PCO EP
Opérateur de compétences
des Entreprises de Proximité

Baromètre *« Transitions & Compétences »*

Rapport de résultats

EDITION 2025

bva People Consulting

SOMMAIRE

01 **Méthodologie et structure de l'échantillon** p. 3

02 **L'activité des entreprises** p. 11

03 **La transition écologique et énergétique** p.20

04 **La transition numérique** p. 42

05 **La transition démographique** p. 66

06 **Nos préconisations** p. 94

1. Méthodologie et structure de l’échantillon

OPCO EP
Opérateur de compétences des Entreprises de Proximité

Méthodologie

Recueil

Enquête réalisée en mix méthodologie web et téléphone entre **décembre 2024 et avril 2025,** à partir du fichier des entreprises relevant du champ OPCO EP, enrichi d'Access Panels.

Echantillon

9 997 entreprises répondantes (établissements principaux) **relevant du champ OPCO EP**.

La constitution de l'échantillon a fait l'objet d'un raisonnement par branche professionnelle, dans le but de disposer de bases statistiques suffisamment solides pour chacune d'entre elles. Ainsi, certaines branches ont été volontairement surreprésentées dans l'échantillon interrogé, et inversement.

Afin de garantir la représentativité finale de l'échantillon vis-à-vis de la population cible (adhérents de l'OPCO EP), un redressement statistique a été appliqué. Ce redressement a porté sur trois variables clés : la branche professionnelle, la taille de l'entreprise et la région d'implantation.

Méthodologie

Résultats

Ce rapport présente les résultats de l'enquête au global et selon les principaux critères d'analyse retenus.

Pour les résultats régionaux, les différences significatives sont indiquées au moyen d'un code couleurs. Seules les branches professionnelles se démarquant significativement de la moyenne (en positif ou en négatif) sont quant à elles affichées.

Informations sur l'analyse des résultats

Lorsqu'un résultat régional / d'une branche professionnelle est décrit comme "significativement supérieur / inférieur au global", cela signifie que cette donnée montre une différence notable par rapport à la moyenne globale, et que cette différence a été confirmée statistiquement avec un faible risque d'erreur. En d'autres termes, il est peu probable que cette différence soit due à une variation aléatoire (hasard).

- *Deux facteurs influent sur le niveau de significativité :*

⇒ *L'écart de point à la population d'ensemble (plus l'écart entre les deux groupes est important, plus la différence observée est susceptible d'être statistiquement significative)*

⇒ *La taille de l'échantillon que l'on compare (plus la taille de ce dernier est importante, plus la précision de l'estimation statistique est élevée). Une différence significative sera alors plus facile à détecter avec un échantillon ayant une volumétrie importante)*

Même si un écart de résultats n'est pas considéré comme statistiquement significatif, un écart important peut tout de même indiquer une tendance dans les données.

Structure de l’échantillon de répondants

Taille de l’entreprise	Nombre de répondants	% brut	% redressé
1 à 4 salariés	5 512	*55,1%*	75,1%
5 à 10 salariés	1 873	*18,7%*	9,8%
11 à 49 salariés	1 140	*11,4%*	4,9%
50 à 299 salariés	299	*3,0%*	0,6%
300 salariés et plus	125	*1,3%*	0,1%
Pas de salarié	1 048	*10,5%*	9,5%
TOTAL	**9 997**	***100,0%***	**100,0%**

Région*	Nombre de répondants	% brut	% redressé
Auvergne-Rhône-Alpes	1 348	*13,5%*	11,7%
Bourgogne-Franche-Comté	454	*4,5%*	3,3%
Bretagne	544	*5,4%*	4,4%
Centre-Val de Loire	313	*3,1%*	2,9%
Corse	70	*0,7%*	0,8%
Antilles-Guyane*	76	*0,8%*	0,9%
La Réunion*	104	*1,0%*	1,4%
Grand Est	821	*8,2%*	7,1%
Hauts-de-France	697	*7,0%*	6,5%
Ile-de-France	1 595	*16,0%*	24,5%
Normandie	425	*4,3%*	4,2%
Nouvelle-Aquitaine	1 011	*10,1%*	8,8%
Occitanie	1 052	*10,5%*	8,8%
Pays de la Loire	581	*5,8%*	4,6%
Provence-Alpes Côte Azur	837	*8,4%*	9,7%
TOTAL	**9 997**	***100,0%***	**100,0%**

** Dans la base Access Panels de BVA, le département des entreprises dans les DROM n’était pas détaillé, ce qui n’a pas permis de rattacher certaines entreprises au territoire « Antilles-Guyane » ou à la Réunion.*

Structure de l’échantillon de répondants

Branche professionnelle	Nombre de répondants	% brut	% redressé
Personnel des cabinets médicaux	1257	*12,6%*	11,5%
Cabinets dentaires	950	*9,5%*	6,2%
Commerce de détail de l’habillement et des articles textiles	698	*7,0%*	4,1%
Coiffure et professions connexes	627	*6,3%*	8,6%
Immobilier	579	*5,8%*	9,6%
Avocats *(Personnel des cabinets d’avocats, Avocats salariés, Avocats au Conseil d’Etat et à la Cour de Cassation et personnel salarié - non avocat)*	486	*4,9%*	2,9%
Interprofession du champ d’intervention d’Opco EP	441	*4,4%*	7,8%
Boucherie, boucherie-charcuterie et boucherie hippophagique, triperie, commerces de volailles et gibiers	432	*4,3%*	2,7%
Personnel des prestataires de services du secteur tertiaire	428	*4,3%*	5,0%
Boulangerie-pâtisserie (entreprises artisanales)	425	*4,3%*	5,9%
Pharmacie d’officine	397	*4,0%*	6,9%
Gardiens, concierges et employés d’immeuble	323	*3,2%*	2,5%
Esthétique, cosmétique et enseignement technique et professionnel liés aux métiers de l’esthétique et de la parfumerie	275	*2,8%*	3,2%
Entreprises de services à la personne	233	*2,3%*	1,3%
Entreprises d’architecture	202	*2,0%*	3,0%
Détaillants en chaussure	173	*1,7%*	0,6%
Librairie	167	*1,7%*	0,5%
Fleuristes, vente et services des animaux familiers	166	*1,7%*	2,2%
Promotion immobilière	164	*1,6%*	0,8%
Maintenance, distribution et location de matériels agricoles, de travaux publics, de bâtiment et de manutention, de motoculture de plaisance et activités connexes (SDLM)	164	*1,6%*	2,0%
Poissonnerie	148	*1,5%*	0,6%
Notariat	114	*1,1%*	0,6%
Vétérinaires : personnel salarié des cabinets et cliniques vétérinaires l Vétérinaires praticiens salariés	110	*1,1%*	1,4%
Taxis	99	*1,0%*	1,5%
Prothésistes dentaires et personnels des laboratoires de prothèse dentaire	88	*0,9%*	0,7%

Structure de l’échantillon de répondants

Branche professionnelle	Nombre de répondants	% brut	% redressé
Imprimerie de labeur et industries graphiques	82	*0,8%*	0,9%
Confiserie, chocolaterie, biscuiterie (détaillants et détaillants-fabricants)	79	*0,8%*	0,7%
Pâtisserie	78	*0,8%*	0,8%
Négoce et prestations de services dans les domaines médico-techniques	71	*0,7%*	0,8%
Installation sans fabrication, entretien, réparation, dépannage de matériel aéraulique, thermique, frigorifique et connexes	65	*0,7%*	0,6%
Charcuterie de détail	65	*0,7%*	0,9%
Services funéraires	52	*0,5%*	0,6%
Assainissement et maintenance industrielle	51	*0,5%*	0,2%
Négoce et distribution de combustibles solides, liquides, gazeux et produits pétroliers	37	*0,4%*	0,4%
Sociétés d'expertises et d'évaluations	34	*0,3%*	0,2%
Entreprises de désinfection, désinsectisation et dératisation	30	*0,3%*	0,2%
Industries de la sérigraphie et des procédés d’impression numérique connexes	30	*0,3%*	0,1%
Personnel des huissiers de justice	30	*0,3%*	0,4%
Personnel des administrateurs & mandataires judiciaires	21	*0,2%*	0,1%
Cabinets ou entreprises d’expertises en automobile	19	*0,2%*	0,1%
Laboratoires de biologie médicale extrahospitaliers	17	*0,2%*	0,1%
Miroiterie, transformation et négoce du verre	16	*0,2%*	0,1%
Remontées mécaniques et domaines skiables	12	*0,1%*	0,0%
Offices des commissaires-priseurs judiciaires et sociétés de ventes volontaires de meubles aux enchères publiques	12	*0,1%*	0,1%
Répartition pharmaceutique	11	*0,1%*	0,0%
Entreprises de logistique de communication écrite directe	11	*0,1%*	0,1%
Mareyeurs-expéditeurs	9	*0,1%*	0,1%
Personnel des Greffes des tribunaux de commerce	8	*0,1%*	0,0%
Personnel des structures associatives cynégétiques (chasse)	7	*0,1%*	0,0%
Commerce de détail de la distribution sélective, de la parfumerie et de la beauté	4	*0,0%*	0,0%
TOTAL	**9 997**	***100,0%***	**100,0%**

Compléter l’enquête par des ateliers en région : objectifs

DES ATELIERS POUR COMPRENDRE, ILLUSTRER, RÉGIONALISER ET RECUEILLIR LES BESOINS DES ENTREPRISES

Échanges avec les entreprises de proximité sur l’ensemble du territoire, pour :

- **COMPRENDRE** les logiques des transformations et leurs impacts
- **CERNER** la manière dont les entreprises se saisissent ou non des sujets : sensibilisées ou non ? investissent ou non ? par quelle approche ? contradictions éventuelles ? …
- **ILLUSTRER** ces transitions par des « verbatims » et témoignages d’entreprises
- **RECUEILLIR** les besoins concrets des entreprises en matière d’accompagnement face à l’évolution de l’activité, des emplois et des besoins en compétences.

Les ateliers menés : modalités et déploiement régional

Direction Régionale	Date	Participants
Bourgogne Franche Comté	18/03/2025	8
Auvergne Rhône Alpes	25/03/2025	8
Antilles-Guyane	25/03/2025	6
Bretagne	25/03/2025	8
Occitanie	27/03/2025	7
Île-de-France	27/03/2025	8
Provence-Alpes-Côte d'Azur	01/04/2024	9
Grand Est	01/04/2024	3
Centre Val de Loire	03/04/2025	8
Normandie	08/04/2025	9
Corse	08/04/2025	3
Pays de la Loire	10/04/2025	8
Hauts-de-France	15/04/2025	10
Nouvelle Aquitaine	17/04/2025	8
Réunion	20/05/2025	5

Atelier inter-régional en présentiel	24/04/2025	Réunissant l'ensemble des DR de l'OPCO EP

- **Atelier de 1 h 30 en visioconférence**
- **Des entreprises ciblées, avec l'appui des DR, afin d'avoir une diversité de branches professionnelles.**

Soit un total de 108 entreprises de proximité qui se sont mobilisées pour les ateliers

2. L’activité des entreprises

OPCO EP
Opérateur de compétences des Entreprises de Proximité

En résumé

Près de la moitié des entreprises prévoient une activité stable en 2025

En termes d'activité, 2024 a été une année stable pour près de la moitié des entreprises de proximité (46%). Toutes tailles confondues, un quart des entreprises (24%) a vu son activité croître et jusqu'à la moitié (46%) pour celles dont l'effectif dépasse 50 salariés. A contrario, les entreprises n'ayant aucun salarié sont les plus nombreuses à avoir connu une activité en baisse (29% d'entre elles).

Pour 2025, une majorité d'entreprises (48%) estime à nouveau que l'activité va **rester stable**. Elles sont moins nombreuses à anticiper une hausse (19%) ou une baisse (21%). L'effet de taille continue à jouer, avec des projections nettement plus favorables au-delà de 50 salariés et moins optimistes pour les entreprises de moins de 5 salariés.

Une activité impactée avant tout par la baisse du pouvoir d'achat des ménages

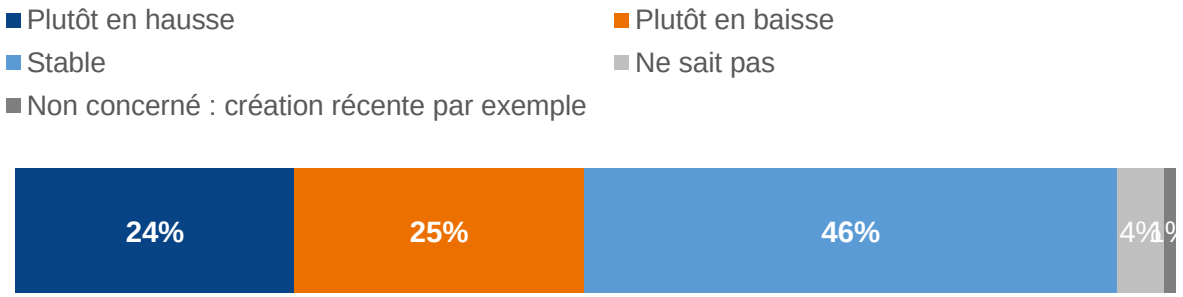
Parmi les différents phénomènes qui impactent l'activité, c'est la **baisse du pouvoir d'achat des ménages** qui touche **le plus grand nombre d'entreprises** de proximité (47%), tout particulièrement dans certaines branches professionnelles où 7 entreprises sur 10 sont impactées (esthétique, cosmétique et enseignement technique et professionnel liés aux métiers de l'esthétique et de la parfumerie, fleuristes, vente et services des animaux familiers, charcuterie de détail, pharmacie d'officine, …). Suit **l'évolution des coûts de l'énergie et des approvisionnements** touchant un tiers des entreprises (34%) au global et jusqu'à 6 sur 10 au sein de branches professionnelles fortement consommatrices d'énergie (boulangerie-pâtisserie, pâtisserie, charcuterie de détail, boucheries, …).

Les **difficultés de recrutement** constituent la troisième problématique la plus impactante (26% des entreprises), avec certaines branches professionnelles qui y sont particulièrement confrontées (7 sur 10 dans les services à la personne, 6 sur 10 dans l'assainissement et la maintenance industrielle…).

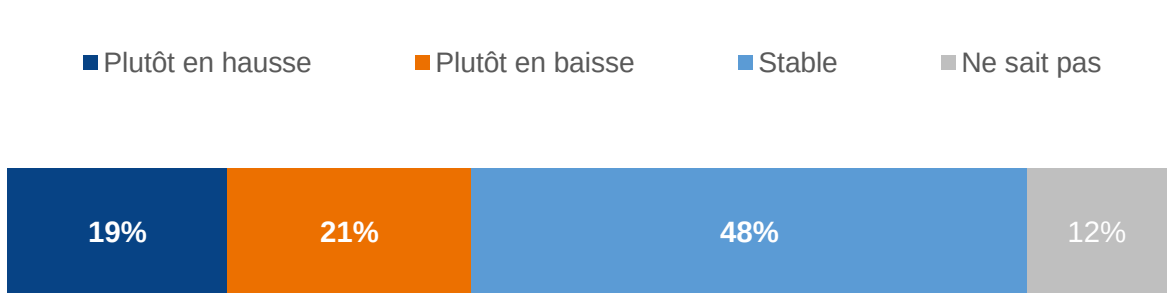
Le taux global de **61% de dirigeants confiants dans l'avenir** de leur entreprise masque **des opinions très différentes** selon l'effectif de l'entreprise et la branche professionnelle. Ainsi, le taux de confiance en l'avenir monte à 80% pour les entreprises de 50 à 299 salariés, alors qu'il est de 61% pour les entreprises ayant 1 à 4 salariés. Selon les branches professionnelles, il atteint 80% voire plus (services funéraires, personnel des administrateurs et mandataires judiciaires, vétérinaires) ou reste en-deçà de 50% pour les branches professionnelles pharmacie d'officine, taxis et le notariat (par exemple).

Évolution de l’activité des entreprises

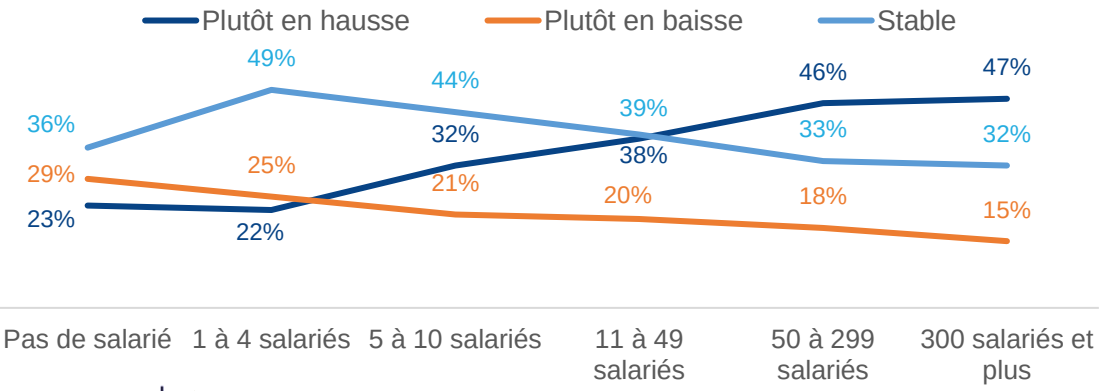
Évolution constatée par rapport à 2023



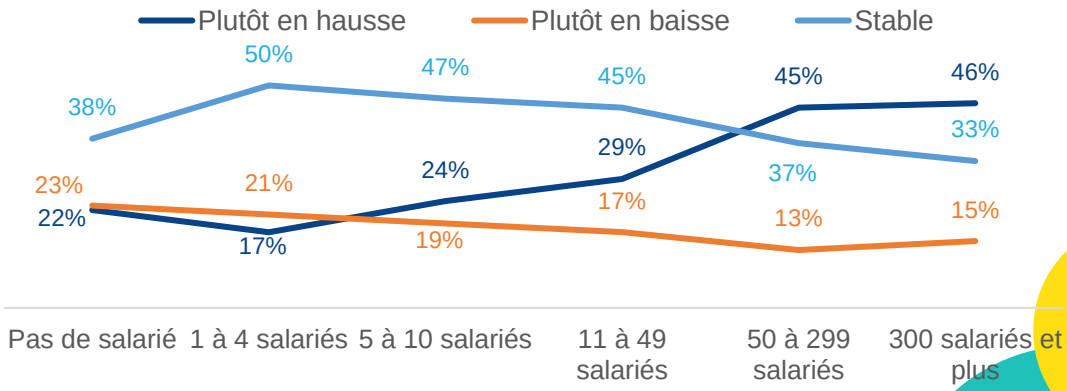
Évolution prévue par rapport à 2024



Évolution constatée par rapport à 2023 selon la taille de l’entreprise



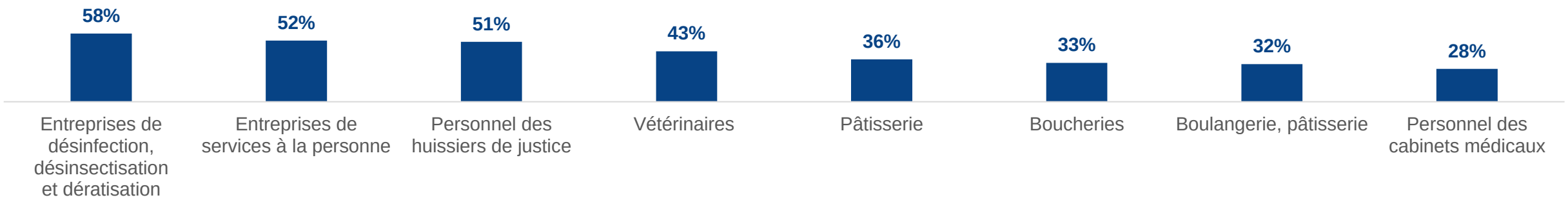
Évolution prévue par rapport à 2024 selon la taille de l’entreprise



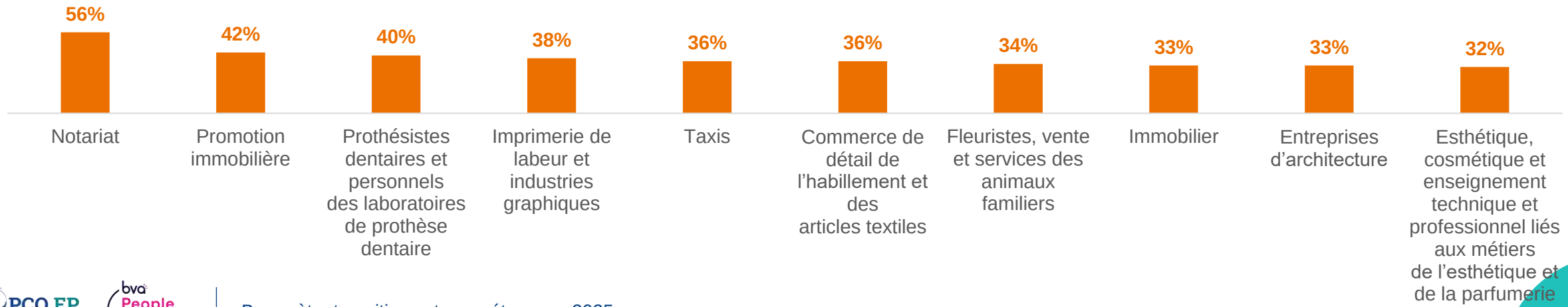
Évolution de l'activité des entreprises

Branches qui estiment que leur activité sera plutôt en hausse par rapport à 2023*

**Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global sont présentées*



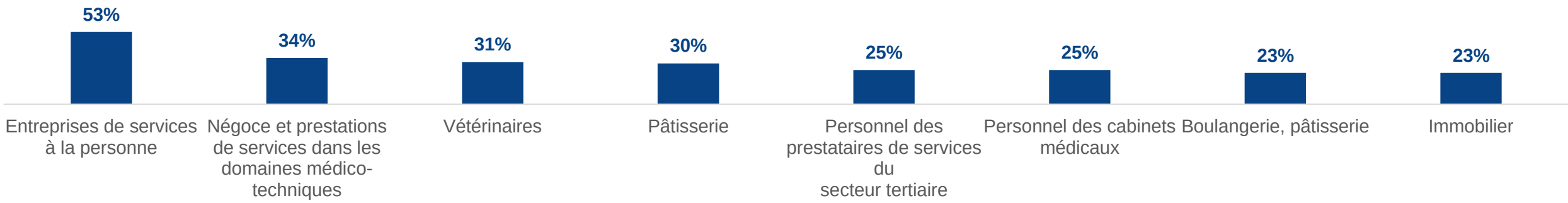
Branches qui estiment que leur activité sera plutôt en baisse par rapport à 2023*



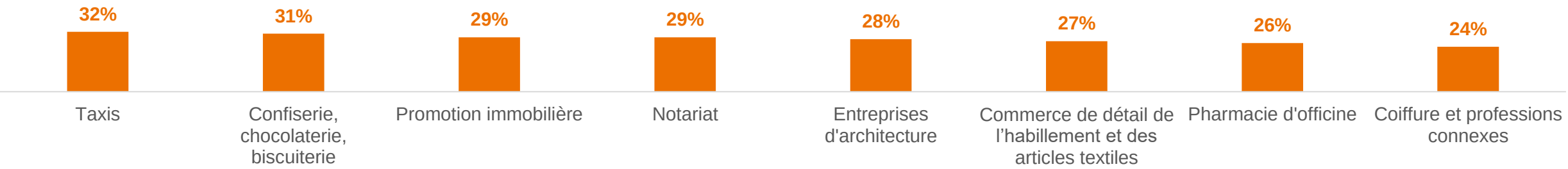
Évolution de l’activité des entreprises

Branches qui estiment que leur activité sera plutôt en hausse par rapport à 2024*

**Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global sont présentées*

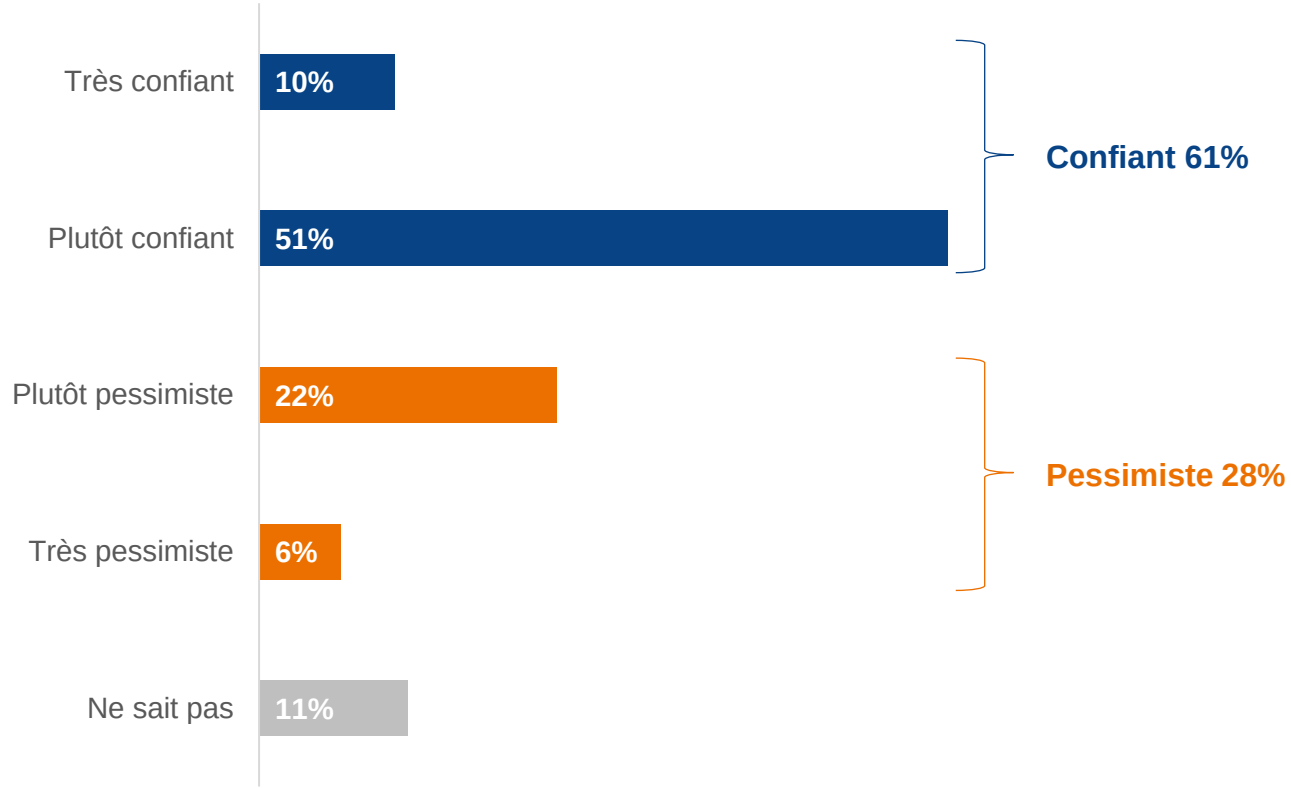


Branches qui estiment que leur activité sera plutôt en baisse par rapport à 2024*

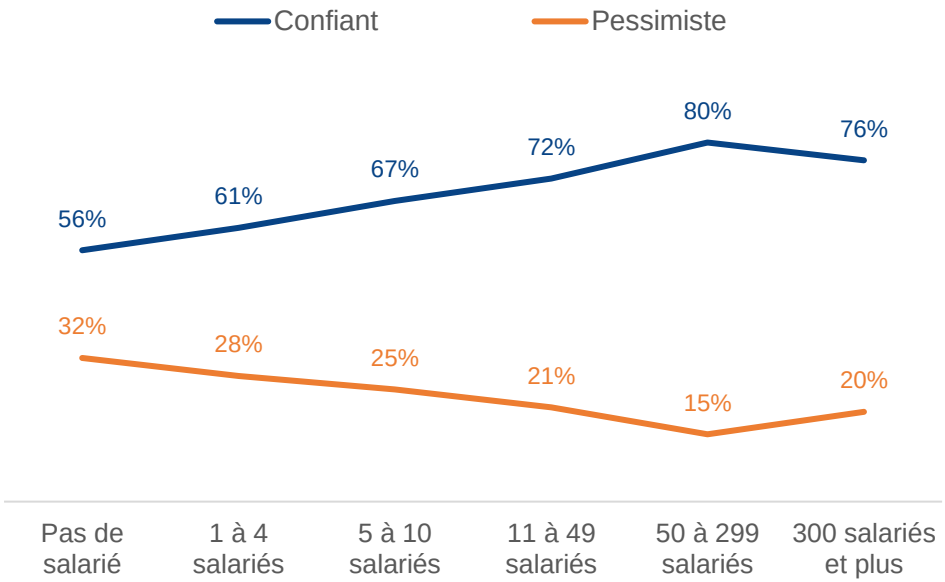


Confiance en l’avenir

Confiance en l’avenir de l’entreprise



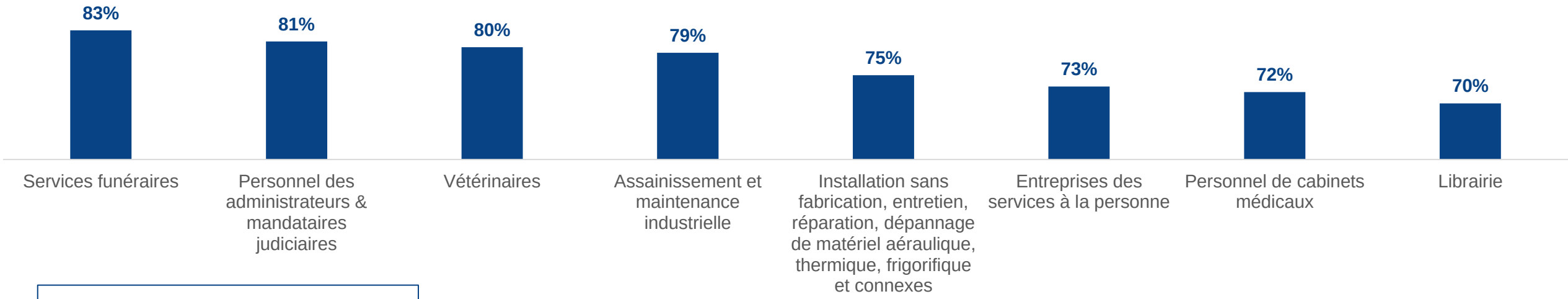
Confiance en l’avenir de l’entreprise selon leur taille



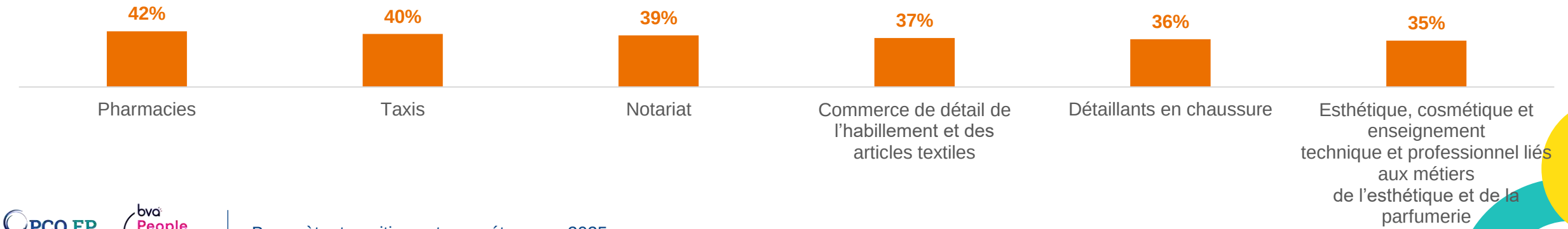
Confiance en l’avenir

Branches les plus confiantes*

**Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global et qui présentent l’écart le plus important sont présentées*



Branches les moins confiantes*



Tendances impactant l'activité des entreprises

Principales tendances qui impactent l'activité des entreprises*

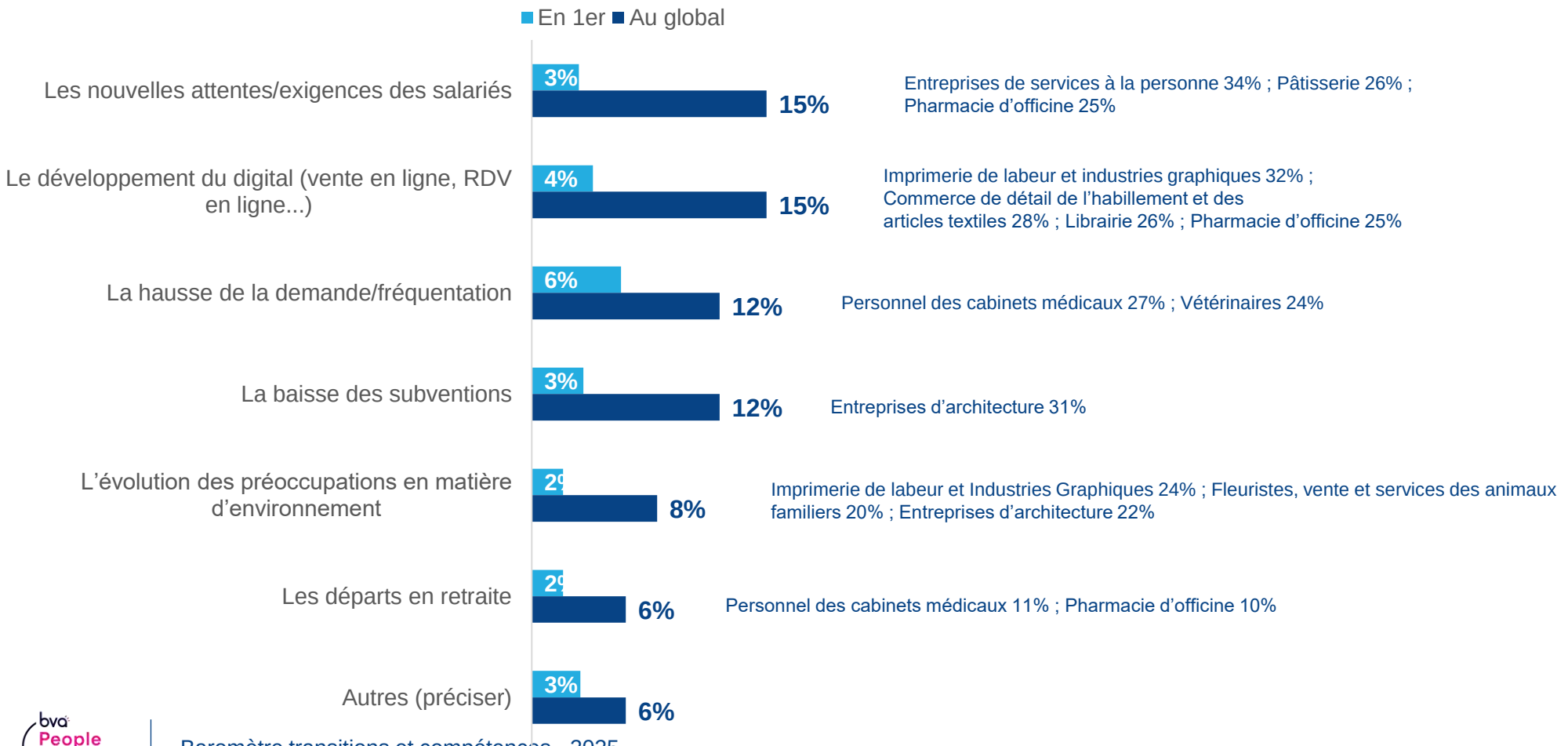
**Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global et qui présentent l'écart le plus important sont présentées*



Tendances impactant l'activité des entreprises

Tendances qui impactent l'activité des entreprises – bas de classement*

**Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global et qui présentent l'écart le plus important sont présentées*



3. La transition écologique et énergétique

OPCO EP
Opérateur de compétences des Entreprises de Proximité

En synthèse

Des motivations combinant enjeux de réduction des coûts d'énergie et conviction personnelle des dirigeants

Si les entreprises de proximité considèrent majoritairement (54%) que les **questions d'environnement et d'énergie sont importantes mais non prioritaires**, le caractère prioritaire ou secondaire de ces enjeux diffère nettement selon l'effectif des entreprises et l'activité. Ainsi, les entreprises d'au moins 50 salariés sont 4 sur 10 à estimer que les enjeux écologiques et énergétiques sont **prioritaires**. C'est aussi le cas de 4 entreprises sur 10 en confiserie/chocolaterie/biscuiterie, boulangerie ou boulangerie-pâtisserie, et même de 5 entreprises sur 10 dans les cabinets d'architecture.

Les trois-quarts des entreprises (73%) estiment qu'elles prennent en compte ces questions dans leurs **pratiques au quotidien.** Ce taux est encore plus élevé pour les entreprises d'au moins 50 salariés et dans certaines branches professionnelles particulièrement concernées par les enjeux d'environnement ou d'énergie (désinfection/désinsectisation/dératisation, assainissement et maintenance industrielle, …). Leurs motivations reposent tout autant sur les enjeux de **réduction des coûts** (50% des entreprises) que sur les **convictions personnelles** du dirigeant (47%). Il s'agit aussi, pour certains dirigeants, de se conformer à des **réglementations ou normes** (34%), de répondre aux **attentes des clients** (25%) ou de se différencier de la concurrence, dans une moindre mesure (16%).

Des pratiques et compétences écologiques qui restent largement à développer

Pour mener à bien leur transition écologique et énergétique, de nombreuses compétences doivent être développées par les responsables et salariés autour des **écogestes**, de la **gestion et du recyclage des déchets**, de la **gestion efficace d'un local** sur le plan énergétique et environnemental, des **achats écoresponsables**…

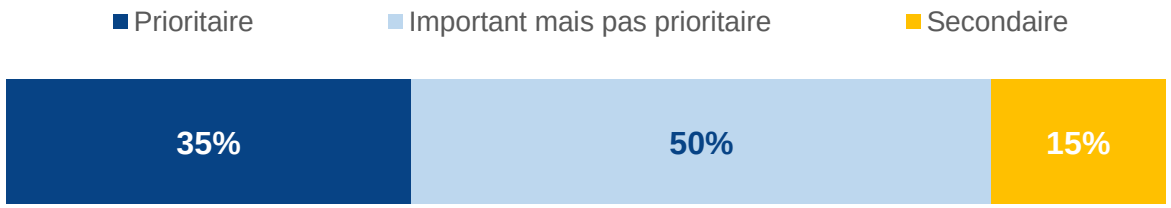
L'enjeu de formation apparaît majeur et reste à déployer largement. A ce jour, seul un tiers des entreprises de 1 à 4 salariés (34%) ont mis en place **des actions de sensibilisation ou de formation** sur les sujets d'environnement et d'énergie, alors que près des trois quarts des entreprises de plus de 300 salariés en ont déjà proposé. Il s'agit aussi d'aller **au-delà de la sensibilisation** aux enjeux environnementaux, étape indispensable mais non suffisante pour faire évoluer les pratiques et développer de **nouvelles compétences-métiers** par la formation.

Pour mieux s'inscrire dans la transition écologique et énergétique, les entreprises expriment, en premier lieu, le **besoin de conseil et d'accompagnement** (38%), ainsi que de **financement** (38%). La réalisation d'un **diagnostic de besoins** et la **formation des salariés** font également partie de leurs attentes principales.

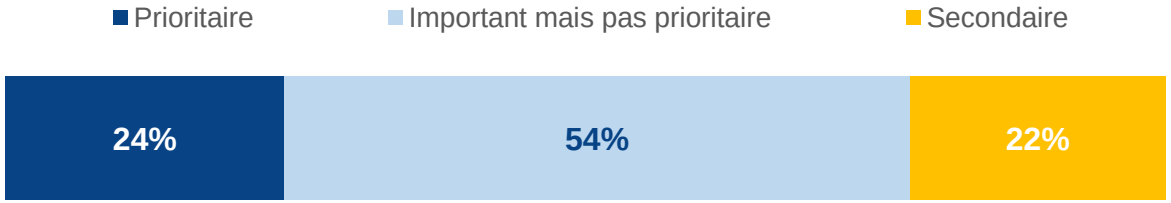
Enjeux des questions d’environnement et d’énergie

Importance des questions d’environnement et d’énergie

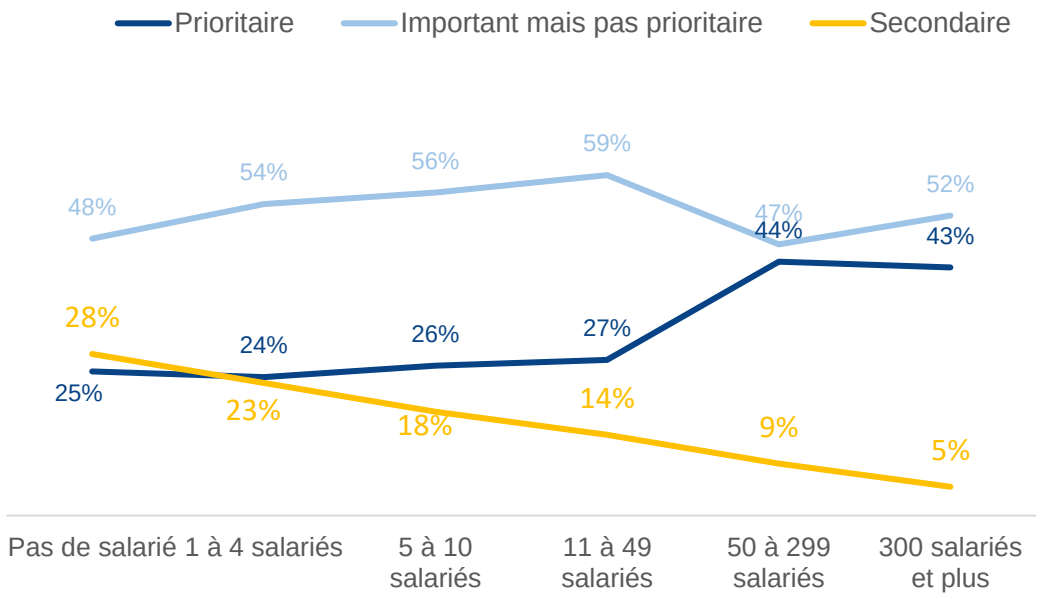
… Pour la société française



… Pour l’entreprise



Importance des questions d’environnement et d’énergie pour l’entreprise selon leur taille

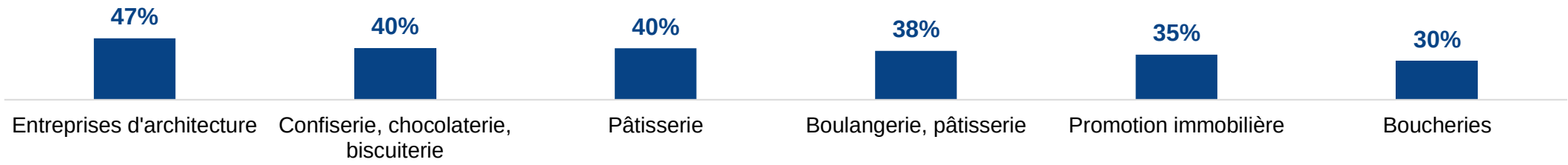


Importance des questions d’environnement et d’énergie pour l’entreprise

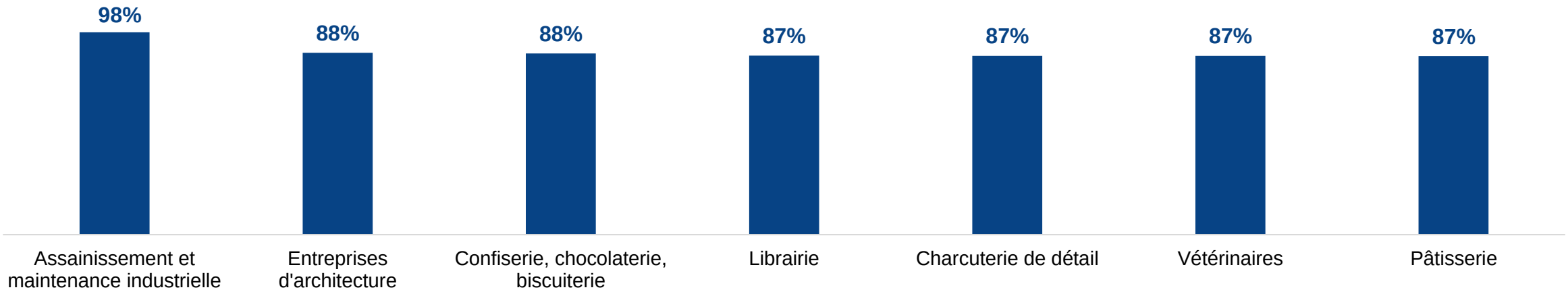
Branches professionnelles qui ont la part la plus élevée d’entreprises accordant de l’importance aux questions d’environnement et d’énergie*

**Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global et qui présentent l’écart le plus important sont présentées*

Les résultats présentés correspondent au pourcentage « prioritaire »

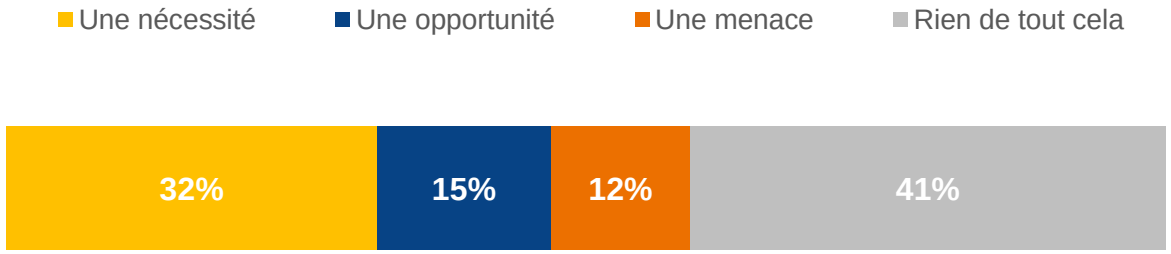


Les résultats présentés ci-dessous correspondent au pourcentage « prioritaire » + « important mais pas prioritaire »

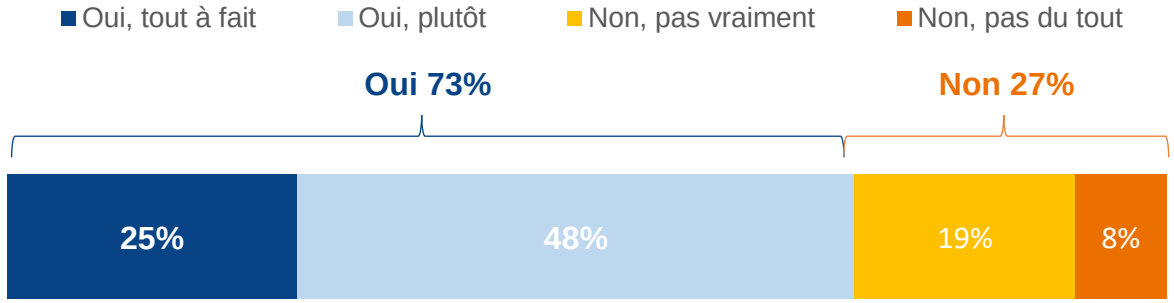


Perception et prise en compte des questions d'environnement et d'énergie par l'entreprise

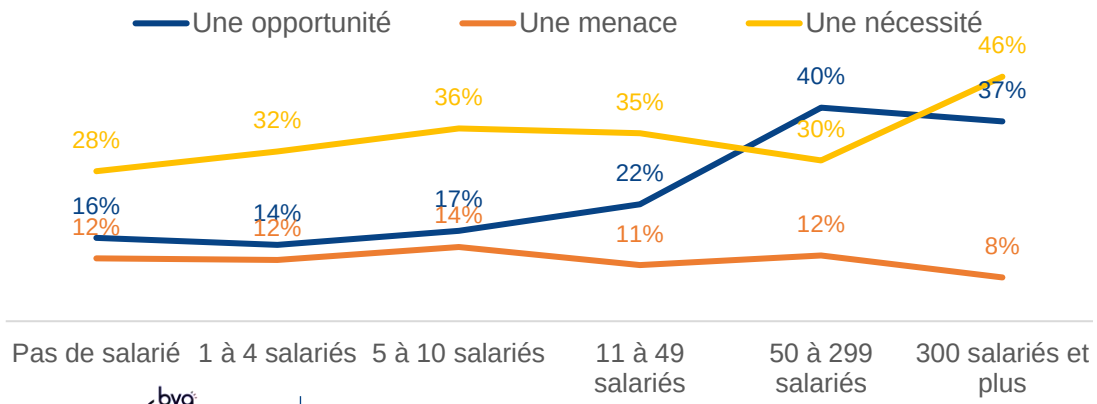
Perception des questions d'environnement et d'énergie



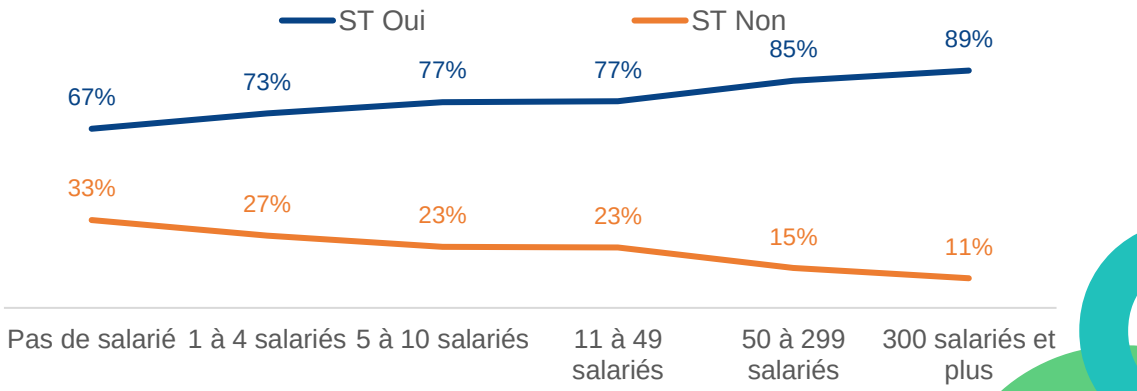
Prise en compte des questions d'environnement et d'énergie dans les pratiques de l'entreprise au quotidien



Perception des questions d'environnement et d'énergie selon la taille de l'entreprise



Prise en compte des questions d'environnement et d'énergie selon la taille de l'entreprise



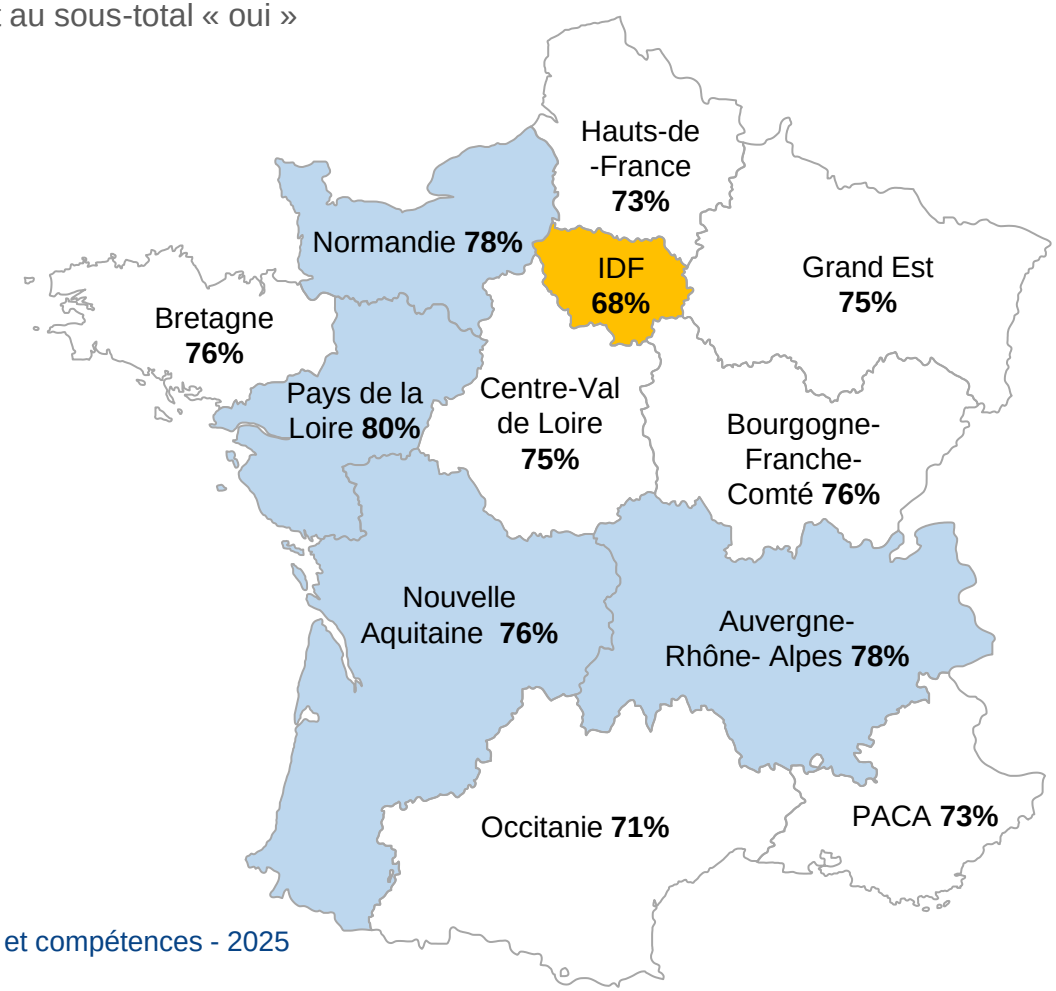
Prise en compte des questions d'environnement et d'énergie par l'entreprise

Prise en compte des questions d'environnement et d'énergie dans les pratiques de l'entreprise au quotidien, détail par région

Les pourcentages présentés correspondent au sous-total « oui »

Résultat significativement supérieur à l'ensemble

Résultat significativement inférieur à l'ensemble

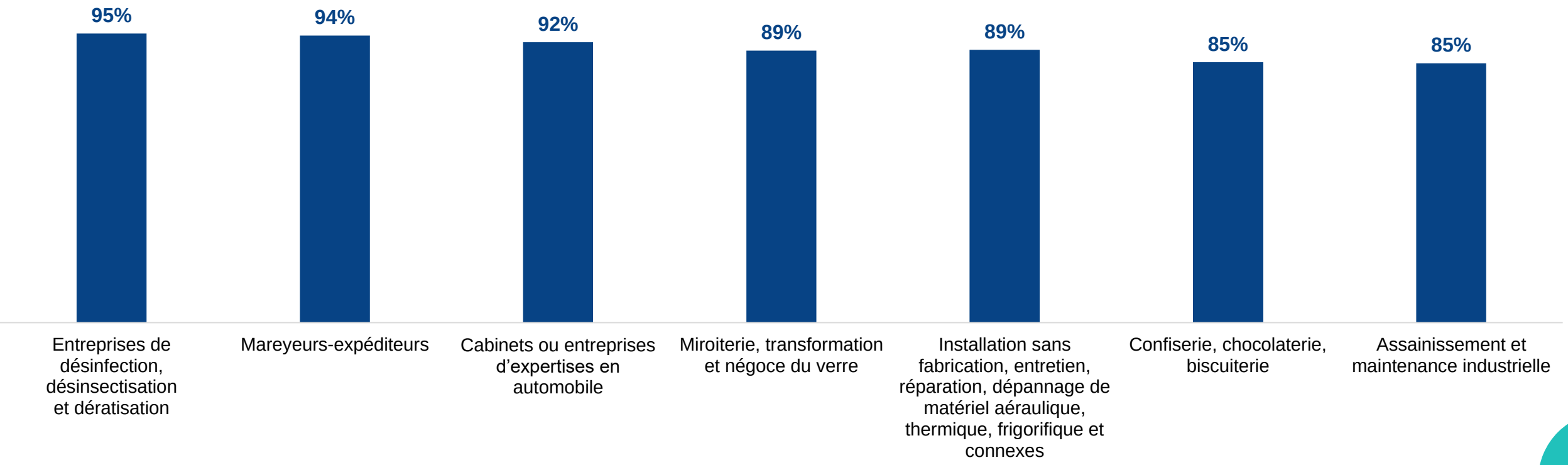


Corse **74%**
Antilles-Guyane **70%**
Réunion **64%**

Prise en compte des questions d'environnement et d'énergie par l'entreprise

Branches professionnelles dont les entreprises prennent le plus en compte les questions d'environnement et d'énergie dans leurs pratiques au quotidien*

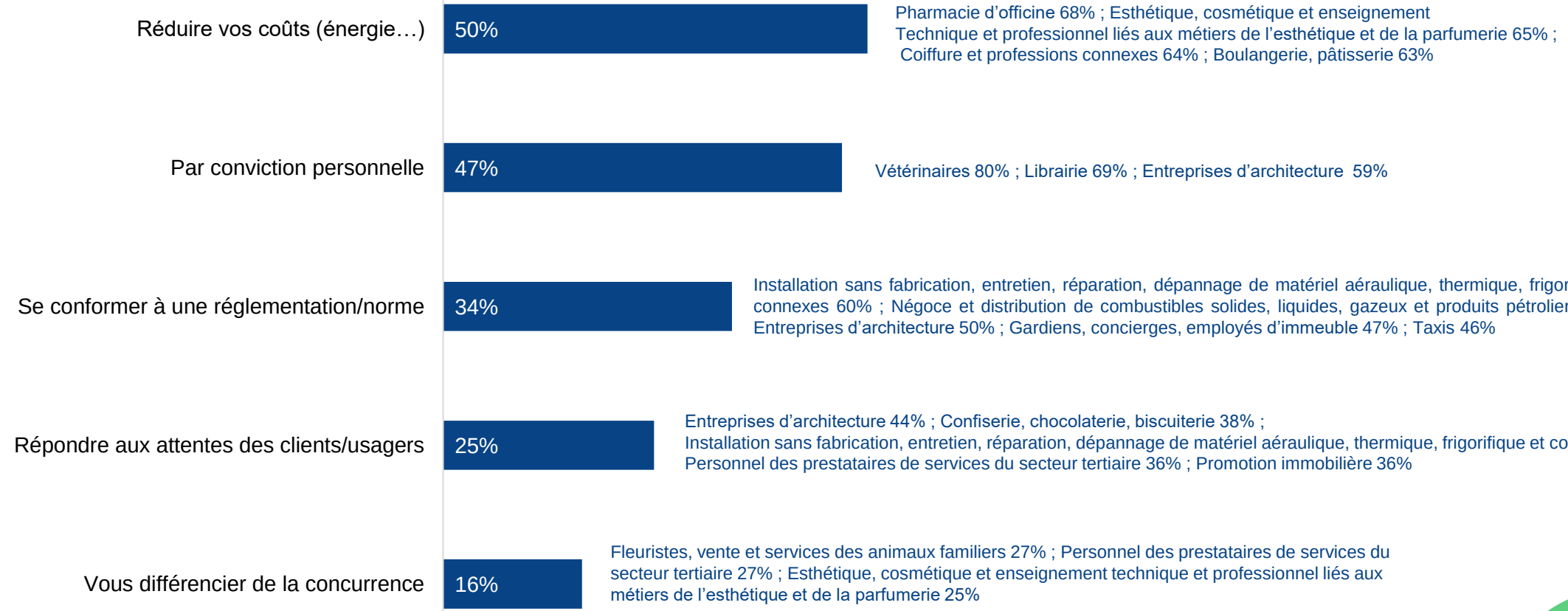
Les pourcentages présentés correspondent au sous-total « oui »



** Même si certaines branches professionnelles présentées sur cette slide ont un faible nombre de répondants, toutes ont un résultat significativement supérieur au pourcentage global.*

Raisons de l'engagement sur les questions d'environnement et d'énergie

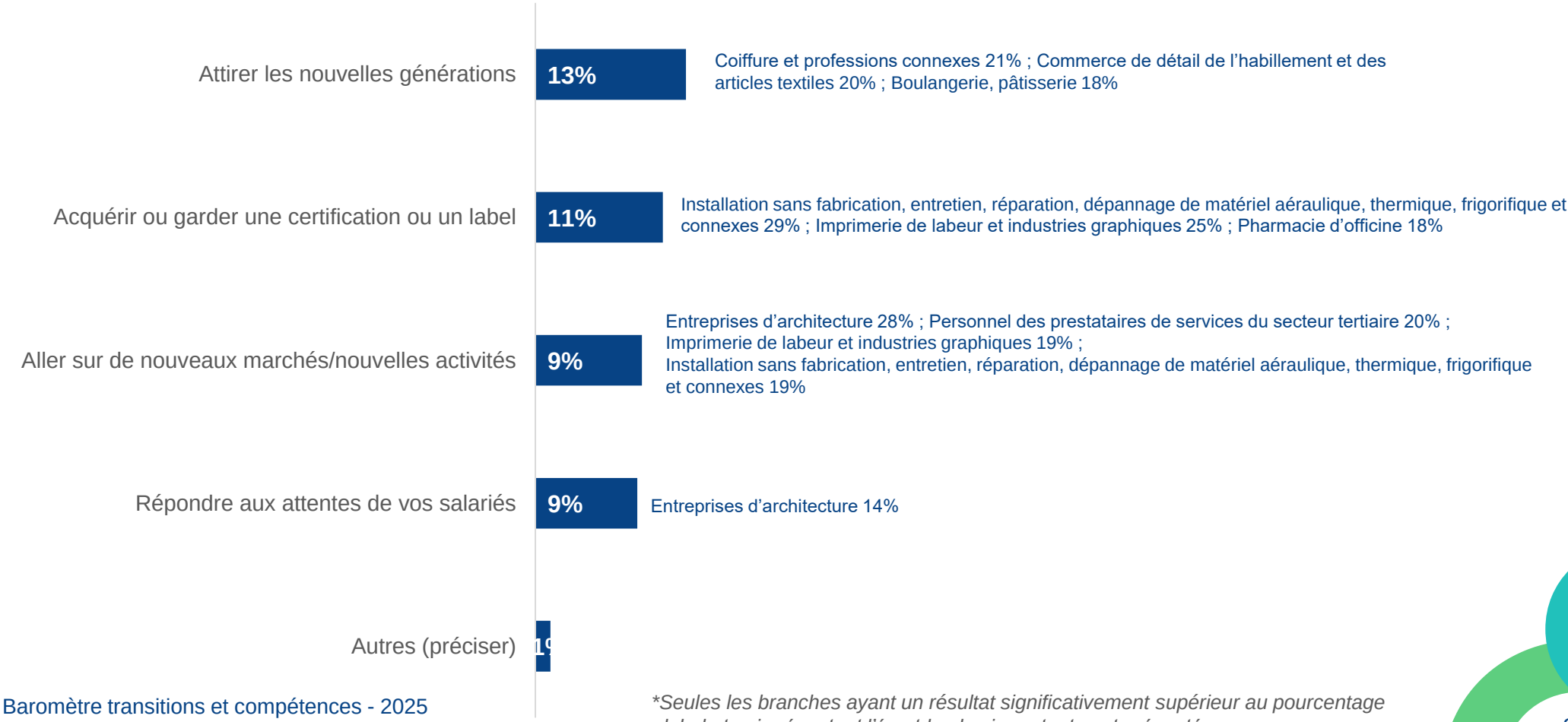
Les principales raisons pour lesquelles les entreprises seraient amenées à s'engager davantage sur les questions d'environnement et d'énergie*



**Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global et qui présentent l'écart le plus important sont présentées*

Raisons de l’engagement sur les questions d’environnement et d’énergie

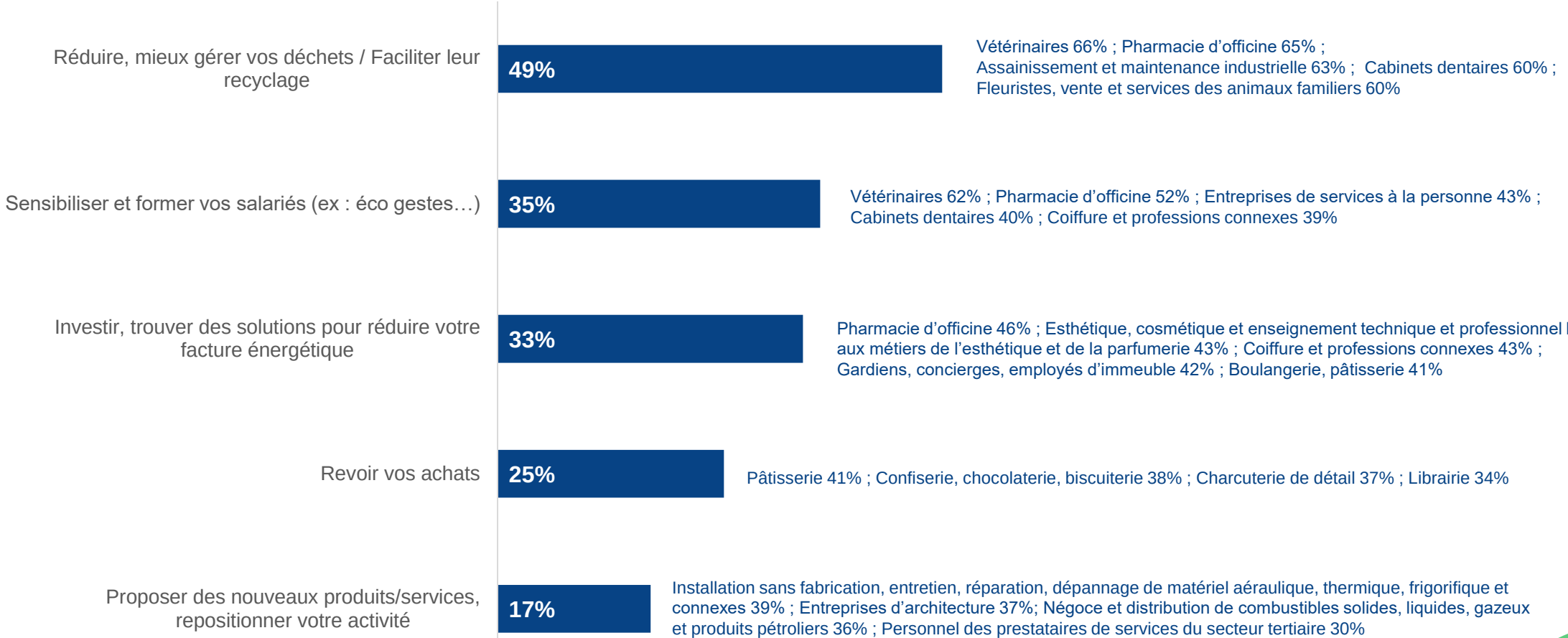
Les raisons pour lesquelles les entreprises seraient amenées à s’engager davantage sur les questions d’environnement et d’énergie – bas de classement*



Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global et qui présentent l’écart le plus important sont présentées

Les actions à mettre en place en lien avec les questions d'environnement et d'énergie

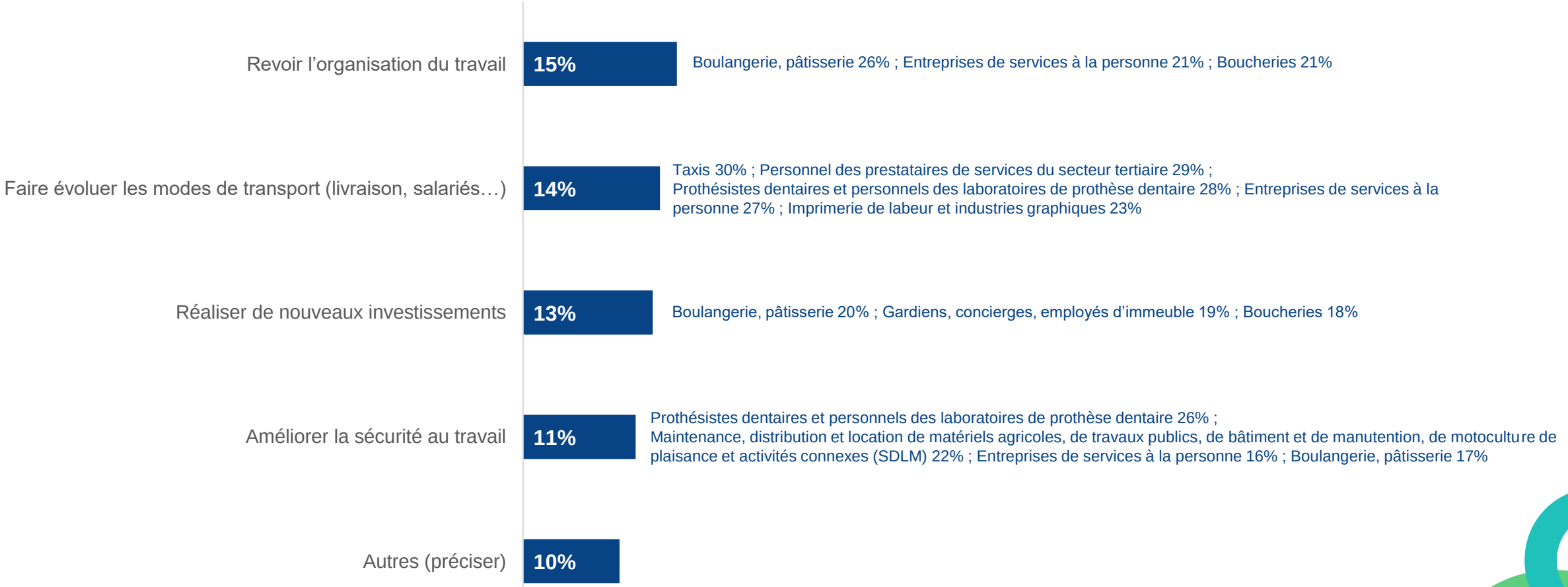
Les principales actions que les entreprises vont devoir mettre en place en lien avec les questions d'environnement et d'énergie*



Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global et qui présentent l'écart le plus important sont présentées

Les actions à mettre en place en lien avec les questions d'environnement et d'énergie

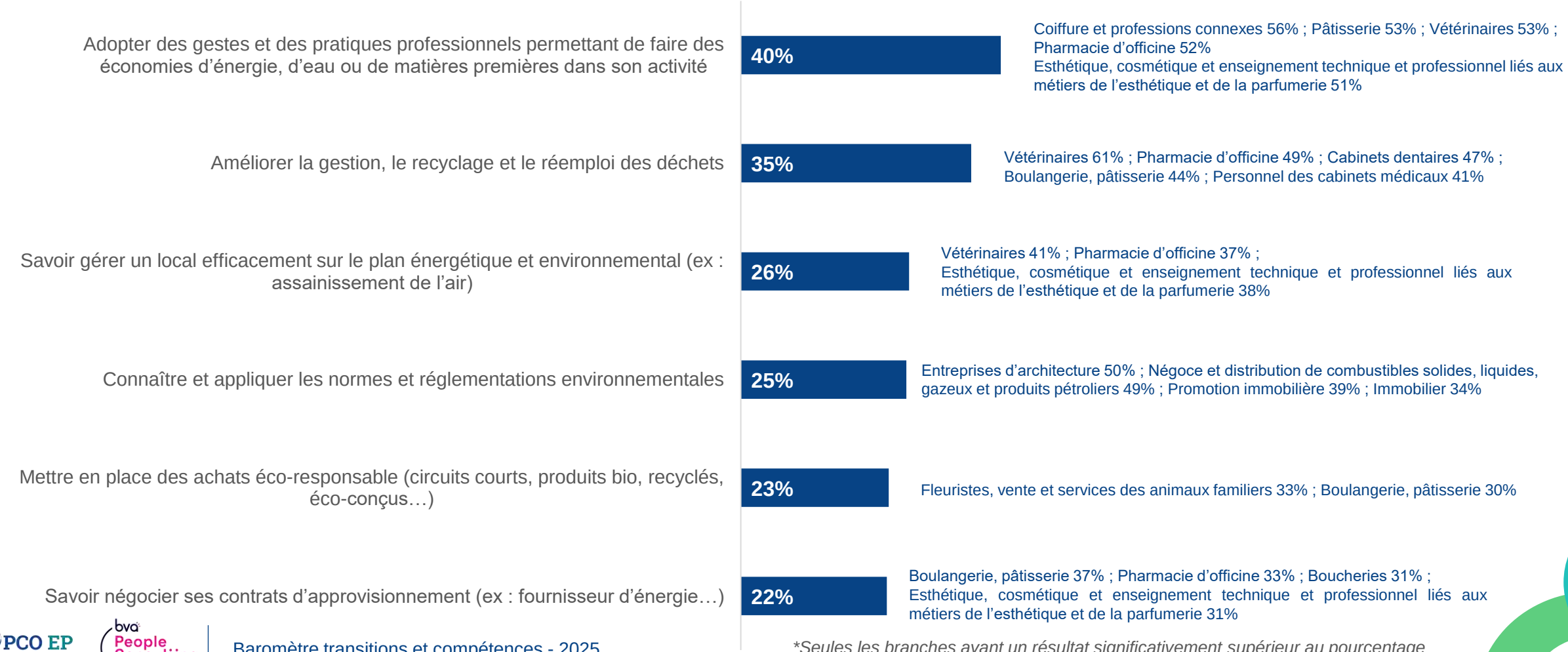
Les actions que les entreprises vont devoir mettre en place en lien avec les questions d'environnement et d'énergie – bas de classement*



Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global et qui présentent l'écart le plus important sont présentées

Compétences à développer en lien avec les questions d'environnement et d'énergie

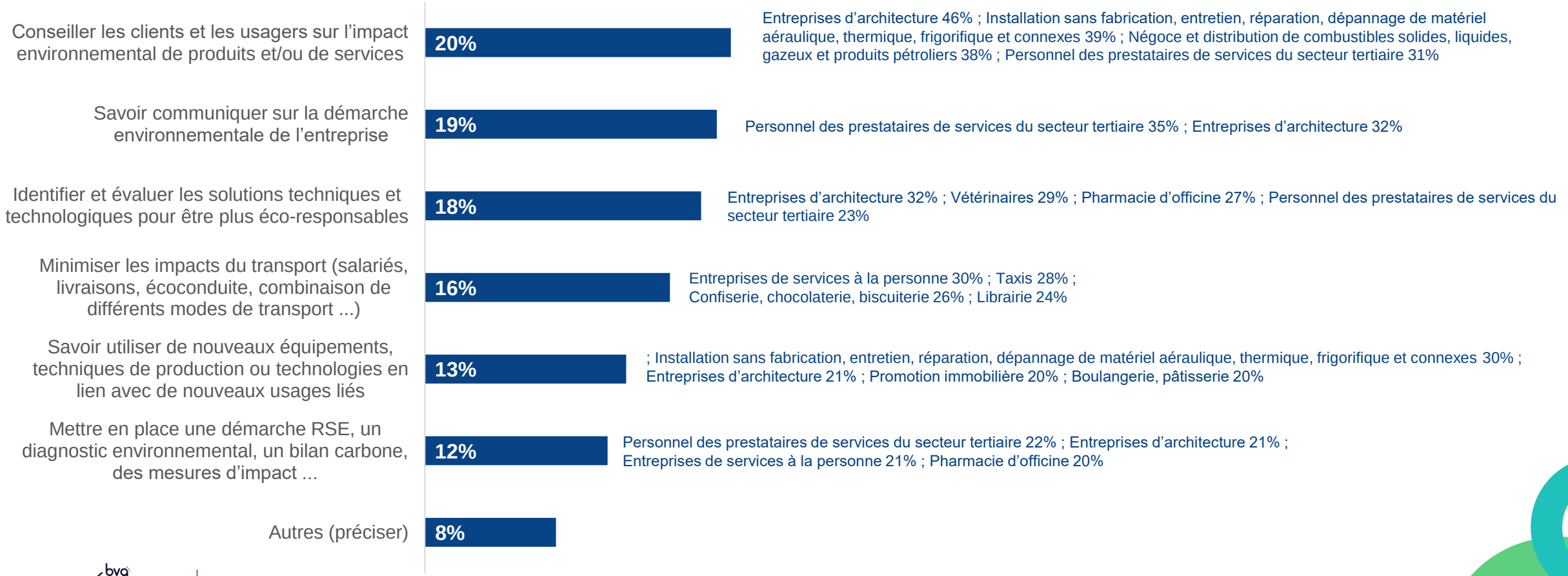
Les principales compétences (nouvelles ou à développer) nécessaires à l'entreprise en lien avec les questions d'environnement et d'énergie*



Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global et qui présentent l'écart le plus important sont présentées

Compétences à développer en lien avec les questions d'environnement et d'énergie

Les compétences (nouvelles ou à développer) nécessaires à l'entreprise en lien avec les questions d'environnement et d'énergie – bas de classement*



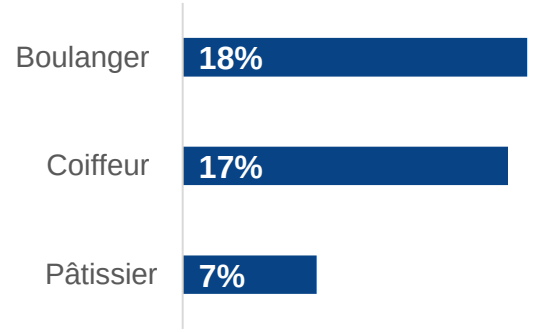
Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global et qui présentent l'écart le plus important sont présentées

Métier qui sont/seront le plus impactés par les évolutions liées à l'environnement et l'énergie

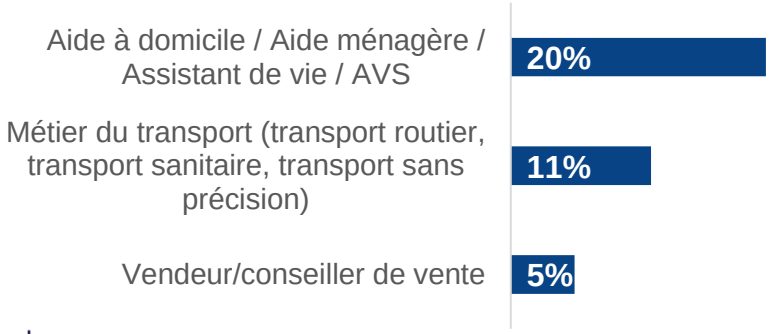
Métiers qui sont/seront le plus impactés par domaine d'activité*

Question ouverte, réponses spontanées, les pourcentages correspondent au nombre de citation par domaine

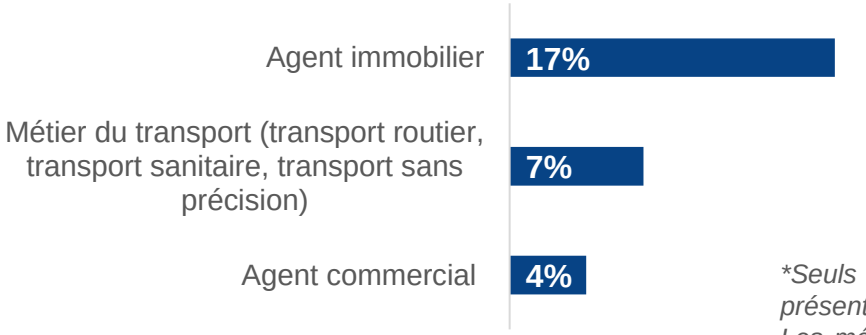
Activités artisanales



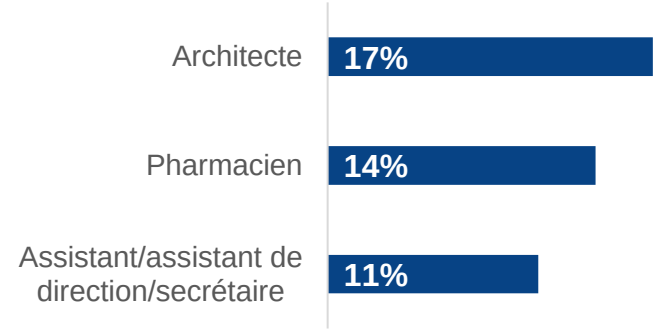
Activités de commerce et services pour les particuliers



Activités de commerce et services pour les entreprises



Activités libérales



**Seuls les trois métiers les plus cités sont présentés.*
Les métiers ayant un poids important dans un domaine d'activité ont davantage de chance d'être cités par les entreprises.

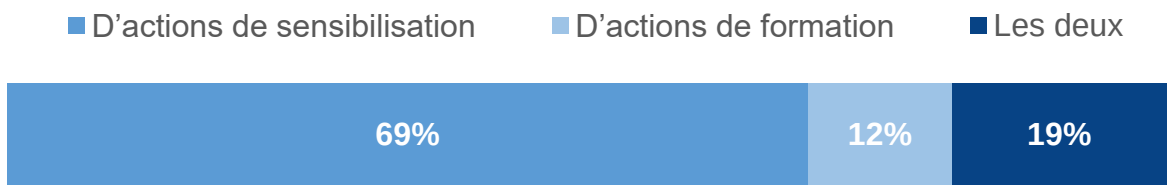
Mise en place d'actions de sensibilisation ou de formation en lien avec les questions d'environnement et d'énergie

Mise en place d'actions de sensibilisation ou de formation des salariés en lien avec les questions d'environnement et d'énergie

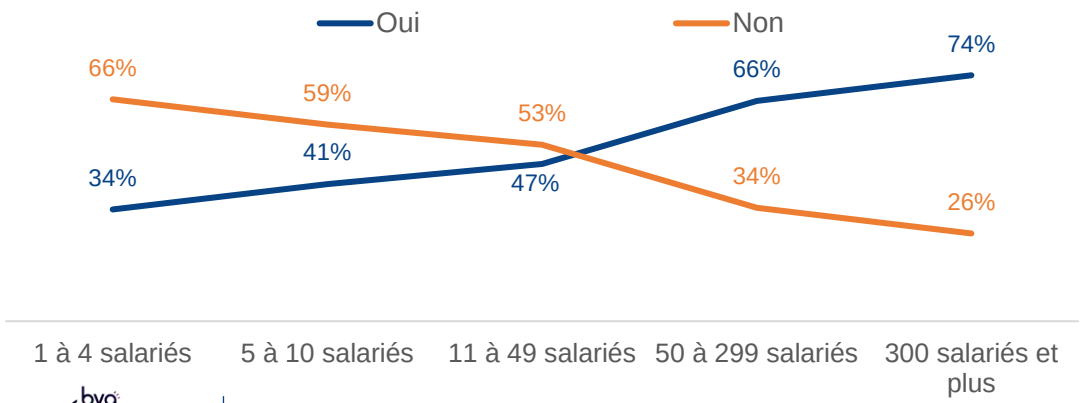


Les actions mises en place

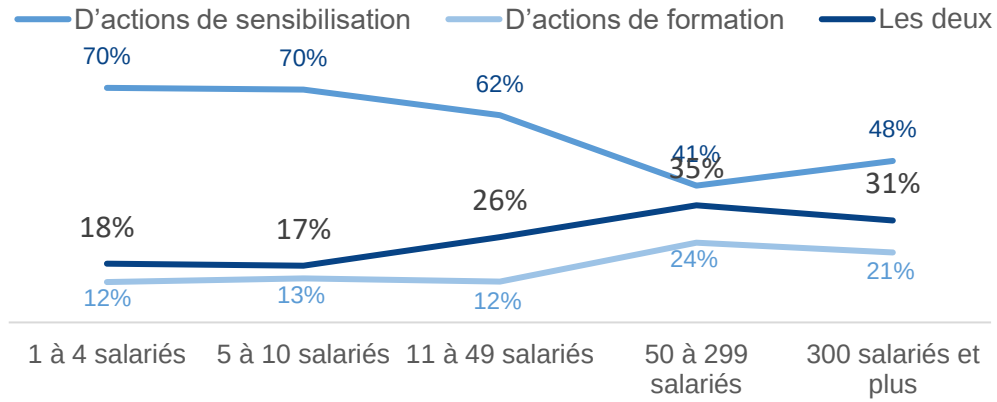
Base répondants : entreprises qui ont déclaré mettre en place des actions de sensibilisation ou de formation



Mise en place d'actions de sensibilisation ou de formation des salariés selon la taille de l'entreprise



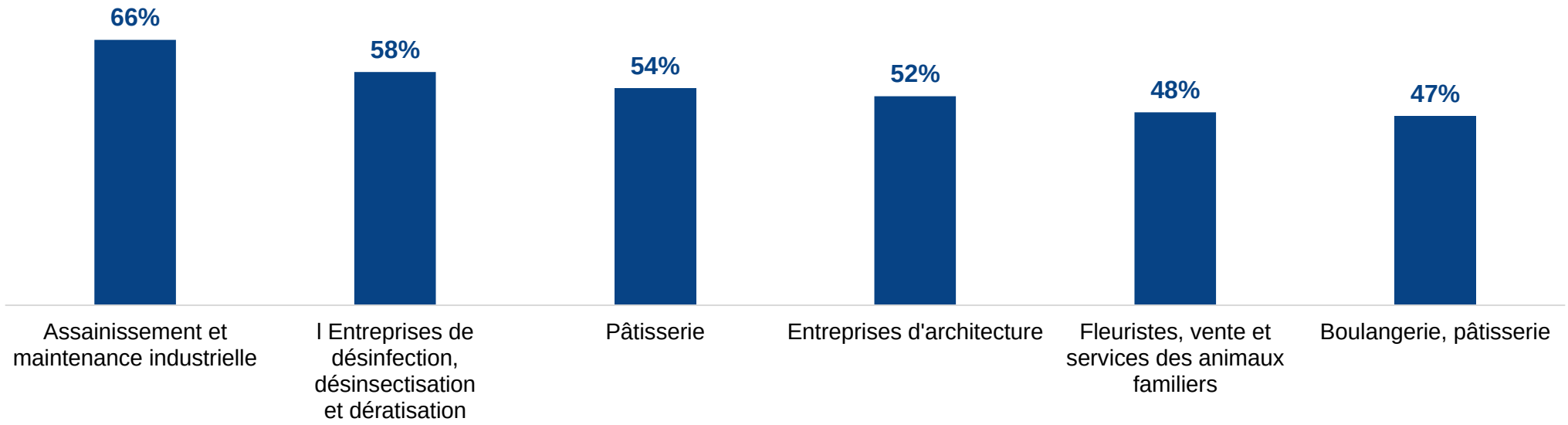
Les actions mises en place selon la taille de l'entreprise



Mise en place d’actions de sensibilisation ou de formation en lien avec les questions d’environnement et d’énergie

Mise en place d’actions de sensibilisation ou de formation des salariés en lien avec les questions d’environnement et d’énergie, détail par branche professionnelle*

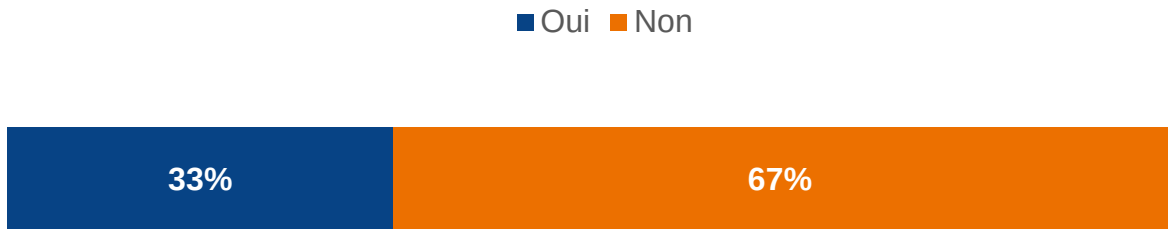
Les résultats présentés correspondent au pourcentage « oui »



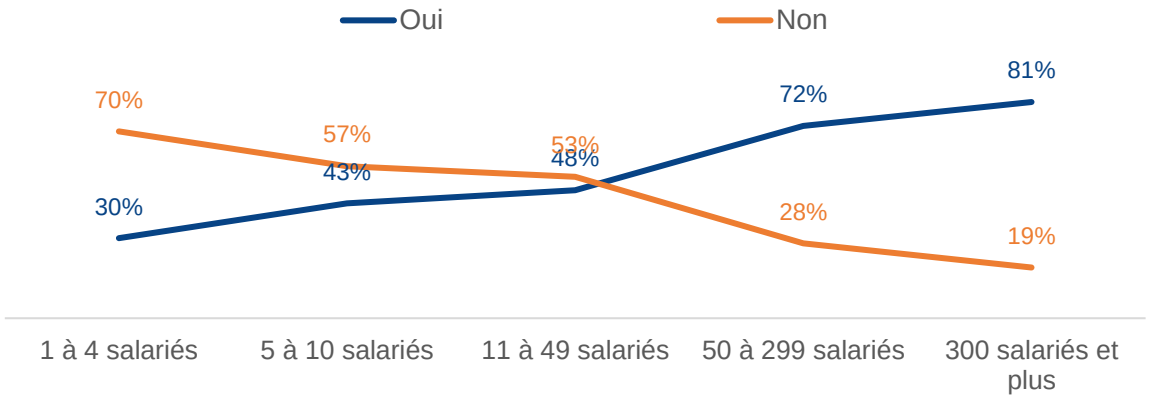
**Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global sont présentées*

Intention de mettre en place des actions de sensibilisation ou de formation en lien avec les questions d'environnement et d'énergie

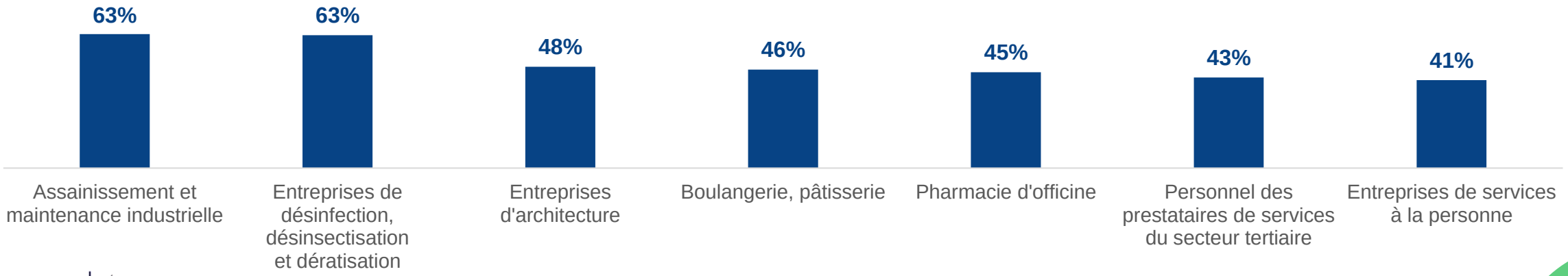
Souhait de mettre en place des actions de sensibilisation ou de formation des salariés au cours de l'année à venir



Souhait de mettre en place des actions de sensibilisation ou de formation des salariés au cours de l'année à venir selon la taille



Souhait de mettre en place des actions de sensibilisation ou de formation des salariés au cours de l'année à venir par branche*

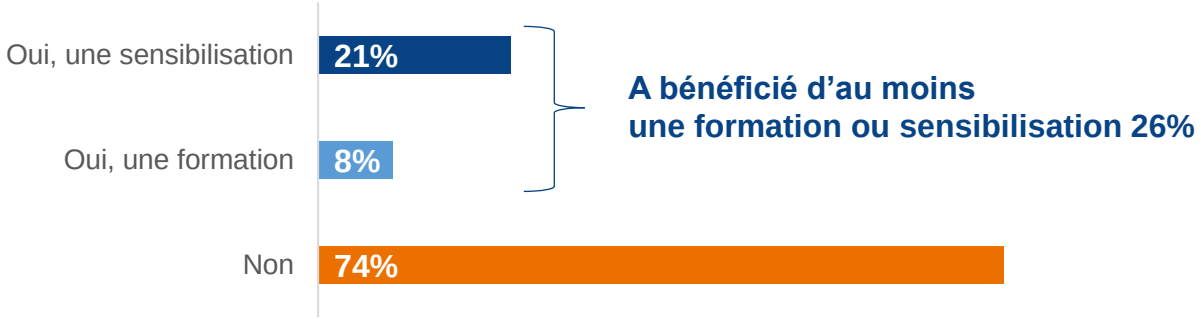


Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global sont présentées

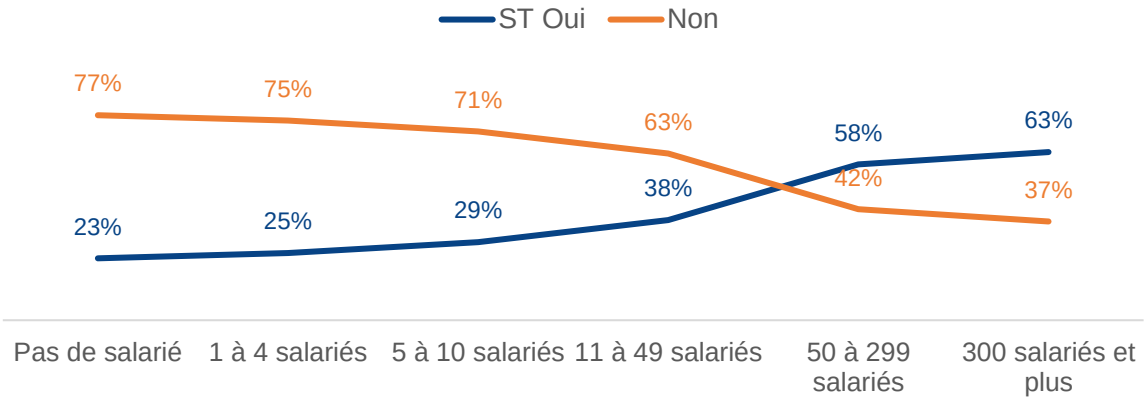
Part des répondants* qui ont eux-mêmes bénéficié d'une sensibilisation / formation au cours des deux dernières années

A bénéficié d'une formation / sensibilisation au cours des deux dernières années

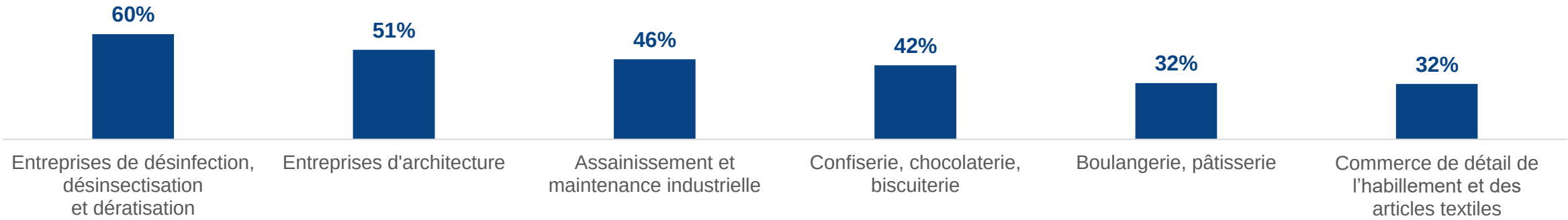
Possibilité de répondre « une sensibilisation » et « une formation (total > 100%)



A bénéficié d'une formation / sensibilisation au cours des deux dernières années selon la taille de l'entreprise



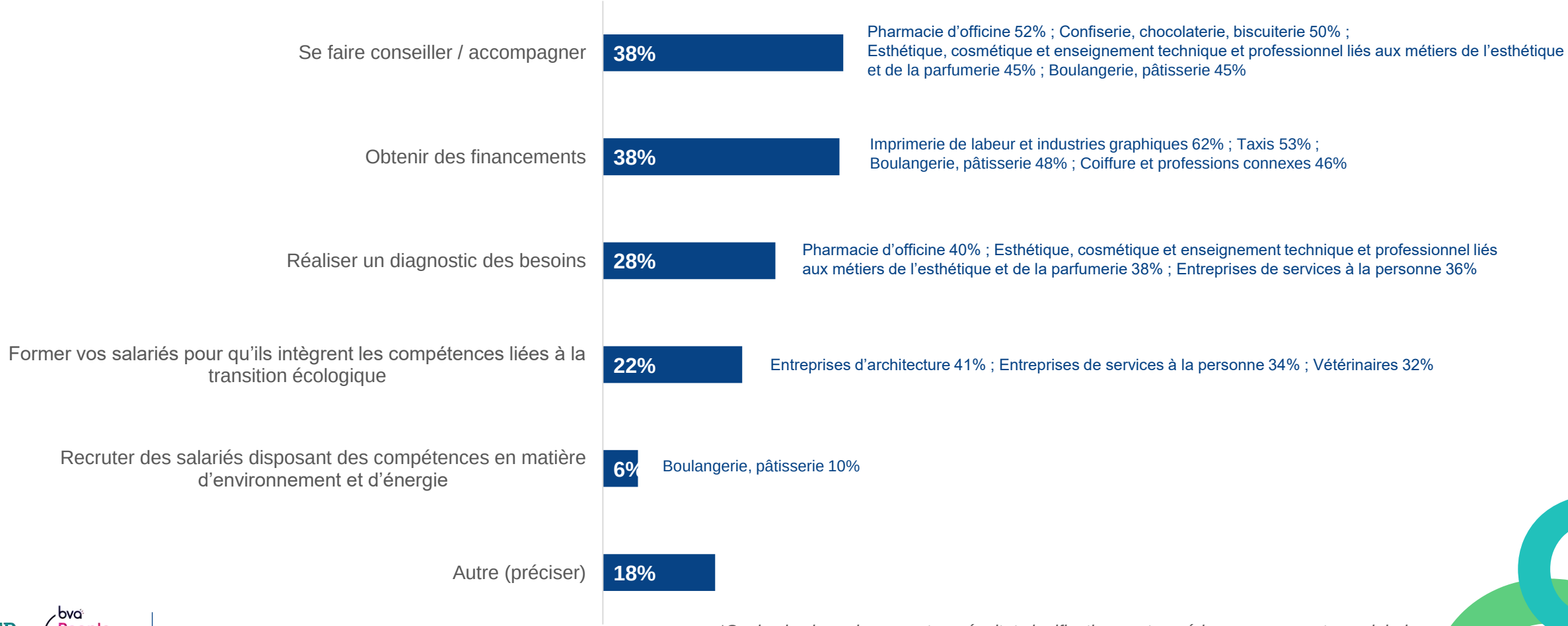
A bénéficié d'une formation / sensibilisation au cours des deux dernières années par branche**



** Dans environ 9 cas sur 10, le répondant est un dirigeant (salarié ou non-salarié).*
*** Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global et qui présentent l'écart le plus important sont présentées*

Besoins et attentes pour mieux intégrer les questions d’environnement et d’énergie

Les besoins et attentes des entreprises pour mieux intégrer les questions d’environnement et d’énergie*



Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global et qui présentent l’écart le plus important sont présentées

Les enseignements des ateliers sur la perception et le déploiement de la transition écologique et énergétique (1/3)

L'importance accordée à la transition écologique et énergétique (TEE) varie selon les branches professionnelles et les individus interrogés

De multiples facteurs y contribuent :

- **La consommation en énergie et la nécessité d'en réduire le coût** constitue un facteur d'engagement dans la transition énergétique pour certaines activités (ex : boulangeries ; Immobilier, architectes…).
- **Les convictions personnelles et le mode de vie du dirigeant** peuvent constituer des éléments d'impulsion forts.
- **La transition peut être poussée par les demandes et attentes de la clientèle,** vis-à-vis de laquelle la dimension écologique devient un facteur de différenciation, d'image de marque et d'attractivité supplémentaire.
- **Elle peut être aussi impulsée par des salariés/alternants sensibilisés aux enjeux de RSE** (mais attention à la généralisation : des chefs d'entreprise constatent, a contrario, une très faible adoption des gestes écoresponsables par certains profils de jeunes).

Les pratiques écologiques sont propres aux spécificités de chaque branche mais suscitent souvent des interrogations sur la mise en action concrète

- **Des activités dans lesquels la règlementation fixe le cadre et pour lesquelles, par exemple, les filières de recyclage sont installées** (ex : déchets verts pour les fleuristes ; déchets dangereux dans le domaine des dispositifs médicaux).
- **D'autres activités dans lesquelles certaines pratiques sont balbutiantes ou inexistants**
- **Un décalage net apparaît dans les propos des entreprises de proximité** entre la conscience de devoir faire/l'envie de faire et le manque de repères sur la manière de se mettre en action concrètement.

C'est du quotidien pour nous, alors qu'on paraît très éloigné de ça, avec la galette. Dans notre métier, on a les trophées EcoDéfis, que j'utilise beaucoup pour la communication. Sur Dinard, j'ai obtenu le trophée EcoDéfis en 2023, je crois. Donc, être vertueux dans ces domaines-là, c'est vraiment gagner des nouveaux clients ! (Boulangerie-pâtisserie, Bretagne)

Sur la transition écologique, on fait beaucoup de désinfection de dispositifs médicaux et ça pose justement la question du recyclage des eaux usées. Qu'est-ce qu'on en fait ? On n'a pas beaucoup d'aides sur le sujet… C'est vrai que c'est encore quelque chose qu'on gère individuellement. (Négoce et prestations de services médico-techniques, Ile-de-France)

Les enseignements des ateliers sur la perception et le déploiement de la transition écologique et énergétique (2/3)

Une prise de conscience et d'adoption des comportements écoresponsables à développer

- Des écogestes « basiques » (ex : lumière, tri...) ne sont, semble-t-il, pas maîtrisés par les employés des entreprises de proximité. Des demandes récurrentes sont exprimées par les chefs d'entreprises concernant des formations adaptées et des compétences actualisées**.**

Un besoin de mise à niveau permanente par rapport à la réglementation et aux normes environnementales.

- **La réglementation et les normes environnementales** sont perçues, dans certaines activités, comme très contraignantes, imposant une actualisation des connaissances particulièrement chronophage**.**

J'ai la climatisation dans mes toilettes qui sont toutes petites. Les gens laissent la fenêtre et la porte ouverte des toilettes donc on climatise l'extérieur et ça je suis sans arrêt en train de me battre sur des choses comme ça. Donc ça passe par la sensibilisation. (Immobilier, Antilles-Guyane)

On a appris qu'on était soumis au décret de tertiaire, je n'en ai jamais entendu parler. Donc on doit diminuer de tant nos émissions pour les dix prochaines années. Il y a tout un tas de barèmes et on n'est pas du tout sensibilisés là-dessus. (fleuristes, vente et services des animaux familiers, Auvergne-Rhône-Alpes)

Les attentes de formations et d'offre de service sur la transition écologique et énergétique, issues des ateliers (3/3)*

- Sensibilisation aux enjeux et à l'incidence de la TEE pour les entreprises
- Pour les dirigeants (et dans une version déclinée, pour leurs employés), formation à la réglementation et aux normes dans leur domaine d'activités et modules d'actualisation continue
- Sensibilisation des employés aux écogestes
- Formation aux filières de recyclage selon les types de déchets
- Modules dédiés aux impacts énergétiques des technologies numériques (IA, etc)
- Diagnostic et accompagnement des dirigeants dans l'identification et la mise en œuvre des actions concrètes de TEE dans leur entreprise
- Intervention dans les écoles et les CFA pour sensibiliser les jeunes à la TEE et développer les bonnes pratiques et les bons gestes des futurs salariés (dont alternants)

Suggestion complémentaire de l'atelier inter-régional (Opco EP)

- Capitalisation sur les différents témoignages et REX d'entreprises de proximité (webinaires, projets…) qui existent au sein des Délégations régionales d'Opco EP, pour alimenter les réflexions sur l'adaptation de l'offre de services à leurs besoins

*Cette page présente la synthèse des attentes exprimée par les participants aux différents ateliers, notamment en termes de formation et d'offre de service. Les situations et profils des entreprises étant très hétérogènes, chaque attente relatée n'est pas commune à l'ensemble des participants.

4. La transition numérique

OPCO EP
Opérateur de compétences
des Entreprises de Proximité

En synthèse

Le développement du numérique, entre opportunité et nécessité

L'importance accordée à la **transition numérique** est corrélée à la taille de l'entreprise. Prioritaire pour 6 entreprises sur 10 lorsqu'elles ont au moins 50 salariés, le développement du numérique l'est pour 3 entreprises sur 10 en deçà de 10 salariés. Ce développement est plus souvent associé à une **opportunité** (34%) ou une **nécessité** (31%), très rarement à une menace (7%) et ceci quelle que soit la taille de l'entreprise. La perception du numérique comme opportunité est plus marquée au sein de certaines branches professionnelles (assainissement et maintenance industrielle, entreprises de services à la personne, personnel des prestataires de services du secteur tertiaire, ...) qui l'associent fréquemment au potentiel d'amélioration de la gestion ou de promotion et développement de l'activité.

Si 1 entreprise sur 2 dispose déjà d'un site internet et communique sur les réseaux sociaux, le développement de la **visibilité de l'entreprise sur le Web** reste la première action que les entreprises de proximité souhaitent mettre en place (44% d'entre elles). D'autres actions sont visées en priorité pour **simplifier la gestion administrative** (devis, planning, facturation…), **adapter l'offre et les services** aux nouveaux usages de la clientèle, mettre en place de **nouveaux outils et logiciels** (management, comptabilité, GRH…) ou renforcer la **cybersécurité**.

Promouvoir l'entreprise sur les réseaux sociaux : première compétence à développer

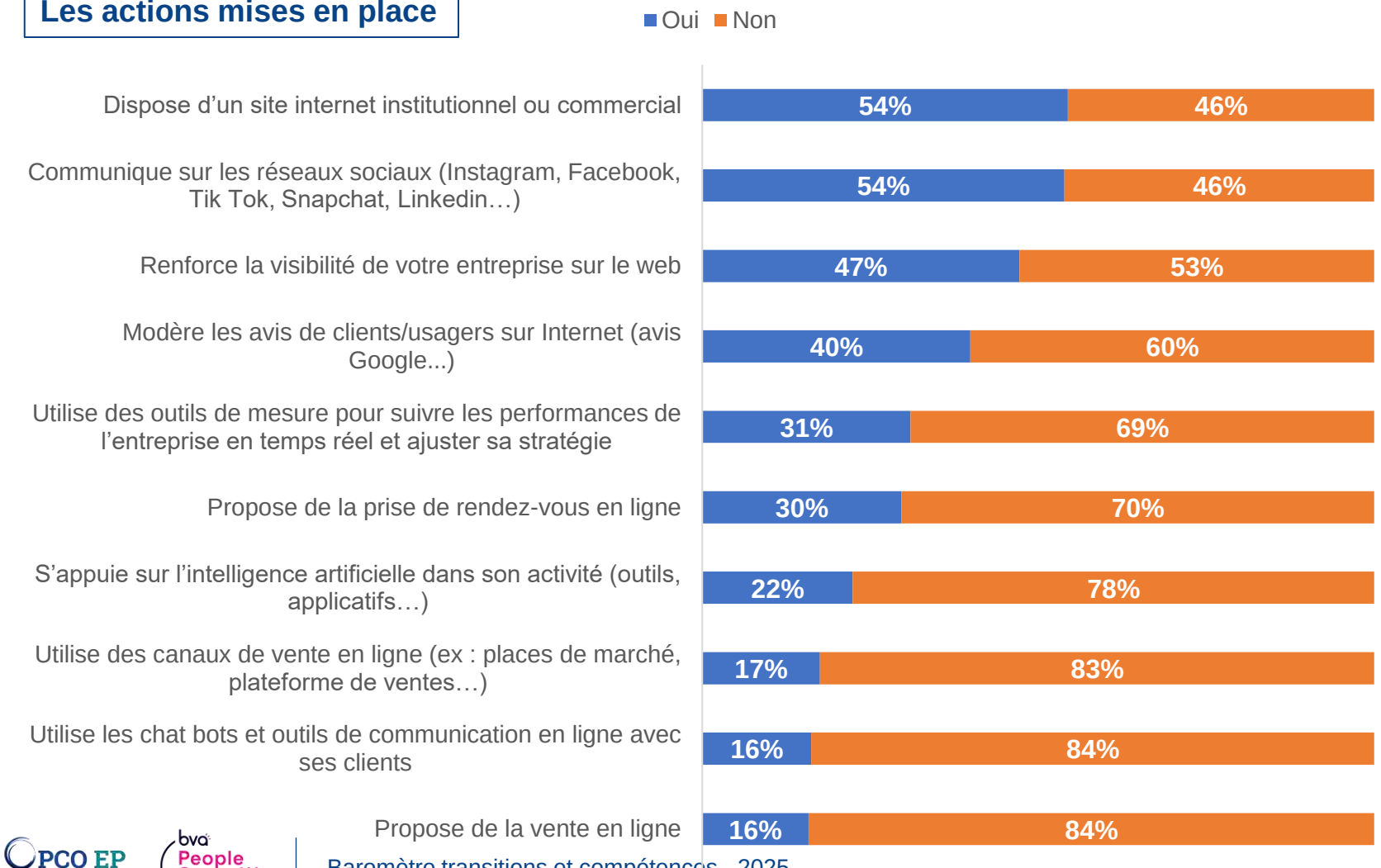
De là, découlent des **compétences à acquérir ou renforcer** en priorité chez les salariés : promouvoir l'entreprise sur les **réseaux sociaux** (41% d'entre elles), **administrer et faire vivre le site Web** (31%), **utiliser des applications ou services** sur smartphone, tablette ou ordinateur (31%), **appliquer les bonnes pratiques de sécurité informatique** (28%) ou encore **se former à distance** (28%). Dans certaines branches professionnelles, d'autres compétences apparaissent essentielles à développer, comme la **réalisation d'actions commerciales ou de communication** pour l'esthétique, cosmétique et enseignement technique et professionnel liés aux métiers de l'esthétique et de la parfumerie, l'utilisation de logiciels basés sur **l'intelligence artificielle (IA)** dans les entreprises d'architecture et l'immobilier ou **l'analyse de données numériques** (ex : fréquentation) dans les pharmacies d'officine, notamment.

Seules 3 entreprises sur 10 ont déjà mis en place des **sensibilisations ou formations au numérique** à destination de leurs salariés et 1 sur 10 avec un contenu relatif à **l'intelligence artificielle (IA).** Le déploiement de ces formations, qu'il s'agisse du numérique en général ou de l'IA, est nettement plus important au-delà de 50 salariés, de même que l'intention d'en proposer dans l'année à venir.

Pour mener à bien leur transition numérique, les entreprises aimeraient avant tout être **conseillées et accompagnées** (38%) et obtenir des **financement** (38%). Certaines d'entre elles souhaiteraient également pouvoir identifier les **usages possibles de l'IA** dans leur entreprise (29%), former leurs salariés aux **compétences numériques de base** (24%) ou aux **usages de l'IA** (21%), ou encore bénéficier d'un **diagnostic de leurs besoins**.

Actions mises en place par les entreprises concernant les outils digitaux et numériques

Les actions mises en place



Taxis 67% ; Cabinets dentaires 66% ; Gardiens, concierges et employés d'immeuble 64%
Prothésistes dentaires et personnels des laboratoires de prothèse dentaire 64% ;Boulangerie, pâtisserie 61% ; Personnel des cabinets médicaux 61% ; Coiffure et professions connexes 53%

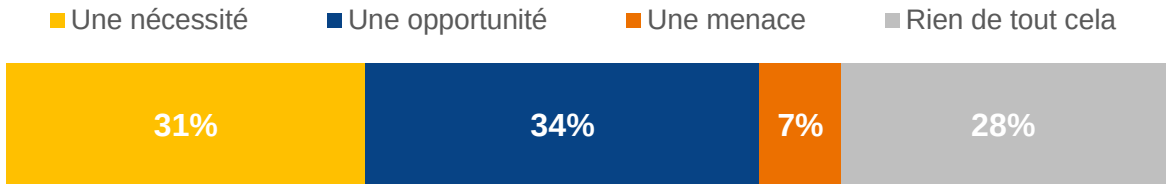
Personnel des prestataires de services du secteur tertiaire 42% ; Immobilier 41% ; Notariat 35% ; Avocats 34% ; l Esthétique, cosmétique et enseignement technique et professionnel liés aux métiers de l'esthétique et de la parfumerie 31%

Importance et perception du développement du numérique

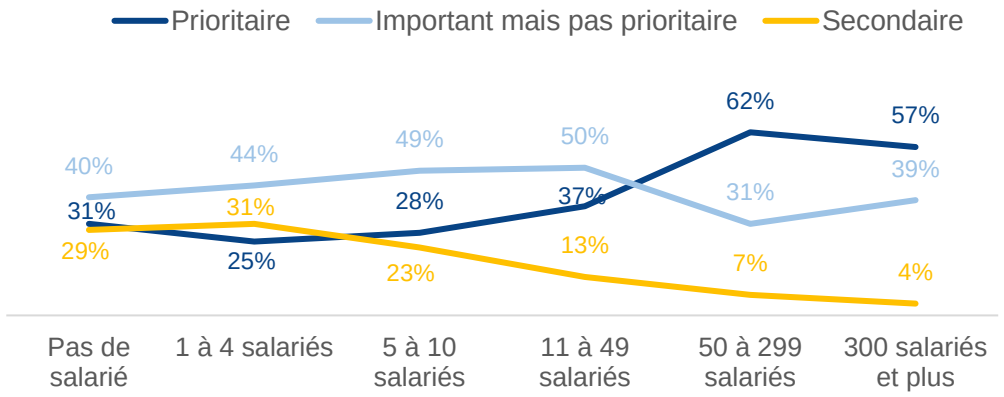
Importance du développement du numérique pour l'entreprise



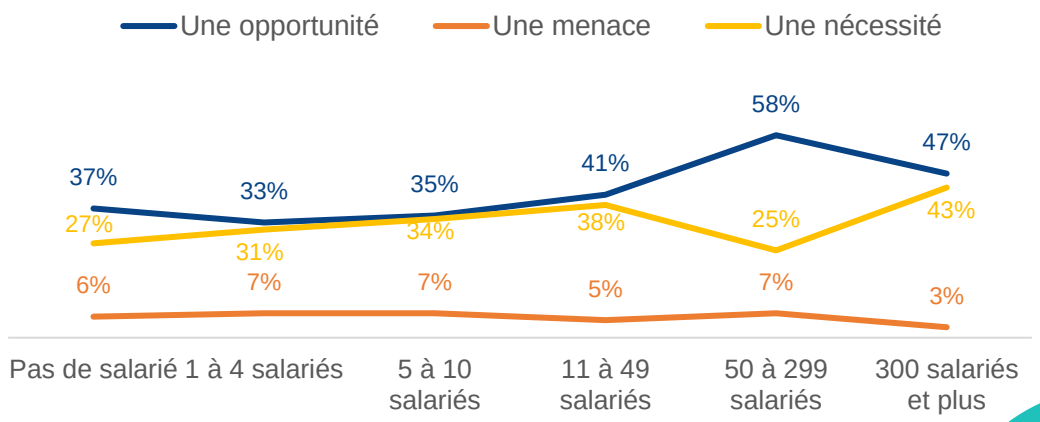
Perception du développement du numérique pour l'entreprise



Importance du développement du numérique selon la taille de l'entreprise



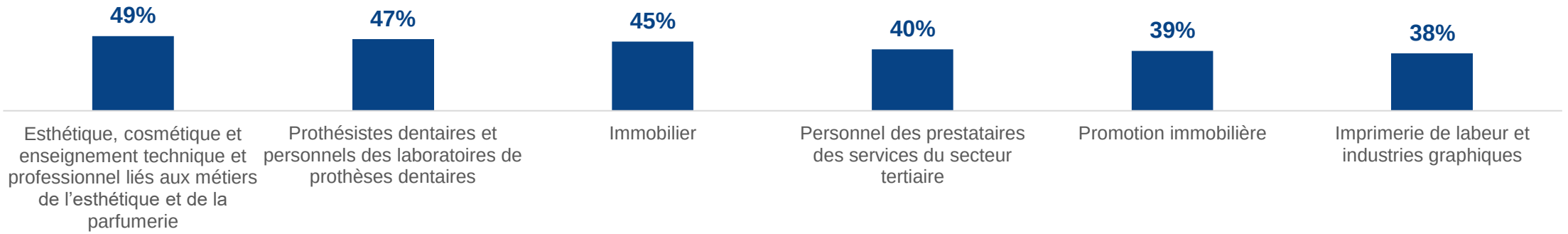
Perception du développement du numérique selon la taille de l'entreprise



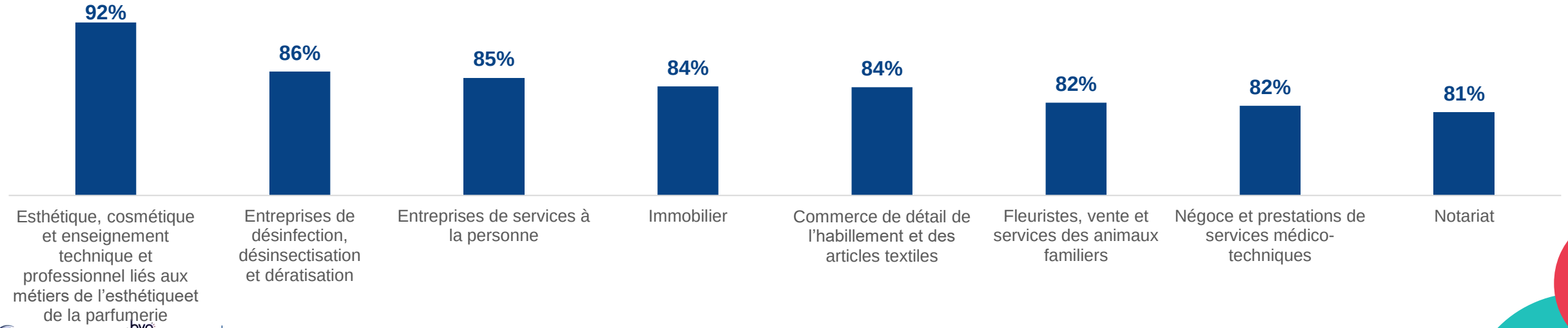
Importance du développement du numérique

Branches professionnelles ayant la part la plus élevée d'entreprises qui accordent le plus d'importance au développement du numérique*

Les résultats présentés correspondent au pourcentage « prioritaire »



Les résultats présentés correspondent au pourcentage « prioritaire » + « important mais pas prioritaire »

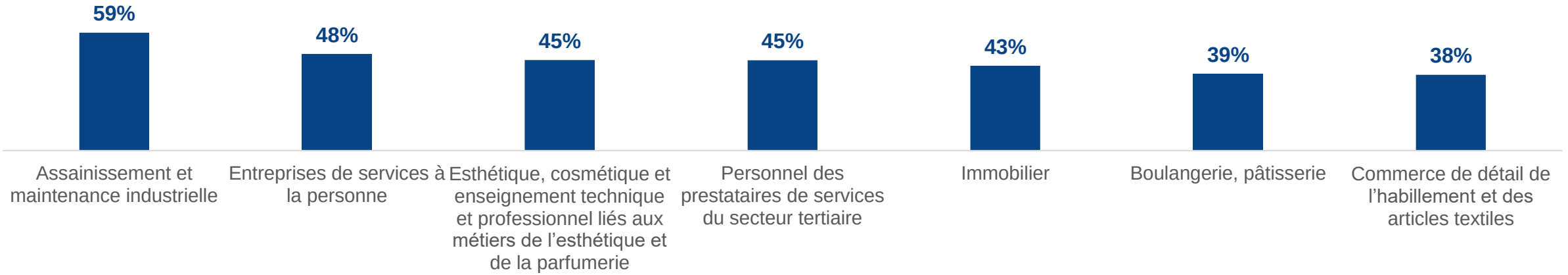


**Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global et qui présentent l'écart le plus important sont présentées*

Perception du développement du numérique

Branches professionnelles ayant la part la plus élevée d'entreprises qui considèrent que le développement du numérique est une opportunité / menace*

Les résultats présentés correspondent au pourcentage « une opportunité »



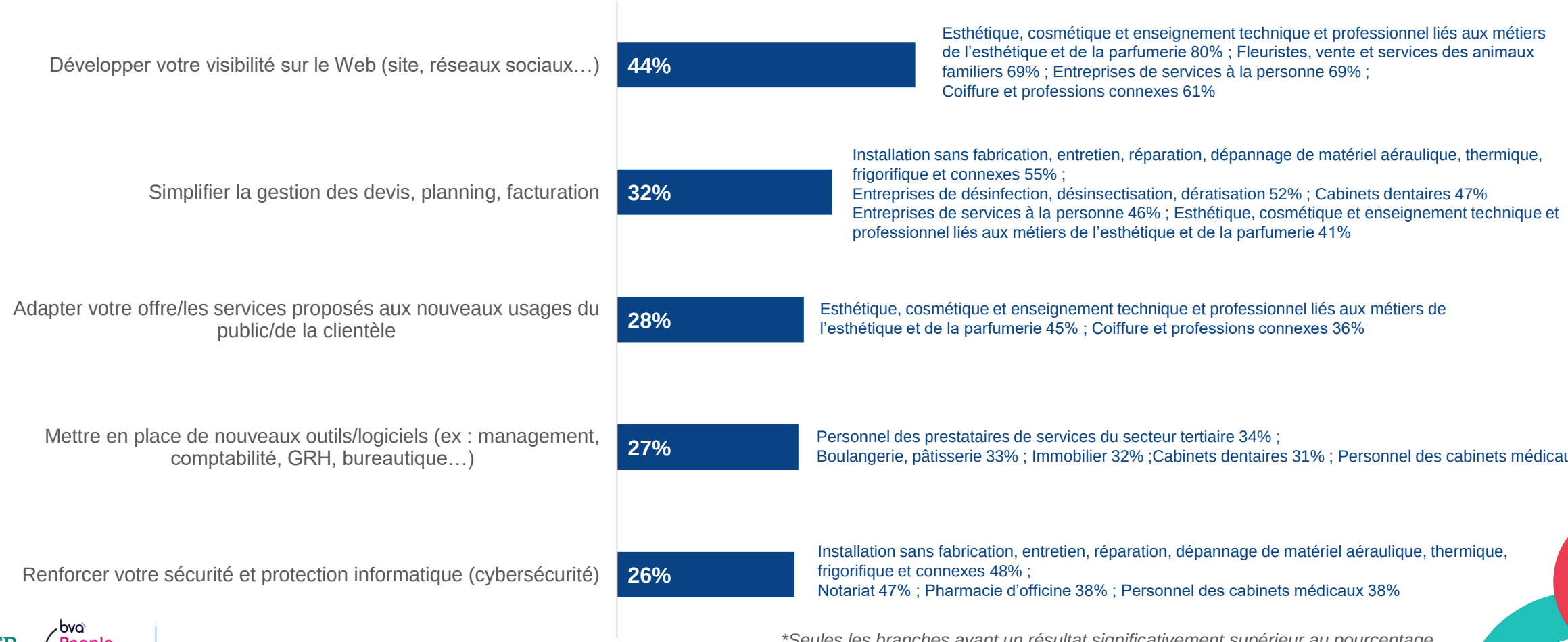
Les résultats présentés correspondent au pourcentage « une menace »



Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global sont présentées

Les actions à mettre en place en lien avec la transition numérique

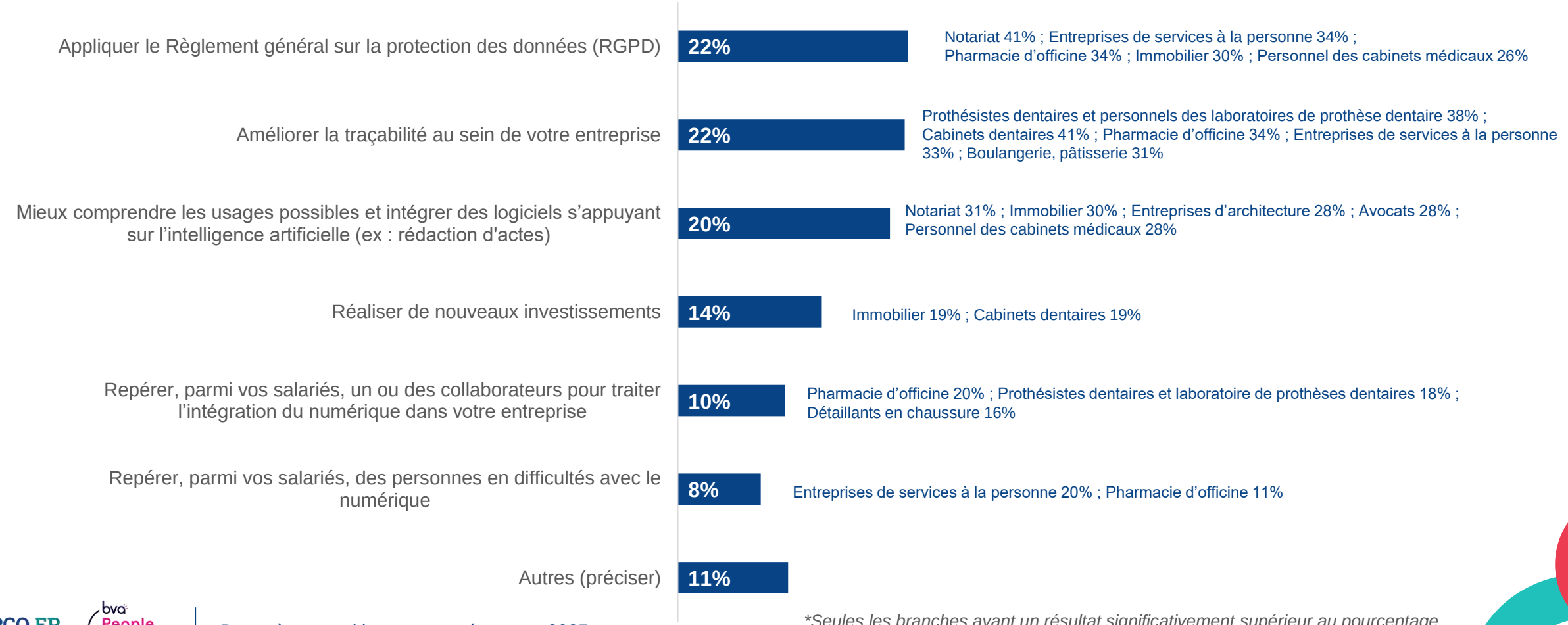
Les principales actions que les entreprises vont devoir mettre en place*



Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global et qui présentent l'écart le plus important sont présentées

Les actions à mettre en place en lien avec la transition numérique

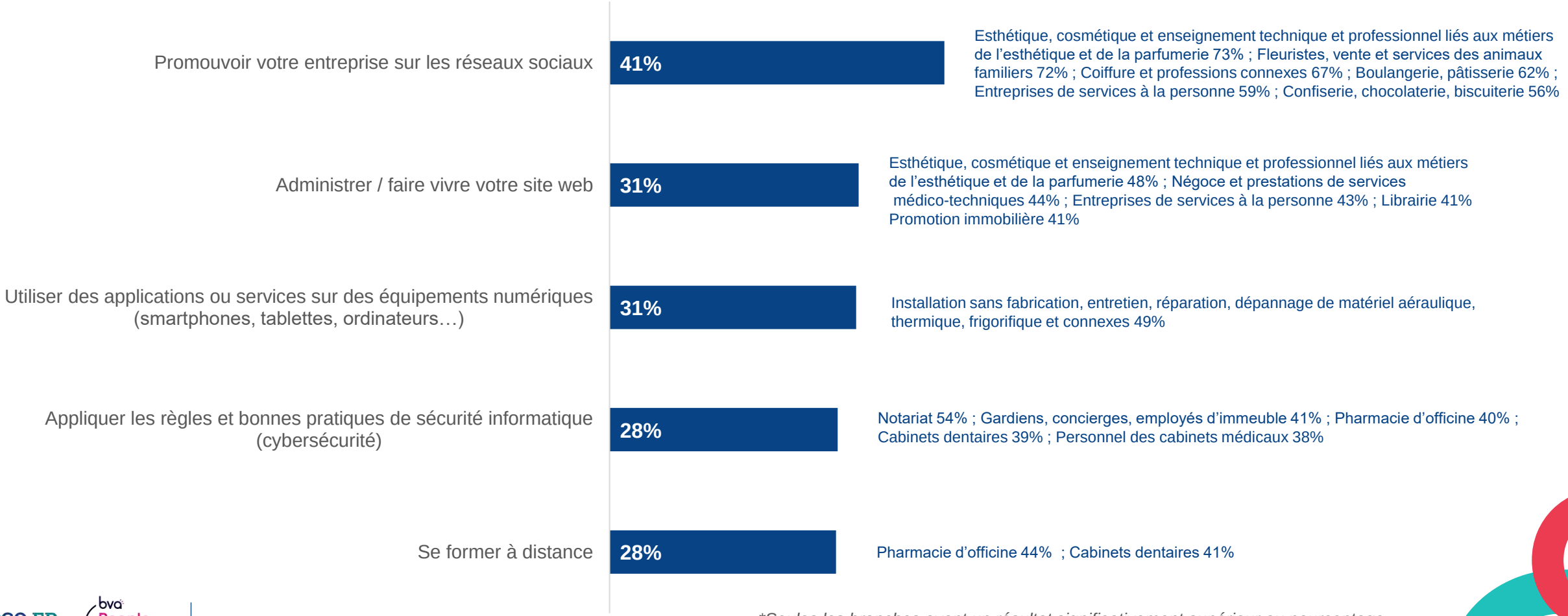
Les actions que les entreprises vont devoir mettre en place – bas de classement*



Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global et qui présentent l'écart le plus important sont présentées

Compétences à développer en lien avec la transition numérique

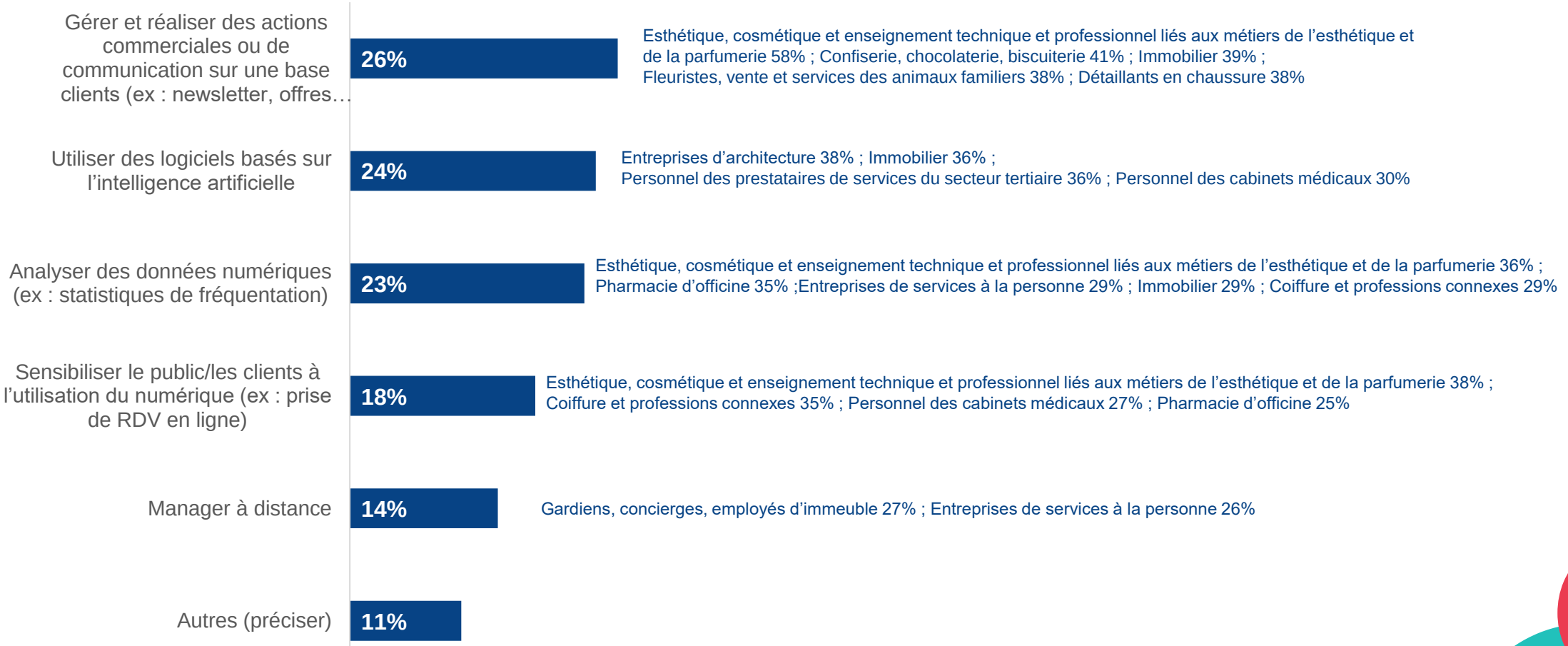
Les principales compétences (nouvelles ou à développer) nécessaires à l'entreprise*



Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global et qui présentent l'écart le plus important sont présentées

Compétences à développer en lien avec la transition numérique

Les compétences (nouvelles ou à développer) nécessaires à l'entreprise – bas de classement*



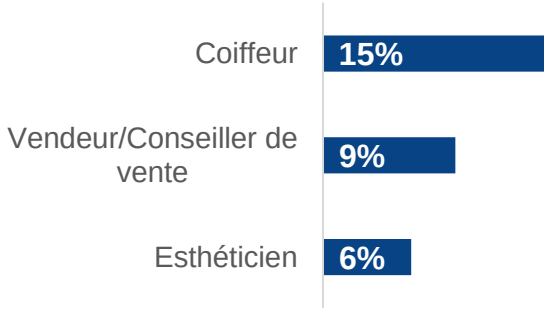
Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global et qui présentent l'écart le plus important sont présentées

Métiers qui sont/seront le plus impactés par le développement du numérique

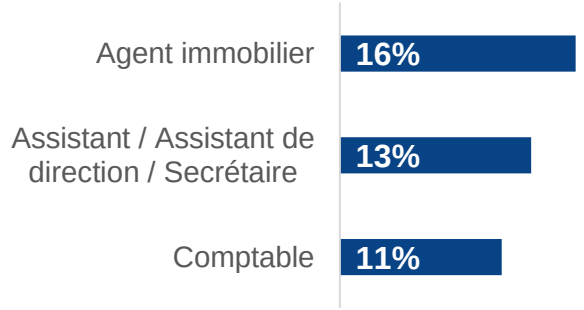
Métiers qui sont/seront le plus impactés par domaine d'activité*

Question ouverte, réponses spontanées, les pourcentages correspondent au nombre de citation par domaine

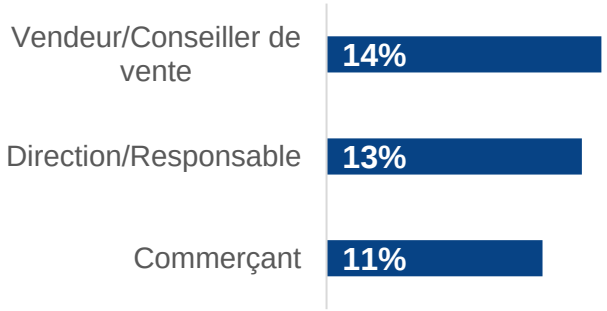
Activités artisanales



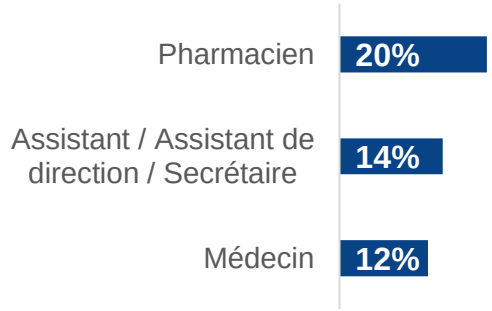
Activités de commerce et services pour les entreprises



Activités de commerce et services pour les particuliers



Activités libérales



**Seuls les trois métiers les plus cités sont présentés.*
Les métiers ayant un poids important dans un domaine d'activité ont davantage de chance d'être cités par les entreprises.

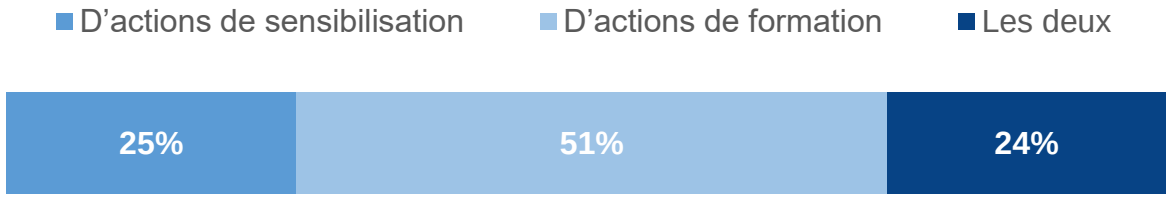
Mise en place d'actions de sensibilisation ou de formation en lien avec le numérique

Mise en place d'actions de sensibilisation ou de formation des salariés

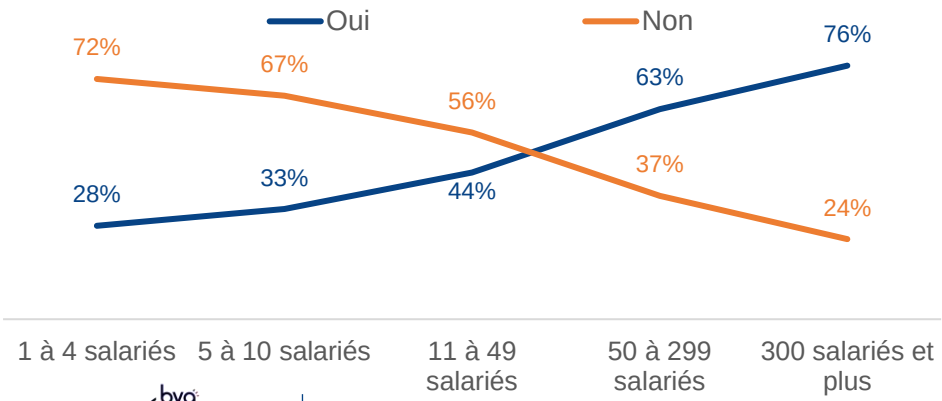


Les actions mises en place

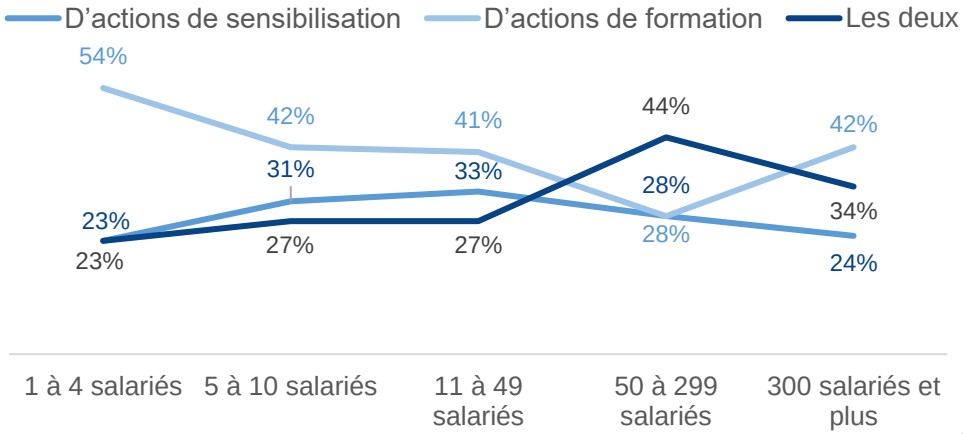
Base répondants : entreprises qui ont déclaré mettre en place des actions de sensibilisation ou de formation



Mise en place d'actions de sensibilisation ou de formation des salariés selon la taille de l'entreprise



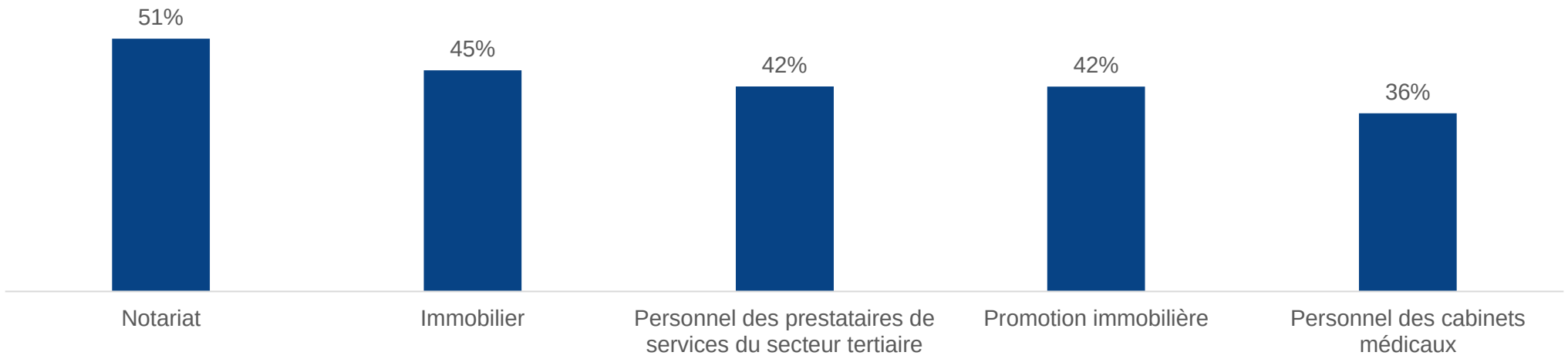
Les actions mises en place selon la taille de l'entreprise



Mise en place d’actions de sensibilisation ou de formation en lien avec le numérique

Branches professionnelles ayant la part la plus importante d’entreprises ayant mis en place des actions de sensibilisation ou de formation des salariés*

Les résultats présentés correspondent au pourcentage « oui »



**Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global sont présentées*

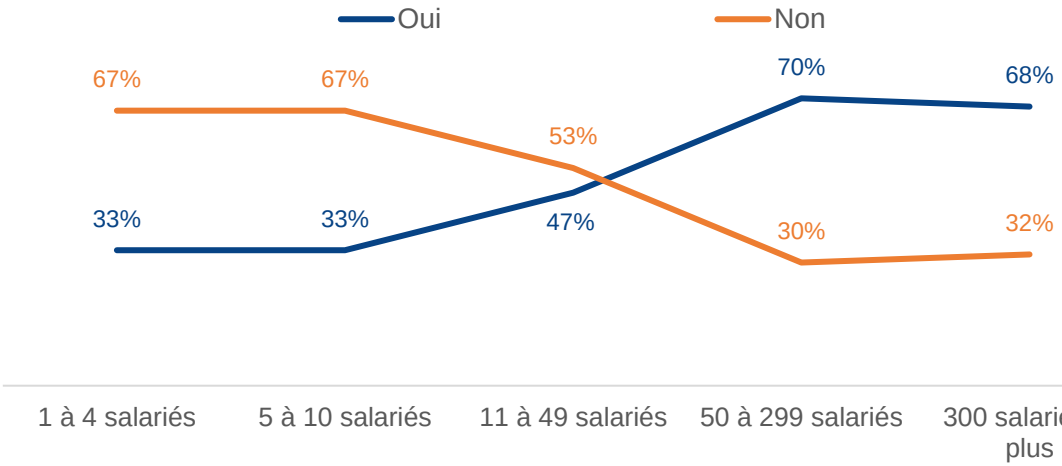
Les actions de sensibilisation / formation et l'intelligence artificielle

Part des entreprises qui ont mis en place des actions de sensibilisation / formation et dont le contenu a également porté sur l'intelligence artificielle

Base répondants : entreprises qui ont déclaré mettre en place des actions de sensibilisation ou de formation

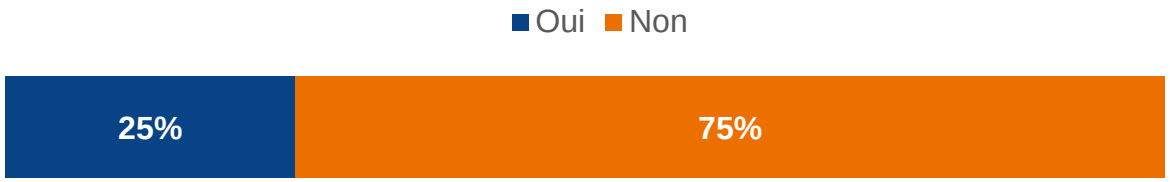


Part des entreprises qui ont mis en place des actions de sensibilisation / formation et dont le contenu a également porté sur l'intelligence artificielle, selon leur taille

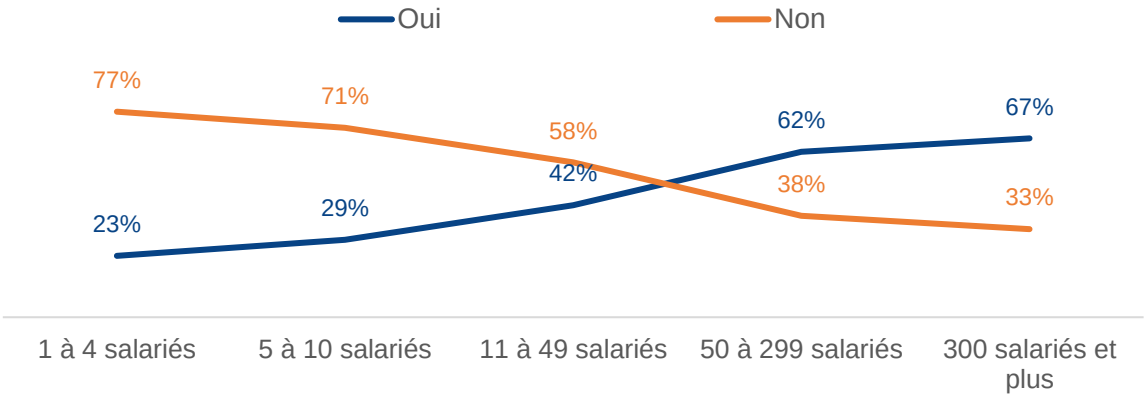


Intention de mettre en place des actions de sensibilisation ou de formation en lien avec le numérique

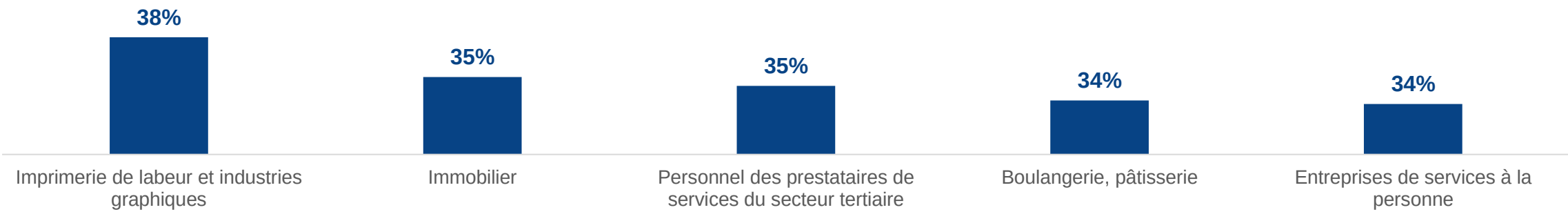
Souhait de mettre en place des actions de sensibilisation ou de formation des salariés au cours de l'année à venir



Souhait de mettre en place des actions de sensibilisation ou de formation des salariés au cours de l'année à venir selon la taille de l'entreprise



Souhait de mettre en place des actions de sensibilisation ou de formation des salariés au cours de l'année à venir par branche*



Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global sont présentées

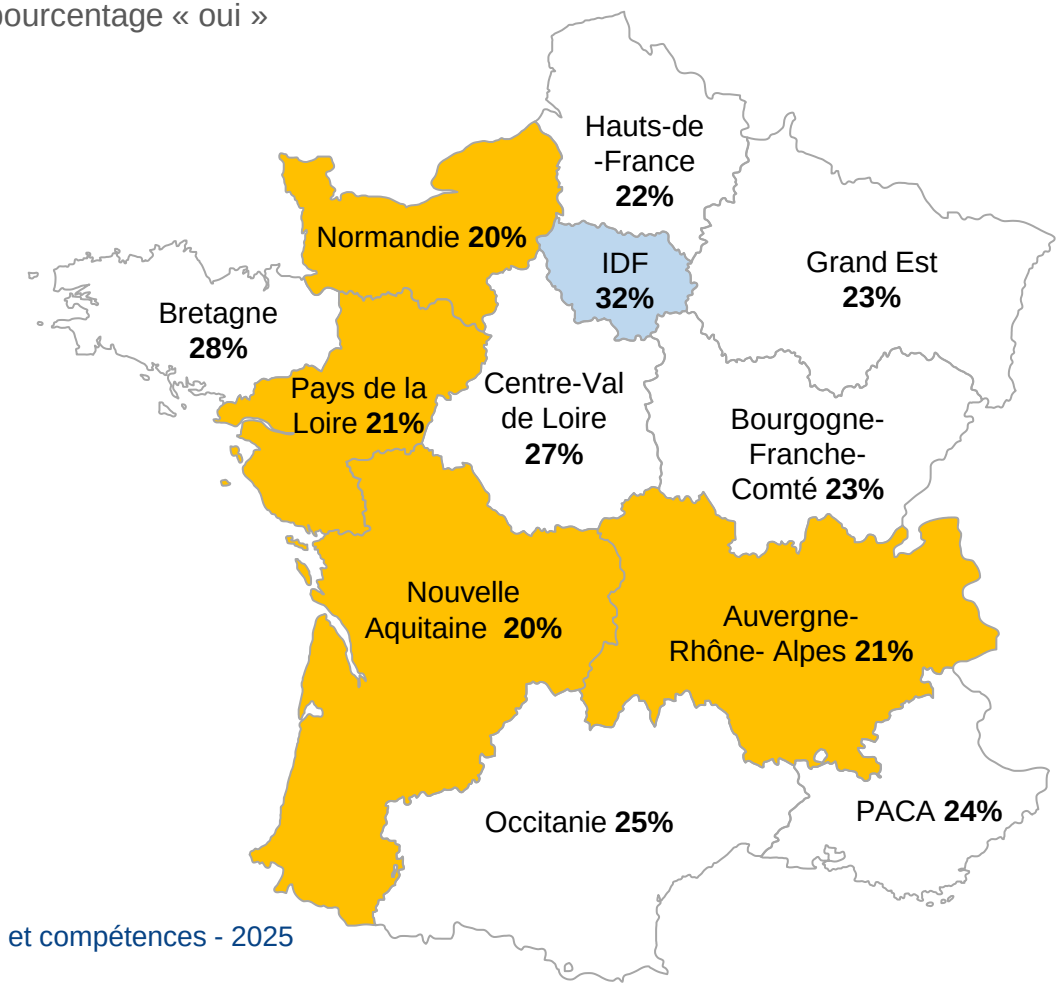
Intention de mettre en place des actions de sensibilisation ou de formation en lien avec le numérique

Intention de mettre en place d'actions de sensibilisation ou de formation des salariés par région

Les résultats présentés correspondent au pourcentage « oui »

Résultat significativement supérieur à l'ensemble

Résultat significativement inférieur à l'ensemble

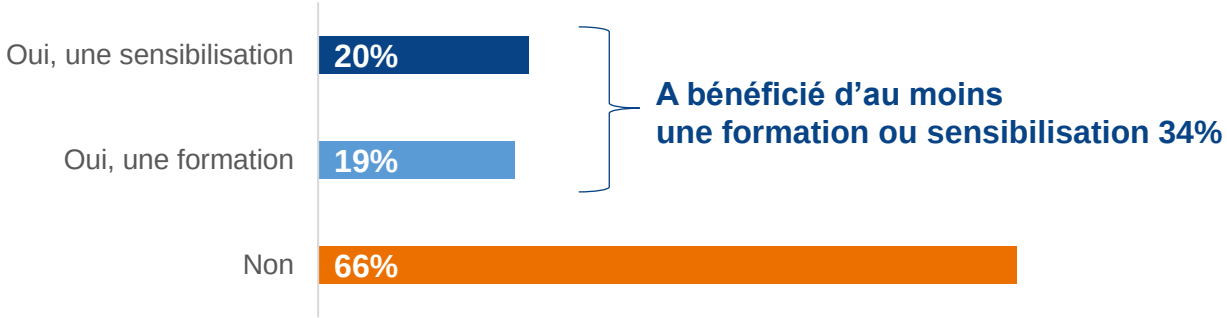


Corse **24%**
Antilles-Guyane **25%**
Réunion **21%**

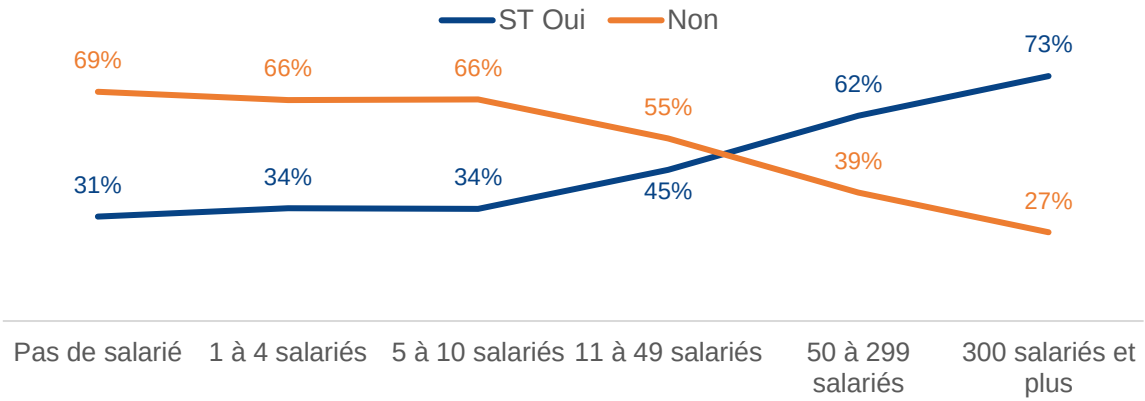
Part des répondants* qui ont eux-mêmes bénéficié d'une sensibilisation / formation au cours des deux dernières années

A bénéficié d'une formation / sensibilisation au cours des deux dernières années

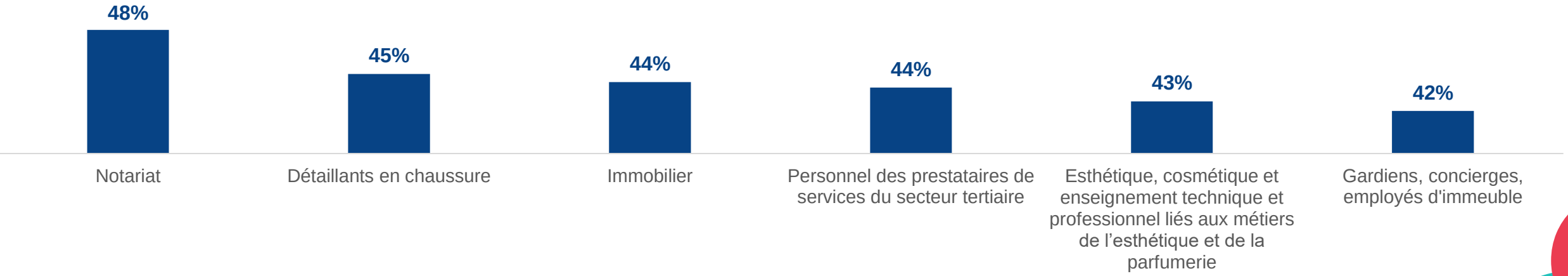
Possibilité de répondre « une sensibilisation » et « une formation (total > 100%)



A bénéficié d'une formation / sensibilisation au cours des deux dernières années selon la taille de l'entreprise



A bénéficié d'une formation / sensibilisation au cours des deux dernières années par branche professionnelle **



** Dans environ 9 cas sur 10, le répondant est un dirigeant (salarié ou non-salarié).*
*** Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global et qui présentent l'écart le plus important sont présentées*

Besoins et attentes exprimés pour mieux intégrer le développement du numérique

Les besoins et attentes exprimés par les entreprises pour mieux intégrer le développement du numérique*



Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global et qui présentent l'écart le plus important sont présentées

Les enseignements des ateliers sur la maturité et les moteurs de la transition numérique (1/3)

Le degré de maturité et de maîtrise du numérique varient selon les branches et les dirigeants

- Dans l'expression des dirigeants d'entreprise, se dessinent **des niveaux de maturité et de maitrise du numérique très variables** : certains connaissent et pratiquent ; d'autres méconnaissent et n'ont pas d'appétence particulière ; d'autres encore aimeraient développer leur usage du numérique mais ne savent pas par où commencer. Au global, le **panorama est très disparate,** avec des entreprises très en retrait et d'autres très avancées.
- La **digitalisation des process** est très poussée dans certaines activités ou fonctions (ex : facturation électronique, services comptables…).
- Là encore**, l'empreinte personnelle du dirigeant** est forte. Par exemple, dans les services à la personne, la mise en place d'outils numériques permettant d'optimiser les déplacements de leurs salariés et de mieux gérer les plannings a été relatée par des dirigeants de profil relativement « tech ».

L'image et la visibilité en ligne comme puissants moteurs de transition numérique

- **La visibilité et l'attractivité en ligne** est un enjeu dont se sont saisis de multiples entreprises de proximité, y compris de très petite taille ou relevant de métiers artisanaux (ex : boulangerie, coiffeur). L'animation du site Web et la présence sur les réseaux sociaux au service de la notoriété et de la démarche commerciale de leur entreprise est décrite par certains comme une nécessité au regard des attentes de leur clientèle.

> *Il y a beaucoup de dématérialisation aujourd'hui. Il y a de moins en moins de papiers. Donc, ça a généré au départ beaucoup de confusion parce que très peu de personnes étaient sur la digitalisation. Il a fallu une montée en compétences avec plusieurs logiciels à maîtriser via une multitude d'intervenants. Donc il a fallu trier. Si on fait des erreurs de choix au départ cela peut être onéreux parce que si on se trompe, on est engagé pour un an souvent. (Immobilier, Nouvelle Aquitaine)*

> *Facebook, ce n'est plus trop à la mode, je dirais. En tout cas, ça touche une certaine catégorie de personnes d'un certain âge. Il faudrait que l'on se mette à Instagram, par exemple. Pour l'instant, on n'est pas du tout à l'aise, on n'a pas de compte Instagram. (Entreprises de services à la personne, Bretagne)*

Les enseignements des ateliers sur la maturité et les moteurs de la transition numérique (2/3)

Plusieurs niveaux de méconnaissance et besoins en compétences liés du numérique qui appellent des formations ou accompagnements différents :

- **Méconnaissance des enjeux et des « basiques » qui appelle un premier niveau d'acculturation**

  Ex : cloud, cybersécurité, respect du RGPD, IA...

- **Méconnaissance des possibilités, des bénéfices ou des risques potentiels pour l'entreprise de proximité**

  Ex : réseaux sociaux, IA, cloud...

- **Manque de compétences internes pour utiliser efficacement les outils numériques, les choisir ou les faire évoluer, ou encore pour déployer une démarche de digitalisation**

Il y a un parent, qui était informaticien, qui m'a sensibilisé un petit peu sur le renforcement de la sécurité et de la protection informatique. J'avoue que c'est pas du tout ma partie, comme l'intelligence artificielle. Pour moi c'est trop flou : on est dans un métier très humain et tout ce qui est lié à l'informatique, la numérisation, c'est plus compliqué pour moi (Interprofession, Bretagne)

Les défis, c'est surtout l'IA, pour essayer que son utilisation soit plus sécurisée. Je ne veux pas que chacun dans son coin utilise une IA différente. Pour moi, c'est un vrai problème. Il faut sensibiliser et il faut que personne n'utilise l'IA sans être formé. (Avocats, Ile de France)

Les attentes de formations et d'offre de services liées à la transition numérique, issues des ateliers (3/3)*

Accompagnement à la présence en ligne : création et animation de site web, communication sur les réseaux sociaux…

Formation à l'utilisation d'outils numériques (pack office, logiciels informatiques, logiciels métiers…) à tous les niveaux de l'entreprise, y compris dirigeants

Formation à la digitalisation de certains process (choix des logiciels, adaptation de l'organisation…)

Intelligence artificielle :

- Initiation aux enjeux de l'IA
- Aide au diagnostic des besoins, apports possibles et risques à maîtriser par l'entreprise
- Initiation aux outils d'IA (générative ou autres) ou formation plus poussée à la maîtrise des outils

Initiation aux enjeux et solutions en matière de cybersécurité

Accompagnement du déploiement du RGPD

*Cette page présente la synthèse des attentes exprimée par les participants aux différents ateliers, notamment en termes de formation et d'offre de service. Les situations et profils des entreprises étant très hétérogènes, chaque attente relatée n'est pas commune à l'ensemble des participants.

5. La transition démographique

OPCO EP
Opérateur de compétences des Entreprises de Proximité

En synthèse

Des compétences comportementales tout aussi attendues que les compétences techniques

Toutes branches confondues, près d'un quart des entreprises de proximité (23%) envisagent de **recruter en 2025.** Ces recrutements sont principalement motivés par des **créations de poste** (42% des entreprises) et des **remplacements à la suite d'un départ autre qu'en retraite** (fin de contrat, démission, licenciement…) (40%). D'autres recrutements sont liés à la saisonnalité ou à un accroissement ponctuel de l'activité (21%), à des remplacements de départs en retraite (15%) ou à des remplacements temporaires (11%).

La branche professionnelle des entreprises de services à la personne se distingue nettement, avec 7 entreprises sur 10 qui prévoient des **recrutements** en 2025 et connaissent des **difficultés à recruter** (74%). D'autres branches rencontrent ces difficultés, comme celle de l'Installation sans fabrication, entretien, réparation et dépannage, des vétérinaires ou de l'assainissement et de la maintenance industrielle où les deux-tiers des entreprises y font face. Le marché de l'emploi apparaît en tension dans ces secteurs et les entreprises soulignent le **manque de candidats** avec les compétences recherchées (64%) ou avec la certification ou le diplôme souhaité (50%). D'autres facteurs peuvent intervenir, de façon plus ou moins forte selon la branche : niveau de **rémunération** perçu comme insuffisant, mauvaise **image** ou préjugés sur le secteur ou le métier, **localisation** de l'entreprise, **horaires** proposés…

De la part des nouveaux embauchés, 7 entreprises sur 10 attendent **tout autant des compétences techniques que comportementales**. Lorsqu'elles privilégient la dimension comportementale, plusieurs compétences sont recherchées en priorité : rigueur, capacité à travailler en équipe, autonomie…

Près d'une entreprise sur 5 a une majorité de seniors parmi ses salariés

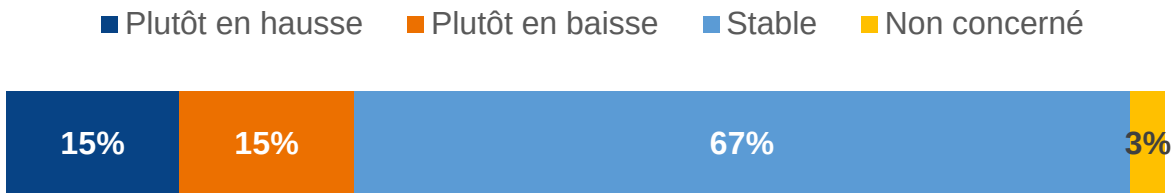
Moins de 10% des entreprises rencontrent des difficultés concernant l'intégration des **nouveaux embauchés issus de la jeune génération**. Les **tensions intergénérationnelles** sont un peu plus présentes et concernent 16% des entreprises toutes tailles confondues. Lorsque l'effectif est d'au moins 50 salariés et que la mixité est souvent plus importante en termes d'âge, un tiers des entreprises font part de ces difficultés entre générations.

Seules 2 entreprises sur 10 ont une **majorité de seniors de plus de 55 ans** parmi leurs salariés, mais cette situation est un peu plus fréquente dans certaines branches (notamment gardiens, concierges et employés d'immeuble, imprimerie de labeur et les industries graphiques et personnels des cabinets médicaux).

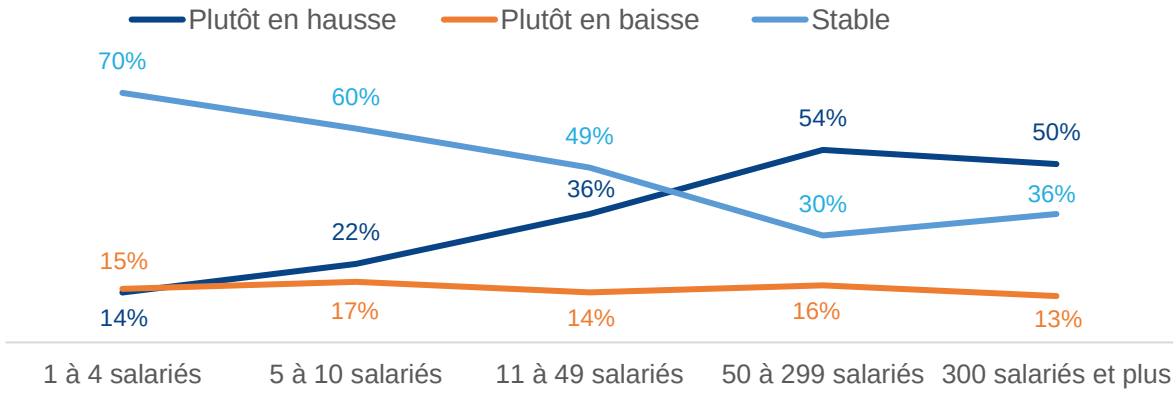
Environ un quart des entreprises (23%) se disent concernées par des **questions de transmission ou de reprise**, avec une part plus élevée pour les effectifs de 50 à 299 salariés (37%). Dans 6 cas sur 10, l'échéance visée pour la transmission ou la reprise est de moins de 3 ans. Près d'un tiers des entreprises (32%) ont déjà identifié leur repreneur, au sein de l'entreprise (20%) ou en externe (12%).

Évolution de l’effectif des entreprises pour l’année 2024

Évolution de l’effectif de l’entreprise pour l’année 2024 par rapport à 2023



Évolution de l’effectif pour l’année 2024 par rapport à 2023 selon la taille de l’entreprise



Évolution de l’effectif pour l’année 2024 par rapport à 2023, détail par branche professionnelle

Les résultats présentés correspondent au pourcentage « plutôt en hausse »



Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global sont présentées

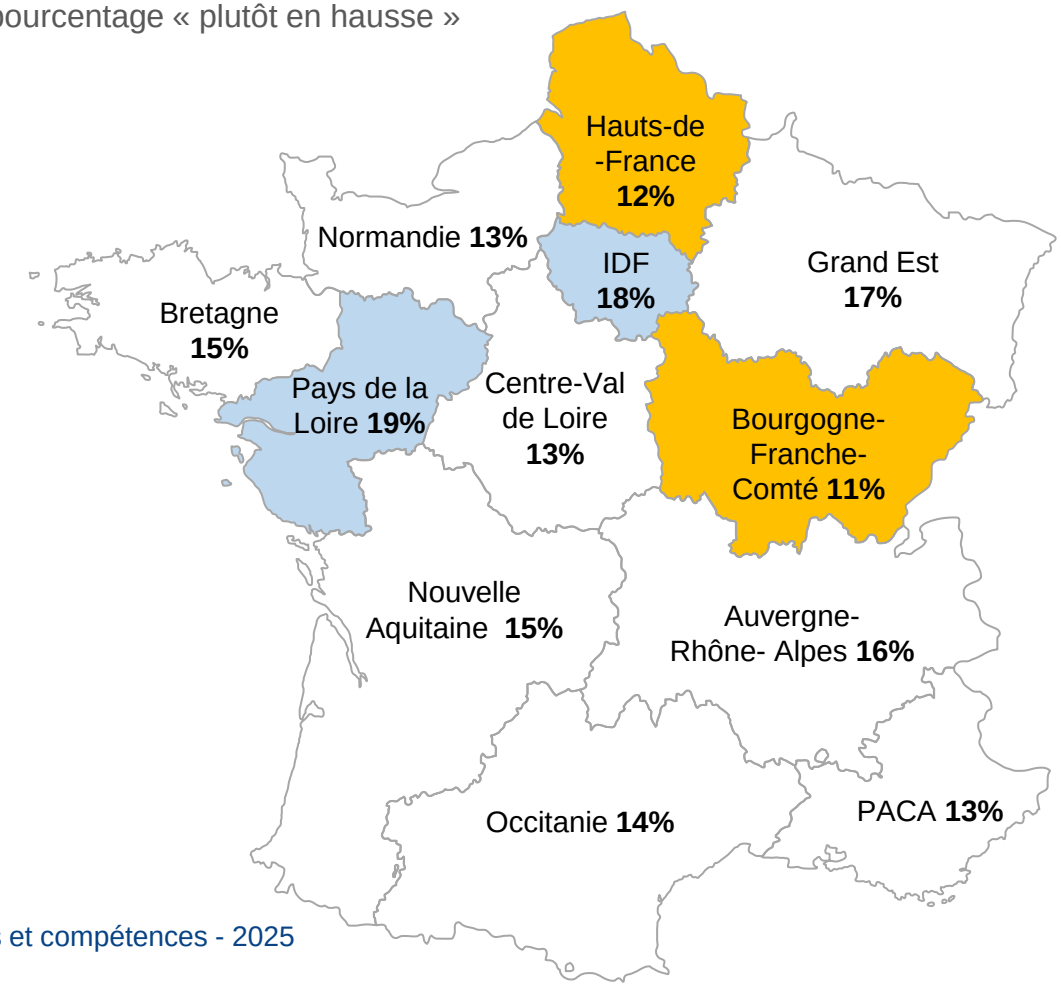
Évolution de l’effectif des entreprises pour l’année 2024

Évolution de l’effectif pour l’année 2024 par rapport à 2023, détail par région

Les résultats présentés correspondent au pourcentage « plutôt en hausse »

Résultat significativement supérieur à l’ensemble

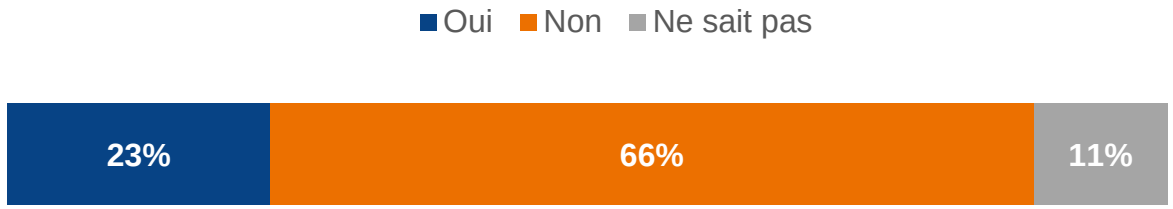
Résultat significativement inférieur à l’ensemble



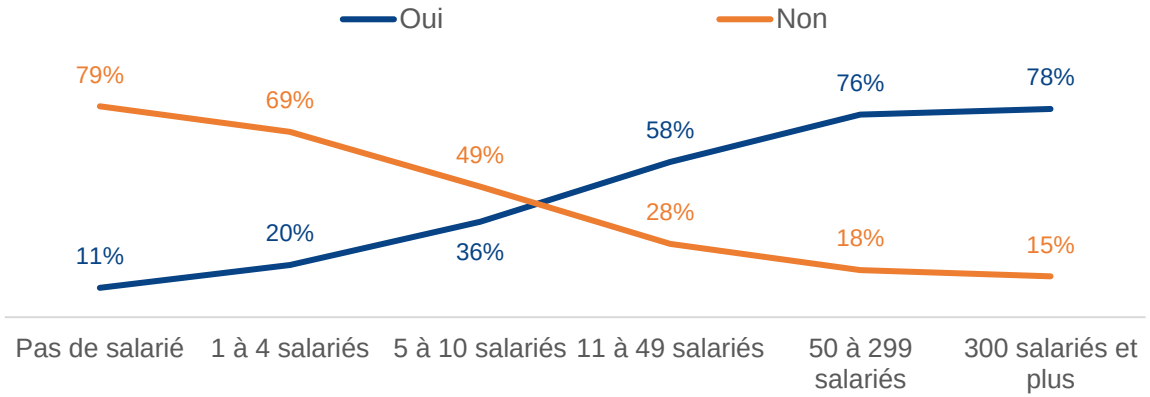
Corse 26%
Antilles-Guyane **17%**
Réunion **10%**

Recrutements envisagés pour 2025 par les entreprises

Recrutements envisagés pour 2025

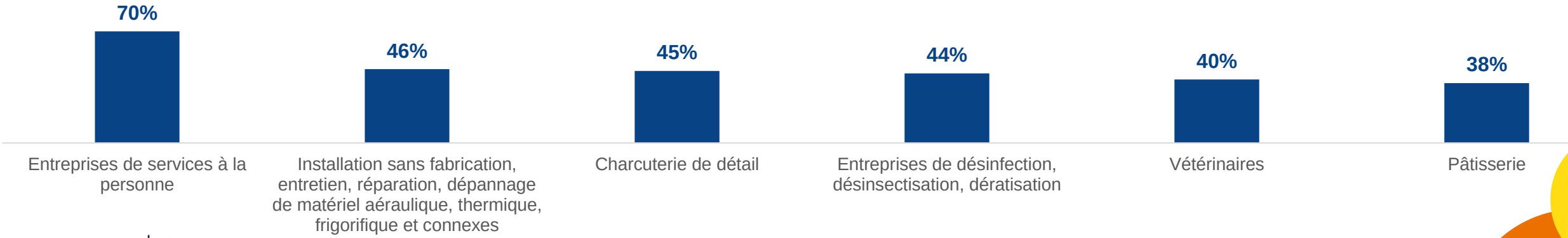


Recrutements envisagés pour 2025 selon la taille de l'entreprise



Recrutements envisagés pour 2025 par branche professionnelle*

Les résultats présentés correspondent au pourcentage « oui »



**Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global et qui présentent l'écart le plus important sont présentées*

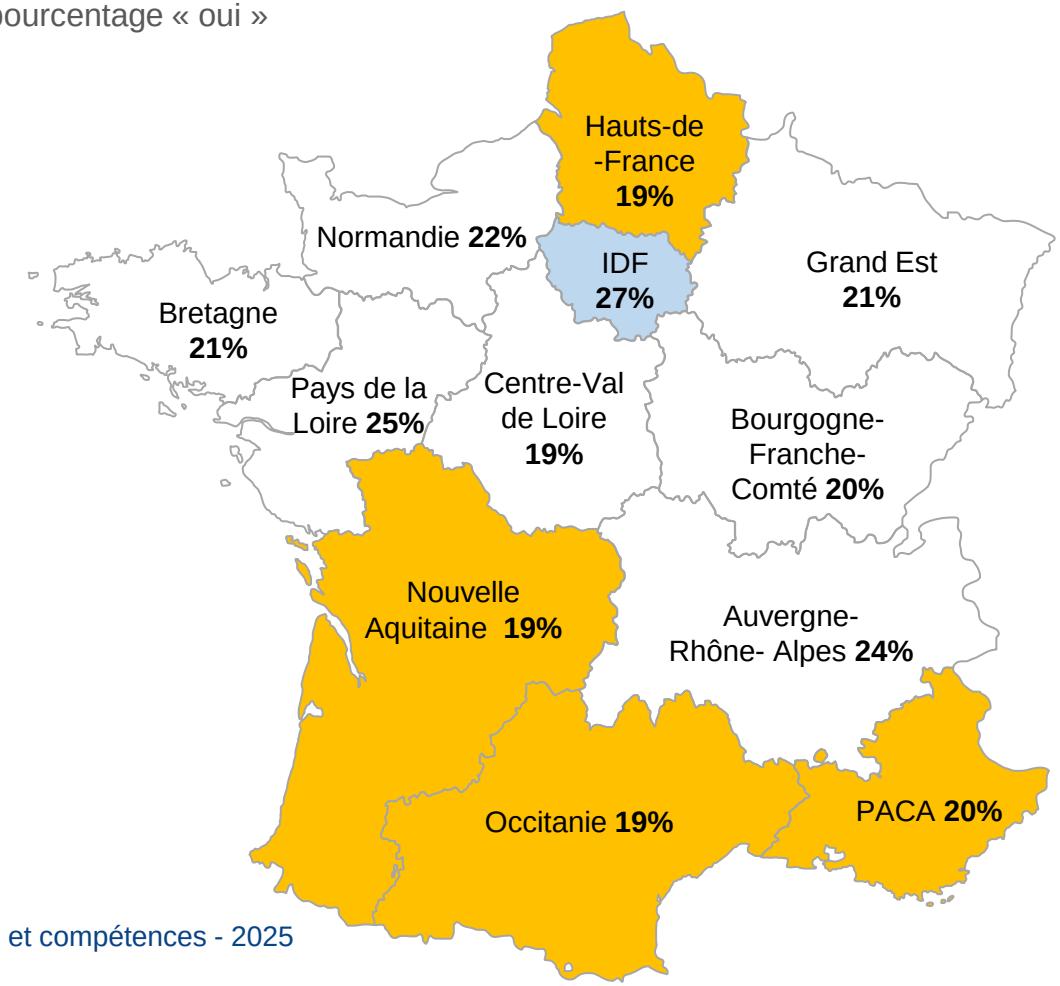
Recrutements envisagés pour 2025 par les entreprises

Recrutements envisagés pour 2025 par région

Les résultats présentés correspondent au pourcentage « oui »

Résultat significativement supérieur à l'ensemble

Résultat significativement inférieur à l'ensemble

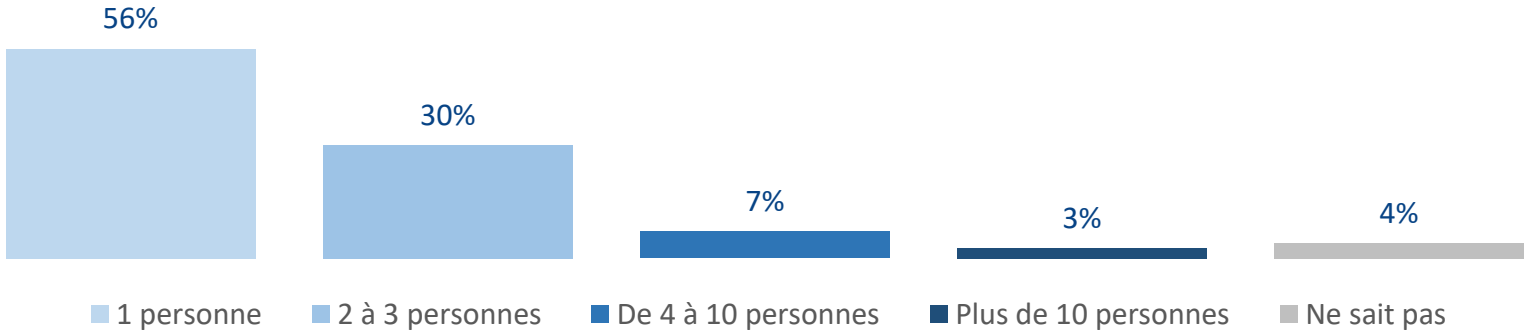


Corse **20%**
Antilles-Guyane **26%**
Réunion **31%**

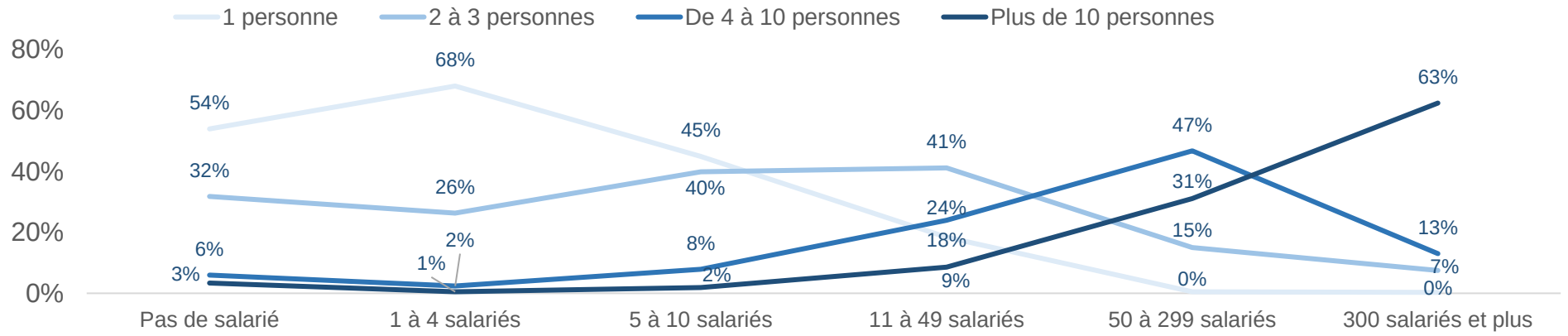
Nombre de recrutements envisagés pour 2025

Nombre de recrutements envisagés pour 2025

Base répondants : entreprises qui ont déclaré envisager des recrutements en 2025



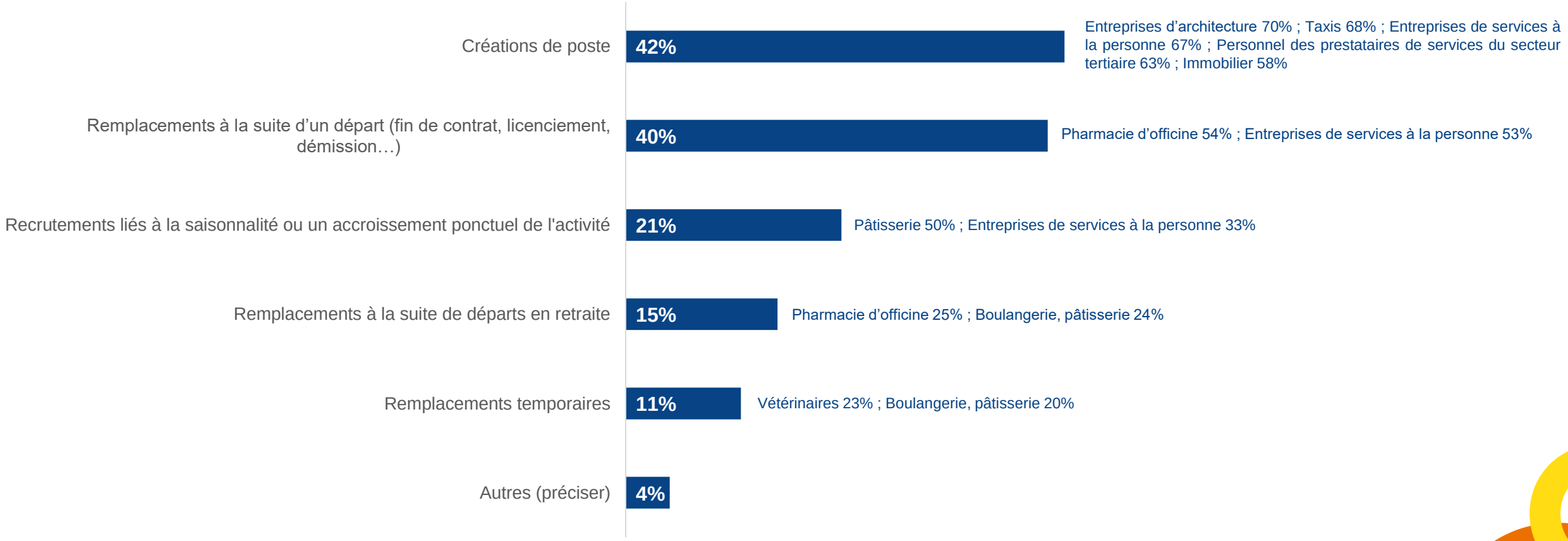
Nombre de recrutements envisagés pour 2025 selon la taille de l'entreprise



Motivations des recrutements envisagés pour 2025

Motifs des recrutements envisagés pour 2025

Base répondants : entreprises qui ont déclaré envisager des recrutements en 2025



Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global sont présentées

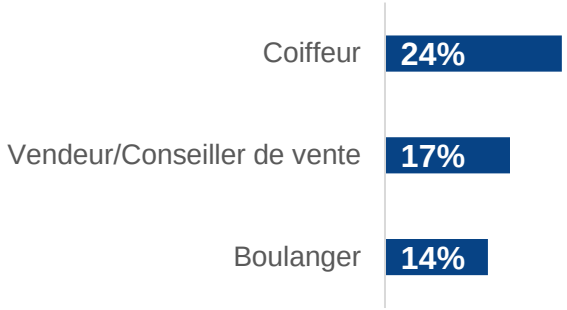
Métiers sur lesquels les entreprises envisagent des recrutements

Recrutements envisagés par domaine d'activité*

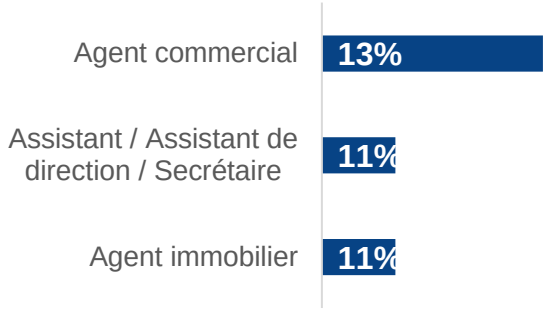
**Seuls les trois métiers les plus cités sont présentés.*
Les métiers ayant un poids important dans un domaine d'activité ont davantage de chance d'être cités par les entreprises.

Question ouverte, réponses spontanées, les pourcentages correspondent au nombre de citation par domaine

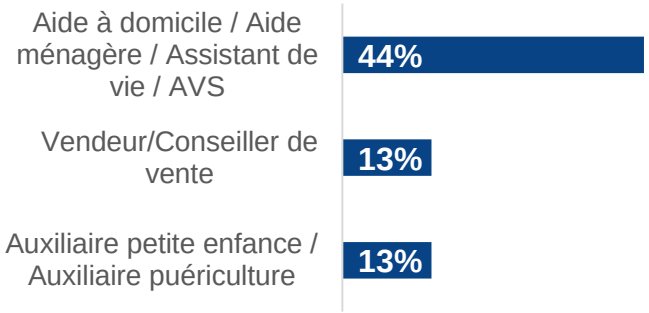
Activités artisanales



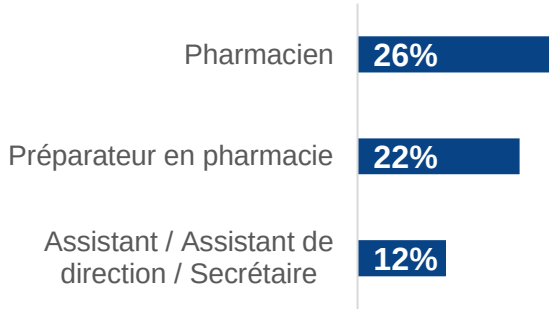
Activités de commerce et services pour les entreprises



Activités de commerce et services pour les particuliers



Activités libérales

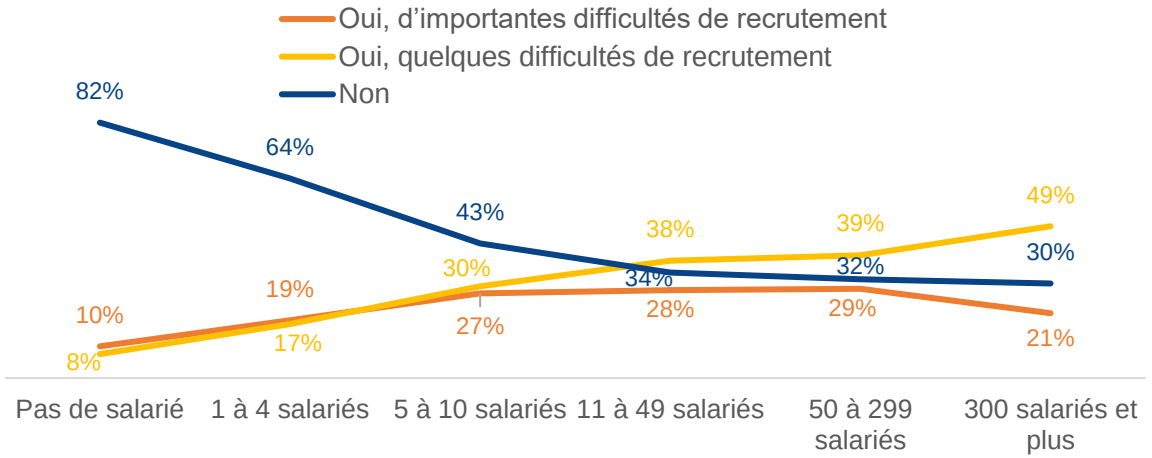


Difficultés de recrutement exprimées actuellement

Difficultés de recrutement exprimées actuellement par les entreprises

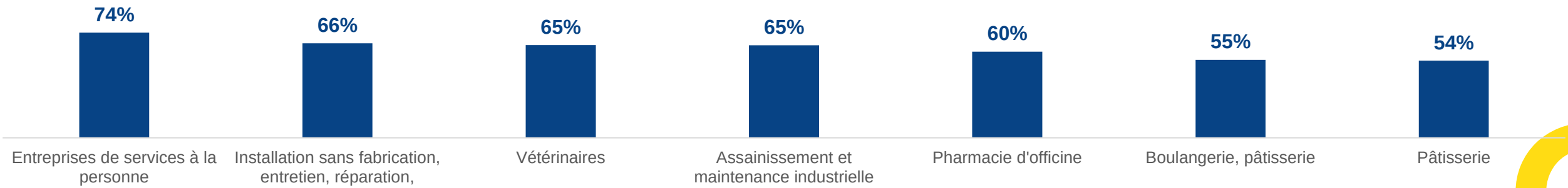


Difficultés de recrutement selon la taille de l'entreprise



Difficultés de recrutement par branche*

Les résultats présentés correspondent au sous-total « oui »



Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global et qui présentent l'écart le plus important sont présentées

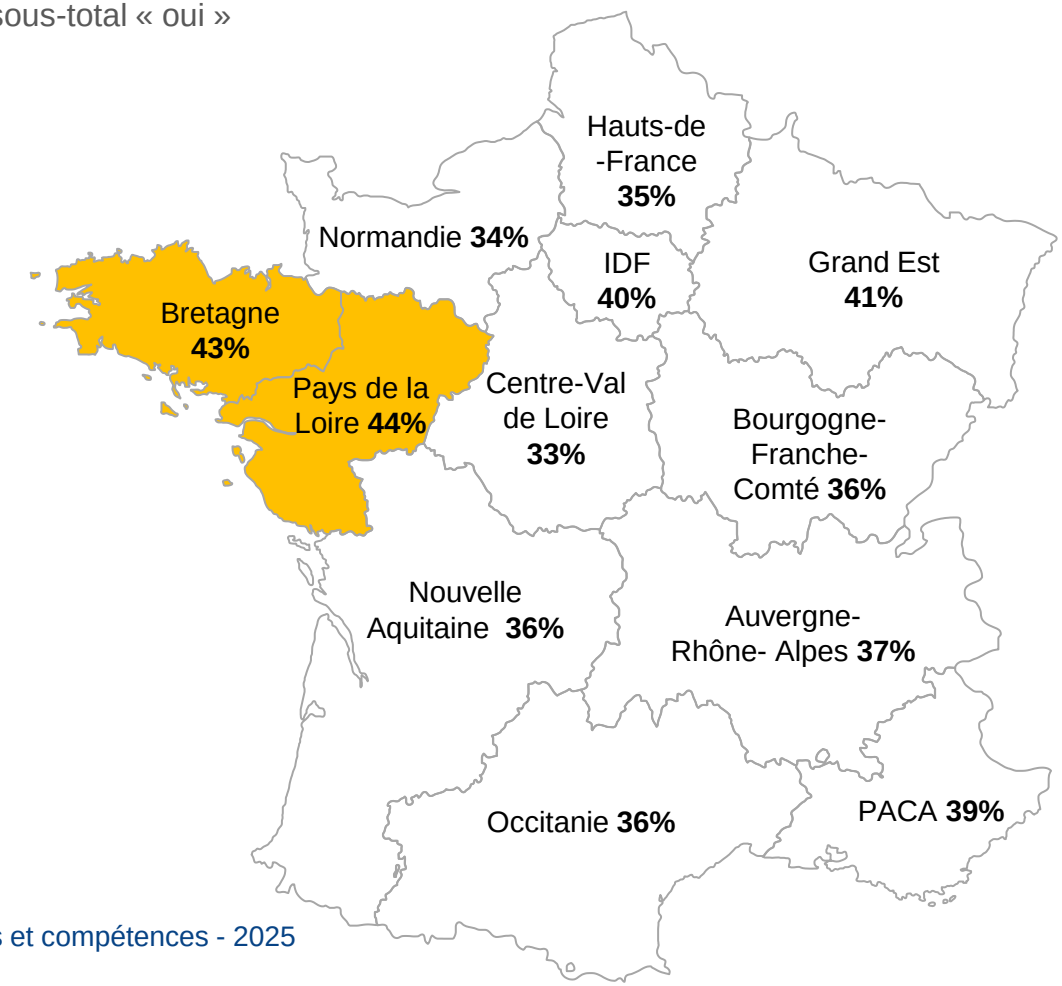
Difficultés de recrutement exprimées actuellement

Difficultés de recrutement exprimées par les entreprises par région

Les résultats présentés correspondent au sous-total « oui »

Résultat significativement supérieur à l'ensemble

Résultat significativement inférieur à l'ensemble

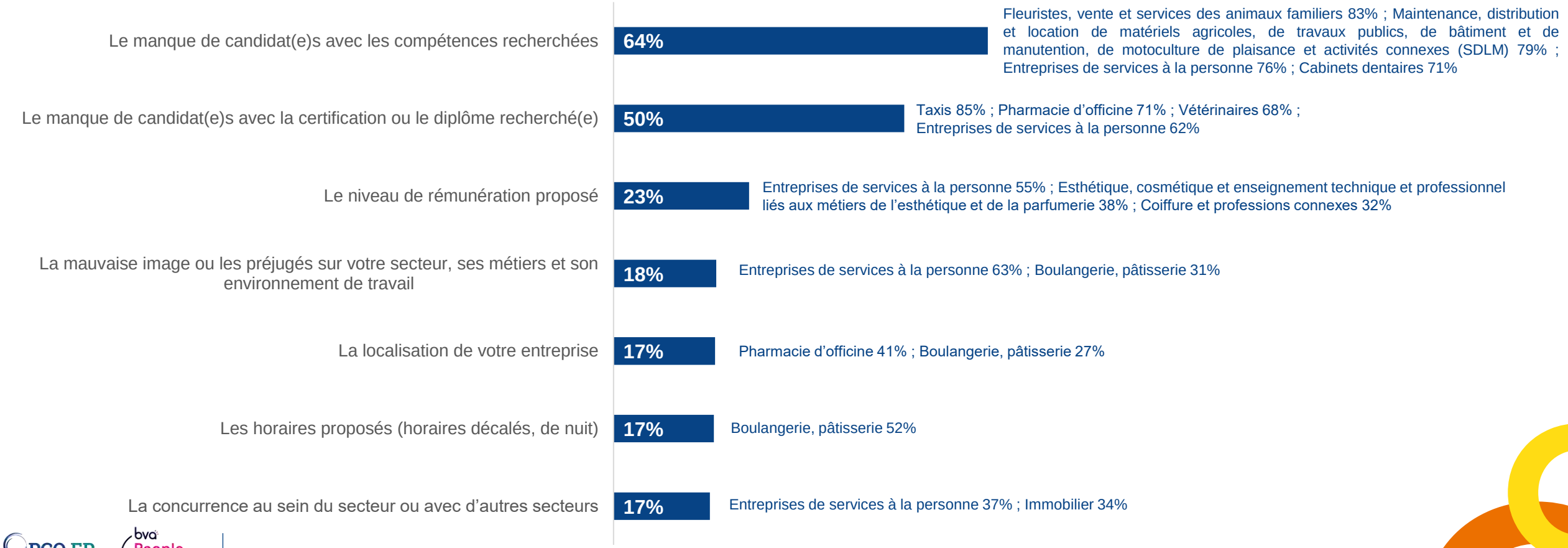


Corse **44%**
Antilles-Guyane **39%**
Réunion **29%**

Raisons des difficultés de recrutement

Les principales raisons des difficultés de recrutement exprimées par les entreprises*

Base répondants : entreprises qui ont déclaré rencontrer des difficultés de recrutement

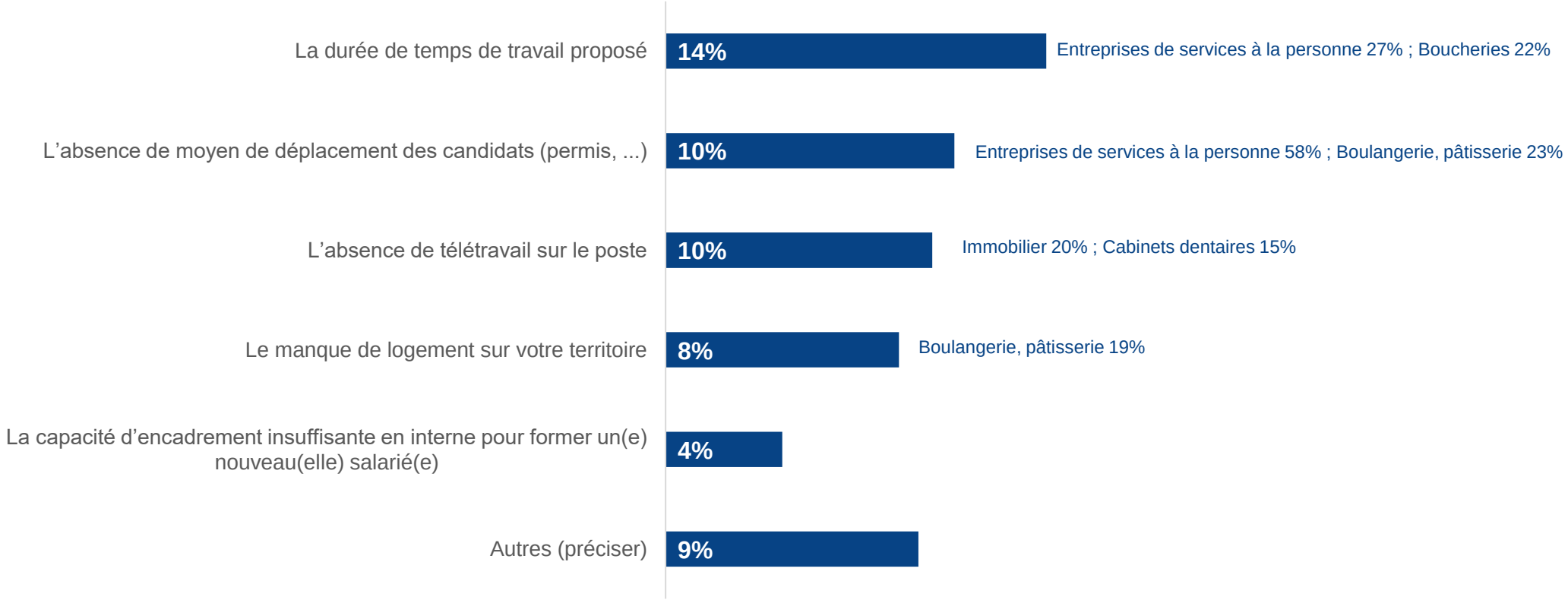


Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global et qui présentent l'écart le plus important sont présentées

Raisons des difficultés de recrutement

Raisons des difficultés de recrutement exprimées par les entreprises – bas de classement*

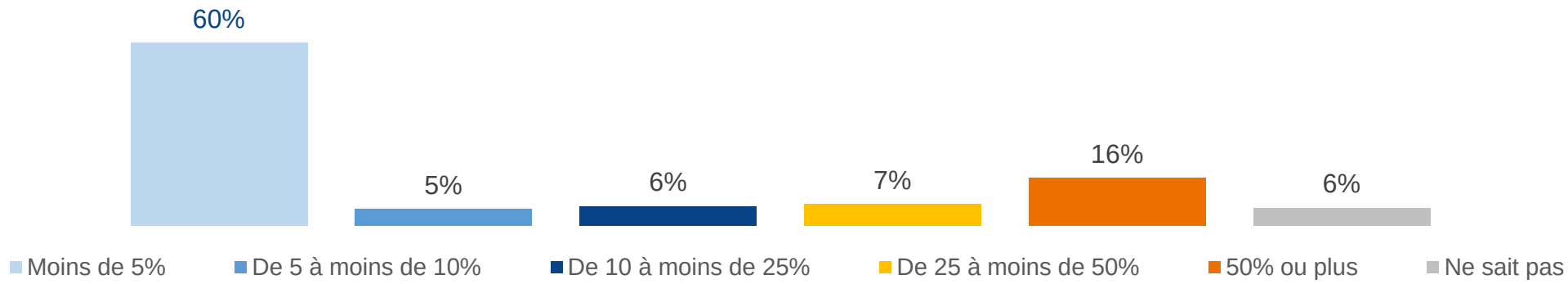
Base répondants : entreprises qui ont déclaré rencontrer des difficultés de recrutement



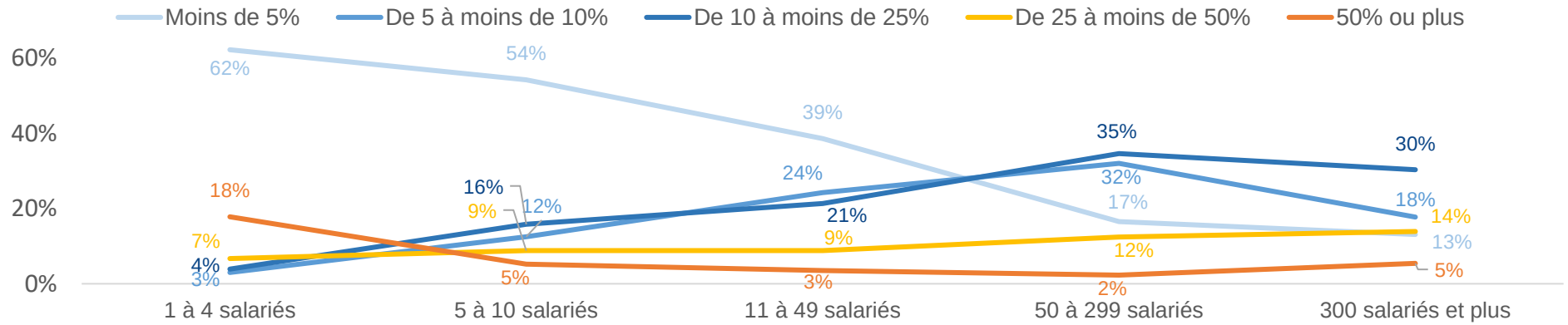
Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global et qui présentent l'écart le plus important sont présentées

Part des salariés séniors (+55 ans)

Part des salariés séniors (+55 ans) dans les entreprises



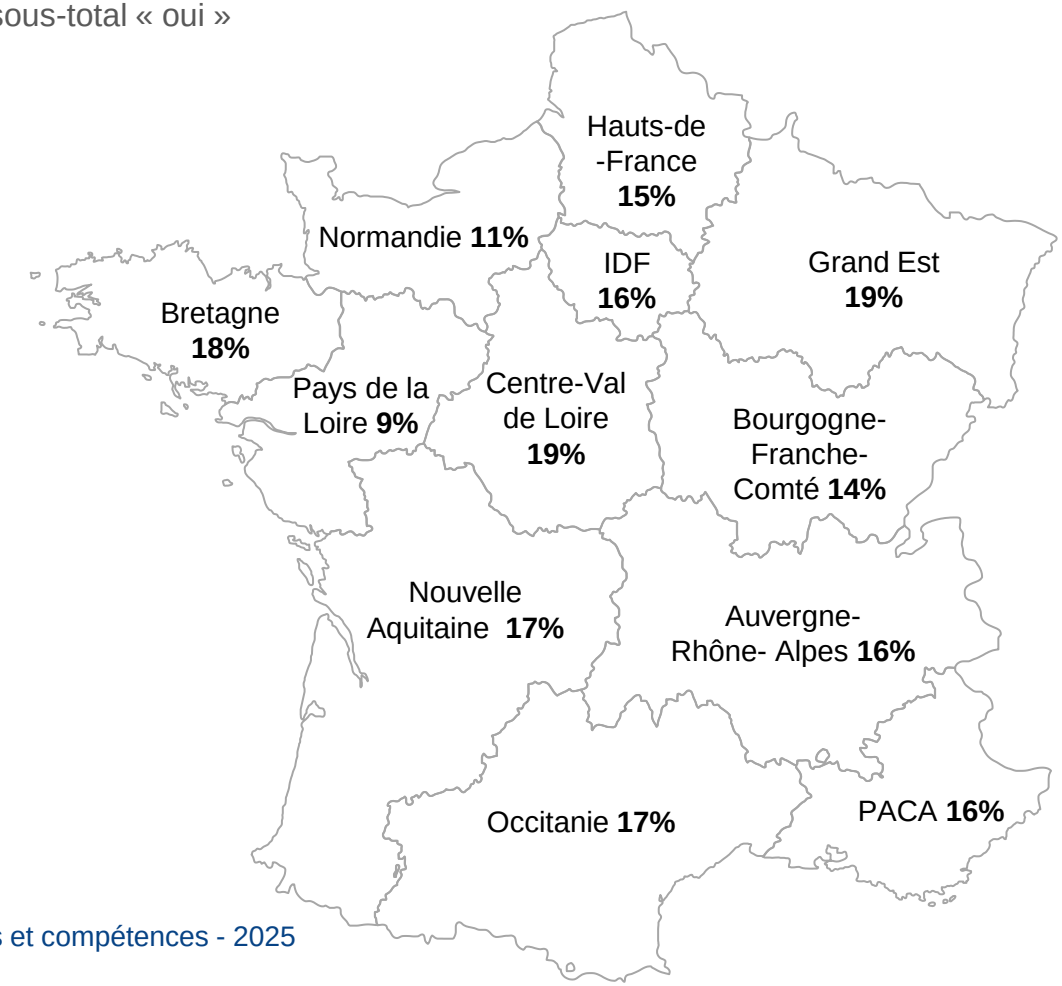
Part des salariés séniors (+55 ans) dans les entreprises selon leur taille



Part des salariés séniors (+55 ans)

Part des entreprises regroupant une majorité de salariés séniors (+55 ans) dans les entreprises, selon la région

Les résultats présentés correspondent au sous-total « oui »

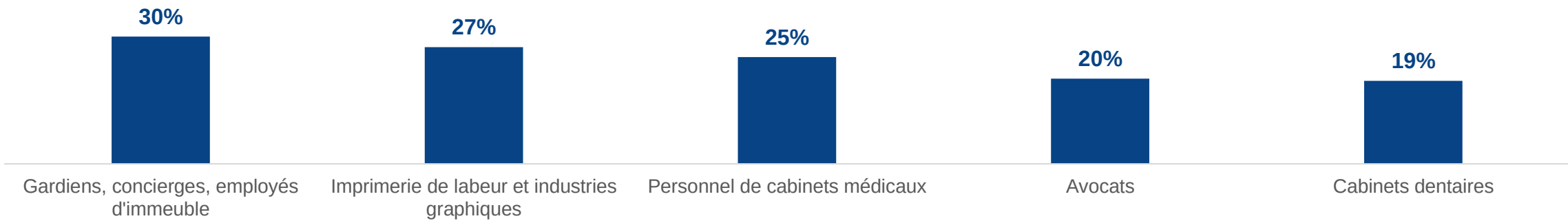


Corse **13%**
Antilles-Guyane **16%**
Réunion **8%**

Part des salariés séniors (+55 ans)

Branches professionnelles dont la part des entreprises regroupant une majorité de salariés séniors est la plus importante*

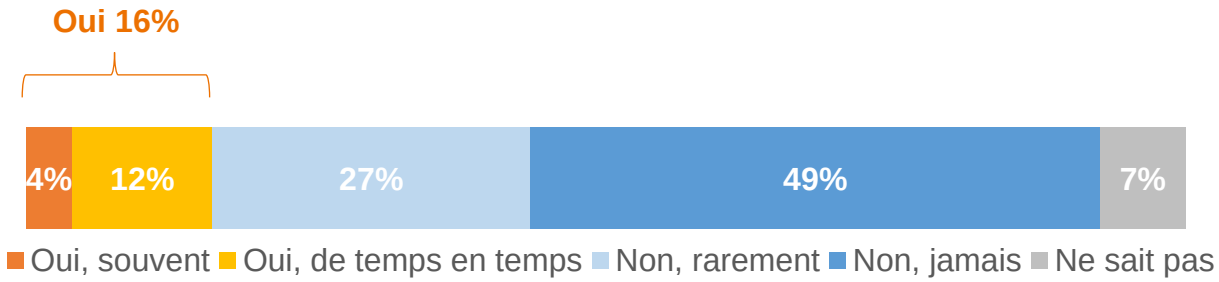
Les résultats présentés correspondent au pourcentage « 50% et plus »



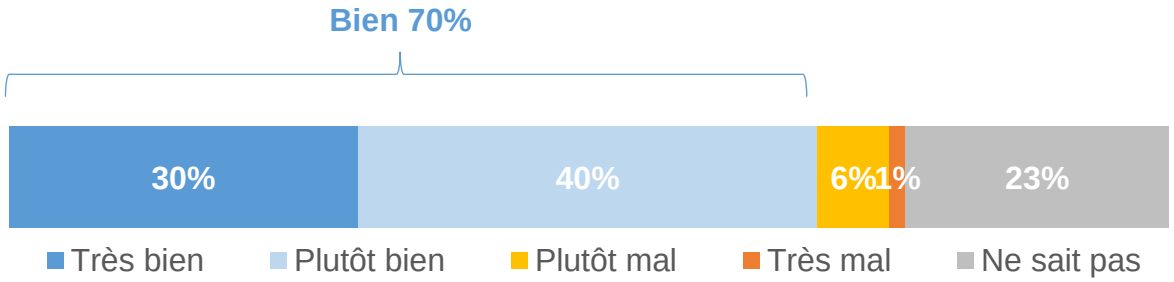
**Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global sont présentées*

Les relations entre les différentes générations et l'intégration des nouveaux embauchés

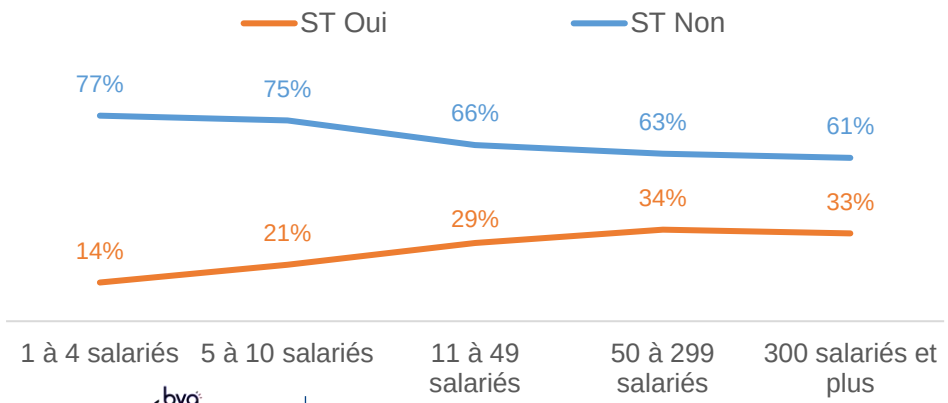
Difficultés rencontrées entre les différentes générations en entreprise



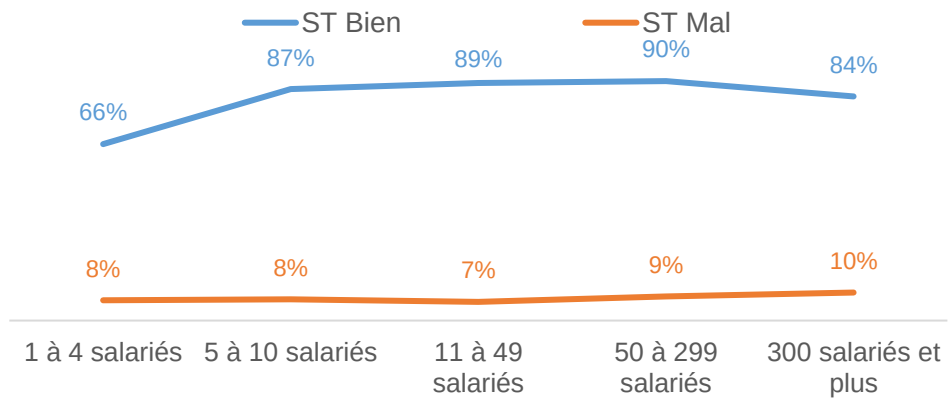
Intégration dans l'entreprise des nouveaux embauchés issus de la jeune génération



Difficultés rencontrées entre les différentes générations selon la taille de l'entreprise



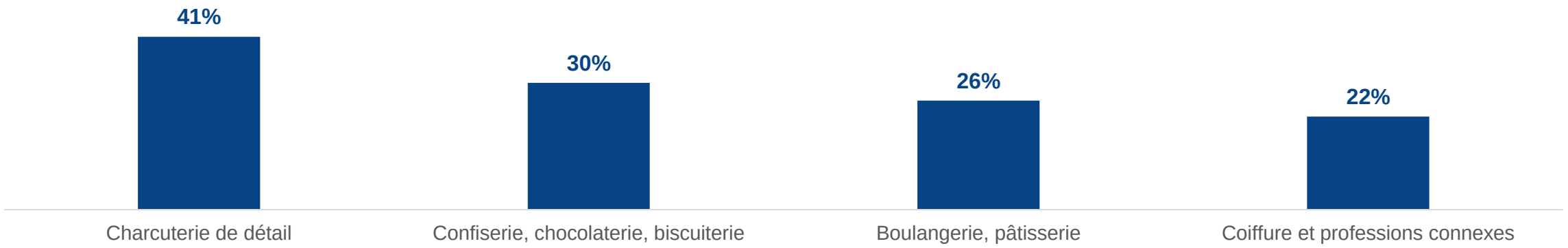
Intégration des nouveaux embauchés issus de la jeune génération selon la taille de l'entreprise



Les relations entre les différentes générations

Branches professionnelles qui ont la part la plus élevée d'entreprises rencontrant des difficultés entre les différentes générations*

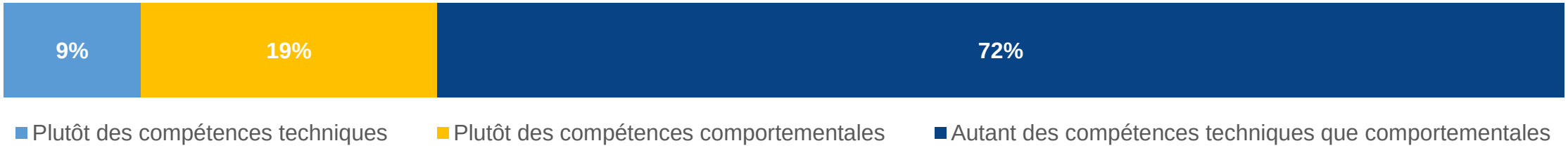
Les résultats présentés correspondent au pourcentage « oui »



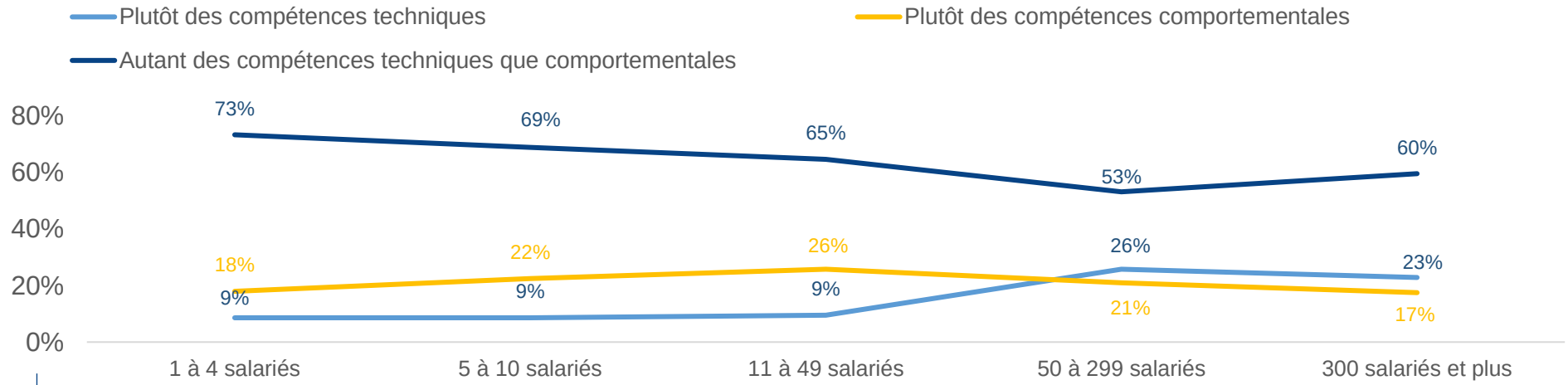
Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global sont présentées

Les compétences attendues par l'entreprise pour un nouvel embauché

Compétences attendues pour un nouvel embauché



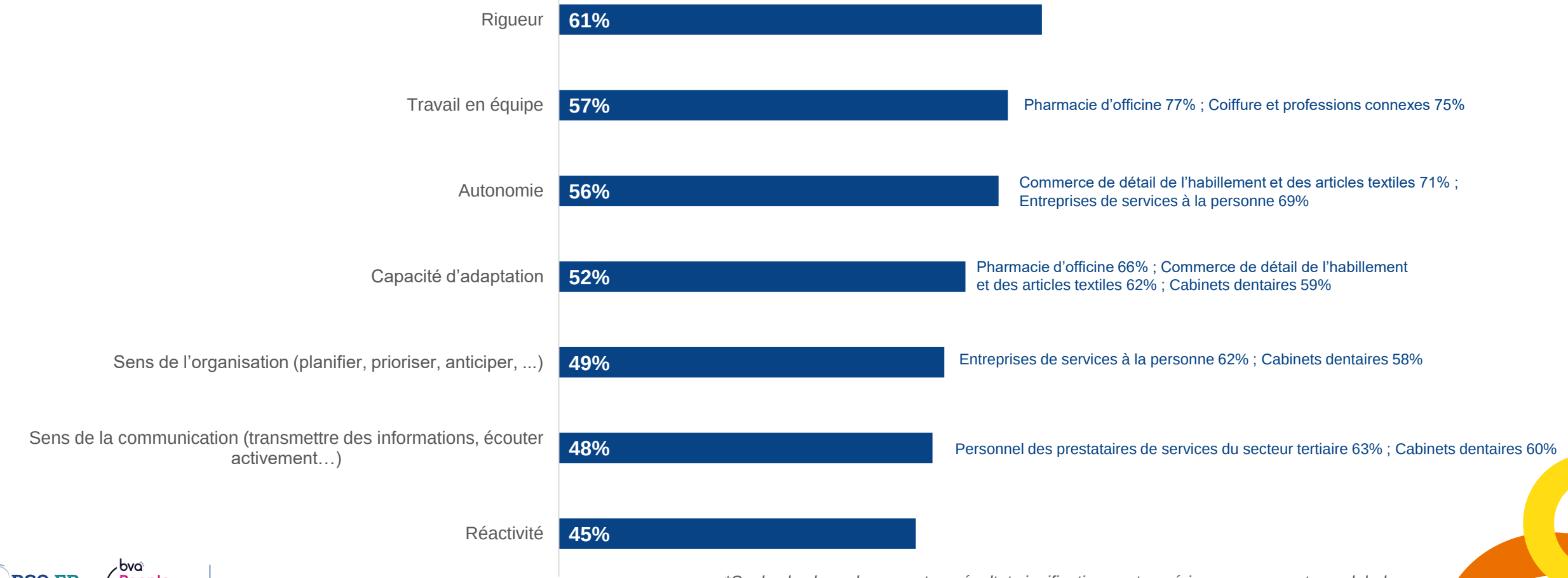
Compétences attendues pour un nouvel embauché selon la taille de l'entreprise



Les compétences comportementales recherchées

Principales compétences comportementales recherchées en priorité par les entreprises chez un nouvel embauché*

Base répondants : entreprises qui ont déclaré rechercher en priorité des compétences comportementales

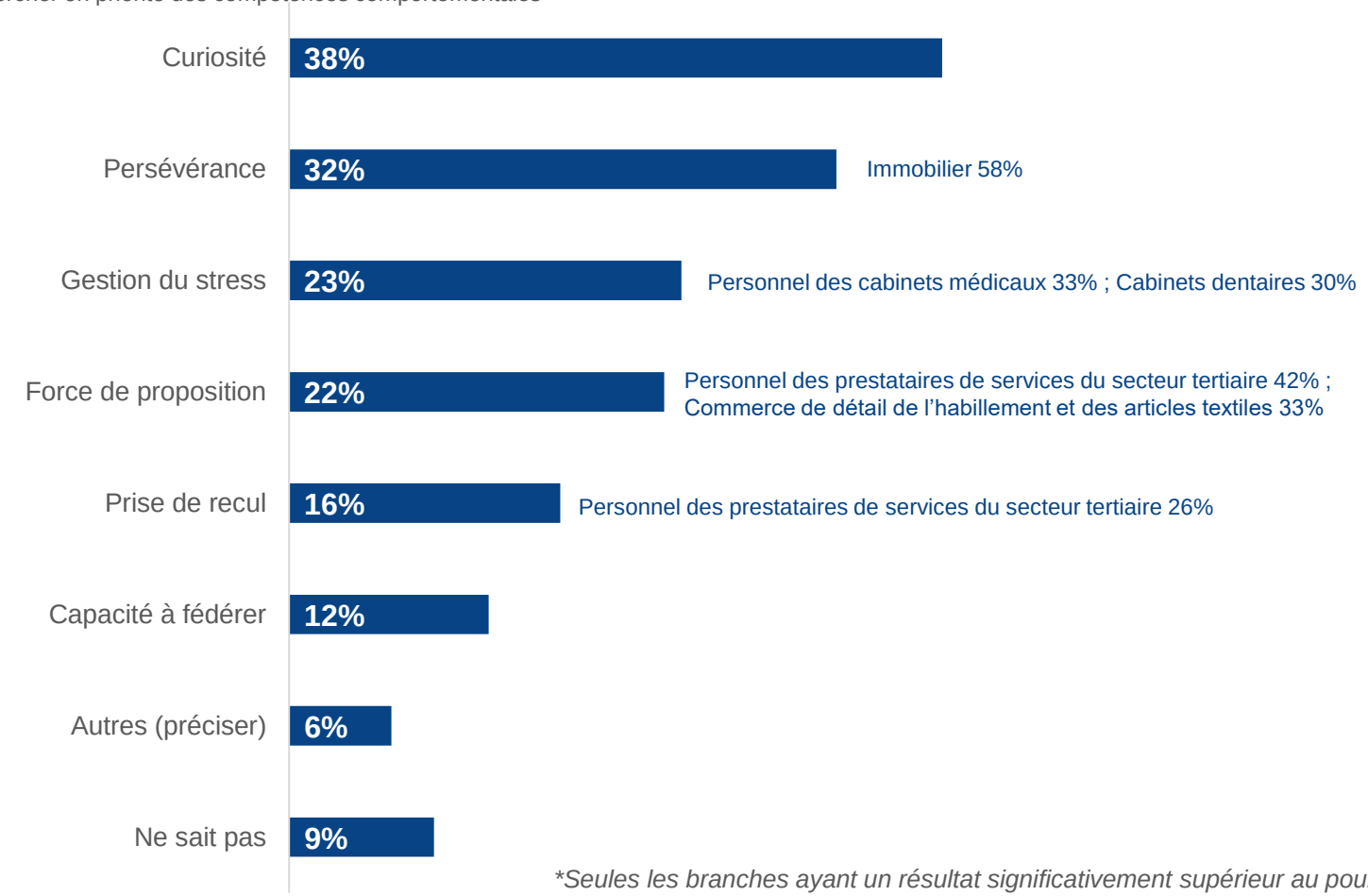


Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global sont présentées

Les compétences comportementales recherchées

Compétences comportementales recherchées en priorité par les entreprises chez un nouvel embauché – bas de classement*

Base répondants : entreprises qui ont déclaré rechercher en priorité des compétences comportementales



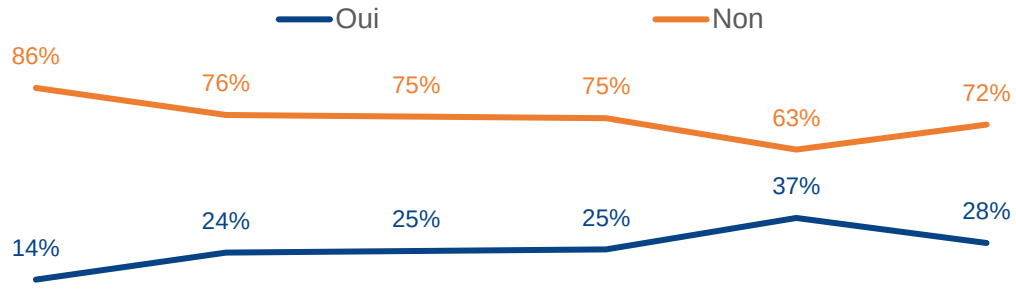
Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global sont présentées

Transmission ou reprise d’entreprise

Part des entreprises concernées par des questions de transmission ou de reprise

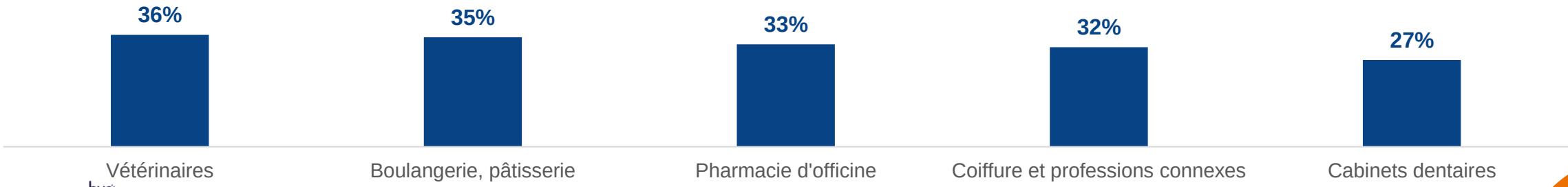


Part des entreprises concernées par des questions de transmission ou de reprise selon la taille de l’entreprise



Part des entreprises concernées par des questions de transmission ou de reprise par branche professionnelle*

Les résultats présentés correspondent au pourcentage « oui »



Seules les branches ayant un résultat significativement supérieur au pourcentage global sont présentées

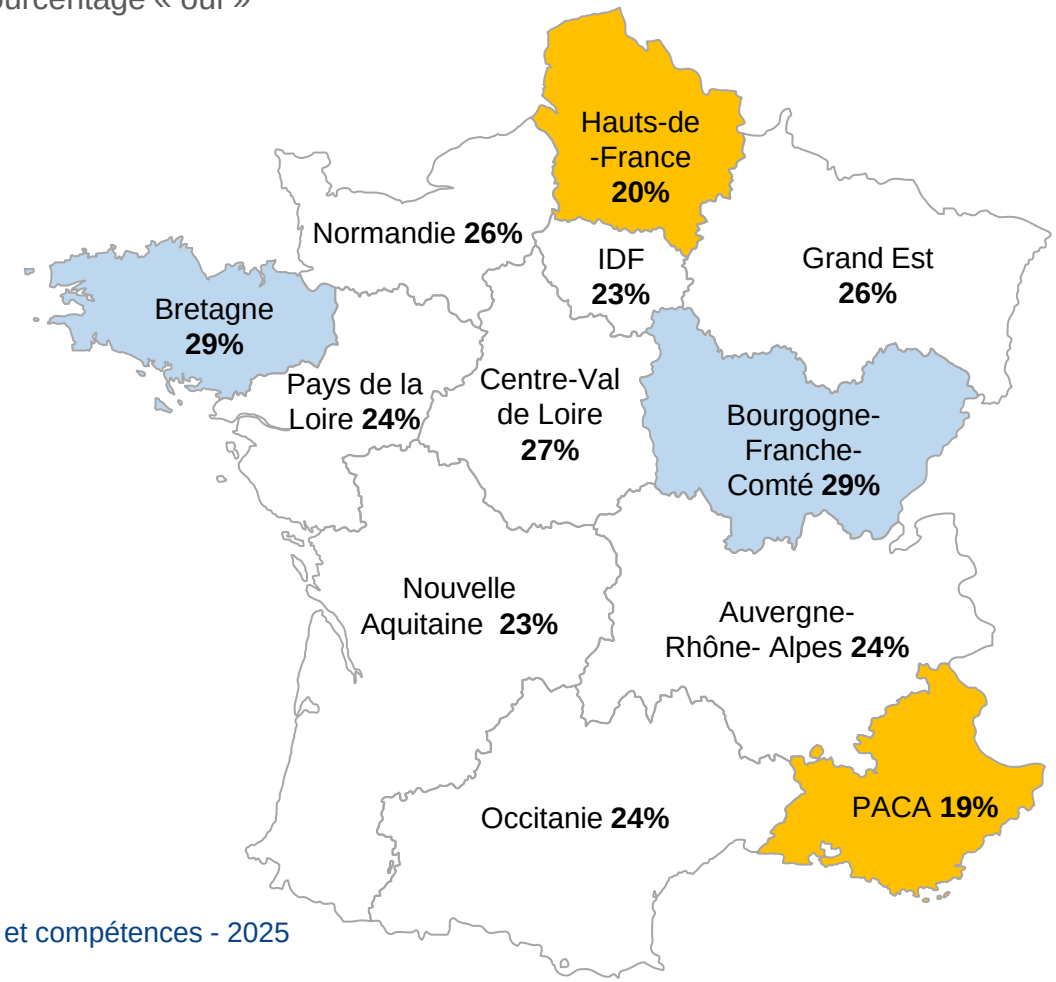
Transmission ou reprise d’entreprise

Part des entreprises concernées par des questions de transmission ou de reprise par région

Les résultats présentés correspondent au pourcentage « oui »

Résultat significativement supérieur à l’ensemble

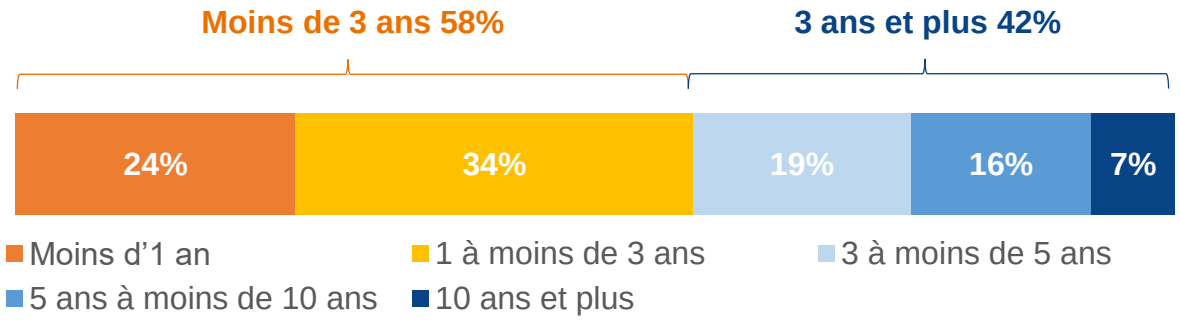
Résultat significativement inférieur à l’ensemble



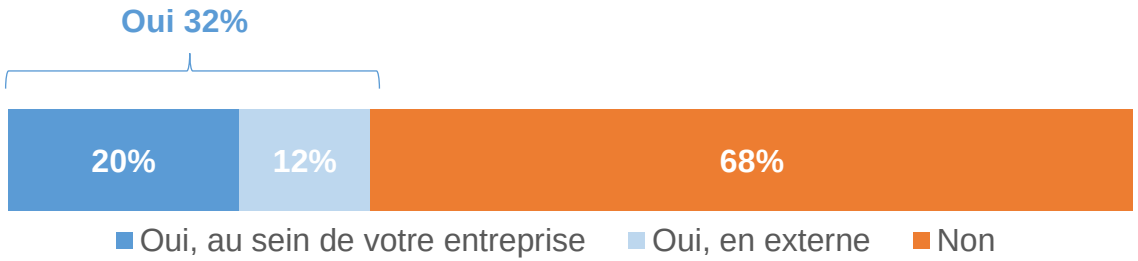
Corse **23%**
Antilles-Guyane **25%**
Réunion **16%**

Transmission ou reprise d'entreprise

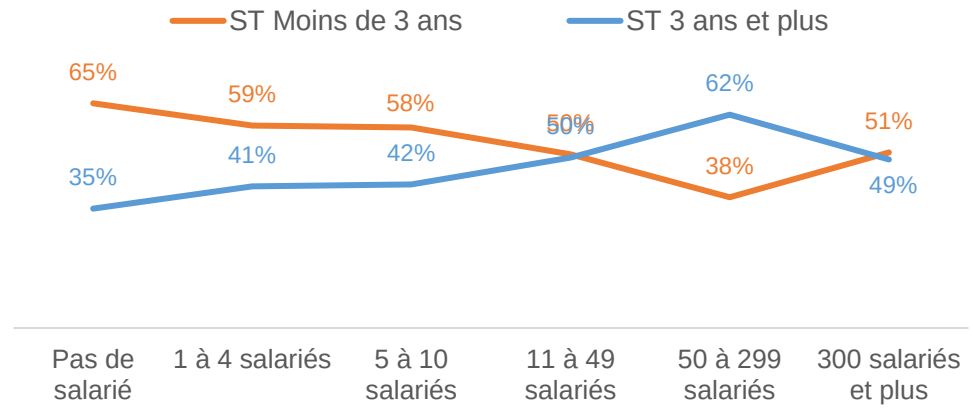
Échéance de la transmission ou reprise de l'entreprise



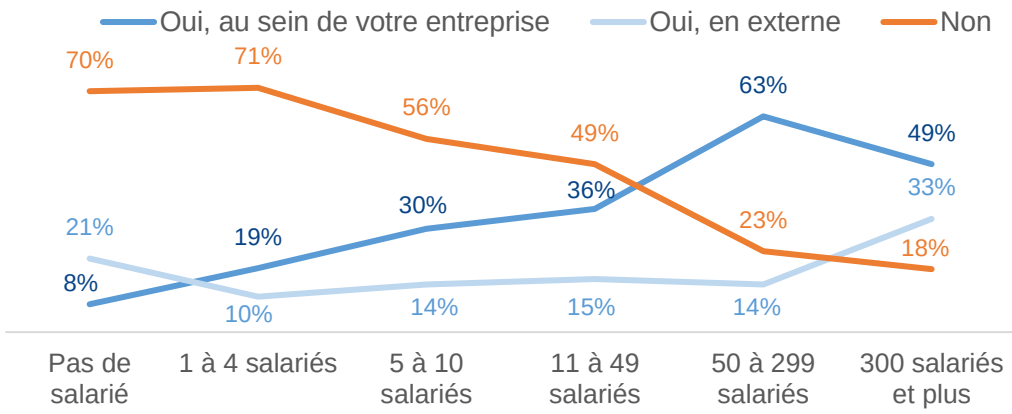
Identification du repreneur



Échéance de la transmission ou reprise de l'entreprise selon la taille de l'entreprise

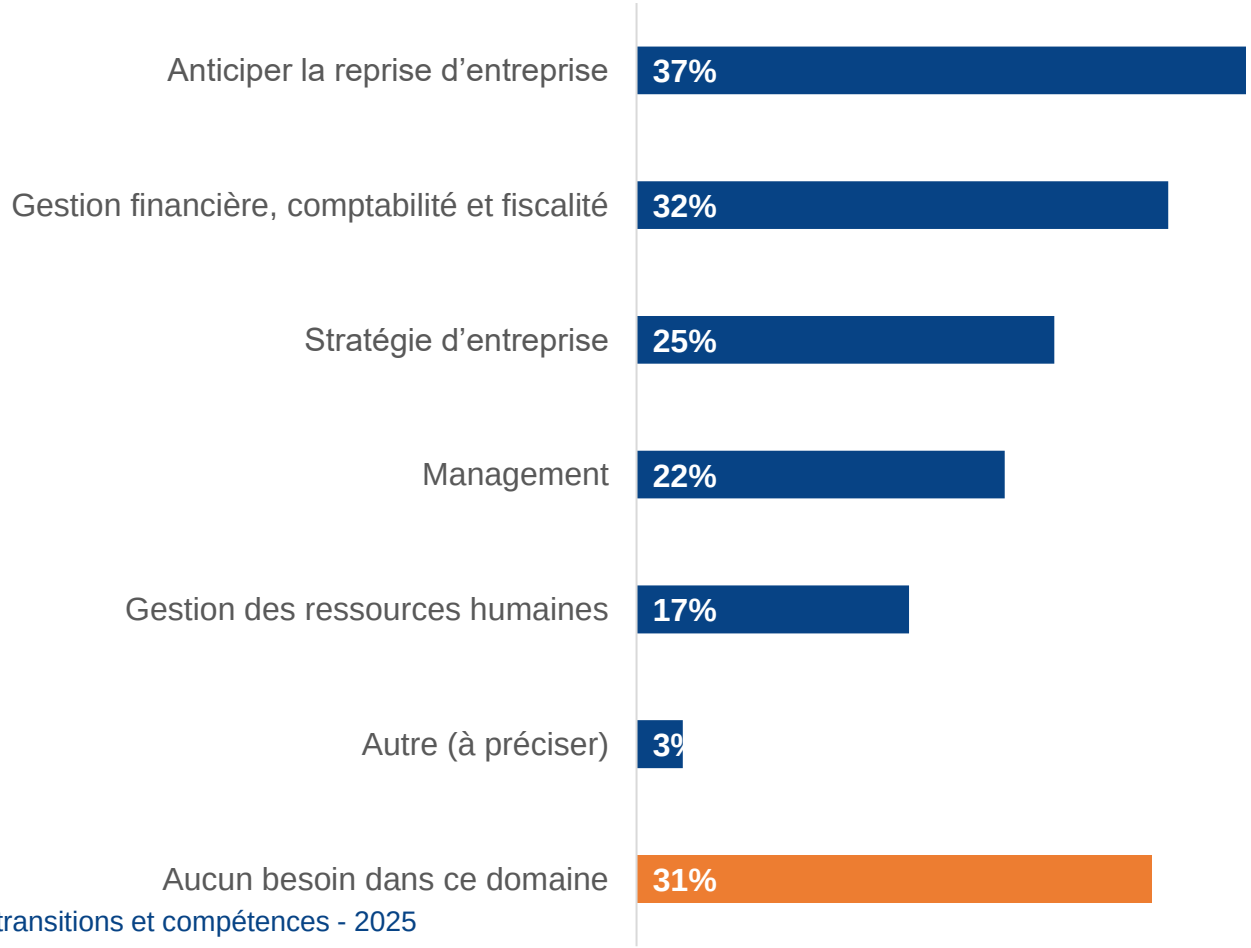


Identification du repreneur selon la taille de l'entreprise



Transmission ou reprise d’entreprise

Intérêt pour les formations liées à la transmission ou la reprise d’entreprise lorsque le repreneur est identifié en interne



Les difficultés et besoins issus des ateliers sur la transition démographique et les RH (1/3)

Les entreprises interrogées ne disposent pas toujours d'une bonne connaissance de l'offre de services proposée par Opco EP

Les entreprises expriment des difficultés de recrutement liées au déficit d'attractivité des métiers, parfois couplé à un manque d'attractivité géographique

- Pénurie de candidats dans certains métiers ou territoires, difficulté à identifier les candidats, écart marqué entre la formation des candidats et les besoins opérationnels…
- La nécessité de recruter autrement est exprimée par de nombreux dirigeants d'entreprises de proximité, en particulier ceux qui anticipent de forts besoins de recrutement pour les années à venir (par exemple, les services à la personne).
- La valorisation de filières ou de métiers, l'amélioration de l'image de certaines professions sont évoquées comme des leviers possibles d'attractivité.

A l'enjeu d'attractivité et de recrutement s'ajoute celui de la fidélisation des salariés

- Turnover élevé, constat partagé d'une difficulté à comprendre et à manager les jeunes actifs et les nouveaux entrants sur le marché du travail…
- La conception d'un parcours d'intégration réussie et d'un suivi des jeunes embauchés est l'une des pistes de solution partagée en atelier.

Moi, je suis sur quatre départements, donc je vois bien que selon les endroits, on n'a pas les mêmes problématiques. On sait que le taux de chômage sur la Loire-Atlantique et sur la Vendée est très faible, donc le recrutement, c'est juste une catastrophe. J'ai dû même déposer le bilan de certains centres de coiffure, parce que je n'avais pas de coiffeuse. (Coiffure et professions connexes, Pays de la Loire)

Si justement, on veut valoriser les métiers de l'artisanat, il faut donner envie. Et pour donner envie, il faut que on montre la passion avec laquelle on exerce notre métier. Mais il faut aussi que l'on montre que nos salariés peuvent être heureux en travaillant avec nous. (Immobilier, Bourgogne-Franche-Comté)

Dans le parcours d'intégration, on peut intégrer des modules professionnalisants au fur et à mesure du parcours d'intégration. Et j'ai regardé un petit peu ce qui existait, il n'y a pas grand-chose. Et même, je dirais, pour nous, ce qui serait intéressant, c'est de pouvoir développer en interne et d'être accompagné sur un outil interne spécifique. (Entreprises de services à la personne, Ile-de-France)

Les difficultés et besoins issus des ateliers sur la transition démographique et les RH (2/3)

La question des savoir-être cristallise une large partie des tensions exprimées par les dirigeants d'entreprises de proximité.

- L'insuffisance d'engagement et de maturité soulignée chez les jeunes candidats et alternants, la non-maitrise des codes de l'entreprise… font partie des problématiques fréquemment remontées en ateliers, reflétant un enjeu fort de compréhension et de management intergénérationnel.

> *Malgré tous les efforts que je fournis pour satisfaire ses besoins et m'adapter à son mode de vie... […] je le fais en sachant que du jour au lendemain, elle peut partir. Je sais que, du jour au lendemain, ils peuvent me laisser tomber (Boulangerie-pâtisserie, Bourgogne-Franche-Comté)*

Les transitions, qu'elles soient environnementales ou numériques, impliquent l'acquisition de nouvelles compétences techniques et comportementales.

- Des besoins de formation et d'accompagnement sont largement exprimés dans ces deux dimensions de la transition (cf chapitres 2 et 3).

Les attentes de formations et d'offre de services en matière de transition démographique et de RH (3/3)*

Accompagnement pour « recruter autrement » : accès à des dispositifs de sourcing, etc

Formation et accompagnement pour aider au recrutement / le professionnaliser : repérer les bons candidats, mener les entretiens, adapter l'approche aux réalités territoriales…

Aide à la refonte du processus de recrutement, avec intégration de nouveaux outils numériques et de l'IA

Aide à la conception d'un parcours d'intégration et de suivi des nouveaux salariés, pour contribuer à la fidélisation

Formation et développement des compétences dans les métiers, pour améliorer la polyvalence

Formation et accompagnement sur le management des nouvelles générations, le management intergénérationnel

Suggestion complémentaire de l'atelier inter-régional (Opco EP)

Poursuivre la mise en œuvre de dispositifs de promotion des métiers des branches relevant d'Opco EP : journées portes ouvertes, présentations en milieu scolaire…

*Cette page présente la synthèse des attentes exprimée par les participants aux différents ateliers, notamment en termes de formation et d'offre de service. Les situations et profils des entreprises étant très hétérogènes, chaque attente relatée n'est pas commune à l'ensemble des participants.

www.opcoep.fr

OPCO EP
Opérateur de compétences
des Entreprises de Proximité