



# Enquête des besoins en métiers et compétences

## Edition 2026 – Données 2025

Version : 22 janvier 2026



**GOUVERNEMENT**

Liberté  
Égalité  
Fraternité

Cette action, réalisée dans le cadre de l'EDEC intersectoriel de l'Afdas, bénéficie d'un cofinancement de l'Etat

Mission conduite par

Sauléa  
COHDA  
*esprits curieux !*

# Enquête des besoins en métiers et compétences

## Edition 2026 - Données 2025

Les 128 000 entreprises et structures adhérentes de l'Afdas rencontrent des difficultés de recrutement pour de multiples raisons, telles que le manque de candidats en pleine saison, des compétences insuffisantes face aux évolutions technologiques ou encore le déficit d'image des environnements de travail atypiques... Elles sont également confrontées aux évolutions des attentes des clients, publics et visiteurs, au renforcement des exigences en matière de gestion de projet et de réglementation (sécurité en matière d'accueil des publics, RGPD, cybersécurité...) ou encore à la transition écologique. Ces multiples facteurs, internes ou externes à l'entreprise, se traduisent par une nécessaire évolution des offres culturelles, sportives, touristiques ou de loisirs et, par rebond, une évolution des besoins en métiers et compétences. C'est dans ce contexte que l'Afdas a lancé, en 2023, la première enquête annuelle des Besoins en Métiers et Compétences (BMC) à l'échelle des 31 branches professionnelles regroupées en 15 secteurs d'activités professionnelles.

### **La démarche s'inscrit dans le cadre de l'EDEC intersectoriel de l'Afdas**

L'enquête sur les Besoins en Métiers et Compétences (BMC) s'inscrit dans le cadre de l'Engagement de Développement de l'Emploi et des Compétences (EDEC) intersectoriel de l'Afdas. Il a été signé par le ministère du Travail et des Solidarités, le ministère des Sports, de la Jeunesse et de la Vie associative, le ministère de la Culture, les 31 branches professionnelles des secteurs de la culture, des industries créatives, des médias, de la communication, des télécommunications, du sport, du tourisme, des loisirs et du divertissement et par l'Afdas, afin d'accompagner les branches professionnelles et de répondre à leurs enjeux de maintien et de développement des compétences des entreprises et des salariés.

### **L'année 2025 est la troisième édition de l'enquête BMC**

Cette enquête est réalisée tous les ans depuis 2021 afin d'estimer les besoins en recrutement à l'échelle des secteurs couverts par l'Afdas. En 2025, elle collecte les éventuels projets de recrutements anticipés sur le premier semestre 2026.

Cette 3e édition est marquée par 3 faits marquants :

- Une plus forte implication des partenaires sociaux ;
- Un questionnaire mieux ciblé (liste des métiers) et simplifié ;
- Des relances téléphoniques complémentaires aux e-mailings.

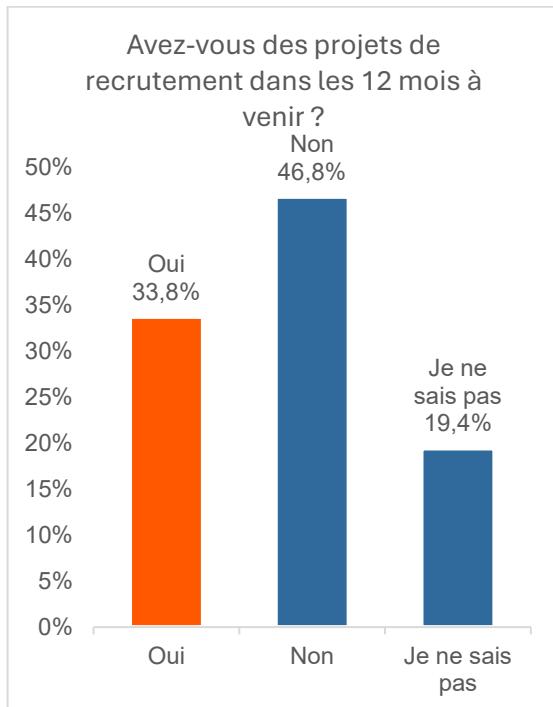
Pour cette troisième édition, la mobilisation a été très importante : en un mois et demi, **près de 9 400 contributions ont été reçues**, de la part d'entreprises et structures couvrant l'ensemble des secteurs et toutes les régions métropolitaines et ultramarines.

## **Sommaire**

1.	Les besoins en matière de recrutement .....	4
	Un répondant sur deux prévoit de réaliser au moins un recrutement en 2026 .....	4
	Près de 32 000 projets de recrutement sont recensés pour 2026 .....	5
	Les métiers recherchés pour l'année 2026.....	11
	L'analyse des projets de recrutement à une échelle intersectorielle .....	14
2.	Les caractéristiques des employeurs et des projets de recrutement .....	18
	Des recrutements majoritairement réalisés par les TPE et PME .....	18
	La publication d'une annonce et la sollicitation du réseau restent les canaux les plus utilisés.....	19
	4 recrutements anticipés sur 10 sont considérés difficiles, une proportion similaire à celle observée l'édition précédente.....	21
	Les raisons qui expliquent les difficultés de recrutement .....	22
	Des niveaux de difficultés et raisons qui varient en fonction des secteurs .....	24
	Des difficultés de recrutement qui touchent surtout les TPE et PME .....	28
3.	Les facteurs de transformation des activités et des compétences .....	30
	Les entreprises répondantes cherchent en priorité à renforcer les compétences techniques « cœur de métiers » .....	30
	Les facteurs de transformation se diversifient.....	35
4.	Annexes.....	39
	Annexe 1 – Statut de l'enquête .....	39
	Annexe 2 – Précision méthodologique : Convention collective des entreprises au service de la création et de l'événement (IDCC 3252) .....	40
	Annexe 3 – Profil des répondants .....	41
	Annexe 4 – Références bibliographiques .....	45

## 1. Les besoins en matière de recrutement

### Un répondant sur deux prévoit de réaliser au moins un recrutement en 2026



Parmi les 9 380 contributions reçues, **un tiers des répondants (33,8 %) déclarent souhaiter réaliser au moins un recrutement en 2026**. Ce taux est sensiblement inférieur à celui observé au cours des éditions passées :

1. En 2024, 51 % des répondants anticipaient de recruter en 2025 ;
2. En 2023, 46 % des répondants anticipaient de recruter en 2024.

En outre, 19,4 % des répondants indiquent ne pas pouvoir se positionner au moment de l'enquête (+4 points par rapport à l'année précédente). Parmi les répondants sans projet de recrutement, 51,1 % indiquent avoir réalisé au moins un recrutement en 2025.

Si les comparaisons avec les années antérieures doivent être interprétées avec prudence en raison du nombre moindre de répondants au cours de ces éditions, la tendance à la baisse et l'expression des incertitudes s'inscrivent dans une dynamique plus large **observée à l'échelle nationale et intersectorielle**. L'enquête BMO 2025 réalisée par France Travail fait état d'une baisse de 4,1 points de la proportion d'établissements prévoyant d'embaucher (24,1 % en 2025 contre 28,2 % en 2024) et d'une diminution de 12,5 % des projets de recrutement par rapport à l'année précédente<sup>1</sup>.

Cette diminution peut en grande partie être liée aux **fortes incertitudes budgétaires qui découlent de la situation politique nationale instable**. Les annonces différées ou révisées concernant les orientations budgétaires de l'État et des collectivités ont pu fragiliser la visibilité économique des entreprises, en particulier dans les secteurs dépendants de financements publics ou parapublics. Cette absence de lisibilité à court et moyen terme a contribué à renforcer des stratégies d'attentisme, se traduisant par un report ou une limitation des projets de recrutement.

<sup>1</sup> France Travail, « Enquête Besoins en Main-d'œuvre 2025 », avril 2025. Les résultats de l'enquête BMO 2026 ne sont pas disponibles au moment de la rédaction du présent rapport. Il est possible de faire l'hypothèse que les dynamiques identifiées à l'échelle nationale début 2025 se prolongent et impactent les projets de recrutements pour l'année 2026.

# Près de 32 000 projets de recrutement sont recensés pour 2026

Les contributions à l'enquête BMC permettent de recenser **31 944 projets de recrutement**.

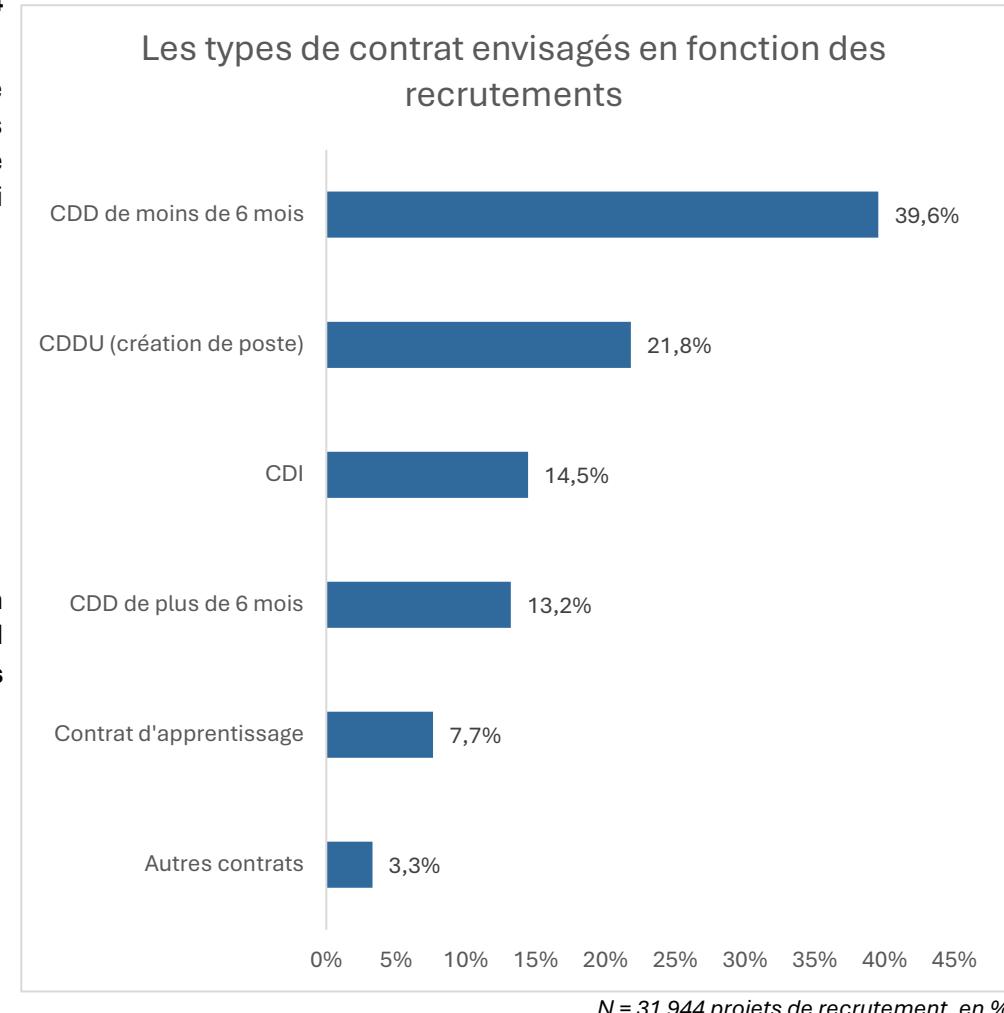
Pour la troisième édition, le recensement des projets de recrutement en CDDU a été réalisée de manière différente. Les recrutements récurrents et les créations de postes ont été scindées. Seules les créations de postes en CDDU sont ainsi comptabilisées au sein de 31 944 projets de recrutement.

Parmi ces presque 32 000 projets de recrutements :

**17 216** projets correspondent à des embauches de contrats saisonniers, soit 54 % des projets de l'année

**4 561** projets visent à recruter un cadre, soit environ 14 % des recrutements à venir.

**En 2026, 52,8 % des recrutements devraient être réalisés en CDD** (contre 41 % en 2024), **21,8 % en CDDU** et 14,5 % en CDI (contre 18 % en 2024). La part des recrutements en **contrats d'apprentissage** est de 7,7 %, une part stable par rapport à 2024.



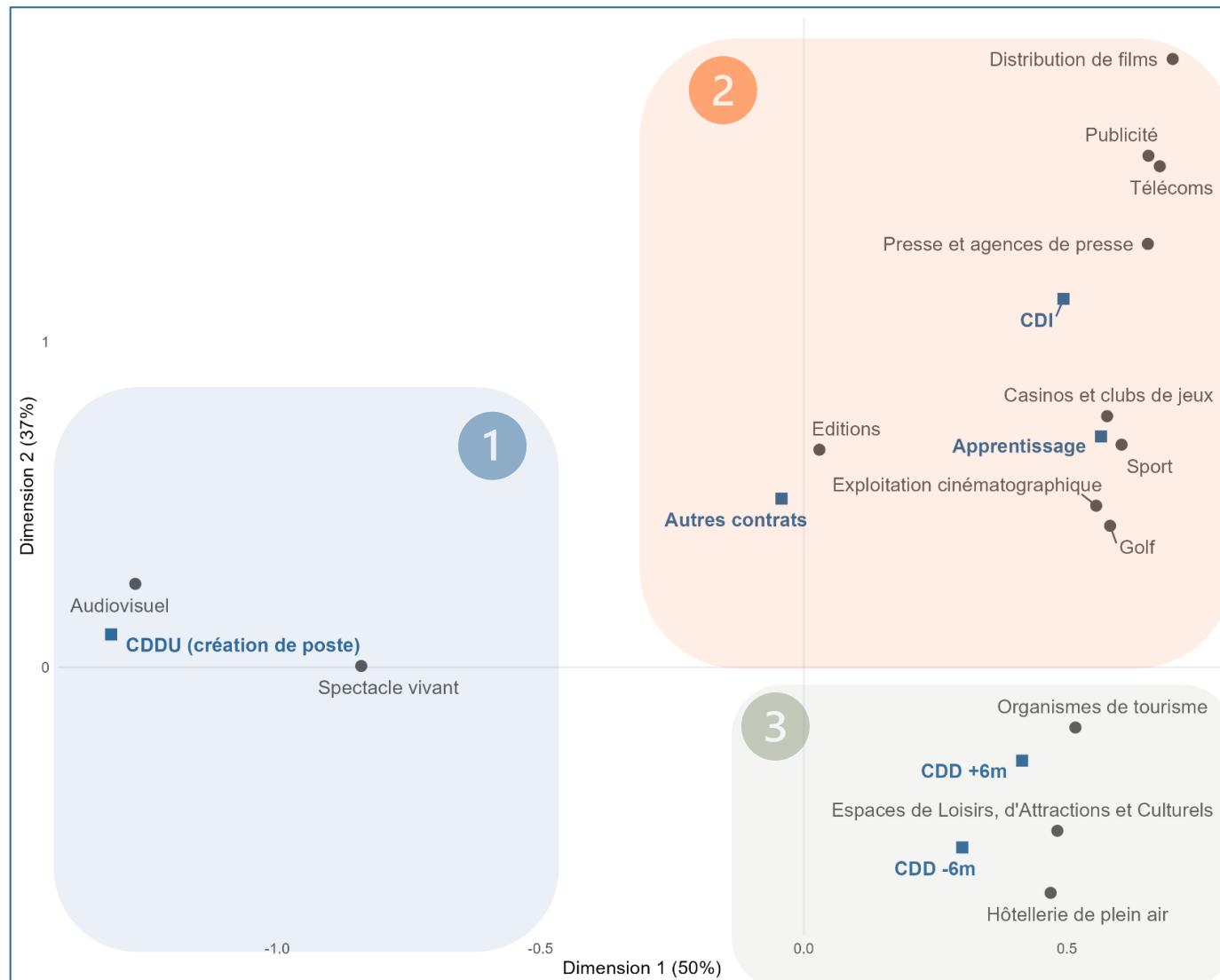
L'analyse des contrats de travail mobilisés en fonction des secteurs permet de mettre en avant deux grands groupes de secteurs :

1. Des secteurs où les recrutements sont majoritairement réalisés en **CDDU** (en se focalisant sur les recrutements réalisés pour des créations de postes) : **l'Audiovisuel et le Spectacle vivant**.
2. Des secteurs où les recrutements sont réalisés plus que la moyenne en **CDI** et/ou en **contrats d'apprentissage**. Ce groupe rassemble les secteurs de la **Distribution de films**, la **Publicité**, les **Télécommunications**, la **Presse et agences de presse**, les **Casinos et clubs de jeux**, le **Sport**, les **Editions**, l'**Exploitation cinématographique**, le **Golf**. Comme les années précédentes, les secteurs du sport et des éditions se démarquent par un recours prononcé à l'alternance (contrats d'apprentissage ou de professionnalisation). Ces secteurs sont rejoints au cours de l'édition actuelle par les casinos et clubs et jeux, l'exploitation cinématographique et le golf.
3. Des secteurs où le recours au **CDD** est plus prononcé que la moyenne, dû notamment à une activité saisonnière importante : **Organismes de tourisme, Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels et Hôtellerie de plein air**.

Cette répartition est stable par rapport aux éditions précédentes de l'enquête BMC et reflète une tendance durable des pratiques de recrutement par secteur.

**Lecture :** le schéma ci-dessous restitue les résultats d'une analyse des correspondances (dont nous présentons les deux premiers plans factoriels) portant sur les réponses enregistrées en fonction des secteurs à la question des contrats proposés au cours des recrutements.

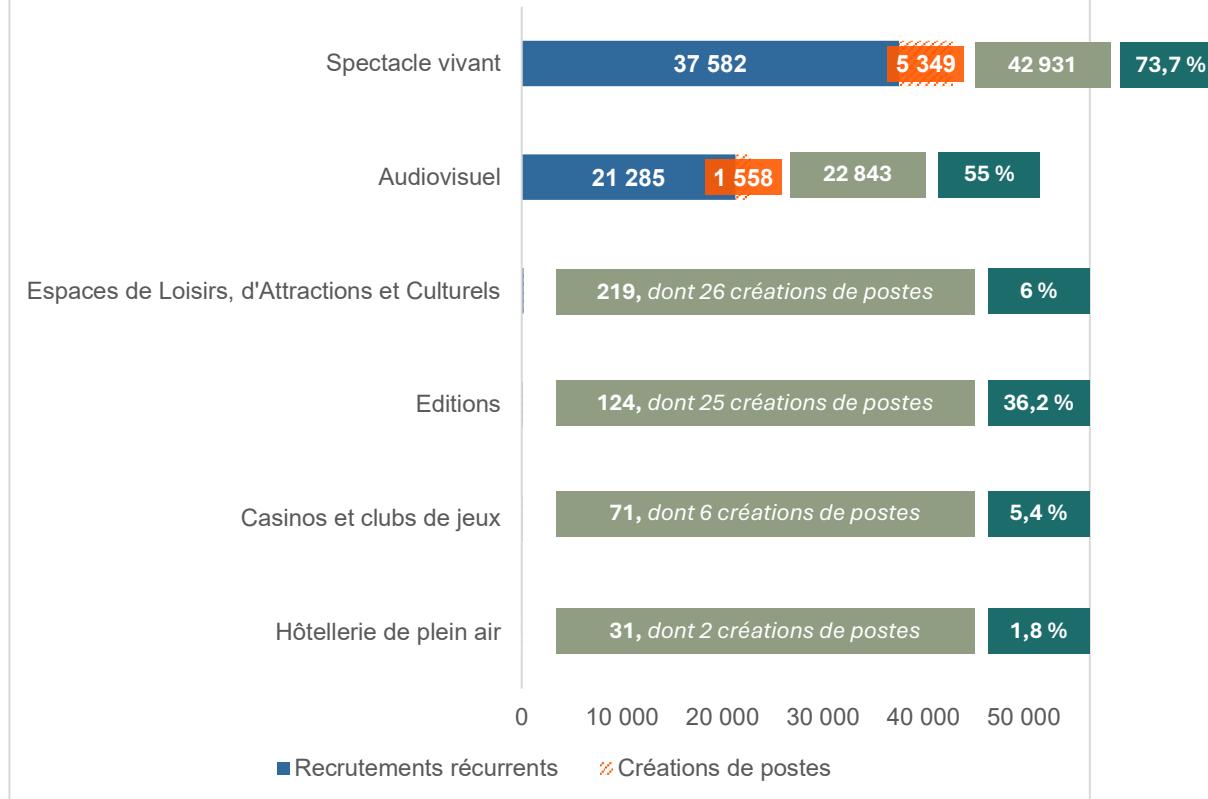
L'analyse permet de positionner les répondants des secteurs en fonction de leur éloignement au profil moyen. Les secteurs sont représentés par des ronds et les variables (ici les contrats) par des carrés. La proximité entre les carrés et les ronds permet d'identifier les différences entre les répondants et le profil moyen (plus un secteur est proche d'un carré, plus les répondants ont sélectionné cette modalité).





## Les recrutements en CDDU

### Recrutements anticipés en CDDU en 2026



N = 66 219 recrutements en CDDU

Lecture : 37 582 projets de recrutements en CDDU exprimés par les répondants du Spectacle vivant correspondent à des recrutements récurrents et 5 349 à des créations de postes. Au total, 42 981 recrutements en CDDU sont anticipés pour ce secteur. 73,7 % des répondants du secteur avec un projet de recrutement anticipent au moins un recrutement en CDDU.

Au cours de la présente édition de l'enquête BMC, les employeurs ont été interrogés sur les recrutements qu'ils anticipent en CDDU de deux façons :

- En renseignant les recrutements qu'ils anticipent
- En identifiant, parmi ces recrutements, ceux qui correspondent à ces créations de postes.

Pour 2026, les contributions à l'enquête permettent d'identifier **66 219 recrutements en CDDU**, parmi ces recrutements, **6 967 correspondent à ces créations de postes, soit 10,5 % des projets exprimés**.

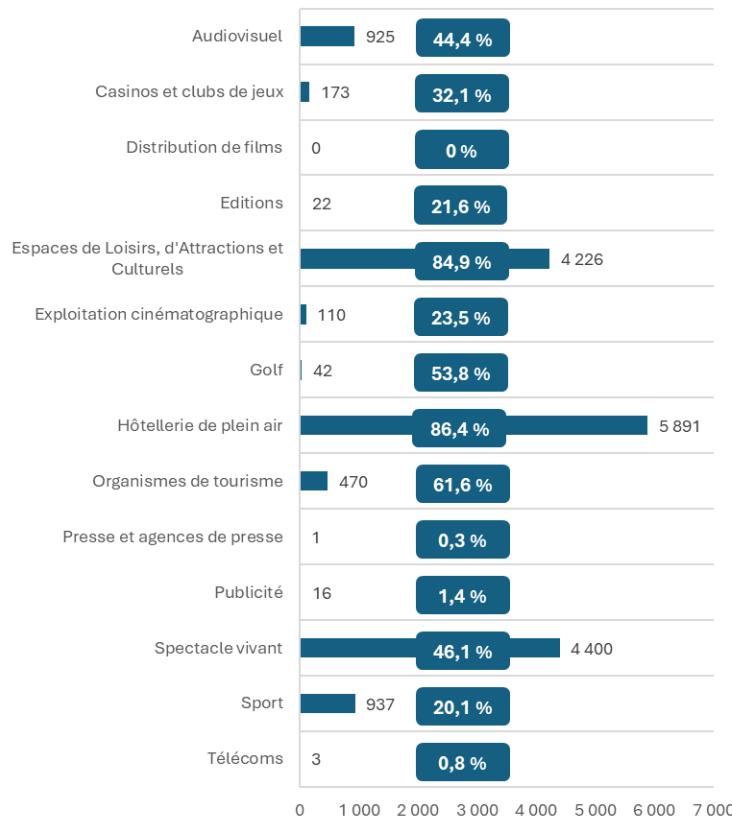
Deux secteurs assurent la quasi-totalité des recrutements en CDDU : **le Spectacle vivant et l'Audiovisuel** :

- 73,7 % des répondants du secteur du Spectacle vivant qui ont au moins un projet de recrutement en 2026 prévoient de réaliser au moins 1 recrutement en CDDU
- Cette proportion est de 55 % pour les répondants de l'Audiovisuel.



## Les recrutements saisonniers

Recrutements saisonniers anticipés en 2026



N = 17 216 projets de recrutements

44,4 %

Part des recrutements saisonniers parmi l'ensemble des projets de recrutements recensés pour le secteur en 2026

17 216 projets de recrutements correspondent à des recrutements de saisonniers, soit 54 % des projets recensés (contre 30 % en 2024 et 18 % en 2023)

Cette progression marquée peut être interprétée, de manière indirecte, comme un effet du contexte d'incertitudes budgétaires et économiques. Face à une visibilité réduite sur les perspectives financières à court et moyen terme, les employeurs tendent à reporter ou limiter les recrutements pérennes.

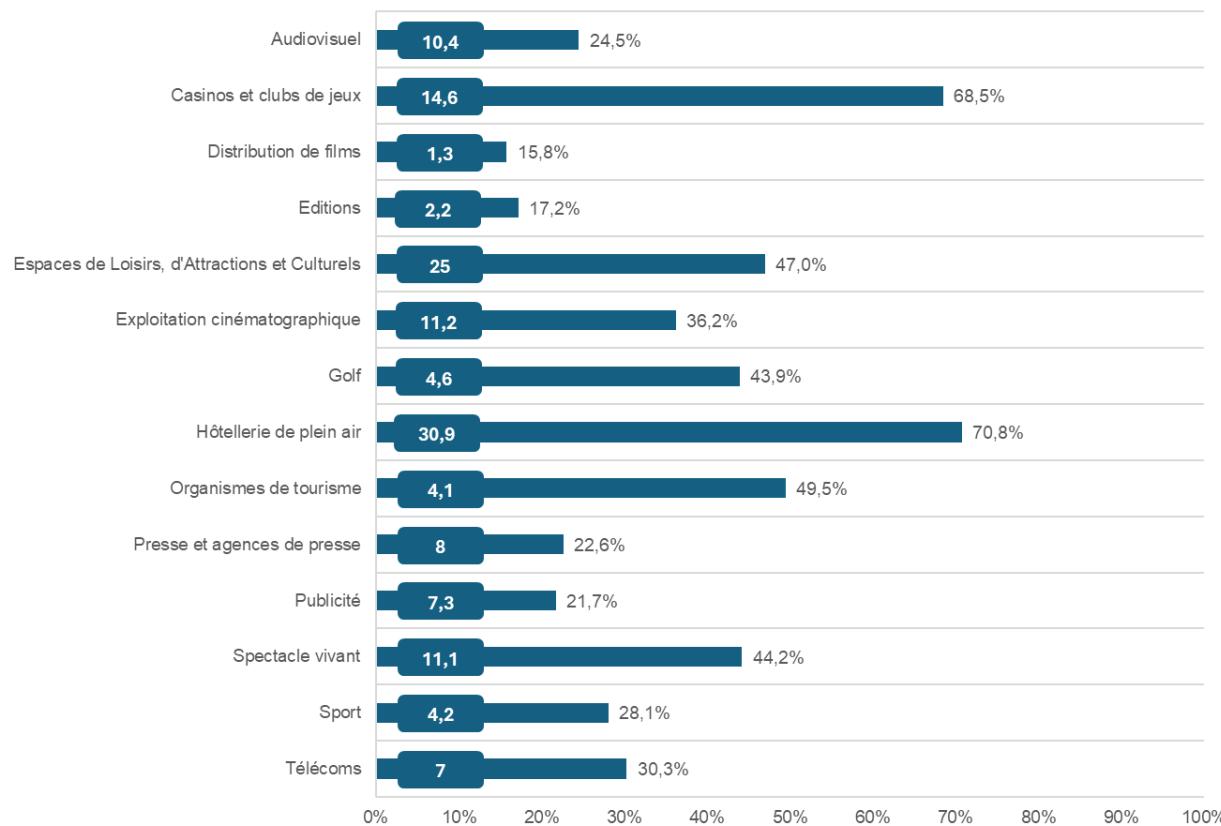
Les recrutements de saisonniers représentent plus de la moitié des recrutements pour les secteurs suivants :

- **Hôtellerie de plein air (86,4 %)**
- **Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels (84,9 %)**
- **Organismes de tourisme (61,6 %)**
- **Golf (53,8 %)**

Les salariés directement occupés à des tâches saisonnières peuvent être recrutés en contrats à durée déterminée prévoyant, ou non, un terme précis. La liste des branches professionnelles où l'emploi saisonnier est « particulièrement développé » est donnée par l'arrêté du 5 mai 2017 ([lien](#)). En dehors de ces branches professionnelles listées par arrêté, d'autres adhérents de l'Afdas recrutent des saisonniers.

*Lecture : 925 projets de recrutements pour le secteur de l'audiovisuel correspondent à des recrutements de saisonniers. Les recrutements de saisonniers représentent 44,4 % des projets exprimés par les répondants du secteur.*

Part des répondants qui indiquent avoir au moins un projet de recrutement pour l'année à venir et nombre moyen de recrutements prévus par répondants



N = 9 380 réponses de 8 886 entreprises / structures adhérentes

Les répondants qui déclarent souhaiter réaliser des recrutements en 2026 envisagent de réaliser en moyenne **10 recrutements** (contre 11,2 en 2024 et 8,9 en 2023).

*Lecture : 24,5 % des répondants du secteur de l'audiovisuel déclarent souhaiter réaliser au moins un recrutement en 2026. En moyenne, ces répondants prévoient de réaliser 10,4 recrutements en 2026.*

# Les métiers recherchés pour l'année 2026

Les répondants ont exprimé des projets de recrutement pour 407 métiers différents. Le schéma ci-dessous présente les principaux métiers recherchés (au moins 5 % des projets) en fonction des secteurs.

Audiovisuel	Casinos et clubs de jeux	Distribution de films	Editions	Organismes de tourisme
Artiste - interprète 8,6 % Administrateur(trice) de production 8,4 % Coiffeur(euse) 7,2 % Animateur(trice) 3D 7,1 %	Caissier(ère) 23,4 % Croupier(ère) 20,0 % Serveur(se) 11,5 % Contrôle aux entrées 10,9 % Barman / Barwoman 7,0 %	Comptabilité/Finance 50,0 % Distributeur(trice) – Programmateur(trice) 25,0 % Responsable ou chargé RH / paie 25,0 %	Édition phonographique : intermittent(e)s (artistes et technicien(ne)s) 21,6 % Responsable compte clé / Représentant(e) commercial(e) 14,7 %	Conseiller(ère) en séjour 48,4 % Agent d'accueil 6,8 % Chargé(e) d'accueil touristique 5,2 % Directeur(trice) 5,2 %
Espaces de Loisirs, d'Attractions et Cultures	Exploitation cinématographique	Golf	Hôtellerie de plein air	Presse et agences de presse
Hôte(sse) d'accueil et relation visiteurs 28,1 % Opérateur(trice) d'attraction 21,6 % Animateur(trice) en site de divertissement 11,5 % Employé(e) polyvalent(e) de restauration 10,2 % Employé(e) de boutique 6,3 % Opérateur(trice) de parcours acrobatique en hauteur 5,4 %	Agent de cinéma 81,5 % Technicien(ne) de cinéma / Technicien(ne) polyvalent(e) 6,6 %	Jardinier(ère) 20,5 % Hôte(sse) d'accueil 17,9 % Serveur(se) 12,8 % Second(e) de cuisine 7,7 % Barman - Barmaid 5,1 % Directeur(trice) de restauration 5,1 % Starter 5,1 %	Agent d'accueil polyvalent HPA 22,1 % Animateur(trice) HPA 15,5 % Employé(e) polyvalent en restauration 11,8 % Agent de propreté 9,4 % Surveillant(e) d'espace aquatique 7,9 % Maître-nageur 6,6 %	Porteur(se) de presse 38,1 % Journaliste / reporter(trice) d'image de presse écrite 20,1 % Journaliste infographiste 7,6 %
Publicité	Spectacle vivant	Sport	Télécoms	
Conseiller(ère) commercial(e) / chargé(e) de clientèle 26,3 % Data Analyst (Analyste de données) 21,6 % Cheff(e) de projet (toutes spécialités) 10,3 %	Musique et chant 31,4 % Bar, restauration et catering 11,2 % Arts dramatiques 7,5 % Son 5,9 % Lumière, laster 5,4 %	Educateur(trice) sportif en club 20,5 % Animateur(trice) de loisirs sportifs 17,9 % Moniteur(trice) / Coach sportif en salle de sport 12,8 % Animateur(trice) socio-sportif 7,7 %	Ingénieur(e) système et réseaux 10,1 % Technicien(ne) de maintenance équipements techniques 10,1 % Développeur(se) web 9,5 % Ingénieur(e) système et réseaux des territoires connectés 8,9 % Ingénieur(e) développement SI 6,9 %	

Lecture : 8,6 % des projets de recrutement des entreprises et structures de l'audiovisuel concernent le métier d'artiste-interprète.

L'étude des projets de recrutement à l'échelle des secteurs permet de mettre en lumière quelques dynamiques :

#### **Audiovisuel**



Le métier d'administrateur de production, qui ne faisait pas l'objet d'un nombre important de projets de recrutement l'année passée, en représente cette année 8,4 %.

#### **Casinos et clubs de jeux**



Le métier de croupier comptait pour 41,7 % l'année passée contre 23,4 % cette année.

#### **Distribution de films**



La comptabilité et la finance représentaient 14,3 % l'année dernière alors qu'elles atteignent 50 % cette année.

#### **Editions**



Le métier lié à l'édition phonographique représentait 21,6 %, tandis qu'il n'était pas cité – à plus de 5 % - l'année passée.

#### **Espaces de Loisirs, d'Attractions et Cultures**



La répartition reste globalement similaire, bien que l'on observe l'apparition du métier d'animateur en site de divertissement (11,5 %).

#### **Hôtellerie de plein air**



Le métier de maître-nageur apparaît cette année (6,6 %), alors qu'il n'était pas présent l'an dernier (à plus de 5 %).

#### **Organismes de tourisme**



Les métiers de chargé d'accueil touristique et de directeur dépassent chacun les 5 % alors qu'ils étaient absents l'année passée.

#### **Presse et les agences de presse**



La part du projet de recrutement 2026 des porteurs de presse atteint 38,1 % contre 11,5 % l'année précédente.

#### **Publicité**



Les métiers les plus représentés sont ceux de conseiller commercial ou chargé de clientèle (26,3 %), ils n'étaient pas présents l'année passée.

#### **Spectacle vivant**



La catégorie « musique et chant » progresse, passant de 25 % à 31,4 %



## Exploitation cinématographique

Le métier d'agent de cinéma reste dominant mais il passe de 93,6 % l'année précédente à 81,5 % cette année. Cette année les fonctions de technicien de cinéma et de techniciens polyvalents apparaissent.



## Golf

Cette année, on observe une proportion plus élevée de serveurs dans les projets de recrutement pour l'année 2026 par rapport à l'année précédente mais le métier de jardinier reste celui qui arrive en tête avec 20,5 % des projets de recrutement contre 14,5 % l'année passée.

Cette évolution confirme la dynamique plus large, déjà soulignée par les employeurs lors de l'étude menée en 2024-2025 sur l'opportunité de créer une certification « jardinier de golf »<sup>2</sup>. Cette étude montrait que près de quatre structures sur dix envisagent de recruter au moins un jardinier de golf dans les six mois (39 %) et/ou d'ici un an (37 %) et que cette tendance se maintient à moyen terme puisqu'un tiers des structures anticipent un recrutement d'ici deux ans.



## Sport

Les métiers de moniteur ou coach sportif en salle de sport (12,8 %) et celui d'animateur socio-sportif (7,7 %) apparaissent alors qu'ils n'existaient pas dans les données 2024



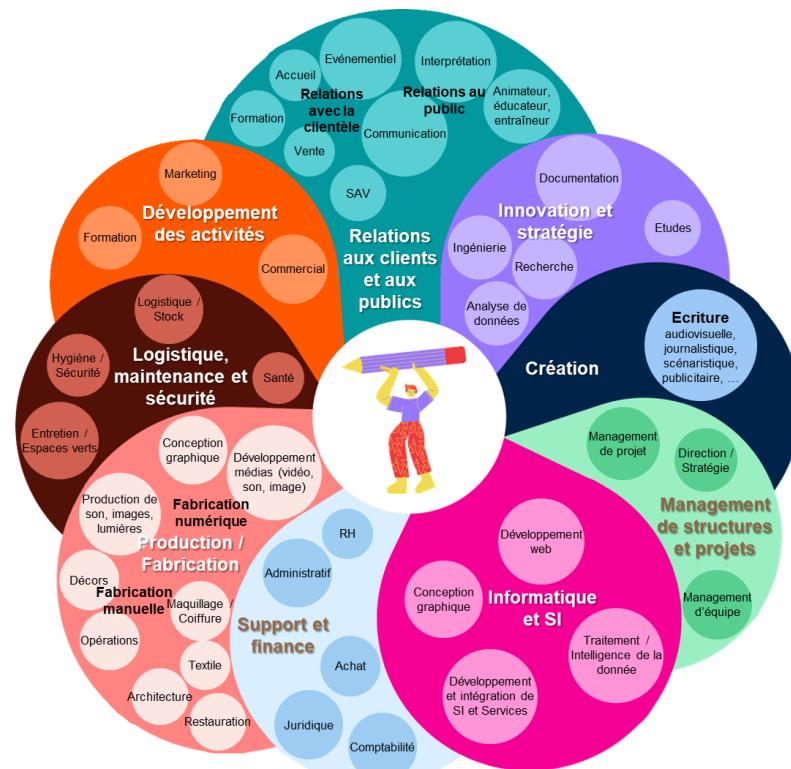
## Télécommunications

La diversité des métiers augmente, avec notamment la présence d'ingénieur système et réseau (10,1 %) et de technicien de maintenance d'équipements techniques (10,1 % également).

<sup>2</sup> « Etude d'opportunité pour la création d'une certification « Jardinier de golf », branche professionnelle du golf, Afdas, juin 2025

# L'analyse des projets de recrutement à une échelle intersectorielle

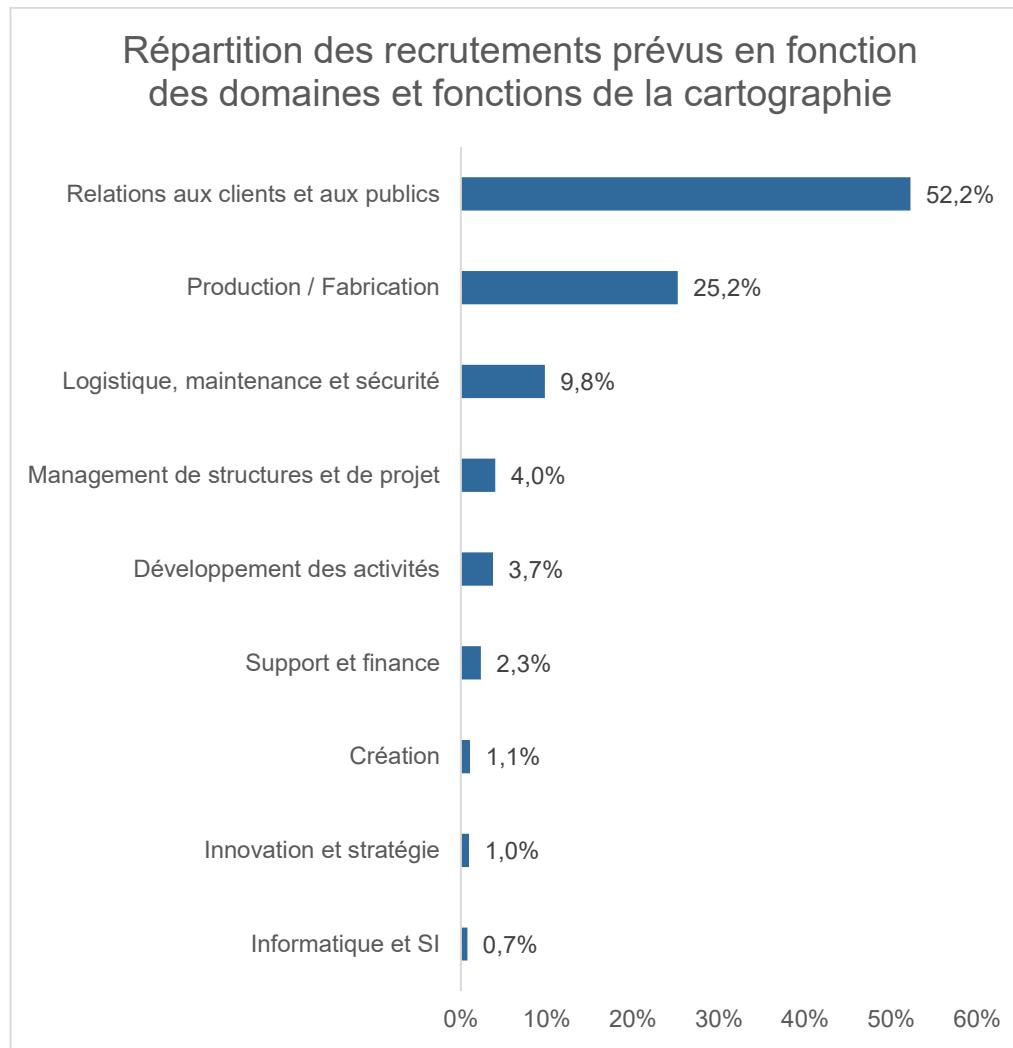
La cartographie ci-contre présente les 9 familles de domaines (ex. hygiène) et fonctions (ex. production) exercées dans les métiers du périmètre méthodologique de l'Afdas. Le schéma, qui avait d'abord été proposé dans le cadre d'une étude prospective intersectorielle<sup>3</sup>, a été adapté pour les besoins de l'enquête :



- **Développement des activités**, qui regroupe les métiers du commercial, du marketing et de la formation.
- **Relations aux clients, publics et visiteurs**, qui comprend une large diversité de métiers en lien directe avec la clientèle ou les publics (métiers du SAV, de l'événementiel, de l'accueil, ...).
- **Innovation et stratégie**, où se retrouve notamment les métiers de la data et des études.
- **Création**, où sont regroupés les métiers de l'écriture : journalistique, audiovisuelle, scénaristique, publicitaire, ...
- **Management de structures et de projets** qui contient les métiers de la direction et des chefs de projets transversaux.
- **Informatique et SI**
- **Support et finance**
- **Production / Fabrication**, qui regroupe une large diversité de métiers ayant trait à la production manuelle (décor, textile, restauration, ...) ou digitale (conception graphique, ...).
- **Logistique, maintenance et sécurité**

<sup>3</sup> Afdas, « Etude prospective sur l'évolution des modes de vie et de consommation, en lien avec les évolutions sociétales et technologiques et leurs impacts sur les compétences », Mai 2022

Le rapprochement entre les métiers ciblés par les projets de recrutement et la cartographie des métiers montre la répartition suivante :



N = 31 944 projets de recrutements

La répartition des recrutements recensés au cours de l'enquête 2025 concernent dans près de trois quarts des cas des métiers qui relèvent de la famille « **Relations aux clients, publics et visiteurs** », et « **Production / Fabrication** ». Ce constat est identique aux éditions 2023 et 2024.

La première famille « Relations aux clients, publics et visiteurs » rassemble à elle-seule légèrement plus de la moitié des projets de recrutements (52,2 %), part en diminution par rapport à l'année précédente, au cours de laquelle la famille rassemblait 60 % des projets de recrutement.

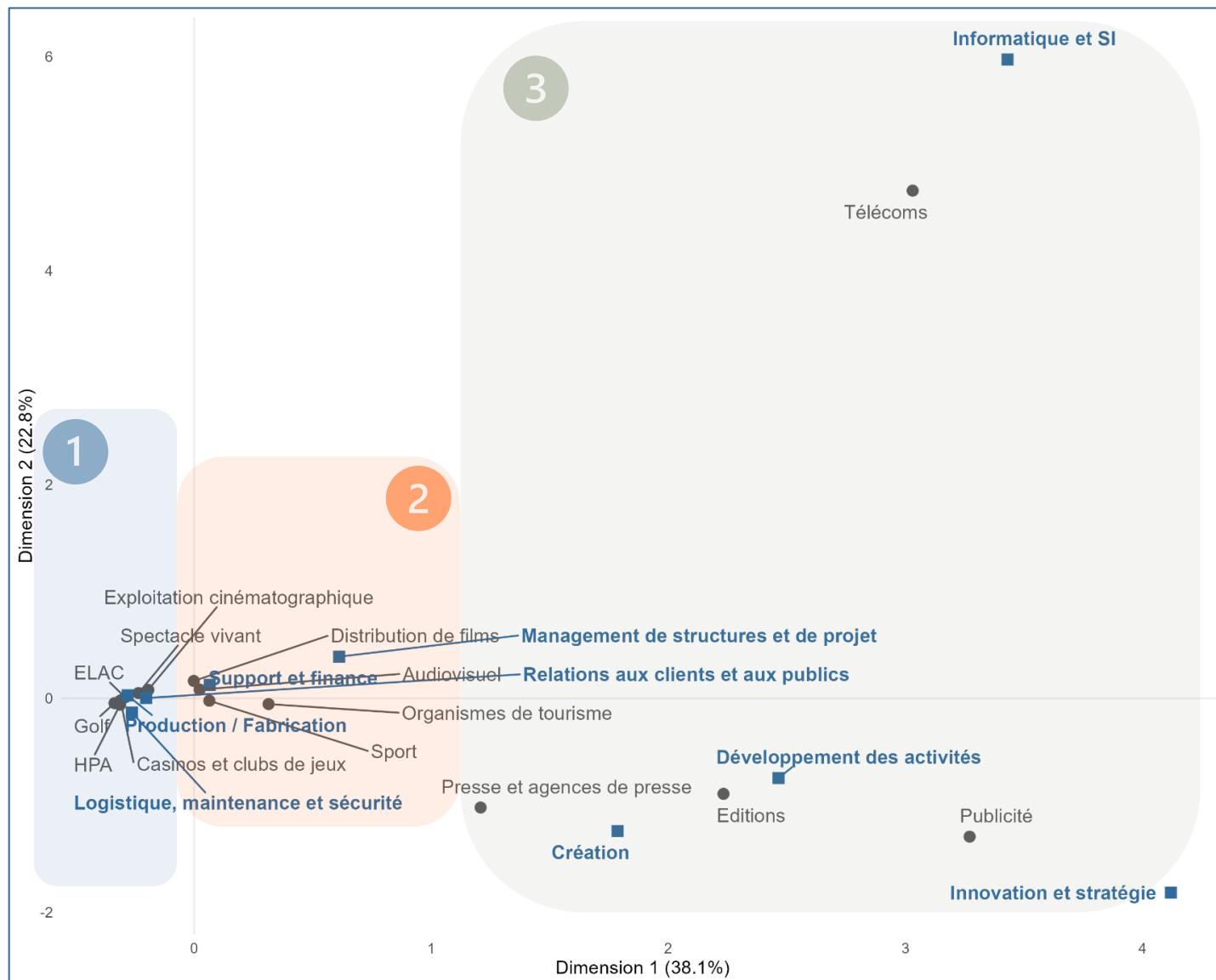
Dans l'ensemble, la part des recrutements représentés pour chaque famille **est proche de ce qui était observé au cours des éditions précédentes**. La famille « **Logistique, maintenance et sécurité** » voit son importante **croître de manière sensible**. Elle représente 9,8 % des projets de recrutement en 2026 contre 5 % l'année précédente. Cette famille regroupe notamment les métiers de l'hygiène, de la logistique, de la sécurité et de l'entretien.

Trois groupes de secteurs peuvent être constitués en fonction des familles dont relèvent les projets de recrutement formulés :

1. Les secteurs qui recrutent plus que la moyenne des métiers qui relèvent des familles **Relations aux clients et aux publics**, **Production / Fabrication** et **Logistique, maintenance et sécurité**. Il s'agit des **Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels**, **Golf**, **Hôtellerie de plein air**, **Casinos et clubs de jeux**, **Spectacle vivant** et **Exploitation cinématographique**
2. Les secteurs qui recrutent plus que la moyenne des métiers qui relèvent des familles **Support / finance** et **Management** : **Distributions de films**, **Audiovisuel**, **Organismes de tourisme** et **Sport**. Ces secteurs sont néanmoins proches du profil moyen et peuvent à ce titre présenter des taux de recrutements relativement importants au sein des familles **Relations aux clients et aux publics** et **Production / Fabrication**
3. Les secteurs qui recrutent plus que la moyenne des métiers qui relèvent des familles **Développement des activités**, **Création et Innovation**. Il s'agit des secteurs **Presse et agences de presse**, **Editions** et **Publicité**. Le secteur des **Télécommunications** est inclus dans ce secteur mais présente un profil singulier : les répondants de ce secteur recrutent principalement des métiers de la famille **Informatique et SI** et présentent une part importante de recrutements dans la famille Développement des activités. Par ailleurs, les répondants de ce secteur ne recrutent pas de métiers qui relèvent de la famille Crédit, à l'inverse des autres secteurs qui composent le groupe 3.

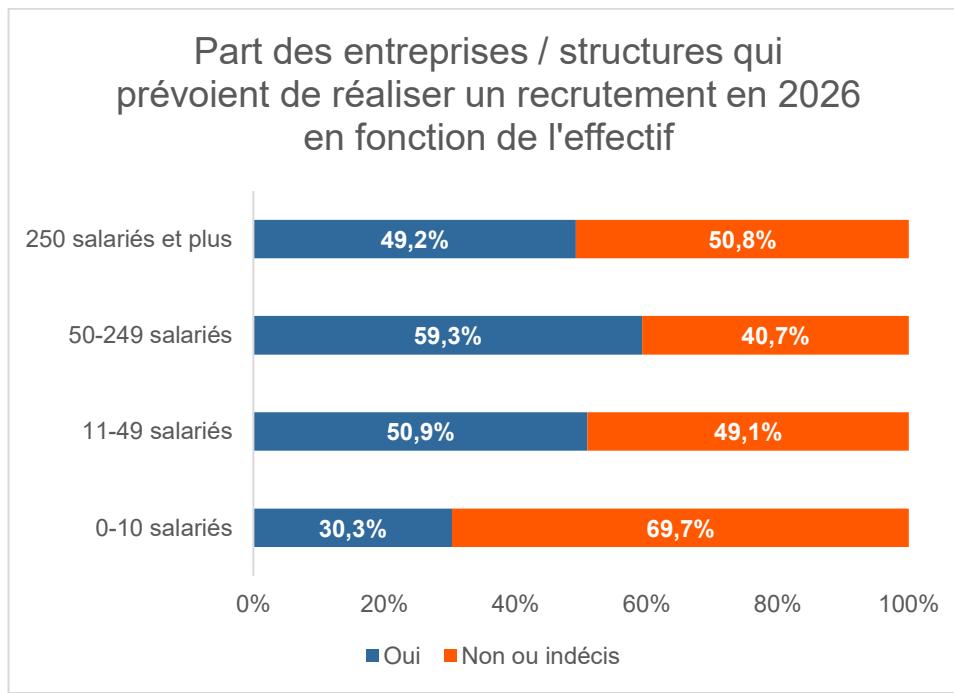
**Lecture :** le schéma ci-dessous restitue les résultats d'une analyse des correspondances (dont nous présentons les deux premiers plans factoriels) qui décrit le positionnement des secteurs en fonction des familles de la cartographie dont relèvent leurs projets de recrutement.

Une famille de la cartographie a été attribuée à tous les métiers recensés au sein des référentiels de branche. Cette analyse ne porte que sur les projets de recrutement formulés par les répondants. Elle n'a pas vocation à décrire la structure des emplois, à date ou à venir, au sein des secteurs mais permet de comparer les secteurs en fonction des métiers recherchés par les entreprises et structures qui les composent.



## 2. Les caractéristiques des employeurs et des projets de recrutement

### Des recrutements majoritairement réalisés par les TPE et PME



Plus l'établissement emploie de salariés **plus celui-ci déclare qu'il entend réaliser des recrutements en 2026.**

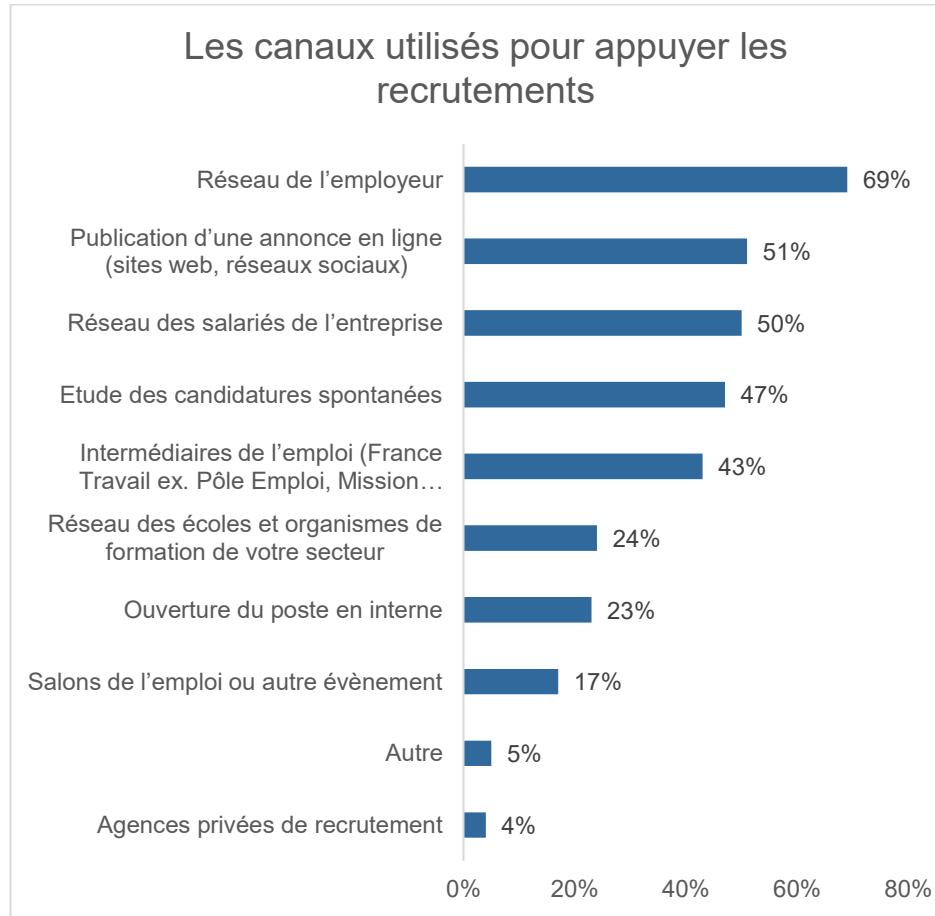
Ainsi, un peu moins d'un tiers des entreprises de moins de 11 salariés déclarent envisager un recrutement en 2026, tandis que cette proportion atteint ou dépasse 50 % pour les entreprises des tranches d'effectifs supérieures.

Ce constat correspond à une tendance lourde de l'enquête BMC et par ailleurs retrouvée dans les études nationales : la taille des établissements influe directement sur le volume de recrutements.

**La diminution de la part des entreprises déclarant un projet de recrutement s'observe dans l'ensemble des tranches d'effectifs** mais apparaît particulièrement marquée parmi les plus grands établissements, alors qu'à l'échelle nationale la part des recruteurs recule plus modérément dans ces structures. Ainsi, 49,2 % des établissements de 250 salariés ou plus anticipent de réaliser au moins un recrutement en 2026, contre 83 % en 2025.

**Pour autant, près de la moitié (48 %) des 31 944 projets de recrutement recensés sont portés par des entreprises et structures de moins de 11 salariés.**

## La publication d'une annonce et la sollicitation du réseau restent les canaux les plus utilisés



N = 31 944 projets de recrutement

Les canaux mobilisés pour recruter cette année évoluent de manière sensible. Alors que la publication d'une annonce en ligne était – de loin – le canal le plus utilisé pour les recrutements au cours des éditions passées, les résultats de l'édition 2025 mettent en évidence une importance renforcée du réseau, qu'il s'agisse de celui de l'employeur ou des salariés :

**La publication d'une annonce en ligne** demeure un canal important, mais elle apparaît **beaucoup moins systématique que l'an dernier**. Alors qu'elle devait être mobilisée dans environ **76 %** des recrutements en 2024, faisant de ce canal le premier mobilisé, il n'est cité, cette année, que pour un recrutement sur deux. A l'inverse, le recours au **réseau de l'employeur** devient le **premier canal mobilisé (69 % contre 61 % l'année passée)**. Dans un contexte de diminution des projets de recrutements, le recours renforcé au réseau peut être vu comme une sécurité pour trouver des candidats jugés « fiables ».

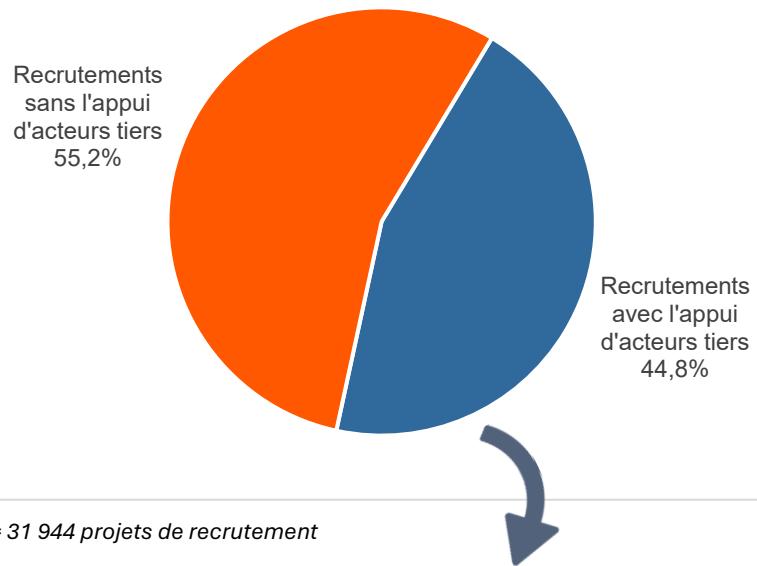
Si **l'étude des candidatures spontanées évolue cette année (47 % contre 36 % en 2024)**, le **réseau des salariés de l'entreprise (50 % contre 61 % en 2024)** semble moins envisagé tout comme **l'ouverture du poste en interne (23 % contre 54 %)** tandis que les canaux des **intermédiaires de l'emploi (43 % contre 46 % en 2024)** stagnent.

Les autres canaux restent plus faiblement mobilisés : **les écoles et organismes de formation (24 % contre 29 % en 2024)**, les **salons ou événements emploi (17 % contre 24 % en 2024)**, les **agences privées de recrutement (4 %)** ou les **autres modes déclarés (5 %)**.



## Le recrutement de publics spécifiques pouvant être éloignés de l'emploi

Part des recrutements qui devraient être réalisés avec l'appui d'acteurs tiers (intermédiaires de l'emploi, agences, etc.)



**16,2 %** de ces projets de recrutement devraient être appuyés par des opérateurs spécialisés dans le recrutement de publics éloignés de l'emploi, soit **1 991 projets**.

L'édition 2026 a fait l'objet d'un questionnement spécifique sur l'appui sur des opérateurs spécialisés dans le cadre du processus de recrutement. Ainsi, les répondants déclarant s'appuyer sur des interlocuteurs tiers pour réaliser leurs recrutements (intermédiaires de l'emploi, agences de recrutement, etc.) ont été interrogés **afin de déterminer s'ils allaient être accompagnés par des opérateurs spécialisés** dans le recrutement de publics spécifiques pouvant être éloignés de l'emploi (seniors, réfugiés, personnes en situation de handicap, en situation d'illettrisme ou d'illectronisme, etc.).

En 2026, près d'un projet de recrutement sur deux (44,8 %) devrait être appuyés par un acteur tiers. **Parmi ces projets, 16,2 % devraient être accompagnés par un opérateur spécialisé.** Dans la quasi-totalité des cas, il s'agit de **l'Agefiph ou du réseau Cap emploi, opérateur de placement spécialisé** dans l'accompagnement des personnes en situation de handicap. Quelques répondants peuvent citer des acteurs associatifs (fondation FACE, LADAPT, des GEIC, etc.).

Quelques secteurs se démarquent par un recours marqué à des opérateurs spécialisés :

- La Publicité (64,1 % des projets avec recours à un opérateur tiers)
- L'Exploitation cinématographique (60 %)
- Les Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels (27,7 %)
- Le Golf (25 %)

Le recrutement et la sécurisation des parcours des personnes éloignées de l'emploi, notamment seniors et en situation de handicap constitue le troisième axe de l'EDEC intersectoriel Afdas : « Sécuriser les parcours professionnels » dont les objectifs principaux sont d'accompagner les salariés dans leur parcours professionnel et de répondre aux problématiques d'accès / maintien dans l'emploi pour les publics seniors ou en situation de handicap.

## 4 recrutements anticipés sur 10 sont considérés difficiles, une proportion similaire à celle observée l'édition précédente

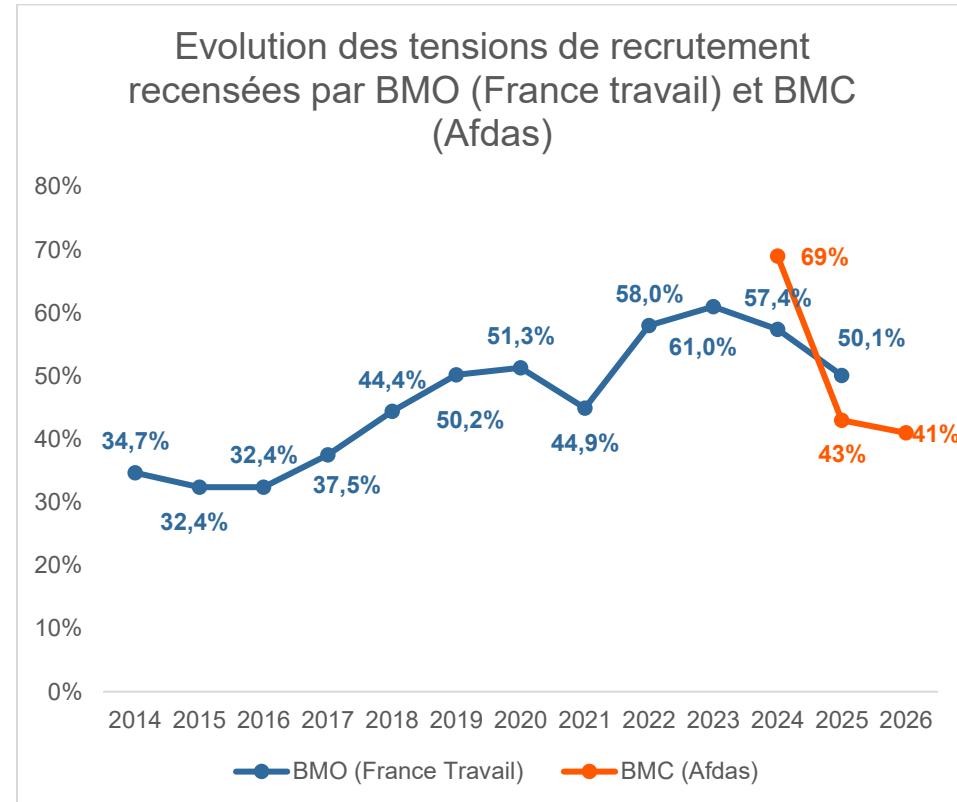
En 2026, 40,8 % des recrutements devraient être difficiles à réaliser (moins 2 points par rapport à 2024, moins 28 points par rapport à 2023).

La diminution observée au long des éditions de l'enquête BMC suit la tendance observée à l'échelle nationale et intersectorielle par l'enquête BMO de France Travail. Ainsi, après un pic de tension au sortir de la pandémie de covid-19 (2023), les tensions de recrutement tendent à décroître depuis 2 ans.

La baisse des tensions se confirme ainsi pour cette nouvelle édition de l'enquête BMC. L'an passé, plusieurs hypothèses avaient été formulées pour expliquer la baisse des tensions de recrutements, plusieurs étaient conjoncturelles (fin des Jeux Olympiques de Paris, fin du rattrapage d'activité à la suite de la crise sanitaire).

Aujourd'hui, la situation semble différente. Les tensions sur le marché du travail continuent de diminuer, non pas en raison d'un afflux de candidats, mais parce que les entreprises recrutent moins. On observe un retour à un rythme plus stable, proche de la normale, marqué par un ralentissement des intentions de recrutement. Ce constat est confirmé par les travaux récents de la DARES, qui montrent une diminution sensible des emplois vacants dans le secteur privé à partir de 2025<sup>4</sup>.

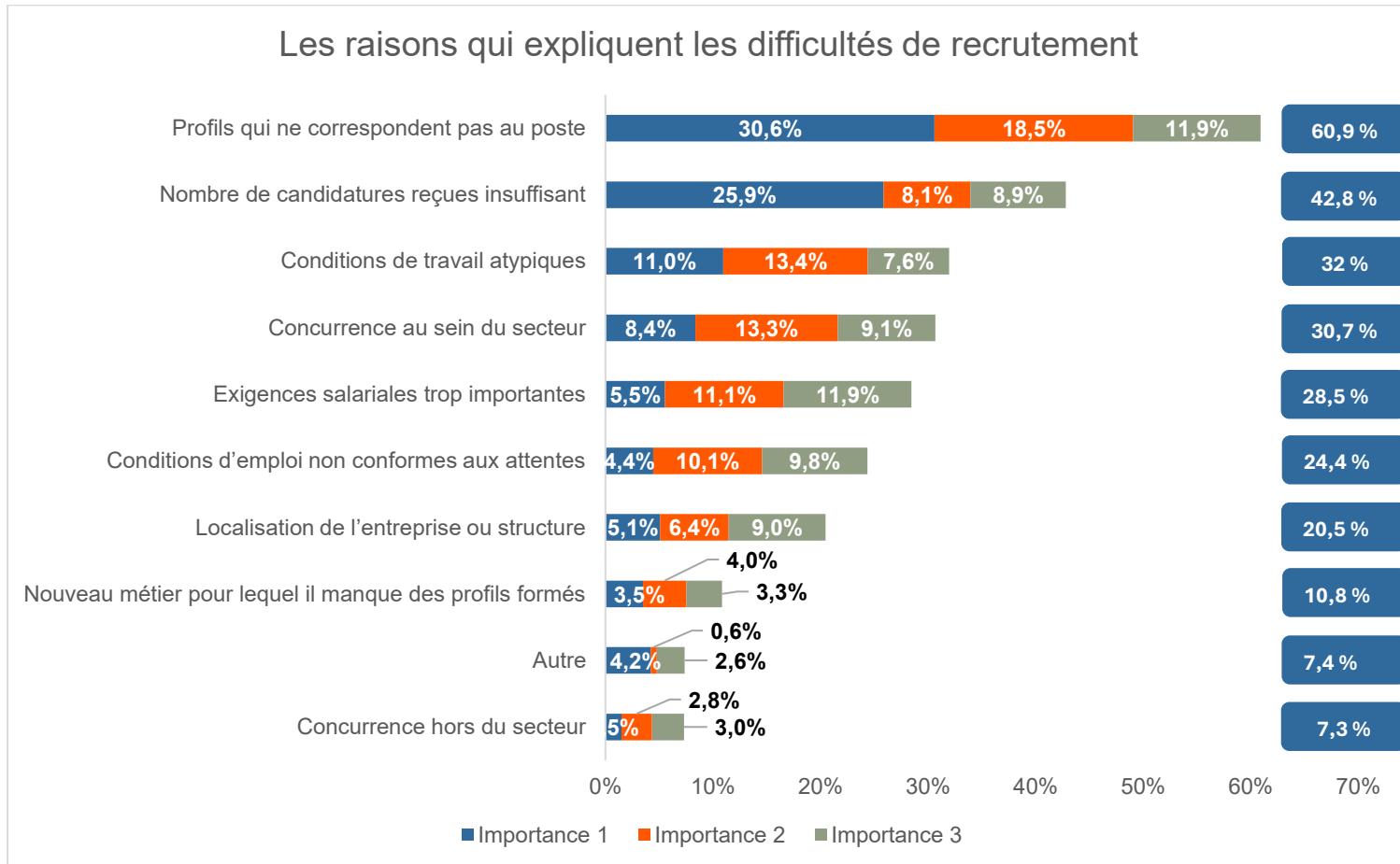
Malgré cette tendance à la baisse, les tensions restent à un niveau relativement élevé : pour les répondants BMO ou BMC, environ 50 % des intentions d'embauche restent difficiles à concrétiser.



Lecture : l'enquête BMO à l'échelle nationale et intersectorielle montrait que 50,1 % des recrutements anticipés pour l'année 2025 devaient être difficiles à réaliser. Cette proportion était de 43 % parmi les projets de recrutements recensés par l'enquête BMC.

<sup>4</sup> Dares, « Les emplois vacants », décembre 2025

# Les raisons qui expliquent les difficultés de recrutement



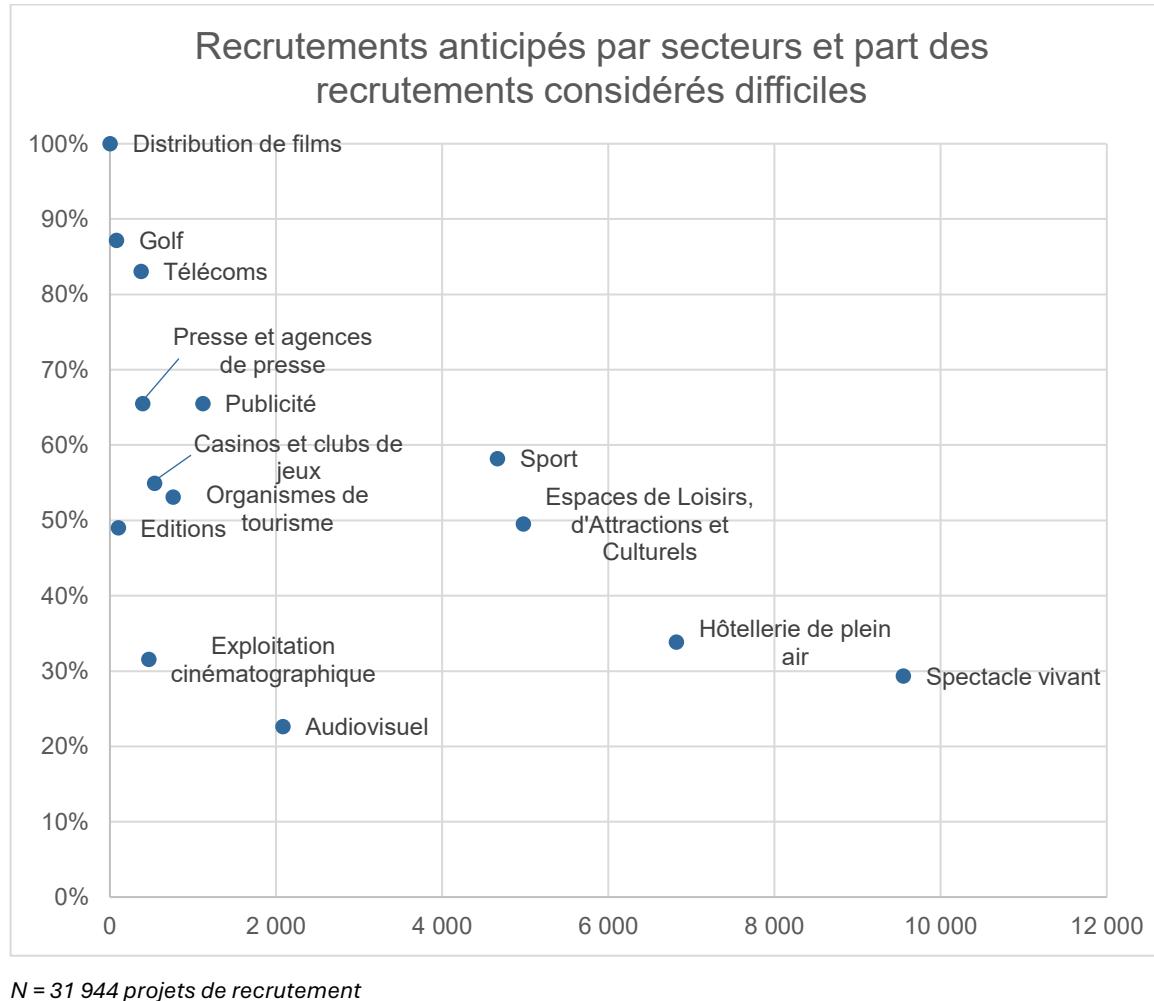
N = 13 042 projets de recrutement difficiles

Lecture : La difficulté « Profils qui ne correspondent pas au poste » est citée dans 60,9 % des projets de recrutement difficiles. Elle est mentionnée comme le facteur le plus important dans 30,6 % des cas, comme le deuxième facteur le plus important dans 18,5 % des cas, et comme le troisième facteur dans 11,9 % des cas

Les raisons expliquant les difficultés de recrutement en fonction des secteurs présentent quelques évolutions sensibles par rapport à l'année précédente :

- **L'inadéquation entre les profils et les postes**, bien qu'elle reste la première cause évoquée, concerne 61 % des recrutements jugés difficiles cette année, contre 69 % l'an dernier. Ce constat rejoint les résultats de l'Étude Emploi-Compétences de la Région Normandie, selon laquelle 75 % des répondants confrontés à des tensions de recrutement identifient le manque de candidats disposant des compétences recherchées.
- Le **manque de candidatures** apparaît également moins fréquemment, passant de 56 % en 2024 à 43 % cette année. De même, les **exigences salariales des candidats** sont un peu moins citées (29 % contre 36 % l'an dernier). Les **métiers émergents pour lesquels il existe peu de candidats formés**, représentent désormais 11 % des difficultés, contre 21 % l'an dernier, tandis que la **concurrence avec d'autres secteurs ou entreprises** diminue de 15 % à 7 %.
- À l'inverse, certaines raisons sont évoquées **plus fréquemment** qu'auparavant. Les **conditions de travail atypiques** concernent désormais 32 % des recrutements difficiles, contre 22 % l'année précédente. Les difficultés liées à la **localisation des entreprises ou des structures** augmentent également, passant de 13 % à 21 %, et les **conditions d'emploi** sont mentionnées par 24 % des répondants, contre 19 % l'an dernier.

## Des niveaux de difficultés et raisons qui varient en fonction des secteurs



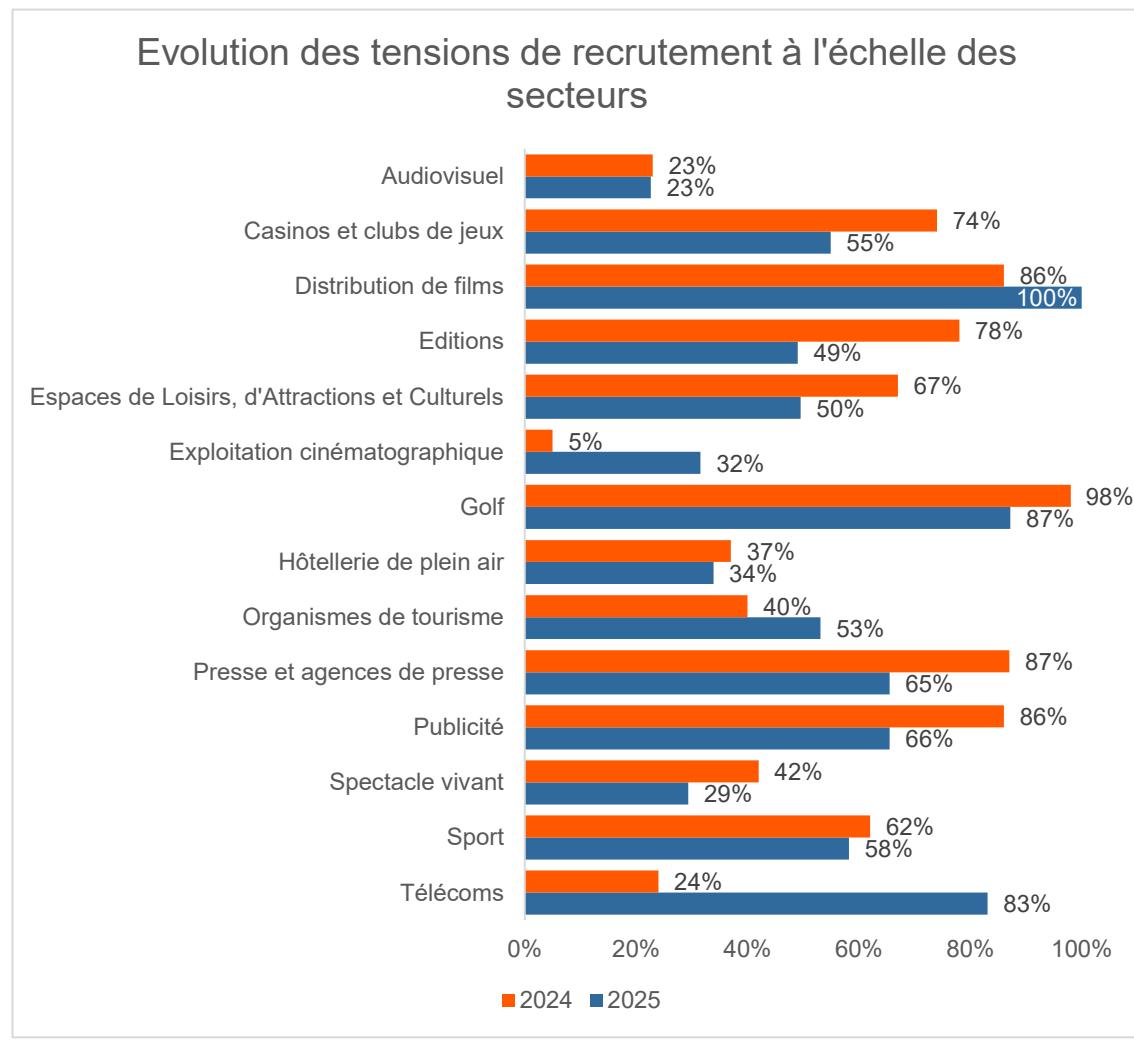
La difficulté de recrutement ne sont pas ressenties avec la même intensité en fonction des secteurs. Cinq secteurs sont caractérisés par un taux de difficulté de recrutement qui dépasse les 60 % :

- La Publicité (65,5 % des projets de recrutement anticipés devraient être difficiles à réaliser)
- La Presse et agences de presse (65,5 %)
- Les Télécommunications (83,1 %))
- Le Golf (87,2 %)
- La Distributions de films (100 %)

*Lecture : l'axe des abscisses fournit le nombre de recrutements anticipés par secteur et l'axe des ordonnées la part des recrutements considérés difficiles. Les répondants du secteur du Spectacle vivant anticipent de manière agrégée un peu moins de 10 000 recrutements dont environ 30 % devraient être difficiles à réaliser.*

*Seuls 4 projets de recrutements ont été identifiés pour la distribution de films au cours de l'enquête. Les chiffres doivent ainsi être interprétés avec prudence*

Une comparaison des retours collectés dans le cadre de l'enquête 2025 avec les résultats de l'année précédente donne à voir une grande stabilité des tensions de recrutements à l'échelle des secteurs :



Les tensions de recrutement diminuent dans 9 des 14 secteurs étudiés.

Globalement, les secteurs où les tensions étaient relativement élevées en 2024 le restent, tandis que ceux où elles étaient plus faibles demeurent moins concernés. Seul le secteur des **Télécommunications** fait exception. Alors qu'un quart des projets étaient jugés difficiles à réaliser en 2024, ils sont 83 % à l'être en 2025. Une hausse sensible peut également être observée pour le secteur de l'**Exploitation cinématographique** (+ 27 points).

Cette relative stabilité, observée également au niveau national et intersectoriel, peut être expliquée en raison de :

- **La nature des projets** : certains secteurs, notamment ceux liés aux Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels, l'hôtellerie de plein air et les organismes de tourisme aux loisirs combinent une forte proportion de besoins saisonniers ;
- **Des métiers rares ou spécialisés** : certains secteurs sont caractérisés par des métiers rares ou très spécialisés (par exemple, journaliste pigiste, technicien audiovisuel) où les candidatures sont souvent insuffisantes par rapport aux besoins des entreprises et structures.

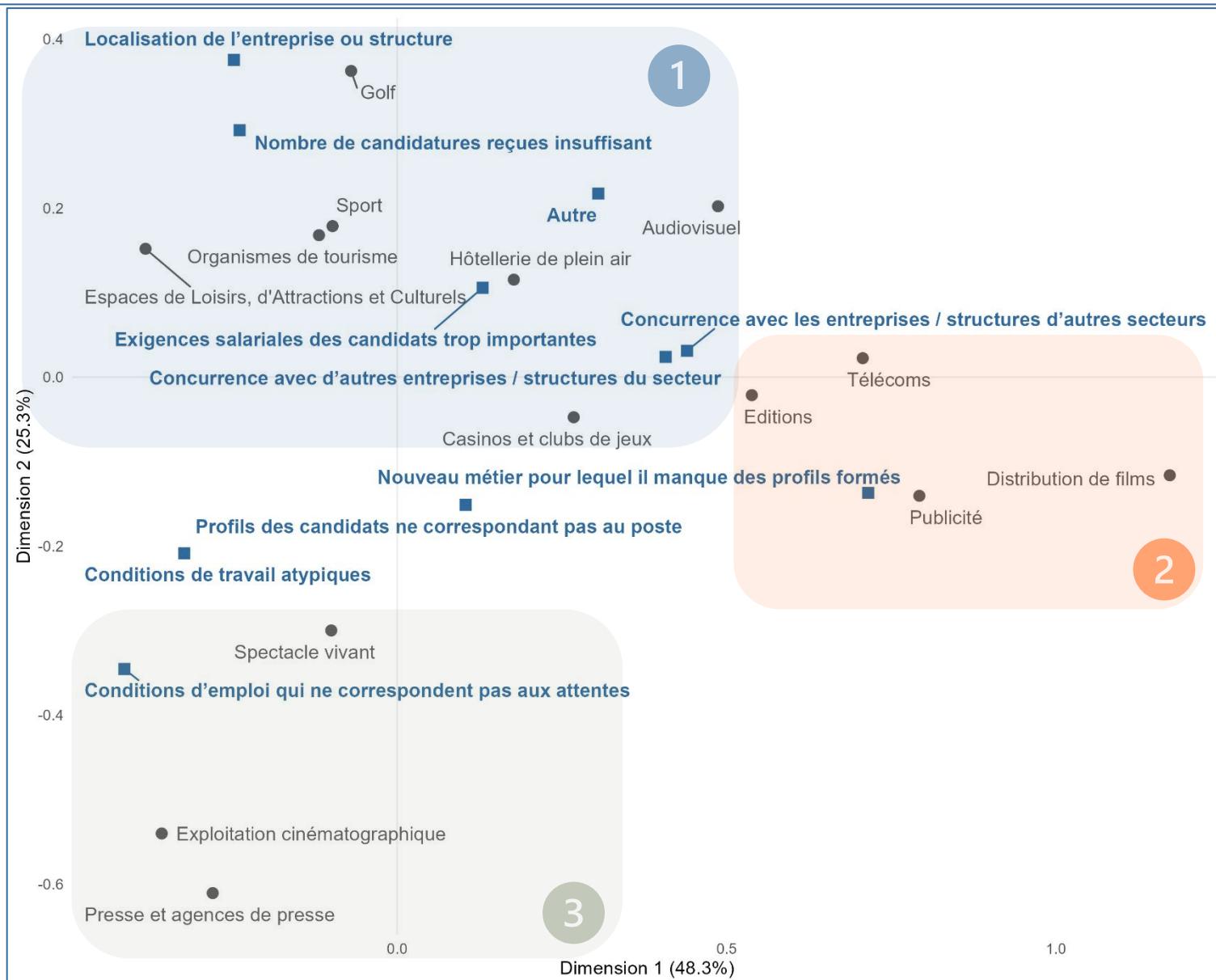
*Lecture : 74 % des projets de recrutements anticipés en 2024 par les répondants du secteur des Casinos et clubs de jeux devaient être difficiles à réaliser, contre 55 % des projets anticipés en 2025.*

Une analyse des correspondances complétée par une classification ascendante hiérarchique (CAH) permet d'identifier trois groupes de secteurs au regard des difficultés rencontrées pour réaliser les recrutements :

1. Les secteurs du **Golf**, du **Sport**, de l'**Hôtellerie de plein air**, de l'**Audiovisuel**, les **Casinos et clubs de jeux**, des **Organismes de tourisme** et des **Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels**. Les répondants de ces secteurs citent plus que la moyenne la difficulté « **Profils qui ne correspondent pas au poste** ». Au sein de ce groupe, les secteurs avec une part de recrutement de saisonniers importante (**Hôtellerie de plein air**, **Golf**, **Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels**, mais également le **Sport**) citent également plus que la moyenne **l'insuffisance du nombre de candidatures reçues**.
2. Les secteurs des **Editions**, des **Télécommunications**, de la **Publicité** et de la **Distribution de films**. Les répondants de ces secteurs citent plus que la moyenne le fait qu'ils cherchent à recruter des **métiers pour lesquels des profils formés manquent**.
3. Les secteurs qui **Spectacle vivant**, de l'**Exploitation cinématographique** et de la **Presse et des agences de presse**. Les répondants de ces secteurs associent plus que la moyenne les difficultés de recrutement à des **conditions de travail atypiques** ou à des **conditions d'emplois qui ne conviendraient pas aux prospects**.

**Lecture :** le schéma ci-dessous restitue les résultats d'une analyse des correspondances (dont nous présentons ici les deux premiers plans factoriels) portant sur les réponses enregistrées en fonction des secteurs à la question sur les raisons qui expliquent les difficultés de recrutement.

Afin d'identifier plus finement les groupes retrouvés au sein du jeu de données, une classification ascendante hiérarchique (CAH) a été réalisée.



## Des difficultés de recrutement qui touchent surtout les TPE et PME

	Pas du tout	Oui, plutôt difficile(s)	Oui, très difficile(s)	Part des recrutements difficiles
<b>Moins de 11 salariés</b>	59 %	33 %	8 %	<b>41 %</b>
<b>Moins de 50 salariés</b>	50 %	42 %	8 %	<b>50 %</b>
<b>Moins de 250 salariés</b>	66 %	24 %	10 %	<b>33 %</b>
<b>Plus de 250 salariés</b>	64 %	28 %	8 %	<b>36 %</b>
<b>Total</b>	<b>59 %</b>	<b>33 %</b>	<b>8 %</b>	<b>41 %</b>

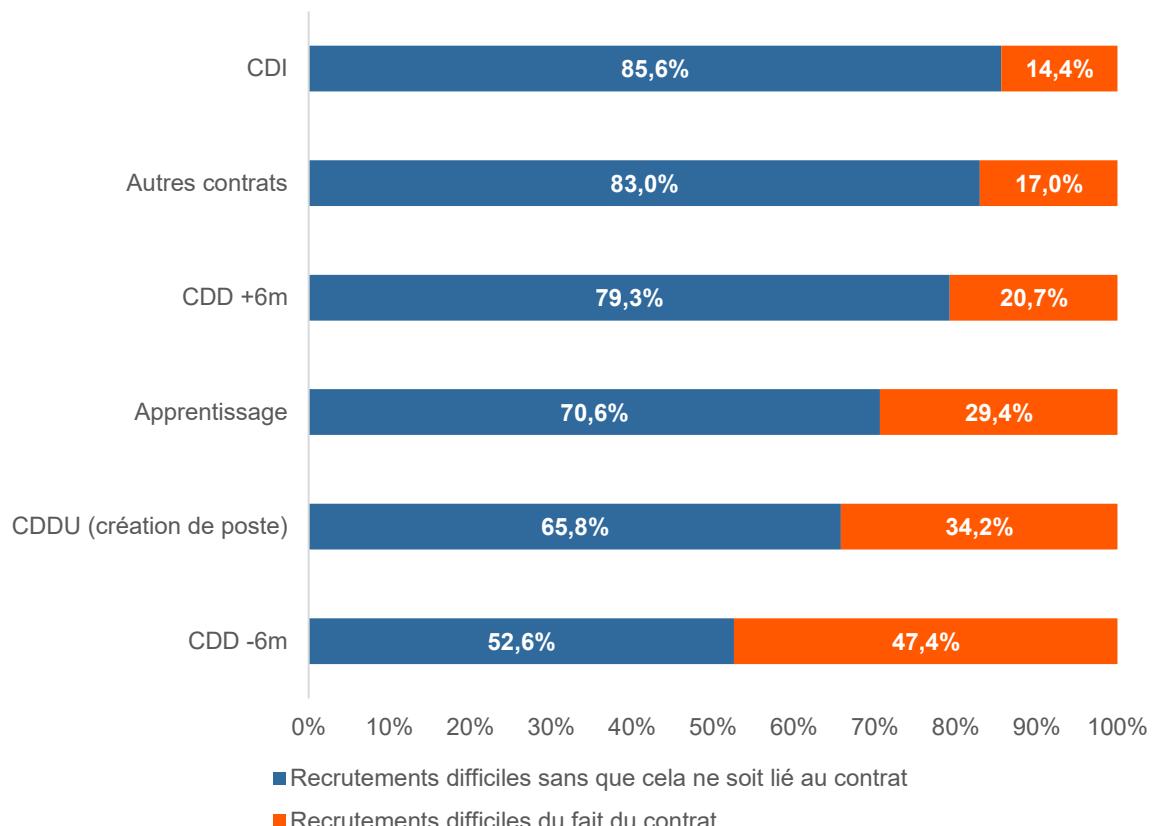
Les difficultés de recrutement varient selon la taille des entreprises, sans pour autant suivre une logique linéaire. **Les structures de moins de 50 salariés sont celles qui déclarent le plus de tensions** : la moitié de leurs recrutements (50 %) sont jugés difficiles, contre 44 % en 2024. Cette catégorie se distingue par une forte proportion de situations qualifiées de « plutôt difficiles », suggérant des obstacles récurrents.

À l'inverse, les entreprises de 50 à 249 salariés rencontrent le moins de difficultés : un tiers de leurs recrutements (33 %) sont jugés complexes, un niveau proche de celui observé lors de l'édition précédente (30 %). Ainsi, 64 % de ces entreprises déclarent que leurs recrutements ne sont pas du tout difficiles, contre 71 % l'année passée.

Les très petites entreprises (moins de 11 salariés) se situent à un niveau proche de la moyenne, avec 41 % de recrutements difficiles, soit une baisse de 10 points par rapport à l'édition précédente (51 %). Les entreprises de plus de 250 salariés restent légèrement en dessous, à 36 %, un taux similaire à celui de l'an dernier.

Ces deux catégories apparaissent ainsi exposées à des difficultés globalement comparables d'une année sur l'autre, mais selon des dynamiques différentes : une amélioration pour les plus petites structures et une situation stable pour les plus grandes.

## Part des projets de recrutement dont la difficulté est liée au moins en partie au contrat proposé



N = 13 672 projets de recrutement difficiles

**Le type de contrat proposé est jugé comme un facteur expliquant au moins en partie les difficultés de recrutements dans près d'un quart (24,4 %) des projets de recrutement jugés difficiles, soit une proportion identique à celle observée l'année passée.**

Comme l'année précédente, les CDD, notamment de moins de 6 mois, concentrent les difficultés de recrutement. Dans la majorité des cas, il s'agit de **recrutements saisonniers** et il est probable que ces difficultés soient davantage liées au manque de candidats qu'au contrat de travail proposé.

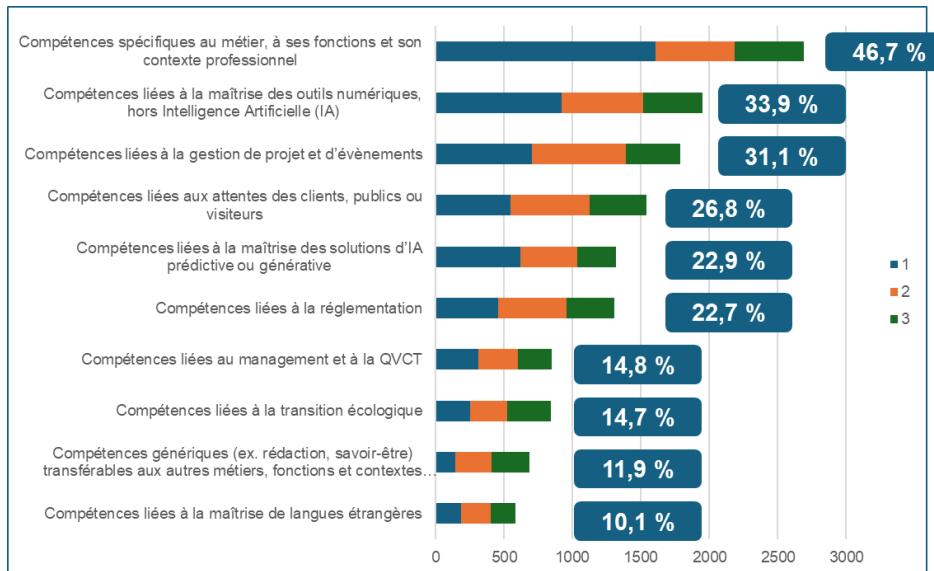
Les secteurs les plus concernés par les difficultés liées aux formats des contrats de travail sont :

- La Distribution de films (50 % des recrutements difficiles le sont au moins en partie du fait du contrat)
- Les Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels (48,7 %)
- Les Editions (42 %)
- L'Exploitation cinématographique (39,9 %)
- Le Spectacle vivant (37,6 %)

*Lecture : pour 14,4 % des projets de recrutement en CDI considérés difficiles, le fait que le contrat proposé soit un CDI est une des raisons expliquant les difficultés anticipées.*

### 3. Les facteurs de transformation des activités et des compétences

#### Les entreprises répondantes cherchent en priorité à renforcer les compétences techniques « cœur de métiers »



N = 5 752 contributions. 2 994 contributeurs, soit 34,7 % des répondants à cette question, indiquent ne pas avoir de projet de renforcement des compétences de leurs équipes.

Lecture : les compétences spécifiques métiers sont des compétences à renforcer pour 46,7 % des répondants. La barre bleue indique le nombre de personnes ayant classé cette compétence en première position parmi celles à renforcer le plus au sein de leurs équipes, la barre orange en seconde position et la barre verte en troisième.

Si la part des entreprises et structures recruteuses diminue, les contributions à l'enquête permettent de montrer que les employeurs continuent à exprimer des besoins sur le renforcement de leurs équipes. Ainsi, **65 % des répondants déclarent souhaiter renforcer les compétences des équipes en postes**, par la formation ou le recrutement – soit 2 points de plus par rapport à l'édition précédente.

Les compétences spécifiques métiers continuent à être les compétences les plus recherchées par les employeurs. Leur important décroit néanmoins sensiblement au cours de cette édition par rapport à l'année précédente, passant de 60 % à 46,8 %.

Les besoins forts en matière de compétences spécifiques métiers et en lien avec le numérique sont également observés dans le cadre de l'étude prospective Emploi-Compétences en Normandie où 53 % des répondants indiquent que les besoins en compétences se concentrent avant tout sur les techniques directement liées au cœur de métier. Le même pourcentage est également attribué aux compétences relevant du « numérique, informatique, digital et intelligence artificielle »<sup>5</sup>.

<sup>5</sup> « Etude prospective Emploi Compétences en région Normandie », Afdas, septembre 2025

L'édition 2025 est marquée par une recherche accrue des compétences numériques par les répondants :

- La maîtrise des outils numériques, hors IA, est mentionnée par 33,9 % des répondants, contre 22 % l'année précédente. Il s'agit, cette année, de la seconde catégorie la plus citée par les répondants.
- La recherche de compétences en lien avec la maîtrise de l'IA progresse également : près du quart des répondants indiquent souhaiter renforcer les compétences de leurs équipes sur ces dimensions contre 12 % l'année précédente.

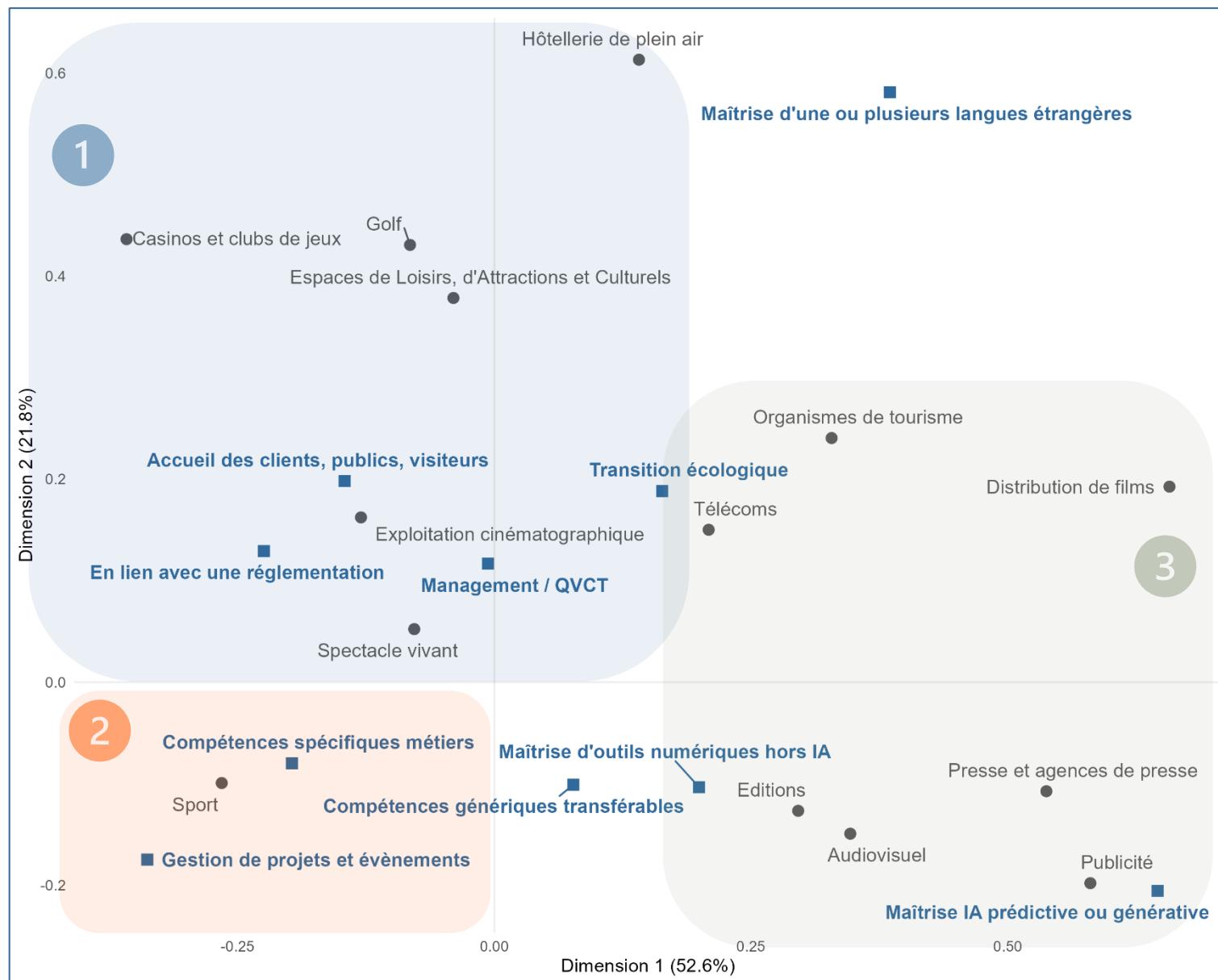
L'analyse des correspondances permet de mettre en avant 3 grands groupes de secteurs au regard des compétences recherchées par leurs répondants :

1. Des secteurs dont les répondants recherchent plus que la moyenne des **compétences liées aux attentes des publics, clients ou visiteurs**. Ce groupe réunit les **Casinos et clubs de jeux, Golf, Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels, l'Hôtellerie de plein air, l'Exploitation cinématographique et le Spectacle vivant**.
2. Un secteur qui se démarque par une recherche plus importante que la moyenne de **compétences techniques spécifiques aux métiers** : le **Sport**. Ainsi, 55,8 % des répondants du secteur indiquent rechercher ce type de compétences, contre, en moyenne, 40 % pour les autres secteurs. Les répondants du secteur recherchent également plus que la moyenne des compétences en lien avec la gestion d'événements et de projets (41,3 % des répondants contre en moyenne 27 % pour les autres secteurs).
3. Des secteurs qui se caractérisent par une recherche importante de compétences en lien avec la **maîtrise des outils numériques**, qu'il s'agisse de solutions d'IA ou non : les **Télécommunications, les Organismes de tourisme, la Distribution de films, les Editions, l'Audiovisuel, la Presse et agences de presse et la Publicité**.

L'item « Transition écologique » est plutôt mal projeté sur les deux premiers plans factoriels de l'analyse des correspondances. Les répondants de quatre secteurs expriment rechercher des compétences sur cette dimension :

- La **Distribution de films** : 33 % des répondants qui ont pour projets de développer les compétences de leurs équipes déclarent rechercher des compétences dans ce domaine.
- Le **Spectacle vivant** (27,7 % des répondants)
- L'**Exploitation cinématographique** (27,4 % des répondants)
- Le **Golf** (20 % des répondants).

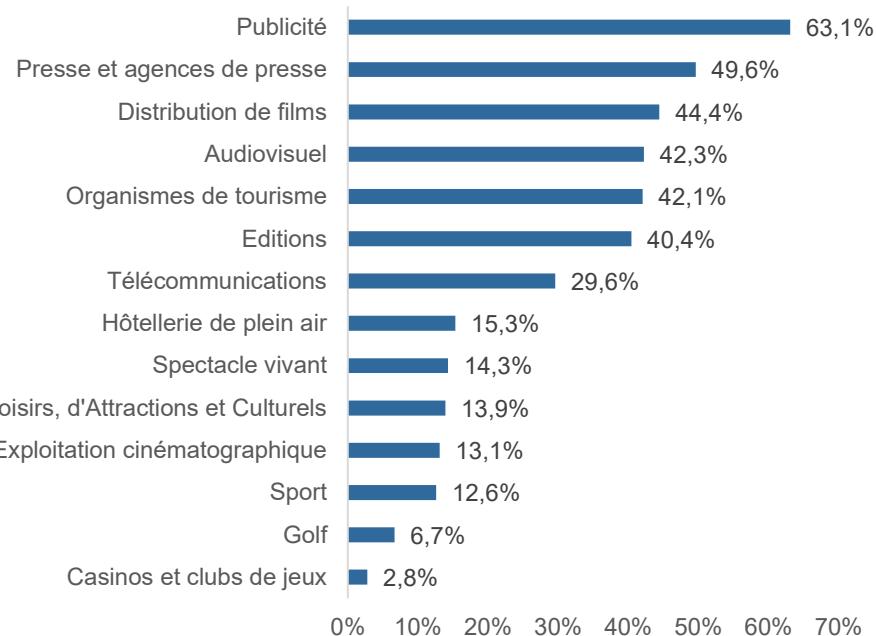
Lecture : le schéma ci-dessous restitue les résultats d'une analyse des correspondances (dont nous présentons les deux premiers plans factoriels) portant sur les réponses enregistrées en fonction des secteurs à la question des compétences à renforcer au sein des équipes.





## La maîtrise des outils d'Intelligence artificielle : une préoccupation croissante mais inégalement distribuée entre les secteurs

Part des répondants qui déclarent développer les compétences en lien avec l'IA, parmi les répondants qui déclarent avoir besoin de développer les compétences de leurs équipes



N = 5 752 contributions.

L'augmentation de la recherche de compétences en lien avec la maîtrise des outils d'IA est un des principaux constats de l'enquête BMC 2025. Si l'expression de ce besoin augmente de manière sensible au niveau intersectoriel, une analyse plus fine des réponses montre **que celui-ci n'est pas également distribué**. Les répondants de 7 secteurs sont ainsi particulièrement concernés par cette recherche : la Publicité (de loin le secteur le plus concerné)<sup>6</sup>, la Presse et agences de presse, la Distribution de films, l'Audiovisuel, les Organismes de tourisme, les Editions, et dans une moindre mesure les Télécommunications.

Cette « prise de conscience » du potentiel de l'IA est documentée au sein d'autres travaux conduits à l'échelle de l'Afdas, notamment l'étude prospective Emploi Compétences en région Normandie<sup>7</sup>, qui constate néanmoins un usage, à ce stade, relativement limité des outils. L'étude interroge par ailleurs les perceptions des salariés (non enquêtés dans le cadre de BMC) qui identifient des avantages de l'IA dans les fonctions en lien avec les publics (100 % des répondants du secteur du Tourisme mentionnent ce besoin, ce qui peut expliquer la position des répondants du secteur des Organismes de tourisme) et dans les activités de création (rédaction, production des images).

<sup>6</sup> Ces transformations sont particulièrement suivies, à l'échelle des métiers, au sein du référentiel des métiers actualisé de la branche, publié en 2025. La rubrique « Tendances d'évolution » des fiches-métiers renseigne les métiers les plus impactés par les outils d'intelligence artificielle, qu'elle soit au service, par exemple, de l'analyse de données ou de la création graphique. Le référentiel des métiers de la branche est consultable à cette adresse : <https://metiers-publicite.afdas.com/>

<sup>7</sup> Afdas, DREETS Normandie, « Etude prospective Emploi Compétences en région Normandie », Septembre 2025

Les effets de l'IA sur les activités créatives questionnent de manière sensible certains secteurs de l'Afdas. L'année 2025 a été marquée par la publication de plusieurs travaux visant à établir les effets de ces solutions sur plusieurs métiers, notamment celui de comédien de doublage<sup>8</sup>, storyboarder<sup>9</sup> et journaliste audiovisuel<sup>10</sup>.

Ces trois travaux montrent que l'IA n'a pas encore conduit à une disparition nette des emplois à ce stade (pour les métiers étudiés) mais qu'elle transforme certaines tâches. Pour autant, l'amélioration des techniques pourraient fragiliser certains emplois. Ainsi, le clonage vocal, la traduction et synchronisation automatique pourraient permettre le doublage intégral par IA et présentent ainsi un risque pour le métier de doubleur.

A ce stade, l'IA est surtout perçue comme un outil d'assistance, allégeant les tâches techniques et répétitives mais pas encore capable de remplacer les dimensions créatives, narratives ou interprétatives des métiers. Le déploiement des outils d'IA appelle à développer de nouvelles compétences : outre la maîtrise des outils en tant que tels (d'IA générative ou d'autres solutions), la vérification des sources utilisées, du format des productions remises<sup>11</sup>, etc.

À moyen terme, certaines applications (clonage vocal, génération d'images ou automatisation de contenus) pourraient baisser la demande de travail humain, surtout sur des segments moins exigeants artistiquement ou techniquement.

Par ailleurs, le déploiement des solutions d'IA et l'utilisation des données à des fin d'entraînement sont des sujets de débats et enjeux éthiques qui pourraient donner lieu à des régulations.

---

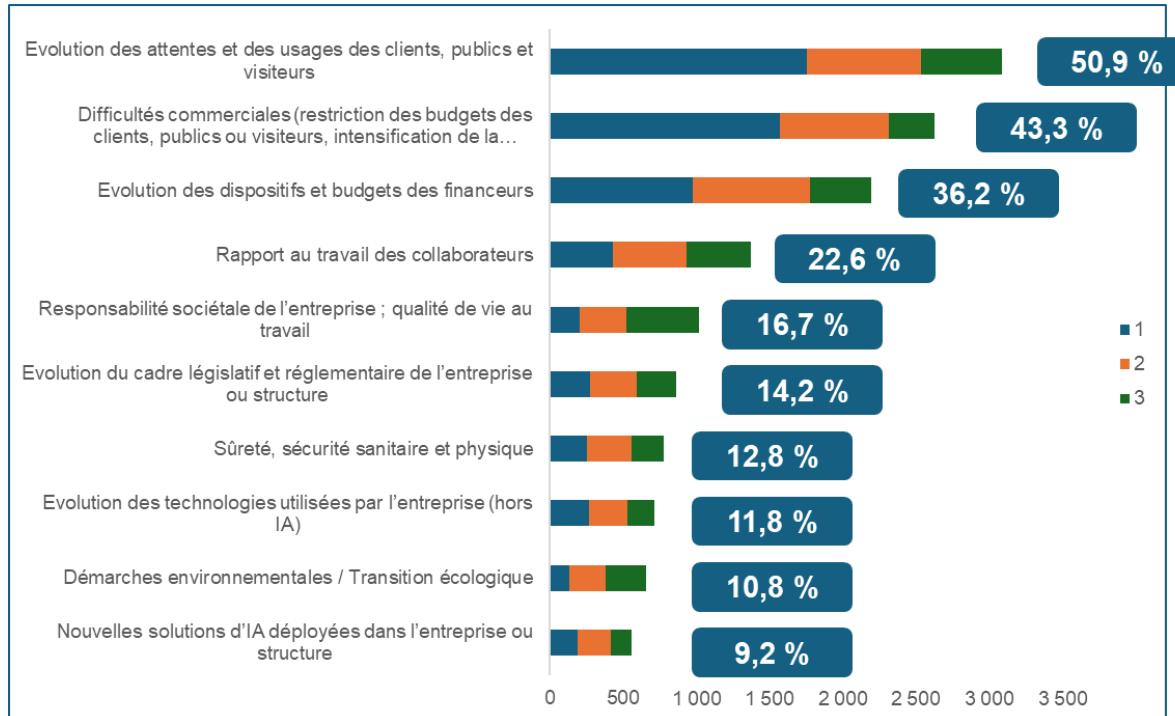
<sup>8</sup> Observatoire des métiers de la culture et des médias à l'heure de l'IA, « Note de conjoncture sur l'emploi et le travail des comédiens de doublage », octobre 2025

<sup>9</sup> Observatoire des métiers de la culture et des médias à l'heure de l'IA, « Note de conjoncture sur l'emploi et le travail des storyboarders », mai 2025

<sup>10</sup> Observatoire des métiers de l'audiovisuel, Afdas, « Métiers du journalisme audiovisuel et IA/IA générative : état des lieux et projections », avril 2025

<sup>11</sup> Ces derniers points sont particulièrement sensibles pour le métier de journaliste audiovisuel.

## Les facteurs de transformation se diversifient



71 % des répondants déclarent que leur activité est affectée par au moins un facteur de mutation.

Comme l'année passée, l'évolution des attentes et des usages des clients, publics et visiteurs demeure le facteur ayant le plus d'impact sur l'activité des répondants et sur leurs besoins en compétences. Cités par 50,9 % des répondants cette année contre 57 % l'an dernier, il est le facteur le plus mentionné dans 6 des quatorze secteurs étudiés.

*N = 6 067 contributions. 2 414 contributeurs, soit 30,1 % des répondants à cette question, indiquent que leur activité n'est pas affectée par un facteur de mutation.*

*2 994 contributeurs, soit 34,7 % des répondants à cette question, indiquent ne pas avoir de projet de renforcement des compétences de leurs équipes.*

*Lecture : la sûreté, sécurité sanitaire et physique est un facteur cité par 12,8 % des répondants. La barre bleue indique le nombre de personnes ayant classé ce facteur en première position parmi ceux qui les affectent le plus, la barre orange en seconde position et la barre verte en troisième.*

L'année 2025 est marquée par une prise d'importance des autres facteurs :

- En lien avec le contexte national, les facteurs économiques progressent de manière sensible par rapport à l'année passée :
  - Les difficultés commerciales (restriction des budgets des clients, intensification de la concurrence, etc.) sont désormais citées par 43,3 % des répondants contre 27 % l'an dernier
  - L'évolution des dispositifs et budgets des financeurs augmente également, passant de 19 % à 36 %.
- Deux autres facteurs connaissent une augmentation sensible :
  - La qualité de vie au travail (QVCT) augmente de 10 points. Elle est ainsi citée par 16,7 % des répondants en 2025 contre 7 % l'année précédente
  - Les évolutions du cadre législatif et réglementaire augmentent de 5 points, cité par 14 % des répondants contre 9 % l'an passé

Les réponses à l'enquête font apparaître un intérêt croissant pour les outils d'intelligence artificielle, qui se traduit par l'identification d'un besoin émergent de formation sur ces sujets. Toutefois, l'introduction effective de nouveaux outils d'IA au sein des organisations demeure limitée : seuls 9,2 % des répondants déclarent avoir engagé de telles démarches.

Ce faible niveau de déclaration suggère que l'IA reste encore à un stade précoce d'appropriation dans les organisations. Les usages observés relèvent davantage de démarches individuelles, souvent exploratoires ou expérimentales, portées par des initiatives personnelles plutôt que par des stratégies clairement définies. À ce stade, on ne constate pas encore de déploiements structurés ou systémiques à l'échelle des entreprises, ni d'intégration formalisée de l'IA dans les processus métiers ou les plans de formation.

Comme les éditions précédentes, la transition écologique n'est citée que par 10,8 % des répondants, principalement des grosses structures. En 2025, plusieurs travaux ont été conduits afin d'anticiper les effets de la transition écologique sur certains secteurs ou métiers, notamment :

- Une étude sur le métier de coordinateur d'écoproduction (secteur audiovisuel), métier émergent visant à intégrer la transition écologique dans les productions audiovisuelles et cinématographiques et de réduire ainsi leur impact environnemental. Jusqu'à présent, les missions environnementales sont souvent exercées de façon informelle ou partielle par des personnes cumulant plusieurs fonctions, sans statut clair ni reconnaissance formelle. Les perspectives à moyen terme montrent une croissance de demande de compétences spécifiques et d'une professionnalisation accrue, notamment par la création d'une certification<sup>12</sup>.
- Une étude sur les effets de la transition écologique sur les métiers, compétences et pratiques au sein du sport associatif<sup>13</sup>. Les travaux montrent que contrairement à certains secteurs industriels ou à l'audiovisuel, le sport associatif ne verra pas l'apparition massive de

---

<sup>12</sup> Observatoire des métiers de l'audiovisuel, « Etude d'opportunité pour la création d'une certification métier de coordinateur.rice d'écoproduction », octobre 2025

<sup>13</sup> Afdas, UDES, Ministère du Travail, de la Santé, des Solidarités et des Familles, « Les impacts de la transition écologique sur les métiers et compétences de la branche du sport au sein de l'économie sociale et solidaire, octobre 2025

nouveaux métiers « transition écologique » ; ce sont surtout les métiers existants qui doivent évoluer. Les travaux identifient 4 grands types de compétences à développer, notamment pour les métiers d'éducateurs sportifs et responsables d'activités :

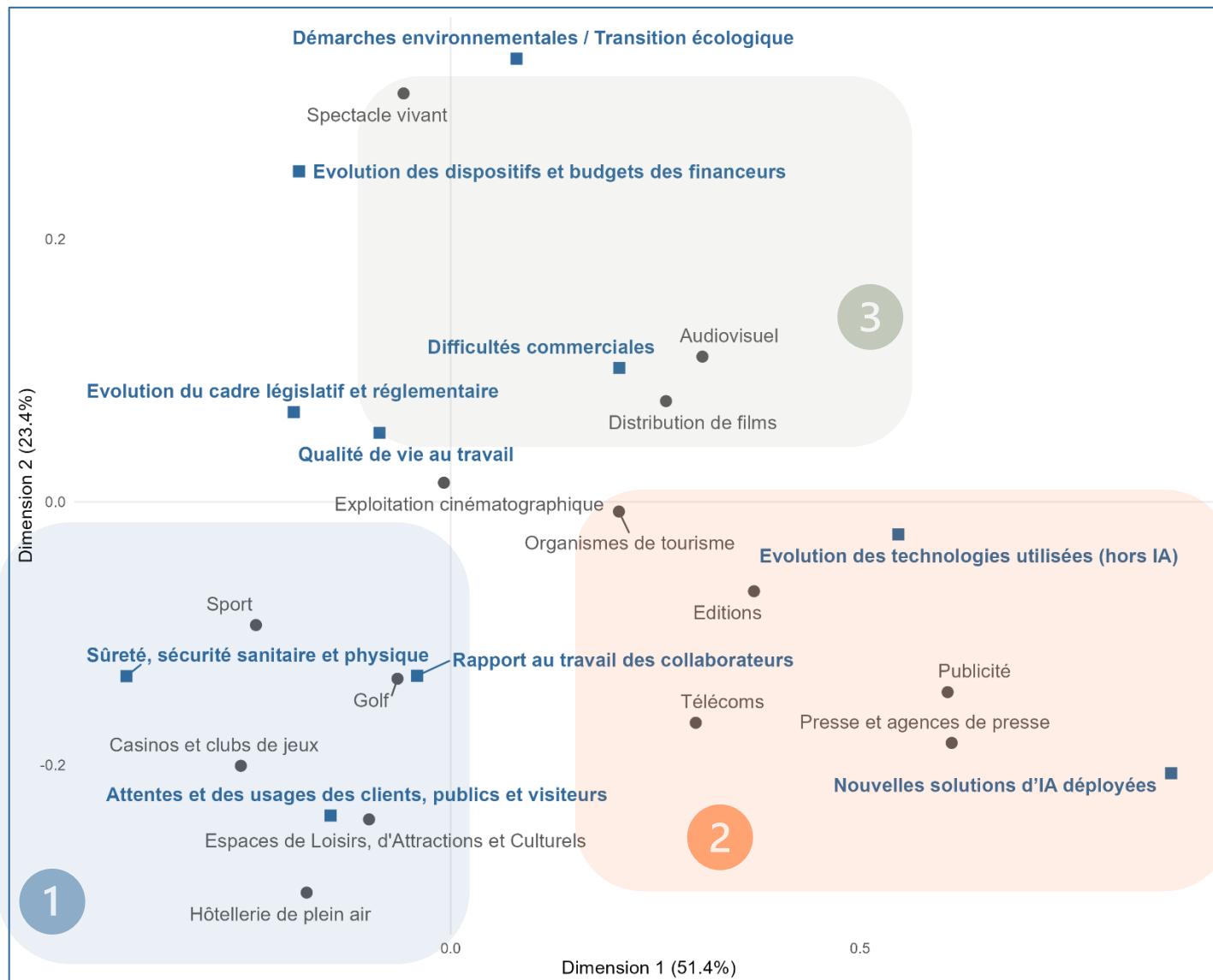
- Des compétences techniques et organisationnelles (gestion durable des matériels, évaluation de l'impact carbone, etc.)
- Des compétences transversales (communication, pédagogie, etc.)
- Des compétences comportementales (relation aux publics, gestion du changement, etc.)
- Des compétences stratégiques (intégration de l'écologie dans la planification globale des structures).

L'analyse en fonction des secteurs permet d'identifier quatre groupes :

1. Des secteurs plus affectés que la moyenne par les nouvelles **attentes et usages des clients, publics, visiteurs**, par les sujets liés à la **sûreté et la sécurité sanitaire et physique** et par les **évolutions du rapport au travail des collaborateurs**. Le groupe comprend le **Sport, les Casinos et clubs de jeux, le Golf, les Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels et l'Hôtellerie de plein air**.
2. Des secteurs dont les répondants déclarent être davantage impactés par les évolutions des technologies utilisées et par les nouvelles solutions d'IA : les **organismes de tourisme, les Editions, les Télécommunications, la Publicité, la Presse et agences de presse**. Ces secteurs correspondent par ailleurs
3. Des secteurs plus touchés par la moyenne par les **difficultés commerciales et les évolutions des dispositifs et budgets des financeurs** : le **Spectacle vivant, l'Audiovisuel et la Distribution de films**. Les répondants de ces deux derniers secteurs déclarent par ailleurs également être fortement touchés par **les évolutions technologiques** et les **nouvelles solutions d'IA**.
4. Un secteur dont les répondants se déclarent touchés plus que la moyenne par les **évolutions des dispositifs et budgets des financeurs** et par les **démarches environnementales** : le **Spectacle vivant**.

Les répondants du secteur de **l'Exploitation cinématographique** sont proches du profil moyen.

**Lecture :** le schéma ci-dessous restitue les résultats d'une analyse des correspondances (dont nous présentons ici les deux premiers plans factoriels) portant sur les réponses enregistrées en fonction des secteurs à la question sur les facteurs d'évolution qui impactent l'activité des entreprises et structures.



## 4. Annexes

### Annexe 1 – Statut de l'enquête

Pour cette présente édition, la démarche de l'enquête BMC a été initiée en juin 2025. La diffusion de l'enquête a été assurée en septembre et octobre 2025. **L'enquête a permis de mobiliser 8 876 entreprises et structures adhérentes distinctes pour un total de 9 380 réponses.** L'édition 2025 de l'enquête BMC, troisième année de diffusion de l'enquête, est ainsi marquée par une augmentation sensible du nombre de contributions : l'édition 2023 s'appuyait sur 2 715 contributions exploitables et l'édition 2024 sur 4 111 contributions.

Le présent document constitue le rapport d'analyse intersectoriel de l'enquête BMC 2025. Il détaille :

- Le profil des répondants à l'enquête diffusée en septembre 2025 ;
- Les besoins en matière de recrutement recensés ;
- Les facteurs de transformation des activités et des compétences identifiés.

Les données collectées au cours de l'enquête alimentent également un tableau de bord interactif.

## **Annexe 2 – Précision méthodologique : Convention collective des entreprises au service de la création et de l'événement (IDCC 3252)**

La nouvelle Convention Collective Nationale (CCN) des entreprises au service de la création et de l'événement a été étendu le 13 mars 2025.

Son code identifiant est le 3252.

Le champ d'application de la CCN préalablement existante IDCC 2717 est élargi et regroupe désormais :

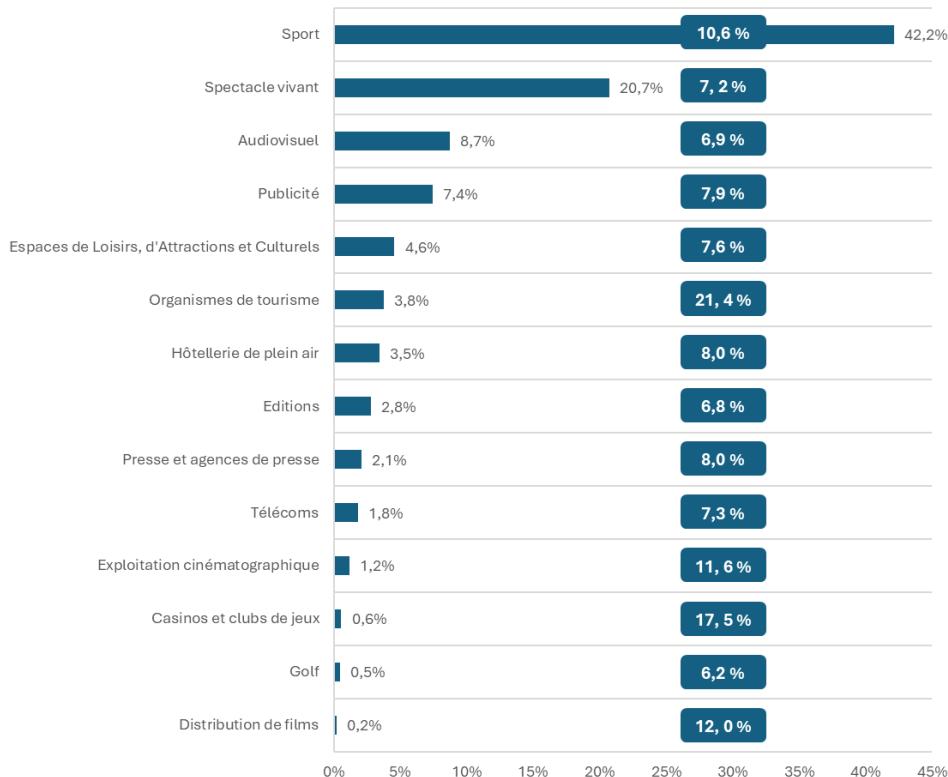
- Dans l'audiovisuel, les entreprises de la prestation image et son au service de la création
- Dans le spectacle vivant, les prestataires techniques au service de la création et de l'événement
- Les festivals de film
- Les Chapiteaux, Tentes et Structures (CTS)
- Les activités d'agences de mannequins
- Les agences évènementielles

Cela représente environ 2 000 entreprises pour 50 000 salariés (selon les organisations patronales). L'Afdas est l'Opclo de cette branche. Certaines entreprises étaient déjà adhérentes à l'Afdas, d'autres (précédemment adhérentes d'Atlas ou d'Unification, principalement) ont rejoint l'Afdas en 2025.

## Annexe 3 – Profil des répondants

### Une hausse du nombre de contributions observée pour tous les secteurs

Répartition des répondants en fonction des secteurs (N = 8 875, en %)



10,6 %

Ratio répondants enquête BMC / ensemble des adhérents au sein du secteur

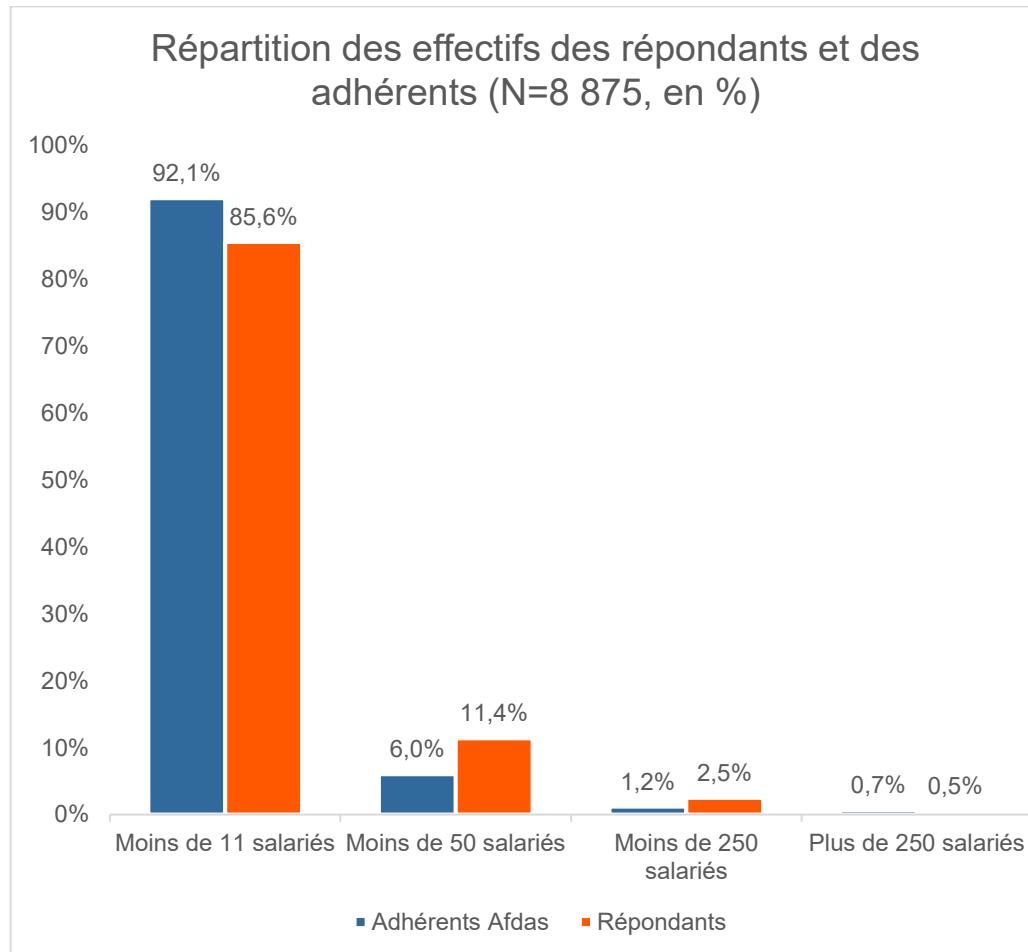
**L'édition 2025 de l'enquête BMC est marquée par une forte augmentation du nombre de contributions.** Cette tendance haussière est observée pour l'ensemble des secteurs du périmètre Afdas.

Au total, le questionnaire bénéficie des contributions de 8,7 % des entreprises et structures adhérentes de l'Afdas (contre 3,8 % en 2024 et 2,7% en 2023).

Comme lors des deux premières éditions, les secteurs du sport et du spectacle vivant rassemblent la majorité des contributions. Environ une entreprise ou structure répondante sur deux (42 %) relève du secteur du sport et une entreprise/structure répondante sur cinq (21 %) appartient au secteur du spectacle vivant. Ces deux secteurs représentent ainsi près des deux tiers des répondants.

*Lecture : Lecture : 42,2 % des entreprises et structures qui ont répondu à l'enquête BMC en 2025 appartiennent au secteur du sport. Cela représente 10,6 % des entreprises et structures adhérentes à l'Afdas de ce secteur*

## Une hausse du nombre de contributions observée pour tous les secteurs



Comme l'année passée, les établissements où sont employés moins de 11 salariés sont la tranche d'effectif la plus présente parmi notre population représentant 86 % des répondants.

Dans le même temps, les données de gestion de l'Afdas indiquent que 92 % des établissements adhérents comptent moins de 11 salariés. L'écart de 6 points est statistiquement significatif. Les entreprises et structures de cette tranche d'effectifs sont ainsi sous-représentées parmi les répondants par rapport à leur poids parmi l'ensemble des adhérents<sup>14</sup>.

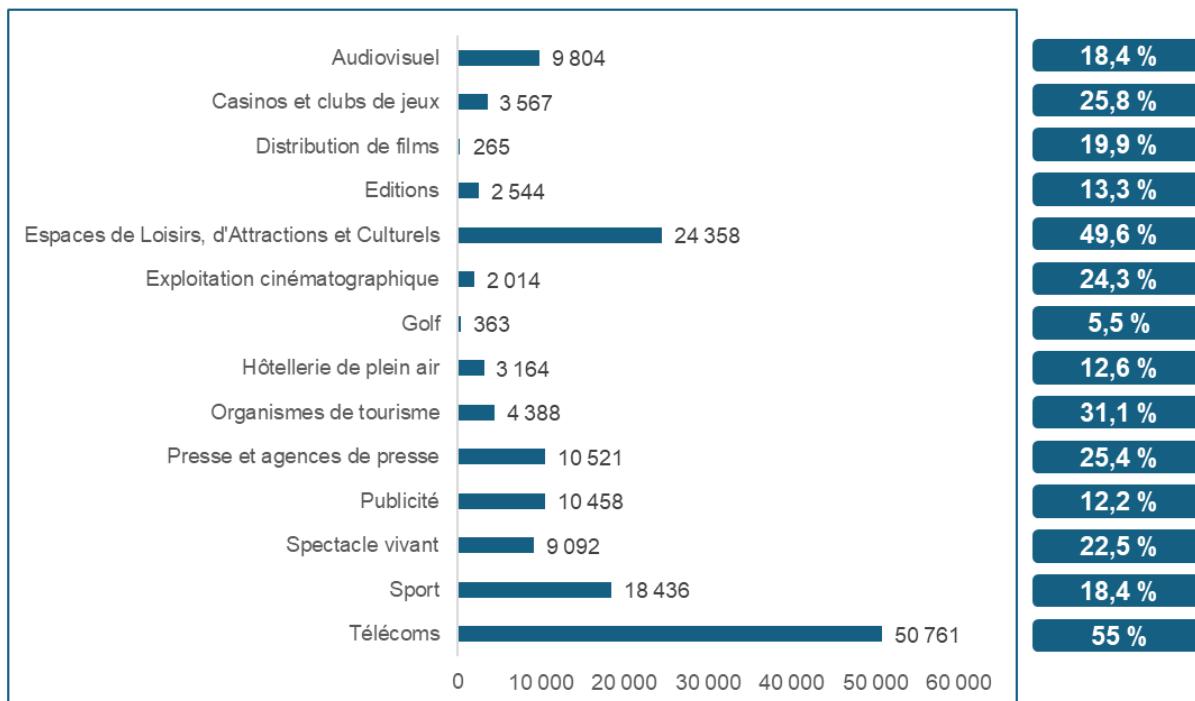
Inversement, les établissements qui emploient entre 11 et 49 salariés représentent 11 % des répondants et sont sur-représentés parmi les répondants (6 % des établissements adhérents de l'Afdas sont dans cette tranche d'effectifs).

Lecture : 92,1 % des établissements adhérents de l'Afdas emploient moins de 11 salariés. Ces établissements représentent 85,6 % des répondants à l'enquête BMC 2025.

<sup>14</sup> Comme lors de la précédente édition, nous faisons l'hypothèse que cette légère sous-représentation est liée au fait que les entreprises de plus petites tailles réalisent des recrutements moins fréquemment et sont moins capables de réaliser une projection de leurs besoins. Ainsi, ces répondants se sentent moins à même de répondre à une enquête sur les besoins de recrutement à venir.

## Des répondants qui représentent 150 000 salariés

### Les effectifs des répondants, par secteur (ETP annuel moyen, hors IDS)



Lecture : les contributeurs du secteur de l'audiovisuel emploient 9 804 salariés au total.

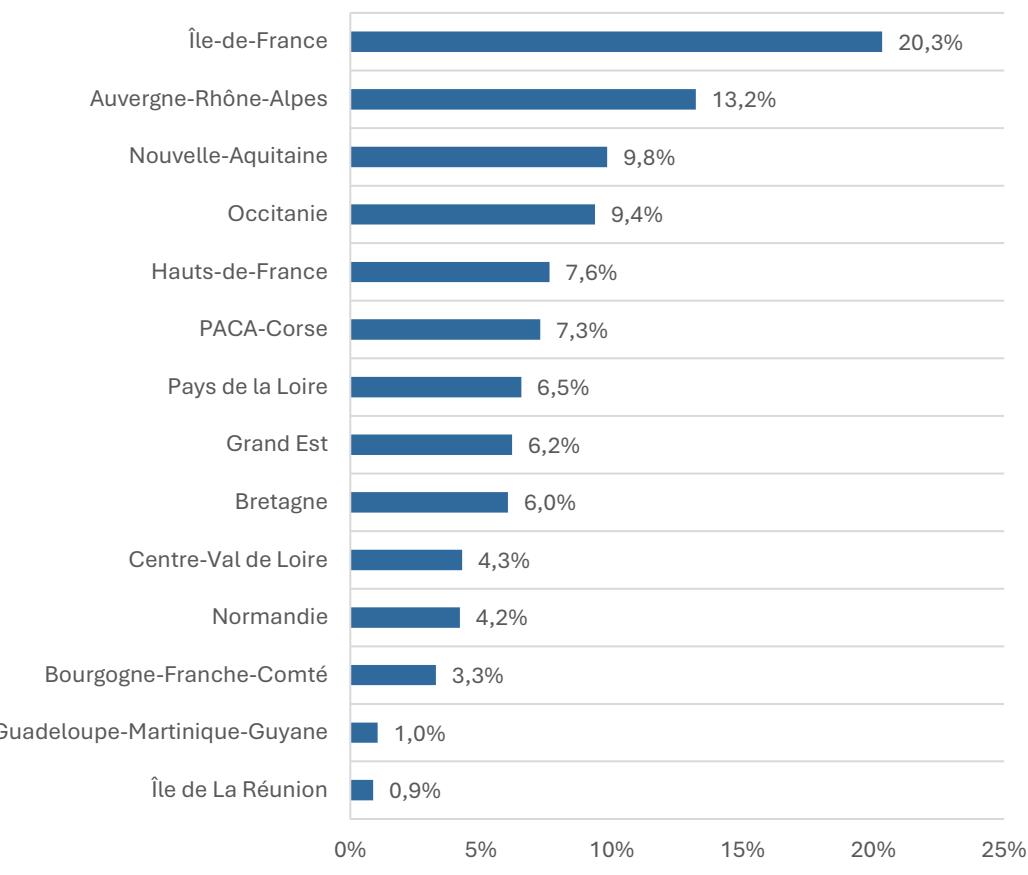
Collectivement, ils emploient 18,4 % des salariés du secteur.

Les répondants à l'enquête BMC 2025 emploient (ETP moyen annuel hors IDS) 149 735 salariés.

**Ensemble, ils regroupent plus d'1 salariée sur 4 (27 %) travaillant au sein d'une structure adhérente à l'Afdas.**

## Un répondant sur cinq est implanté en Île-de-France

Répartition des établissements en fonction de la région d'implantation (N=8 875, en %)



Une entreprise ou structure répondante sur cinq (20,3 %) est implantée en Île-de-France suivie par l'Auvergne-Rhône-Alpes (13,2 %) et la Nouvelle-Aquitaine (9,8 %). Ensemble, ces trois régions concentrent près de la moitié des répondants.

La répartition des répondants de l'édition 2025 en fonction de leur région d'implantation n'est que marginalement modifiée par rapport à la répartition observée lors des éditions 2023 et 2024.

Les régions d'implantation n'informent que sur la localisation de l'établissement mais ne correspondent pas nécessairement au lieu où seront réalisés les recrutements.

## Annexe 4 – Références bibliographiques

- Afdas, la branche professionnelle du Golf, « Etude d’opportunité pour la création d’une certification « Jardinier de golf », juin 2025
- France Travail, « Besoins en main-d’œuvre 2025 : les tendances du marché du travail par secteur », 2025
- Afdas, DREETS Normandie, « Etude prospective Emploi Compétences en région Normandie », Septembre 2025
- Dares, « Les emplois vacants », décembre 2025
- Observatoire Pix des compétences numériques, « Les compétences numériques des personnes en emploi », 2025
- Afdas, Audiens, CNC, « Note de conjoncture sur l’emploi et le travail des comédiens de doublage », octobre 2025
- Référentiel des métiers de la branche de la Publicité [en ligne] : <https://metiers-publicite.afdas.com/>
- Observatoire des métiers de la culture et des médias à l’heure de l’IA, « Note de conjoncture sur l’emploi et le travail des storyboarders », mai 2025
- Observatoire des métiers de l’audiovisuel, Afdas, « Métiers du journalisme audiovisuel et IA/IA générative : état des lieux et projections », avril 2025
- Observatoire des métiers de l’audiovisuel, « Etude d’opportunité pour la création d’une certification métier de coordinateur.rice d’écoproduction », octobre 2025
- Observatoire des métiers de l’audiovisuel, « Etude d’opportunité pour la création d’une certification métier de coordinateur.rice d’écoproduction », octobre 2025
- Afdas, UDES, Ministère du Travail, de la Santé, des Solidarités et des Familles, « Les impacts de la transition écologique sur les métiers et compétences de la branche du sport au sein de l’économie sociale et solidaire, octobre 2025