



**OBSERVATOIRE des MÉTIERS**  
de l'alimentation en détail

# ETUDE ATTRACTIVITÉ DES MÉTIERS FIDÉLISATION DES SALARIÉS

COMMENCER





# MENU

1 - Présentation de l'étude

2 - Leviers d'attractivité

3 - Facteurs de fidélisation

4 - Plan d'actions



← Menu



Grâce au menu, vous pourrez naviguer rapidement entre les différentes parties.

Partie 1

# Présentation de l'étude

🔍 Les branches

🌐 Le contexte

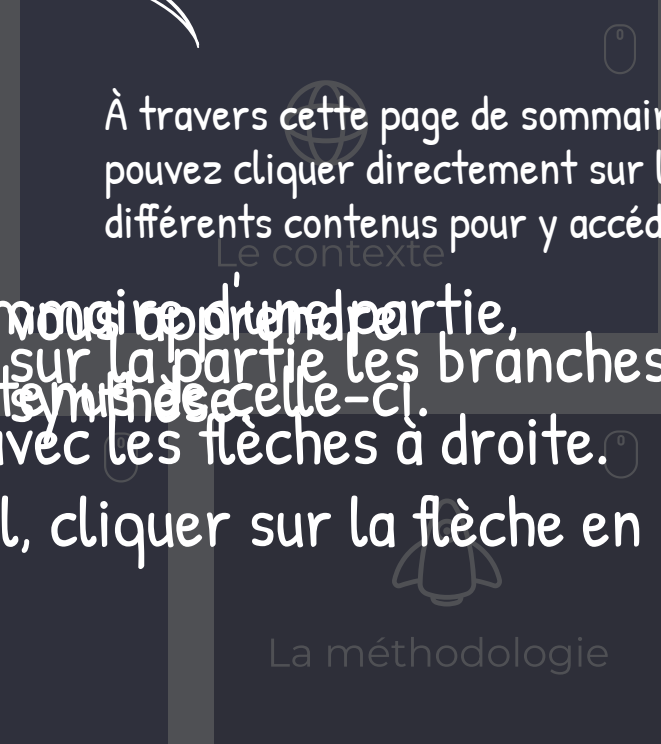
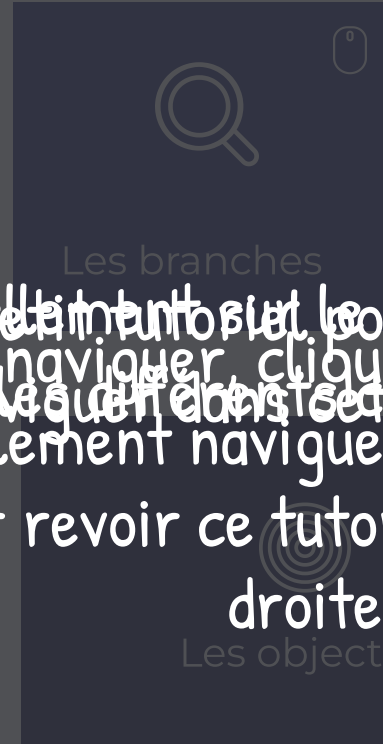
🎯 Les objectifs

🚀 La méthodologie

Vous êtes actuellement sur le sommaire d'une partie, Pour commencer à naviguer, cliquez sur la partie regroupant les différents sujets de celle-ci. Vous pouvez également naviguer avec les flèches à droite.

Si vous ne souhaitez pas revoir ce tutoriel, cliquez sur la flèche en bas à droite.

Lorsque vous accédez au contenu d'une partie, vous pourrez retrouver ce sommaire ici.



À travers cette page de sommaire, vous pouvez cliquer directement sur les différents contenus pour y accéder.



*Cliquez sur une des séquences pour découvrir le contenu.*

# Présentation de l'étude

 **Les branches**

 Le contexte

 Les objectifs

 La méthodologie



Les branches



Le contexte



Les objectifs



La méthodologie





Partie 1

# Présentation de l'étude

 **Les branches**

 Le contexte

 Les objectifs

 La méthodologie

Le périmètre en quelques chiffres :



**6**

branches



**22**

métiers



**85 695**

entreprises



**234 420**

salariés



**37 520**

apprentis

Les 6 branches :



Boulangerie  
pâtisserie



Charcuterie  
de détail



Chonfiserie,  
biscuiterie,  
chocolaterie



Poissonerie



Pâtisserie  
Glacier



Boucherie  
Charcuterie



# Présentation de l'étude

🔍 Les branches

🌐 **Le contexte**

🌀 Les objectifs

🚀 La méthodologie



## Le contexte

### Des emplois en tension

DANS UN SECTEUR, FLEURON DE LA GASTRONOMIE FRANÇAISE, CRÉATEUR D'EMPLOI

Les entreprises alimentaires de l'artisanat alimentaire sont confrontées à des **difficultés de recrutement** depuis plusieurs années, accentuées par la crise sanitaire.

#### Les causes des difficultés sont diverses :



- Pyramide des âges
- Concurrence sur l'emploi
- Insuffisance de main d'œuvre formée
- Manque d'attractivité
- Conditions de travail
- Inadéquation géographique
- Qualité de vie au travail



# Présentation de l'étude

🔍 Les branches

🌐 Le contexte

🎯 **Les objectifs**

🚀 La méthodologie



## Les objectifs



Réaliser une étude transverse aux 6 branches et spécifique à chacune d'elles afin de proposer des pistes d'actions concrètes pour agir sur :



L'attractivité des métiers



La fidélisation des salariés



# Présentation de l'étude

🔍 Les branches

🌐 Le contexte

🌀 Les objectifs

🚀 **Méthodologie**



## La méthodologie



Une méthodologie en 3 étapes stratégiques, un état des lieux dans les branches et dans les autres secteurs, une étude qualitative et quantitative à 360° multi-cibles pour formaliser un plan d'actions opérationnel sur les 2 axes attractivité et fidélisation :



81 entretiens menés  
1257 répondants à l'enquête quantitative





← Menu

Partie 2

# Attractivité



*Cliquez sur une des séquences pour découvrir le contenu.*



Image des métiers



Motivations



Recrutement



Regards croisés



# Attractivité



Image des métiers



Motivations



Recrutement



Regards croisés

## L'image des métiers



Une image très positive des métiers de l'artisanat alimentaire



Des métiers qui devraient être davantage valorisés

### Les chiffres clés :

Les métiers de l'artisanat alimentaire sont des métiers importants

86%

des salariés en reconversion sont tout à fait d'accord

Les métiers de l'artisanat alimentaire sont de beaux métiers

67%

des jeunes en orientation sont tout à fait d'accord

Les métiers de l'artisanat alimentaire sont reconnus et valorisés

17%

des salariés sont tout à fait d'accord



Découvrez les valeurs des métiers de l'artisanat



# Attractivité



Image des métiers



Motivations



Recrutement



Regards croisés

# L'image des métiers

Les valeurs de l'artisanat alimentaire exprimées par les répondants :



La noblesse  
des produits



L'histoire des  
grandes  
maisons



L'humain



Le mérite, le  
travail



La proximité



L'écologie



La créativité



# Attractivité

 Image des métiers

 **Motivations**

 Recrutement

 Regards croisés

## Les motivations

Les facteurs de motivation pour l'orientation ou la reconversion vers les métiers de l'artisanat alimentaire :

Jeunes en orientation

salariés en reconversion



L'intérêt et la variété des tâches



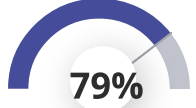
La satisfaction de pouvoir constater le résultat de son travail



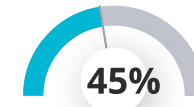
L'équilibre vie pro / vie perso



Le plaisir d'exercer un métier passion



La possibilité un jour de devenir son propre patron



# Attractivité

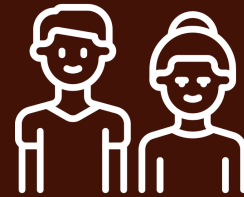
 Image des métiers

 Motivations

 Recrutement

 Regards croisés

## Les leviers de motivation par cible



les jeunes en orientation



les apprentis



les salariés



les salariés en reconversion



Passer la souris sur chaque cible pour découvrir leurs leviers de motivation



# Attractivité

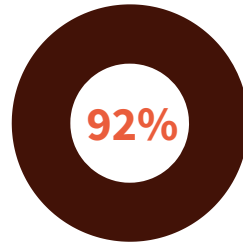
 Image des métiers

 Motivations

 **Recrutement**

 360°  
Regards croisés

## Le recrutement



des employeurs interrogés rencontrent des difficultés moyennes ou fortes dans leurs recrutements




Découvrez les tensions  
par famille de métiers



Cliquer pour voir le détail par métier

Ces difficultés sont particulièrement intenses pour les métiers de la fabrication et pour les métiers de la vente. Les difficultés sont encore plus fortes pour les entreprises de 5 salariés et plus. Des tensions fortes quelles que soient les zones d'implantation des entreprises.

### Les 3 raisons expliquant les problèmes de recrutement selon la vision des employeurs

- 1 Les niveaux de rémunération demandés par les candidats  **99%**
- 2 Des demandes des candidats non compatibles avec l'organisation du commerce  **95%**
- 3 La saisonnalité des recrutements  **89%**



Cliquer pour voir en détail les raisons des difficultés de recrutement de salariés et d'apprentis



# Attractivité

 Image des métiers

 Motivations

 **Recrutement**

 Regards croisés

## Les solutions déployées par les employeurs

Les employeurs se sentent démunis par rapport à ces difficultés récurrentes mais cherchent des solutions en modifiant leurs pratiques

### Le Top 3 des solutions :



Un élargissement de la diffusion des offres d'emploi



Une modification des critères d'embauche



Un élargissement des profils recherchés ( formation, expérience...)




Passer la souris pour voir en détail les solutions adoptées par les employeurs



Un besoin exprimé de professionnalisation sur le recrutement

Voir les témoignages

 Cliquer pour voir le témoignage



# Attractivité



Image des métiers



Motivations



Recrutement



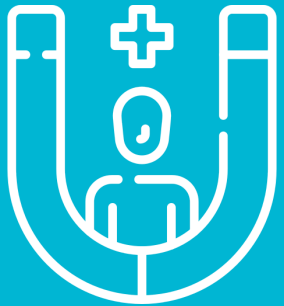
**Regards croisés**

## Regards croisés des CFA et des acteurs de l'emploi





# Fidélisation



*Cliquez sur une des séquences pour découvrir le contenu.*



Les freins



Les leviers



# Fidélisation



Les freins



Les leviers



## les freins



**des employeurs interrogés rexpriiment une problématique de turnover ponctuel ou régulier**

Découvrez le turnover  
par famille de métiers



Passer la souris pour voir le détail par métier

La problématique du turnover est plus sensible pour les métiers de la vente car :

- Les métiers sont moins spécifiques aux activités,
- Il y a davantage de possibilités de mobilité
- La proportion significative de salariés à temps partiel
- La saisonnalité des emplois
- Les conditions en termes d'horaires de travail

Pour les métiers de la vente, la densité de la zone d'implantation a un effet très significatif sur le turnover.



# Fidélisation



Les freins



Les leviers



## les raisons de départs



### Les **5** raisons de départ des salariés

- 1 L'ambiance de travail
- 2 Les conditions de travail
- 3 La rémunération
- 4 Le manque de possibilité d'évolution
- 5 La situation économique de l'entreprise

Découvrez les raisons  
par famille de métier



Passer la souris pour voir le détail par métier



# Fidélisation



Les freins



Les leviers



## Les leviers de fidélisation



**Les visions croisées** des salariés et apprentis, et des employeurs sur l'attractivité d'une entreprise, mettent en lumière les principaux **leviers de fidélisation** possibles.

**Une forte proximité** entre la vision des employeurs et des salariés ou apprentis. Les principaux leviers en faveur de la fidélisation à mettre en œuvre apparaissent clairement et des actions sont déjà mises en œuvre dans les entreprises

Vision employeur

85%

Vision salarié

76%

N°1 : l'ambiance

51%

N°2 : équilibre vie pro vie perso

N°2 : la qualité du dialogue avec le chef d'entreprise

63%

47%

N°3 : avoir un emploi stable, pérenne

N°3 : proximité au domicile

57%

42%

N°4 : avoir un travail créatif

N°4 : la rémunération

56%

Découvrez la vision des employeurs



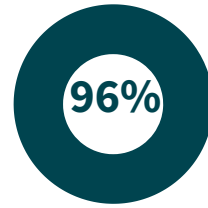
Cliquer pour voir le détail par métier

Découvrez la vision des salariés



Cliquer pour voir le détail par métier





**des employeurs ont mis en place des actions pour fidéliser leurs salariés**

















Découvrez en cliquant, l'impact sur la fidélisation de chacune de ces actions pour les salariés et sur les apprentis :

Partie 3

# Fidélisation

 Les freins

 **Les leviers**

	% d'impact élevé sur la fidélisation des salariés			% d'impact élevé sur la fidélisation des salariés	
Un management constructif	 76%		Amélioration des espaces de travail	 30%	
Actions sur la rémunération et les avantages	 60%		Des actions pour développer l'esprit d'équipe	 30%	
Une meilleure organisation du travail	 54%		Aide au logement	 28%	
Evolutions professionnelles	 42%		Formation	 18%	



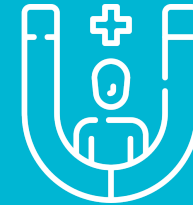
lire le témoignage



# Plan d'actions



Plan d'actions  
Attractivité



Plan d'actions  
Fidélisation



# Plan d'actions

Axe 1

Axe 2



## AXE **1** Poursuivre, intensifier la communication sur les métiers

- 1** Elaborer des argumentaires de valorisation des métiers par branche et par cible
- 2** Communiquer largement sur le secteur et les actions de branche
- 3** Communiquer sur les success stories
- 4** Travailler avec l'ensemble des prescripteurs de l'orientation
- 5** Encourager et faciliter l'accueil des jeunes en stage



# Plan d'actions

Axe 1

Axe 2



## AXE 2 Aider les chefs d'entreprise à mieux recruter et mieux intégrer les nouveaux salariés

- 1 Contribuer à la mise en relation des apprentis et des employeurs
- 2 Proposer des outils opérationnels aux chefs d'entreprises sur le recrutement
- 3 Coopérer davantage avec Pôle Emploi et encourager les employeurs à le faire
- 4 Développer une certification sur la vente
- 5 Mettre en place un baromètre de l'attractivité



# Plan d'actions

Axe 1

Axe 2



## AXE 1 Aider les employeurs à favoriser une ambiance de travail positive et le bien-être de l'équipe

- 1 Communiquer sur les enseignements de l'étude en lien avec les facteurs de fidélisation
- 2 Faire de la formation des employeurs ou salariés un levier de fidélisation des salariés
- 3 Encourager les entreprises à agir sur la qualité de vie au travail

## AXE 2 Intégrer les enjeux de fidélisation dans la négociation des branches

- 4 Intégrer au calendrier social des branches les enjeux de fidélisation



# Conclusion

Cette étude a été réalisée entre septembre 2022 et mars 2023 par :



## Conclusion

### **ATTRACTIVITÉ COMME FIDÉLISATION, DES ENJEUX COMMUNS AUX 6 BRANCHES**

Malgré certaines spécificités, les enjeux sont très proches entre les branches, des réflexions à conduire davantage par métier entre la fabrication et la vente.

### **UN DECALAGE RÉCURRENT ENTRE L'IMAGE DES MÉTIERS ET LA RÉALITÉ**

De beaux métiers, avec des valeurs fortes mais qui souffrent encore d'un manque de reconnaissance et de valorisation.

### **UN FORT ENJEU DE COMMUNICATION QUI MALGRÉ LES ACTIONS DÉJÀ RÉALISÉES DOIT ÊTRE POURSUIVI ET DIVERSIFIÉ**

Faire connaître la réalité des différentes activités et métiers de l'artisanat alimentaire, élargir les cibles, adapter les discours, les médias, ...

### **UNE NÉCESSAIRE ADAPTATION DES PRATIQUES POUR LES ENTREPRISES**

De multiples pistes à développer pour fidéliser les salariés même si de nombreuses actions ont déjà été menées par 96% des employeurs avec des impacts élevés