



DÉCEMBRE 2021

Grand angle 6

Le tourisme en Provence - Alpes - Côte d'Azur

Quels besoins en compétences pour s'adapter aux évolutions ?



Des ressources pour agir ensemble



Directrice de publication

Sylvette Avallet

Réalisation

Anne-Sophie Dumortier

Avec la participation de

Coralie Givovich

Somoudom Inthavong

Conception graphique, PAO

Gaël Martinez

Anna Chaldjian

Photos

© Adobe Stock

Sommaire

| | |
|---|-----------|
| Introduction | 5 |
| Chapitre 1 - Les facteurs d'influence des métiers du tourisme | 7 |
| 1. Le contexte économique en Provence - Alpes - Côte d'Azur en 2021 | 8 |
| 2. Les facteurs d'influence des métiers et des compétences du tourisme | 16 |
| 3. L'évolution générale de la filière Tourisme en 2021 | 16 |
| Chapitre 2 - Les besoins régionaux en compétences dans de grands domaines du tourisme | 15 |
| Les métiers et les compétences influencés par les évolutions structurantes de la filière | 20 |
| 1. Les besoins en compétences dans le tourisme social et familial | 21 |
| 2. Les besoins en compétences dans l'hôtellerie de plein air | 23 |
| 3. Les besoins en compétences dans le tourisme culturel | 25 |
| 4. Les besoins en compétences dans l'événementiel | 27 |
| 5. Les besoins en compétences dans le tourisme vert | 29 |
| 6. Les besoins en compétences dans les offices de tourisme | 31 |
| 7. Les besoins en compétences dans les sports de nature | 33 |
| Principaux enjeux et pistes de réflexion | 35 |
| Les pistes d'action proposées | 36 |
| Bibliographie | 37 |
| Annexe - Périmètre tourisme retenu | 38 |



Introduction

Cette étude s'inscrit dans la continuité de celle publiée en avril 2021, *Le Tourisme en Provence - Alpes - Côte d'Azur. Évolution et impact de la crise sanitaire*¹, proposant un diagnostic quantitatif du Tourisme en région, une analyse des évolutions des métiers ces dernières années et les premiers impacts de la crise sanitaire (par grands domaines du Tourisme).

Celle-ci montrait la richesse de l'appareil touristique sur tout le territoire régional et son impact sur l'économie. Le tourisme prend les formes des caractéristiques de nos territoires (montagne, littoral, urbain, culturel, sportif, d'affaires, etc.) et engage de nombreux acteurs locaux. L'étude soulignait aussi que, face à un environnement en constante évolution et une demande sociale toujours plus exigeante et parfois imprévisible, la filière touristique et les acteurs institutionnels qui la soutiennent avaient engagé de nombreuses actions pour l'accompagner dans l'ère numérique et dans la transition écologique. Ces changements s'accompagnaient d'évolutions de nombreux métiers et des compétences ainsi que de l'apparition de nouveaux métiers.

La crise sanitaire a impacté directement la filière Tourisme ; certains territoires comme les Alpes-Maritimes et les Hautes-Alpes, dont l'économie est particulièrement tournée vers le développement des activités touristiques d'été et d'hiver, ont subi de plein fouet l'arrêt du tourisme international et la fermeture des stations. Les professionnels ont été nombreux à s'orienter vers des métiers plus stables et moins impactés par la crise. Tous n'ont pas réintégré leur ancien poste, ce qui a accentué la tension sur certains métiers structurellement en manque de main-d'œuvre, notamment dans l'hôtellerie-restauration.

L'ensemble de ces constats nous amène à nous interroger à présent sur les besoins de main-d'œuvre des employeurs en temps de reprise économique et à identifier les compétences requises à l'exercice des métiers dans le Tourisme au-delà des besoins conjoncturels. Dans le cadre de cette seconde étude, sept pans d'activité du Tourisme ont été retenus, à la suite de l'analyse précédente mais aussi de l'engouement observé en 2021 pour certaines formes touristiques ou au contraire du fort ralentissement pour d'autres activités :

- le tourisme social et familial ;
- l'hôtellerie de plein air ;
- le tourisme culturel ;
- l'événementiel ;
- les offices de tourisme ;
- le tourisme vert ;
- le tourisme sportif.

Après une analyse conjoncturelle quantitative de la filière du Tourisme en région réalisée en 2021, des fiches sectorielles présentent une analyse qualitative du secteur et des métiers emblématiques qui le composent ainsi que les nouveaux besoins en compétences et en formation, exprimés par les représentants du secteur.

¹ Cogoluegnes, Dumortier, 2021.



Chapitre 1

Les facteurs d'influence des métiers du tourisme

L'essentiel

- La filière Tourisme, essentielle à l'économie régionale, a été fortement impactée par la crise sanitaire et a dû s'adapter aux mesures sanitaires drastiques pour accueillir à nouveau la clientèle, essentiellement française.
- Les Hautes-Alpes et les Alpes-Maritimes ont été particulièrement touchés en termes d'activité et d'emploi.
- La filière se remet peu à peu de l'impact de la crise, de manière différenciée selon les secteurs et les départements.
- Les actions des pouvoirs publics régionaux et nationaux ont permis à de nombreux acteurs de bien préparer la reprise de l'activité touristique, très dynamique cet été 2021.
- Cependant, il reste à régler les problèmes d'attractivité des métiers, souvent délaissés par les salariés qui se sont réorientés vers des emplois plus stables, dans d'autres secteurs. L'enjeu est donc de fidéliser la main-d'œuvre saisonnière et d'attirer à nouveau les jeunes peu enclins à intégrer les nombreux postes proposés dans la filière Tourisme.
- Les transitions écologique et numérique et l'évolution de la demande de la clientèle amènent également à se pencher sur les enjeux d'adaptabilité et de réactivité et donc d'évolution des compétences des professionnels.

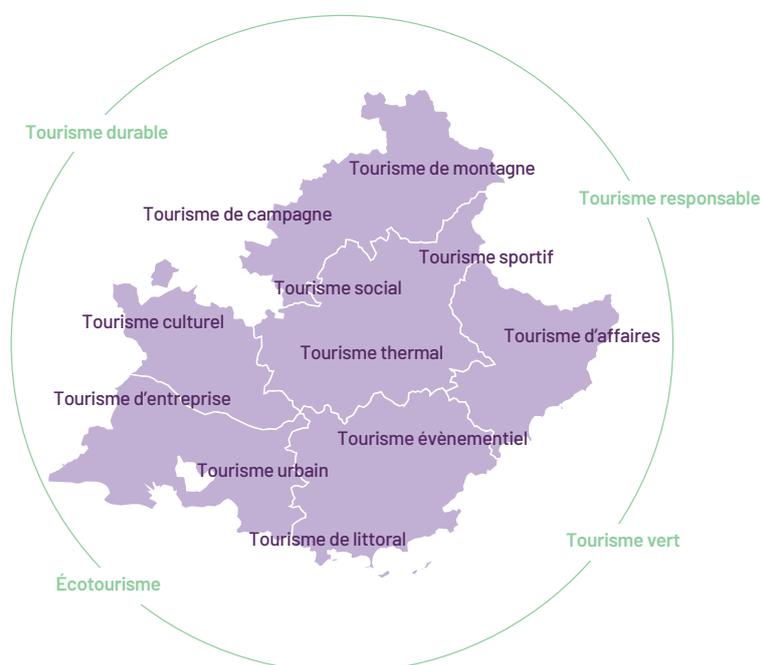
1. Le contexte économique en Provence - Alpes - Côte d'Azur en 2021

1.1. Une région très touristique

Le tourisme en Provence - Alpes - Côte d'Azur prend de nombreuses formes sur tous les territoires et de nouvelles formes fortement liées à la transition écologique.

SCHÉMA 1

Les différentes formes du tourisme



Source : Carif-Oref.

1.2. Une filière Tourisme qui se remet doucement de la crise sanitaire

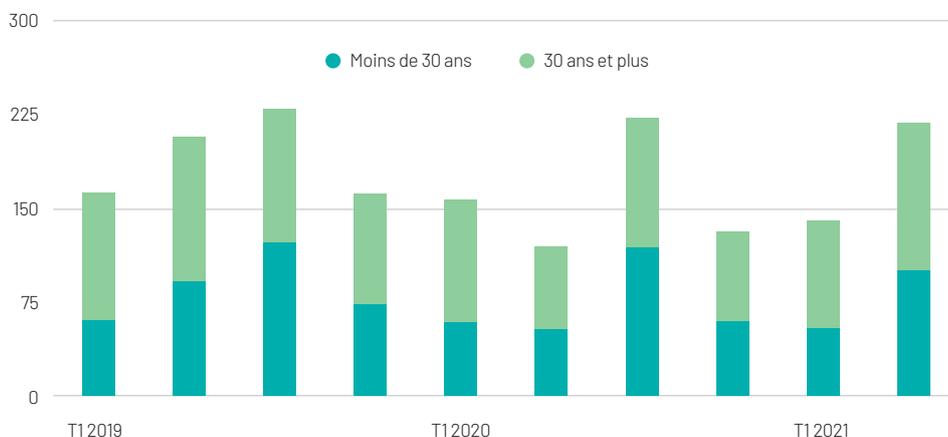
La région fortement impactée par la crise sanitaire

De par sa structuration économique très orientée vers les diverses activités touristiques, Provence - Alpes - Côte d'Azur est l'une des régions de France les plus touchées par la crise sanitaire. Le marché du travail a été très impacté par l'arrêt brutal des activités : comme le montre le graphique 1, les embauches de salariés ont chuté à chaque période de confinement (mars 2020 et novembre 2020), mais surtout celui de mars. Tous les secteurs sont touchés, notamment le secteur tertiaire marchand. En revanche, durant le second confinement fin 2020, ce sont surtout les secteurs de l'hébergement-restauration, les autres activités annexes et le commerce qui sont impactés par les restrictions sanitaires. Sur un recul de 24 000 emplois, environ 15 000 concernent ces trois secteurs.

D'après les représentants de la filière, la bonne saison estivale (plus courte que les années précédentes) ne peut combler la baisse de la fréquentation touristique fin 2020 et début 2021.

GRAPHIQUE 1

Déclarations préalables à l'embauche par tranche d'âge (données brutes en milliers)



Note : données arrondies provisoires.

Champ : ensemble des embauches en CDI et CDD de plus d'un mois du privé (hors MSA et intérim) et du public (contrats de droit privé).

Source : Accoss-Urssaf, trimestre 1 2019 à trimestre 2 2021 - Traitement Carif-Oref.

Tous les départements impactés mais à des degrés différents

Les Alpes-Maritimes et les Hautes-Alpes ont été les départements les plus impactés par la crise sanitaire du fait de la forte présence du secteur touristique et d'une saison en station de ski extrêmement réduite à cause des mesures sanitaires en vigueur.

Les Hautes-Alpes² se distinguent par une baisse massive de l'emploi au quatrième trimestre (- 4,4 %). Fin décembre, la fermeture des remontées mécaniques accentue la mauvaise santé de l'emploi dans le département, notamment dans l'hébergement-restauration (- 44,9 % sur un trimestre). Par rapport au deuxième trimestre 2019, le département est le plus touché par la crise (- 6,8 % d'emploi salarié), suivi des Alpes-Maritimes (- 2 %). Le taux de chômage des Hautes-Alpes est ainsi passé de 6,9 % au deuxième trimestre 2020 à 9,2 % au premier trimestre 2021 (tableau 1).

Une étude de l'Urssaf souligne la gravité de la situation dans les territoires alpins³. Les comptes débiteurs et les impayés y ont fortement augmenté, surtout dans les Hautes-Alpes. Les professions libérales représentent la majorité des personnes en difficulté. Ce sont principalement les professionnels ayant une activité liée à l'apprentissage du ski (moniteurs de ski, guides de haute montagne, canyonisme, etc.) qui subissent la crise, ces activités étant difficilement rattrapées avec la saison d'été.

En 2020, le nombre d'allocataires percevant le RSA s'est accru de 11,7 % en région (pour une croissance nationale de 7,5 %). Cette hausse d'allocataires est particulièrement marquée dans les Alpes-Maritimes (+ 21,1 %) comme le souligne le tableau 2.

² Masson, Perron-Bailly, avril 2021.

³ Urssaf, 2021.

TABLEAU 1

Taux de chômage par département

| | T2 2020 (en %) | T1 2021 (en %) | T2 2021 (en %) |
|------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Alpes-de-Haute-Provence | 8,8 | 9,4 | 9,5 |
| Hautes-Alpes | 6,9 | 9,2 | 7,8 |
| Alpes-Maritimes | 8,1 | 8,9 | 9,0 |
| Bouches-du-Rhône | 8,3 | 9,3 | 9,2 |
| Var | 8,1 | 8,4 | 8,6 |
| Vaucluse | 9,3 | 10,1 | 10,4 |
| Région | 8,3 | 9,1 | 9,1 |
| France métropolitaine | 7,1 | 7,8 | 7,8 |

Note : données trimestrielles provisoires, corrigées des variations saisonnières ; estimation à +/- 0,3 point près du niveau du taux de chômage national et de son évolution d'un trimestre à l'autre.

Source : Insee, taux de chômage au sens du BIT (national) et taux de chômage localisés (régional et départementaux) - Traitement Carif-Oref.

TABLEAU 2

Évolution du recours au RSA par département

| | Évolution déc. 2019 à déc. 2020 | Évolution juillet 2020 à juillet 2021 |
|------------------------------|---------------------------------|---------------------------------------|
| Alpes-de-Haute-Provence | + 8,7 | - 3,7 |
| Hautes-Alpes | + 12,8 | - 2,9 |
| Alpes-Maritimes | + 21,1 | - 9,4 |
| Bouches-du-Rhône | + 9,2 | - 6,1 |
| Var | +12,0 | - 4,2 |
| Vaucluse | + 10,5 | - 5,3 |
| Région | + 11,7 | - 6,0 |
| France métropolitaine | + 7,5 | - 4,7 |

Note : données arrondies provisoires.

Source : CNAF - Dreets - Traitement Carif-Oref.

Selon l'Insee⁴, début 2021, la région reste plus touchée que la moyenne métropolitaine. Le volume d'heures rémunérées par les employeurs est très inférieur à son niveau d'avant-crise car l'hébergement-restauration, toujours affecté, tire l'activité économique régionale vers le bas.

Dans les Alpes-Maritimes, la chute du nombre d'heures rémunérées s'accroît en mars car les activités liées au tourisme (notamment tourisme d'affaires, tourisme international) sont toujours à l'arrêt. Dans les Hautes-Alpes, la situation s'améliore faiblement et l'activité locale reste en deçà du niveau d'avant-crise. En février 2021, le chômage partiel concerne encore 140 000 personnes en région.

⁴ Masson, Perron-Bailly, mai 2021.

Les dernières données de la Dreets⁵ montrent que la région a retrouvé un dynamisme économique au deuxième trimestre 2021. L'emploi salarié régional progresse plus rapidement que la moyenne nationale et dépasse même son niveau d'avant-crise dans tous les secteurs d'activité. La croissance est notamment très vive dans le tertiaire marchand, notamment l'hébergement-restauration. « *La hausse de l'emploi, combinée au retour sur le marché du travail de personnes qui s'en étaient retirées, conduit à une nouvelle stabilité du taux de chômage.* » La demande d'emploi se réduit sensiblement dans les Hautes-Alpes (et retrouve son niveau de fin 2020) mais repart à la hausse dans les Alpes-Maritimes, qui ne retrouvent pas leur croissance économique d'avant-crise.

1.3. Une très bonne fréquentation touristique durant l'été 2021

Les données du Comité régional de tourisme (CRT) le montrent : l'été 2021 enregistre une embellie du tourisme régional grâce à la forte présence de la clientèle française extrarégionale et de la clientèle internationale frontalière⁶.

Entre le 3 mai et le 18 août 2021, le volume de nuitées augmente de 21 % comparativement à 2020 et de 18 % comparativement à 2019. Ces bons chiffres proviennent principalement de la présence marquée de la clientèle française (de 20 % supérieure à l'été 2019). Une partie de la clientèle étrangère est aussi de retour dans la région, principalement les Belges et les Suisses. Même si le niveau de nuitées internationales évolue favorablement par rapport à 2020 (+ 29 %), il reste à un niveau bien au-dessous de celui de 2019 (- 31 %). L'affluence des touristes américains, asiatiques et britanniques n'a pas retrouvé son niveau d'avant-crise.

Tous les territoires (ville, campagne, montagne, littoral) et presque tous les secteurs d'activités (offices de tourisme, hébergement-restauration, prestataires de service, etc.) bénéficient de cette éclaircie économique estivale mais à des niveaux différenciés. Les prestataires de loisirs et culturels sont impactés négativement par le pass sanitaire.

Le CRT note « *une très belle embellie de l'hôtellerie urbaine régionale au mois d'août. [...] Les hôtels des Alpes-Maritimes, qui accusaient un net retard au printemps comparativement aux hôtels des autres départements, rattrapent le retard et se hissent en tête pour les performances hôtelières au mois d'août* ».

Certains segments touristiques ne bénéficient pas du retour de la croissance car la clientèle étrangère hors UE et la clientèle d'affaires ne sont pas pleinement revenues (spécificités touristiques des Alpes-Maritimes). De même, l'événementiel n'a pas retrouvé le dynamisme de 2019. Les entreprises spécialisées dans ces trois segments demeurent enclavées dans des difficultés économiques graves.

⁵ Dreets Provence - Alpes - Côte d'Azur, 2021.

⁶ Comité régional de tourisme Provence - Alpes - Côte d'Azur, 2021.

L'artisanat dans la filière Tourisme : premiers effets de la crise sanitaire⁷

Une collaboration de la Chambre de métiers et de l'artisanat de région Provence - Alpes - Côte d'Azur, CMAR PACA

Au sein de la filière Tourisme telle que définie dans le « Grand angle » du Carif-Oref, les activités artisanales représentent un quart des entreprises identifiées dans les activités touristiques « cœur » ou « satellites⁸ ». Ainsi plus de 20 000 entreprises artisanales œuvrent dans ce périmètre, dont 28 % sont employeuses⁹.

En complément de ces activités orientées hébergement, restauration, loisirs et transport, certaines activités artisanales constituent des marqueurs importants de l'identité régionale et contribuent ainsi au rayonnement et à l'attractivité touristique de la région. Les santons, la céramique, les savons, les calissons sont autant de produits emblématiques du territoire dont la fabrication traditionnelle s'inscrit pleinement dans l'économie touristique. Par son ancrage local et sa valorisation des savoir-faire et des circuits courts, l'artisanat se positionne comme une composante majeure dans la construction d'un tourisme durable, en adéquation avec les évolutions des attentes touristiques accentuées par la crise sanitaire.

L'artisanat soutient également la filière Tourisme à travers des activités « supports » moins emblématiques mais pourtant essentielles que sont les activités de nettoyage, les transports par taxis ou la réparation et la maintenance navales.

Entre les activités supports et celles qui contribuent au rayonnement du territoire et à l'attractivité touristique, ce sont finalement plus de 30 000 entreprises artisanales qui s'inscrivent dans la filière Tourisme.

Quels sont les impacts de la crise sanitaire sur l'ensemble de ces activités artisanales de la filière Tourisme ?¹⁰

Au sein des métiers de bouche et de la restauration, les évolutions annuelles sont contrastées. La fabrication de biscuits, chocolats et produits de confiserie, ainsi que la fabrication de glaces, de sorbets et de boissons, voient leur croissance annuelle du nombre d'entreprises divisée par deux. Par rapport à 2019, la création d'entreprises artisanales dans les métiers de bouche recule de 15 %. La restauration rapide, quant à elle, tire son épingle du jeu puisqu'elle affiche une croissance de 9 % du nombre d'entreprises en 2020, malgré la crise sanitaire. Le niveau de créations d'entreprises dans ces activités reste stable par rapport aux années précédentes : + 1 130 entreprises en 2020, soit seulement 22 créations de moins qu'en 2019. Le modèle de la restauration rapide a pu montrer une plus grande adaptabilité aux restrictions sanitaires du fait de son fonctionnement déjà tourné vers la vente à emporter et la livraison. Pour certaines activités artisanales qui concourent à l'attractivité du territoire telles que la fabrication de savons et la fabrication d'éléments décoratifs en verre, en céramique ou en terre cuite, activités typiques de l'économie régionale dont le modèle économique repose en grande partie sur le tourisme, la crise sanitaire a produit un ralentissement de la croissance durant l'année 2020 (- 5 points). Le nombre de créations d'entreprises dans ces métiers recule de 9 %, après cinq années de progression.

Enfin, concernant les activités artisanales de soutien à l'activité touristique, le bilan est mitigé. Conséquence des épisodes de confinement : les activités de transport marquent un net recul. Les créations de taxis et de VTC sont à la baisse (- 35 % et - 26 %). À la faveur de l'épidémie, les activités de nettoyage poursuivent leur croissance : les créations progressent de 12 %.

Nb : La permanence des dispositifs d'accompagnement des entreprises sur la période observée (année 2020) ne permet pas de prendre l'entière mesure des effets produits par la crise sanitaire.

⁷ Les productions de l'Observatoire économique régional de la CMAR PACA s'appuient sur des données issues d'une base régionale consolidée à partir du Répertoire des métiers (base régionale CMAR PACA). Cette base prend notamment en compte l'enregistrement systématique des mouvements des entreprises artisanales telles que les immatriculations et radiations.

⁸ Répertoire des entreprises et des établissements (REE) au 31 décembre 2019 - part des entreprises artisanales dans les entreprises de l'économie marchande hors agriculture.

⁹ REE au 31 décembre 2019.

¹⁰ Source : Base régionale CMAR PACA du 1^{er} janvier 2020 au 1^{er} janvier 2021.

1.4. Un net recul du nombre de salariés dans l'hôtellerie-restauration au printemps 2021 ayant quitté le secteur durant la crise

L'étude *Le Tourisme en Provence - Alpes - Côte d'Azur* réalisée par le Carif-Oref¹¹ montrait que, parmi les métiers exercés dans les activités composant la filière Tourisme, plusieurs d'entre eux étaient identifiés comme étant en tension structurelle en région. Parmi eux, on trouvait principalement des métiers de l'hôtellerie-restauration. La crise a accentué les tensions déjà observées depuis plusieurs années.

En effet, l'étude publiée en septembre 2021 par la Dares¹² montre que la crise sanitaire a eu un impact sur l'évolution des effectifs dans l'hôtellerie-restauration. En effet, ceux-ci se sont réduits de 237 000 personnes entre février 2020 et février 2021 alors qu'ils avaient progressé d'environ 50 000 personnes par an entre 2018 et 2019.

Deux raisons expliquent cette diminution :

- Les recrutements à la baisse de la part des employeurs, qui ont eu beaucoup moins besoin de main-d'œuvre entre février 2020 et février 2021 (presque moitié moins qu'auparavant).
- Les nombreux départs de salariés du tourisme, qui quittent leur emploi pour intégrer un secteur leur offrant une stabilité et des conditions d'emploi plus satisfaisantes. La plupart d'entre eux ne souhaitent pas réintégrer leur ancien poste.

Ainsi, en juin 2021, avec le redémarrage des activités touristiques, les employeurs de l'hôtellerie-restauration ont été confrontés à d'importantes difficultés de recrutement de personnel. En région, on notait environ 7 500 emplois dans le tourisme non pourvus en début de saison 2021. Cette absence de main-d'œuvre est la conséquence du manque d'attractivité des métiers du tourisme. Ils n'attirent plus les jeunes compte tenu des horaires de travail atypiques, du type de contrat proposé (certains contrats étant très précaires) et des faibles rémunérations.

1.5. Améliorer l'attractivité des métiers et sécuriser les parcours professionnels dans le tourisme

Les niveaux de diplômes sont variables selon l'activité exercée : les secteurs de l'hébergement, de l'hôtellerie-restauration et des transports terrestres se caractérisent par une forte représentation des actifs peu ou pas diplômés. À l'inverse, les agences de voyages, les musées, les activités artistiques, culturelles et sportives présentent un taux élevé d'actifs titulaires de diplômes de l'enseignement supérieur.

La formation peut jouer un rôle très important dans la sécurisation des parcours professionnels des actifs exerçant dans le tourisme à double titre : permettre d'accéder à des emplois plus qualifiés et généralement plus stables et permettre de limiter les périodes d'inactivité en exerçant une autre activité en dehors des périodes de saisons touristiques.

¹¹ Cogoluegnes, Dumortier, avril 2021.

¹² Barry, Paloc, Obser, 2021.

C'est ainsi que, parmi les six mesures prioritaires identifiées dans le plan gouvernemental du tourisme de juillet 2017 visant à renforcer l'attractivité touristique de la France, la quatrième cible plus précisément l'emploi et la formation¹³.

À la suite de cela, un accord-cadre national d'engagement de développement de l'emploi et des compétences (EDEC) pour les branches dont les activités sont liées au tourisme a été signé entre l'État, les représentants de 12 branches professionnelles (Cafétérias et libre-service, Casinos, Hôtels-cafés-restaurants, Hôtellerie de plein air, Loisirs, Organismes de tourisme, Ports de plaisance, Remontées mécaniques, Restauration collective, Restauration rapide, Spectacle vivant, Tourisme social et familial) et quatre OPCA devenus OPCO (Afdas, Agefos-PME, Fafih et Uniformation). Cet EDEC qui courait initialement de novembre 2018 à avril 2021 exhorte les entreprises et les salariés de ces branches à s'engager dans un vaste plan de formation.

L'objectif et les finalités de l'EDEC tourisme sont¹⁴ :

« Dans un environnement de plus en plus concurrentiel où les technologies évoluent en permanence et changent les comportements et attentes de la clientèle touristique et des publics, les branches dont les activités sont liées au tourisme et signataires du présent accord EDEC souhaitent préparer, accompagner et outiller leurs entreprises et professionnaliser leurs salariés face à ces changements, notamment ceux induits par le numérique. Il s'agit :

- d'anticiper l'impact de ces mutations sur les emplois et les compétences ;
- d'améliorer la reconnaissance des compétences transversales à ces activités liées au tourisme ;
- de faire évoluer et de réinventer les métiers et les formations, y compris en digital learning, qui peuvent répondre aux besoins des TPE-PME ;
- de développer les formations et les compétences en matière de sécurité et de sûreté, tant des collaborateurs que des visiteurs ;
- de sensibiliser les entreprises et tout particulièrement les TPE-PME à la transition numérique et à ses effets sur la reconfiguration de l'organisation de l'entreprise en interne, sur ses pratiques, sa gestion RH, sur les relations de travail et la posture managériale ;
- de valoriser et de développer les savoirs et les compétences relationnels en matière d'accueil dans un objectif de personnalisation du parcours - client - public et d'attractivité des métiers du tourisme ;
- d'utiliser le levier RSE pour agir sur l'organisation du travail, la qualité au travail et les modèles d'encadrement de l'entreprise pour fidéliser et attirer de nouveaux talents et développer la compétitivité des entreprises ;
- de se prémunir des risques liés au numérique et à la détention de données personnelles (cyber-sécurité et RGPD). »

¹³ Les autres mesures prioritaires sont la qualité et l'accueil ; la structuration de l'offre ; le soutien en matière d'investissement ; le soutien à la numérisation et l'accès aux vacances pour un plus grand nombre.

¹⁴ Ministère du Travail, de l'Emploi et de l'Insertion, 2018 : https://travail-emploi.gouv.fr/IMG/pdf/edec_tourisme.pdf.

Pour cela, des actions sont mises en œuvre autour de quatre axes :

1. développer la fréquentation touristique et améliorer la qualité de l'accueil des publics et de la clientèle ;
2. développer l'attractivité des métiers liés au tourisme, fidéliser les salariés et sécuriser les parcours professionnels ;
3. gérer l'impact de la transition numérique sur les ressources humaines au quotidien et renforcer les compétences des acteurs de l'entreprise ;
4. partager et valoriser les outils, les échanges de bonnes pratiques et les expérimentations territoriales.

En 2019, dans le cadre du Fonds d'innovation pour la formation, **la Région Provence - Alpes - Côte d'Azur et l'OPCO Assurance formation des activités du spectacle (Afdas) ont signé une convention d'aide financière pour accompagner la filière Culture, création, communication dans le développement de l'emploi et des compétences**¹⁵.

Cette convention porte sur le déploiement de l'EDEC 3C (culture, création, communication). Il a été étendu quelques mois après aux branches du Casino, du Golf, de l'Hôtellerie de plein air, des organismes de tourisme, du sport et des télécommunications (avenant n° 1 de 2019).

L'avenant comporte aussi un volet « appui-conseil pour rebondir » suite à la crise sanitaire et ses conséquences sur la situation économique de la filière Tourisme. Chaque appui-conseil contient quatre phases : le pré-diagnostic, le diagnostic, la définition et la construction du plan d'actions et le suivi (trois à six mois après la validation)¹⁶.

Les OPCO des différentes branches encouragent alors leurs adhérents à faire évoluer leurs pratiques de GRH et à fidéliser leur main-d'œuvre à travers plusieurs actions de formation. Par exemple, Uniformation (OPCO de la branche Tourisme social et familial [TSF] et celle de l'Animation, deux branches très présentes dans le Tourisme) propose à ses adhérents un certain nombre de préconisations concernant les saisonniers titulaires visant à sécuriser leur parcours professionnel :

- favoriser l'approche territoriale pour répondre à la problématique de formation des saisonniers titulaires ;
- favoriser l'évolution professionnelle des saisonniers titulaires dans une période marquée par de profonds changements ;
- sécuriser la situation des titulaires les plus fragiles lors de l'intersaison ;
- agir sur l'orientation et la qualification des jeunes à l'entrée du TSF afin de sécuriser les parcours en amont.

¹⁵ Région Provence - Alpes - Côte d'Azur, 2019.

¹⁶ Afdas, 2021.

2. Les facteurs d'influence des métiers et des compétences du tourisme



Source : Carif-Oref.

3. L'évolution générale de la filière Tourisme en 2021

L'étude précédente *Le Tourisme en Provence - Alpes - Côte d'Azur* d'avril 2021 du Carif-Oref identifie des enjeux liés aux évolutions de la filière, notamment en lien avec la transition écologique et la transition numérique. La crise a accentué un processus déjà en marche en incitant les professionnels et les éventuels clients à encore plus de digitalisation mais aussi en renforçant les velléités de retour vers la nature, en se tournant vers un tourisme plus respectueux de l'environnement et des habitants (ces deux besoins n'étant pas systématiquement liés).

Les notions telles que tourisme vert, tourisme durable, écotourisme, tourisme responsable se multiplient. Se tourner vers ces nouveaux modes ne va pas de soi pour les professionnels du tourisme. Cette évolution s'accompagne de changements de comportements et de besoins en formation importants.

Rappels sur les enjeux identifiés suite à l'analyse des évolutions en cours (avril 2021)

Enjeux
d'attractivité et
de fidélisation
de la main-
d'œuvre

- Une meilleure mixité des emplois et la fidélisation des travailleurs (permanents ou saisonniers) par :
 - l'amélioration des conditions d'emploi proposées (la saisonnalité pouvant mener à la précarité) ;
 - une offre de services publics adaptés aux saisonniers facilitant leur installation sur les territoires (aide à l'obtention de logement, transports, gardes d'enfants avec des périodes d'ouverture adaptées aux horaires des professionnels, guichet unique des saisonniers...).
- Un accès plus facile à la formation pour sécuriser les parcours des saisonniers (quel que soit leur statut) et pour une montée en compétences des salariés permanents peu ou pas diplômés.
- Une meilleure information sur l'éventail des métiers et les conditions d'exercice dans le Tourisme, en mobilisant les acteurs de l'orientation et de l'insertion.
- Une multiplication des filières éducatives bi-qualifiantes.

Enjeux
d'anticipation
des besoins de
main-d'œuvre des
entreprises et de
développement
économique des
territoires

- Un important recours aux contrats courts et au statut de non-salarié :
 - renforcer les réseaux locaux des travailleurs saisonniers et des employeurs (maisons des saisonniers) pour faciliter la mobilité professionnelle des travailleurs ;
 - accompagner la gestion des ressources humaines des entreprises majoritairement des TPE-PME ;
 - informer sur les avantages et inconvénients des différents statuts de non-salarié (notamment en matière de protection sociale).
- Des actions pour le développement des territoires :
 - accompagner à la création d'entreprise sur une période plus longue ;
 - instaurer de manière territorialisée des aides à l'installation durable des saisonniers sur les territoires pour fidéliser la main-d'œuvre tout en revitalisant les zones rurales et de montagne.

Enjeux
de gestion
prévisionnelle
des emplois
et des
compétences
(GPEC)

- Un tissu économique composé majoritairement de TPE qui n'ont pas les moyens RH à disposition :
 - information et formation des dirigeants ;
 - groupement d'employeurs ;
 - développement des CDI intérimaire.
- Un nombre d'actifs en emploi croissant et de nouvelles attentes :
 - peu de seniors et montée en compétences prévisible (innovation technologique, verdissement des activités, renforcement de la relation clients...);
 - risque de désajustement entre compétences attendues et disponibles et de décrochage possible des personnels seniors.

Source : Carif-Oref.



Chapitre 2

Les besoins régionaux en compétences dans de grands domaines du tourisme

L'essentiel

- Des évolutions structurelles de métiers de la filière et pas uniquement conjoncturelles.
- Une montée en qualification nécessaire entraînant de nouveaux besoins en compétences et en formation.
- Des besoins en compétences sur des domaines transversaux qui permettent la mutualisation des actions, le montage de plan de développement des compétences adaptées à l'ensemble des saisonniers, notamment avec l'appui des OPCO.
- Des besoins en compétences spécifiques à chaque secteur du tourisme pouvant être acquis dans le cadre de formations adaptées au rythme de travail des salariés et de l'activité de la structure.
- Des besoins en formations de préférence qualifiantes et en format hybride (présentiel et distanciel) pour faciliter l'absence des salariés pour cause de congés de formation.
- La gestion des ressources humaines est réinterrogée, notamment sur les questions de conditions de travail et d'emploi, la fidélisation de la main-d'œuvre, la connaissance des dispositifs publics pour accompagner le changement, la mobilisation des acteurs économiques (OPCO, organismes de formation, chambres consulaires).
- Les besoins en formation concernent aussi les travailleurs indépendants et les gérants d'établissements qui ont besoin d'acquérir des compétences leur permettant de faire évoluer leurs structures.

Les métiers et les compétences influencés par les évolutions structurantes de la filière

L'EDEC 3C, étendu à des secteurs touristiques, était fortement axé sur l'accompagnement à la transition numérique et à la reconnaissance de compétences transversales.

Comme souligné précédemment, la crise a été un accélérateur de tendances observées depuis plusieurs années suite aux changements de comportements de la clientèle et des professionnels. Aujourd'hui, elle incite fortement la filière à intensifier les actions en faveur de la transition écologique, du respect de l'environnement et du développement du tourisme durable et responsable.

Les acteurs du tourisme ont ainsi plus ou moins déjà enclenché des actions pour tenter de répondre à l'ensemble de ces nouveaux besoins en compétences et donc en formation. Certains domaines voient même apparaître de nouveaux métiers.

Les fiches suivantes mettent en lumière les nouveaux besoins en compétences spécifiques et parfois même proposent des contenus de formation adaptés pour mieux répondre à ces évolutions.



1. Les besoins en compétences dans le tourisme social et familial

Le tourisme social et familial (TSF), qui a pour objectif de permettre à chacun de partir en vacances et de pratiquer des activités de loisirs, constitue une famille importante et historique de l'économie sociale et solidaire (ESS). Il est composé des centres et villages vacances¹⁷, des hôtels/résidences, des maisons familiales, des auberges de jeunesse, des centres sportifs et d'hébergements nature tels que les campings, les refuges et les gîtes. Les structures du tourisme social de la région sont situées en milieu rural, sur le littoral, en moyenne montagne mais aussi en milieu urbain. Les établissements mettent à disposition des touristes des services de restauration, de loisirs ou de sport et des installations sanitaires. Ils peuvent aussi exploiter des terrains de camping et des agences de voyages.

Ils relèvent soit de la convention collective nationale de l'animation, soit de celle du tourisme social et familial.

Les thématiques des besoins en formation du TSF sont l'accueil, l'animation (avec les BPJEPS), la cuisine (sécurité/hygiène), l'entretien, la maintenance, le développement commercial.

En 2019, selon l'Union nationale des associations de tourisme et de plein air (UNAT) Provence - Alpes - Côte d'Azur¹⁸, on comptait 194 établissements (1669 en France) représentant près de 35500 lits et 12 établissements de séjours (colonies, séjours scolaires, vacances adaptées...). Près de la moitié des établissements sont des villages vacances. Provence - Alpes - Côte d'Azur représente 14 % des établissements du TSF national. En 2019, le chiffre d'affaires régional du TSF dépasse les 215 millions d'euros, dont 203 millions provenant des activités touristiques. Le TSF a employé 5148 personnes, ce qui représente plus de 2000 équivalents temps plein sur des postes d'accueil, d'animation, de restauration et d'entretien principalement.

Au niveau national, le nombre de vacanciers pour l'année 2019 était en hausse de près de 14 % avant la crise. C'est d'ailleurs une branche importante dans certaines économies locales comme les territoires alpins ou le Var.

Selon Unifformation, l'OPCO de la branche animation et du TSF, le profil des métiers du tourisme social et familial est identique à celui du tourisme en général :

- famille Animation ;
- famille Restauration ;
- famille Hébergement ;
- famille Entretien ;
- famille Support technique ;
- famille Support administratif ;
- famille Direction.

Ces dernières années, les exploitants de structures TSF ont cherché à se diversifier et à se différencier pour attirer davantage de publics et faire face à la concurrence des autres modes d'accueil des vacanciers. Ont ainsi été créés des villages nature ou des villages vacances écologiques.

¹⁷ Selon le code du tourisme, « est considéré comme villages vacances tout centre d'hébergement faisant l'objet d'une exploitation globale de caractère commercial ou non, destiné à assurer des séjours de vacances selon un prix forfaitaire comportant, outre la pension, l'usage d'équipements communs, d'installations sportives et de distractions collectives » (article D325-1).

¹⁸ UNAT de Provence - Alpes - Côte d'Azur, *Chiffres clés du tourisme social 2019, 2020*.

Durant la crise sanitaire, certains établissements ont accueilli de nouveaux publics tels que les étudiants à des prix très avantageux, par l'intermédiaire de certains comités d'entreprise de leurs parents. Cela leur a permis de retrouver une vie sociale (une semaine d'accueil pour suivre les cours tout en se relaxant). D'autres villages vacances ont accueilli en urgence des enfants en difficulté qui devaient être écartés de leur famille en attendant un placement social.



Zoom sur le métier d'animateur socioculturel et de loisirs

Les professionnels de l'animation socioculturelle et de loisirs sont très présents dans le TSF car ils sont au cœur des attractions de la structure. Ils accueillent différents publics (familles, enfants, ados, seniors, personnes en situation de handicap, etc.) et amusent et distraient les touristes en organisant des activités sportives et de loisirs, des soirées thématiques (impliquant ou non les personnes) ou des sorties à l'extérieur du village. De par la diversification des activités proposées aux clients, les employeurs demandent de plus en plus aux animateurs de posséder une spécificité technique, artistique ou sportive et d'être en capacité de monter un projet d'animation conformément aux contraintes sanitaires ou environnementales.

Au-delà des compétences habituelles d'un animateur ayant reçu une réelle formation professionnelle (comme un BPJEPS animation ou sport, un titre professionnel animateur loisirs ou un Deust d'animation et gestion d'activités sportives, physiques et culturelles), certaines compétences doivent être régulièrement actualisées pour pouvoir être toujours opérationnelles (les formations de secourisme) ou pour rester à l'écoute des évolutions générales de la clientèle ou de la réglementation. Des compétences plus spécifiques sont recherchées localement parmi lesquelles on trouve principalement :

- montage vidéo pour filmer les soirées (faire des souvenirs) ;
- développement de projets utilisant des supports culturels et artistiques ;
- encadrement d'activité sportive dans les milieux naturels dans le respect de la nature ;
- guide ornithologique dans les parcs naturels ou guide refuge de la Ligue pour la protection des oiseaux ;
- sensibilisation du public à la protection de la nature à long terme ;
- apprentissage de langues étrangères (la maîtrise de l'anglais est impérative mais l'italien, l'espagnol et l'allemand sont aussi des langues recherchées dans les villages vacances de la région) ;
- développement et gestion de projet ;
- connaissance de l'environnement patrimonial culturel et naturel local.

Parallèlement, les postes proposés en TSF sont très majoritairement saisonniers. Même si ces dernières années les employeurs tentent de fidéliser leur personnel en proposant davantage de CDI à temps partiel, les salariés ont besoin de développer la multiqualification pour compléter cet emploi TSF. La plupart des services RH de grands groupes aident leurs salariés à accéder à la formation durant les périodes creuses. Par ailleurs, l'UNAT aide les petits établissements en organisant pour ses adhérents une formation commune avec un organisme de formation : responsable d'établissement touristique.



2. Les besoins en compétences dans l'hôtellerie de plein air

Ces dernières années, l'hôtellerie de plein air a connu une très forte évolution (+ 19 % de l'emploi) au rythme des tendances de la clientèle, de la transition écologique et de la transition numérique. L'offre des modes d'hébergement a beaucoup évolué et les activités se sont diversifiées, nécessitant de forts investissements. Tentes, yourtes, tipis, mobil homes, caravanes, camping-cars, cabanes dans les arbres... Du camping à la ferme aux structures plus sophistiquées, les séjours en plein air revêtent aujourd'hui toutes les formes afin de correspondre à toutes les attentes et toutes les bourses. La clientèle française et internationale (principalement belge, allemande, néerlandaise et anglaise) recherche de plus en plus des hébergements locatifs, surtout depuis la crise sanitaire. La montée en gamme accompagne la plupart de ces nouvelles demandes telles que les spas, les massages, les paniers repas de produits locaux, paniers pique-nique ou de luxe (fruits de mer et champagne).

L'axe écoresponsable de l'hôtellerie de plein air est aussi au cœur des évolutions. Les exploitants portent beaucoup d'attention à l'environnement. Ils ont engagé un important travail pour trouver des solutions pour économiser l'eau, les déchets et l'énergie. La Fédération régionale de l'hôtellerie de plein air (FRHPA région Sud Provence - Alpes - Côte d'Azur) souligne que de nombreuses structures s'engagent dans une démarche d'obtention de label écoresponsable (« clé verte », « éco label européen », etc.) pour aller plus loin, qui est aussi un atout touristique. La fédération accompagne les exploitants dans le montage de projet. Parallèlement, il est nécessaire de sensibiliser le personnel sur plusieurs dimensions de l'écologie, d'autant plus que certaines communes envisagent de stopper le ramassage des déchets. Les campings seront alors dans l'obligation d'en réduire sensiblement la production.

Pour accompagner au mieux ses adhérents dans l'ensemble de ces mutations, la FRHPA a mené une étude interne auprès des structures en octobre 2021. L'objet est d'identifier les nouveaux besoins en compétences et, avec l'appui de l'Afdas (OPCO de la branche hôtellerie de plein air), de mettre en place des plans de formations (pour les salariés et les gestionnaires d'établissements) adaptés. Au préalable, les gestionnaires de camping soulignent leurs grandes difficultés de recrutement, surtout les grands établissements qui ont besoin d'une main-d'œuvre saisonnière plus importante. Les équipes sont composées de salariés permanents (chargé de l'entretien et de l'administration/marketing principalement) et des saisonniers, notamment les équipes de nettoyage et d'animation. L'ensemble de ce personnel a besoin de se professionnaliser. La fédération a donc demandé à ses adhérents quels étaient plus précisément les besoins de professionnalisation pour les prochaines années, en termes de domaines et de thèmes à privilégier mais aussi sous quel format.

Le type de public à former en priorité est le personnel salarié mais les gestionnaires précisent qu'ils ont eux-mêmes besoin de monter en compétences pour mettre en place des actions cohérentes avec leur environnement. Le type de formation qui semble le plus adapté est le format hybride, associant le distanciel et le présentiel, sur une durée de deux jours et plus. Les responsables acceptent volontiers d'envoyer leurs salariés en formation mais sur un laps de temps plutôt court, car durant l'absence du salarié ce sont eux qui gèrent les urgences professionnelles.

Les domaines qui ressortent de l'enquête sont : l'accueil et administratif ; le management et marketing (plus pour l'équipe de direction ou le gestionnaire, indépendant ou non) ; la sécurité

incendie, gestion des risques inondation ; le volet technique de l'entretien et la maintenance. Les thèmes de formation identifiés par les répondants comme prioritaires pour les prochaines années sont :

- La sécurité incendie : les gros incendies de cet été dans le Var et les Bouches-du-Rhône expliquent sans doute la forte volonté d'améliorer les consignes, qui étaient déjà bien présentes au sein des campings.
- Les formations de sauveteur-secouriste.
- La gestion des risques en général : incendie, inondation, transport de matières dangereuses, séisme. Ces formations sont demandées chaque année. En effet, bien que ce ne soit pas une obligation légale à proprement parler, chaque département ayant sa réglementation établie en fonction des risques identifiés par les services de l'État, les structures s'adaptent à ces nouvelles injonctions.
- L'amélioration des marges bénéficiaires : les gestionnaires souhaitent connaître des astuces pour améliorer leurs marges, par exemple en proposant des nouveaux services de montée en gamme, en offrant des services personnalisés ou en les aidant à réduire des coûts sans toucher à la qualité, etc.
- Le développement durable, plus précisément l'amélioration de la gestion des déchets et l'identification solutions innovantes pour limiter la consommation d'eau. Depuis plusieurs années, les responsables de l'hôtellerie de plein air ont pris conscience de la nécessité de limiter leur impact environnemental et ont déjà enclenché des démarches individuelles. Néanmoins, la fédération songe à mener des actions collectives en matière de développement durable car ce thème fait toujours partie des besoins exprimés en premier lieu.
- Le numérique, les réseaux sociaux (pour faire la promotion et publicité) : les structures ne sont pas assez équipées techniquement et les équipes ne maîtrisent pas encore bien le sujet. La fédération encourage vivement ses adhérents à se perfectionner en la matière pour capter la clientèle. La fédération a commencé à appuyer les adhérents mais il y a un vrai besoin de formation technique pour aller dans le détail des besoins.
- L'hygiène alimentaire (pour les restaurateurs) : elle est notamment demandée pour reprendre la gestion du restaurant ou pour former le nouveau personnel.
- L'habilitation électrique : indispensable pour qu'un salarié puisse intervenir sur les réparations du réseau électrique ou de l'hébergement locatif.
- L'accueil de la clientèle internationale : l'anglais est la base mais la maîtrise de l'allemand et du néerlandais est très demandée pour mieux accueillir les principaux clients étrangers.

Les formations sur les normes sanitaires ne sont pas demandées car le protocole sanitaire et le contrôle des pass sont déjà bien intégrés dans les structures. À ce titre, les adhérents soulignent que les nouvelles contraintes ont finalement bien été acceptées par la clientèle. 92 % des répondants ont jugé que le contrôle du pass sanitaire avait eu très peu d'impact sur les flux de touristes.

En revanche, les services de GRH sont très intéressés par des actions d'orientation pour attirer les jeunes (dès la troisième) vers les métiers du plein air qui ne sont pas tout à fait les mêmes que les métiers de l'hôtellerie (animateurs, entretien d'espaces verts, réparation des locatifs, etc.) et qui proposent aussi divers emplois annuels en CDI (l'entretien, les actions marketing, par exemple). L'idée serait, selon eux, d'organiser des visites de collégiens sur site et de leur présenter la palette des métiers.

3. Les besoins en compétences dans le tourisme culturel

Le tourisme culturel vise à faire découvrir le patrimoine culturel et le mode de vie d'un territoire : visite de sites naturels, tourisme architectural, festivals et autres manifestations culturelles, visites de musées, de galeries d'art, etc.

L'importance du tourisme culturel dans la région (terre de festivals, de spectacles vivants et audiovisuels, de casinos, etc.) a été soulignée dans l'étude tourisme d'avril 2021¹⁹. Le territoire régional compte 523 lieux culturels dédiés au spectacle vivant, et 290 festivals de renommée nationale ou internationale. Avant la crise, plus de 11 700 professionnels exerçaient principalement dans les activités culturelles (soit une croissance de 12 % sur cinq ans).

L'Afdas souligne l'ampleur des dégâts de la crise sur le tourisme culturel : la fermeture, puis l'activité réduite des musées, des lieux de diffusion et de représentation, des tournées, a entraîné une inactivité totale ou partielle de beaucoup de structures. La bonne saison estivale 2021 n'a pu combler les pertes générées²⁰.

Outre les pertes financières, un tiers des structures ont connu des baisses d'effectifs permanents. De nombreux métiers ont été fragilisés, notamment les musiciens et chanteurs (fortement dépendants des festivals), les techniciens de la lumière et du son, les chargés de production et de diffusion. Les métiers du spectacle vivant et de l'audiovisuel évoluent sans cesse, ce qui oblige les professionnels à se former régulièrement. Mais au regard de ces constats, ils doivent accentuer leurs efforts d'adaptation face à ce nouveau contexte en s'ouvrant vers des pratiques innovantes telles que :

- l'intégration d'images et de vidéos dans les productions artistiques,
- la création d'œuvres hybrides mêlant art scénique et animation numérique,
- la diffusion multi-support et multicanal d'événements et de spectacles vivants,
- l'investissement dans des outils numériques pour développer et fidéliser les publics,
- le développement des plateformes de vente de billetterie en ligne.

La transition numérique est déjà bien engagée dans le secteur. Elle nécessite de nouvelles compétences en matière de communication, de marketing en ligne, de médiation culturelle ou de techniques scéniques. Du fait de la billetterie en ligne, les structures (même les plus petites) doivent s'équiper pour se rendre visibles sur Internet. Au-delà de ces besoins d'accompagnement à la transition numérique, les entreprises ont aussi des attentes en matière d'appui au recrutement de professionnels. En effet, comme dans l'hôtellerie-restauration, une bonne partie de la main-d'œuvre qualifiée s'est réorientée vers des secteurs plus stables en termes d'emploi. Tous n'ont pas réintégré leur poste d'avant-crise. Les actions menées dans le cadre de l'EDEC visent, entre autres, à accompagner les structures pour faciliter le recrutement pour les métiers en tension, recruter rapidement un demandeur d'emploi, organiser une phase d'immersion en entreprise et apprécier les aptitudes du candidat avant embauche.

Les structures du spectacle vivant, de la culture s'engagent aussi vers la transition énergétique et écologique. Comme le souligne l'observatoire du spectacle vivant (CPNEF SV-Afdas), la question de l'intégration des problématiques liées au développement durable est de plus en plus prégnante. De nombreuses structures ont entamé une démarche de développement durable

¹⁹ Cogoluegnes, Dumortier, 2021, p. 53-55.

²⁰ Afdas, juin 2021.

et déco-conception (intégration de critères environnementaux dans la politique d'achats, par exemple, en choisissant du matériel d'occasion, reconditionné ou économe en énergie, l'intégration de débats sur la transition écologique, etc.).

Certaines branches adhérentes ont d'ores et déjà identifié des problématiques prioritaires dans le domaine de la transition écologique, notamment :

- le déplacement des publics dans les festivals, parcs de loisirs, enceintes sportives,
- l'éco-conception des décors dans les lieux de création et de diffusion,
- l'orientation vers le tourisme durable pour les organismes de tourisme et de l'hôtellerie de plein air,
- la communication et la publicité responsables et la consommation d'énergie dans l'audiovisuel.

Les PME et TPE ont besoin d'être accompagnées dans la transition écologique car elles n'ont pas les moyens de dédier du personnel à cet effet.

Suite à ces différents constats, et mises à part les formations techniques (son, lumière, régie, production, habilitation électrique, etc.) et de secourisme toujours très sollicitées dans le milieu quelle que soit la période, les formations les plus demandées en 2020 concernent :

- **La transition numérique**, qui touche toutes les strates des professionnels du spectacle vivant et de l'audiovisuel, de la production à la régie et la réalisation, mais aussi de la commercialisation et la billetterie aux ressources humaines. Elle entraîne des besoins en formation sur la gestion des réseaux sociaux (par exemple, « Collaboration moderne - réseaux sociaux ») et la digitalisation de la création (« Tourner et monter une vidéo de qualité avec un smartphone » ; « Créer des vidéos pour le web » ; « Le cadre juridique pour la diffusion de contenus digitaux »). On remarque que les demandes de formation aux logiciels de billetterie se multiplient.
- **La gestion de la crise**, qui demande aussi un accompagnement pour trouver de nouvelles ressources financières nécessaires pour monter un spectacle. Il semblerait que les financeurs habituels du spectacle vivant aient réduit, voire abandonné leur soutien. Ainsi, les responsables de spectacle sont amenés à chercher de nouveaux mécènes. Certaines formations telles que « Stratégie de fundraising, mécénat, partenariat d'entreprise » ou « Les bons réflexes commerciaux en période de crise » accompagnent les responsables dans cette recherche de nouveaux financements. L'instauration des règles sanitaires et du pass sanitaire a aussi demandé au personnel un investissement en formation sur les règles de la gestion du Covid.
- **Les formations de recyclage** (renouvellement des habilitations pour le secourisme, incendie, sécurité, etc.), qui n'ont pas pu être réalisées durant la période de pandémie. Beaucoup de professionnels rattrapent ces temps de formation sur un laps de temps restreint. Elles sont donc très demandées actuellement.
- **Les formations en anglais** - « Business english » ; « Mieux communiquer en anglais » ou « L'anglais professionnel pour la production de spectacle » -, qui sont toujours d'actualité. Elles permettent de travailler avec des professionnels et financeurs européens (pays où la circulation est quasi-normale avec le pass sanitaire) mais aussi de développer les partenariats mondiaux.



4. Les besoins en compétences dans l'événementiel

L'événementiel regroupe un vaste ensemble d'activités et de métiers : centres de congrès, châteaux, domaines viticoles, parcs à thèmes, stades, prestataires techniques, traiteurs, hôtels, restaurants, prestataires d'activités sportives, sorties en mer. Les entreprises ont recours aux agences pour leurs services classiques de réservation mais aussi pour organiser des événements : activités touristiques et services spécifiques (organisation de soirée, de séminaire d'entreprise, d'activités de team building, formalités administratives)²¹.

Le tourisme événementiel en région a pu se développer grâce à la présence d'un écosystème favorable notamment dans les Alpes-Maritimes et les Bouches-du-Rhône.

Vecteur d'attractivité en dehors des périodes de vacances scolaires et source de fortes retombées économiques, les rencontres et les événements professionnels constituent un des axes stratégiques du contrat de destination « Terre d'événements »²². La Région mise sur cette forme de tourisme qui offre une réponse à la saisonnalité des activités²³. Pousser à « désaisonnaliser » l'activité favorisera la transformation d'emplois saisonniers en emplois permanents.

Les qualifications et les compétences mobilisées sont diverses selon les activités portées par le secteur. Dans les services et les activités culturelles et sportives, la main-d'œuvre est plus diplômée. Le niveau de recrutement des entreprises tourne autour de bac + 3.

Les métiers de l'événementiel se caractérisent par l'importance de l'accueil et du relationnel. De fortes attentes sont évoquées en matière de :

- linguistique (fréquente demande du trilinguisme),
- connaissance des habitudes culturelles pour anticiper les services proposés et mieux répondre aux attentes²⁴,
- commerce, suivi du projet, du recueil des besoins, mise en œuvre de solutions adaptées.

Plusieurs acteurs pointent le manque de formations disponibles propres aux métiers de l'organisation d'événements, ce qui fait primer l'expérience terrain sur la qualification. Les profils recherchés sont souvent ceux de professionnels confirmés, ce qui amène des difficultés de recrutement, comme par exemple le métier de chef de projet en charge d'organisation de congrès personnalisé.

Selon un responsable d'une agence d'événementiel : « *Les compétences des salariés ont évolué avec moins de personnes polyvalentes et plus de spécialistes (commerciaux, graphistes, chefs de projet, etc.). La clientèle est composée de 30 % de locaux, 30 % de nationaux, 40 % d'étrangers. Les collaborateurs ayant des compétences tri-culturelles rassurent la clientèle. Ils sont issus des écoles de commerce ou de masters de commerce (...).*

Des relances des clients vers des événements digitalisés ou mixtes ont été proposées durant la crise sanitaire. Les compétences ont évolué vers des besoins en communication interne et externe, en numérique (réseaux sociaux, community manager). L'exigence de qualité des clients impose une montée en qualification d'autant plus importante que la concurrence étrangère est vive et que certaines entreprises mettent en place des services événementiels. »

²¹ Cogoluegnes, Dumortier A.-S., 2021.

²² Région Provence - Alpes - Côte d'Azur, 2017.

²³ *Ibid.*

²⁴ ACME Consultants, « Évaluation des besoins en compétences dans les métiers de l'accueil et de l'hospitalité en Ile de France - Rapport », janvier 2013.

L'usage du numérique s'est renforcé avec la crise sanitaire, entraînant un changement du modèle économique. Des musées, des centres commerciaux s'ouvrent à l'accueil. Des événements de petite taille se développent avec de petits séminaires plus nombreux. Les temps se raccourcissent, entraînant la diminution des frais annexes : soirée de gala, visites, etc.

Les sites doivent proposer des prestations locales, des produits locaux, des légumes et fruits de saison, moins de consommation d'énergie. La crise fait apparaître le besoin de nouvelles compétences : création de vidéos de promotion, animation de réseaux sociaux, organisation de jeux concours afin de maintenir le lien avec la clientèle et d'en attirer une nouvelle. « *Il était important de fédérer notre communauté, notamment par le biais des réseaux sociaux : on réalise de nombreuses capsules vidéos.* » Ces activités font appel à de nouvelles compétences : « *Il nous faudrait un community manager.* » (Provence Côte d'Azur Events)

Face aux exigences de professionnalisation et de qualité des prestations, des enjeux importants se posent pour l'offre de formation. La construction de l'offre est aujourd'hui insuffisamment agile et prospective, qu'il s'agisse de l'offre formative professionnalisante (adaptation) ou de l'offre de formation initiale (métiers touristiques de demain). Plusieurs réponses peuvent être apportées aux besoins des employeurs, dont :

- développer l'agilité de l'offre de formation initiale et professionnelle, en cohérence avec le contrat de plan régional de développement des formations et de l'orientation professionnelle (CPRDFOP).
- permettre aux employeurs d'être mieux informés et « outillés » face aux évolutions et innovations de la réglementation du travail (groupements d'employeurs, CDI intermittents, etc.)²⁵.

Selon Provence Côte d'Azur Events, il existe des partenariats avec des organismes de formation qui prennent en compte la saisonnalité pour proposer des sessions de formation sur des durées courtes. L'Escaet d'Aix-en-Provence a un partenariat fort avec les entreprises pour un bachelor 100 % événementiel, en cours de développement.

Avec « Events, plateforme d'innovation 360° », Provence Côte d'Azur Events propose à tous les professionnels du tourisme de l'événementiel « *un outil permettant de gérer la crise et ses conséquences et dans une perspective de long terme* » en partenariat avec l'Institut supérieur du tourisme de Cannes et avec le soutien de la Région Sud Provence - Alpes - Côte d'Azur dans le cadre de l'OIR Tourisme et industries créatives. Quatre pôles de services y sont proposés dont celui d'une offre de formation initiale et continue différenciée répondant aux besoins des professionnels et des étudiants.

²⁵ Région Provence - Alpes - Côte d'Azur, 2017.



5. Les besoins en compétences dans le tourisme vert

L'écotourisme ou tourisme vert, en opposition au tourisme de masse, est un tourisme responsable qui s'efforce d'avoir un faible impact sur l'environnement d'accueil. Il est le plus souvent un tourisme à petite échelle. « *Son but est d'éduquer le voyageur ; fournir des fonds pour la conservation écologique ; bénéficier directement du développement économique et de l'autonomisation politique des communautés locales ; et favoriser le respect des différentes cultures et des droits de l'homme*²⁶. » Le bilan de l'été 2020 a montré que la crise sanitaire avait incité les vacanciers à se tourner vers des vacances « nature », tendance qui s'est accentuée en 2021. L'écotourisme est devenu une destination phare à fort potentiel de développement pour la région.

La Région Sud Provence - Alpes - Côte d'Azur s'est engagée dès la fin 2019 dans un vaste programme de développement de tourisme durable, notamment avec neuf parcs naturels régionaux. 400 professionnels y proposaient déjà environ 600 produits et services touristiques écoresponsables bénéficiaires des marques « Esprit parc national » ou « Valeurs parc naturel régional ». Le contrat de la filière écotourisme illustre la volonté de la Région Sud Provence - Alpes - Côte d'Azur de faire du Tourisme « *un levier vertueux du développement de l'économie rurale de Provence - Alpes - Côte d'Azur par l'étalement de la fréquentation dans le temps et dans l'espace* »²⁷.

L'écotourisme se développe dans des zones où la flore, la faune et le patrimoine culturel sont les principales attractions. Plusieurs territoires comme Moustiers-Sainte-Marie ou le parc naturel régional de la Sainte-Baume ont signé ce contrat avec la Région.

De même, fin 2020, 237 entreprises du tourisme et de l'artisanat bénéficiaient du label « Valeurs parc naturel régional ». Les professionnels du tourisme ont pris conscience de la nécessité d'engager rapidement des actions pour préserver leur environnement naturel, pour réduire le tourisme de masse ou pour limiter l'impact énergétique de leurs activités. Beaucoup s'étaient déjà inscrits dans des actions de développement durable mais l'engagement dans ce label montre leur volonté d'aller plus loin dans leur démarche d'écotourisme.

Les parcs naturels régionaux avec leur réseau d'acteurs (dont la CCI) ont répondu à l'appel à manifestation d'intérêt (AMI) Fonds tourisme durable, mis en place dans le cadre de France Relance - volet cohésion des territoires. Porté par l'Ademe (Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie), il a pour objectif de soutenir, via des aides financières, des opérateurs du tourisme dans leur démarche vers un tourisme qui tient pleinement compte des impacts économiques, sociaux et environnementaux. Cette nouvelle orientation implique une « relecture » de nombreux métiers dans les gestes (en termes de gestion, d'achat, d'entretien et de cuisine) et dans les comportements des professionnels, et nécessite l'acquisition de nouvelles compétences et parfois une plus grande polyvalence des savoir-faire.

Les résultats de l'enquête menée par le coordinateur du Fonds tourisme durable Interparc de l'Ademe et les entretiens menés par le Carif-Oref mettent en évidence certains besoins en compétences :

Pour les structures qui développent un service de restauration ou de vente de produits, une des ambitions premières est d'apprendre l'autonomie alimentaire :

- S'équiper en matériel de cuisine pour des structures qui ne faisaient pas de transformation ou

²⁶ Tourisme vert, « Qu'est-ce que le tourisme vert ou écotourisme », 1^{er} décembre 2010 : <https://www.tourisme-vert.info/quest-ce-que-le-tourisme-vert-ou-ecotourisme>.

²⁷ Région Provence - Alpes - Côte d'Azur, novembre 2019

de restauration auparavant. Ils seront donc amenés à apprendre à cuisiner, à s'informer sur les règles d'hygiène et de sécurité alimentaires.

- Apprendre à transformer soi-même ses produits et donc se former sur la coupe, la déshydratation, la stérilisation de bocaux, etc. Ce besoin en compétences est principalement exprimé par des agriculteurs accueillant des touristes.

Les gérants d'hôtels et/ou de restaurant souhaitant se tourner vers le tourisme vert ont identifié plusieurs besoins en compétences, en fonction des orientations vers lesquelles ils se tournent.

- Pour **apprendre à cuisiner autrement**, ils ont besoin de :

- Apprendre à acheter autrement et à utiliser le maximum de produits locaux : on est ici dans une autre conception du service car ce n'est plus le client qui choisit un menu quelle que soit la saison mais le restaurateur qui fait les menus en fonction de la saisonnalité des produits disponibles.
- Être capables de proposer des menus répondant aux nouvelles modes alimentaires telles que celles des végétariens ou des végétaliens.
- Apprendre l'autonomie alimentaire en produisant soi-même un potager, en s'orientant vers la permaculture²⁸.
- Apprendre les éco-gestes du cuisinier : cuisiner en basse cuisson ; lutter contre le gaspillage alimentaire ; valoriser les déchets organiques ; transformer pour éviter le gaspillage alimentaire.

- Pour **maîtriser, réduire la consommation d'énergie**, les structures vont s'équiper de matériels moins énergivores et vont apprendre à faire du recyclage, de l'éco-énergie, de la prévention.

Plus précisément, les gérants vont :

- Se former sur le nettoyage écologique.
- Apprendre à devenir autonome en eau, à recycler les eaux usagées, à faire de la phyto-épuration.
- Demander un accompagnement à la baisse d'énergie des bâtiments imposée par le dispositif Éco Énergie Tertiaire.
- Être formé sur la production de chaleur ou d'électricité à partir d'énergies renouvelables.
- Gérer et entretenir une piscine économe en énergies (eau et électricité).
- Gérer des chaudières pour faire des économies d'énergie.
- Végétaliser les hébergements et installer des composteurs.

Pour toutes ces actions, il est aussi nécessaire de penser à se former à l'entretien et au bon usage du matériel, afin qu'il ne soit pas obsolète prématurément.

Enfin, la plupart des structures soulignent l'importance d'être accompagnées sur le volet administratif et plus précisément sur :

- le partage des retours d'expérience ;
- le montage des dossiers pour obtenir des écolabels ;
- la mise en œuvre de la transformation de l'activité pour faire du tourisme vert (investissement, gestion, achat) ;
- les dispositifs financiers possibles.

²⁸ La permaculture est un mode de culture (ou, à plus grande échelle, un système agricole) qui utilise des principes d'écologie et des savoirs traditionnels pour reproduire un écosystème naturel dans sa durabilité, sa stabilité, sa résilience (c'est-à-dire sa capacité à revenir à son état initial après avoir subi une modification) et sa diversité.



6. Les besoins en compétences dans les offices de tourisme

Une jurisprudence du Conseil d'État confirme que l'organisme qui se voit confier l'accueil, l'information et la promotion touristique de la commune exerce une mission de service public municipal. Seul l'organisme remplissant ces missions peut porter le titre d'office de tourisme.

Les trois quarts des offices sont ouverts au moins neuf mois par an (la période d'ouverture est plus longue dans les territoires alpins). L'emploi régional des offices de tourisme est estimé à 2 100 équivalents temps plein (pour 22 000 emplois en France)²⁹. Plus de huit contrats de travail sur dix sont signés sous statut de droit privé ; les autres sont des contrats d'agent public de l'État. Deux tiers sont des contrats à durée illimitée. Ce sont des emplois très féminisés (78 %) occupés par des agents expérimentés (moyenne d'âge de 40 ans) et diplômés (les trois quarts des salariés ont un diplôme au moins égal à un bac + 2). La moitié des collaborateurs ont d'ailleurs le statut de cadre.

Les missions du personnel de l'office sont très diverses (accueil, communication-promotion-développement local, animation-accompagnement-guidage, commercialisation, démarche qualité, etc.). On constate une diversification des compétences mobilisées et un retrait des activités d'animateurs-accompagnateurs-guides. Plus d'un quart des effectifs est constitué de personnel poly-compétent avec un resserrement des missions vers l'accueil et la communication-promotion.

Les métiers exercés dans les offices de tourisme sont nombreux et en évolution. Ils se concentrent sur le numérique, la qualité, le développement durable, la mise en scène, ainsi que de nouvelles interventions comme le conseil, la réalisation, la gestion de projet.

Quelques orientations des métiers et missions sont liées aux nouveaux rôles des offices de tourisme : conseiller en séjour 2.0, animateur numérique de territoire, metteur en scène de l'offre touristique, animateur du marketing territorial, community manager, conseiller dans les domaines des nouveaux défis, gestionnaire de projet, animateur-manager de réseaux, analyste de données. Durant la crise sanitaire, les offices de tourisme ont été en télétravail (*back office*), en activité partielle (*front office*). « Il fallait quand même répondre aux clients (*touristes locaux, professionnels du tourisme, collectivités territoriales*) », selon une responsable. Les offices de tourisme des Alpes-Maritimes, qui travaillant davantage avec des clients étrangers, ont le plus souffert. Les budgets ont été impactés car dépendant de la taxe de séjour, de subventions des collectivités territoriales, des revenus de la centrale de réservation, de la billetterie, de la boutique. Par ailleurs, entre les deux confinements, la plupart des offices de tourisme ont pu ouvrir mais sur une période estivale beaucoup plus restreinte. Malgré le contexte sanitaire qui perdure, les équipes ont souhaité préparer la saison 2021. Beaucoup ont aussi saisi cette période pour se former³⁰.

Les offices de tourisme sont appuyés par des acteurs essentiels à leurs activités. L'Afdas les accompagne dans le développement des compétences de leurs salariés, tout comme la Fédération régionale des offices de tourisme, dotée d'un observatoire, d'une veille des évolutions du digital et de la clientèle. Les professionnels de la branche doivent être en permanence informés des tendances et des évolutions de leur environnement pour construire des stratégies marketing adaptées aux demandes des clients. La consommation des formations est importante au sein de la branche professionnelle. L'observatoire de la Fédération régionale des

²⁹ Fédération régionale des offices de tourisme PACA, Diagnostic réseau, 2017.

³⁰ Cogoluegues, Dumortier, 2021.

offices de tourisme Provence - Alpes - Côte d'Azur a réalisé des études sur l'accompagnement pour l'employabilité des salariés, la montée en compétence et le développement durable.

La Fédération régionale des offices de tourisme, dans le cadre du plan régional de développement des compétences tourisme, développe une offre de formation professionnelle continue pour répondre à la montée en compétences dans les domaines de l'accueil, de la qualité et de l'accessibilité, des stratégies de marketing territorial, du marketing, du management, de la gestion de structure touristique et du e-tourisme³¹. Elle a développé une offre de formations certifiantes sur deux thématiques essentielles des métiers du tourisme : le e-tourisme et l'accueil.

Exemples de parcours de formations certifiantes relatifs aux deux titres :

- Le chargé de projet e-tourisme, qui est à la fois animateur numérique de territoire, reporter de territoire et community manager de destination.
- Le référent des accueils touristiques, qui coordonne l'accueil sur le territoire, à l'intérieur des locaux d'information et hors les murs. Il apporte un conseil aux touristes français et étrangers. Il coordonne une équipe, participe à la définition de la stratégie d'accueil de l'organisme, ainsi qu'à la gestion de l'information. Enfin, il valorise les activités économiques liées à l'accueil.

En 2017, la Fédération régionale des offices de tourisme a lancé des travaux d'ingénierie autour d'une vision prospective de « l'office de tourisme du futur »³². Trois nouveaux métiers ont émergé :

- Le pilote d'attractivité (manipule les bases de données, les interroge pour l'aide à la décision).
- Le développeur d'écosystèmes touristiques (crée les réseaux et les dynamise, met en place des synergies économiques, assure la promotion et facilite la mise en marche de l'offre touristique).
- Le designer d'expériences touristiques (identifie et personnalise les besoins client avant et pendant le séjour et s'assure, par sa connaissance de l'offre, de proposer des expériences fortes).

Ces métiers en lien avec l'usage des outils numériques nécessitent différents parcours de formations :

- Pour le pilote d'attractivité : une évolution potentielle des activités actuelles en termes de promotion et de marketing touristique, de webmarketing ou d'activités support (gestionnaire de bases de données).
- Pour le développeur d'écosystèmes touristiques : les métiers en office de tourisme de chargé d'animation, de chargé de promotion, de chargé de commercialisation, d'animation numérique de territoire (ANT) et de référent de filières touristiques ou référent qualité peuvent constituer une base de parcours professionnel.
- Pour le designer d'expériences touristiques : il s'agit de la transformation du métier de conseiller en séjour expert. Les métiers de chargés de projets e-tourisme, de community manager, de chargés de mission marketing, de production touristique ou de guide touristique peuvent également s'orienter vers cette spécialisation.

³¹ Fédération régionale des offices de tourisme PACA, Diagnostic e-tourisme, 2019.

³² Fédération régionale des offices de tourisme PACA, Les Métiers de l'office de tourisme du futur, 2019.



7. Les besoins en compétences dans les sports de nature

Les sports de nature se sont largement intensifiés ces dernières années dans la plupart des territoires de la région. Cet essor répondait à la demande croissante de vacances actives (pratiquants ponctuels) et à la hausse des pratiquants réguliers venant de tout horizon. Les structures d'hébergements se sont dotées d'infrastructures sportives et de personnel formé pour encadrer les activités.

La région propose aujourd'hui une palette très riche de sports de nature (de montagne, de campagne, de littoral) tout au long de l'année, encadrés par des professionnels diplômés et habilités à encadrer les activités de pleine nature en toute sécurité. Parallèlement, de nombreuses collectivités territoriales ont investi dans les équipements sportifs pour répondre aux attentes de touristes sportifs (en termes d'aménagements et d'accès aux sites). Une grande partie de ces sites se situent dans des zones protégées comme les parcs naturels régionaux et nationaux, les aires marines protégées ou les plans de développement des sites et itinéraires.

La question du réchauffement climatique (en montagne comme sur le littoral) et la gestion raisonnée des stations de ski ont déjà été soulevées dans le cadre de l'étude Tourisme. Se posent aussi les questions de la mobilité pour se rendre sur les sites de pratique. Les éducateurs et responsables de structures des sports de nature travaillent depuis plusieurs années sur la préservation des espaces naturels qui constituent leur environnement professionnel mais aussi, pour beaucoup d'entre eux, leur habitat et leur cadre de vie.

La Région Provence-Alpes-Côte d'Azur a aussi engagé de nombreuses actions de préservation des fonds marins en promouvant le mouillage écologique des bateaux³³. De nouvelles réglementations ont été mises en place pour davantage respecter la faune et la flore du littoral. Des actions d'accompagnement sont mises en place pour un développement pérenne des activités et du tourisme de littoral.

Le Schéma régional du sport Provence - Alpes - Côte d'Azur et le nouveau Schéma départemental du sport des Hautes-Alpes soulignent l'importance de prendre en compte la problématique de développement durable et de protection de la nature dans les nouvelles politiques de développement du tourisme sportif.

Le ministère chargé des Sports et le mouvement sportif ont mené des réflexions sur la transition écologique dans les activités sportives. Le Pôle ressources sport de nature (ministère chargé des Sports) propose aux encadrants sportifs de les accompagner pour réorganiser leurs actions, leurs projets, leur fonctionnement et donc revisiter leurs pratiques professionnelles. C'est dans ce cadre que les structures de plongée, très nombreuses en région, sont amenées à revisiter leurs méthodes d'encadrement de la discipline et à éduquer l'ensemble des pratiquants (confirmés ou d'un jour) à la protection des fonds marins. Pour cela, des modules de formation sont mis en place par la fédération ou des pôles ressources pour avoir la capacité de sensibiliser leur clientèle.

Le Pôle ressources national sport de nature (PRNSN) souligne l'importance pour l'encadrant

³³ Région Provence - Alpes - Côte d'Azur, 2019.

sportif (ou futur encadrant sportif) d'apprendre à analyser l'impact environnemental, d'identifier les risques de sa pratique sportive, et plus globalement de ne plus mettre les aspects de développement durable au deuxième plan des projets d'activités.

Les résultats de l'enquête de l'École nationale de voile et des sports nautiques (ENVSN)³⁴ montrent que, dans la plupart des formations en sports nautiques, les contenus environnementaux et les savoir-faire associés sont encore rarement développés.

Dès lors, l'ENVSN propose de favoriser la prise de conscience chez les formateurs et également les professionnels, parfois déconnectés des enjeux environnementaux. Certains modules de formation peuvent leur permettre de modifier des comportements professionnels. Voici quelques exemples de compétences à développer, proposées par l'ENVSN dans les formations de voile (croisière ou multisupport) :

- connaître la réglementation environnementale et l'impact sur les projets d'activité ;
- gérer des séances d'éducation à la pratique en adoptant une position statique pour limiter le bruit et la pollution ;
- inciter les pratiquants individuels à avoir un comportement responsable ;
- véhiculer une culture maritime et de protection des fonds marins ;
- apprendre à avoir une activité moins impactante sur l'environnement, la plus décarbonée possible ;
- prendre en compte le milieu naturel dans les choix professionnels ;
- mettre en place des manifestations sportives respectueuses de l'environnement (prendre en compte l'accès, la mobilité des participants et du public).

Les sports de nature évoluent aussi avec l'essor des outils numériques. Les thématiques de développement des compétences des professionnels du tourisme sportif se rapprochent de celles mises en avant dans le tourisme culturel tant sur le plan de la transition écologique que sur l'accompagnement administratif.

Le numérique est de plus en plus présent dans la gestion et l'alimentation des sites (présentation du site et des activités pour les touristes nationaux et internationaux), dans la préservation des lieux de pratique des sports de nature (outiller les territoires pour la gestion des flux, partager et préserver les espaces sites et itinéraires, mobiliser les pratiquants autour de la préservation des lieux, etc.). Les professionnels sont ainsi amenés à se former dans l'utilisation de ces nouveaux outils numériques. L'acquisition des compétences à l'usage de ces outils peut aussi devenir une opportunité pour les encadrants sportifs de développer et de moderniser leurs offres de service.

Enfin, le ministère chargé des Sports comme les fédérations sportives attirent l'attention sur la nécessité de bien former les formateurs aux diplômes de l'encadrement sportif. Ils sont au cœur de la dynamique des évolutions des pratiques des professionnels à travers leurs discours et leurs supports pédagogiques. Ils sont donc amenés, en premier lieu, à acquérir les compétences en matière de transition écologique et de transition numérique, pour ensuite les inculquer aux futurs encadrants sportifs mais aussi aux professionnels en activité à travers les modules de formation initiale ou de formation tout au long de la vie.

³⁴ Rontet, Moign, 2021.

Principaux enjeux et pistes de réflexion

Anticiper les compétences de demain est un enjeu majeur de la filière Tourisme. Les employeurs rencontrent des difficultés structurelles de recrutement. La conjoncture actuelle, conséquence de la crise sanitaire, n'a fait qu'amplifier un phénomène déjà existant.

En premier lieu, se pose le problème d'attractivité des métiers lié au Tourisme notamment dans l'hôtellerie-restauration, alors que bon nombre de ces métiers sont accessibles aux personnes peu ou pas diplômées. Les conditions de travail souvent difficiles, les faibles rémunérations et la précarité des emplois n'incitent plus les jeunes à s'orienter vers ces métiers. De plus, beaucoup de professionnels du tourisme se sont réorientés pendant les périodes de confinement. Cette mobilité professionnelle, au départ subie, leur a fait découvrir un univers d'emploi plus stable et plus rémunérateur. Ils sont nombreux à ne pas avoir réintégré leur ancien poste. Les employeurs de la filière semblent avoir pris conscience de ces points noirs et de la nécessité d'améliorer les situations d'emploi pour rendre les métiers à nouveau attractifs. Cette reconsidération sociale est sans doute un préalable à toute autre action pour les rendre efficaces.

L'évolution et la transformation des compétences observées dans les métiers du tourisme renforcent la nécessité de communiquer davantage auprès des acteurs de l'accueil, de l'information et de l'orientation. Les jeunes et leur famille ont des représentations souvent décalées de la réalité. De plus, actuellement, les transformations des métiers sont très rapides.

Parallèlement aux actions sur l'emploi, la réforme de la formation professionnelle a quelque peu modifié l'accès à la formation, notamment en ce qui concerne les travailleurs saisonniers. Ils sont nombreux à soulever leur grande difficulté à obtenir un financement pour une formation suivie en dehors de leur période d'activité. Or, c'est durant les périodes creuses que la plupart s'engagent dans un parcours de formation pour parfaire leurs compétences et ainsi améliorer leur employabilité tout au long de l'année.

La réforme de la formation a également fait évoluer le système de formation : elle interroge la stratégie et les modèles de formation, les liens entre les organismes de formation et les entreprises ou encore les liens entre les formateurs et les stagiaires. La formation des formateurs est aussi à revoir, notamment sur le plan pédagogique pour s'adapter aux nouvelles normes et à la digitalisation des sessions.

Pistes d'action proposées

Mutualisation des formations transversales

- Identifier des besoins communs en compétences tels que community manager, gestion des déchets, remplir des dossiers de labellisation, langues, etc.
- Travailler avec les OPCO pour mettre en place de courtes sessions de formation.

Formations qualifiantes pour fidéliser la main-d'œuvre

- Intégrer les saisonniers dans le plan de développement des compétences des structures du Tourisme.
- Inciter les salariés à développer la multi-compétence.
- Privilégier les formations qualifiantes pour de meilleures employabilité et mobilité professionnelle.
- Faciliter l'accès à la formation tout au long de la vie.

Adaptation et flexibilité des actions de formation

- Travailler avec les OPCO pour monter des plans de développement des compétences adaptés à la saisonnalité des emplois.
- Proposer des formations au format hybride (présentiel et distanciel) et adaptables au rythme des salariés et gérants de structures.
- Développer des formations courtes pour faire évoluer les compétences existantes plus incitatives à suivre.

Accessibilité pour tous

- Étendre les droits communs d'accès à la formation et financement à l'ensemble des professionnels permanents et saisonniers.
- Faciliter l'accès à la formation aux travailleurs indépendants pour que les structures puissent suivre plus facilement les évolutions des normes, de la demande de la clientèle.

Bibliographie

- ACME Consultants, « **Évaluation des besoins en compétences dans les métiers de l'accueil et de l'hospitalité en Île-de-France** », rapport, janvier 2013
- Afdas, « **Accompagnement de la Filière Culture Création Communication dans le développement de l'emploi et des compétences** », point d'étape, avril 2021
- Afdas, « **Enquête Région Sud. Consultation emploi/formation professionnelle** », juin 2021
- BARRY V., PALOC T. et OBSER J., « **Hébergement-restauration : quelle évolution des effectifs avec la crise ?** », Dares, *Dares Focus*, septembre 2021
- COGOLUEGNES C., DUMORTIER A.-S., **Le Tourisme en Provence - Alpes - Côte d'Azur. Évolution de la filière et impacts de la crise sanitaire**, Carif-Oref, « **Grand angle** », n°3, avril 2021
- Comité régional de Tourisme Provence - Alpes - Côte d'Azur, **Tendances de l'activité touristique**, n°17, 27 août 2021
- Dreets Provence - Alpes - Côte d'Azur, « **L'emploi salarié dépasse son niveau d'avant-crise** », note de conjoncture n°3 du 2^e trimestre 2021, octobre 2021
- MASSON K., PERRON-BAILLY E., « **L'emploi résiste au deuxième confinement... sans retrouver son niveau d'avant-crise** », Insee, *Insee Conjoncture Provence - Alpes - Côte d'Azur*, n°33, avril 2021
- MASSON K., PERRON-BAILLY E., « **Alpes-Maritimes et Hautes-Alpes restent nettement plus affectées. Impact économiques de la crise en Provence - Alpes - Côte d'Azur** », Insee, *Insee Conjoncture Provence - Alpes - Côte d'Azur*, mai 2021
- Ministère du Travail, de l'Emploi et de l'Insertion **Accord-cadre national d'Engagement de développement de l'emploi et des compétences pour les branches dont les activités sont liées au Tourisme**, 2018
- Région Provence - Alpes - Côte d'Azur, **Fonds d'innovation pour la formation professionnelle**, 2019
- Région Provence - Alpes - Côte d'Azur, **Plan Climat de la Région Sud : bilan 2019**, novembre 2019
- Région Provence - Alpes - Côte d'Azur. **Plan de croissance de l'économie touristique**, schéma régional de développement touristique 2017-2022, livret 1 : « **Les axes stratégiques** », 2017
- RONDET D., MOIGN L., **Transition écologique dans les métiers d'éducateurs sportifs nautiques**, ENVSN, septembre 2021
- Union nationale des associations de tourisme et de plein air (UNAT) de Provence - Alpes - Côte d'Azur, **Chiffres clés du tourisme social 2019**, 2020
- Urssaf, « **L'impact de la crise sanitaire sur les débiteurs dans les secteurs "montagne"** », *Statur*, n°44, août 2021.

Annexe : Périmètre tourisme retenu

| Domaine | Activités | 2017 | 2012 | Évolution 2012-2017 (en %) |
|---|---|----------------|----------------|----------------------------|
| Transports non urbains | Transports routiers réguliers de voyageurs | 4 640 | 4 040 | + 14,8 |
| | Autres transports routiers de voyageurs | 1 456 | 1 548 | - 5,9 |
| | Transports maritimes et côtiers de passagers | 1 892 | 2 003 | - 5,5 |
| | Transports fluviaux de passagers | 57 | 99 | - 43 |
| | Transports aériens de passagers | 4 454 | 5 220 | - 14,7 |
| | Total | 12 499 | 12 910 | - 3,2 |
| Hébergement-restauration | Hôtels et hébergement similaire | 20 929 | 21 688 | - 3,5 |
| | Hébergement touristique et autre hébergement de courte durée | 5 205 | 5 267 | - 1,2 |
| | Terrains de camping et parcs pour caravanes ou véhicules de loisirs | 2 149 | 1 807 | + 18,9 |
| | Restauration traditionnelle | 34 711 | 35 614 | - 2,5 |
| | Cafétérias et autres libres-services | 931 | 1 144 | - 18,6 |
| | Restauration de type rapide | 18 477 | 15 491 | + 19,3 |
| | Débites de boissons | 6 439 | 6 255 | + 2,9 |
| Total | 88 839 | 87 266 | + 1,8 | |
| Activités de services | Location de courte durée de voitures et de véhicules automobiles légers | 1 493 | 1 329 | + 12,3 |
| | Location et location-bail d'articles de loisirs et de sport | 615 | 584 | + 5,2 |
| | Activités des agences de voyages | 3 228 | 3 298 | - 2,1 |
| | Activités des voyagistes | 689 | 583 | + 18,3 |
| | Autres services de réservation et activités connexes | 1 747 | 1 474 | + 18,5 |
| | Organisation de foires, salons professionnels et congrès | 2 181 | 2 186 | - 0,2 |
| | Total | 9 953 | 9 454 | + 5,3 |
| Activités récréatives, sportives, culturelles et de loisirs | Téléphériques et remontées mécaniques | 1 758 | 1 961 | - 10,4 |
| | Enseignement de disciplines sportives et d'activités de loisirs | 3 947 | 3 179 | + 24,1 |
| | Arts du spectacle vivant | 6 426 | 6 565 | - 2,1 |
| | Activités de soutien au spectacle vivant | 2 080 | 1 573 | + 32,2 |
| | Création artistique relevant des arts plastiques | 882 | 562 | + 57 |
| | Gestion des musées | 894 | 564 | + 58,4 |
| | Gestion des sites et monuments historiques et des attractions touristiques similaires | 788 | 644 | + 22,3 |
| | Gestion des jardins botaniques et zoologiques et des réserves naturelles | 652 | 565 | + 15,4 |
| | Organisation de jeux de hasard et d'argent | 2 477 | 2 827 | - 12,4 |
| | Gestion d'installations sportives | 2 093 | 1 901 | + 10,1 |
| | Autres activités liées au sport | 1 070 | 530 | + 102,1 |
| | Activités des parcs d'attractions et parcs à thèmes | 600 | 536 | + 12 |
| | Autres activités récréatives et de loisirs | 3 310 | 2 406 | + 37,5 |
| Entretien corporel | 1 776 | 1 763 | + 0,8 | |
| Total | 28 753 | 25 578 | + 12,4 | |
| Tourisme « activités cœur » | | 140 044 | 135 207 | + 3,6 |

| Domaine | Activités | 2017 | 2012 | Évolution 2012-2017(en %) |
|--|---|------------------|------------------|---------------------------|
| Transports non urbains élargis | Réparation et maintenance navale | 2 383 | 2 463 | - 3,2 |
| | Transport ferroviaire interurbain de voyageurs | 7 485 | 9 665 | - 22,6 |
| | Transports de voyageurs par taxis | 4 215 | 3 634 | + 16 |
| | Services auxiliaires des transports par eau | 1 981 | 2 336 | - 15,2 |
| | Services auxiliaires des transports aériens | 2 530 | 2 268 | + 11,5 |
| | Total | 18 595 | 20 365 | - 8,7 |
| Distribution | Supérettes | 2 420 | 2 292 | + 5,6 |
| | Commerce de détail alimentaire sur éventaires et marchés | 1 789 | 1 904 | - 6 |
| | Commerce de détail de textiles, d'habillement et de chaussures sur éventaires | 514 | 432 | + 19,2 |
| | Autres commerces de détail sur éventaires et marchés | 3 188 | 2 965 | + 7,5 |
| | Total | 7 912 | 7 592 | + 4,2 |
| Tourisme « activités satellites » | | 26 507 | 27 958 | - 5,2 |
| Tourisme | | 166 550 | 163 165 | + 2,1 |
| Tous secteurs confondus | | 1 921 177 | 1 903 631 | + 0,9 |



Le tourisme en Provence - Alpes - Côte d'Azur

Quels besoins en compétences pour s'adapter aux évolutions ?

Au-delà de l'impact conjoncturel de la crise sanitaire sur le tourisme en région, quelles sont les évolutions des métiers et des compétences dans des secteurs touristiques en pleine évolution structurelle de par la transition numérique et la transition écologique mais aussi pour répondre aux nouvelles orientations de la demande sociale ?

Cette étude propose d'observer ces évolutions pour le tourisme et de mettre en avant les enjeux de développement de compétences pour : le tourisme social et familial, l'hôtellerie de plein air, le tourisme culturel, l'événementiel, les offices de tourisme, le tourisme vert et les sports de nature.

Cette étude a été commanditée par



Direction régionale
de l'économie, de l'emploi,
du travail et des solidarités

