



Répartition des salariés du secteur par âge

Données Audiens 2018, traitement Kyu Lab



- Représentant 13% des salariés du secteur dans la région, les **pigistes ont vu leur nombre croître de près de 10%** entre 2013 et 2018. La diminution des effectifs salariés enregistrée par le secteur est donc essentiellement due à la **diminution du nombre de permanents** (-9% entre 2013 et 2018) qui représentaient 89% des salariés en 2013. Cette diminution a par ailleurs été **très importante chez les permanents en CDD** (-50% entre 2013 et 2018, source : Audiens, 2013-2018, traitement Kyu Lab).
- À l'inverse le **nombre de salariés en CDI demeure stable** Ces derniers ont ainsi vu leur part augmenter parmi les permanents (61% en 2013 contre 77% en 2018). Dans une moindre mesure la part des permanents à temps plein a également augmenté (79% en 2013 contre 81% en 2018 source : Audiens, 2013-2018, traitement Kyu Lab).
- Le secteur est par ailleurs marqué par un **vieillessement de ses effectifs** puisque les salariés de moins de 35 ans représentaient 32% des effectifs en 2013 quand ceux ayant plus de 45 ans en représentaient 45% (contre 27% et 54% en 2018).
- Si la **part des femmes** dans le secteur **a légèrement évolué**, elles demeurent **moins concernées par l'emploi cadre** (44% contre 39% pour les hommes) **à l'inverse de l'emploi en CDD** (26% contre 20%) et **à temps partiel** (25% contre 13% pour les hommes, source : Audiens, 2018, traitement Kyu Lab).

Le secteur de la presse et des agences de presse en Bretagne

Les évolutions en cours et anticipées du secteur en Bretagne

La digitalisation du secteur sur l'ensemble de la chaîne de valeur

- Dans la vente et le marketing, les données ont permis de mieux connaître les audiences et d'optimiser le ciblage client. Avec les réseaux sociaux, les interactions entre les professionnels du secteur et le public se sont intensifiées.
- Les journalistes sont amenés à travailler à la fois en format *print* (papier) et web. Alors que le *print* est rythmé par le cycle de la publication encadré par des règles de mise en forme strictes, le format web répond à un flux continu (le Télégramme et le Mensuel ont ainsi mis en place sur leur site un flux d'informations nécessitant d'être alimenté en continu).
- Les formats papier et web sont désormais conçus comme complémentaires et doivent faire l'objet d'un travail éditorial nouveau et plus complexe.

La recherche de nouveaux modèles économiques face à la diminution des revenus publicitaires

- Les acteurs de la région ont refondu leur offre en créant de nouveaux formats (édition du soir davantage visuelle chez Ouest France) et de nouvelles rubriques (rubrique data dans l'édition numérique du Télégramme).
- Alors que l'offre se voulait auparavant universelle, des acteurs régionaux construisent des offres plus personnalisées et dirigées vers des publics précis à travers différentes éditions. L'édition du soir du Télégramme avec son format uniquement web et son contenu de journalisme de solution vise ainsi un public plus jeune.
- Les offres d'abonnements se modularisent pour permettre aux lecteurs d'acheter un article, une édition particulière ou une offre regroupement différentes éditions.

La diversification des activités

- Les groupes médias de la région ont développé de nouvelles activités pour diversifier leurs revenus. Le Télégramme propose ainsi une offre de services allant des sites d'annonces d'emploi (Jobijoba, Hello work, etc.) à la communication, de l'événementiel (organisation de courses océaniques comme la Route du Rhum, production de spectacles musicaux comme les Francfolies)...

Élaboration et production des contenus éditoriaux

Marketing stratégique

Développement de la diffusion et de l'audience

Activités commerciales publicitaires

Impression et fabrication

Support



Dynamiques métiers

- Outre les compétences liées au print, le métier de journaliste doit intégrer les procédés de production web : travail en flux continu, techniques d'investigation numérique (flux RSS, multiplication des sources d'informations, etc.).
- Plus polyvalent, le métier de journaliste peut intégrer des activités de vidéo (réalisation, etc.), de son (prise de son, montage, etc.) ou de datavisualisation et est amené à travailler avec de nombreux métiers (graphistes, data analyst, etc.).
- Le rôle des éditeurs consistant à adapter les publications en fonction des éditions et des formats se renforce.

- L'analyse de données devient stratégique.
- La conception des offres doit répondre aux exigences de personnalisation, de modularité et de complémentarité entre les différentes éditions (web et papier).

- Les besoins sur les métiers de l'exploitation de la donnée et du web marketing (data analyst, web analyst, traffic manager, etc.) sont croissants.
- Le développement de partenariats devient plus stratégique.

- Les métiers doivent intégrer la double compétence papier et web.

- Les métiers de la maintenance industrielle (technicien et opérateur) pouvant intervenir sur les rotatives présentent des tensions au recrutement.

- Le métier de développeur présente des tensions au recrutement

Le secteur de la presse et des agences de presse en Bretagne

Les enjeux et leviers RH du secteur

Répondre aux difficultés de recrutement du secteur



Le développement du métier de développeur est soutenu par la place croissante du numérique dans le secteur de la presse. Cela entraîne des difficultés de recrutement sur un métier en tension dans l'ensemble des secteurs d'activité. Par ailleurs, du fait de la présence d'imprimerie dans le secteur de la presse dans la région, des tensions au recrutement persistent sur les métiers de la maintenance des équipements, ces profils sont eux aussi particulièrement recherchés par d'autres secteurs économiques.

Accompagner les journalistes dans la numérisation de leur métier



L'apparition du web a fortement fait évoluer le métier de journaliste à la fois dans leurs activités, mais aussi dans leurs manières de travailler (davantage de collaboration avec d'autres corps de métiers, travail à la pige facilité par la flexibilité et le travail à distance permis par le web). Ces transformations profondes du métier nécessitent d'être accompagnées, notamment auprès de journalistes plus expérimentés et n'ayant pas suivi de formation initiale intégrant ces problématiques (techniques, organisationnelles, humaines).

Faciliter le recours à la formation dans un secteur aux fortes contraintes économiques



Du fait du contexte économique difficile que connaissent les entreprises du secteur, celles-ci présentent des difficultés croissantes pour avoir recours à de la formation et répondre aux fortes évolutions du secteur induites par le numérique.

Les principaux leviers RH

Le recours à la formation en interne

“ On a développé la formation en interne, mais il faut identifier les gens qui ont les compétences et que ça intéresse. C'est compliqué, car les plannings sont chargés et que pour former il faut complètement libérer la personne de son activité. ”

Le recours à de nouvelles modalités de formation

“ Il faudrait proposer des parcours modulaires suivis au fil de l'eau notamment sur les nouveaux métiers ou sur la création de nouveaux supports. Avec les nouvelles générations qui ont une approche plus individualiste, il ne faut pas avoir que du présentiel. ”

Distribution directe

- Un secteur assez important en termes d'effectifs et distribué sur l'ensemble du territoire
- Un secteur marqué par une diminution du nombre de salariés et d'établissements



1 096
salariés

5%

Des salariés de la
distribution directe
travaillent en Bretagne

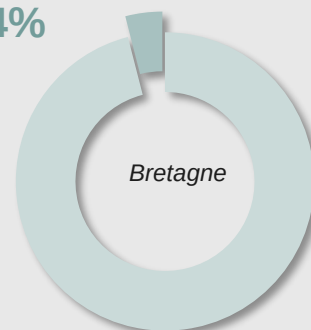


30
établissements

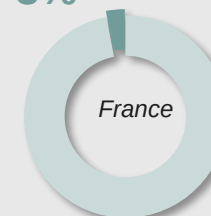
Répartition des salariés de la distribution directe parmi l'ensemble des salariés relevant du périmètre de l'Afdas

Source : Insee DADS au 31/12/2016, traitement KYU Lab

4%



3%



■ Effectifs de la distribution directe

■ Effectifs des autres
secteurs relevant de l'Afdas



Le secteur de la distribution directe en Bretagne

Les principales caractéristiques du secteur

Chiffres clés



1 096
salariés



30
établissements



-63% d'établissements

France : -75%

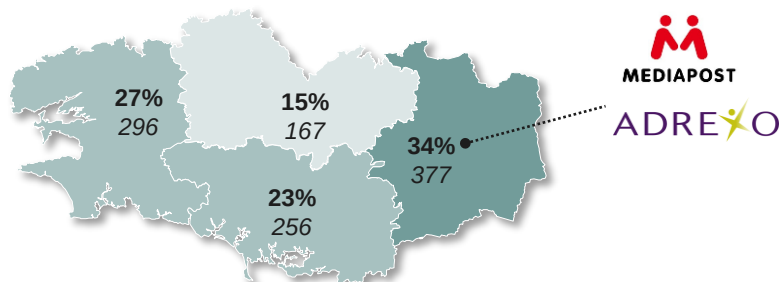
-80% d'effectifs

France : -72%

Source : Insee, DADS, 2011-2016, traitement KYU Lab

Répartition des effectifs régionaux et principaux acteurs du secteur en Bretagne

Source : Insee DADS 2016, traitement Kyu Lab



Légende

Moins de 200 sal.	Entre 250 et 300 sal.
Entre 200 et 250 sal.	Plus de 300 sal.

Un secteur assez important en termes d'effectifs et distribué sur l'ensemble du territoire

- Avec près de 1 000 salariés, la Bretagne est la 8^{ème} région française de la distribution directe. Elle représente 5% des effectifs nationaux. (source INSEE, DADS, 2016).
- Les départements du Finistère et d'Ille-et-Vilaine sont légèrement surreprésentés en effectifs salariés, et le département des Côtes-d'Armor est lui moins représenté.
- En Bretagne, les grands groupes de distribution directe comme Adrexo (qui possède DistriPub également) ou Mediapost ont implanté leurs sièges régionaux à Rennes, mais possèdent plusieurs relais départementaux dans le Finistère, les Côtes-d'Armor et le Morbihan. La majorité des établissements de la région comptent entre 11 et 49 salariés (source INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab).
- Ces grands groupes appartiennent pour la plupart à des régies, c'est le cas d'Adrexo, historiquement filiale du groupe Spir Communication (appartenant au Groupe Ouest), aujourd'hui appartenant à une holding.

Un secteur marqué par une diminution du nombre de salariés et d'établissements

- Le secteur de la distribution directe dans la région connaît la même dynamique qu'au niveau national. Il a ainsi perdu près de deux tiers de ses établissements (contre 75% au niveau national) et 8 salariés sur 10 entre 2011 et 2016 (contre 72% au niveau national, source INSEE, DADS, 2011-2016, traitement KYU Lab).

Le secteur de la distribution directe en Bretagne

Un secteur majoritairement composé d'ouvriers en CDI

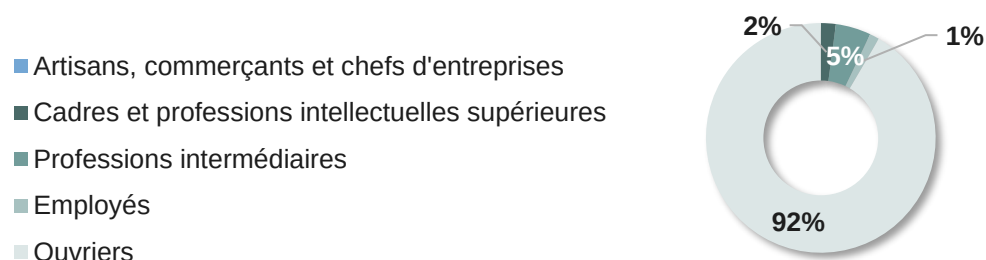
Répartition des postes selon le sexe des salariés

Données INSEE DADS au 31/12/2016, traitement KYU Lab



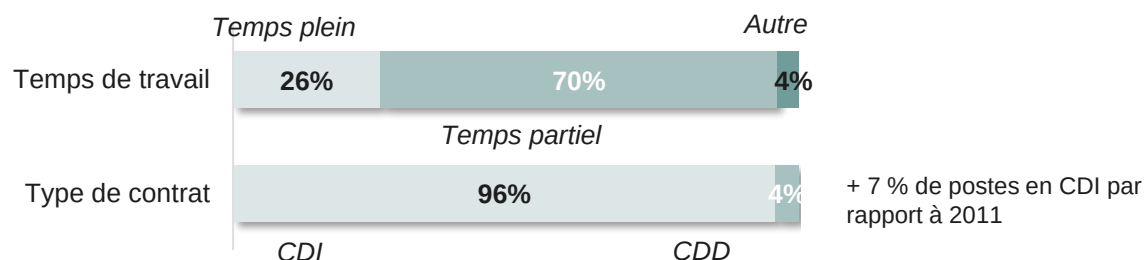
Répartition des postes selon la CSP des salariés

Données INSEE DADS au 31/12/2016, traitement KYU Lab



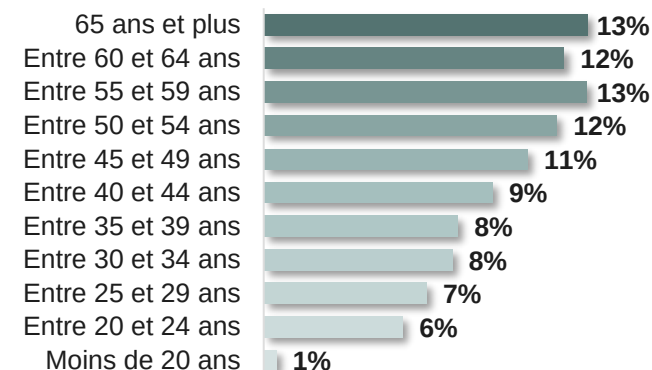
Répartition des postes en 2016 selon...

Données INSEE DADS au 31/12/2016, traitement KYU Lab



Répartition des postes selon l'âge des salariés

Source INSEE, DADS au 31/12/2016, traitement KYU Lab



- L'emploi dans le secteur se caractérise par la forte présence d'hommes (61% des postes contre 58% pour l'ensemble des secteurs relevant de l'Afdas dans la région) et d'ouvriers (92% des postes contre 11 dans les secteurs relevant de l'Afdas dans la région). Cette structuration de l'emploi est équivalente à celle observable en France dans le secteur puisque celui-ci est majoritairement composé d'ouvriers (87%), la quasi-totalité (plus de 80%) des effectifs étant composée de chauffeurs, coursiers, livreurs et des distributeurs (source INSEE, DADS, 2013, traitement KYU Lab).
- Si plus de 9 postes sur 10 sont des CDI, plus de 7 salariés sur 10 sont à temps partiel (72% des salariés au niveau national). Ce taux élevé concerne aussi bien les hommes que les femmes.
- Par ailleurs, l'emploi dans le secteur est relativement âgé puisque 61% des postes sont occupés par des personnes de 45 ans et plus contre 35% pour l'ensemble des secteurs relevant du périmètre de l'Afdas dans la région (source INSEE, DADS, 2013, traitement KYU Lab).

Le secteur de la distribution directe en Bretagne

Les évolutions en cours et anticipées du secteur en Bretagne

La prise de conscience environnementale

- **La distribution de prospectus soulève un enjeu environnemental** malgré l'objectif de recyclage papier fixé à 65% par les pouvoirs publics d'ici à 2022.
- En 2004, le ministère de la Transition écologique et solidaire, dans le cadre du premier Plan national de prévention des déchets, a créé un dispositif de prévention relatif à la distribution de ces imprimés publicitaires en boîtes aux lettres, le « Stop Pub ». Depuis, le dispositif a été mis en place sur 20% des boîtes aux lettres en France.
- La prise de conscience du public vis-à-vis du sujet de l'environnement a tendance à augmenter le nombre de dispositifs « Stop Pub » mis en place et donc à diminuer les possibilités de distribution des entreprises.

L'évolution des supports distribués

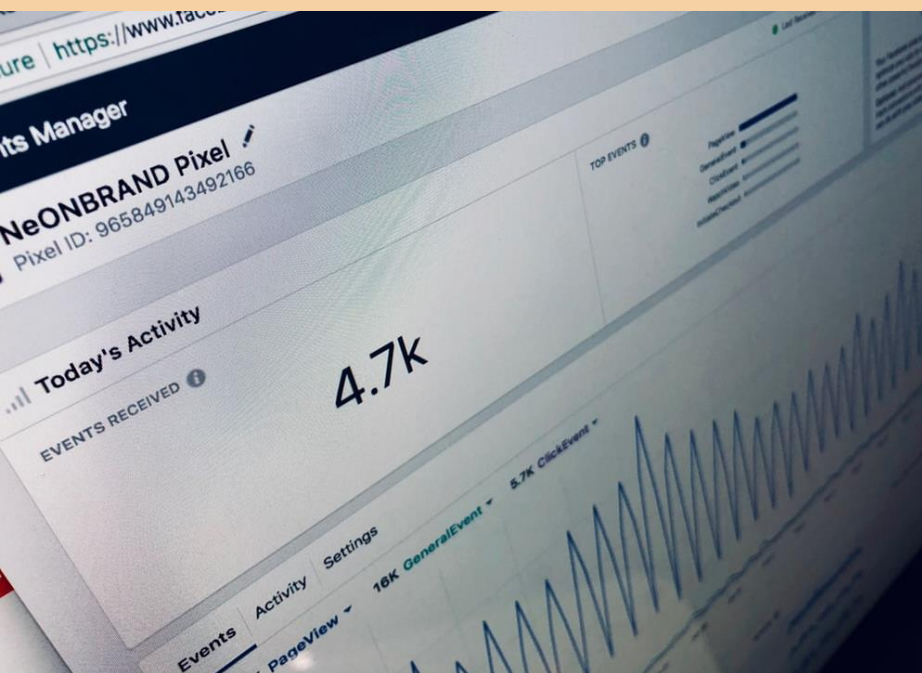
- **Le prospectus papier continue son expansion** malgré la généralisation du digital dans les autres domaines de la publicité et la prise de conscience environnementale. À l'inverse, la presse gratuite d'annonces, les journaux gratuits et journaux des collectivités territoriales diminuent très significativement.

La digitalisation des prospectus

- Cette digitalisation commence à se généraliser au niveau national et de plus en plus d'entreprises proposent des prospectus en ligne plus riches en informations que la copie en papier.
- En effet, selon une étude du Boston Consulting Group, la digitalisation partielle des prospectus et la monétisation des données des distributeurs français pourraient représenter un gain de 1,1 milliard d'euros pour les distributeurs français.

Publicité

- Un des secteurs les plus importants en effectifs salariés, qui se concentre principalement en Ile-et-Vilaine
- Un secteur qui garde une empreinte locale
- Une relative baisse des effectifs malgré l'augmentation du nombre d'établissements



1 913
salariés

2%

Des salariés de la
publicité travaillent
en Bretagne

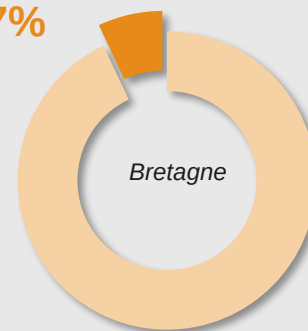


302
établissements

Répartition des salariés de la publicité parmi l'ensemble des salariés relevant du périmètre de l'Afdas

Source : Insee DADS au 31/12/2016, traitement KYU Lab

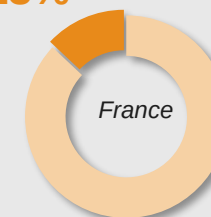
7%



■ Effectifs de la publicité

■ Effectifs des autres
secteurs relevant de l'Afdas

13%



Le secteur de la publicité en Bretagne

Les principales caractéristiques du secteur

Chiffres clés



1 913
professionnels



302
établissements

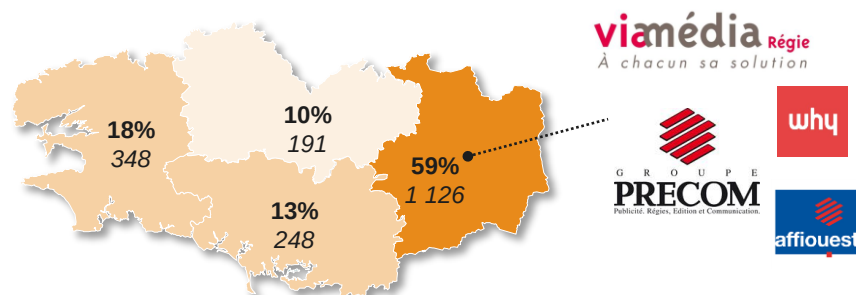
2%

Des salariés du
secteur au niveau
national

Sources : Insee, DADS au 31/12/2016

Répartition des effectifs régionaux et principaux acteurs du secteur en Bretagne

Source : Insee, DADS, 2016, traitement Kyu Lab



Légende

Moins de 200 sal.	Entre 200 et 500 sal.
Entre 500 et 1 000 sal.	Plus de 1 000 sal.

Un des secteurs les plus importants en effectifs salariés, qui se concentre principalement en Ille-et-Vilaine

- Avec environ 1 900 salariés, la région Bretagne est la 9^{ème} région française en effectifs, elle représente 2% des professionnels. Le département d'Ille-et-Vilaine est largement surreprésenté avec 59% des effectifs de la publicité qui y travaillent.
- Le secteur est constitué de trois types d'acteurs, les agences de communication, les agences média et les régies publicitaires.
- Le groupe SIPA-Ouest France et le groupe Télégramme, acteurs locaux très importants dans le secteur de la presse possèdent leurs propres régies publicitaires, le groupe Précom et Viamedia régie respectivement.
- S'agissant des agences de communications, à l'instar du schéma national, ce sont majoritairement des TPE situées dans les milieux urbains (Rennes, Brest, Lorient et Saint-Brieuc).
- Du côté des afficheurs, Affiouest, filiale de Précom est un des acteurs locaux en concurrence avec les géants de l'affichage que sont JCDecaux et de ClearChannel.

Un secteur qui garde une empreinte locale

- Selon les professionnels, une grande partie du portefeuille client des agences de communications et des agences médias sont des entreprises ou des collectivités locales. Ainsi, les grandes campagnes pour le tourisme en Bretagne ont été menées par des agences bretonnes (Why, ex-Phileas, Yode...).
- La structure même des régies publicitaires (présence dans les presses locales et régionales) font qu'elles sont historiquement ancrées dans le paysage breton.

Le secteur de la publicité en Bretagne

Une diminution des effectifs malgré l'augmentation du nombre d'établissements

Évolution du nombre d'établissements et de salariés entre 2011 et 2016

données INSEE au 31/12/2016, traitement Kyu Lab



+6% d'établissements

France : +0,2%



-2% d'effectifs

France : +4%

Répartition des établissements en fonction du nombre de salariés

Données INSEE au 31/12/2016, traitement Kyu Lab

**De 11 à 49
salariés**

La majorité des entreprises du
secteur ont entre 11 et 49 salariés

- Le secteur de la publicité est l'un des secteurs relevant du périmètre de l'Afdas dont les effectifs salariés ont diminué entre 2011 et 2016 (source INSEE, DADS, 2011-2016, traitement KYU Lab). Celui-ci se distingue toutefois par rapport aux autres régions puisque la dynamique de création d'établissements est plus positive que celle observable au niveau France (+6% d'établissements dans le secteur en Bretagne contre +0,2% en France).
- Alors qu'au niveau national la majorité des établissements comptent moins de 11 salariés (87% des postes, source INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab), en Bretagne les établissements ont généralement entre 11 et 49 salariés).

Le secteur de la publicité en Bretagne

Un secteur aux emplois stables majoritairement occupés par des professions intermédiaires

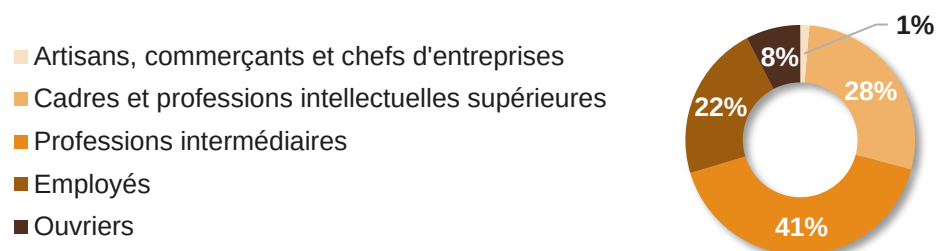
Répartition des postes selon le sexe des salariés

Données INSEE DADS au 31/12/2016, traitement KYU Lab



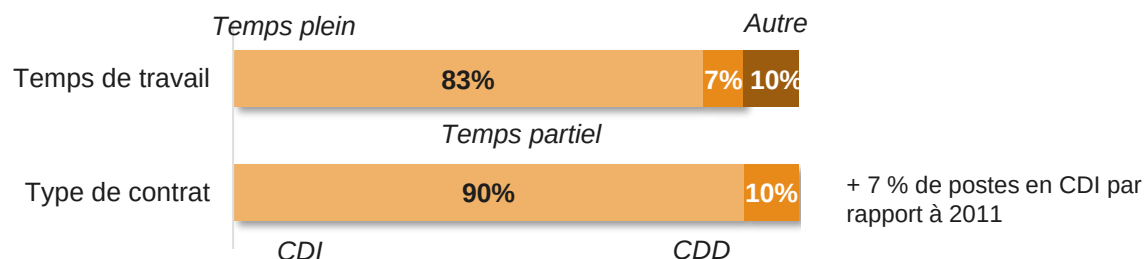
Répartition des postes selon la CSP des salariés

Données INSEE DADS au 31/12/2016, traitement KYU Lab



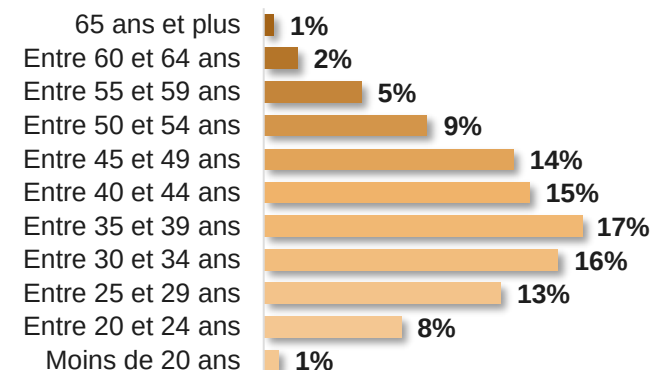
Répartition des postes en 2016 selon...

Données INSEE DADS au 31/12/2016, traitement KYU Lab



Répartition des postes selon l'âge des salariés

Source INSEE, DADS au 31/12/2016, traitement KYU Lab



- Le secteur de la publicité est un secteur où l'emploi féminin est particulièrement développé. Alors que 55% des postes sont occupés par des femmes dans la région, ils ne sont que 52% au niveau national (source INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab). Cette caractéristique tend par ailleurs à s'intensifier puisque la part des emplois féminins a crû de 3% entre 2011 et 2016. L'emploi du secteur par ailleurs relativement jeune au regard de la pyramide des âges de l'ensemble des secteurs du périmètre de l'Afdas dans la région (55% des personnes travaillant dans le secteur ont moins de 40 ans contre 51% pour l'ensemble des secteurs en 2016).
- Alors que la part de l'emploi cadre du secteur est moins importante dans la région qu'au niveau national (28% des emplois contre 42% au niveau national), le secteur de la publicité se distingue des autres secteurs du périmètre de l'Afdas par la forte présence des professions intermédiaires (41% des postes contre 25%).
- L'emploi de la publicité est particulièrement stable puisque 9 postes sur 10 sont en CDI et plus de 8 postes sur 10 sont à temps plein (contre 80% de CDI et 79% de temps complets au niveau national, source INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab)

Le secteur de la publicité en Bretagne

Les évolutions en cours et anticipées du secteur en Bretagne

L'attention croissante à la protection et à la sécurité des données personnelles

- Un nouveau cadre juridique, RGPD, répond entre autres à la méfiance des consommateurs face à la collecte de leurs données personnelles. Ce cadre réglementaire, à l'ère du marketing data-driven, oblige les agences à mettre en œuvre des dispositifs de protection des données.

La complexification de la chaîne de valeur entraînant de nouveaux rapports de force

- Les rapports entre les acteurs traditionnels de l'écosystème se complexifient et se rééquilibrent, souvent au détriment des agences qui doivent faire face à une concurrence plus nombreuse, experte et digitalisée, dotée d'outils d'analyse fins qui justifient sa valeur ajoutée par rapport aux acteurs traditionnels vis-à-vis des annonceurs. Particulièrement en Bretagne, en concurrence aussi avec les agences parisiennes et nantaises.

La diversification des supports de communication

- Les interfaces vocales (podcasts et enceintes intelligentes) ou la réalité augmentée/virtuelle constituent les nouveaux supports de communication au service de la publicité qui s'ajoutent aux formats sur mobiles qui se sont multipliés ces dernières années. Ces nouvelles technologies exigent des compétences renouvelées, notamment en création et stratégie.

La crispation croissante des consommateurs vis-à-vis des messages publicitaires

- Les consommateurs arrivent à un certain niveau de saturation, voire de rejet, vis-à-vis de la publicité. On compte de plus en plus d'utilisateurs de dispositifs de blocage. Ces éléments doivent être pris en compte dans la qualité du ciblage et la transmission d'informations.

Anticiper la transformation digitale et former les salariés en continu sur les nouvelles technologies



Le numérique est l'un des principaux facteurs d'évolution cités par les entreprises du secteur. Le maintien à niveau technologique est un élément stratégique pour faire face à l'intensification de la concurrence et à l'évolution de la demande des clients. L'évolution continue des technologies requiert à la fois une veille permanente et la formation des salariés sur ces nouvelles technologies.

Spectacle vivant

- Un secteur important en matière d'effectifs et des salariés concentrés en Ile-et-Vilaine
- Une terre de festivals dotée de plus de 150 scènes réparties sur l'ensemble de la région
- Une tissu de réseaux professionnels et d'associations qui dynamisent le secteur sur l'ensemble du territoire
- Un secteur en croissance où le spectacle vivant public est particulièrement présent



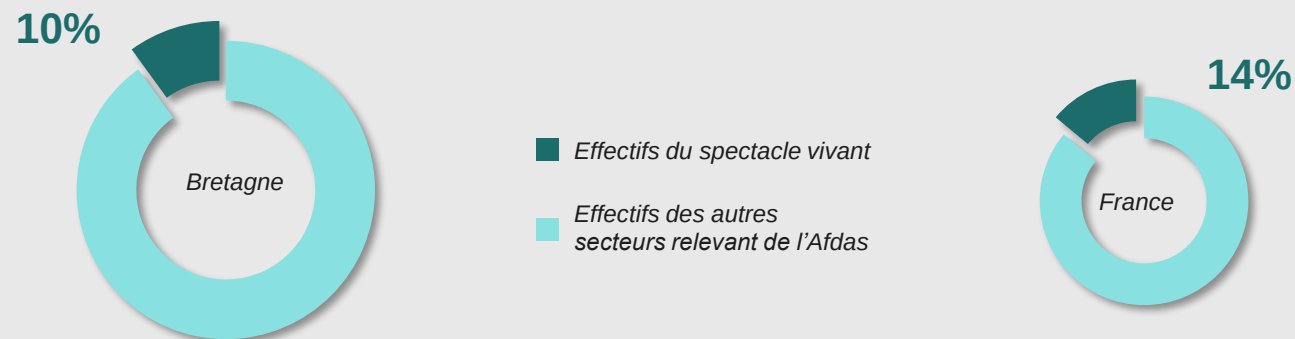
 **13 673**
salariés

 **910**
établissements

 **62 M€**
de masse salariale

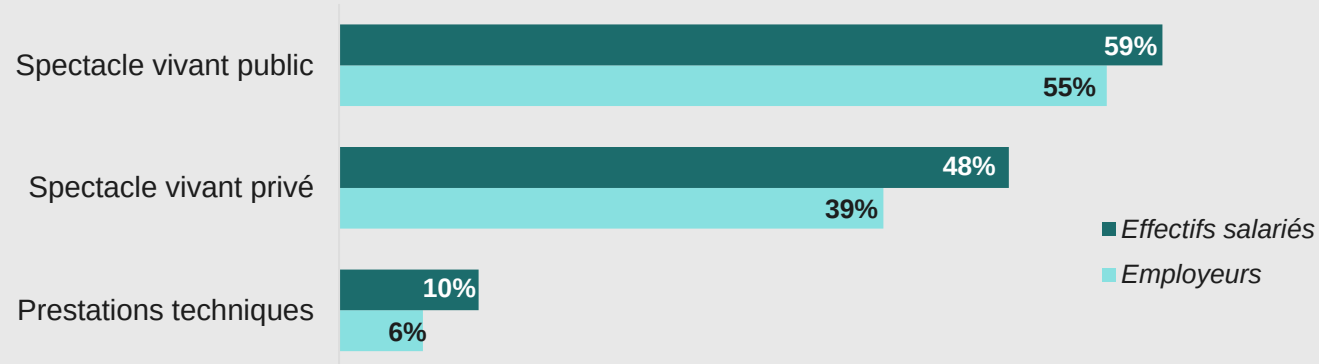
Répartition des salariés du spectacle vivant parmi l'ensemble des salariés relevant du périmètre de l'Afdas

Source : Insee DADS au 31/12/2016, Audiens 2018, traitement KYU Lab



Répartition des salariés et employeurs par sous-secteur en Bretagne

Données Audiens 2018, traitement Kyu Lab



*Un salarié pouvant travailler dans plusieurs sous-secteurs au cours de la même année, le total des pourcentages n'est pas égal à 100%.

Le secteur du spectacle vivant en Bretagne

Les principales caractéristiques du secteur

Chiffres clés



13 673
salariés

- 8 090 Spectacle vivant public
- 6 543 Spectacle vivant privé
- 1 309 Prestations techniques

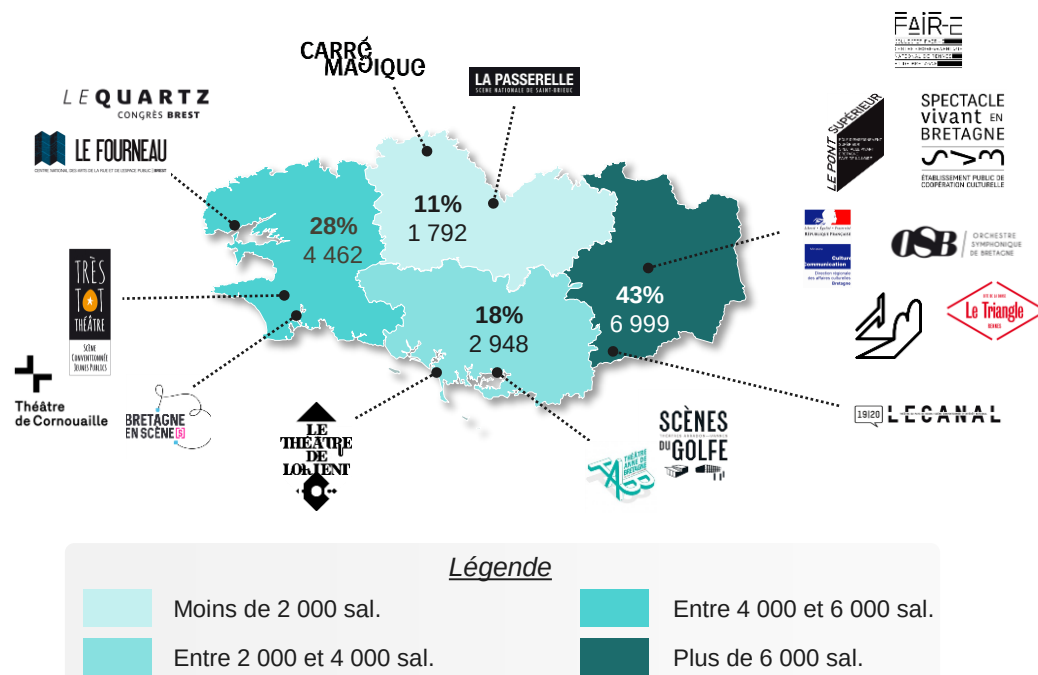


910
établissements

Source : Données Audiens, 2018. Les salariés pouvant travailler dans plusieurs sous-secteurs, l'effectif total n'est pas égal à la somme des salariés déclarés par sous-secteur.

Répartition des effectifs salariés régionaux et principaux acteurs du secteur en Bretagne

Source : Insee DADS au 31/12/2016, traitement Kyu Lab



Un secteur important en matière d'effectifs et des salariés concentrés en Ile-et-Vilaine

- Avec près de 13 700 salariés (permanents et intermittents) dans le spectacle vivant, la Bretagne représente 6% des effectifs salariés nationaux (source : Audiens, 2018, traitement Kyu Lab). C'est le premier secteur du périmètre d'intervention de l'Afdas en Bretagne.
- Les salariés du secteur du spectacle vivant de la région se concentrent principalement en Ile-et-Vilaine, 43% d'entre eux y travaillent (source : Audiens, 2018, traitement Kyu Lab).
- C'est un secteur où l'on retrouve beaucoup de statuts professionnels différents comme les intermittents du spectacle, les artistes-auteurs, les artistes-interprètes, les artistes-plasticiens ou les indépendants.
- Dans la région, il y a 450 compagnies professionnelles de théâtre et de danse et 750 compagnies de théâtre amateur. Parmi les troupes de danse, 215 sont des cercles celtiques. (source : panorama activité culture en Bretagne – Conseil culturel de Bretagne, 2017).

Une terre de festivals dotée de plus de 150 scènes réparties sur l'ensemble de la région

- La Bretagne compte plus 380 festivals, dont certains à portée internationale (Vieilles Charrues, Transmusicales, Festival du bout du monde, etc.), d'autres promouvant les cultures bretonnes (Festival Interceltique, etc.). Parmi eux, une grande partie sont des festivals associatifs (source : CCB - 2017).
- La région possède 156 salles et lieux de diffusion de spectacles (dont 38 sont labellisés) avec de lieux emblématiques comme l'Opéra de Rennes et de plus petites scènes comme le Très Tôt Théâtre (source : CCB - 2017).
- La scène musicale bretonne est en croissance ce qui s'explique par une augmentation des concerts. La région a la particularité de disposer d'une large offre de musique traditionnelle (23% des festivals y sont dédiés, 10 000 sonneurs de bagad sur le territoire, etc.).

Un tissu de réseaux professionnels et d'associations qui dynamisent le secteur sur l'ensemble du territoire

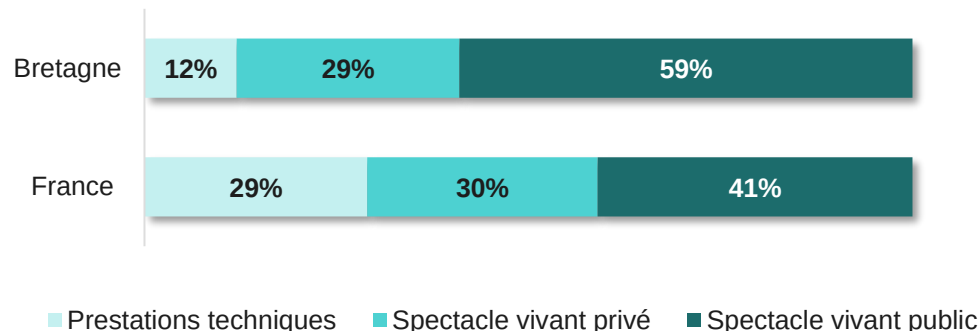
- L'existence de nombreux réseaux professionnels (Spectacle Vivant en Bretagne, La Collaborative, Bretagne en Scène...) et leurs liens avec les collectivités assurent une cohérence dans la politique culturelle bretonne.

Le secteur du spectacle vivant en Bretagne

Un secteur en croissance où le spectacle vivant public est particulièrement présent

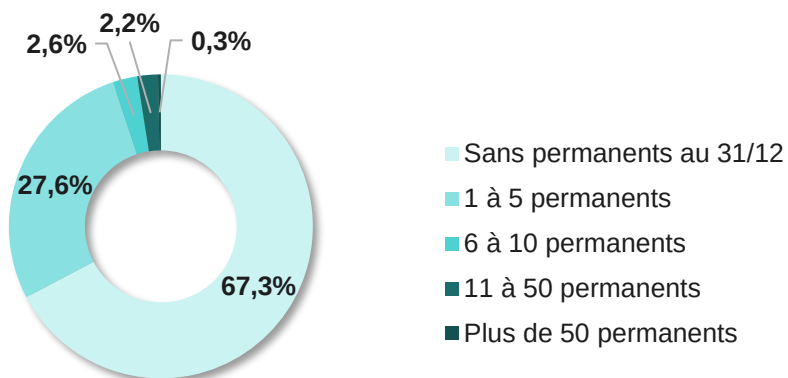
Répartition de la masse salariale par sous-secteur

Données Audiens 2018, traitement Kyu Lab



Répartition des établissements en fonction du nombre de permanents

Données Audiens 2018, traitement Kyu Lab



Évolution du nombre d'établissements et de salariés entre 2013 et 2018

données Audiens 2013-2018, traitement Kyu Lab



+9% d'établissements

France : +6%



+19% d'effectifs

France : +11%

- Le secteur du spectacle vivant en Bretagne se caractérise par le **poids particulièrement important du spectacle vivant public**. Premier sous-secteur du spectacle vivant dans la région, celui-ci est surreprésenté par rapport au niveau national (59% de la masse salariale et 59% des effectifs, contre 41% et 53% en France). Les **prestations techniques** sont en revanche **moins présentes dans la région que** dans le reste du pays (12% de la masse salariale contre 29% au niveau national, *source : Audiens, 2018, traitement Kyu Lab*).
- Le **fort dynamisme du secteur** (+19% des effectifs contre +11% au niveau national entre 2013 et 2018) est principalement **soutenu par la croissance des prestations techniques** et celle du **spectacle vivant public** qui ont respectivement vu leurs effectifs augmenter de 41% et 23% d'effectifs entre 2013 et 2018. Si le spectacle vivant privé a lui aussi observé une augmentation de ses effectifs, cela a été dans une mesure plus limitée (+10% entre 2013 et 2018, *source Audiens, 2013-2018, traitement Kyu Lab*).
- Du fait de l'importance de l'emploi intermittent (près de $\frac{3}{4}$ des salariés, *source Audiens, 2018, traitement Kyu Lab*) dans le secteur, le spectacle vivant se caractérise par la **taille très relative de ses établissements** et le **nombre important d'établissements ne comptant aucun salarié permanent** (67% des établissements). Cette **structure** est par ailleurs **relativement stable** puisque la part des établissements sans permanent a peu évolué (67,9% en 2013 contre 67,3% en 2018), de même que celle des établissements de plus de 10 salariés (2,5% en 2018 contre 2,2% en 2013, *source Audiens, 2013-2018, traitement Kyu Lab*).

Le secteur du spectacle vivant en Bretagne

Un secteur où les artistes et les intermittents sont particulièrement nombreux

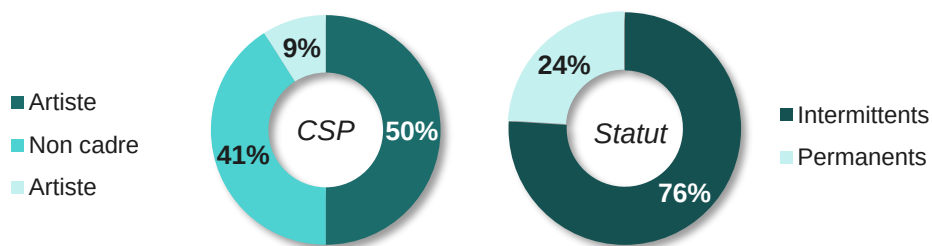
Répartition des salariés selon leur sexe

Données Audiens 2013-2018, traitement Kyu Lab



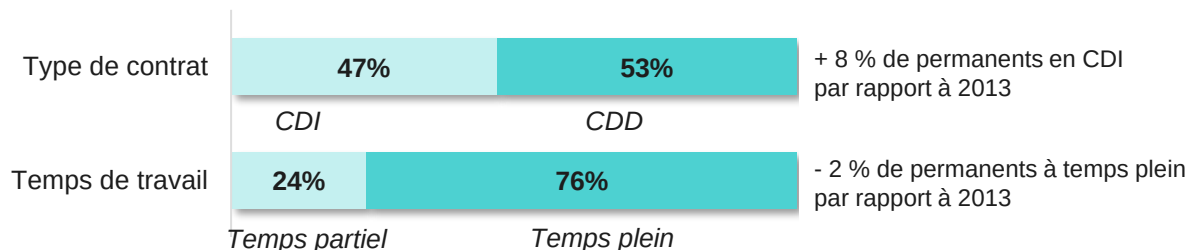
Répartition des salariés selon leur...

Données Audiens 2018, traitement Kyu Lab



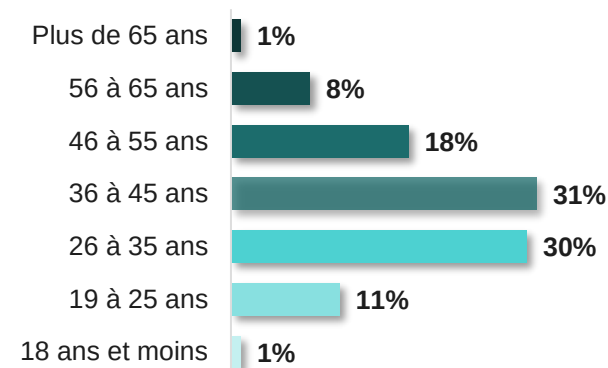
Répartition des salariés permanents en 2018 selon leur...

Données Audiens 2013-2018, traitement Kyu Lab



Répartition des salariés du secteur par âge

Données Audiens 2018, traitement Kyu Lab



- Le secteur du spectacle vivant se caractérise par **la forte part des artistes** parmi les salariés. Bien que ces derniers représentent 50% des salariés du secteur, **leur part a diminué** du fait d'une croissance moindre (53% des effectifs en 2013, +13% entre 2013 et 2018) en comparaison des salariés cadres (+43% entre 2013 et 2018) et non cadres (+25% entre 2013 et 2018). Les **hommes** sont par ailleurs **plus nombreux en proportion à être artistes** puisque 53% d'entre eux sont concernés par cette forme d'emploi contre 43% pour les femmes.
- En 2018, le secteur compte **un peu moins de 11 000 intermittents**, soit environ $\frac{3}{4}$ des salariés du secteur, **niveau similaire** à la part des intermittents observable **en 2013**. Les femmes sont sous-représentées au sein de l'emploi intermittent puisqu'elles sont 65% à travailler sous ce statut contre 82% des hommes.
- Si la **part des salariés en CDI** parmi l'ensemble des permanents **a augmenté** entre 2013 et 2018 (39% en 2013 contre 47% en 2018), les permanents sont aujourd'hui en proportion **plus nombreux à travailler à temps partiel** (22% en 2013 contre 24% en 2018, *source : Audiens, 2013-2018 traitement Kyu Lab*).
- Si le secteur demeure **relativement jeune** (plus de 4 salariés sur 10 ont moins de 35 ans) celui-ci a **un peu vieilli** puisque la part des effectifs ayant plus de 45 ans est passée de 25% à 27% (*source : Audiens, 2013-2018 traitement Kyu Lab*).

Le secteur du spectacle vivant en Bretagne

Les évolutions en cours et anticipées du secteur en Bretagne

La recherche de nouveaux modèles économiques face à la diminution des moyens financiers

- Les acteurs de la région interrogés ont souligné les tensions économiques auxquelles ils faisaient face (baisse des moyens financiers des collectivités locales, recul du nombre d'abonnements, diminution du nombre de salles). Face à ces difficultés, particulièrement fortes chez les artistes n'étant pas diffusés au sein du réseau labellisé, les acteurs du secteur cherchent à faire évoluer leur modèle.
- L'offre se diversifie pour attirer de nouveaux publics et développer des relations plus interactives avec le public. Le Quartz, scène nationale de Brest, propose ainsi des ateliers de la pratique artistique, des rencontres avec des artistes, des conférences et visites accessibles pour le grand public, pour les scolaires, mais aussi pour les entreprises.
- Les établissements sont poussés à se tourner vers le mécénat et le développement de partenariats pour trouver d'autres sources de financement. Le centre culturel de Rennes Le Triangle est ainsi coordinateur, avec le Centre Chorégraphique National de Rennes et de Bretagne, en partenariat avec 16 autres structures culturelles, du festival Waterproof.
- Des lieux mêlant spectacle vivant et offre d'activités rémunératrices plus diversifiée (librairie, restauration, bar, espaces de répétition à louer, etc.) à l'image du projet porté par l'association SEW qui comporte la gestion directe d'un restaurant et d'un bar.

Le renforcement de la responsabilité sociale du secteur

- Si la dimension sociale du secteur du spectacle vivant est historiquement forte, celle-ci se renforce. Alors que les projets des professionnels, dont les activités intègrent une dimension sociale plus forte (à l'image du Chœur de Mélismes qui intervient dans une prison de femmes), les missions culturelles inscrites dans le cahier des charges des établissements participent aux dynamiques de diversification des publics.
- Ce renforcement se matérialise d'autre part par l'évolution des modes d'organisations et de gouvernance de certains acteurs. Le Quartz s'est ainsi engagé dans une démarche de labellisation RSE afin d'intégrer une dimension éthique dans son organisation.
- En Bretagne il existe une volonté de monter des spectacles de manière plus collaborative et inclusive. Le théâtre de l'Entresort s'est ainsi impliqué dans un colloque interdisciplinaire sur l'éthique des pratiques théâtrales alors que les approches plus horizontales au sein des équipes dans la création de projets se développent.



Dynamiques métiers

Artistes

- Pour les artistes indépendants, l'usage des réseaux sociaux pour la communication, la publicité, la promotion d'œuvres, ou l'animation de communauté est devenu un incontournable.
- Les activités de médiation et d'animation de groupe se développent et mettent les artistes aux prises avec des environnements et publics très divers (hôpitaux, prisons, écoles, entreprises, etc.).
- Les capacités de gestion de carrière artistique et professionnelle deviennent particulièrement importantes pour les artistes.
- Aux côtés des artistes se développent progressivement des métiers chargés de les accompagner dans la gestion de leur carrière à moyen terme, mais aussi des structures rassemblant des chargés de production et de diffusion accompagnant plusieurs groupes d'artistes.

Artistes auteurs/ plasticien

- Les pratiques relevant de l'installation et techniques mixtes, de la vidéo, du multimédia et de la performance se développent. Cette polyvalence est de plus en plus demandée afin de se démarquer dans le paysage culturel.

Artistes interprètes

- Les artistes élargissent leur répertoire afin de multiplier leurs possibilités de cachets et faire face aux difficultés économiques qu'ils peuvent rencontrer.

Le secteur du spectacle vivant en Bretagne

Les évolutions en cours et anticipées du secteur en Bretagne

L'engagement environnemental des festivals bretons

- Le secteur des festivals en Bretagne s'est engagé dans une dynamique de développement durable, et se fait accompagner par le Collectif des festivals qui rassemble les 31 signataires de la Charte des festivals engagés pour le développement durable et solidaire en Bretagne. L'objectif est de réduire l'impact environnemental des festivals. (politique d'achats responsables, intégration de débats sur la transition écologique, etc.)

La diversification des activités des artistes

- La médiation culturelle prend une place croissante dans les activités des métiers artistiques et de gestion de projets culturels. L'Armada une association dédiée à l'éveil culturel des enfants, ou le Chœur de Mélismes qui intervient dans une prison de femmes sont des exemples d'associations culturelles qui sont allés chercher un public plus inaccessible à travers la médiation. Ces initiatives demandent cependant de nouvelles compétences d'animation, psycho-sociologiques et relationnelles.
- Les questions de gestion des carrières (choix ou non de participer à un projet, gestion de son image, etc.) émergent par les artistes de la région.

La digitalisation du secteur

- L'arrivée des billetteries en ligne change la gestion des salles de spectacle et des scènes, et permet aux petits établissements plus de visibilité sur internet.
- Le numérique change également la relation au spectateur, avec notamment la possibilité de toucher plus directement le public sur les réseaux sociaux et d'animer une communauté d'intérêts, ou un réseau d'artistes lié à la scène ou au lieu.
- Le numérique a fait évoluer la relation aux festivaliers par le développement du cashless (adopté par l'ensemble des grands festivals bretons), de la billetterie en ligne et du marketing en ligne pour les festivals.

Métiers techniques

Métiers administratifs



Dynamiques métiers

- Les nouvelles technologies du son, de la musique (Musique Assistée par Ordinateur, design sonore, etc.) et de l'image (interface graphique numérique, etc.) demandent d'actualiser régulièrement leurs compétences.
 - Les métiers traditionnels de la technique (cintriers par exemple) sont de moins en moins présents
 - Les métiers de la technique et notamment des permanents d'encadrement peuvent être difficiles à recruter dans la région.
 - Le travail sur les gestes et postures devient essentiel face à la pénibilité physique du travail.
-
- Les services de production font face à une complexification de leurs activités (programmation internationale, embauche d'artistes amateurs, accueil d'artistes étrangers, etc.)
 - Les métiers des relations publiques se développent et font face à une augmentation des exigences relatives à leurs activités.
 - L'animation des réseaux sociaux par les métiers de la communication se développe.
 - L'évolution des structures appelle de nouvelles compétences en management, gouvernance et gestion de projet parmi les membres de direction.
 - Dans les lieux multiculturels, les activités d'animation de lieu se développent. Le métier d'animateur de lieu en charge de l'appropriation sociale et de l'animation des différentes activités (restauration, bar, librairie, etc.) apparaît.
 - Dans les festivals les réglementations sécuritaires ont été renforcées depuis 2015, les bénévoles doivent donc être formés sur ces aspects.

Le secteur du spectacle vivant en Bretagne

Les enjeux et leviers RH du secteur

Accompagner les structures dans l'évolution de leurs modèles économiques



Qu'il s'agisse de la mutualisation des structures pour faire face à la baisse des moyens, de la diversification des activités pour financer les activités culturelles proposées ou du recours aux partenariats et au mécénat pour financer des projets, les structures du spectacle vivant sont en grande transformation. Afin de permettre cette transition ou de la faciliter, il est important de doter les professionnels d'outils leur offrant une plus grande visibilité sur les modèles économiques et de gouvernance existants.

Faciliter l'intégration de bonnes pratiques RH dans le secteur



Les structures du secteur sont confrontées à de nombreuses problématiques RH : renouvellement régulier des directions dans les grandes structures, équilibre vie professionnelle/vie privée parfois difficile à trouver, recrutement des intermittents, management des salariés (artistes, techniciens ou administratifs). L'identification de bonnes pratiques RH, leur mise en valeur et l'accompagnement des professionnels du secteur dans leur intégration sont des enjeux particulièrement importants pour le secteur dans la région.

Former les professionnels à la médiation culturelle



Avec la multiplication des lieux de médiation, et l'augmentation du nombre de professionnels de la culture (artistes, gestionnaire de projet, producteur, etc.) qui interviennent dans des structures diverses (écoles, hôpitaux, rue, espaces publics divers, etc.) pour rencontrer directement le public à sa source, il devient important de former à la transmission du savoir, l'écoute de l'autre, l'empathie, et la maîtrise d'un domaine culturel.

Les principaux leviers RH

La valorisation des bénévoles par la VAE dans le secteur des festivals

“ Au sein de nos festivals, on retrouve souvent les mêmes bénévoles chaque année. Pour nous la reconnaissance des bénévoles est très importante c'est pour ça qu'on leur fait passer des certifications avec de la VAE. ”

La mutualisation des espaces de création et de diffusion

“ On est une structure culturelle, une scène conventionnée art et création pour la danse à Rennes, mais on organise aussi des soirées littéraires et sur les arts plastiques, on fait venir des artistes plasticiens qui travaillent en extérieurs. On fait de la diffusion, de la résidence, et de la coproduction. On a une dimension d'atelier de pratiques artistiques dans le champ de la danse, du théâtre, des arts plastiques et à destination d'amateurs. ”

Le secteur du spectacle vivant en Bretagne

Les enjeux et leviers RH du secteur

Accompagner les danseurs dans leur fin de carrière



Les danseurs, à l'instar des acrobates ou des sportifs, ne peuvent pas avoir une longue carrière professionnelle. Contrairement à la musique, les danseurs ne peuvent pas exercer le métier de professeur s'ils n'ont pas de diplôme d'État, et les places dans l'enseignement, privé ou public sont rares, particulièrement en Bretagne où il n'existe pas d'école de danse publique.

Pour pallier cette problématique, il est nécessaire de penser la gestion de carrière de ces professionnels en identifiant en amont de leur fin de carrière une potentielle reconversion ou les possibilités de multi-activités.

Communiquer sur le droit à la formation des intermittents et autres statuts particuliers



Le droit à la formation pour les artistes, les intermittents, et les non ayant droits n'est pas forcément lisible en région. L'ensemble des financements et bourses possibles, le catalogue de l'offre de formation et la réglementation en matière de financement doivent être communiqués plus clairement. En effet, l'isolement des professionnels et le manque de connaissances de certains réseaux concernant les modalités et l'accès à la formation empêchent parfois les professionnels d'avoir recours à la formation continue.

Fluidifier les mobilités pour les artistes et techniciens



Alors que l'interdisciplinarité des artistes et la polyvalence des techniciens augmentent, les structures se mutualisent. Ce double phénomène pourrait permettre une plus grande mobilité au sein du secteur du spectacle vivant, mais aussi plus largement au sein de la filière Afdas (secteur de l'audiovisuel, de l'édition, du journalisme...).

L'objectif étant de permettre aux artistes et techniciens de multiplier leurs possibilités de faire des cachets afin d'assurer leurs statuts d'intermittents.

Les principaux leviers RH

La double carrière artiste-professeur



Il faudrait pousser les jeunes artistes à passer les diplômes de prof pour pouvoir enseigner afin d'assurer des cachets et une reconversion plus douce en fin de carrière. Même si on sait que c'est très difficile à mettre en place, car pour devenir parmi les meilleurs danseurs il faut pouvoir consacrer 100% de son temps à l'entraînement.



Les programmes de bourses pour les artistes-interprètes

Plusieurs sociétés de service (ADAMI, SPEDIDAM, etc.) ont mis en place des partenariats avec des structures de formation afin de proposer aux artistes-interprètes des bourses à la formation continue.

Ces bourses peuvent concerner les **artistes-interprètes professionnels** qui ne peuvent prétendre aux financements des différents organismes professionnels.

Sport

- La Bretagne, 2ème région sportive française en termes de licenciés avec des pratiques diversifiées
- Un secteur majoritairement associatif dont l'emploi est concentré autour du métier de moniteur et d'éducateur sportif
- Un secteur composé de petites entreprises enregistrant un fort dynamisme avant la crise liée à la COVID-19



 **4 386**
salariés

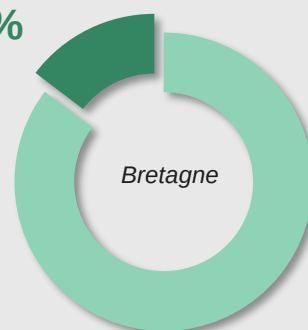
5% Des salariés du sport
travaillent en Bretagne

 **1 273**
établissements

Répartition des salariés du sport parmi l'ensemble des salariés relevant du périmètre de l'Afdas

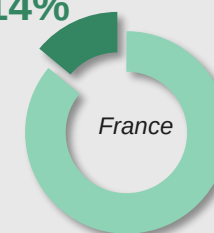
Source : Insee DADS au 31/12/2016, traitement KYU Lab

16%



 Effectifs du sport
 Effectifs des autres
secteurs relevant de l'Afdas

14%



Le secteur du sport en Bretagne

Les principales caractéristiques du secteur

Chiffres clés



4 386
salariés



1 273
établissements

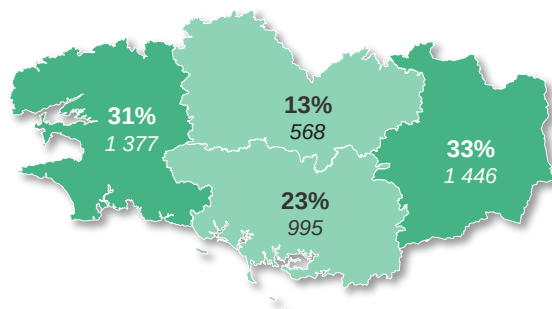


208
sportifs de haut niveau

Sources : Insee, DADS, 2016 et liste ministérielle des sportifs, 2020

Répartition des effectifs régionaux et principaux acteurs du secteur en Bretagne

Source : Insee DADS, 2016, traitement Kyu Lab



Légende

Moins de 500 sal.	Entre 1 000 et 2 000 sal.
Entre 500 et 1 000 sal.	Plus de 2 000 sal.

*Si le périmètre intègre le secteur de l'animation, cet indicateur demeure révélateur pour le secteur du sport

Une région très sportive, avec des pratiques diversifiées

- **2^{ème} région sportive française** (27% de licenciés contre 23% en France métropolitaine), la Bretagne compte parmi ses disciplines les plus pratiquées le football, le tennis et l'équitation. D'autres sont surreprésentées à l'image de la voile, du canoë-kayak et du cyclotourisme (source : INJEP, 2018). La région se caractérise aussi par la **présence importante du sport professionnel**, en attestent les 4 clubs de foot (dont 3 en 1^{ère} division, Brest, Lorient, et Rennes) et les 2 équipes cyclistes (Arkéa et Samsic).
- Outre la pratique sportive locale, la région se distingue par l'**importance de la pratique sportive liée au tourisme**. Près de 63% des touristes pratiquent ainsi une activité sportive en Bretagne au premier rang desquelles la randonnée, le nautisme et le cyclotourisme (source : Tourisme Bretagne, enquête Reflet, 2016).

Un secteur majoritairement associatif, avec de nombreux éducateurs

- Les salariés du secteur en Bretagne représentent près de **5% des effectifs nationaux salariés du secteur**. Ils se caractérisent par la **part importante de moniteurs, éducateurs sportifs et sportifs professionnels** (60% des effectifs contre 46% au niveau national, source : Insee, DADS au 31/12/2016), dont l'**activité souvent saisonnière** alterne entre pratiques régulières en périodes scolaires et pratiques occasionnelles l'été (source : Insee Métiers du sport et de l'animation en Bretagne, 2017).
- Alors que le secteur associatif représente 60% des volumes des contrats dans les secteurs du sport et de l'animation* (source : Insee, 2017) le secteur privé se développe du fait de la croissance des centres de culture physique dont le nombre a doublé entre 2010 et 2017 (source : GREF Bretagne).
- Malgré une tendance à la baisse, le sport bénéficie d'un fort soutien des pouvoirs publics avec près de 750 millions d'euros de dépenses publiques provenant de l'Etat et des collectivités locales, (source : CROS Bretagne, 2015).

Le secteur du sport en Bretagne

Un secteur composé de petites entreprises enregistrant un fort dynamisme

Évolution du nombre d'établissements et de salariés entre 2011 et 2016

données INSEE, DADS, 2016, traitement Kyu Lab



+6% d'établissements

France : +35%



+83% d'effectifs

France : +74%

Répartition des établissements en fonction du nombre de salariés

Données INSEE, DADS, 2016, traitement Kyu Lab

**Moins de 11
salariés**

La majorité des entreprises du
secteur ont moins de 11 salariés

- Le secteur du sport est l'un des secteurs du périmètre de l'Afdas dont la croissance est la plus importante dans la région. Il a ainsi vu le nombre de personnes travaillant dans le secteur augmenter de plus de 80% entre 2011 et 2016 (contre +25% pour l'ensemble des secteurs du périmètre de l'Afdas, source INSEE, DADS, 2011-2016, traitement KYU Lab).
- Compte tenu de la croissance relative du nombre d'établissements sur la même période au regard de la dynamique observable au niveau national (+6% en Bretagne contre +35% en France, source INSEE, DADS, 2011-2016, traitement KYU Lab), l'augmentation des effectifs pourrait s'expliquer par la structuration des établissements existants (souvent associatifs) et la constitution d'équipes de salariés permanents (pour pallier notamment l'emploi bénévole).
- De même qu'au niveau national (94% des établissements, source INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab), la majeure partie des établissements du secteur compte moins de 11 salariés en Bretagne.

Le secteur du sport en Bretagne

Un secteur masculin relativement jeune et composé d'emplois plutôt instables

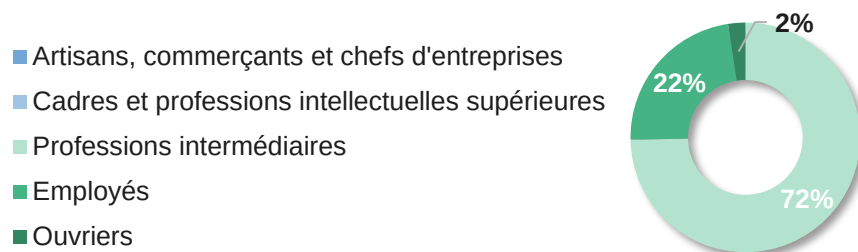
Répartition des postes selon le sexe des salariés

Données INSEE DADS, 2016, traitement Kyu Lab



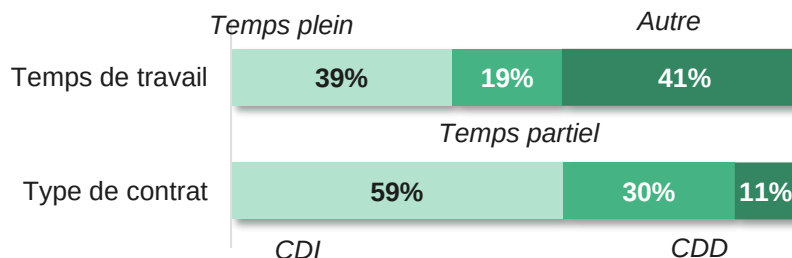
Répartition des postes selon la CSP des salariés

Données INSEE DADS, 2016, traitement Kyu Lab



Répartition des postes en 2016 selon...

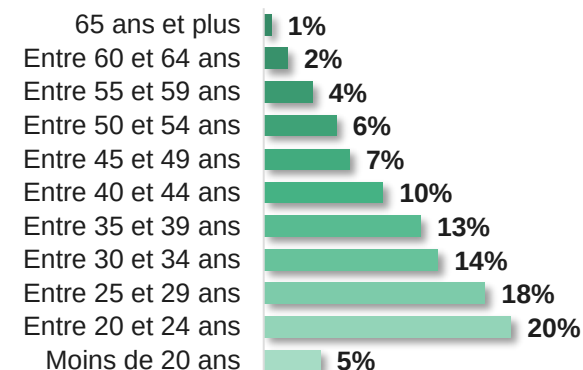
Données INSEE DADS, 2016, traitement Kyu Lab



*la catégorie « Autre » comprend les faibles temps partiels, les travailleurs à domicile et les conditions d'emploi mixtes à dominante temps complet ou non temps complet

Répartition des postes selon l'âge des salariés

Source INSEE, DADS, 2016,, traitement KYU Lab



- De la même manière qu'au niveau national, l'emploi du secteur du sport en Bretagne est majoritairement masculin (63% au niveau national, *source INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab*). Si cela est supérieur à ce qui est observable dans les autres secteurs relevant de l'Afdas dans la région, le secteur se caractérise avant tout par sa dynamique puisque la part de l'emploi féminin a diminué de près de 7 % entre 2011 et 2016 (contre une augmentation de ce dernier de 8 % en moyenne pour les secteurs de l'Afdas en Bretagne).
- Plus d'un tiers des postes sont occupés par des personnes de moins de 30 ans contre 28% en moyenne dans les secteurs du périmètre de l'Afdas dans la région. D'ores et déjà « jeune », le secteur a par ailleurs tendance à voir ses effectifs rajeunir puisque la part des salariés ayant moins de 30 ans s'élevait à 29% en 2011 (*source INSEE, DADS, 2011, traitement KYU Lab*).
- Alors que la plupart des emplois sont occupés par des professions intermédiaires, ces derniers sont moins stables que dans le reste des secteurs du périmètre de l'Afdas. 59% des postes sont des CDI et 39% sont à temps plein (contre 63% et 52% en moyenne pour les secteurs du périmètre de l'Afdas, *source INSEE, DADS, 2016, traitement Kyu Lab*).

Le secteur du sport en Bretagne

Les évolutions en cours et anticipées du secteur en Bretagne

La diversification des pratiques et des publics

- À la recherche de plus de flexibilité, les individus modifient leur pratique sportive (plus courte, moins régulière, avec plusieurs activités) favorisant le hors clubs et le secteur privé (centres fitness, coaching comme Mon coach Wellness à Lorient).
- Alors que de nouvelles disciplines émergent (e-sport, longe côte, paddle...), certaines pratiques traditionnelles évoluent (location de bateaux au détriment de pratiques régulières...) obligeant les acteurs de la région à se diversifier.
- Porté par une politique régionale active (2^{ème} plan Sport et Santé Bien-être 2018-2022), le sport devient un outil de santé, ce qui favorise le développement de certains publics (seniors, personnes à mobilité réduite, entreprises), disciplines (marche, etc.) et formes de pratiques (remise en forme, diététique, etc.)

L'intensification des usages et outils numériques dans le secteur

- Les équipements connectés, applications de coaching et réseaux sociaux (à l'image de Strava) favorisent la pratique hors clubs et le degré d'information des pratiquants obligeant les professionnels à se spécialiser.
- Alors que les outils de gestion se dématérialisent (CRM, RH, gestion des plannings, etc.), le numérique renforce les exigences du client en matière de communication (réseaux sociaux et lettres d'information) et modifie les modalités de réservation (plateformes en ligne telles que la société bretonne Sport Rizer).

Des contraintes financières et une baisse de l'engagement bénévole

- Les clubs de sport de la région, et notamment les petites structures et structures associatives, sont confrontés à une hausse des contraintes financières du fait de la baisse des dotations des collectivités locales et du gel des emplois aidés.
- Les acteurs interrogés ont le sentiment d'une baisse de l'engagement bénévole dans leur secteur complexifiant leur recherche d'administrateurs.

L'exigence de préservation de l'environnement

- La problématique environnementale concerne particulièrement les sports de plein air de la région (randonnée, cyclotourisme, football, etc.) et se matérialise par le respect des exigences en matière de bâti, la préservation des sites naturels, la gestion de l'eau ou encore l'usage limité de pesticides (notamment dans le golf).



Dynamiques métiers

Enseignement et animation loisirs

- L'activité se transforme et peut être exercée à la fois en club et en dehors des clubs via du coaching par exemple.
- Plus polyvalents les professionnels doivent s'adapter à des publics et pratiques variés ; ils exercent dans d'autres disciplines et/ou réalisent des activités d'encadrement.
- Les compétences d'animation liées au sport bien-être se développent (remise en forme...) alors que l'encadrement de seniors et personnes à mobilité réduite génère de nouvelles compétences pédagogiques.
- La maîtrise des outils digitaux est de plus en plus nécessaire pour assurer le suivi des objectifs de performance.

Direction et encadrement

- Les compétences commerciales deviennent primordiales pour attirer et fidéliser une clientèle plus volatile.
- L'évolution des demandes clients implique la conception d'offres et services plus modulables et tournés vers de nouveaux publics (entreprises...).
- La maîtrise des outils de gestion (bases clients, ressources humaines, comptabilité) devient importante.
- La gestion des réservations en ligne et le référencement web se développent.

Gestion des infrastructures

- L'entretien des terrains et espaces verts doit se faire avec des produits respectueux de l'environnement.
- Les équipements sportifs accessibles aux personnes handicapées doivent se développer.

Sport professionnel et encadrement technique national

- L'activité de gestion des réseaux sociaux et de son image gagne en importance.
- Les activités liées au sponsoring (recherche de contrats...) se développent.

Le secteur du sport en Bretagne

Les enjeux et leviers RH du secteur

Accompagner la professionnalisation des encadrants bénévoles



Souvent bénévoles dans les clubs, les dirigeants apprennent de manière autodidacte. Par ailleurs, la baisse du bénévolat et des subventions publiques implique des besoins en formation des dirigeants et des enseignants plus largement (recherche de partenaires, gestion financière et RH, utilisation des réseaux sociaux à des fins de communication...). Si les ligues régionales des fédérations sportives assurent déjà des formations (digital, sport-santé...), cette problématique demeure présente dans la région.

Accompagner les éducateurs dans la complexification de leur activité



Du fait de la nature des emplois (CDD et/ou temps partiel), la moitié des enseignants et animateurs socioculturels et de loisirs travaillent dans plusieurs clubs (source : Insee Métiers du sport et de l'animation en Bretagne, 2017). En parallèle, les éducateurs sont confrontés à une complexification de leur métier en lien avec la diversification des disciplines, des clients (séniors, touristes...) et des modes d'encadrement (rééducation, outils connectés). Ce virage peut nécessiter un accompagnement spécifique.

Diminuer les tensions ponctuelles au recrutement



La pratique sportive connaît des pics d'activités (en début d'année scolaire, lors des vacances scolaires...) qui se traduisent pour les clubs par des besoins en recrutement quasiment en temps réel : 23 % des postes d'enseignants et animateurs s'achèvent en juin et 16 % débutent en septembre (source : Insee Métiers du sport et de l'animation en Bretagne, 2017). Ceci peut engendrer des difficultés (ponctuelles) de recrutement, notamment en cas d'arrêts maladie. Par ailleurs, avec la baisse du bénévolat, les clubs pourraient faire face à une augmentation de leurs besoins en salariés pour compenser les missions précédemment exercées par des bénévoles.

Les principaux leviers RH

La formation pour professionnaliser les encadrants du sport

“ La gestion financière est encore trop peu abordée dans les formations. Il faut former les dirigeants et les enseignants à la recherche de partenariats. Ces formations pourraient être réalisées en soirée ou les samedi et dimanche pour être accessibles aux bénévoles. ”

La mise en place d'outils communs pour les acteurs de la région



Lancée par le CROS Bretagne, la plateforme Bret-on-mouv met en relation les entreprises bretonnes et les acteurs du sport adhérents. Elle s'inscrit dans une démarche de santé bien être et cohésion d'équipe-management en entreprise par le biais du sport.

La mutualisation des éducateurs pour faciliter le recrutement et accompagner la multiactivité



Sous l'égide de la fédération Professions Sport et Loisir, des associations bretonnes proposent un service de mise à disposition et de gestion de la mutualisation d'emplois entre différentes structures. Dans le Morbihan, Profession sport 56, compte 72 éducateurs sportifs salariés mobilisables par des acteurs du sport.

Golf

- *Le golf, une activité spécifique mêlant pratique sportive, activités annexes et tourisme*
- *Des établissements plutôt de petite taille et localisés le long des côtes*
- *Un secteur en forte croissance*



 **289**
salariés

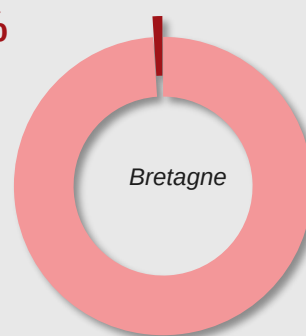
5% Des salariés du golf
travaillent en Bretagne

 **37**
établissements

Répartition des salariés du golf parmi l'ensemble des salariés relevant du périmètre de l'Afdas

Source : Insee DADS au 31/12/2016, traitement KYU Lab

1%



■ Effectifs du golf

■ Effectifs des autres
secteurs relevant de l'Afdas

1%



Le secteur du golf en Bretagne

Les principales caractéristiques du secteur

Chiffres clés



289
salariés



37
établissements

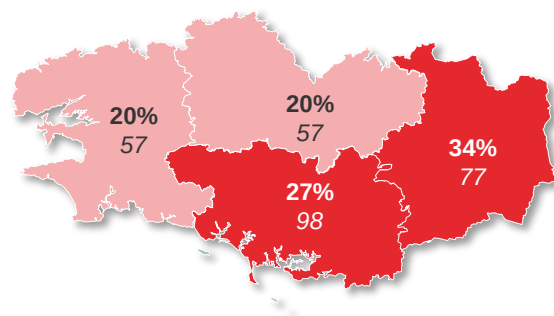


1
sportif de haut niveau

Sources : Insee, DADS, 2016, CPNEFP Golf, 2019 et liste ministérielle des sportifs, 2020

Répartition des effectifs régionaux et principaux acteurs du secteur en Bretagne

Source : Insee DADS, 2016, traitement Kyu Lab



Légende

 Moins de 50 sal.	 Entre 75 et 100 sal.
 Entre 50 et 75 sal.	 Plus de 100 sal.

Le golf, une activité spécifique mêlant pratique sportive, activités annexes et tourisme

- Avec 16 452 licenciés (source : INJEP, 2018), la Bretagne est la 7^{ème} région en nombre de licenciés par habitant (0,5 % de licenciés contre 0,6 % de licenciés en France métropolitaine).
- Les golfs bretons offrent des services divers (boutique proshop, bar-restauration, séminaire aux entreprises, etc.) soit directement ou via de la sous-traitance.
- Ils comptent à la fois une clientèle locale et une clientèle touristique. Cette dernière représente une part importante de l'activité de certains golfs.
- Cette part est néanmoins aujourd'hui plus fluctuante de l'aveu des professionnels interrogés. La concurrence est forte à l'échelle nationale et européenne pour accueillir des touristes et la clientèle étrangère est davantage sensible aux aléas économiques.

Des établissements plutôt de petite taille et localisés le long des côtes

- Avec 289 salariés, la région se positionne au 9^{ème} rang des régions françaises. Elle compte 37 golfs (soit 5 % des golfs à l'échelle nationale), dont la majorité dispose de moins de 11 salariés (source : rapport de la branche professionnelle du golf, 2019).
- On compte à la fois des établissements indépendants et des établissements appartenant à une chaîne (Bluegreen).
- Les établissements sont essentiellement localisés le long des côtes bretonnes.

Le secteur du golf en Bretagne

Un secteur en forte croissance

Évolution du nombre d'établissements et de salariés entre 2011 et 2016

données INSEE, DADS, 2016, traitement Kyu Lab



+27% d'établissements

France : +13%



+33% d'effectifs

France : +25%

Répartition des établissements en fonction du nombre de salariés

Données INSEE, 2016, traitement Kyu Lab

**Moins de 11
salariés**

La majorité des entreprises du
secteur ont moins de 11 salariés

- Le secteur du golf se caractérise par son fort dynamisme. Il a ainsi vu son nombre d'établissements augmenter de plus de 25% en 5 ans et le nombre de personnes travaillant dans le secteur d'un tiers (source INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab).
- Bien qu'également observable au niveau national, cette dynamique est particulièrement forte dans la région. Le secteur du golf est ainsi l'un des secteurs les plus en croissance parmi les secteurs relevant du périmètre de l'Afdas en Bretagne (en moyenne +25% de personnes ayant travaillé dans l'un des secteurs et +3% d'établissements, source INSEE, DADS, traitement KYU Lab).
- La taille des établissements est relativement limitée puisque ces derniers comptent en moyenne 7 salariés contre 9 au niveau national (source INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab).

Le secteur du golf en Bretagne

Un secteur masculin caractérisé par la forte présence d'emplois ouvriers

Répartition des postes selon le sexe des salariés

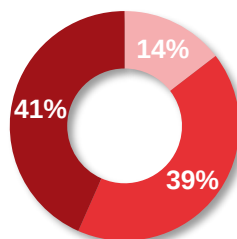
Données INSEE DADS au 31/12/2016, traitement Kyu Lab



Répartition des postes selon la CSP des salariés

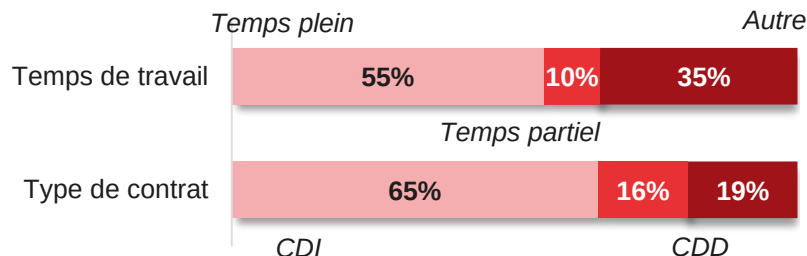
Données INSEE DADS au 31/12/2016, traitement Kyu Lab

- Artisans, commerçants et chefs d'entreprises
- Cadres et professions intellectuelles supérieures
- Professions intermédiaires
- Employés
- Ouvriers



Répartition des postes en 2016 selon...

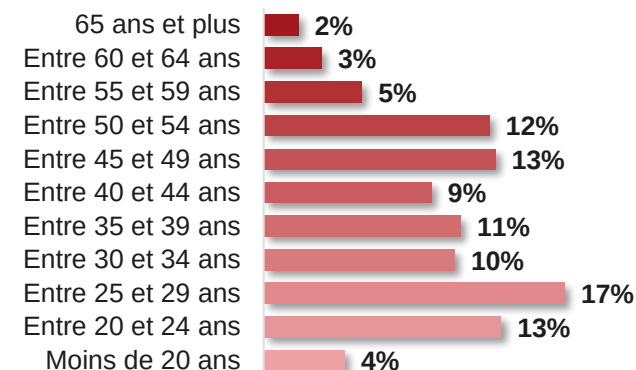
Données INSEE DADS, 2016, traitement Kyu Lab



*la catégorie « Autre » comprend les faibles temps partiels, les travailleurs à domicile et les conditions d'emploi mixtes à dominante temps complet ou non temps complet

Répartition des postes selon l'âge des salariés

Source INSEE, DADS au 31/12/2016, traitement KYU Lab



- Tout comme dans le secteur du sport, les emplois dans le secteur du golf sont très majoritairement occupés par des hommes (74% contre 58% pour l'ensemble des emplois des secteurs du périmètre de l'Afdas, *source INSEE, DADS, traitement KYU Lab*). Si cette caractéristique est propre au golf (60% des emplois étant occupés par des hommes au niveau national) celle-ci est particulièrement prégnante dans la région.
- Si la structure des emplois n'a que peu évolué entre 2011 et 2016 celle-ci se distingue par le « trou générationnel » observable. En effet les personnes ayant entre 30 et 45 ans n'occupent que 30% des postes contre 36% pour l'ensemble des secteurs du périmètre de l'Afdas en Bretagne (*source INSEE, DADS, 2011-2016, traitement KYU Lab*).
- Les conditions d'emploi dans le secteur du golf sont majoritairement stables. Elles sont par ailleurs relativement similaires à celles observables dans l'ensemble des secteurs relevant du périmètre de l'Afdas (63% de CDI et 52% de temps complet) et à celles observables au niveau national dans le secteur du golf (67% de CDI et 60% de temps complet, *source INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab*).

Le secteur du golf en Bretagne

Les évolutions en cours et anticipées du secteur en Bretagne

La diversification des équipements et des prestations

- Un peu moins d'un licencié sur deux en France est âgé de plus de 60 ans (*source : INJEP, 2018*). Les professionnels bretons interrogés soulignent souvent cette dynamique au sein de leur clientèle.
- Ceci implique de concevoir de nouvelles offres commerciales (forfaits découvertes, cours collectifs de niveau débutant, etc.) pour attirer de nouveaux clients.
- Sous l'impulsion de la Fédération Française de Golf et son programme « 100 petites structures », les équipements tendent à être de plus en plus diversifiés (practices, parcours compact, pitch and putt, etc.). Ces nouveaux équipements visent à diversifier la clientèle (publics scolaires, golfeurs occasionnels tournés vers le sport-loisirs, etc.).
- Les prestations sont également très diversifiées (bar-restaurant, organisation d'événements et de séminaires, hôtel, etc.) (*source : rapport de la branche professionnelle du golf, 2019*).

L'intensification des usages et outils numériques dans le secteur

- Les équipements connectés (permettant par exemple la saisie d'images virtuelles), applications de coaching (comme 15 Minutes Golf Coach) se développent.
- Alors que les outils de gestion se dématérialisent (CRM, RH, gestion des plannings, etc.), le numérique renforce les exigences du client en matière de communication (réseaux sociaux et lettres d'information) et modifie les modalités de réservation.

L'exigence de préservation de l'environnement

- Les golfs bretons développent des actions de réduction de l'utilisation des produits phytosanitaires (conformément aux réglementations environnementales et aux programmes de la Fédération) et sont sensibles à leur consommation d'eau. L'usage des stimulants biologiques se développe pour l'entretien des parcours.



Dynamiques métiers

Métiers du terrain

- Les jardiniers développent des compétences techniques de plus en plus pointues
- Le métier d'intendant de terrain de golf serait en tension dans certains golfs.
- L'intendant de terrain de golf suit la réglementation environnementale et développe de nouvelles techniques agronomiques pour réduire l'utilisation des produits phytosanitaires (biostimulants, techniques d'arrosage, etc.)

Enseignement

- Le métier de moniteur serait en tension dans certains golfs
- Plus polyvalents les professionnels doivent s'adapter à des publics et pratiques variés (golfeurs occasionnels, etc.) ; ils développent de nouvelles compétences d'animation et commerciales pour fidéliser les pratiquants.

Accueil-vente

- Les professionnels doivent être de plus en plus polyvalents (passage de l'accueil à la restauration en passant par la gestion des boutiques proshop)
- La maîtrise des techniques de vente et la gestion des outils informatiques et des réseaux sociaux sont de plus en plus indispensables

Encadrement

- Les compétences commerciales deviennent primordiales pour attirer et fidéliser de nouveaux clients. Ceci passe par la conception d'offres plus modulables et tournées vers de nouveaux publics, tout en respectant les nouvelles réglementations environnementales.
- La maîtrise des outils de gestion (bases clients, ressources humaines, comptabilité) devient importante.
- La gestion des réservations en ligne et le référencement web se développent

Le secteur du golf en Bretagne

Les enjeux et leviers RH du secteur

Accompagner les golfs dans la diversification de leurs activités



Les golfs bretons investissent dans de nouveaux équipements (parcours compact, modernisation du club-house, etc.) et/ou de nouvelles prestations (organisation d'événement, bar-restaurant, etc.) Ils accentuent leurs efforts en matière de communication (réseaux sociaux, etc.) et adaptent leurs offres commerciales pour diversifier leur clientèle (forfait découverte, etc.). Ceci implique des besoins en formation à la fois pour les enseignants, les métiers de l'accueil-vente ou de la restauration. Si la Fédération propose des formations (par exemple sur la communication commerciale de services golfigues à l'accueil), cette problématique demeure présente dans la région.

Diminuer les tensions au recrutement de certains postes



De l'aveu des professionnels interrogés, les métiers de moniteur et d'intendant de terrain de golf sont en tension dans certains golfs bretons, du fait d'un turn-over élevé chez les jeunes (en raison notamment des contraintes spécifiques aux métiers : pas de vacances en haute saison, travail le week-end, etc.) et/ou de départs en retraite. En effet, les golfs bretons sont concernés par le vieillissement de certains de leurs salariés. Ce phénomène existe au niveau national : 17,3 % des salariés des golfs ont 55 ans ou plus (source : rapport de la branche professionnelle du golf, 2019).

Développer des actions de préservation de l'environnement



Le secteur du golf s'engage dans une dynamique de préservation de l'écosystème et de la biodiversité que les clubs peuvent abriter. Cette problématique est à la fois un enjeu de préservation globale de l'environnement mais également de développement et d'amélioration de l'expérience des clients. Différentes actions sont ainsi menées dans les clubs de la région en termes de réduction d'agents chimiques nocifs, de limitation de la consommation en eau ou encore d'aménagement des terrains.

Les principaux leviers RH

La mise en place de formations sur le lieu de travail

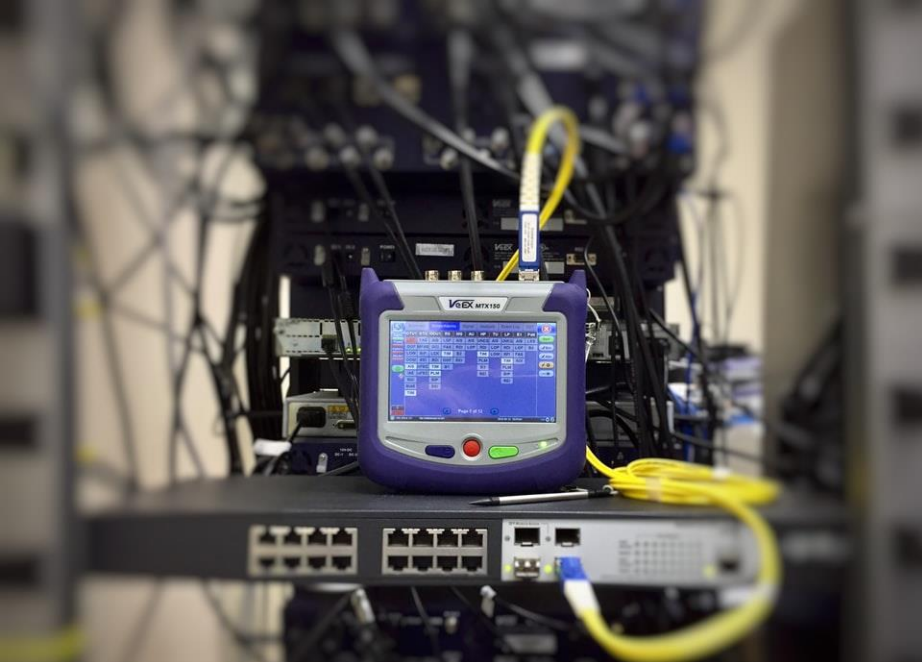
“

La mise en place des formations continues est assez compliquée (coût, financement, etc.) et l'on est difficilement mobilisable. Il faudrait des formations sur place sur une semaine.

”

Télécommunications

- *La Bretagne, 4ème région française pour la branche des télécoms**
- *Un secteur en recomposition formé par un tissu d'acteurs diversifié*
- *Une activité de R&D forte et bénéficiant d'un écosystème public et privé riche*
- *Un secteur au dynamisme relatif caractérisé par la présence d'entreprises de taille importante*



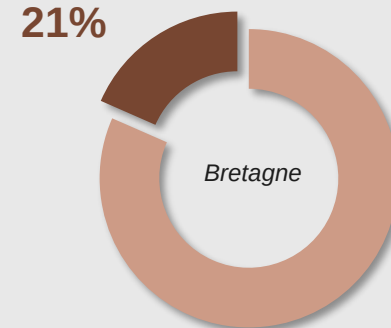
 **5 548**
salariés

6% Des salariés des
télécommunications
travaillent en Bretagne

 **81**
établissements

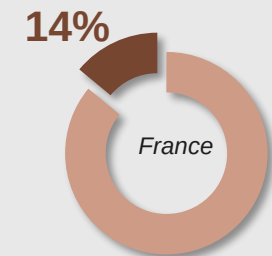
Répartition des salariés des télécommunications parmi l'ensemble des salariés relevant du périmètre de l'Afdas

Source : Insee DADS au 31/12/2016, traitement KYU Lab



 Effectifs des télécommunications

 Effectifs des autres
secteurs relevant de l'Afdas



*Si le secteur des télécoms en Bretagne est le 2^{ème} de France en termes d'effectifs salariés, la branche professionnelle a un périmètre plus restreint.

Le secteur des télécommunications en Bretagne

Les principales caractéristiques du secteur

Chiffres clés



5 548
salariés



81
établissements

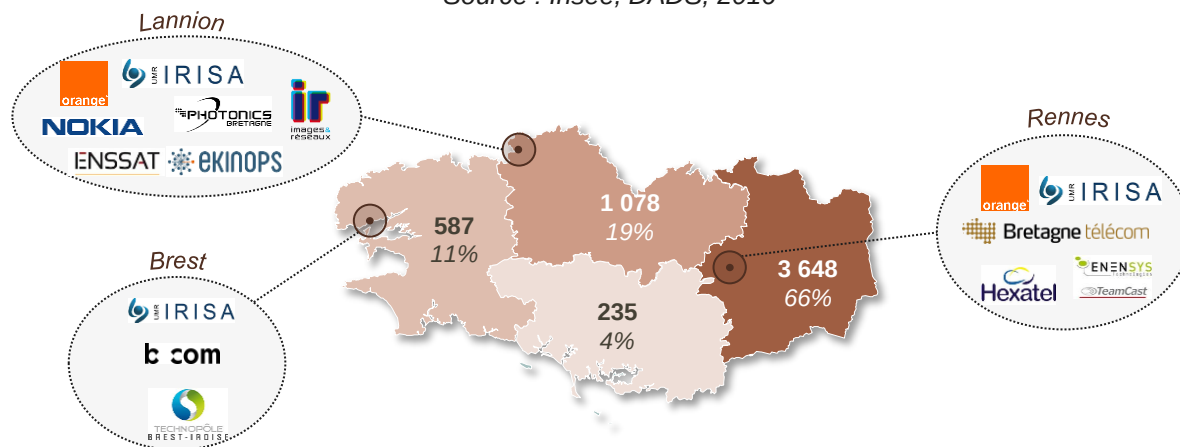
6%

Des salariés du
secteur au niveau
national

Source : Insee, DADS, 2016

Répartition des effectifs régionaux et principaux acteurs du secteur en Bretagne

Source : Insee, DADS, 2016



Légende

Moins de 500 sal.	Entre 750 et 1 000 sal.
Entre 500 et 750 sal.	Plus de 1 000 sal.

La Bretagne, 4^{ème} région française pour la branche des télécoms*

- Avec près de 5 000 salariés en Bretagne, la région représente **près de 6% des effectifs salariés nationaux** couverts par la branche professionnelle des télécommunications (derrière les régions d'Île-de-France, d'Auvergne-Rhône Alpes et de Provence-Alpes-Côte d'Azur, source : Insee, DADS au 31/12/2016).
- Si le **département d'Ille-et-Vilaine concentre 2/3 des effectifs** de la région, le secteur est structuré autour de **3 principaux pôles** : **Brest** du fait notamment de la présence d'acteurs de la défense, **Lannion** de par son histoire (implantation du Centre National d'Études et Recherche en Télécommunications en 1959) et **Rennes**, première métropole régionale concentrant un grand nombre d'acteurs.

Un secteur en recomposition formé par un tissu d'acteurs diversifié

- La région abrite de **grands groupes internationaux** (Orange, Nokia, Ericsson, etc.) aux activités allant de l'exploitation des réseaux à la prestation de services aux entreprises en passant par la production d'équipements, mais aussi des **TPE/PME régionales dynamiques** telles que l'opérateur Bretagne Télécoms ou le spécialiste en réseaux de transport Ekinops.
- Si le secteur **a connu des difficultés économiques** importantes dans les années 2000' dont les répercussions sont encore manifestes (à l'image de la suppression de 54 postes à Lannion par Nokia), celui-ci connaît une **dynamique importante** portée par une **diversification** de son activité (imagerie médicale, photonique, etc.).

Une activité de R&D forte et bénéficiant d'un écosystème public et privé particulièrement riche

- Alors que de grands groupes disposent de leurs propres centres de recherche (Orange Labs, Nokia Bell Labs) en Bretagne, la région bénéficie aussi de centres de recherches privés tels que l'IRT B-Com et publics comme le CNRS. La présence du pôle Images et Réseaux, du cluster Photonics Bretagne et de nombreuses écoles spécialisées (ENSSAT, INSA, ENSIBS ou encore l'IMT) favorise les échanges entre les acteurs du secteur.

*Si le secteur des télécoms en Bretagne est le 2^{ème} de France en termes d'effectifs salariés, la branche professionnelle a un périmètre plus restreint.

Le secteur des télécommunications en Bretagne

Un secteur au dynamisme relatif caractérisé par la présence d'entreprises de taille importante

Évolution du nombre d'établissements et de salariés entre 2011 et 2016

données INSEE, DADS au 31/12/2016, traitement Kyu Lab



+1 d'établissements

France : +12%

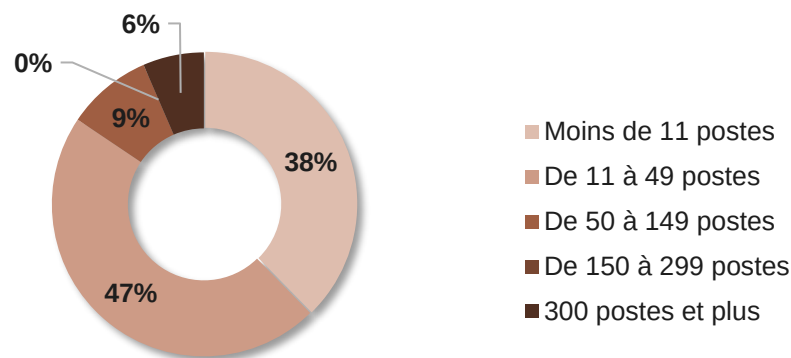


+4% d'effectifs

France : +6%

Répartition des établissements en fonction du nombre de salariés

Données INSEE, DADS au 31/12/2016, traitement Kyu Lab



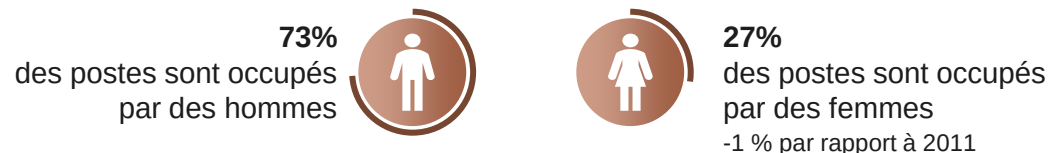
- Le secteur des télécommunications en Bretagne a connu une croissance limitée de ses effectifs et de son nombre d'établissements. Alors que le nombre de personnes travaillant dans l'un des secteurs relevant du périmètre de l'Afdas a cru de 25% entre 2011 et 2016, celui-ci a cru de 4% dans le secteur des télécommunications (source INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab).
- Ce secteur se caractérise par la taille relativement importante des établissements. Les établissements comptent ainsi en moyenne 75 postes dans la région contre 31 en moyenne au niveau national dans les télécommunications (source INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab).
- Alors qu'une majorité d'entre elles comptent entre 11 et 49 postes, la région abrite des établissements de plus de 300 postes. Par ailleurs, la taille des établissements tend à croître puisque la part des entreprises de moins de 11 postes est passée de 41% à 38% entre 2011 et 2016 et la part des établissements de plus de 300 postes a augmenté de 2 % (source INSEE, DADS, 2011-2016, traitement KYU Lab).

Le secteur des télécommunications en Bretagne

Un secteur très majoritairement masculin et constitué de cadres

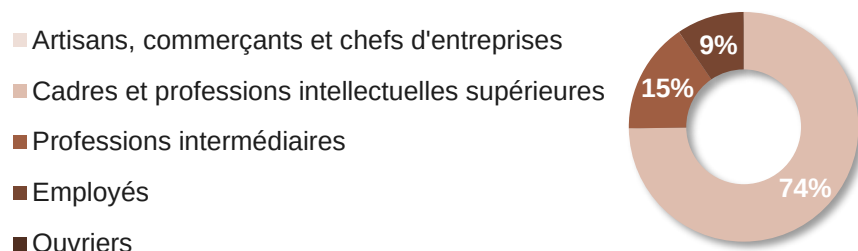
Répartition des postes selon le sexe des salariés

Données INSEE DADS, 2016, traitement Kyu Lab



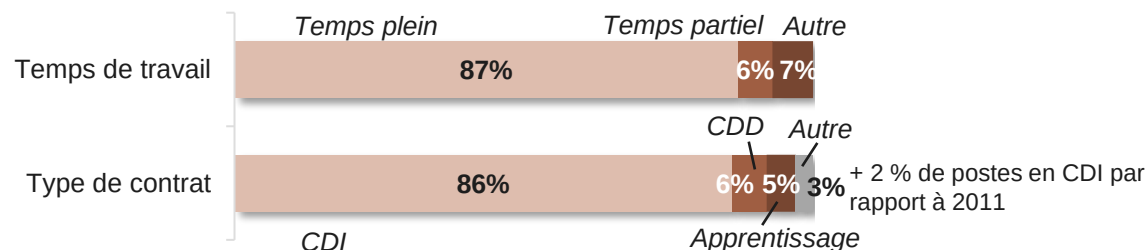
Répartition des postes selon la CSP des salariés

Données INSEE DADS, 2016, traitement Kyu Lab



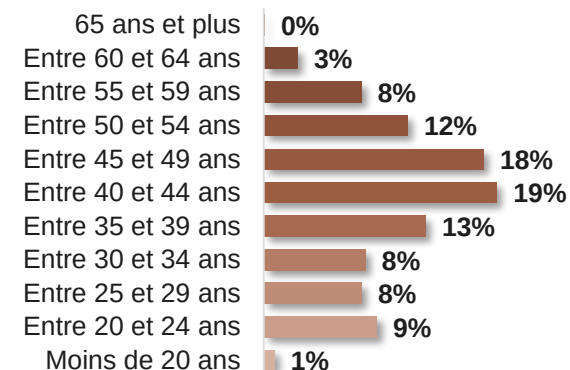
Répartition des postes en 2016 selon...

Données INSEE DADS, 2016, traitement Kyu Lab



Répartition des postes selon l'âge des salariés

Source INSEE, DADS, 2016, traitement KYU Lab



- Dans le secteur des télécommunications, près de 3 emplois sur 4 sont occupés par des hommes. Bien que le secteur au niveau national soit très masculin (64% des emplois occupés par des hommes, *source INSEE DADS, 2016, traitement KYU Lab*), cette proportion est particulièrement importante en Bretagne.
- Un certain vieillissement des salariés travaillant dans le secteur est également observable. En effet, les salariés ayant plus de 45 ans représentaient 27% des postes en 2011 contre 41% en 2016 (*source INSEE, DADS, 2011-2016, traitement KYU Lab*).
- Le secteur des télécommunications se caractérise par la nature des emplois. Alors que près de $\frac{3}{4}$ des postes sont des emplois de cadres (contre 31% en moyenne dans l'ensemble des secteurs relevant du périmètre de l'Afdas en Bretagne). Par ailleurs, de la même manière qu'au niveau national, les emplois du secteur sont particulièrement stables. Près de 9 postes sur 10 sont en CDI et à temps plein (contre 52% de temps complets et 63% de CDI pour l'ensemble des secteurs du périmètre de l'Afdas).

Le secteur des télécommunications en Bretagne

Les évolutions en cours et anticipées du secteur en Bretagne

Des évolutions technologiques au cœur des changements du secteur

- L'évolution numérique dans les télécoms se matérialise principalement en Bretagne au travers du **big data** et de l'analyse de données, de l'**automatisation des processus** (intelligence artificielle...), des **technologies de connectivités** (premiers tests 5G lancés en 2019 avec des smartphones conçus par Orange et Nokia et assemblés à Lannion, objets connectés), des **technologies de décentralisation** (blockchain...) et des **technologies de virtualisation** (cloud, simulation...).
- Ces évolutions touchent **trois niveaux de l'activité** des acteurs bretons : les **processus métiers** des salariés (utilisation de nouveaux outils...), le **déploiement de nouvelles solutions** chez leurs clients et la **recherche et le développement** relatifs à ces technologies.

Une diversification des activités liée à la recomposition du secteur

- L'**activité** du secteur se **spécialise en se rapprochant de secteurs très présents en Bretagne** tels que le domaine agroalimentaire (partenariat entre Photonics Bretagne et Arvalis- institut du végétal), médical (service de télémedecine [e-KerMed](#) par exemple) ou encore de la défense (Naval Group ayant rejoint en 2019 l'IRT B-Com).
- Les modèles économiques des entreprises de la région se diversifient par ailleurs en **intégrant de la vente de logiciels et de services** aux entreprises et aux collectivités.

Des besoins croissants soutenus par les pouvoirs publics de la région

- La **numérisation croissante des entreprises** de la région et leurs besoins accrus en connectivité participent au dynamisme du secteur dans la région.
- Les **pouvoirs publics régionaux portent par ailleurs plusieurs projets** générant de l'activité pour les acteurs des télécoms tels que le projet « Bretagne Très Haut Débit », l'expérimentation de la 5G en gare de Rennes menée par l'IRT B-COM et Rennes métropole ou encore l'équipement des collectivités en nouveaux services par le biais du Syndicat mixte de coopération territoriale Mégalis.



Dynamiques métiers

Innovation et traitement de la donnée

- *Du fait du poids important des activités de R&D dans la région, les métiers de la recherche doivent intégrer des compétences en lien avec le développement des technologies et notamment la virtualisation des réseaux (architecture cloud, SaaS, etc.)*
- *Le développement annoncé de l'IoT devrait générer des besoins en compétences sur l'analyse de données notamment en Big data, sur les logiciels embarqués et protocoles de communication ainsi qu'en cybersécurité*

Réseaux

- *Au-delà des besoins en compétences liées à la cybersécurité, les métiers de la conception et de l'architecture réseau intègrent davantage d'activités liées à la sécurisation des réseaux*
- *Le déploiement du très haut débit dans la région génère des besoins en métiers de pose de réseaux (techniciens, opérateurs) pour lesquels des difficultés de recrutement peuvent apparaître*

Si et services

- *La diversification des activités des entreprises du secteur génère des besoins en métiers capables de développer des services et solutions logicielles (développeurs, intégrateurs, etc.)*

Vente et services aux entreprises

- *Le rapprochement des activités des télécommunications vers d'autres secteurs d'activités (banque, santé, etc.) génère des besoins en commerciaux disposant d'une double culture technique et métier. La rareté de cette double compétence engendre des tensions au recrutement.*

Le secteur des télécommunications en Bretagne

Les enjeux et leviers RH du secteur

Répondre aux tensions au recrutement

Les entreprises du secteur rencontrent des tensions au recrutement qui portent à la fois sur des métiers techniques en lien avec les activités R&D de la région (data scientist) et sur des métiers opérationnels (installateur réseau, technicien réseau).

Ces tensions proviennent en partie de l'attractivité relative de certains territoires de la région où les besoins sont pourtant importants (territoire de Lannion notamment). À la difficulté de faire connaître ces zones d'emploi aux professionnels s'ajoute la problématique liée à la recherche d'emploi du conjoint sur ces territoires.

Développer les profils de commerciaux disposant d'une double culture métier

L'évolution du secteur des télécommunications vers l'accompagnement à différents secteurs d'activités (tourisme, agriculture, santé, etc.) requiert le développement de profils commerciaux capables de faire l'interface entre les acteurs techniques du secteur et les acteurs métiers des secteurs clients. Cette double compétence technique et commerciale demeure difficile à trouver pour les entreprises du secteur de la région, malgré l'aspect stratégique croissant de ces profils dans leur activité.

Accompagner les entreprises dans l'intégration de 3 thématiques importantes dans le secteur

Le secteur des télécommunications est marqué par 3 dynamiques nécessitant des compétences spécifiques : la virtualisation des réseaux (cloud computing, maintien en condition opérationnelle, etc.), l'exigence croissante de sécurisation des réseaux (outils d'authentification, isolation des machines virtuelles, architecture réseau, etc.) , et, dans une perspective de moyen terme, l'internet des objets (big data, protocoles dédiés comme LoRa ou Sigfox, etc.).

Les principaux leviers RH

Le recours à l'apprentissage et au doctorat

Pour les nouveaux recrutés la voie royale c'est soit l'apprentissage soit la thèse. Les apprentis on les prend à Bac+2 pour les amener en master. On a développé des partenariats avec les écoles pour faciliter leur recrutement.

La création d'un campus d'excellence

Sur le territoire de Lannion, on a des projets de formation très en lien avec le territoire et les besoins des entreprises. Cela provient notamment du lien étroit entre les entreprises, les collectivités et les écoles ainsi que du campus des métiers et des qualifications récemment labellisé Campus d'excellence dans le domaine du numérique et de la photonique.

Métiers et compétences et fort enjeu en Bretagne

4 /

Métiers et compétences et fort enjeu en Bretagne

2 métiers et 3 compétences à fort enjeu dans la région

Parmi l'ensemble des évolutions de métiers et de compétences identifiées dans la région, certaines représentent un enjeu particulier pour les secteurs relevant du périmètre de l'Afdas du fait de leur caractère émergent, en développement, en évolution, en décroissance ou en tension au recrutement.

Les métiers à fort enjeu

COMMUNITY MANAGER



Enjeu : métier en développement

Secteurs concernés : Casinos-Jeux, Exploitation cinématographique et distribution de films, Éditions, Hôtellerie de plein air, Espaces de loisirs, d'attractions et culturels, Spectacle vivant, Publicité, Presse

ANIMATEUR DE TIERS LIEU

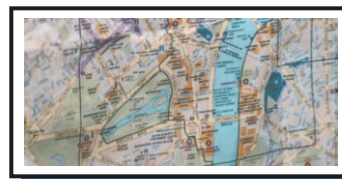


Enjeu : métier émergent

Secteurs concernés : Espaces de loisirs, d'attractions et culturels, exploitation cinématographique et distribution de films, spectacle vivant, éditions, sport, hôtellerie de plein air

Les compétences à fort enjeu

Présenter l'offre de tourisme locale



Enjeu : compétence en développement

Secteurs concernés : Casinos-Jeux, Hôtellerie de plein air, Espaces de loisirs, d'attractions et culturels, Golf, Organismes de tourisme, Spectacle vivant, Sport

Développer des pratiques écoresponsables



Enjeu : compétence en développement

Secteurs concernés : Audiovisuel, Casinos-Jeux, Éditions, Hôtellerie de plein air, Espaces de loisirs, d'attractions et culturels, Organismes de tourisme, Publicité, Presse, Spectacle vivant, Sport

Animer et gérer des équipes



Enjeu : compétence en développement

Secteurs concernés :

Écrire dans le cadre d'un projet artistique



Enjeu : compétence en développement

Secteurs concernés : Spectacle vivant

Métiers et compétences et fort enjeu en Bretagne

Le métier de Community manager – enjeu pour les entreprises

Autres appellations : animateur, gestionnaire de communauté en ligne

Enjeu : Le métier de Community management se développe parmi les différents secteurs du périmètre Afdas. Si les besoins en volume sont quantitativement relatifs, ce métier devient plus stratégique pour les entreprises.

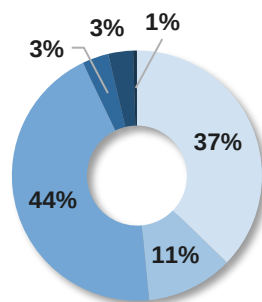
Secteurs concernés : Casinos-Jeux, Exploitation cinématographique et distribution de films, Éditions, Hôtellerie de plein air, Espaces de loisirs, d'attractions et culturels, Spectacle vivant, Publicité, Presse

Concernant le métier de Community manager...

Source : enquête et traitement Kyu Lab, 145 répondants

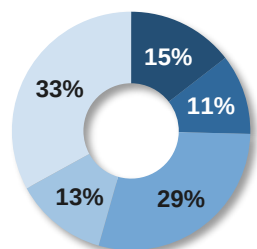
Les entreprises ont...

- Pas d'activités
- 1 prestataire
- 1 salarié non-spécialisé
- 1 salarié spécialisé à temps partiel
- 1 salarié à temps plein
- Plusieurs salariés à temps plein



Les entreprises souhaitent...

- Créer 1 ou plusieurs postes
- Créer 1 poste à temps partiel
- Intégrer ces activités à 1 poste existant sans formation
- Intégrer ces activités à 1 poste existant avec une formation
- Ne pas développer cette activité



Aujourd'hui

40%

Des entreprises interrogées considèrent ce métier comme ayant un enjeu fort pour leur activité

Demain

53%

Des entreprises interrogées considèrent que ce métier aura un enjeu fort pour leur activité

Si les besoins actuels des entreprises sont globalement modérés, les entreprises anticipent des besoins importants

- Le métier de Community management demeure peu développé dans les entreprises du périmètre de l'Afdas. Plus d'un tiers d'entre elles ne dispose pas d'activités de Community management. Celles-ci demeurent pour le moment majoritairement intégrées aux activités de salariés déjà en poste et non spécialisés dans ces techniques de communication.
- Toutefois, 40% considèrent ce métier comme étant un enjeu fort pour leur activité et plus de la moitié voit ce métier comme étant un enjeu important à l'avenir. Ainsi, deux tiers des entreprises souhaitent à minima intégrer le Community management dans leur activité et plus d'un quart d'entre elles souhaitent créer un poste dédié.

Les besoins ne sont pas les mêmes selon les secteurs et la taille des établissements

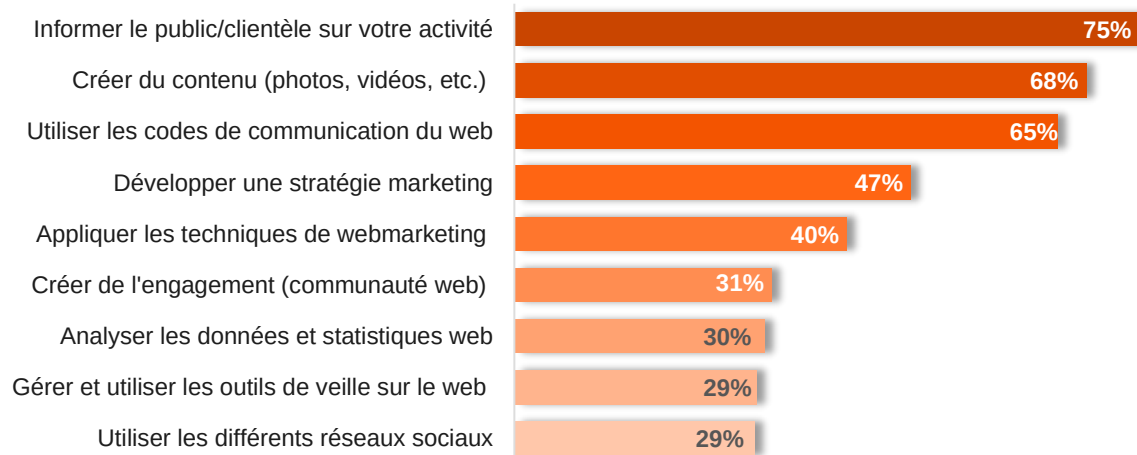
- Les entreprises les plus concernées par le développement de ce métier sont celles relevant des secteurs de l'audiovisuel, de l'hôtellerie de plein air, des espaces de loisirs, d'attractions et culturels ainsi que les organismes de tourisme, la presse et les agences de presse et la publicité.
- Les éditions, le spectacle vivant et le sport cherchent eux aussi, mais dans une moindre mesure à développer cette activité.

Métiers et compétences et fort enjeu en Bretagne

Le métier de Community manager – les principales compétences recherchées

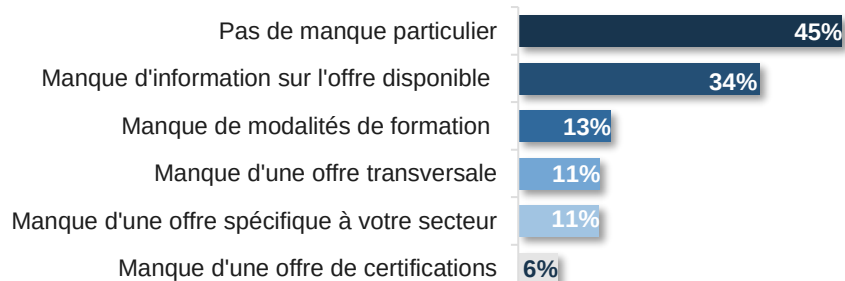
Les principales compétences que cherchent à développer les entreprises

Source : enquête et traitement Kyu Lab



Avis des entreprises sur l'offre de formation disponible

Source : enquête et traitement Kyu Lab



COMMUNITY MANAGER



Principales activités

- Animation des communautés (lancement de sujets, réponse aux questions, organisation d'événements, modération...)
- Production et publication de contenus
- Élaboration d'une stratégie de communication promouvant l'activité, l'actualité de l'entreprise et sa marque employeur
- Analyse d'indicateurs de satisfaction et de fréquentation
- Veille des usages et réseaux émergents

Principales compétences

Compétences techniques :

- Maîtrise des réseaux sociaux, de leurs audiences et codes
- Utilisation des outils et techniques de veille
- Maîtrise des outils de mesure et de statistique
- Notion en web marketing (référencements web, etc.)
- Logiciels d'édition de contenu (montage, édition photo, etc.)
- Anglais

Compétences comportementales :

- Diplomatie, écoute et sens du contact client
- Réactivité
- Bonne expression orale

Exemples de formations

Formation initiale : Métier accessible à bac +2 avec un BTS Communication ou un DUT Métiers du multimédia et de l'internet, par exemple. Une formation de bac +3 à +5 en communication, marketing, ou journalisme est privilégiée.

Formation continue : De nombreuses formations sont accessibles comme « Maîtriser les fondamentaux du community management », « Parcours réseaux sociaux » proposées par la CCI Bretagne.

Métiers et compétences et fort enjeu en Bretagne

Le métier d'animateur de tiers lieu

Autre appellation : facilitateur, assistant-manager de tiers lieux, fabmanager, etc.

Enjeu : Si le métier d'animateur de tiers lieu existe dans d'autres secteurs (numérique, espaces de coworking, incubateurs, etc.), il émerge dans les secteurs relevant du périmètre Afdas. Compte tenu du faible nombre de tiers lieux et du caractère émergent du métier, les besoins en recrutement sont faibles.

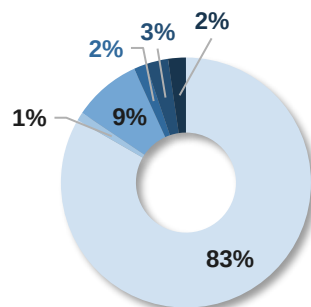
Secteurs concernés : Espaces de loisirs, d'attractions et culturels, exploitation cinématographique et distribution de films, spectacle vivant, éditions, hôtellerie de plein air sport

Concernant le métier d'Animateur de tiers lieu...

Source : enquête et traitement Kyu Lab

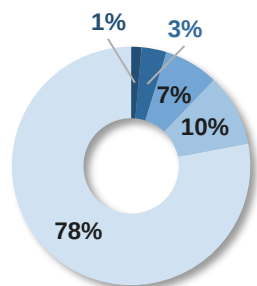
Les entreprises ont...

- Pas d'activités
- 1 prestataire
- 1 salarié non-spécialisé
- 1 salarié spécialisé à temps partiel
- 1 salarié à temps plein
- Plusieurs salariés à temps plein



Les entreprises souhaitent...

- Créer 1 ou plusieurs postes
- Créer 1 poste à temps partiel
- Intégrer ces activités à 1 poste existant sans formation
- Intégrer ces activités à 1 poste existant avec une formation
- Ne pas développer cette activité



Aujourd'hui

8%

Des entreprises interrogées considèrent ce métier comme ayant un enjeu fort pour leur activité

Demain

13%

Des entreprises interrogées considèrent que ce métier aura un enjeu fort pour leur activité

Si les besoins actuels des entreprises sont globalement faibles, les entreprises anticipent une hausse de ces besoins.

- Le métier d'animateur de tiers lieu est pour le moment émergent dans certains secteurs relevant du périmètre de l'Afdas. Ainsi, plus de 8 entreprises interrogées sur 10 indiquent ne pas avoir d'activités en lien avec ce métier.
- Parmi les entreprises ayant intégré une activité en lien avec le métier d'animateur de tiers lieu, celles-ci évoluent principalement dans les secteurs de l'audiovisuel, de l'exploitation cinématographique et la distribution de films, de l'hôtellerie de plein air, des organismes de tourisme et du spectacle vivant, sport.

Les besoins ne sont pas les mêmes selon les secteurs.

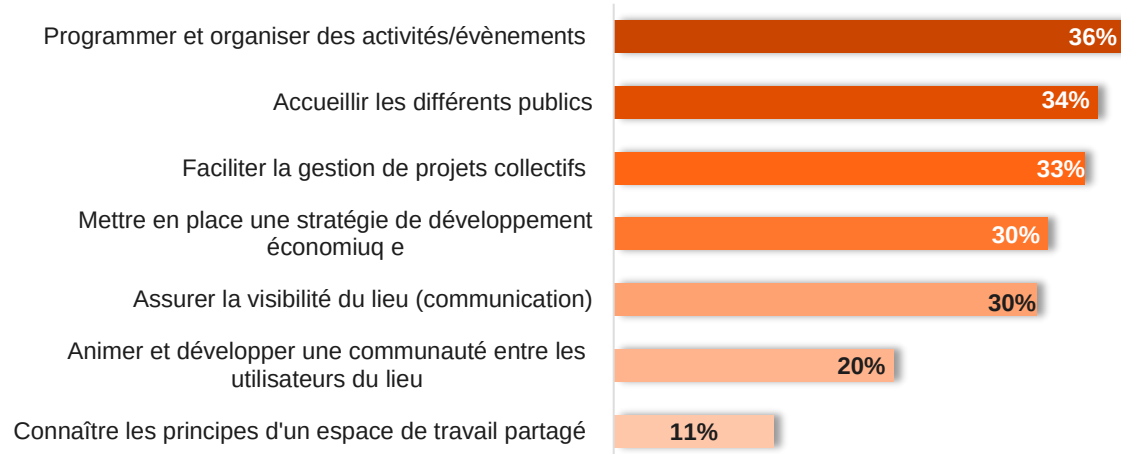
- Plus de 1 entreprise sur 10 interrogée considère que le métier d'animateur de tiers lieu représentera un enjeu fort pour leur activité ces prochaines années. Ainsi plus de 20% des entreprises souhaitent intégrer ou développer ces activités en créant des postes spécifiques ou en les intégrant à un poste déjà existant.
- L'audiovisuel, le spectacle vivant ainsi que l'hôtellerie de plein air sont les secteurs pour lesquels ce métier représentera l'enjeu le plus important à l'avenir.

Métiers et compétences et fort enjeu en Bretagne

Le métier d'Animateur de tiers lieux – les principales compétences recherchées

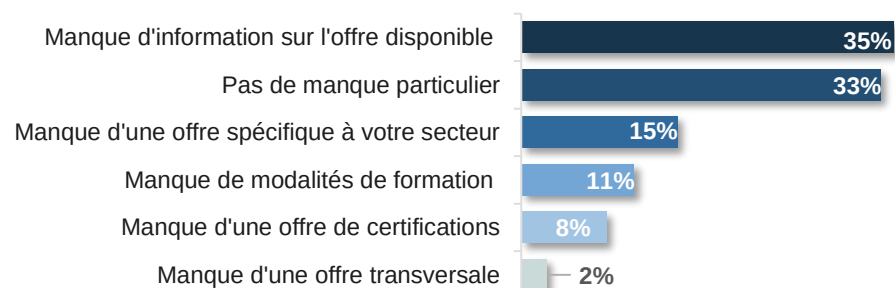
Les principales compétences que cherchent à développer les entreprises

Source : enquête et traitement Kyu Lab



Avis des entreprises sur l'offre de formation disponible

Source : enquête et traitement Kyu Lab



ANIMATEUR DE TIERS-LIEU



Principales activités

- Développement et animation d'une communauté entre les utilisateurs du lieu (accueil des professionnels et du public, organisation d'événements, etc.)
- Coordination de l'espace et gestion de l'intendance et de la logistique
- Accompagnement dans la gestion des projets, les démarches administratives et financières
- Réalisation d'actions de communications internes et externes
- Développement des ressources économiques et suivi financier

Principales compétences

Compétences techniques :

- Connaissance des principes des espaces de travail partagés
- Connaissance du fonctionnement du secteur d'activité des membres du tiers lieu (juridique, écosystème, etc.)
- Maîtrise des outils d'animation de communautés et de projets
- Mise en place d'une stratégie de communication (maîtrise des médias sociaux, techniques de communication, etc.)
- Pilotage de l'activité économique et financière d'une structure

Compétences comportementales :

- Diplomatie, écoute et sens de l'accueil
- Réactivité et adaptabilité

Exemples de formations

Formation initiale : quelques formations, essentiellement tournées vers le secteur du numérique, ont pu être identifiées en France (diplôme universitaire de Métier facilitateur). Sur le territoire breton, les formations universitaires à la médiation culturelle pourraient mener à ce métier (ex. : Licence pro gestion de projets et structures artistiques et culturels).

Formation continue : plusieurs collectifs proposent en France des formations relatives à la gestion de tiers lieux à l'image des [Imaginations fertiles](#) et la [Coopérative tiers-lieux](#)

Métiers et compétences et fort enjeu en Bretagne

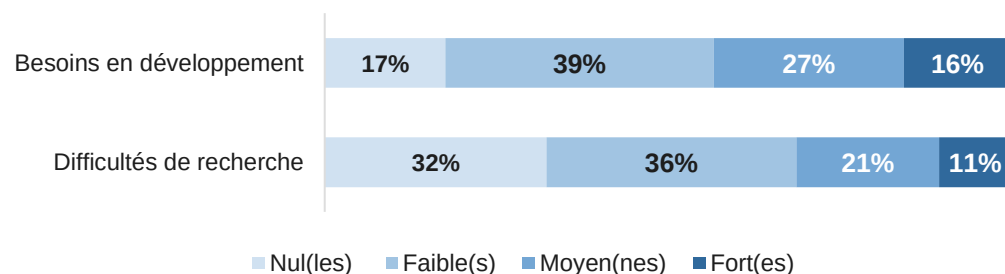
Développer des pratiques écoresponsables – les enjeux pour les entreprises

Enjeu : du fait des enjeux soulevés par la transition écologique, la compétence permettant de développer des pratiques écoresponsables est en fort développement dans la majorité des secteurs du périmètre de l'Afdas à des degrés différents.

Secteurs concernés : Audiovisuel, Casinos-Jeux, Éditions, Hôtellerie de plein air, Espaces de loisirs, d'attractions et culturels, Organismes de tourisme, Publicité, Presse, Spectacle vivant, Sport

Évaluation des besoins en développement et des difficultés de recherche de cette compétence par les entreprises

Source : enquête et traitement Kyu Lab



Aujourd'hui
30%
des entreprises interrogées
considèrent cette compétence comme
ayant un enjeu fort pour leur activité

4 entreprises sur 10 souhaitant développer cette compétence.

- La compétence « Développer des pratiques écoresponsables » est une compétence à fort enjeu pour près d'un tiers des entreprises interrogées. Par ailleurs plus de 4 entreprises sur 10 souhaitent développer cette compétence en leur sein.
- Cette compétence apparaît particulièrement importante pour les secteurs de l'hôtellerie de plein air, des espaces de loisirs, d'attractions et culturels, ainsi que pour les organismes de tourisme et dans une moindre mesure pour les entreprises du spectacle vivant.
- À l'inverse, moins d'entreprises considèrent cette compétence comme ayant un fort enjeu pour leurs activités dans la presse et les agences de presse, dans la publicité et dans le sport.

Les métiers en lien avec le public, sont les principaux concernés par le développement de cette compétence.

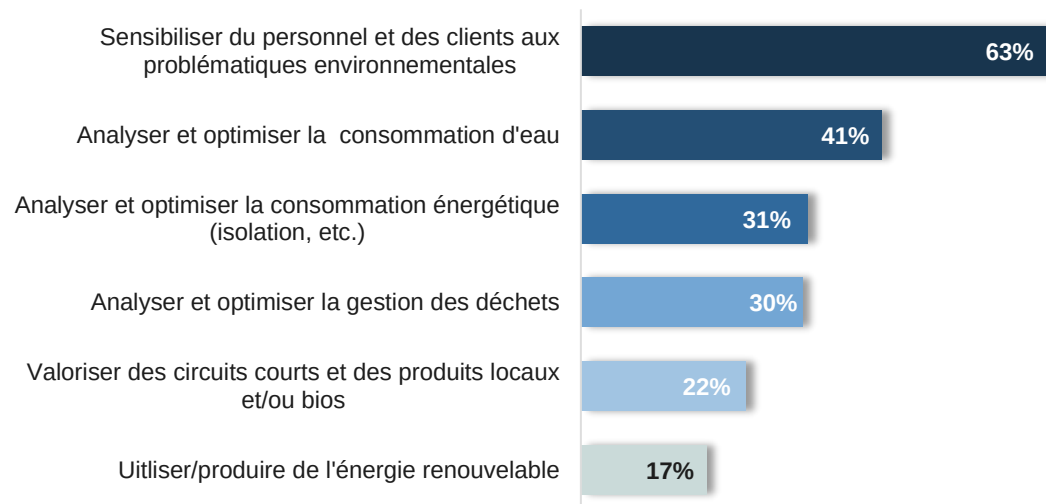
- Les métiers en lien direct avec le public tels que les agents et responsables d'accueil ou les animateurs sportifs sont les métiers les plus cités par les entreprises. Ces métiers sont en effet directement concernés par le besoin de sensibilisation du public aux problématiques écoresponsables.
- Le métier de chargé de mission développement durable en charge de déployer une stratégie de développement durable au sein des structures est également concerné par cette compétence selon les entreprises.

Métiers et compétences et fort enjeu en Bretagne

Développer des pratiques écoresponsables – les domaines valorisés par les entreprises

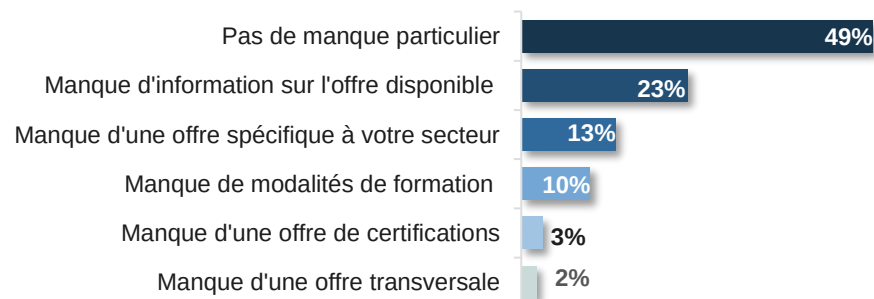
Les domaines de compétences privilégiés par les entreprises

Source : enquête et traitement Kyu Lab



Avis des entreprises sur l'offre de formation disponible

Source : enquête et traitement Kyu Lab



La sensibilisation du personnel et des clients, principal domaine de compétences privilégié.

- Le principal domaine de compétences en lien avec le développement des pratiques écoresponsables et privilégié par les entreprises a trait à la sensibilisation du personnel et à la sensibilisation des clients aux problématiques environnementales par le personnel. Cette dimension est particulièrement prégnante non seulement dans les secteurs en lien avec l'accueil d'un public (hôtellerie de plein air, sport, etc.), mais également dans l'audiovisuel, la publicité.
- L'analyse et l'optimisation de la consommation énergétique et de la consommation d'eau sont un domaine de compétences recherché par certaines entreprises du sport, de l'exploitation cinématographique et de manière plus importante encore, dans l'hôtellerie de plein air du fait de la consommation importante d'eau dans le secteur.
- La valorisation des circuits courts et des produits locaux est un domaine de compétences essentiellement recherché par les entreprises de l'hôtellerie de plein air, des espaces de loisirs, d'attractions et culturels ainsi que le spectacle vivant (du fait notamment de la présence des festivals).

Les certifications et formations proposées sont jugées plutôt satisfaisantes.

- De manière générale, près d'1 entreprise interrogée sur 2 juge que l'offre de formation disponible ne souffre pas de manque particulier. Le principal manque souligné relève davantage du manque d'information sur l'offre de formation disponible dans la région.
- Certaines entreprises de l'hôtellerie de plein air jugent toutefois qu'il manque une offre de formation plus spécifique à leur secteur ainsi que des modalités de formation différentes du présentiel.

Métiers et compétences et fort enjeu en Bretagne

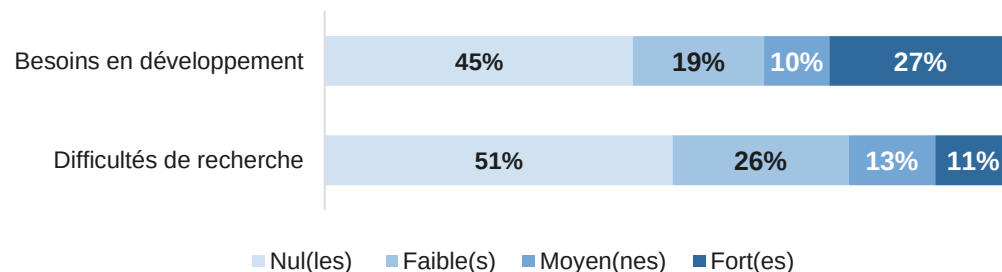
Présenter l'offre de tourisme locale – les enjeux pour les entreprises

Enjeu : du fait notamment des nouvelles formes de pratiques touristiques et de la politique touristique territoriale visant à proposer une offre touristique complémentaire, la compétence permettant de présenter et valoriser l'offre de tourisme locale devient stratégique pour les secteurs en lien avec l'activité touristique pour construire un écosystème touristique local.

Secteurs concernés : Casinos-Jeux, Hôtellerie de plein air, Espaces de loisirs, d'attractions et culturels, Golf, Organismes de tourisme, Spectacle vivant, Sport

Évaluation des besoins en développement et des difficultés de recherche de cette compétence par les entreprises

Source : enquête et traitement Kyu Lab



Aujourd'hui

36%

des entreprises interrogées considèrent cette compétence comme ayant un enjeu fort pour leur activité

Des besoins concentrés sur les secteurs en lien avec le tourisme.

- Plus d'un tiers des entreprises interrogées considèrent la compétence « Présenter l'offre de tourisme locale » comme étant à fort enjeu pour leur activité.
- Plus du quart des entreprises interrogées estiment que leurs besoins de développer cette compétence sont forts. Celles-ci appartiennent majoritairement aux secteurs de l'hôtellerie de plein air, des espaces de loisirs, d'attractions et culturels, des organismes de tourisme et du sport (dans une moindre mesure) dont l'activité est en lien avec le tourisme.

Des difficultés pour trouver cette compétence pour certains secteurs

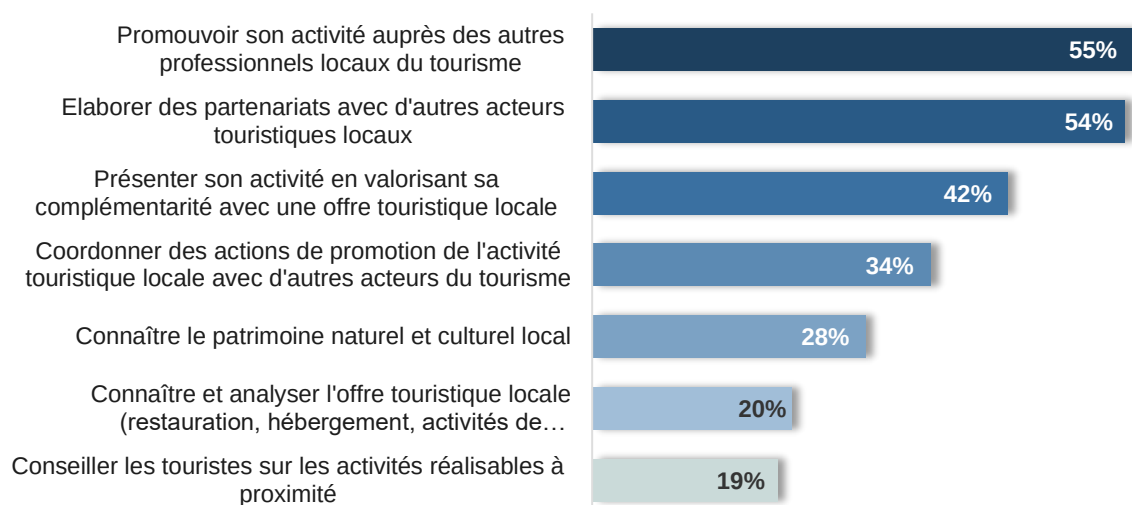
- Si certains métiers en lien avec l'activité touristique sont directement concernés par le développement de cette compétence (conseillers en séjour, chargés de communication, chargée de commercialisation d'offres touristiques), les métiers de l'accueil, mais aussi les métiers d'animateurs sportifs et les artistes sont, selon les entreprises interrogées, également concernés. En lien avec le public ceux-ci peuvent en effet être amenés à présenter une offre de tourisme dans le cadre de leurs interventions auprès de touristes.
- Bien que la recherche de cette compétence ne représente pas dans l'ensemble une difficulté particulière pour l'ensemble des entreprises, celle-ci s'avère plus ardue pour les secteurs les plus concernés. Les entreprises de l'hôtellerie de plein air, des organismes de tourisme et des espaces de loisirs, d'attractions et culturels éprouvent ainsi des difficultés pour trouver cette compétence.

Métiers et compétences et fort enjeu en Bretagne

Présenter l'offre de tourisme locale – les domaines valorisés par les entreprises

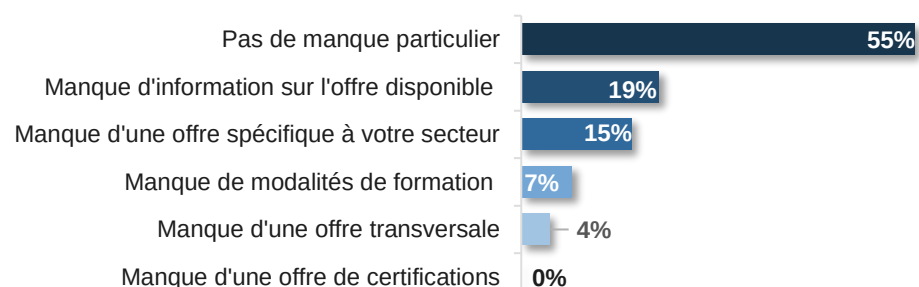
Les domaines de compétences privilégiés par les entreprises

Source : enquête et traitement Kyu Lab



Avis des entreprises sur l'offre de formation disponible

Source : enquête et traitement Kyu Lab



Des domaines de compétences tournés vers les relations avec d'autres professionnels.

- Les deux domaines de compétences privilégiés par les entreprises ont trait aux relations qu'entretiennent entre eux les professionnels. La promotion de son activité auprès d'autres professionnels du tourisme ainsi que l'élaboration de partenariats sont ainsi privilégiés.
- Ces domaines de compétences sont particulièrement privilégiés par les entreprises de secteurs jugeant cette compétence comme ayant un fort enjeu pour leur activité : l'hôtellerie de plein air, les organismes de tourisme, le sport, les espaces de loisirs, d'attractions et culturels. Le tourisme.
- Si la présentation de son activité ainsi que la connaissance du patrimoine et de l'offre touristique sont importantes, les entreprises valorisent les actions et les relations avec d'autres acteurs du tourisme. Celles-ci apparaissent ainsi comme des leviers pour promouvoir son activité auprès des touristes.

Les certifications et formations proposées sont jugées plutôt satisfaisantes.

- Plus d'une entreprise sur deux juge l'offre de formation satisfaisante y compris dans le secteur des organismes de tourisme.
- Dans les secteurs de l'hôtellerie de plein air et des espaces de loisirs, d'attractions et culturels, les entreprises pointent toutefois un manque de formation spécifique à leur secteur ainsi qu'un manque d'information disponible quant à l'offre de formation existante.

Métiers et compétences et fort enjeu en Bretagne

Écrire dans le cadre d'un projet artistique – les enjeux pour les entreprises

Enjeu : les artistes du secteur du spectacle vivant sont davantage amenés à écrire des projets artistiques qu'il s'agisse d'une chorégraphie, d'une scénographie ou d'une mise en scène. Cette compétence devient ainsi plus stratégique pour les professionnels de ce secteur.

Secteurs concernés : Spectacle vivant

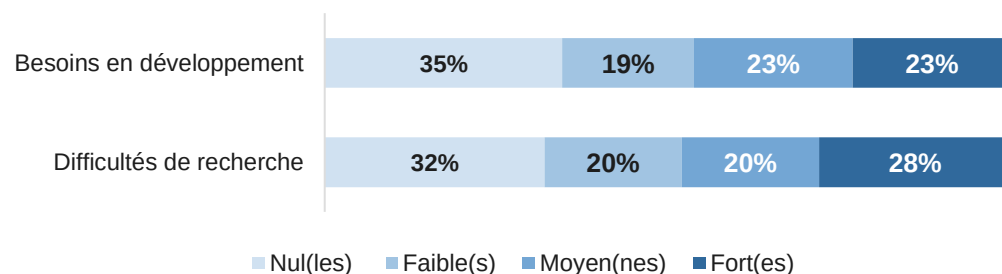
Aujourd'hui

36%

des entreprises interrogées
considèrent cette compétence comme
ayant un enjeu fort pour leur activité

Évaluation des besoins en développement et des difficultés de recherche de cette compétence par les entreprises

Source : enquête et traitement Kyu Lab



Une compétence à fort enjeu dans le secteur du spectacle vivant

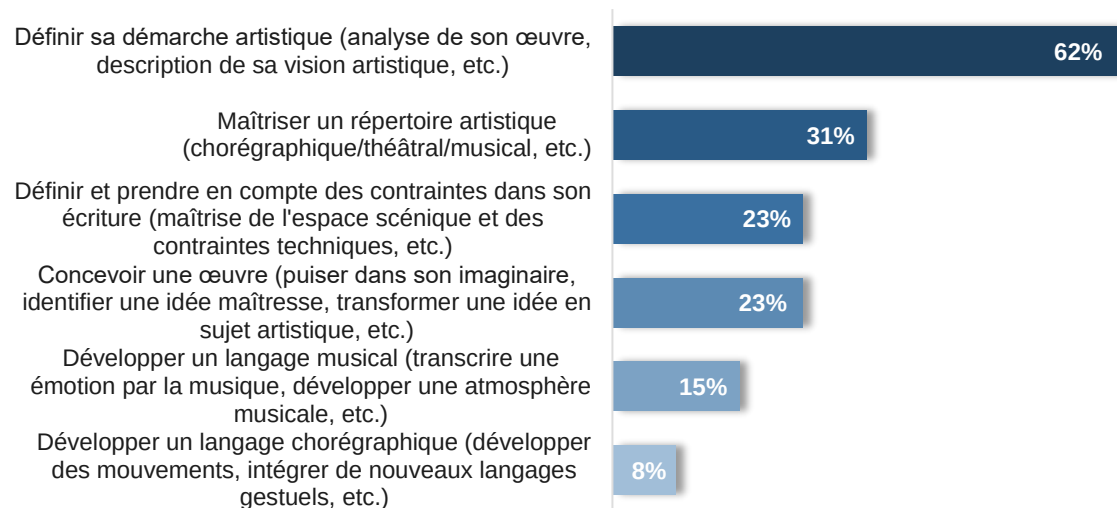
- Plus de 30% des entreprises du spectacle vivant interrogées considèrent cette compétence comme étant à fort enjeu.
- Alors que près de 50% d'entre elles affirment avoir des besoins en développement de cette compétence (besoins importants pour 23% d'entre elles), 48% éprouvent des difficultés pour trouver cette compétence chez les travailleurs.

Métiers et compétences et fort enjeu en Bretagne

Écrire dans le cadre d'un projet artistique – les domaines valorisés par les entreprises

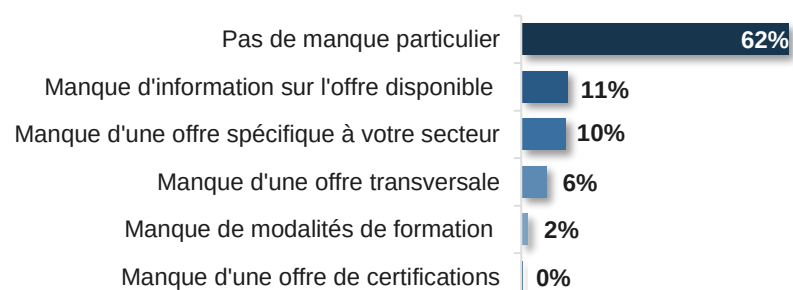
Les domaines de compétences privilégiés par les entreprises

Source : enquête et traitement Kyu Lab



Avis des entreprises sur l'offre de formation disponible

Source : enquête et traitement Kyu Lab



La définition de la démarche artistique principale domaine de compétences privilégié.

- Plus de 6 entreprises sur 10 du secteur du spectacle vivant interrogées mettent en avant la capacité à définir sa démarche artistique dans le cadre de l'écriture d'un projet artistique. L'analyse de son œuvre, la capacité à décrire sa vision artistique sont ainsi des aspects particulièrement privilégiés par les entreprises du secteur.
- En second lieu, les entreprises du spectacle vivant mettent en avant un aspect plus technique de l'écriture : la maîtrise d'un répertoire artistique. Celle-ci doit permettre aux artistes de se positionner par rapport à une catégorie d'œuvre dans laquelle ils s'inscrivent.
- Si cette compétence est particulièrement importante pour les artistes, il ne semble pas y avoir de manque particulier dans l'offre de formation. Celle-ci apparaît ainsi relativement complète et connue par une majorité d'entreprises du secteur.

Métiers et compétences et fort enjeu en Bretagne

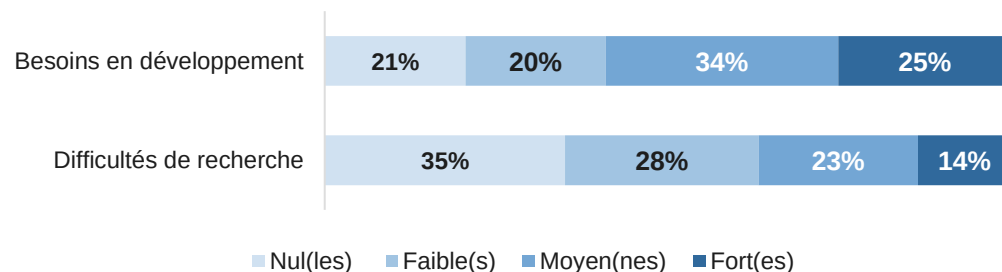
Animer et gérer des équipes – les enjeux pour les entreprises

Enjeu : les professionnels bretons cherchent à optimiser leur gestion des ressources humaines, notamment en matière de recrutement ou de fidélisation des saisonniers, et appliquent de plus en plus des pratiques de management nouvelles.

Secteurs concernés : Hôtellerie de plein air, Espaces de loisirs, d'attractions et culturels, Organismes de tourisme, Spectacle vivant, Sport

Évaluation des besoins en développement et des difficultés de recherche de cette compétence par les entreprises

Source : enquête et traitement Kyu Lab



Aujourd'hui

41%

des entreprises interrogées
considèrent cette compétence comme
ayant un enjeu fort pour leur activité

Plus de la moitié des entreprises souhaitent développer des compétences en management.

- Alors que plus de 40% des entreprises interrogées considèrent que la compétence d'animation et de gestion des équipes a un fort enjeu pour leur activité, plus de la moitié d'entre elles cherchent à la développer.
- Les entreprises des secteurs de l'audiovisuel, des espaces de loisirs, d'attractions et culturels et, dans une moindre mesure, du secteur de l'hôtellerie de plein air considèrent davantage cette compétence comme ayant un fort enjeu.
- À l'inverse, selon les entreprises des secteurs du spectacle vivant, du sport et de la publicité, cette compétence a un enjeu moins important pour leur activité.

De nombreux métiers sont concernés par ce besoin en compétences

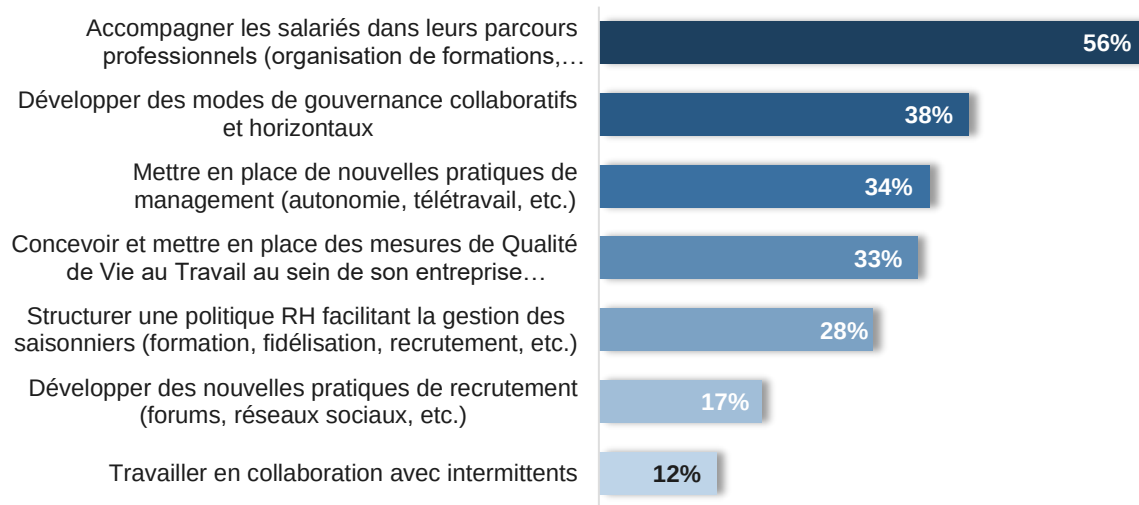
- Outre les métiers de la direction (producteurs, directeurs de clientèle, directeurs artistiques, managers de proximité...), les fonctions bénévoles sont également concernées par ce besoin de développer des compétences d'animation et de gestion des équipes (président, chargés des RH...).

Métiers et compétences et fort enjeu en Bretagne

Animer et gérer des équipes – les domaines valorisés par les entreprises

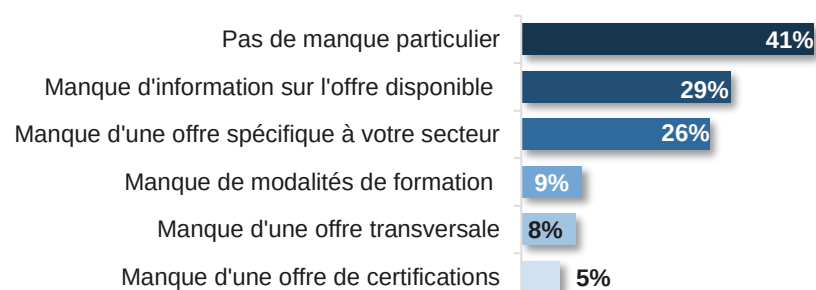
Les domaines de compétences privilégiés par les entreprises

Source : enquête et traitement Kyu Lab



Avis des entreprises sur l'offre de formation disponible

Source : enquête et traitement Kyu Lab



L'accompagnement des salariés dans leur parcours professionnel, principal domaine de compétence privilégié par les entreprises.

- Plus de 50% des entreprises interrogées cherchent à privilégier l'accompagnement des salariés dans leur parcours de formation. Ce constat est partagé par de nombreux secteurs de l'Afdas et notamment l'audiovisuel, l'hôtellerie de plein air, le spectacle et le sport pour lesquels la gestion des parcours peut s'avérer délicate du fait des spécificités de l'emploi (emploi intermittent et emploi saisonnier).
- Alors que les secteurs du spectacle vivant et du sport se caractérisent par la volonté de développer des modes de gouvernance plus horizontaux et collaboratifs, l'hôtellerie de plein air et les espaces de loisirs, d'attractions et culturels privilégient la capacité à structurer une politique RH facilitant la gestion des saisonniers.
- La mise en place de nouvelles pratiques de management ainsi que la conception et la mise en place de mesures de QVT sont davantage privilégiées par les entreprises des secteurs de l'audiovisuel et des organismes de tourisme.

Les certifications et formations proposées sont jugées plutôt satisfaisantes.

- Pour la majorité des entreprises interrogées, l'offre de formation ne fait pas apparaître de manque particulier.
- Alors que certaines entreprises de l'hôtellerie de plein air soulignent un manque de formations spécifiques à leur secteur, les entreprises des secteurs du sport, du spectacle vivant et des espaces de loisirs, d'attractions et culturels pointent pour certaines un manque d'information sur l'offre disponible.

L'offre de formation disponible pour les secteurs du périmètre de l'Afdas

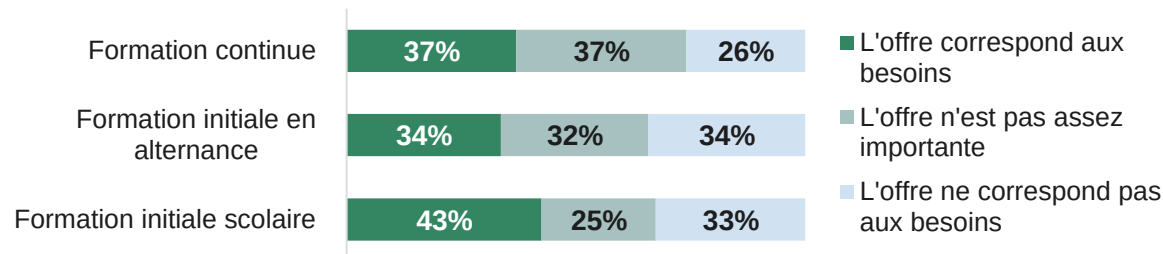
5 /

L'offre de formation disponible pour les secteurs de l'Afdas

Une offre de formation ne correspondant pas à tous les secteurs

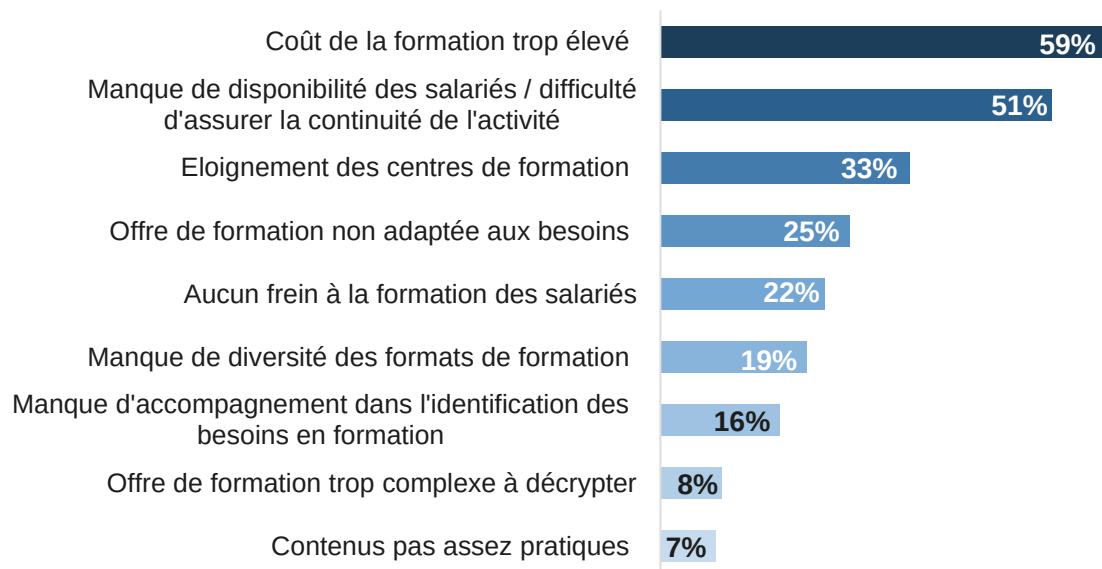
Avis des entreprises sur l'offre de formation disponible

Source : enquête AFDAS Bretagne 2020, traitement KYU LAB



Les freins au recours à la formation selon les entreprises

Source : enquête AFDAS Bretagne 2020, traitement KYU LAB



Des avis partagés sur l'offre de formation

- Les entreprises interrogées présentent un avis global partagé sur l'offre de formation initiale en alternance et sur l'offre de formation continue puisque si au moins un tiers d'entre elles la considère adaptée à leurs besoins, les deux tiers la considèrent insuffisante ou non adaptée à leurs besoins.
- La formation initiale scolaire correspond un peu plus aux besoins des entreprises interrogées, puisque 4 sur 10 la considèrent adaptée.
- Parmi les secteurs relevant du périmètre de l'Afdas, **les secteurs de l'hôtellerie de plein air et des espaces de loisirs, d'attractions et culturels trouvent davantage que l'offre ne correspond pas à leurs besoins.**
- À l'inverse, les secteurs de l'audiovisuel, de la publicité et des organismes de tourisme sont davantage satisfaits de l'offre existante.
- Les acteurs du spectacle vivant et du sport apparaissent plus partagés puisqu'un tiers environ estime l'offre de formation continue et initiale en apprentissage adaptée alors que les deux autres tiers la considèrent ou inadaptée ou insuffisante.

Deux principaux freins au recours à la formation

- **Le coût de la formation jugé trop élevé et le manque de disponibilité des salariés sont les deux principaux freins** à la formation, l'ensemble des secteurs interrogés le souligne
- Alors que les entreprises interrogées de l'audiovisuel expriment avant tout le manque de disponibilité des salariés, elles notent également l'éloignement des centres de formation de la même manière que le spectacle vivant.
- Dans l'hôtellerie de plein air, outre le coût élevé et le manque de disponibilité des salariés, les entreprises soulignent également le manque d'accompagnement dans l'identification de leurs besoins.
- La presse et les agences de presse ainsi que les organismes de tourisme mettent eux en avant un manque de diversité dans les formats de formation.

L'offre de formation disponible pour les secteurs de l'Afdas

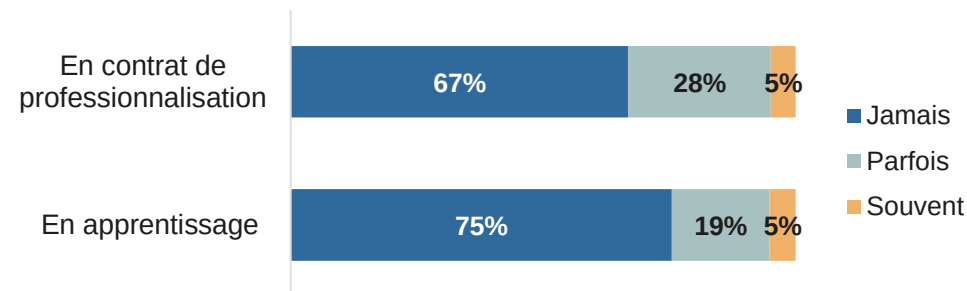
Un recours encore limité à l'alternance

Des recours différenciés à la formation en alternance

- Le **recours à l'alternance est globalement limité** dans les entreprises bretonnes des secteurs relevant du périmètre de l'Afdas. 2/3 n'ont jamais recours aux contrats de professionnalisation et 3/4 n'ont jamais recours à l'apprentissage. À l'inverse, seules 5% d'entre elles y ont souvent recours.
- Les secteurs du **spectacle vivant** et de manière plus importante de **l'hôtellerie de plein air** et du **sport** sont les secteurs ayant le **plus recours** à ces modalités de formation.
- Si un peu moins d'une entreprise sur trois juge qu'elle n'a pas de besoin particulier justifiant un recours à l'alternance, des **freins** sont clairement identifiés par les entreprises. Alors que les **profils ne sont pas adaptés ou difficiles à intégrer**, les **rythmes peuvent également être des freins à ce mode de formation de même que le coût que cela peut représenter**.
- Les entreprises de **l'hôtellerie de plein air** et du **spectacle vivant** mettent en avant la **non-adaptation des rythmes de l'entreprise et de l'alternance**. Cela peut s'expliquer par l'importance du travail saisonnier dans l'hôtellerie de plein air et par le recours à l'emploi intermittent pour le spectacle vivant.
- Les entreprises du sport pointent davantage le coût de cette modalité de formation, celles du secteur des espaces de loisirs, d'attractions et culturels l'explique par l'absence de formation adaptée localement.

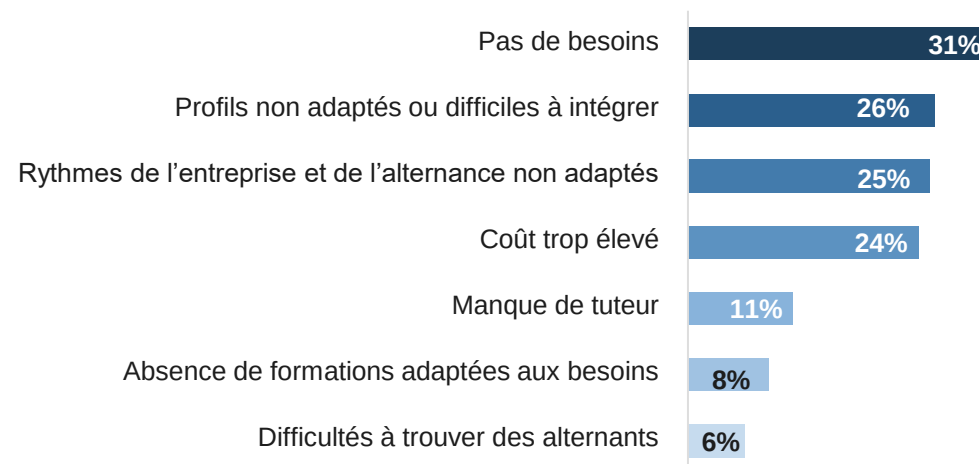
Évaluation du recours à l'alternance par les entreprises

Source : enquête AFDAS Bretagne 2020, traitement KYU LAB



Les freins au recours à l'alternance selon les entreprises

Source : enquête AFDAS Bretagne 2020, traitement KYU LAB

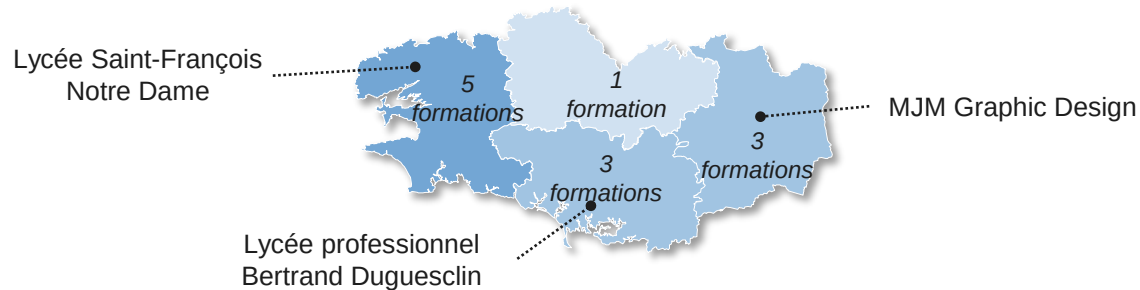


L'offre de formation disponible pour le secteur de l'audiovisuel

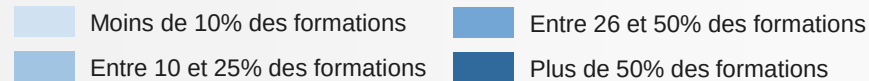
L'offre de formation initiale

Répartition des formations dans la région

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab

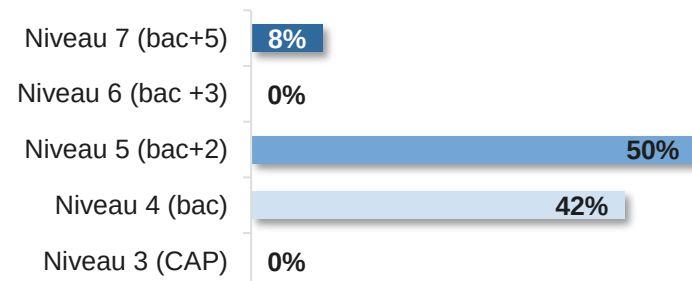


Légende



Répartition des formations par niveau de diplôme en Bretagne

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab



9

Diplômes en
Bretagne

12

Formations en
Bretagne

Liste des diplômes pouvant mener aux métiers du secteur

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab

Niveau 4 (bac)

Bac pro Systèmes numériques option B Audiovisuels, réseau et équipement domestiques

Bac pro Artisanat et métiers d'art option communication visuelle plurimédia

Niveau 5 (bac+2)

Certificat supérieur de formation professionnelle de montage vidéo

BTS Métiers de l'audiovisuel option métiers de l'image

BTS Métiers de l'audiovisuel option métiers du son

BTS Métiers de l'audiovisuel option métiers du montage et de la post-production

DUT Information-communication option journalisme

Motion Design (MJM Graphic Design)

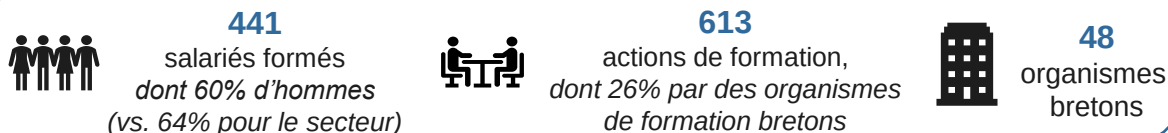
Niveau 7 (bac+5)

Master Droit, économie, gestion mention information, communication

L'offre de formation disponible pour le secteur de l'audiovisuel

L'offre de formation continue

Chiffres clés



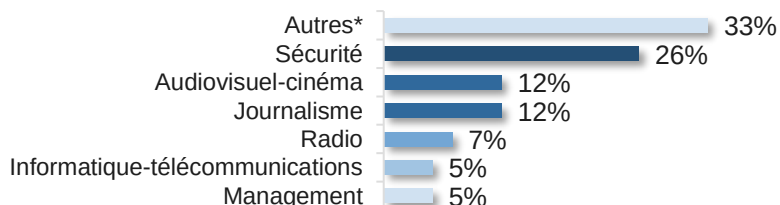
Répartition des organismes de formations dans la région

Source : données Afdas, traitement Kyu Lab



Répartition des salariés formés par thème

Source : données Afdas, traitement Kyu Lab



*La catégorie « autres » regroupe une large palette de formations allant des langues aux ressources humaines en passant par la communication.

Des actions de formation concentrées sur les thématiques de sécurité, d'audiovisuel-cinéma et de journalisme

- Les actions de formation concernent essentiellement des salariés permanents issus d'entreprises de 300 salariés ou plus (58% des actions de formation) comme France Télévision).
- Parmi les principales thématiques consommées figurent la **sécurité** (secourisme, incendie), certaines formations **audiovisuelles** (post-production, montage) ainsi qu'en **journalisme** (prise de vue reportage vidéos, commentaire sur image, écriture web, enquête reportage et secrétariat de rédaction) et en **radio** (réalisation-animation).

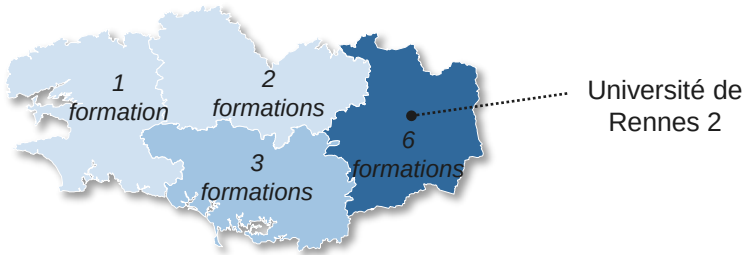
Des organismes bretons principalement mobilisés pour les domaines de la radio et des langues

- Les organismes de formation bretons concentrent **26% des actions de formation** auprès de salariés de l'audiovisuel en Bretagne, source : données Afdas, 2019 traitement Kyu Lab).
- Par rapport aux organismes d'autres régions, ils sont davantage **mobilisés sur les thématiques de radio** (réalisation-animation, administration-gestion), de **langues** (breton et anglais), de **qualité de vie au travail** et de prise de vue et de son.
- À l'inverse, ils sont **peu mobilisés** sur la plupart des **thématiques d'audiovisuel-cinéma et de journalisme**, ce qui pourrait témoigner d'un **manque d'offre**. Les formations en postproduction et montage sont principalement réalisées hors du territoire breton. De même, les formations en journalisme audiovisuel (prise de vue reportage vidéos, commentaire sur image), multimédia web (écriture web), de sécurité numérique ou de traitement de l'information (secrétariat de rédaction, thèmes d'actualité) sont exclusivement consommées dans des organismes extérieurs à la région.

L'offre de formation disponible pour l'exploitation cinématographique et la distribution de films

L'offre de formation initiale

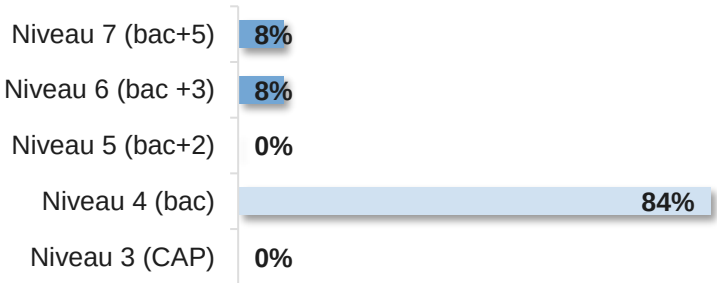
Répartition des formations dans la région
Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab



Légende



Répartition des formations par niveau de diplôme en Bretagne
Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab



Liste des diplômes pouvant mener aux métiers du secteur
Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab

Niveau 4 (bac)
Bac pro Métiers de l'accueil
Niveau 6 (bac+3)
Licence Arts, lettres, langues mention Arts du spectacle, parcours études cinématographiques
Niveau 7 (bac+5)
Master Arts, lettres, langues, mention cinéma et audiovisuel, parcours histoire et esthétique du cinéma

L'offre de formation disponible pour l'exploitation cinématographique et la distribution de films

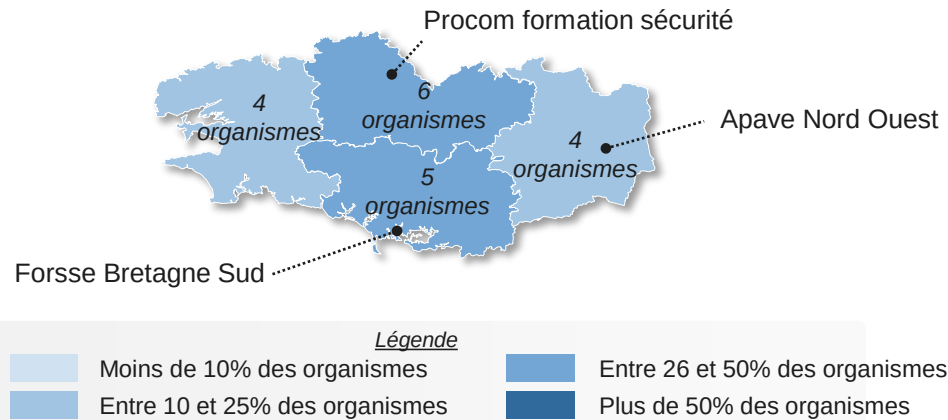
L'offre de formation continue

Chiffres clés



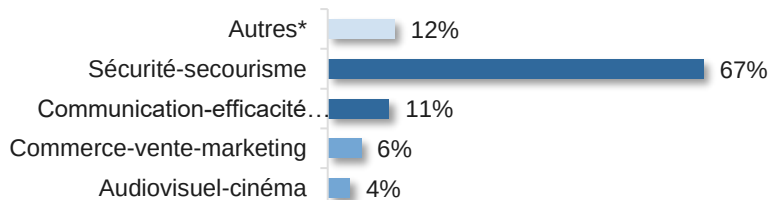
Répartition des organismes de formations dans la région

Source : données Afdas, traitement Kyu Lab



Répartition des salariés formés par thème

Source : données Afdas, traitement Kyu Lab



*La catégorie « autres » regroupe une large palette de formations allant du commerce-marketing à l'efficacité professionnelle, en passant par les langues.

Des actions de formation concentrées sur la sécurité et l'exploitation cinématographique

- Les actions de formation concernent majoritairement les salariés issus d'entreprises ayant entre 11 et 49 salariés ou entre 50 et 299 salariés (respectivement 47% et 47% des actions de formation), alors que 77% des établissements bretons ont moins de 6 salariés permanents (source : données Audiens 2018, traitement Kyu Lab).
- Parmi les principales thématiques consommées par les salariés y figurent la **sécurité** (secouriste du travail, incendie, habilitation électrique), la **gestion de la relation client**, l'**exploitation de salles de cinéma** (accueil, billetterie) et certains logiciels liés au commerce.

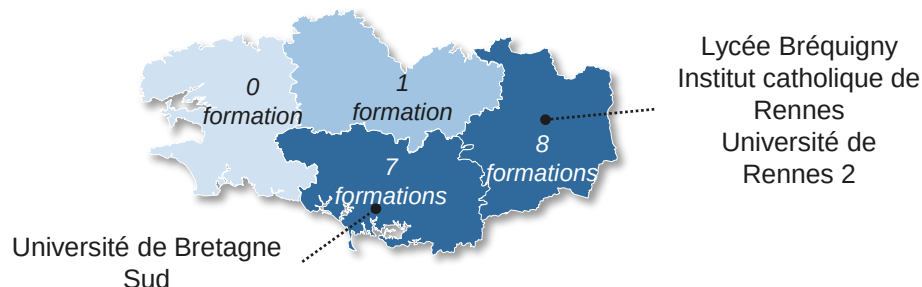
Des organismes bretons concentrant une part faible du volume des formations et paradoxalement peu mobilisés sur le cinéma

- Les organismes de formation bretons concentrent une part minoritaire du volume des formations (22% des actions de formation, source : données Afdas, 2019 traitement Kyu Lab).
- **Ceux-ci sont mobilisés par les entreprises de la région** sur les thématiques de **permis CACES**, la **maîtrise des logiciels graphiques** (Illustrator) et l'**accueil du public au cinéma**.
- **À l'inverse, la gestion de la relation client et les logiciels au commerce**, sont des formations essentiellement organisées et consommées auprès d'organismes de formation non bretons.

L'offre de formation disponible pour le secteur des éditions

L'offre de formation initiale

Répartition des formations dans la région
Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab

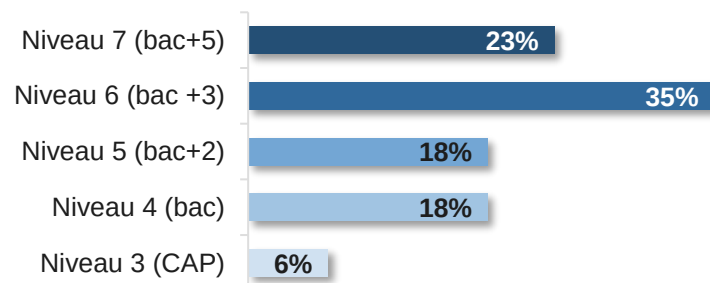


Légende



Répartition des formations par niveau de diplôme en Bretagne

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab



11

Diplômes en
Bretagne

15

Formations en
Bretagne

Liste des diplômes pouvant mener aux métiers du secteur

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab

Niveau 3 (CAP)

CAP Sérigraphie industrielle

Niveau 4 (bac)

BT Métiers de la musique

Bac pro Artisanat et métiers d'art option communication visuelle plurimédia

Niveau 5 (bac+2)

Concepteur graphique (MJM Graphic Design)

Niveau 6 (bac+5)

Licence Arts, lettres, langue mention lettres

Licence Arts, lettres, langues mention lettres modernes, parcours édition
DN MADE Diplôme national des métiers d'art et du design mention graphisme

Niveau 7 (bac+5)

Master Sciences humaines et sociales mention métiers du livre et de l'édition, parcours édition contemporaine et numérique

Master Sciences humaines et sociales mention métiers du livre et de l'édition, parcours document numérique

Master Sciences humaines et sociales mention métiers du livre et de l'édition, parcours Humanités numériques, lettres et lexicographie

Master Arts, lettres, langues mention métiers du livre et de l'édition

L'offre de formation disponible pour le secteur des éditions

L'offre de formation continue

Chiffres clés

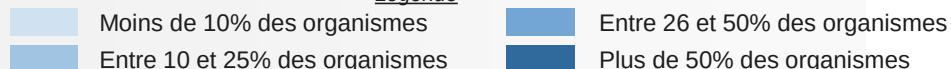


Répartition des organismes de formations dans la région

Source : données Afdas, traitement Kyu Lab

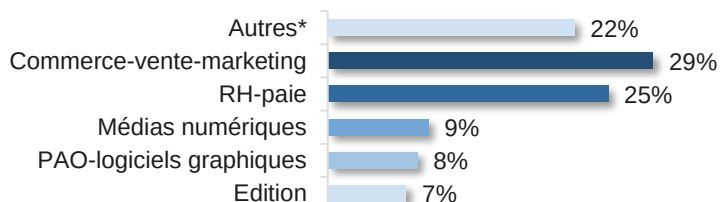


Légende



Répartition des salariés formés par thème

Source : données Afdas, traitement Kyu Lab



*La catégorie « autres » regroupe une large palette de formations allant de l'imprimerie au management, en passant par le règlement général sur la protection des données.

Des actions de formation concentrées sur la gestion commerciale, le marketing et les risques psychosociaux

- Les actions de formation concernent majoritairement les salariés issus d'entreprises ayant entre 11 et 49 salariés (source : données Adas, 2019, traitement Kyu Lab).
- Parmi les principales thématiques consommées par les salariés figurent la **gestion commerciale**, le **marketing**, les **risques psychosociaux**, le **droit de l'édition** (contrats de cession), les **stratégies de communication web**, et les **logiciels graphiques** (Photoshop).

Des organismes bretons concentrant une part élevée du volume des formations, mais peu mobilisés sur les formations en lien avec l'édition

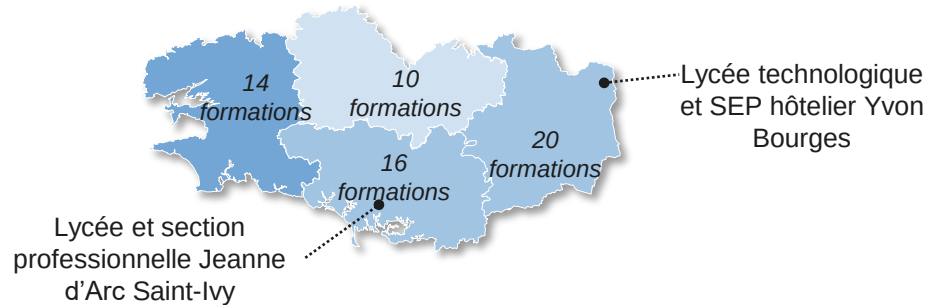
- Les organismes de formation bretons concentrent 69% des actions de formation, (source : données Afdas, 2019, traitement Kyu Lab) et sont principalement mobilisés par les entreprises bretonnes sur les thématiques de gestion commerciale et des risques psychosociaux.
- Bien que le secteur de l'édition de livres bénéficie de la présence de Livres en Bretagne qui propose des formations dans le domaine de l'édition, les formations plus spécifiques aux domaines des éditions sont essentiellement réalisées hors de Bretagne (droit d'édition, contrats de cession, logiciel spécifique à l'édition : Edit Liv, logiciel d'imprimerie, RGPD).

L'offre de formation disponible pour le secteur de l'hôtellerie de plein air

L'offre de formation initiale

Répartition des formations dans la région

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab

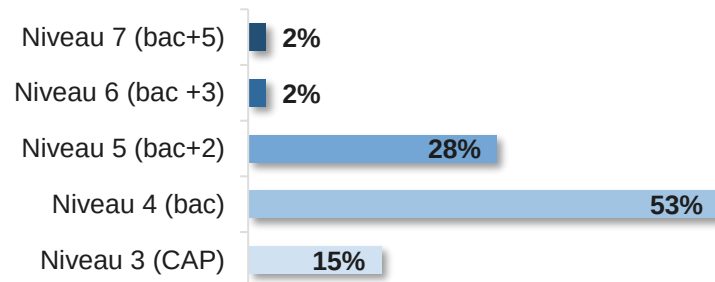


Légende



Répartition des formations par niveau de diplôme en Bretagne

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab



13

Diplômes en
Bretagne

60

Formations en
Bretagne

Liste des diplômes pouvant mener aux métiers du secteur

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab

Niveau 3 (CAP)
CAP Commercialisation et services en hôtel-café-restaurant
MC Employé barman
Niveau 4 (bac)
Bac pro Commercialisation et services en restauration
Bac pro Métiers de l'accueil
Bac techno STHR Sciences et technologies de l'hôtellerie et de la restauration
BP Arts du service et commercialisation en restauration
MC Accueil réception
Niveau 5 (bac+2)
BTS Management en hôtellerie restauration option A management d'unité de restauration
BTS Management en hôtellerie restauration option B management d'unité de production culinaire
BTS Management en hôtellerie restauration option C management d'unité d'hébergement
BTS Tourisme
Niveau 6 (bac+5)
Licence pro Droit, économie, gestion mention métiers du tourisme : communication et valorisation des territoires
Niveau 7 (bac+5)
Master Droit, économie, gestion mention tourisme

L'offre de formation disponible pour le secteur de l'hôtellerie de plein air

L'offre de formation continue

Chiffres clés



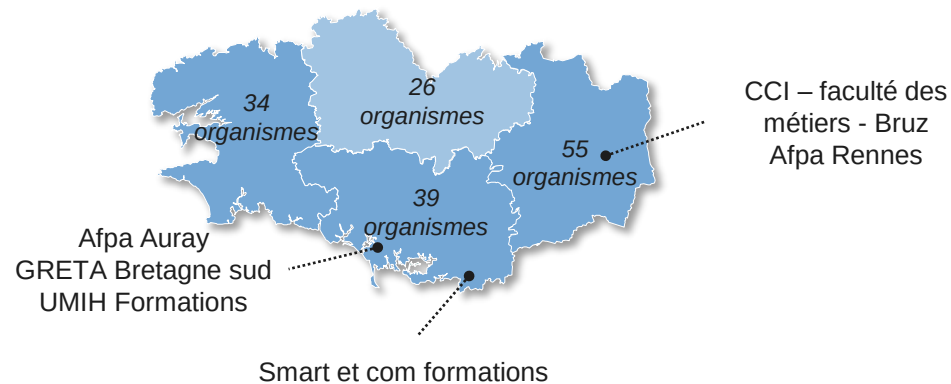
724
formations référencées
sur le site
GREF Bretagne



130
organismes
référencés via
GREF Bretagne

Répartition des organismes proposant des formations en Bretagne

Source : données GREF Bretagne et Pôle emploi



Légende

	Moins de 10% des organismes		Entre 26 et 50% des organismes
	Entre 10 et 25% des organismes		Plus de 50% des organismes

Une large palette de formations hôtelières disponibles dans la région

- **L'ensemble des CQP et titres professionnels du secteur sont accessibles sur le territoire.** Ils couvrent la **plupart des métiers de l'hébergement**, de la restauration et des activités touristiques et de loisirs, à savoir :
 - la **réception et/ou préparation des chambres** (CQP réceptionniste en hôtellerie de plein air, IFAC-Brest),
 - la **direction ou l'assistance de direction** (Responsable d'établissement touristique, Afpa Auray / Assistant manager en tourisme-hôtellerie-restauration, CCI du Morbihan),
 - la **maintenance des équipements** (CQP ouvrier qualifié de maintenance en hôtellerie de plein air, Arep 56),
 - la **restauration** (CQP Serveur en restauration, Afpa Rennes ou Auray),
 - l'**animation d'activités touristiques, de loisirs et/ou sportives** (Chargé d'accueil touristique et de loisirs, Afpa Rennes / Responsable de loisirs, Association Klaxon Rouge / CQP opérateur de parcours acrobatique en hauteur, Campus Sport Bretagne).
- **Parmi les formations non-certifiantes référencées** les principales thématiques abordées couvrent la **gestion de la relation client**, la **commercialisation des produits et services** (vente ciblée, fidélisation du public, gestion des coûts), le **management d'équipe** ou la **restauration** (hygiène alimentaire et permis d'exploitation de débits de boissons).

Certaines thématiques émergentes n'apparaissent pas ou peu dans l'offre de formation disponible

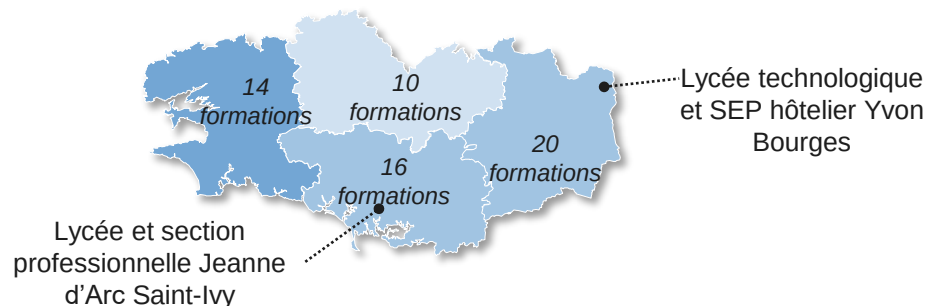
- **Les formations ouvertes aux professionnels du secteur en matière d'écologie sont peu nombreuses** : elles portent essentiellement sur la gestion de l'eau ou le compostage des biodéchets.
- **De même, les formations en management** n'abordent pas spécifiquement en l'état la gestion des travailleurs saisonniers.

L'offre de formation disponible pour le secteur des casinos-jeux

L'offre de formation initiale

Répartition des formations dans la région

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab

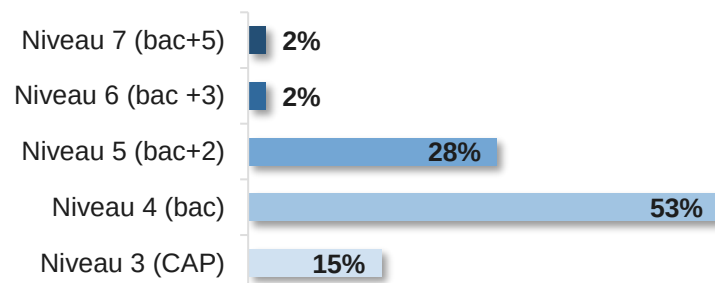


Légende



Répartition des formations par niveau de diplôme en Bretagne

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab



13

Diplômes en
Bretagne

60

Formations en
Bretagne

Liste des diplômes pouvant mener aux métiers du secteur

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab

Niveau 3 (CAP)

CAP Commercialisation et services en hôtel-café-restaurant

MC Employé barman

Niveau 4 (bac)

Bac pro Commercialisation et services en restauration

Bac pro Métiers de l'accueil

Bac techno STHR Sciences et technologies de l'hôtellerie et de la restauration

BP Arts du service et commercialisation en restauration

MC Accueil réception

Niveau 5 (bac+2)

BTS Management en hôtellerie restauration option A management d'unité de restauration

BTS Management en hôtellerie restauration option B management d'unité de production culinaire

BTS Management en hôtellerie restauration option C management d'unité d'hébergement

BTS Tourisme

Niveau 6 (bac+5)

Licence pro Droit, économie, gestion mention métiers du tourisme : communication et valorisation des territoires

Niveau 7 (bac+5)

Master Droit, économie, gestion mention tourisme

L'offre de formation disponible pour le secteur des casinos-jeux

L'offre de formation continue

Une formation des salariés des casinos-jeux délivrée essentiellement interne

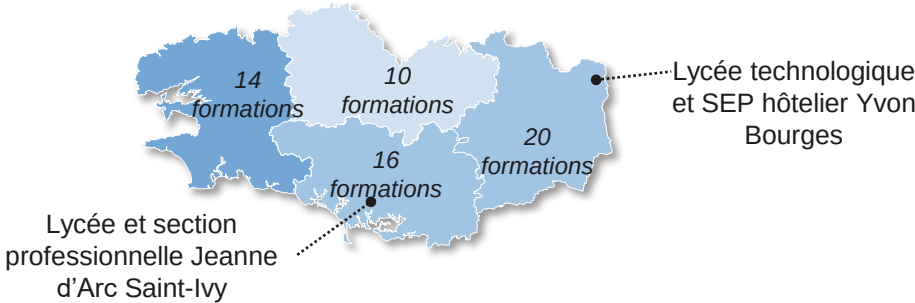
- Outre les formations relevant du domaine de l'hôtellerie-restauration, la région ne compte a priori pas d'organisme de formation dédié à la pratique des casinos-jeux.
- Il n'existe à l'heure actuelle que quelques formations de croupier au plan national, dont celles préparées par les établissements de la Cérus Casino Academy. Celle-ci compte à l'heure actuelle 6 établissements en France, situés notamment à Paris, Lyon, Marseille ou encore Bordeaux.
- Cette absence de formations sur le territoire peut générer des difficultés de recrutement et inciter les entreprises du secteur à se tourner vers la formation interne.

L'offre de formation disponible pour les espaces de loisirs, d'attractions et culturels

L'offre de formation initiale

Répartition des formations dans la région

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab

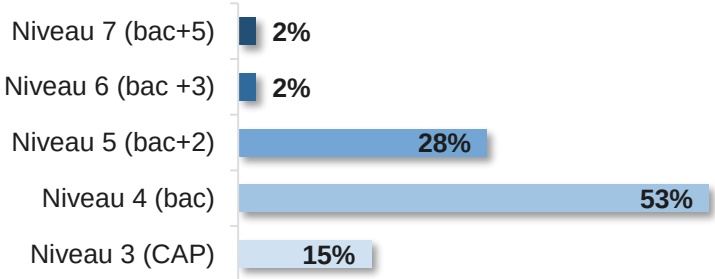


Légende



Répartition des formations par niveau de diplôme en Bretagne

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab



13

Diplômes en
Bretagne

60

Formations en
Bretagne

Liste des diplômes pouvant mener aux métiers du secteur

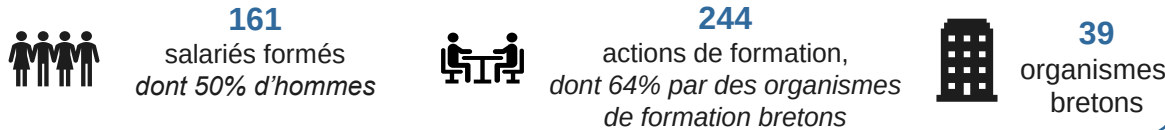
Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab

Niveau 3 (CAP)
CAP Commercialisation et services en hôtel-café-restaurant
MC Employé barman
Niveau 4 (bac)
Bac pro Commercialisation et services en restauration
Bac pro Métiers de l'accueil
Bac techno STHR Sciences et technologies de l'hôtellerie et de la restauration
BP Arts du service et commercialisation en restauration
MC Accueil réception
Niveau 5 (bac+2)
BTS Management en hôtellerie restauration option A management d'unité de restauration
BTS Management en hôtellerie restauration option B management d'unité de production culinaire
BTS Management en hôtellerie restauration option C management d'unité d'hébergement
BTS Tourisme
Niveau 6 (bac+5)
Licence pro Droit, économie, gestion mention métiers du tourisme : communication et valorisation des territoires
Niveau 7 (bac+5)
Master Droit, économie, gestion mention tourisme

L'offre de formation disponible pour les espaces de loisirs, d'attractions et culturels

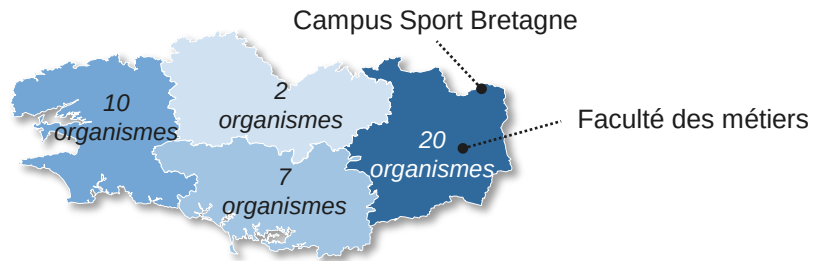
L'offre de formation continue

Chiffres clés



Répartition des organismes de formations dans la région

Source : données Afdas, traitement Kyu Lab

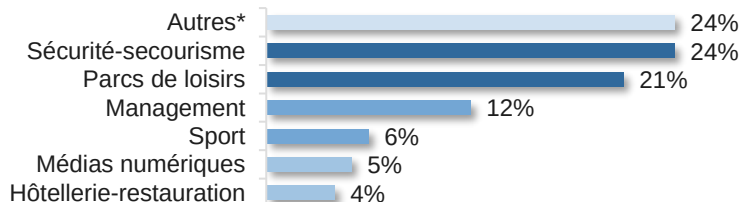


Légende



Répartition des salariés formés par thème

Source : données Afdas, traitement Kyu Lab



*La catégorie « autres » regroupe une large palette de formations allant du commerce-marketing à l'efficacité professionnelle, en passant par les langues.

Des actions de formation concentrées sur la sécurité et certains CQP dans les loisirs et sur les petites et moyennes entreprises

- Les actions de formation concernent majoritairement les salariés issus d'entreprises de moins de 11 salariés (62% des actions de formation, source : données Afdas, 2019; traitement Kyu Lab).
- Parmi les principales thématiques consommées par les salariés permanents du secteur figurent la **sécurité** (secourisme, incendie, habilitation électrique), **certaines CQP en lien avec l'activité des parcs de loisirs** (Opérateur de parcours acrobatique en hauteur, Employé restauration rapide, Vendeur en espaces de loisirs), le **management** (gestion des conflits, management d'équipe) et le **sport** (fitness).

Des organismes bretons concentrant une part élevée du volume des formations

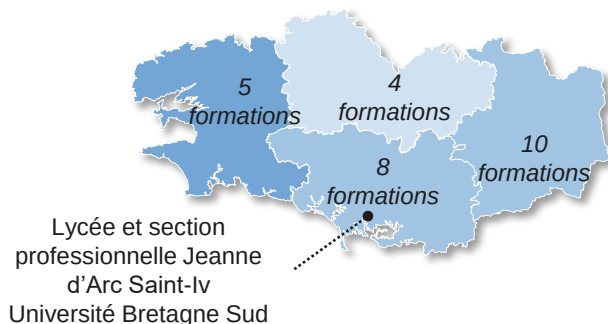
- Les organismes de formation bretons concentrent 64% des salariés formés et 64% des actions de formation, source : données Afdas, traitement Kyu Lab).
- Ceux-ci sont **principalement mobilisés** sur les thématiques de **sécurité-secourisme, d'hôtellerie-restauration** (CQP Barman, hygiène-restauration), de **maintenance des terrains sportifs** et sur certaines formations de **management** (gestion des conflits).
- Si les formations menant au CQP Opérateur de parcours acrobatique en hauteur sont à la fois organisés par des organismes bretons et dans les organismes d'autres régions, celles menant aux **CQP Employé restauration rapide** et **Vendeur en espaces de loisirs**, ainsi que les formations relatives à **l'animation touristique** et aux **métiers de la forme** (aquagym, aquabike), **sont essentiellement suivies hors de la région**.

L'offre de formation disponible pour les organismes de tourisme

L'offre de formation initiale

Répartition des formations dans la région

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab

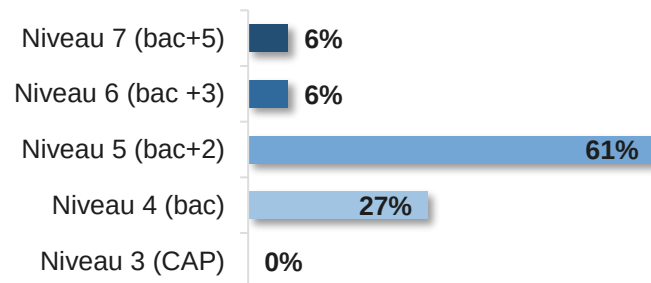


Légende



Répartition des formations par niveau de diplôme en Bretagne

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab



5

Diplômes en
Bretagne

27

Formations en
Bretagne

Liste des diplômes pouvant mener aux métiers du secteur

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab

Niveau 4 (bac)
Bac pro Métiers de l'accueil
MC Accueil réception
Niveau 5 (bac+2)
BTS Tourisme
Niveau 6 (bac+3)
Licence pro Droit, économie, gestion mention métiers du tourisme : communication et valorisation des territoires
Niveau 7 (bac+5)
Master Droit, économie, gestion mention tourisme

L'offre de formation disponible pour les organismes de tourisme

L'offre de formation continue

Chiffres clés



53

actions de formations
prévues par OTB* en 2020

**Fédération des offices de tourisme de Bretagne*

Une offre de formations proposée par la Fédération des offices de tourisme de Bretagne couvrant les principales thématiques du secteur

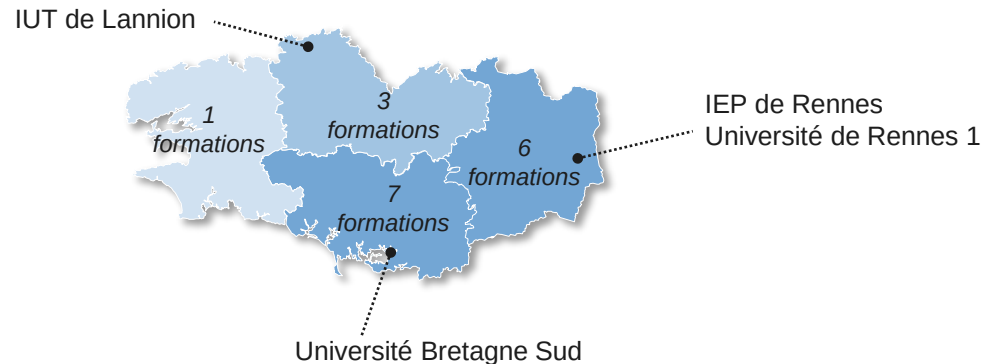
- La **Fédération régionale des offices de tourisme en Bretagne (OTB)** propose des formations pour les salariés des offices de tourisme et l'ensemble du secteur du tourisme. **Ces formations sont relativement nombreuses** (53 prévues en 2020) **au regard du nombre de salariés dans le secteur** (près de 600 salariés). Elles sont réalisées dans le Morbihan, à Pontivy et sont le plus souvent non-certifiantes.
- **Les formations proposées intègrent les principales problématiques générées par les évolutions du secteur :**
 - **Accueil-langues-guidage** : accueillir et orienter les personnes en situation de handicap ; conseil en séjour ; patrimoine architectural, etc. ;
 - **Stratégie commerciale** : tourisme durable ; public excursionniste / commercialisation de « produits groupés » ; boutique de l'office de tourisme (merchandising, partenariats, etc.) ;
 - **Numérique et e-tourisme** : CRM ; parcours clients ; e-commerce ; animation d'un projet web marketing appliqué au tourisme ; communication sur les réseaux sociaux ; animation numérique de territoire ; community manager de destination (e-réputation...), etc. ;
 - **Pilotage de structure** : travail en mode projet ; management de proximité ; droit du travail, etc.

L'offre de formation disponible pour la presse et les agences de presse

L'offre de formation initiale

Répartition des formations dans la région

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab

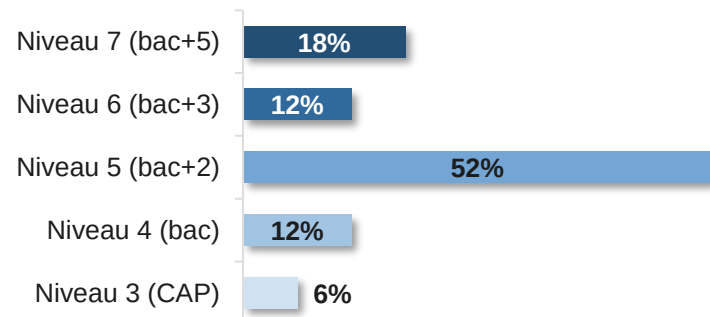


Légende



Répartition des formations par niveau de diplôme en Bretagne

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab



8

Diplômes en
Bretagne

17

Formations en
Bretagne

Liste des diplômes pouvant mener aux métiers du secteur

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab

Niveau 3 (CAP)

CAP Sérigraphie industrielle

Niveau 4 (bac ou bac+1)

Bac pro Artisanat et métiers d'art option communication visuelle plurimédia

Niveau 5 (bac+2)

DUT Information-communication option journalisme

BTS Communication

Niveau 6 (bac+3)

Licence Sciences humaines et sociales mention information-communication, parcours journalisme multimédia et réseaux sociaux

Licence pro Métiers de l'information : métiers du journalisme et de la presse

Niveau 7 (bac+5)

Master pro Droit, économie, gestion mention sciences politiques spécialité journalisme : reportage et enquête

Master Droit, économie, gestion mention information, communication

L'offre de formation disponible pour la presse et les agences de presse

L'offre de formation continue

Chiffres clés

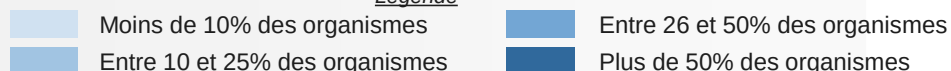


Répartition des organismes de formations dans la région

Source : données Afdas, traitement Kyu Lab

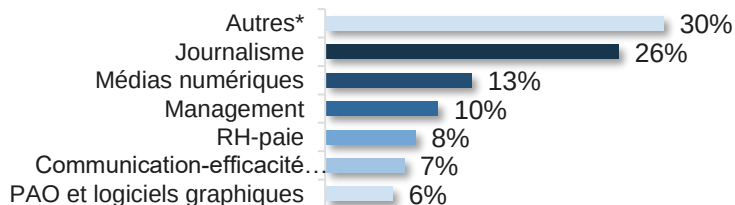


Légende



Répartition des salariés formés par thème

Source : données Afdas, traitement Kyu Lab



*La catégorie « autres » regroupe une large palette de formations allant de la presse à la sécurité-secourisme, en passant par les langues ou le commerce-marketing.

Des actions de formation concentrées sur les thématiques de journalisme et de communication numérique

- Les actions de formation concernent presque exclusivement des salariés issus d'entreprises de 300 salariés ou plus (95% des actions de formation) comme Ouest France ou le Télégramme, alors que 59% des établissements bretons ont moins de 6 salariés permanents (source : données Audiens 2018, traitement Kyu Lab).
- Parmi les principales thématiques consommées par les salariés figurent notamment le **journalisme** (écriture web, rédacteur en ligne, écriture rédaction) et les **stratégies de communication numérique** (contenu éditorial web, culture et stratégie digitale, Google apps).

Des organismes bretons peu mobilisés sur les domaines liés au journalisme

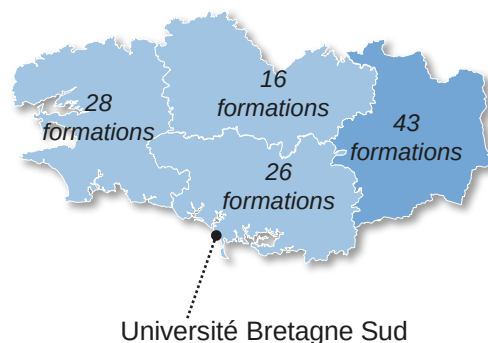
- Les organismes de formation bretons concentrent 20% des actions de formation, source : données Afdas, 2019 traitement Kyu Lab).
- Ces actions de formation régionales portent essentiellement sur les thématiques transverses telles que les **ressources humaines** (droit du travail, représentation du personnel) et le **secourisme** ainsi que sur des thématiques de **communication web** et de **stratégie digitale**.
- Les formations portant sur les thématiques de **journalisme** (en particulier celles de journaliste en ligne, d'écriture web ou d'écriture rédaction) sont **peu réalisées par des organismes bretons**. De la même manière, les formations relatives au **contenu éditorial web** et la **conduite de projets** notamment sont principalement organisées hors de la région.

L'offre de formation disponible pour la distribution directe

L'offre de formation initiale

Répartition des formations dans la région

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab

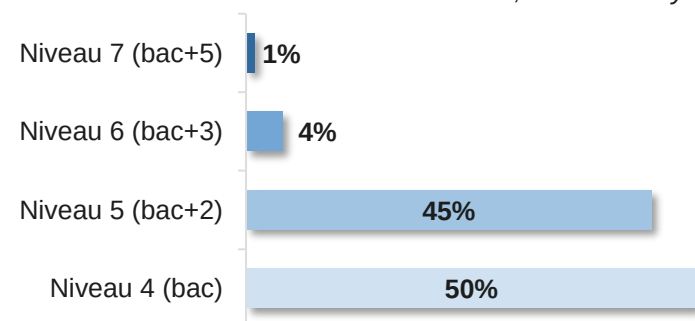


Légende



Répartition des formations par niveau de diplôme en Bretagne

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab



7

Diplômes en
Bretagne

113

Formations en
Bretagne

Liste des diplômes pouvant mener aux métiers du secteur

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab

Niveau 4 (bac ou bac+1)

Bac pro Métiers de l'accueil

Bac pro Métiers du commerce et de la vente option A animation et gestion de l'espace commercial

Niveau 5 (bac+2)

BTS Management commercial opérationnel

BTS Technico-commercial

Niveau 6 (bac+3)

Licence pro Management des activités commerciales

Licence pro Commercialisation de produits et de services

Niveau 7 (bac+5)

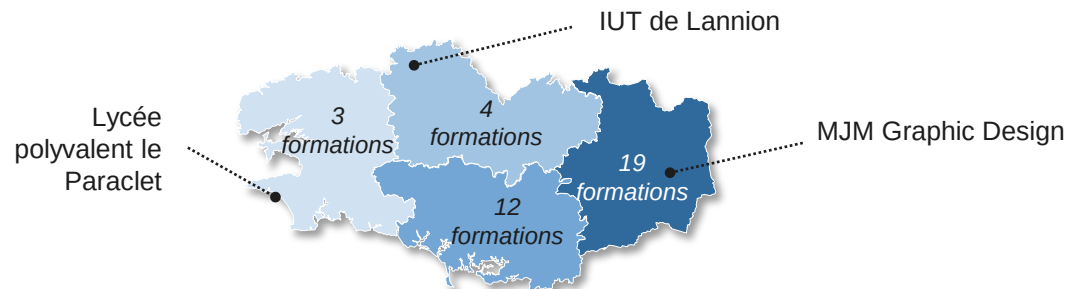
Master Droit, économie, gestion, mention marketing, spécialité marketing stratégique et opérationnel

L'offre de formation disponible pour le secteur de la publicité

L'offre de formation initiale

Répartition des formations dans la région

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab

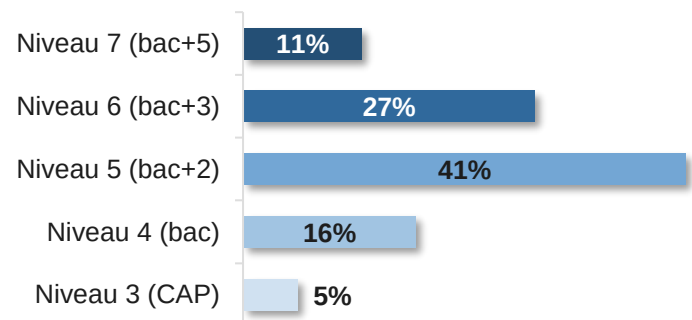


Légende



Répartition des formations par niveau de diplôme en Bretagne

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab



22

Diplômes en
Bretagne

38

Formations en
Bretagne

Liste des diplômes pouvant mener aux métiers du secteur

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab

Niveau 3 (CAP)

CAP Sérigraphie industrielle

CAP Signalétique et décors graphiques

Niveau 4 (bac ou bac+1)

Bac pro Artisanat et métiers d'art option communication visuelle plurimédia

Bac pro Réalisation de produits imprimés et plurimédia option A productions graphiques

Bac pro Réalisation de produits imprimés et plurimédia option B productions imprimées

Niveau 5 (bac+2)

BTS Communication

Concepteur graphique (IJM Graphic Design)

DUT Information-communication option communication des organisations

DUT Information-communication option journalisme

Niveau 6 (bac+3)

Chef de projet en communication et publicité

Communication graphique

Concepteur designer graphique (LISAA)

DN MADE Diplôme national des métiers d'art et du design mention graphisme

DN MADE Diplôme national des métiers d'art et du design mention numérique

Licence Sciences humaines et sociales mention information-communication

Responsable de la communication (ESG)

Responsable marketing et commercial (programme bachelor)

Responsable marketing et communication

Niveau 7 (bac+5)

Expert en stratégie digitale

Manager marketing et développement commercial (ESG)

Master Droit, économie, gestion mention information, communication

Master of Science in Digital Marketing and Communication

L'offre de formation disponible pour la publicité et la distribution directe

L'offre de formation continue

Chiffres clés



Répartition des organismes de formations dans la région

Source : données Afdas, traitement Kyu Lab

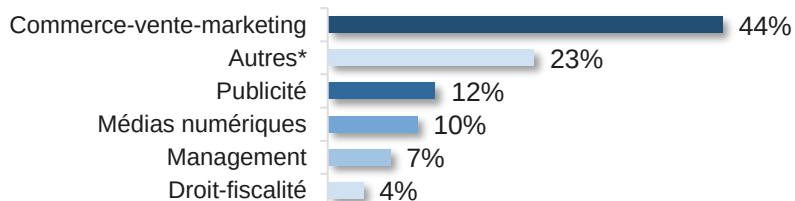


Légende



Répartition des salariés formés par thème

Source : données Afdas, traitement Kyu Lab



*La catégorie « autres » regroupe une large palette de formations allant de la bureautique à la sécurité-secourisme, en passant par la communication.

Des actions de formation concentrées sur les thématiques de commerce-vente-marketing et les entreprises de taille élevée

- Les actions de formation concernent principalement des salariés issus d'entreprises de 50 salariés ou plus (83% des actions de formation) comme Europe Régie Ouest ou Hebdos communication.
- Parmi les principales thématiques consommées par les salariés figurent notamment la **gestion commerciale**, le **web marketing**, les **stratégies de communication web et publicité**, le management, le règlement général sur la protection des données et l'achat-vente d'espaces publicitaires.

Des organismes bretons concentrant une part élevée du volume des formations et mobilisés sur le web marketing et l'e-communication

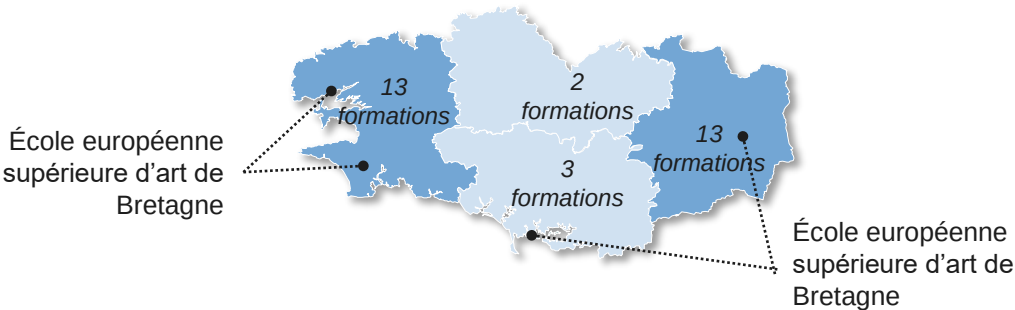
- Les organismes de formation bretons concentrent 46% des actions de formation, source : données Afdas, 2020, traitement Kyu Lab).
- L'offre de formation bretonne répond aux besoins des entreprises sur les thématiques de **web marketing**, de **communication web** de **stratégie digitale**, et sur **quelques thématiques liées à la publicité** (logiciels spécifiques, campagne publicitaire, e-publicité) dont les formations sont principalement consommées en Bretagne.
- Les **formations publicitaires** (achat-vente d'espace publicitaire), de **gestion commerciale** (CRM) et sur le **règlement général sur la protection des données**, sont en revanche essentiellement réalisées dans des organismes d'autres régions.

L'offre de formation disponible pour le spectacle vivant

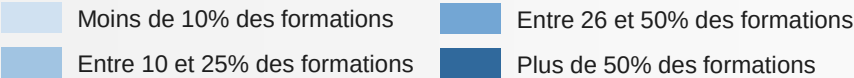
L'offre de formation initiale

Répartition des formations dans la région

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab

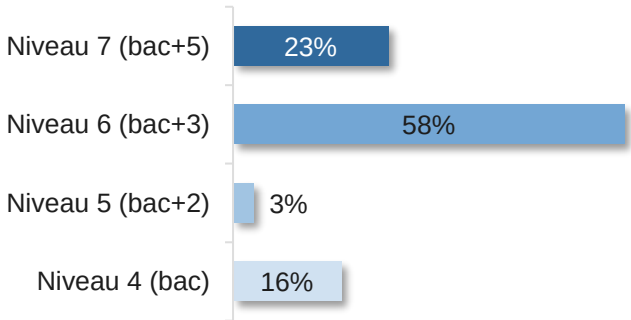


Légende



Répartition des formations par niveau de diplôme en Bretagne

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab



19

Diplômes en
Bretagne

31

Formations en
Bretagne

Liste des diplômes pouvant mener aux métiers du secteur

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab

Niveau 4 (bac ou bac+1)
Bac techno STD2A sciences et technologies du design et des arts appliqués
BT Métiers de la musique
Diplôme d'études musicales
Niveau 5 (bac+2)
Certificat supérieur de formation professionnelle de montage vidéo
Niveau 6 (bac+3)
Diplôme national supérieur professionnel de comédien
Diplôme national supérieur professionnel de musicien
DN MADE Diplôme national des métiers d'art et du design mention graphisme
DN MADE Diplôme national des métiers d'art et du design mention instrument
DN MADE Diplôme national des métiers d'art et du design mention matériaux
DN MADE Diplôme national des métiers d'art et du design mention numérique
DN MADE Diplôme national des métiers d'art et du design mention objet
DNA Diplôme national d'art option art
DNA Diplôme national d'art option communication
DNA Diplôme national d'art option design
Licence Arts, lettres, langues mention lettres
Design d'objets
Niveau 7 (bac+5)
DNSEP Diplôme national supérieur d'expression plastique option art
DNSEP Diplôme national supérieur d'expression plastique option communication
DNSEP Diplôme national supérieur d'expression plastique option design

L'offre de formation disponible pour le spectacle vivant

L'offre de formation continue

Chiffres clés



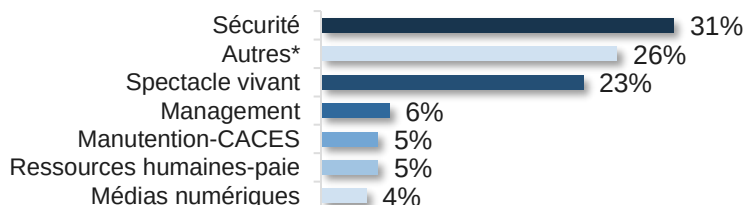
Répartition des organismes de formations dans la région

Source : données Afdas, traitement Kyu Lab



Répartition des salariés formés par thème

Source : données Afdas, traitement Kyu Lab



*La catégorie « autres » regroupe une large palette de formations allant de la comptabilité au montage audiovisuel, en passant par la communication.

Des actions de formation concentrées sur les thématiques de sécurité et d'administration culturelle

- Les actions de formation concernent principalement des salariés permanents issus d'entreprises de 11 à 49 salariés (42% des actions de formation, source : données Afdas, 2019; traitement Kyu Lab).
- Parmi les principales thématiques consommées par les salariés figurent la **sécurité** (secourisme, incendie, habilitation électrique) et l'**administration culturelle** (gestion de structure culturelle, médiation culturelle, contrats et paie du spectacle, accueil du public et billetterie, management artistique et de projet culturel, relations publiques et mécénat-recherche de partenariat) et les **stratégies de communication web**.

Des organismes bretons essentiellement mobilisés sur des thématiques transverses et non spécifiques au spectacle vivant

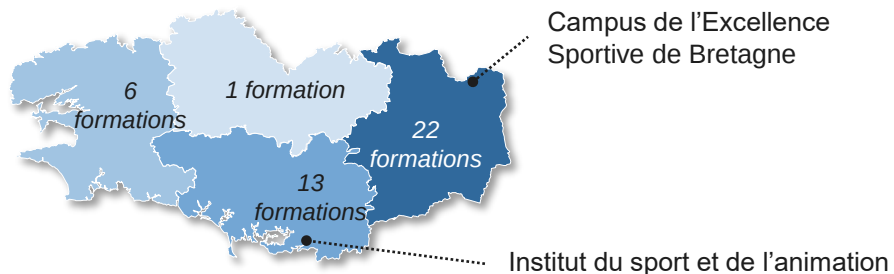
- Les organismes bretons concentrent 50% des actions de formation auprès de salariés bretons, source : données Afdas, traitement Kyu Lab).
- Ils sont **essentiellement mobilisés** par les entreprises bretonnes sur des thématiques non spécifiques au secteur telles que la **sécurité-secourisme** (secourisme, incendie, habilitation électrique), la **manutention-CACES** et la **stratégie de communication web**.
- En revanche, ceux-ci sont **peu mobilisés sur les formations en lien avec le spectacle vivant et l'administration culturelle et les enjeux RH**. Les formations portant sur le management artistique et culturel, la médiation culturelle ou encore les relations publiques et le mécénat-partenariat sont réalisées dans des organismes extérieurs à la région.

L'offre de formation disponible pour le secteur du sport

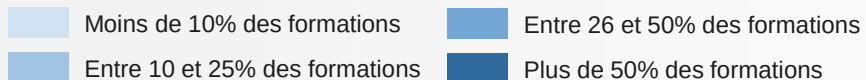
L'offre de formation initiale

Répartition des formations dans la région

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab

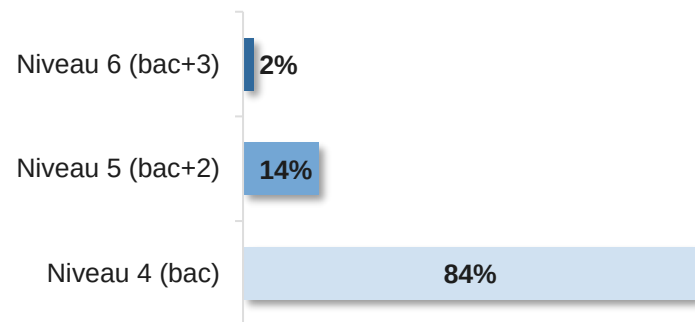


Légende



Répartition des formations par niveau de diplôme en Bretagne

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab



11

Diplômes en
Bretagne

42

Formations en
Bretagne

Liste des diplômes pouvant mener aux métiers du secteur*

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab

Niveau 4 (bac ou bac+1)
BPJEPS spécialité animateur mention loisirs tous publics
BPJEPS spécialité animateur mention animation sociale
BPJEPS spécialité animateur mention animation culturelle
BPJEPS spécialité éducateur sportif mention activités physiques pour tous
BPJEPS spécialité éducateur sportif mention activités de la forme
BPJEPS spécialité éducateur sportif mention sports collectifs
BPJEPS spécialité éducateur sportif mention surf et disciplines associées
BPJEPS spécialité éducateur sportif mention activités aquatiques et de la natation
Niveau 5 (bac+2)
DEJEPS spécialité animation socio-éducative ou culturelles
DEJEPS spécialité perfectionnement sportif
Niveau 6 (bac+3)
DESJEPS spécialité performance sportive

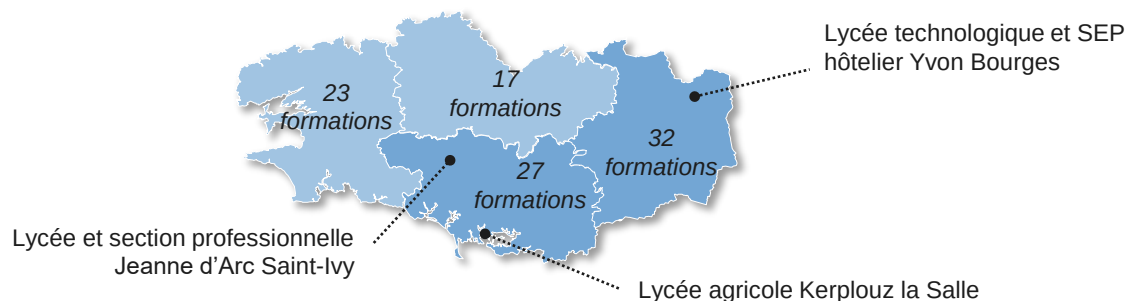
*Outre les diplômes d'Etat, le diplôme STAPS (sciences et techniques des activités physiques et sportives) peut mener aux métiers du secteur. Compte tenu de la diversité des débouchés possibles (dont des métiers hors de la branche), celui-ci n'a pas été intégré dans l'analyse quantitative des formations.

L'offre de formation disponible pour le secteur du golf

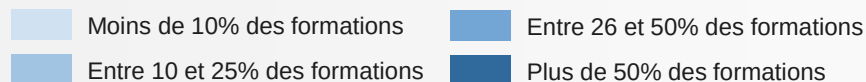
L'offre de formation initiale

Répartition des formations dans la région

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab

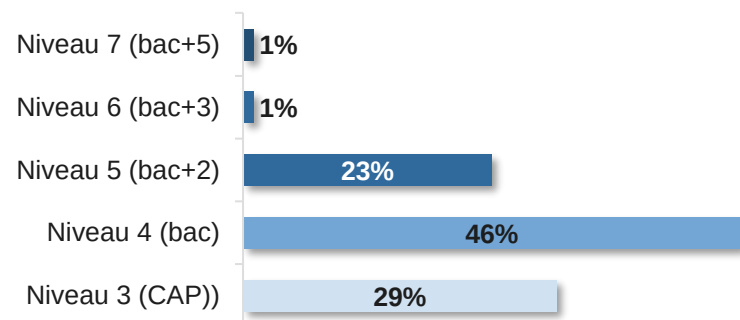


Légende



Répartition des formations par niveau de diplôme en Bretagne

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab



17

Diplômes en
Bretagne

99

Formations en
Bretagne

Liste des diplômes pouvant mener aux métiers du secteur

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab

Niveau 3 (CAP)
CAP Commercialisation et services en hôtel-café-restaurant
CAP agricole Jardinier paysagiste
MC Employé barman
BPA Travaux des aménagements paysagers
Niveau 4 (bac ou bac+1)
Bac pro Commercialisation et services en restauration
Bac pro Aménagements paysagers
Bac pro Métiers de l'accueil
Bac techno STHR Sciences et technologies de l'hôtellerie et de la restauration
BP Arts du service et commercialisation en restauration
MC Accueil réception
Niveau 5 (bac+2)
BTS Management en hôtellerie restauration option A management d'unité de restauration / option B management d'unité de production culinaire / option C management d'unité d'hébergement
BTS Management en hôtellerie restauration
BTS Tourisme
BTSA Aménagements paysagers
Niveau 6 (bac+3)
Licence pro Droit, économie, gestion mention métiers du tourisme
Niveau 7 (bac+5)
Master Droit, économie, gestion mention tourisme

L'offre de formation disponible pour les secteurs du sport et du golf

L'offre de formation continue

Chiffres clés



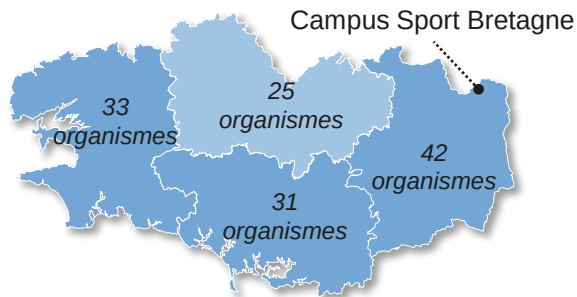
299
formations référencées
sur le site
GREF Bretagne



118
organismes
référencés via
GREF Bretagne

Répartition des organismes proposant des formations en Bretagne

Source : données GREF Bretagne



Légende



Une offre de formation couvrant les principaux métiers du secteur et les thématiques de sport/santé

- L'ensemble des diplômes et titres professionnels du secteur du sport sont accessibles dans la région dans le cadre de la formation continue. Ceux-ci couvrent notamment les métiers de :
 - **L'enseignement et/ou animation** : BPJEPS éducateur sportif mention activités physiques pour tous ou activités aquatiques et de la nation / BPJEPS spécialité animateur mention loisirs tous publics / Brevet national de sécurité et sauvetage aquatique / CQP animateur de loisir sportif (option jeux sportifs et jeux d'opposition ou encore activités gymniques d'entretien et d'expression) / CQP initiateur voile
 - **L'encadrement** : DEJEPS spécialité perfectionnement sportif mention activités de plongée subaquatique
 - **La vente** : CQP technicien vendeur produits sport
- En plein essor, les thématiques de **sport-santé** (activités physiques et pathologie chronique / prévention par l'activité physique), de **nutrition** et de **sport adapté** (CQP moniteur en sport adapté / Attestation de qualification sport adapté) **font l'objet de formations spécifiques** notamment par le Campus Sport de Bretagne, Esciencia et la Ligue de Bretagne de Sport adapté.
- La branche du sport propose également plus de 20 CQP d'animateur/moniteur spécialisés dans un sport spécifique permettant de former et certifier les salariés.

Le secteur du golf dispose également d'un grand nombre de formations

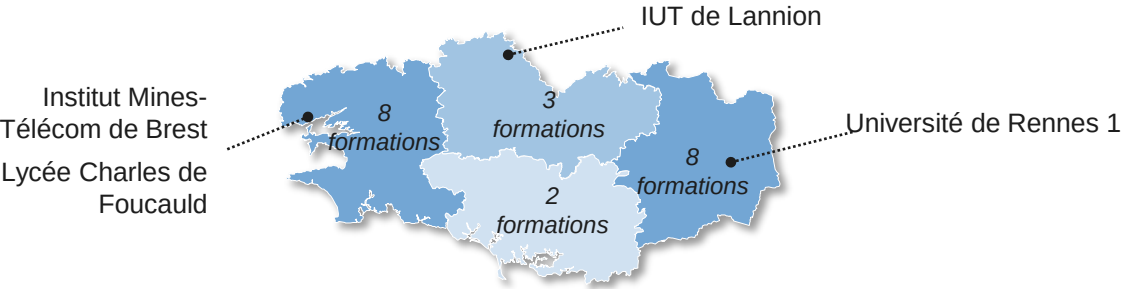
- Les salariés ou bénévoles des golfs bretons bénéficient dans la région de nombreuses formations organisées par la **Fédération française de golf** (Maîtriser sa communication commerciale à l'accueil / Planifier et réaliser une action de prospection pour son club de golf), la **Ligue de Bretagne de golf** (Organisateur d'épreuves de club) ou via des **centres de promotion sociale agricoles** (Certificat de spécialisation jardinier de golf et entretien des sols sportifs engazonnés).
- Les autres thématiques (hôtellerie-restauration, etc.) sont également couvertes par des formations non-spécifiques au secteur du golf.

L'offre de formation disponible pour le secteur des télécommunications

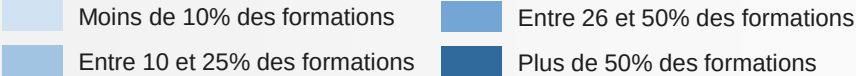
L'offre de formation initiale

Répartition des formations dans la région

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab

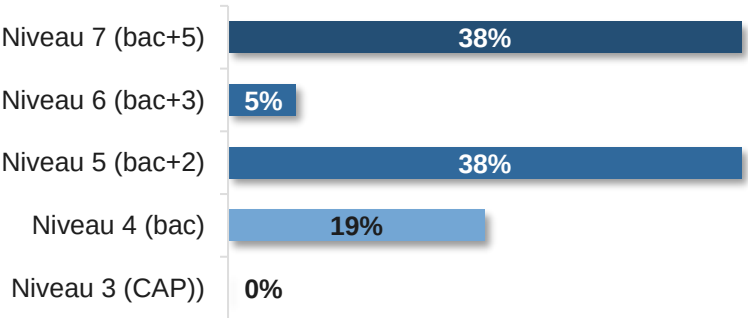


Légende



Répartition des formations par niveau de diplôme en Bretagne

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab



14

Diplômes en
Bretagne

21

Formations en
Bretagne

Liste des diplômes pouvant mener aux métiers du secteur

Source : base MENESR 2017-2018, traitement Kyu Lab

Niveau 4 (bac ou bac+1)
Bac pro Systèmes numériques option C Réseaux informatiques et systèmes communicants
Niveau 5 (bac+2)
BTS Services informatiques aux organisations option A solutions d'infrastructure, systèmes et réseaux
BTS Services informatiques aux organisations option B solutions logicielles et applications métiers
BTS Systèmes numériques option A informatique et réseaux
DUT Réseaux et télécommunications
Niveau 6 (bac+3)
Licence Sciences, technologies, santé mention informatique
Niveau 7 (bac+5)
Diplôme d'ingénieur de l'ENSATT de Lannion de l'université Rennes 1 spécialité informatique
Diplôme d'ingénieur de l'ESI de l'université de Bretagne-Sud spécialité informatique
Diplôme d'ingénieur de l'Institut Mines-Télécom de Brest
Diplôme d'ingénieur de l'Institut Mines-Télécom de Brest spécialité réseaux et télécommunications en partenariat avec l'ITI Bretagne
Diplôme d'ingénieur de l'ESI de Rennes de l'université Rennes 1 spécialité technologies de l'information
Diplôme d'ingénieur de l'INSA de Rennes spécialité informatique
Diplôme d'ingénieur de l'INSA de Rennes spécialité systèmes et réseaux de communication
Expert en technologies de l'information (EPITECH)

L'offre de formation disponible pour le secteur des télécommunications

L'offre de formation continue

Chiffres clés



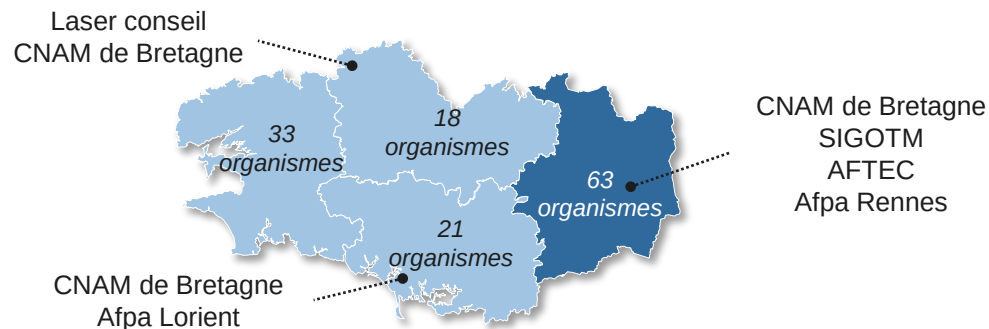
447
formations référencées
sur le site
GREF Bretagne



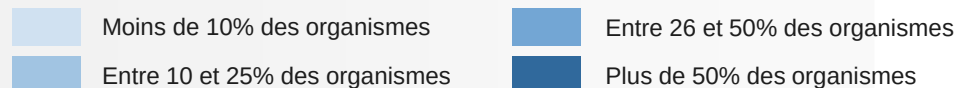
125
organismes
référéncés via
GREF Bretagne

Répartition des organismes proposant des formations en Bretagne

Source : données GREF Bretagne et Pôle emploi



Légende



Une offre de formation couvrant les principaux domaines des télécommunications

- **L'ensemble des titres professionnels du secteur sont accessibles sur le territoire** et couvrent **la plupart des métiers des télécommunications** :
 - La **maintenance et/ou installation de réseaux** (Installateur de réseaux de télécommunications/Technicien de réseaux de télécommunications),
 - La **conception et au pilotage d'une infrastructure** (Technicien supérieur systèmes et réseaux/Chef de projet logiciels et réseaux),
 - **L'administration de réseaux et/ou de bases de données.**
- **Les thématiques de la fibre optique et de la cybersécurité sont souvent abordées par ces titres professionnels.** Le CNAM de Bretagne délivre par exemple un certificat d'analyste en cybersécurité ou de technicien de maintenance micro réseaux et internet spécialisation cybersécurité des PME.
- **Parmi les formations non-certifiantes** identifiées, les principales thématiques abordées couvrent le **haut débit et le cloud**, la **maintenance et le pilotage des postes de travail en réseaux**, les questions de **sécurité** et de confidentialité (serveur http, outil d'analyse de traçages, etc.), le **traitement d'images** (télédétection), la **collecte d'informations géographiques** (via ArcGIS) ou les **radiocommunications**.

Des formations relatives à la vente non spécifiques au secteur des télécommunications

- Si la région dispose de nombreux titres professionnels (Vendeur-conseil en magasin) et formations non-certifiantes sur les thématiques de la vente, ces formations ne portent pas spécifiquement sur le secteur des télécommunications.



Les besoins et l'offre en formation des professionnels relevant du périmètre de l'Afdas

L'offre de formation disponible pour les professionnels relevant de l'Afdas

L'offre de formation pour les intermittents

Chiffres clés



555
intermittents formés
dont 67% d'hommes



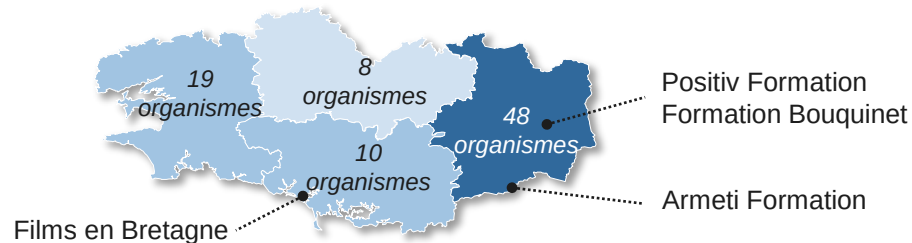
646
actions de formation,
dont 42% par des organismes
de formation bretons



85
organismes
bretons

Répartition des organismes de formations dans la région

Source : données Afdas, traitement Kyu Lab

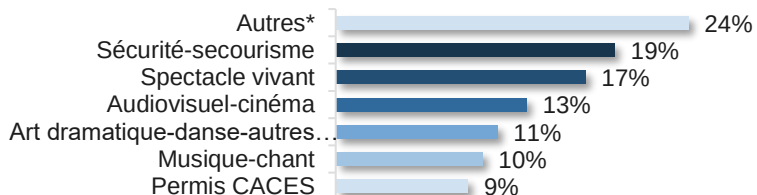


Légende



Répartition des actions de formation par thème

Source : données Afdas, traitement Kyu Lab



*La catégorie « autres » regroupe une large palette de formations allant des langues aux permis de conduire, en passant par les bilans de compétences.

Des actions de formation concentrées sur les arts vivants

- Parmi les thématiques techniques, les salariés intermittents se positionnent principalement sur le **secourisme, de l'accrochage-levage de spectacles, de la régie théâtre** (son, lumière, plateau, etc.), de la **prise de son** (Ableton live) et de la **prise de vue audiovisuelle** (drone).
- Concernant le domaine artistique, ce sont les formations relatives au **cirque et aux arts de la rue**, aux **théâtres d'objet**, à l'**interprétation pour les comédiens**, ainsi qu'à l'**improvisation musicale** et aux **musiques du monde** qui sont principalement consommées.

Des organismes bretons moins mobilisés sur les domaines spécifiques au secteur à la fois sur la partie artistique et la partie technique

- 42% des actions de formation consommées par les intermittents Bretons l'ont été dans des organismes de formation de la région, *source : données Afdas, 2019 traitement Kyu Lab*).
- Par rapport aux organismes extérieurs à la région, ils sont davantage mobilisés sur l'obtention de permis CACES, l'écriture dramatique et l'écriture audiovisuelle.**
- Parmi les domaines artistiques, les formations relatives à l'art dramatique et la danse** (théâtre d'objet, formation d'interprétation à destination des comédiens), **à la musique et au chant** (techniques vocales, musique de films) **sont essentiellement réalisées par des organismes non régionaux.**
- Les formations relatives au domaine technique (régie théâtre, accroche-levage de spectacle, accessoires-effets spéciaux, régie vidéo et montage virtuel) sont elles aussi principalement réalisées par des organismes de formation non bretons.

L'offre de formation disponible pour les professionnels relevant de l'Afdas

L'offre de formation pour les artistes-auteurs

Chiffres clés



94
auteurs formés,
dont 64% de femmes



119
actions de formation,
dont 34% par des organismes
de formation bretons



26
organismes
bretons

Répartition des organismes de formations dans la région

Source : données Afdas, traitement Kyu Lab

Groupe Ouest développement



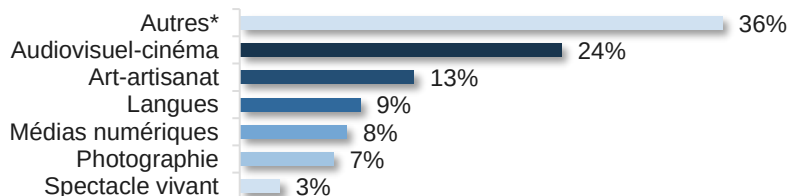
Films en Bretagne

Légende



Répartition des actions de formation par thème

Source : données Afdas, traitement Kyu Lab



*La catégorie « autres » regroupe une large palette de formations allant des logiciels graphiques à l'édition, en passant par l'imprimerie ou la communication.

Des actions de formation concentrées essentiellement sur les arts vivants

- Les artistes-auteurs se forment essentiellement sur les thématiques de **l'audiovisuel** (et notamment en écriture de scénarios audiovisuels, cinéma d'animation, effets numériques, montage virtuel ou encore prise de vues drones, prise de vue photographie) **et du dessin-peinture-sculpture**.
- Outre ces formations sur des sujets spécifiques à leur activité artistique, les artistes-auteurs se forment également sur **des domaines plus transverses : création de site web et communication web, anglais...**

Des organismes bretons concentrant une part importante des formations et moins mobilisés sur les arts vivants

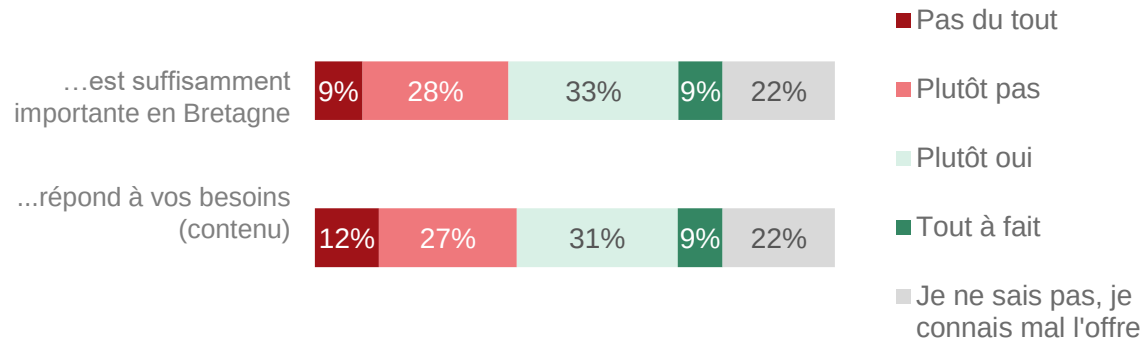
- Les organismes bretons concentrent 34% des actions de formation, *source : données Afdas, 2019 traitement Kyu Lab*).
- Ces derniers sont **davantage mobilisés** sur certaines formations en lien avec **l'audiovisuel** (écriture de scénario audiovisuelle, prise de vue drones), les **langues** (anglais), **l'écriture dramatique** et les **stratégies de web communication / création de sites web**.
- **En revanche, les formations en art-artisanat** (notamment en dessin-peinture-sculpture ou en céramique-poterie), **en photographie** (notamment la prise de vue photographie) et sur certaines thématiques d'audiovisuel (montage virtuel, effets numériques) **ne sont consommées qu'auprès d'organismes de formation non régionaux**.

Les besoins en formations des professionnels relevant de l'Afdas

Des formations souhaitées pour développer sa pratique, mieux gérer son temps, sa carrière, et diversifier son activité

Concernant la formation professionnelle, diriez-vous que l'offre...

Source : enquête AFDAS Bretagne 2020, traitement KYU LAB

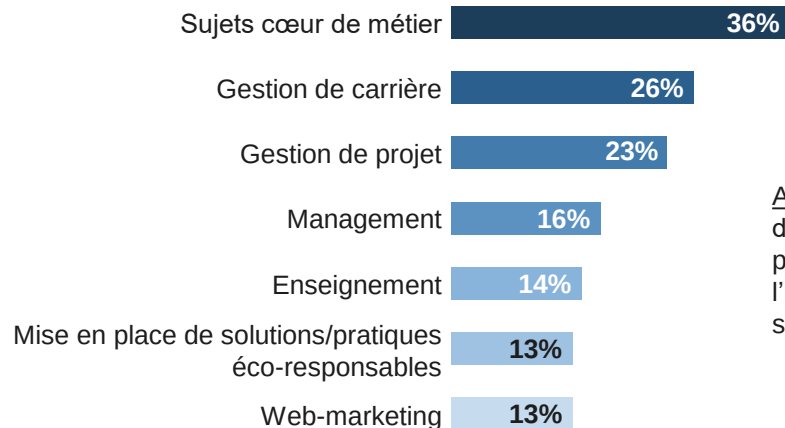


- Dans l'ensemble, **les professionnels de ces secteurs connaissent mal l'offre de formation ou la juge partiellement satisfaisante**. Pour les artistes interprètes, auteurs, plasticiens, les contenus des formations sont adaptés, en revanche la couverture du territoire breton est insuffisante. Pour les professionnels de la technique, c'est l'inverse, la couverture est correcte, mais les contenus inadaptés.
- En termes de souhaits de formation, ils **privilégient largement les formations techniques, d'approfondissement sur leur cœur de métier** (techniques spécifiques, logiciels de montage, de dessin 3D...). Viennent ensuite les **formations sur le management de projet et le management d'équipe pour optimiser leur activité** (gestion du temps, des plannings...).
- Sont également très citées **les formations sur la gestion de sa carrière**, pour mieux appréhender la gestion de l'activité à court et moyen terme, et **les formations de formateur** dans une perspective de complétion d'activité voire de réorientation.

Sur quels sujets sur lesquels souhaiteriez-vous être formés ?

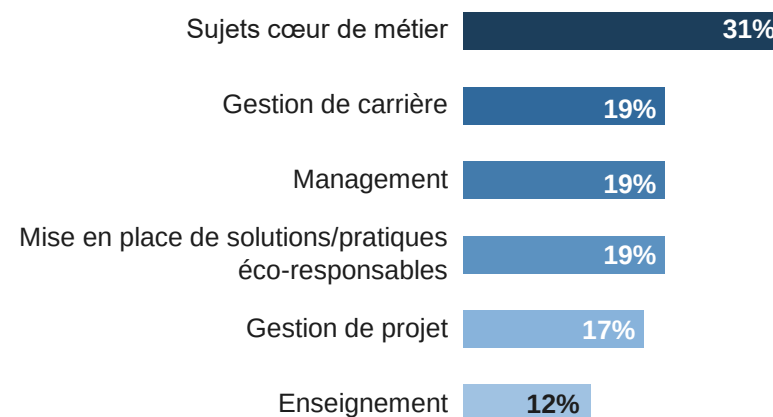
Source : enquête AFDAS Bretagne 2020, traitement KYU LAB

Artistes interprètes, auteurs, plasticiens



Autres souhaits : Se former à d'autres domaines artistiques principalement, mais aussi à l'informatique, aux réseaux sociaux...

Professionnels techniques



Autres souhaits : formation de formateur, formations obligatoires CACES, SSIAP... et divers sujets sur la direction technique, les outils (CAO, consoles lumière...), etc.

Pistes d'actions

6 /

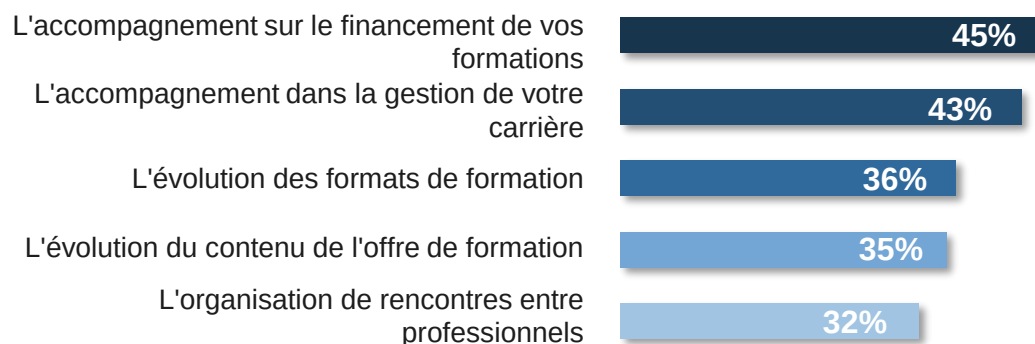
Pistes d'actions plebiscitées

Des actions souhaitées pour faciliter l'accès à la formation

Selon vous, que pourrait-on mettre en œuvre pour mieux vous accompagner ?

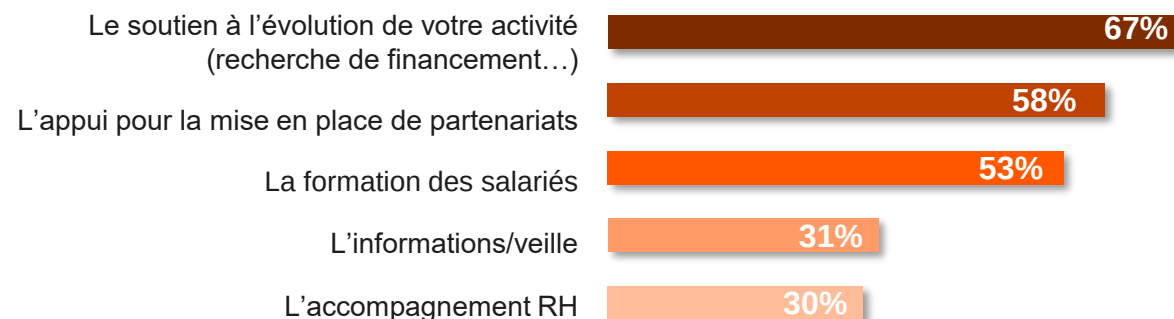
Source : enquête AFDAS Bretagne 2020, traitement KYU LAB

Pour les professionnels



- Les 2 priorités citées répondent aux difficultés rencontrées par les professionnels : la difficulté à gérer sa carrière à court et moyen terme et la difficulté à se former de l'autre (méconnaissance de ses droits, de l'offre de formation...). Sur ces sujets, les professionnels souhaitent donc être plus informés, formés voire accompagnés.
- Le format et le contenu des formations leur semble également à adapter aux besoins actuels.
- Si le développement de certifications n'est pas une priorité pour les artistes interprètes, auteurs, plasticiens, c'est l'attente n°1 des profils techniques. En effet, la reconnaissance associée à ces certifications est une réalité plus grande dans ces métiers (sur des matériels, des logiciels...).

Pour les entreprises

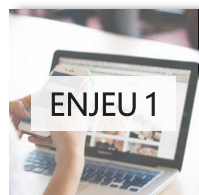


- Les entreprises des secteurs relevant de l'Afdas mettent en avant 3 principaux éléments pour les accompagner.
- Dans un contexte de crise sanitaire où de nombreux secteurs sont fragilisés, le soutien à l'évolution de leur activité apparaît comme prioritaire pour plus de 2/3 des entreprises relevant du périmètre de l'Afdas.
- Par ailleurs, face aux évolutions auxquelles elles font face, les entreprises souhaitent disposer d'un appui pour la mise en place de partenariats avec des écoles, des organismes de formation ou d'autres institutionnels de la région.
- Enfin, la formation apparaît comme un levier pour plus d'une entreprise sur deux pour accompagner leurs salariés dans l'intégration de nouvelles activités en lien avec l'évolution de leur secteur.

Les objectifs prioritaires à adresser dans la région

4 enjeux pour le secteur et 5 pistes d'actions jugées prioritaires

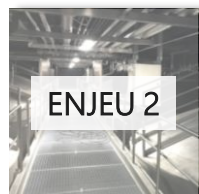
Une liste d'actions concrètes a été soumise à 170 entreprises et au membres du comité de pilotage. Cette consultation a permis de déterminer une liste de pistes d'action jugées prioritaires par les acteurs des secteurs relevant du périmètre de l'Afdas.



ENJEU 1

Augmenter le nombre de TPE ayant recours aux techniques de community management

- Organiser des sessions de formation (2 à 3 jours) sur les compétences de community management à destination des professionnels souhaitant en faire une seconde expertise.



ENJEU 2

Faciliter les mobilités intersectorielles et le recours aux compléments d'activité pour les artistes et techniciens

- Identifier les compétences des techniciens mobilisables dans d'autres secteurs d'activité et recenser dans un annuaire ceux qui le souhaitent pour les promouvoir auprès de l'ensemble des entreprises des secteurs de l'Afdas.
- Proposer aux professionnels bretons de participer à des sessions de formation de formateurs pour leur permettre de développer l'activité de formation/enseignement.



ENJEU 3

Augmenter le nombre d'établissements qui s'engagent dans un projet de transition écologique, de façon accompagnée

- Organiser des sessions de sensibilisation et partages d'expérience entre dirigeants des secteurs du périmètre AFDAS sur la RSE et y promouvoir l'appui-conseil RSE de l'Afdas



ENJEU 4

faire monter en compétences les entreprises dans la gestion des parcours de leurs salariés

- Communiquer auprès des entreprises sur les bénéfices de la certification et l'offre de formations/certifications existantes pour leur secteur accessibles dans la région.

Enjeu 1 : Augmenter le nombre de TPE recourant à des techniques de Community management

5 pistes d'actions pour l'enjeu 1 dont 1 jugée prioritaire par le COPIL et les professionnels

Augmenter le nombre de TPE recourant à des techniques de Community management

CONSTATS :

- **40% des entreprises** interrogées considèrent le métier de community manager comme **ayant un enjeu fort pour leur activité** alors que 53% d'entre elles considèrent que ce métier aura un enjeu important à l'avenir.
- L'activité de community management est commune à plusieurs secteurs du périmètre de l'Afdas. **2/3 des entreprises souhaitent développer cette activité** en l'intégrant à des postes existants ou en créant des postes.
- Des **contraintes limitent les recrutements sur ce métier**. De nombreuses TPE n'ont ni l'activité ni les ressources pour créer un poste à part entière. De nombreux secteurs ont été fortement affectés par la crise sanitaire et ne prévoient pas de recruter avant 2022.

1.1. - Proposer à des groupements d'employeurs (GE) du périmètre de l'Afdas d'embaucher des community managers

1.2. - Proposer à des fédérations locales d'intégrer le community management comme une de leurs offres de services

1.3. - Organiser des sessions de formation sur le community management pour les professionnels souhaitant en faire une seconde expertise

1.4. - Organiser des réunions de dirigeants du secteur de sensibilisation aux opportunités du numérique

1.5. - Créer et promouvoir auprès de l'ensemble des professionnels un annuaire de prestataires locaux

Enjeu 1 : Augmenter le nombre de TPE recourant à des techniques de Community management

Organiser des sessions de formation (2 à 3 jours) sur les compétences de community management à destination des professionnels souhaitant en faire une seconde expertise (assistant de structures, intermittents, chargés de diffusion...).

 *Participants: AFDAS, Pôle emploi, Région*

Cas n°1 : promotion de modules de formation existants

- 1 Identifier les formations dispensées dans la région visant à développer des compétences de community management en mobilisant la liste des formations financées par l'Afdas et la liste diffusée par GREF Bretagne.
- 2 Communiquer sur les objectifs et les possibilités de financement de ces formations par différents biais pour développer le recours à ces formations : site Internet de l'Afdas, mailing auprès des professionnels relevant du périmètre de l'AFDAS, rencontre physique avec les conseillers Pôle emploi en charge des intermittents pour promouvoir ces formations et les opportunités qu'elles représentent.

Cas n°2 : création de nouveaux modules de formation

- 1 Organiser des groupes de travail avec des professionnels pour identifier les thématiques et leurs besoins en termes de développement de compétences relatives au Community management afin de coconstruire les programmes de formation.
- 2 Déterminer les modalités de mise en place de ce programme (budget, conditions d'éligibilité, méthodes d'évaluation du programme, etc.).
- 3 Chercher des partenaires pour développer des solutions de co-financement auprès des institutionnels de la région (Direccte, Région, Pole Emploi etc.) en mettant en avant l'enjeu d'employabilité des professionnels.
- 4 Rédiger un appel d'offres à partir des attentes des professionnels et des thématiques à fort enjeu dans le Community management et sélectionner les prestataires chargés de réaliser les modules de formation (prévoir des modules en distanciel). Suivre le projet d'élaboration des formations.
- 5 Communiquer sur les objectifs et les possibilités de financement de ces formations par différents biais (site Internet, envoi d'emails aux professionnels des secteurs du périmètre de l'AFDAS, rencontre physique avec un conseiller de Pole emploi)

Thématiques de formation relatives au community management à forts enjeux

- Maîtrise des réseaux sociaux, de leurs audiences et codes
- Maîtrise des outils de mesure et de statistique
- Logiciels d'édition de contenu (montage, édition photo, etc.)
- Utilisation des outils et techniques de veille

Enjeu 1 : Augmenter le nombre de TPE recourant à des techniques de Community management

Quelques formations relatives au community management identifiées dans la région

Intitulé de la formation	Durée	Organisme de formation
Développer son activité avec le webmarketing	35 H	ANNE ET PAPER
Stratégie et Médias sociaux, pour les entreprises	70 H	ARINFO
Initiation stratégie marketing et réseaux sociaux	10 H	BRETAGNE FORMATION CONSEIL
Les fondamentaux du digital, des réseaux sociaux et de l'e-réputation	14 H	BRETAGNE FORMATION CONSEIL
Stratégie d'animation des réseaux sociaux	14 H	BRETAGNE FORMATION CONSEIL
Maîtriser les fondamentaux du community management	63 H	CCI FORMATION DU MORBIHAN
Formation sur-mesure réseaux sociaux et protection des données	15 H	CCI MBO - CFTMI CEL
Social Selling : communiquer et vendre via les réseaux sociaux	14 H	CCI35 - FACULTE DES METIERS SITE DE BRUZ KER LANN
TOSA - Maîtriser les fondamentaux du community management	64 H	CCI35 - FACULTE DES METIERS SITE DE BRUZ KER LANN
Réseaux Sociaux professionnels	35 H	CENTRE DE FORMATION SYNTHESES
Référencement payant et Display - ESC127	30 H	CNAM DE BRETAGNE
E-marketing Avancé : Google Adwords (SEA), SEO Avancé, Webanalytics, Réseaux Soc...	35 H	DAWAN
Référencement, E-marketing, Réseaux sociaux et E-Mailing	35 H	DAWAN
Stratégie digitale et réseaux sociaux	14 H	ETHOS ACADEMY
Réseaux sociaux : Niveau 1	21 H	FORMAOUEST
Réseaux sociaux : Niveau 2	21 H	FORMAOUEST
Initiation stratégie marketing et réseaux sociaux	28 H	INCITU&C
Digital - Fondamentaux des réseaux sociaux	14 H	ITC TREGUEUX - HOP'FORMATION
Campagnes publicitaires performantes sur les réseaux sociaux	21 H	ITG CONSULTANTS SAS
Communiquer et animer efficacement ses réseaux sociaux	35 H	ITG CONSULTANTS SAS
Réseaux sociaux et e-réputation	14 H	KARAMEL PROD
7 jours pour mettre en place une stratégie marketing sur internet (webmarketing...	49 H	KOMELYA
Animer sa communauté sur les réseaux sociaux (community management)	28 H	KOMELYA
Découvrir les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, LinkedIn...	14 H	MEDIAVEILLE
Optimiser sa présence sur les réseaux sociaux	14 H	MEDIAVEILLE
Parcours Pro : Devenir Community Manager	28 H	MEDIAVEILLE
Gérer une communauté - Webmastering et Community Management	14 H	QUIRIS
Social Media : Faites performer votre communication sur les réseaux sociaux	21 H	STAGE301
Communiquer via les réseaux sociaux et internet	12 H	SYGESPRO INFORMATIQUE
Gérer une communauté - Webmastering et Community Management	14 H	TAMIA - IDLANGUES
Améliorer l'efficacité des réseaux sociaux	14 H	VOYELLE
Community Manager et stratégie social media	14 H	VOYELLE
Facebook	14 H	VOYELLE
Facebook Ads et LinkedIn Ads : publicité sur les réseaux sociaux	14 H	VOYELLE
Réseaux sociaux	14 H	VOYELLE
Réseaux Sociaux : stratégie et community management	21 H	VOYELLE

Source : GREF Bretagne

Enjeu 2 : Faciliter les mobilités intersectorielles et le recours aux compléments d'activité pour les artistes et techniciens

8 pistes d'actions pour ce second enjeu dont 2 jugées prioritaires par le COPIL et les professionnels

Faciliter les mobilités intersectorielles et le recours aux compléments d'activité pour les artistes et les techniciens

CONSTATS :

- 65% des professionnels (artistes et techniciens) interrogés déclarent être multiemployeurs. Toutefois, **seuls 3% exercent le même métier dans un autre secteur** alors que des **métiers communs à différents secteurs** ont pu être identifiés (exemple : *Techniciens dans le spectacle vivant, l'audiovisuel, et l'exploitation cinématographique et la distribution de films*).
- Alors que la **recherche d'activité et de contrats est la principale problématique de ces professionnels**, la crise sanitaire peut renforcer leurs difficultés à trouver des contrats.
- Alors que plusieurs professionnels interrogés exercent des activités d'enseignement, les activités de médiation auprès du public se développent/

2.1. - Identifier les compétences des techniciens mobilisables dans d'autres secteurs d'activité (électrotechnique, montage de plateau...) et recenser dans un annuaire les techniciens qui le souhaitent

2.2. - Créer et promouvoir des open badges sur ces compétences techniques transverses pour faciliter leur reconnaissance

2.3. - Créer une bourse à l'emploi pour l'ensemble des secteurs (entreprise et salariés) de l'Afdas

2.4. - Proposer aux professionnels bretons de participer à des sessions de formation de formateur afin de permettre l'entrée dans une double carrière pour les artistes et techniciens

2.5. - Promouvoir les outils permettant aux professionnels d'identifier les possibles mobilités professionnelles et/ou des compléments d'activité

2.6. - Créer un outil permettant aux professionnels d'identifier les possibles mobilités professionnelles et/ou des compléments d'activité au sein des secteurs de l'Afdas

2.7. - Organiser une campagne d'information auprès des artistes et techniciens sur les services de conseil en évolution professionnelle et sur la VAE

2.8. - Accompagner les entreprises de l'ensemble des secteurs de l'Afdas dans la création d'un club RH pour élargir les réseaux de recrutement

2.9 - Lancer un programme de promotion des périodes de mise en situation en milieu professionnel (PMSMP) du compagnonnage

Enjeu 2 : Faciliter les mobilités intersectorielles et le recours aux compléments d'activité pour les artistes et techniciens

Identifier les compétences des techniciens mobilisables dans d'autres secteurs d'activité et recenser dans un annuaire les techniciens qui le souhaitent pour les promouvoir auprès des entreprises des secteurs de l'Afdas



Participants: AFDAS, techniciens de la branche, techniciens hors de la branche, représentants des professionnels

1

Lister les métiers des techniciens et construire un référentiel de compétences par métier à partir des fiches métiers existantes (fiches métiers réalisées par les branches professionnelles, fiches ROME, fiches ONISEP...).

2

Organiser des groupes de travail avec des représentants des entreprises des secteurs de l'Afdas, des représentants des professionnels et des représentants de Pôle Emploi en charge des métiers de technicien. À partir des référentiels construits, identifier les compétences des métiers de la technique mobilisables/transférables dans d'autres secteurs (notamment les espaces de loisirs, d'attractions et culturels, l'hôtellerie de plein air, l'exploitation cinématographique et la distribution de films).

3

Organiser des groupes de travail avec des représentants d'entreprises de secteurs ne relevant pas de l'Afdas et des représentants de Pôle Emploi en charge des métiers de l'industrie... À partir des référentiels construits, identifier les compétences mobilisables dans d'autres secteurs économiques (électronique, événementiel...).

4

Réaliser une enquête auprès des techniciens relevant du périmètre de l'Afdas visant à les interroger sur leurs aspirations professionnelles (les secteurs qui les intéressent, les compétences dont ils disposent, etc.) et sur quelles compétences ils mobilisent ou pourraient mobiliser dans d'autres contextes.

5

A partir des coordonnées recensées (et après accord des techniciens interrogés relatif à la publication de leurs coordonnées en ligne), procéder à la production de l'annuaire et prévoir une entrée par compétences et une entrée par secteur.

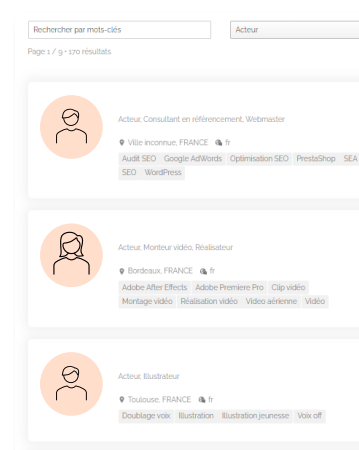
Exemple de fiche métier relative aux métiers de technicien lumière proposée sur le site de Pole emploi

L1504 - Eclairage spectacle		RIASEC : Ar
Compétences de base		
Savoir-faire	Savoirs	
- Identifier les caractéristiques du lieu d'intervention - Vérifier les conditions d'installation du matériel d'éclairage - Sélectionner le matériel d'éclairage pour un spectacle - Installer le matériel d'éclairage - Régler les projecteurs fixes ou mobiles en fonction des ambiances désirées - Programmer une console lumineuse - Effectuer des tests lumineux avant une représentation - Réaliser une opération de maintenance	- Prévisions de commandes de matériel d'éclairage - Prévisions d'entretien de matériel d'éclairage - Normes de sécurité - Caractéristiques des matériels d'éclairage - Electricité - Techniques de câblage - Types de projecteurs - Types d'ambiances - Programmation de machines à commandes numériques - Environnement - Lectures de schéma technique - Techniques d'accrochage - Utilisation d'appareils de mesure électrique (multimètre...) - Lectures de feuille de patch - Utilisation d'outillages relatifs	
Mobilité professionnelle		
Emplois / Métiers envisageables en évolution		
Fiches ROME		Fiches ROME envisageables en évolution
L1504 - Eclairage spectacle		F1504 - Evénementiel technique
Tous les appareils		Tous les appareils

Liste des compétences à interroger pour évaluer leur usage dans d'autres secteurs

Secteurs et métiers pour lesquels ces compétences pourraient être utilisées

Exemple de présentation d'un annuaire de professionnels



Entrée par métier

Liste des compétences par professionnel

Enjeu 2 : Faciliter les mobilités intersectorielles et le recours aux compléments d'activité pour les artistes et techniciens

Proposer aux professionnels bretons de participer à des sessions de formation de formateurs (en présentiel, à distance...), l'activité de formation/enseignement faisant l'objet de beaucoup de co-activités pour artistes et techniciens.



Participants: AFDAS, Pole emploi, entreprises du secteur, région

Cas n°1 : promotion de modules de formation existants

1 Identifier les formations dispenser dans la région visant à développer des compétences de formateur en s'appuyant sur la liste des formations financées par l'Afdas et sur la liste diffusée par GREF Bretagne.

2 Communiquer sur les objectifs et les possibilités de financement de ces formations par différents biais pour développer le recours à ces formations : site Internet de l'Afdas, mailing auprès des professionnels relevant du périmètre de l'AFDAS, rencontre physique avec les conseillers Pôle Emploi en charge des intermittents pour promouvoir ces formations et les opportunités qu'elles représentent.

Cas n°2 : création de nouveaux modules de formation

1 Organiser des groupes de travail afin de coconstruire les programmes de formation déclinés à travers différentes options (théâtre, arts plastiques, musique, écriture, etc.).

2 Déterminer les modalités de mise en place de ce programme (budget, conditions d'éligibilité, méthodes d'évaluation du programme, etc.) et identifier les contraintes juridiques liées à l'exercice d'une double activité (art / enseignement).

3 Chercher des partenaires pour développer des solutions de co-financement auprès des institutionnels de la région (Direccte, Région, Pole Emploi etc.) en mettant en avant l'enjeu d'employabilité des professionnels.

4 Rédiger un appel d'offres à partir des attentes des professionnels et sélectionner les prestataires chargés de réaliser les modules de formation (dont certains modules en distanciel). Suivre le projet d'élaboration des formations.

5 Communiquer sur les objectifs et les possibilités de financement de ces formations par différents biais (site Internet, envoi d'emails aux professionnels des secteurs du périmètre de l'AFDAS, rencontre physique avec un conseiller de Pole emploi).

Quelques formations relatives au métier de formateur identifiées dans la région

Source : Gref Bretagne

Intitulé de la formation	Durée	Organisme de formation
Accompagnement VAE DEJEPS - DESJEPS	21 H	SCOP CAE ELAN CREATEUR
Accompagnement VAE, TP formateur professionnel	20 H	ALADE CONSEILS
Animateur-trice ateliers d'écriture		ASSOCIATION KER HARS
Animer un groupe en formation	28 H	GIP FAR
Animer, construire une action de formation impliquante	21 H	LUDIK'METIERS
Artiste-animateur d'ateliers d'arts plastiques	1080 H	TERRE ET FEU
Artiste-animateur d'ateliers d'arts plastiques	102 H	TERRE ET FEU
Concepteur et animateur de séquences pédagogiques multimodales	240 H	CNAM DE BRETAGNE
Concevoir et animer une action de formation	35 H	DAWAN
Formateur professionnel - Formateur occasionnel		CEGOS
	72 H	CCI35 - FACULTE DES METIERS SITE DE BRUZ KER LANN
Développer ses compétences de formateur		
Devenir Formateur	70 H	LAURE VIANI CONSULTANTS
Devenir formateur occasionnel	35 H	KEY FORM & SOLUTIONS
Diplôme d'université de musicien intervenant -	830 H	UNIVERSITE RENNES 2 - SFC
Diversifier son activité en devenant formateur	21 H	LAURE VIANI CONSULTANTS
E-formateur / Formateur.trice Digital learning	679 H	EVOCIME
Formateur	21 H	NOVOLINKO
Formateur	28 H	DAWAN
La posture du formateur	21 H	SMART ET COM FORMATIONS
Parcours "Formateur(trice)"	70 H	CCI MBO - CIEL BRETAGNE
Parcours formateur(trice)	70 H	CCI MBO - CFTMI CEL
Parcours formateur(trice)		CCI MBO - CFTMI CEL
Parcours formateur(trice)	70 H	CCI MBO - MORLAIX
TP formateur professionnel d'adultes	392 H	ETHOS ACADEMY
TP formateur professionnel d'adultes	812 H	FORGET FORMATION
TP formateur professionnel d'adultes		CCI MBO - CFTMI CEL
TP formateur professionnel d'adultes (E LEARNING)		NEO SPHERE

Enjeu 3 : Augmenter le nombre d'établissements qui s'engagent dans un projet de transition écologique, de façon accompagnée

4 pistes d'actions pour ce troisième enjeu dont 1 jugée prioritaire par le COPIL et les professionnels

Augmenter le nombre d'établissements qui s'engagent dans un projet de transition écologique, de façon accompagnée

CONSTATS :

- Alors que de nombreux secteurs du périmètre de l'Afdas sont confrontés aux **problématiques de transition écologique** (hôtellerie de plein air, espaces de loisirs, d'attractions et culturels, sport, spectacle vivant, etc.), la crise sanitaire a renforcé la prégnance de ces problématiques.
- Alors **qu'un tiers des entreprises interrogées** considèrent que « Développer des pratiques écoresponsables » est une compétence à fort enjeu, près de **40% d'entre elles** expriment **un besoin** de la **développer**.
- Si la moitié des entreprises jugent que l'offre de formations ne présente pas de manque particulier, près d'un **quart d'entre elles estiment que l'information concernant l'offre de formations est manquante**.

3.1. - Inciter le collectif des festivals à étendre son offre de diagnostics développement durable (aux non-adhérents et aux entreprises plus connexes)

3.2. - Organiser des sessions de sensibilisation et partages d'expérience entre dirigeants des secteurs du périmètre AFDAS et y promouvoir l'appui-conseil RSE de l'Afdas

3.3. - Demander aux acteurs de l'information sur l'offre de formation de faire une campagne auprès des professionnels du secteur sur ce thème

3.4. - Faire une analyse des gisements d'emploi pour les secteurs du périmètre Afdas sur des activités liées à la transition environnementale et accompagner les entreprises volontaires dans la signature de contrats de transition écologique (CTE)

Enjeu 3 : Augmenter le nombre d'établissements qui s'engagent dans un projet de transition écologique, de façon accompagnée

Organiser des sessions de sensibilisation et partages d'expériences entre dirigeants des secteurs du périmètre AFDAS et y promouvoir l'appui-conseil RSE de l'Afdas



Participants: AFDAS, entreprises de la branche, acteurs engagés dans l'accompagnement des entreprises dans leur démarche RSE

Cas 1. Organisation d'évènements « ad hoc » :

- 1 Identifier les dirigeants d'entreprises engagés dans un projet RSE ayant bénéficié du dispositif appui-conseil RSE de l'Afdas. Proposer à ces dirigeants et à leurs salariés de présenter les bénéfices de la démarche sous la forme d'un retour d'expérience (vidéo ou présentiel).
- 2 Identifier le lieu et construire le programme des sessions de sensibilisation en deux temps :
 - Un partage d'expérience des invités
 - La promotion de l'appui-conseil RSE proposé par l'AFDAS
 - Temps d'échanges et de questions avec le public
- 3 Identifier et inviter les intervenants susceptibles de prendre part aux sessions de sensibilisation.
- 4 Communiquer auprès des entreprises du secteur pour promouvoir le programme (mail, réunion d'information, contact téléphonique ...).
- 5 Organiser un retour d'expérience de ces sessions de sensibilisation.

Cas 2. Organisation d'évènements auprès d'acteurs organisant des événements en lien avec la RSE

- 1 Identifier les acteurs représentant les secteurs relevant du périmètre de l'Afdas organisant des événements relatifs à la RSE (Collectif des festivals, organismes de tourisme en Bretagne, Loisirs en Finistère, Union Bretonne de l'Hôtellerie de Plein Air, etc.).
- 2 Prendre contact avec le/la représentant approprié(e) de ces structures (ex: le responsable des relations publiques) pour participer à ces événements afin de présenter le programme d'appui RSE de l'Afdas.
- 3 Identifier les dirigeants d'entreprises engagées dans un projet RSE ayant bénéficié du dispositif appui-conseil RSE de l'Afdas. Proposer à ces dirigeants et à leurs salariés de présenter les bénéfices de la démarche sous la forme d'un retour d'expérience.

Illustration d'initiatives concernant la mise en place d'une démarche RSE en entreprises



L'entreprise Bayard met en place de nouvelles formes de coopérations (tiers-lieux d'innovation, incubation des projets, développement du design-thinking) afin de favoriser l'innovation RSE. Elle propose également des conférences, des modules de formation internes, et des séminaires et des événements qui combinent échanges de savoirs internes et extérieurs.



Le Collectif des festivals favorise depuis 2005 la mise en commun des expériences et accompagne les organisateurs de festivals dans leurs démarches de responsabilité sociale et environnementale. Il est également une structure ressource pour tous les organisateurs de manifestations culturelles de Bretagne.

Enjeu 4 : faire monter en compétences les entreprises dans la gestion des parcours de leurs salariés

4 pistes d'actions pour ce quatrième enjeu dont 1 jugée prioritaire par le COPIL et les professionnels

faire monter en compétences les entreprises dans la gestion des parcours de leurs salariés

CONSTATS :

- Outre, la formation et la **gestion des compétences**, les entreprises interrogées pointent également des **problématiques RH liées au turn-over, à la gestion des carrières et à la motivation des salariés**. L'amélioration de la gestion des parcours des salariés par les entreprises pourrait permettre de faire face à ces problématiques en leur proposant des perspectives d'évolutions.
- Par ailleurs, parmi les bonnes pratiques RH à mettre en place, les entreprises interrogées citent avant tout l'accompagnement des salariés dans leurs parcours professionnels.

4.1. - Communiquer auprès des entreprises sur les bénéfices de la certification et l'offre de formations/certifications existantes pour leur secteur et accessibles dans la région

4.2. - Organiser des sessions d'information et de promotion sur l'appui conseil RH, et les autres outils de gestion des parcours professionnels auprès des entreprises des différents secteurs de l'Afdas

4.3 - Organiser des sessions d'information et de promotion sur les initiatives/recours à la VAE pour les bénévoles, les saisonniers...

4.4 - Demande au service public d'information et d'aide à l'orientation en Bretagne de réaliser une campagne de promotion des formations sur le thème de la gestion des parcours auprès des professionnels du secteur de l'Afdas

Enjeu 4 : faire monter en compétences les entreprises dans la gestion des parcours de leurs salariés

Communiquer auprès des entreprises sur les bénéfices de la certification et l'offre de formations/certifications existantes pour leur secteur et accessible dans la région.



Participants: AFDAS, entreprises de la branche, fédérations et aux responsables de l'emploi

- 1 En s'appuyant sur les résultats de l'étude, formaliser un argumentaire par secteur relevant de l'Afdas pour sensibiliser les entreprises aux bénéfices de la certification présentant notamment :
 - Les enjeux auxquels sont confrontés chacun des secteurs.
 - La réponse que représente la certification pour les entreprises de chaque secteur au regard de leurs enjeux (recrutement facilité, salariés fidélisés, etc.).
 - Les certifications existantes dans leur secteur et les possibilités de financement de ces dernières.
 - Une invitation à se rapprocher d'un conseiller AFDAS pour plus d'informations.
- 2 Préparer des fiches présentant l'offre de certification par secteur en s'appuyant sur le travail d'identification des certifications réalisé.
- 3 Diffuser les fiches réalisées aux entreprises, aux fédérations et aux responsables de l'emploi présentes en Bretagne par mail ou le biais d'Internet.
- 4 Organiser une réunion de sensibilisation à la certification auprès des entreprises et professionnels relevant de l'Afdas mettant en avant la certification comme réponse aux enjeux.

Exemple d'argumentaire à développer pour l'hôtellerie de plein air

L'hôtellerie de plein air connaît **plusieurs évolutions** :

- L'évolution et la diversification de la demande client
- L'exigence de préservation de l'environnement
- L'intensification des usages et outils numériques
- L'évolution de la stratégie territoriale du tourisme

Le secteur fait par ailleurs face à **plusieurs enjeux**

- La structuration des métiers et des activités
- La transformation numérique des établissements
- Les besoins en main d'œuvre et les difficultés de recrutement

La certification un moyen de...

1 Fidéliser ses salariés

2 faire monter en compétences ses salariés

Annexe

7 /

Périmètre d'intervention de l'Afdas

Secteur de l'Afdas	IDCC	Libellé
Agences de mannequins (en cours de regroupement avec le Spectacle vivant)	2397	CC des mannequins adultes et des mannequins enfants de moins de seize ans employés par les agences de mannequins
Audiovisuel	1734	CC des artistes-interprètes engagés pour des émissions de télévision
Audiovisuel	1922	CCN de la radiodiffusion
Audiovisuel	2411	CCN des chaînes thématiques
Audiovisuel	2412	CC de la production de films d'animation
Audiovisuel	2642	CC de la production audiovisuelle
Audiovisuel	3097	CCN de la production cinématographique
Cinéma	716	CCN des employés et ouvriers de la distribution cinématographique
Cinéma	892	CCN des cadres et agents de maîtrise de la distribution de films de l'industrie cinématographique
Cinéma	1307	CCN de l'exploitation cinématographique
Distribution directe	2372	CCN des entreprises de la distribution directe
Éditions	1016	CC des cadres et agents de maîtrise de l'édition de musique
Éditions	1194	CCN des employés de l'édition de musique
Éditions	2121	CCN de l'édition
Éditions	2770	CCN de l'édition phonographique
Hôtellerie de plein air	1631	CCN de l'hôtellerie de plein air
Casinos Jeux	2257	CCN des casinos
Loisirs et divertissements	1790	CCN des espaces de loisirs, d'attractions et culturels
Organismes de tourisme	1909	CCN des organismes de tourisme

Presse	214	CC des ouvriers des entreprises de presse de la région parisienne
Presse	306	CC des cadres techniques de la presse quotidienne parisienne
Presse	394	CC des employés de la presse quotidienne parisienne
Presse	509	CC des cadres administratifs de la presse quotidienne parisienne
Presse	598	CCN de travail des ouvriers de la presse quotidienne régionale
Presse	693	CC de travail des employés de la presse quotidienne départementale
Presse	698	CC de travail des employés de la presse quotidienne régionale
Presse	781	CC des cadres administratifs de la presse quotidienne départementale
Presse	1018	CC des cadres techniques de la presse quotidienne départementale française
Presse	1083	CC de travail des ouvriers de la presse quotidienne départementale
Presse	1281	CC des employés de la presse hebdomadaire régionale
Presse	1480	CCN de travail des journalistes
Presse	1563	CC des cadres de la presse hebdomadaire régionale d'information
Presse	1895	CC de l'encadrement de la presse quotidienne régionale
Presse	2683	CCN du portage de presse
Presse	3221 (fusion de 1903 et 2014)	CCN des agences de presse
Presse	3225 (fusion de 3201 et 3202)	CCN des employés et des cadres des éditeurs de la presse magazine
Presse	3230 (fusion de 1871 et 1874)	CCN des éditeurs de la presse d'information spécialisée
Publicité	86	CCN des entreprises de publicité et assimilées
Spectacle vivant	1285	CCN pour les entreprises artistiques et culturelles (SYNDEAC)
Spectacle vivant	2717	CCN des entreprises techniques au service de la création et de l'événement
Spectacle vivant	3090	CCN des entreprises du secteur privé du spectacle vivant
Golf	2021	CCN du golf
Sport	2511	CCN du sport
Télécommunications	2148	CCN des télécommunications



aFDas
DEMAIN SERA FORMATION

