



Baromètre « *Transitions & Compétences* »

Rapport de résultats
Auvergne-Rhône-Alpes

EDITION 2025



SOMMAIRE

01 | Méthodologie
p.3

02 | Principaux
enseignements
p.7

03 | L'activité des
entreprises
p.9

04 | La transition
écologique et
énergétique
p.13

05 | La transition
numérique
p.25

06 | La transition
démographique
p.38

1. Méthodologie

Méthodologie : Enquête et atelier d'échanges



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 (*panels qualifiés d'individus volontaires pour participer à des enquêtes opérées par BVA*) dans l'objectif d'atteindre le nombre de répondants souhaité pour l'étude (*environ 10 000 répondants au niveau national*).

Enquête complétée par l'organisation, le 25 mars 2025, d'un atelier d'échanges et de discussions en ligne, auprès d'entreprises de la Région.



Echantillon

Pour l'enquête, 1348 entreprises répondantes (établissements principaux) de la région Auvergne Rhône Alpes **relevant du champ OPCO EP**.

La constitution de l'échantillon national 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.

Au total, 39 branches professionnelles sont représentées dans l'échantillon de répondants de la région (en complément de l'interprofession). Comme au niveau national, la branche professionnelle « personnel des cabinets médicaux » est la plus représentée (173 répondants) devant celle des « cabinets dentaires » (135 répondants). La branche de l'immobilier est la troisième plus représentée avec 81 répondants.

Afin de garantir la représentativité finale de l'échantillon vis-à-vis de la population cible (entreprises relevant du champ 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.

Pour l'atelier, 7 entreprises ont participé (détail slide 6).

Méthodologie : Enquête et atelier d'échanges



Résultats

Ce rapport présente les **résultats de l'enquête au niveau de la région** selon les principaux critères d'analyse retenus et avec une comparaison par rapport à l'ensemble des résultats nationaux. Les **principaux constats** issus de l'atelier d'échanges sont également présentés.

Lorsqu'un résultat régional 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.

- Plusieurs facteurs peuvent influencer le test de significativité comme 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) ou 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 important qu'avec un petit échantillon)
- Même si un écart de résultats n'est pas considéré comme statistiquement significatif, un écart d'un certain nombre de points peut tout de même indiquer une tendance dans les données.

Précisions méthodologiques sur l'atelier d'échanges

RAPPEL DES OBJECTIFS DE L'ATELIER * :

- **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.

	Fonction	Secteur d'activité	Effectif
1	Dirigeante	Personnel des prestataires de services du secteur tertiaire	1 à 4 salariés
2	Dirigeante	Coiffure et professions connexes	1 à 4 salariés
3	Co-gérant	Entreprises d'architecture	11 à 49 salariés
4	Dirigeante	Fleuristes, vente et services des animaux familiers	1 à 4 salariés
5	Dirigeant	Maintenance, distribution et location de matériels agricoles, de travaux publics, de bâtiment et de manutention, de motoculture de plaisance et activités connexes (SDLM)	1 à 4 salariés
6	Dirigeante	Entreprises des services à la personne	50 à 299 salariés
7	Directrice administrative	Fleuristes, vente et services des animaux familiers	50 à 299 salariés

* L'atelier de la région **AURA** a été introduit par **Raphaël GUEMARD**, Délégué Régional adjoint à OPCO EP, et animé par **Virginie LOUISE** de BVA People Consulting, avec l'appui de **Maximilien DUBOIS**, Chef de Projet Observation à OPCO EP et **Philippe FAGOT**, Responsable du Service des actions territoriales pour OPCO EP en Auvergne Rhône Alpes.

2. Principaux enseignements

Principaux enseignements

L'activité des entreprises

- 63% des entreprises sont confiantes en l'avenir (national 61%).
- Les principales tendances qui impactent l'activité des entreprises sont : la baisse du pouvoir d'achat des ménages (45%, national 47%), l'évolution des coûts de l'énergie et/ou des approvisionnements (36%, national 34%), les difficultés de recrutement (27%, national 26%).

La transition écologique et énergétique

- 77% des entreprises disent prendre en compte les questions d'environnement et d'énergie dans leur quotidien (national 73%).
- Un enjeu prioritaire pour 23% des entreprises (national 24%), important mais pas prioritaire pour 59% (national 54%), et secondaire pour 18% (national 22%).
- Parmi les actions à mettre en place, les entreprises citent, en premier lieu, le fait de réduire, mieux gérer leurs déchets/faciliter leur recyclage (52%, national 49%), puis sensibiliser et former leurs salariés (34%, national 36%) et investir, trouver des solutions pour réduire leur facture énergétique (33%, national 33%).
- Les principales compétences nécessaires à l'entreprise sont : adopter des gestes et des pratiques professionnels permettant de faire des économies d'énergie, d'eau ou de matières premières dans leur activité (41%, national 40%), améliorer la gestion, le recyclage et le réemploi des déchets (37%, national 35%) et savoir gérer un local efficacement sur le plan énergétique et environnemental (28%, national 26%).
- 35% des entreprises disent avoir mis en place des actions de sensibilisation ou de formation des salariés (national 36%), et 30% souhaitent en mettre en place au cours de l'année à venir (national 33%).

La transition numérique

- Le développement du numérique est un enjeu prioritaire pour 23% des entreprises (national 27%), important mais pas prioritaire pour 47% (national 44%), et secondaire pour 30% (national 29%).
- Parmi les actions à mettre en place, les entreprises citent, en premier lieu, le fait de développer leur visibilité sur le Web (44%, national 44%), puis simplifier la gestion des devis, planning, facturation (30%, national 32%) et renforcer leur sécurité et protection informatique (28%, national 26%).
- Les principales compétences nécessaires à l'entreprise sont : promouvoir leur entreprise sur les réseaux sociaux (41%, national 41%), utiliser des applications ou services sur des équipements numériques (30%, national 31%) et administrer/faire vivre leur site web (30%, national 31%).
- 30% des entreprises disent avoir mis en place des actions de sensibilisation ou de formation des salariés (national 30%), et 21% souhaitent en mettre en place au cours de l'année à venir (national 25%).

La transition démographique

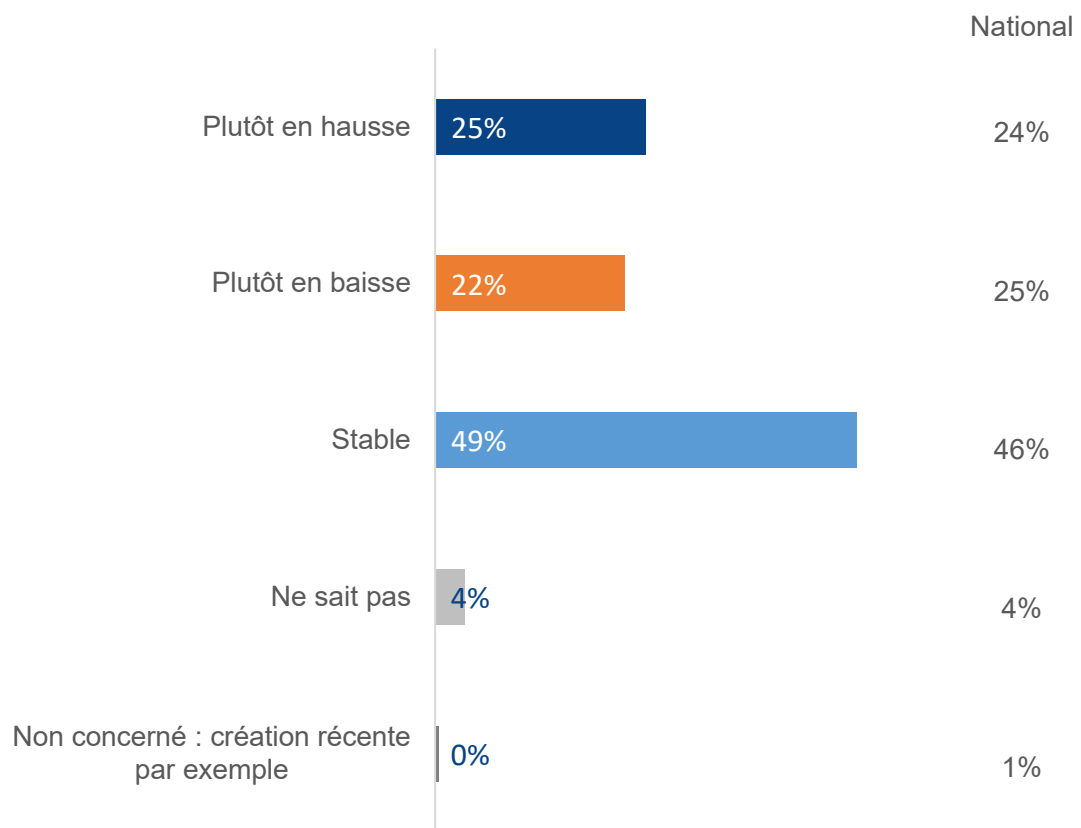
- 24% des entreprises envisagent des recrutements pour l'année 2025 (national 23%). Principalement pour des remplacements à la suite d'un départ (43%, national 40%) et des créations de poste (34%, national 42%).
- 37% des entreprises disent rencontrer des difficultés de recrutement (d'importantes difficultés 18%, national 19%). Les principales raisons de ces difficultés de recrutement sont : le manque de candidat(e)s avec les compétences recherchées (66%, national 64%) et le manque de candidat(e)s avec la certification ou le diplôme recherché(e) (56%, national 50%).



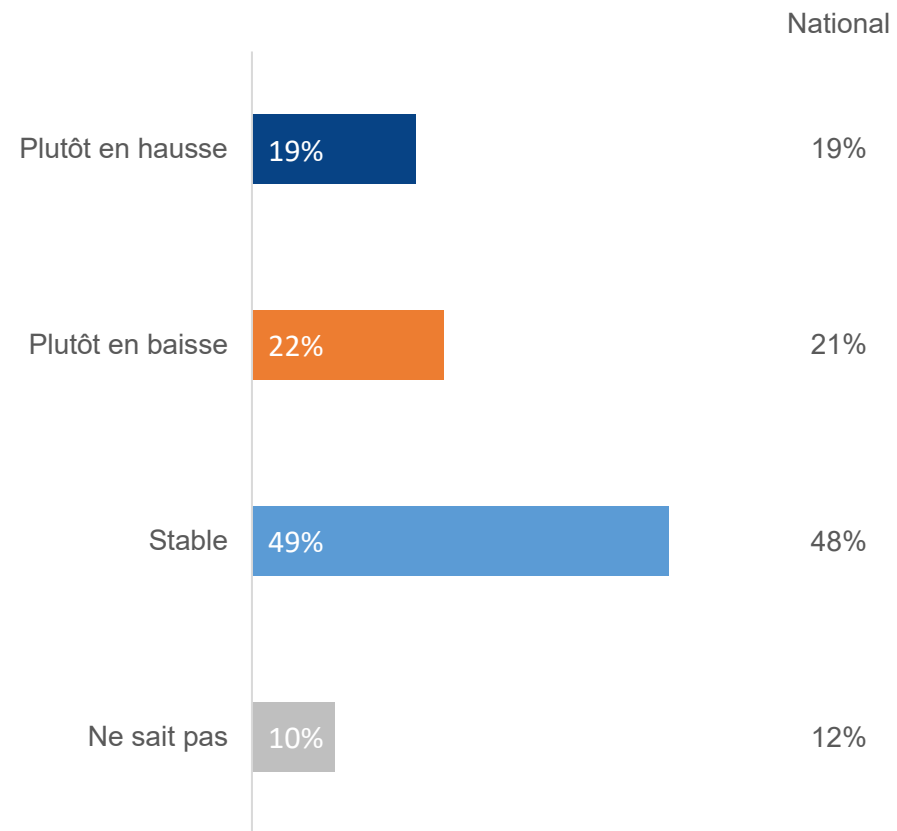
3. L'activité des entreprises

Évolution de l'activité des entreprises

Évolution constatée par rapport à 2023



Évolution prévue par rapport à 2024



Confiance en l'avenir

Confiance en l'avenir de l'entreprise

Activités artisanales 35%

ST Pessimiste

28%

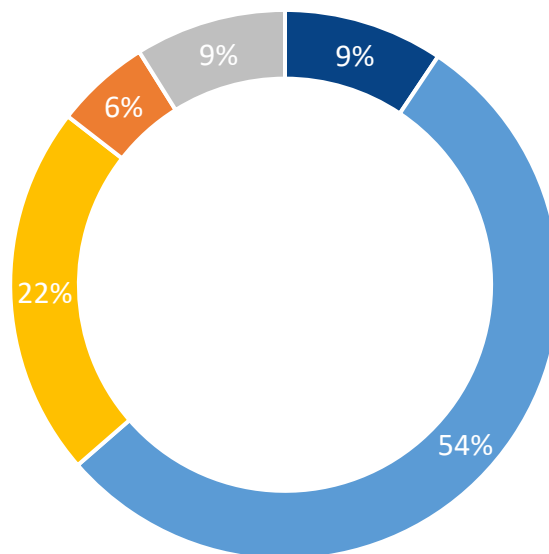
National 28%

ST Confiant

63%

National 61%

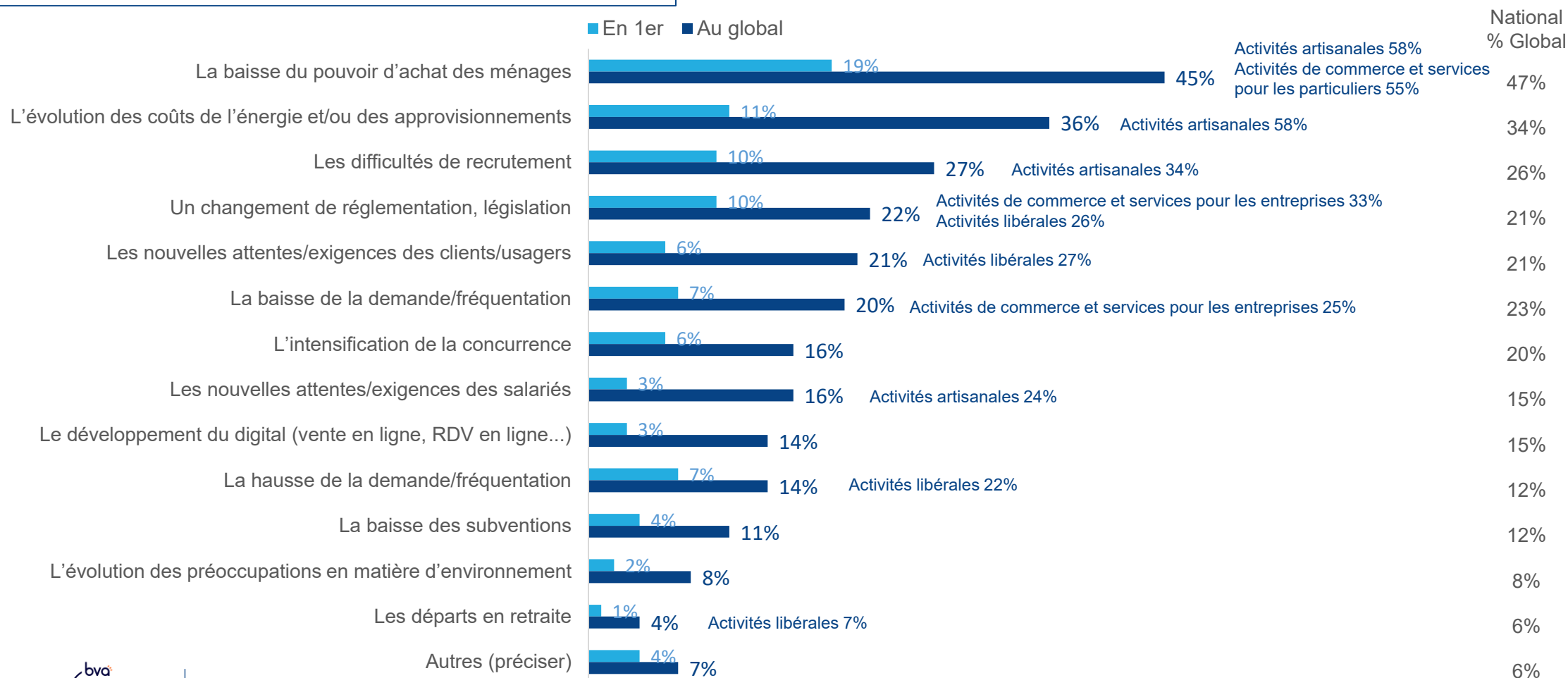
Activités de commerce et services
pour les entreprises 69%



■ Très confiant.e ■ Plutôt confiant.e ■ Plutôt pessimiste ■ Très pessimiste ■ Ne sait pas

Tendances impactant l'activité

Tendances qui impactent l'activité des entreprises

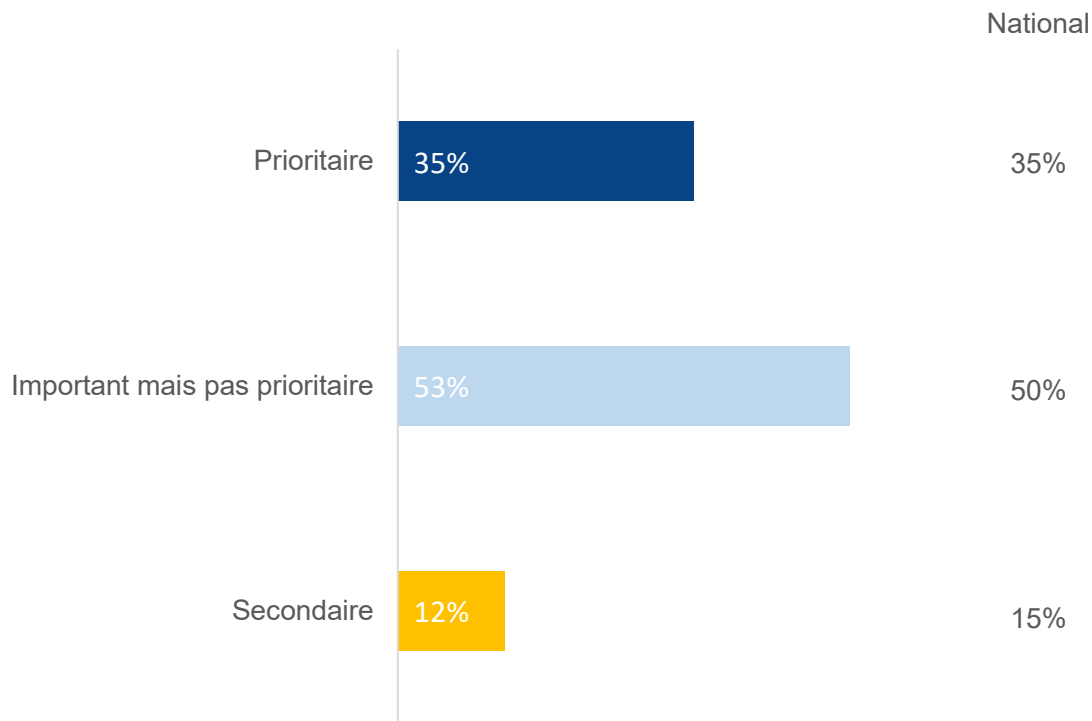


4. La transition écologique et énergétique

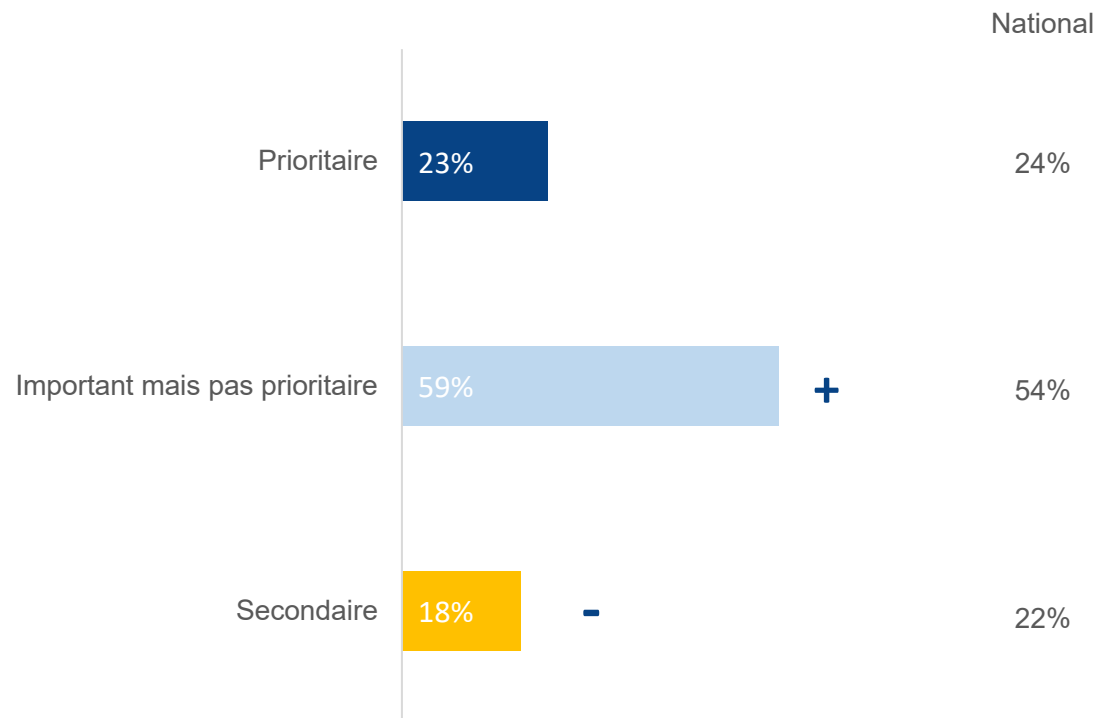
Enjeux des questions d'environnement et d'énergie

Importance des questions d'environnement et d'énergie

... Pour la société française

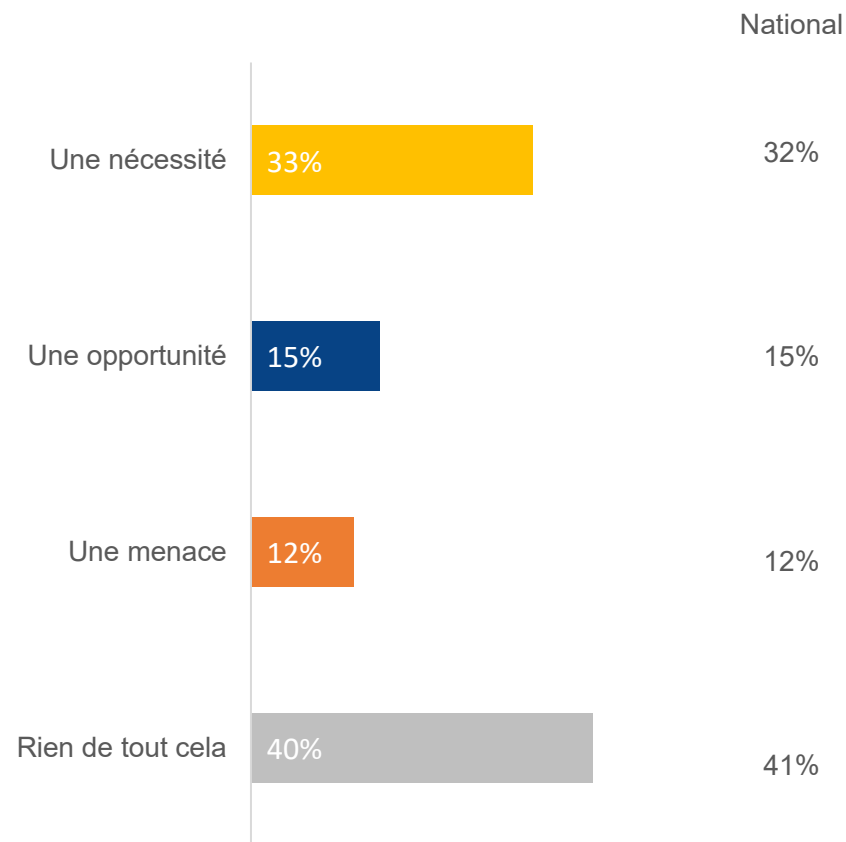


... Pour l'entreprise

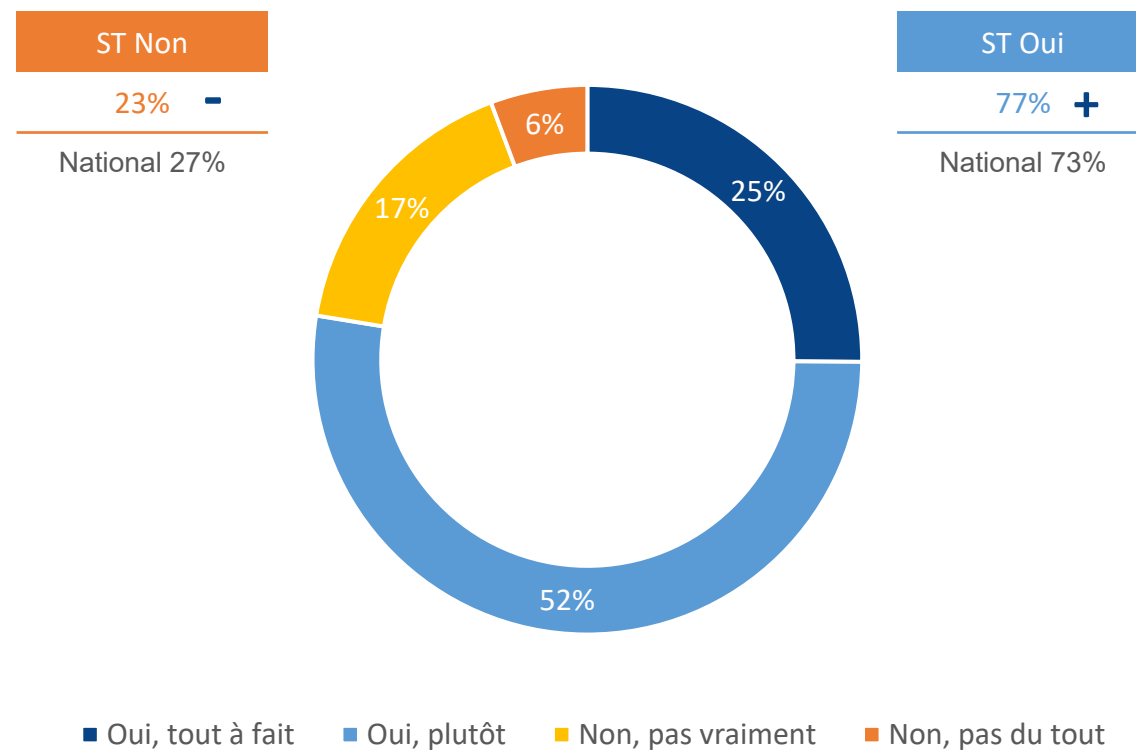


Prise en compte des questions d'environnement et d'énergie

Perception des questions d'environnement et d'énergie

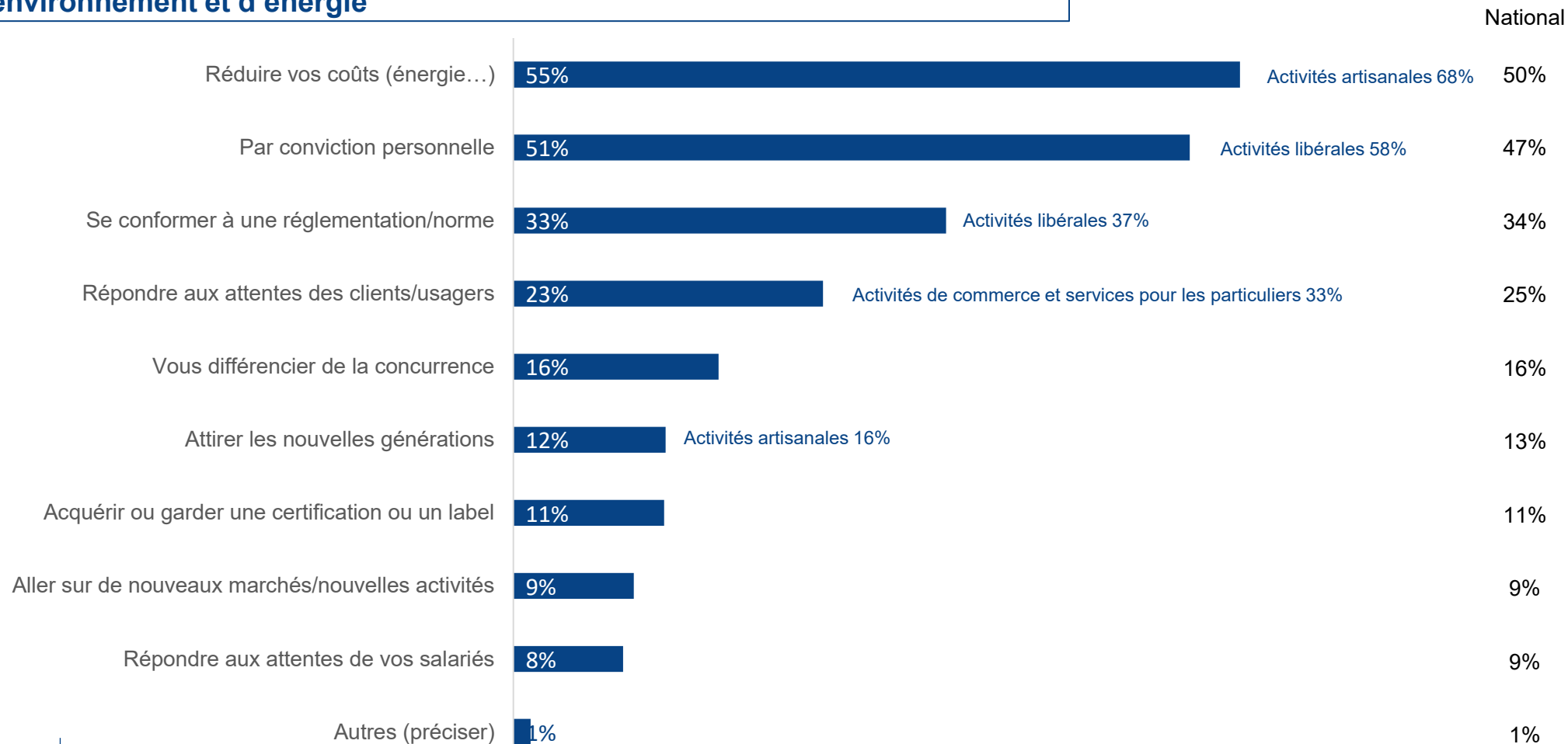


Prise en compte des questions d'environnement et d'énergie



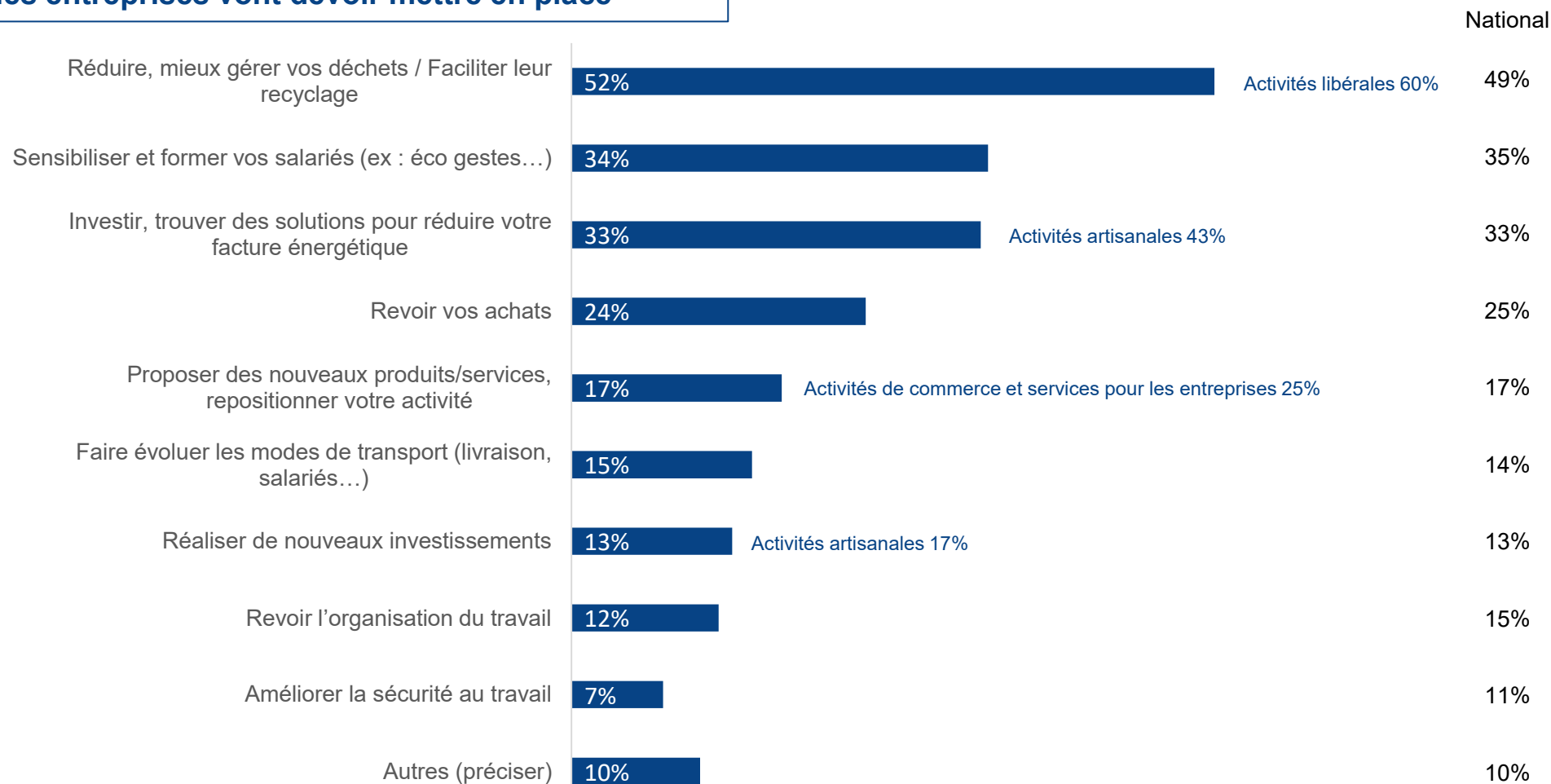
Raisons de l'engagement

Raisons pour lesquelles les entreprises seraient amenées à s'engager davantage sur les questions d'environnement et d'énergie



Les actions à mettre en place en lien avec la transition écologique et énergétique

Actions que les entreprises vont devoir mettre en place



Compétences à développer en lien avec la transition écologique et énergétique

Compétences (nouvelles ou à développer) nécessaires à l'entreprise



Mise en place d'actions de sensibilisation ou de formation en lien avec la transition écologique et énergétique

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

Non

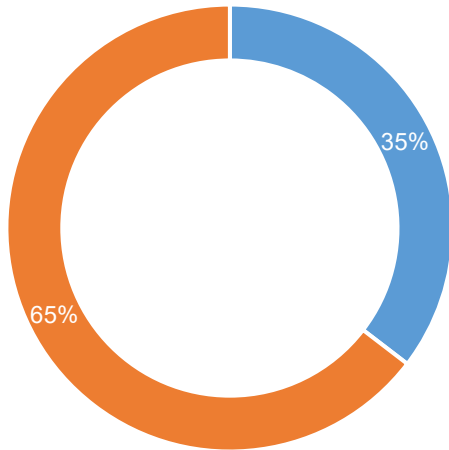
65%

National 64%

Oui

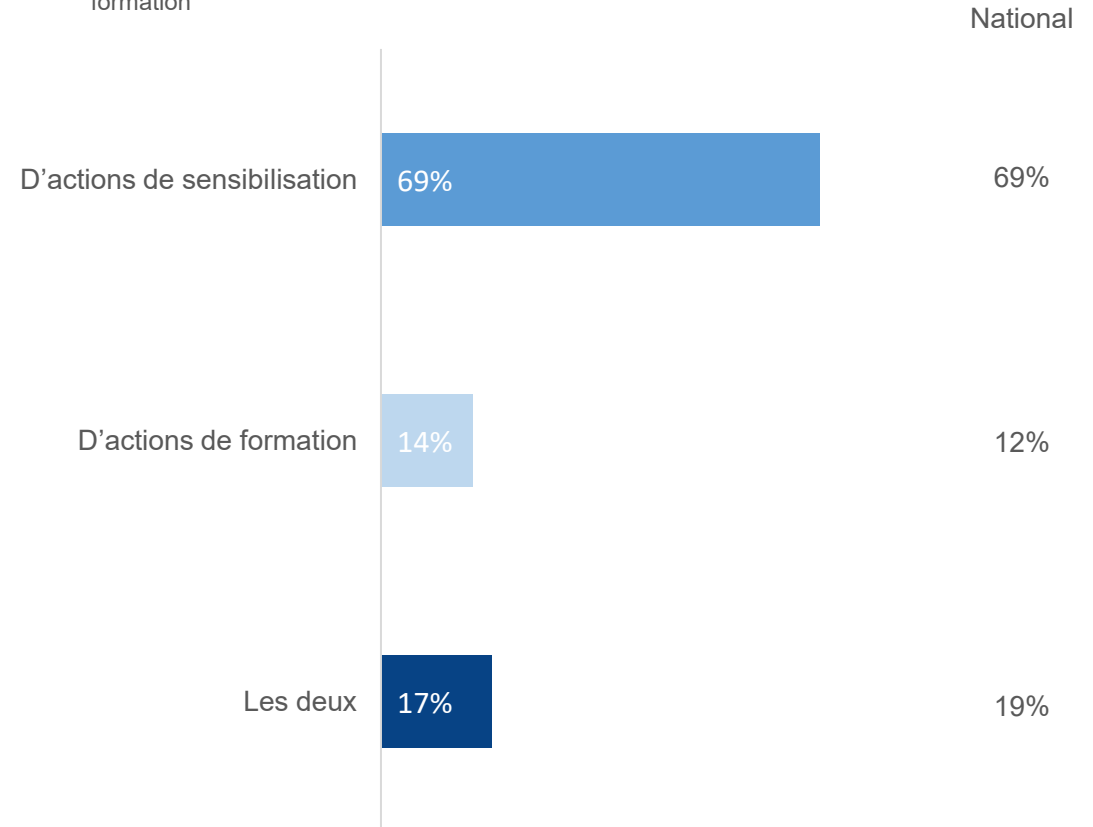
35%

National 36%



Les actions mises en place

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

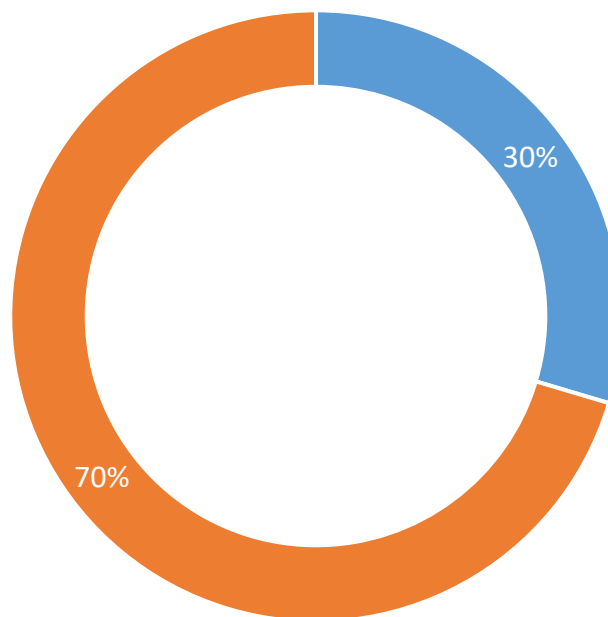


Intention de mettre en place des actions de sensibilisation ou de formation en lien avec la transition écologique et énergétique

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

Non
70% +
National 67%

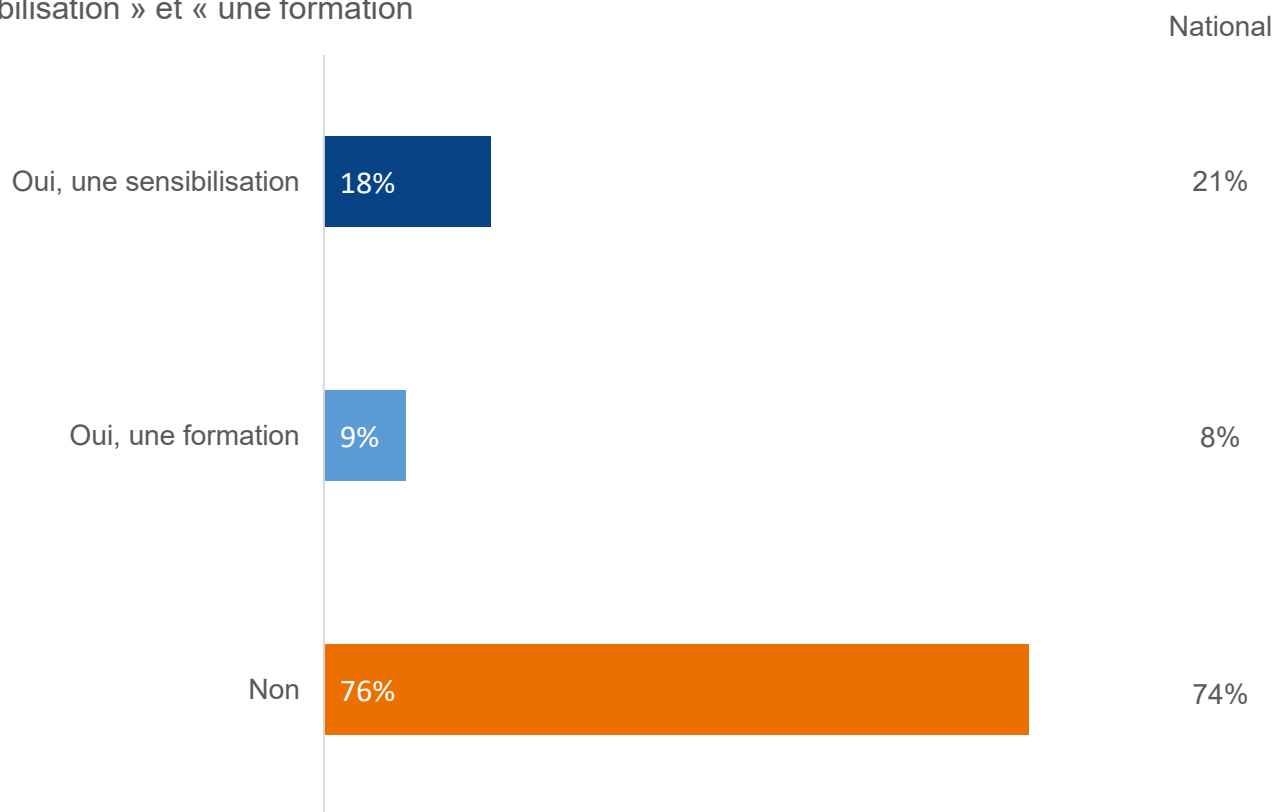
Oui
30% -
National 33%



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

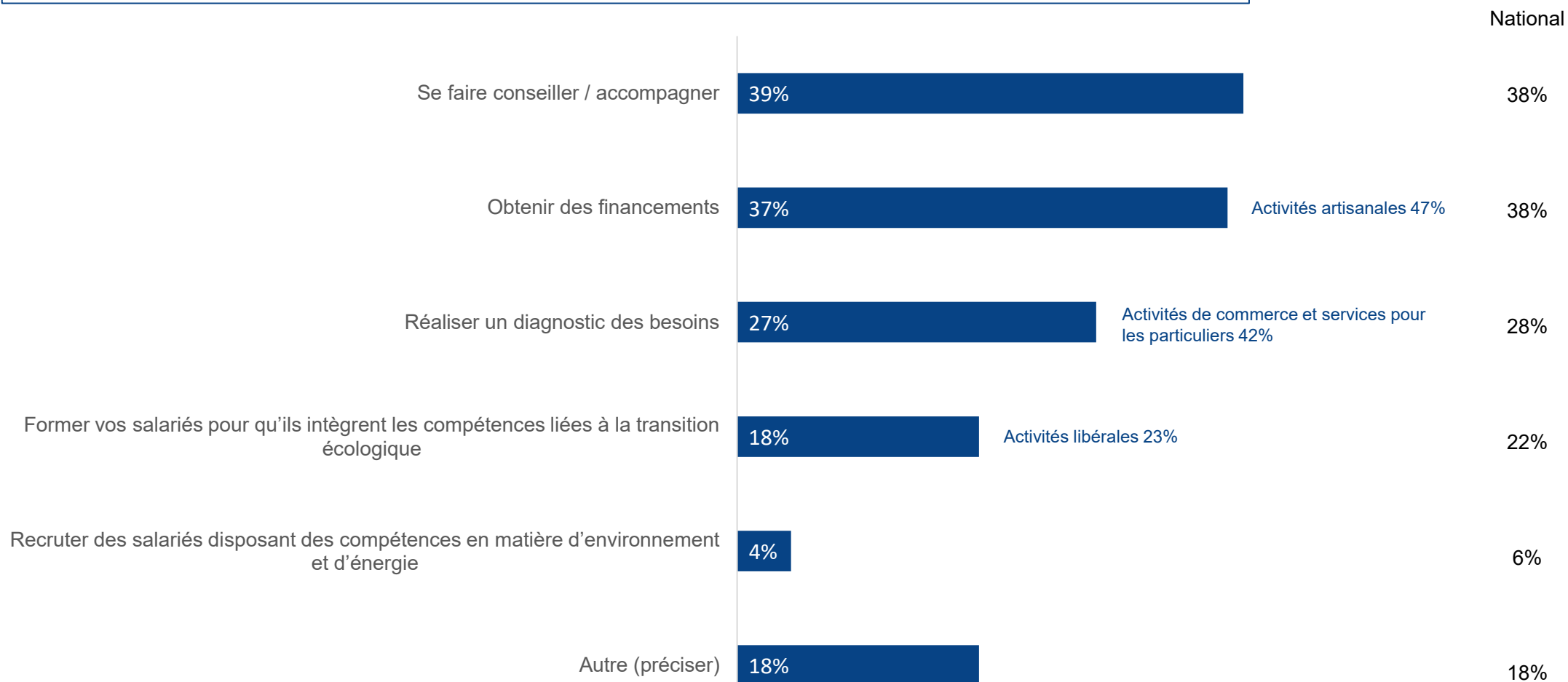
A bénéficié d'une formation / sensibilisation au cours des deux dernières années

Possibilité de répondre « une sensibilisation » et « une formation »



Besoins et attentes des entreprises

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



Les enseignements* de l'atelier en région Auvergne Rhône Alpes sur la perception et le déploiement de la transition écologique et énergétique (1/2)

- Les **écogestes** (tri...) et les **bonnes pratiques professionnelles** respectueuses de l'environnement apparaissent essentielles, mais **maîtrisées de façon hétérogène** selon les secteurs et les salariés. Les nouvelles **exigences réglementaires** à respecter, sans soutien ou formation correspondante, créent un **décalage entre ces exigences et les compétences disponibles**, pour s'y conformer.

» » «La base, c'est le tri : ce que tout le monde devrait faire partout. Trier les plastiques, tous les matériaux, tous les polluants, et les déposer dans des lieux sécurisés pour leur traitement. Dans notre activité, on utilise beaucoup de fuites frigorigènes — un gaz particulièrement nocif pour l'atmosphère [...]. La première exigence, en réalité, c'est la conscience professionnelle. Cela commence par un travail bien fait, avec les outils adaptés, afin d'éviter de relâcher ces gaz dans l'air. Les interventions sur les équipements, c'est pareil : il ne faut pas que ce soit fait n'importe comment. Heureusement, de notre côté, le personnel a bien compris cette exigence.» (Maintenance, distribution et location de matériels agricoles, de travaux publics, de bâtiment et de manutention, de motoculture de plaisance et activités connexes)

- La volonté de **se doter d'équipements plus éco-responsables** (ex : panneaux solaires) peut être freinée par la difficulté à mobiliser des **aides possibles** et l'impact sur leurs **coûts**, pouvant **dissuader les clients** et nuire à la **compétitivité**.

« Mon centre a justement pour directive et vertu d'être un parc le plus possible éco-responsable. Nous récupérons l'eau de pluie pour notre usage intérieur [...] Cela fait deux ans qu'on se bat pour pouvoir mettre les panneaux solaires. » (Fleuristes, vente et services des animaux familiers)

- **L'engagement écologique** représente, pour certaines entreprises, un **facteur d'attractivité** dans le **recrutement** de nouveaux employés, qui se reconnaissent dans les valeurs de l'entreprise.

« Dès le recrutement, nous pouvons avoir un impact. Il est vrai que les personnes qui viennent travailler dans mon type d'entreprise, sont vraiment attachées à la nature ». (Fleuristes, vente et services des animaux familiers)

* Les enseignements présentés dans ce slide constituent des éléments qualitatifs non généralisables, qui permettent de mieux comprendre/appréhender les problématiques rencontrées par les entreprises.

Les attentes* de formations et d'offre de service sur la transition écologique et énergétique, issues de l'atelier en région (2/2)

Accompagnement des projets réduisant l'empreinte environnementale de l'entreprise (exemple : photovoltaïque) pour mobiliser des aides financières en particulier

Sensibilisation des employés aux enjeux écologiques et aux écogestes et bonnes pratiques professionnelles à adopter pour réduire l'empreinte environnementale

Soutien à l'adaptation aux nouvelles obligations réglementaires : formations, appui financier de l'OPCO (FSE...)

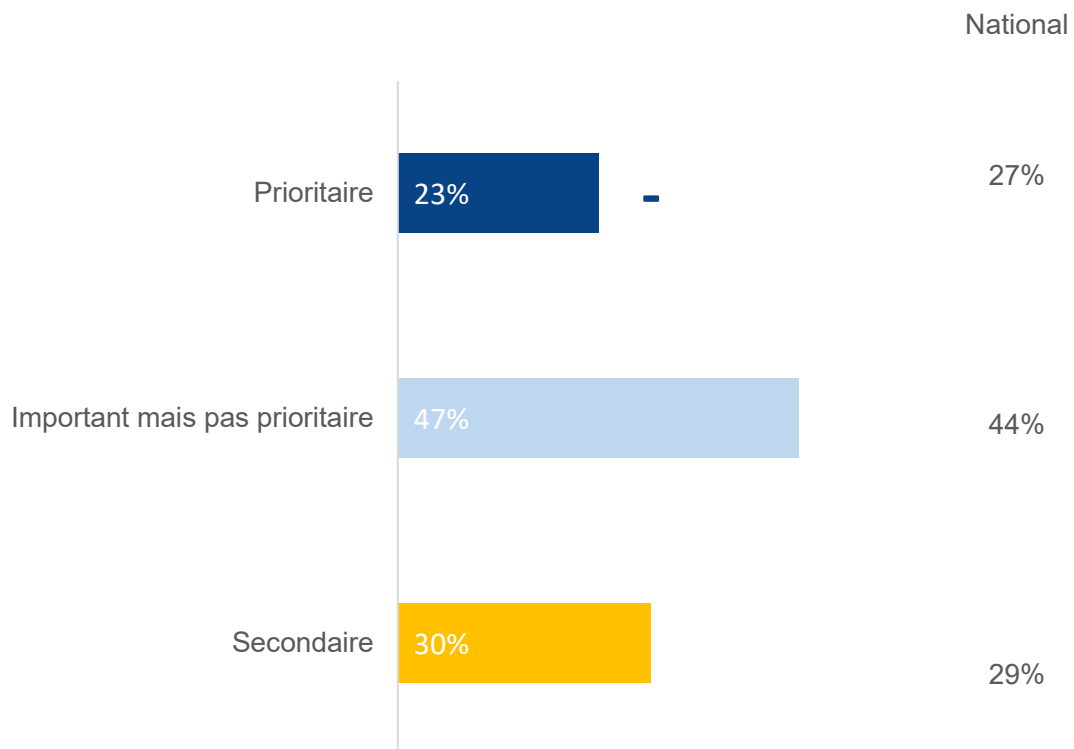
Partage de retours d'expériences d'entreprises du même secteur (exemples : webinaires, ateliers avec des partenaires)

* Les attentes présentées ici sont exprimées par certaines entreprises présentes à l'atelier mais pas nécessairement par toutes.

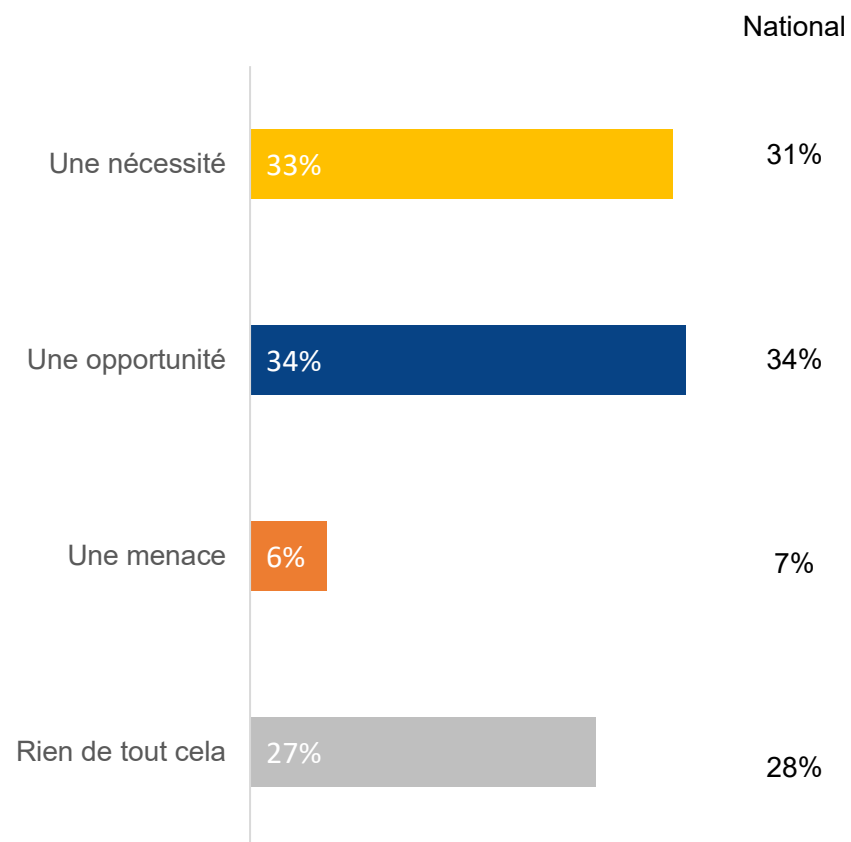
5. La transition numérique

Importance et perception du développement du numérique

Importance du développement du numérique pour l'établissement

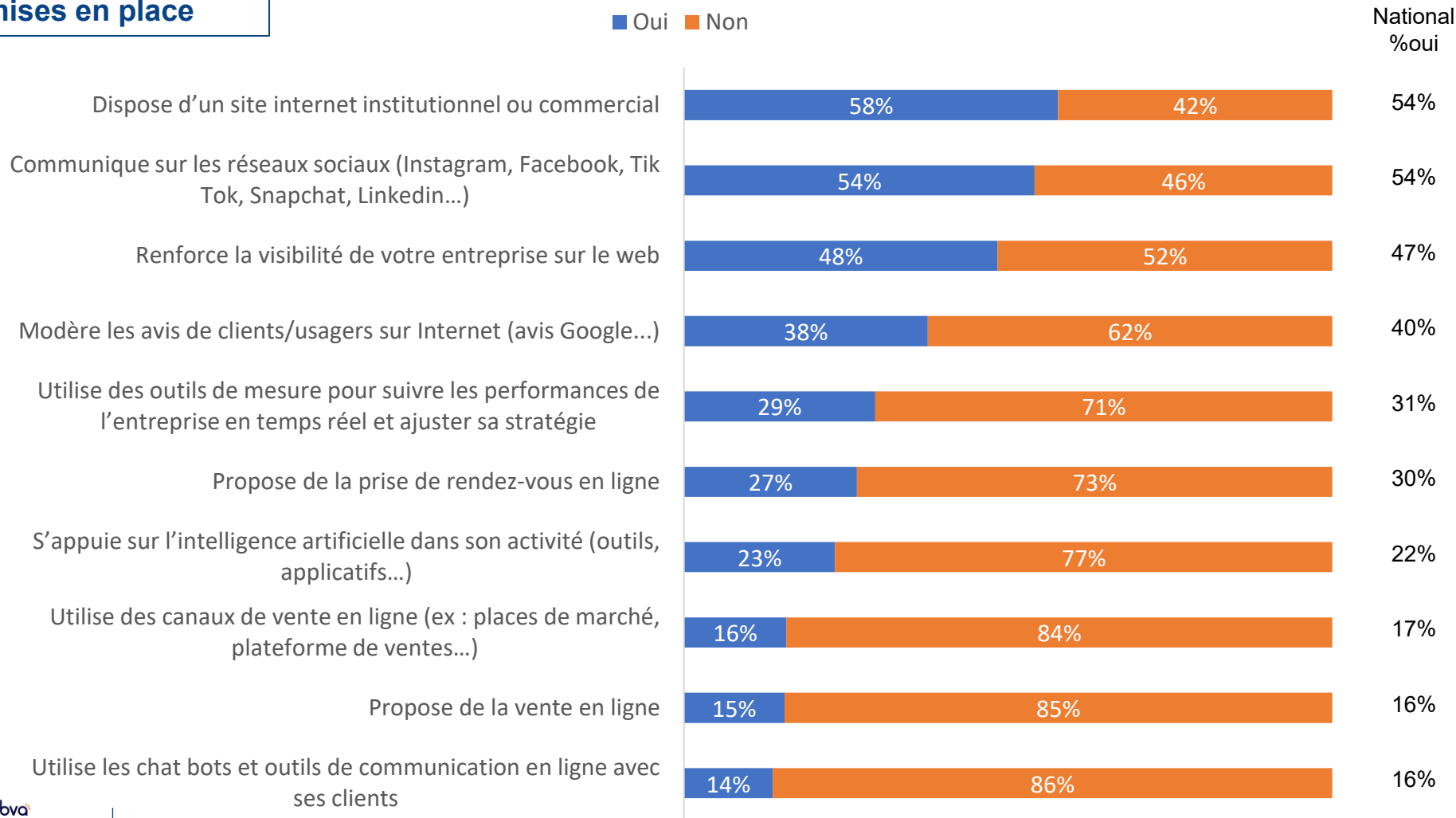


Perception du développement du numérique pour l'établissement



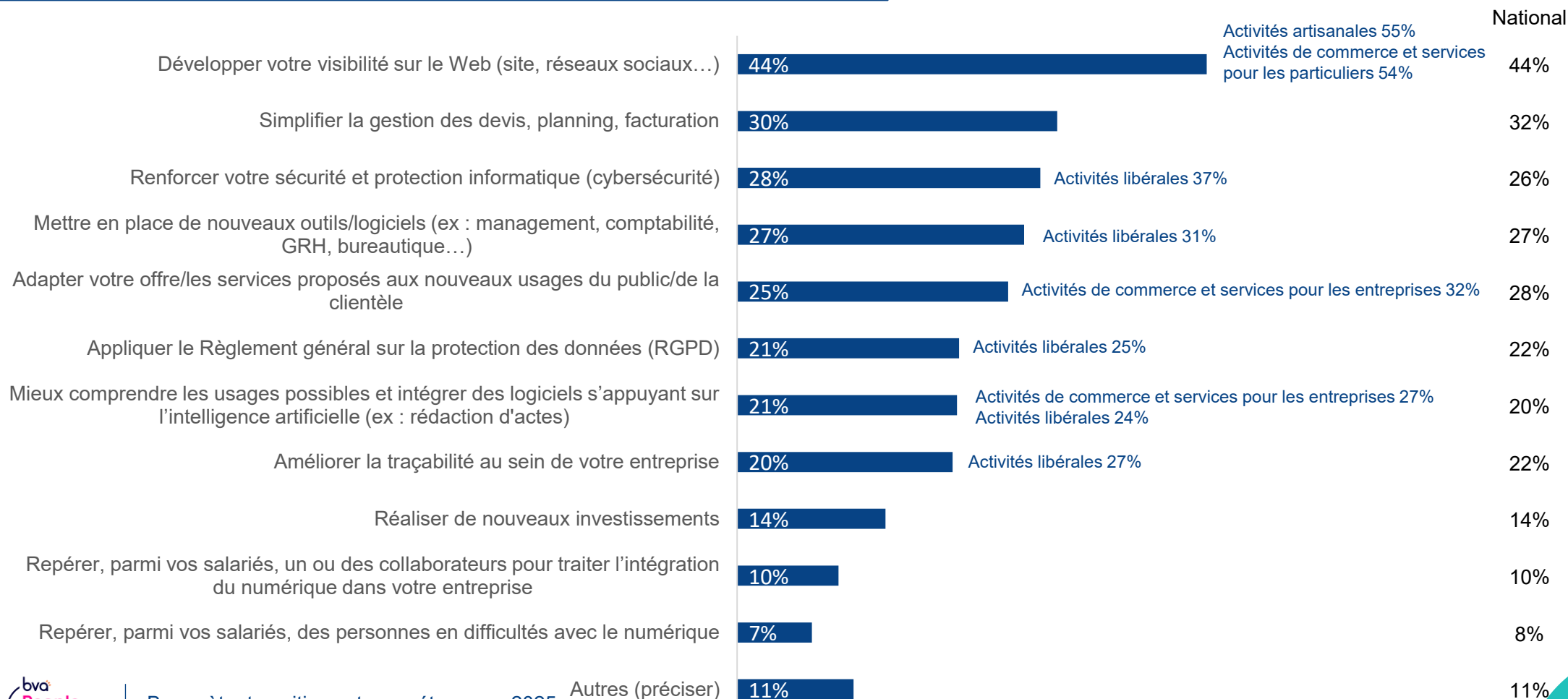
Actions déjà mises en place concernant les outils digitaux et numériques

Actions mises en place



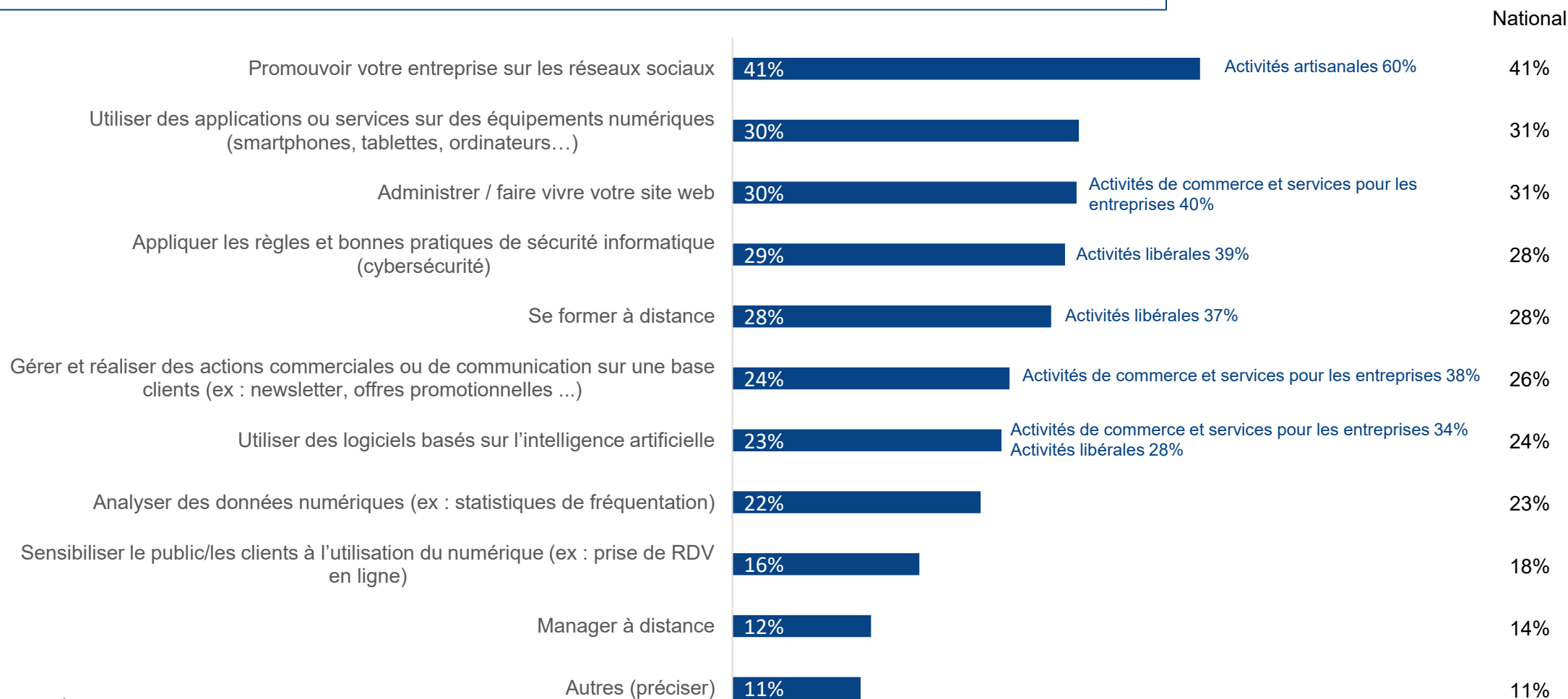
Les actions à mettre en place par les entreprises en lien avec la transition numérique

Actions que les entreprises vont devoir mettre en place



Compétences à développer par l'entreprise en lien avec la transition numérique

Compétences (nouvelles ou à développer) nécessaires à l'entreprise



Mise en place d'actions de sensibilisation ou de formation par les entreprises en lien avec la transition numérique

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

Non

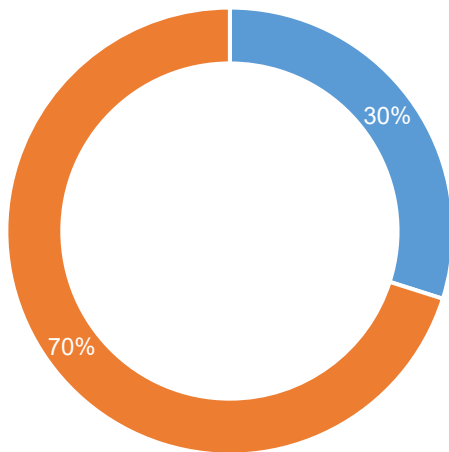
70%

National 70%

Oui

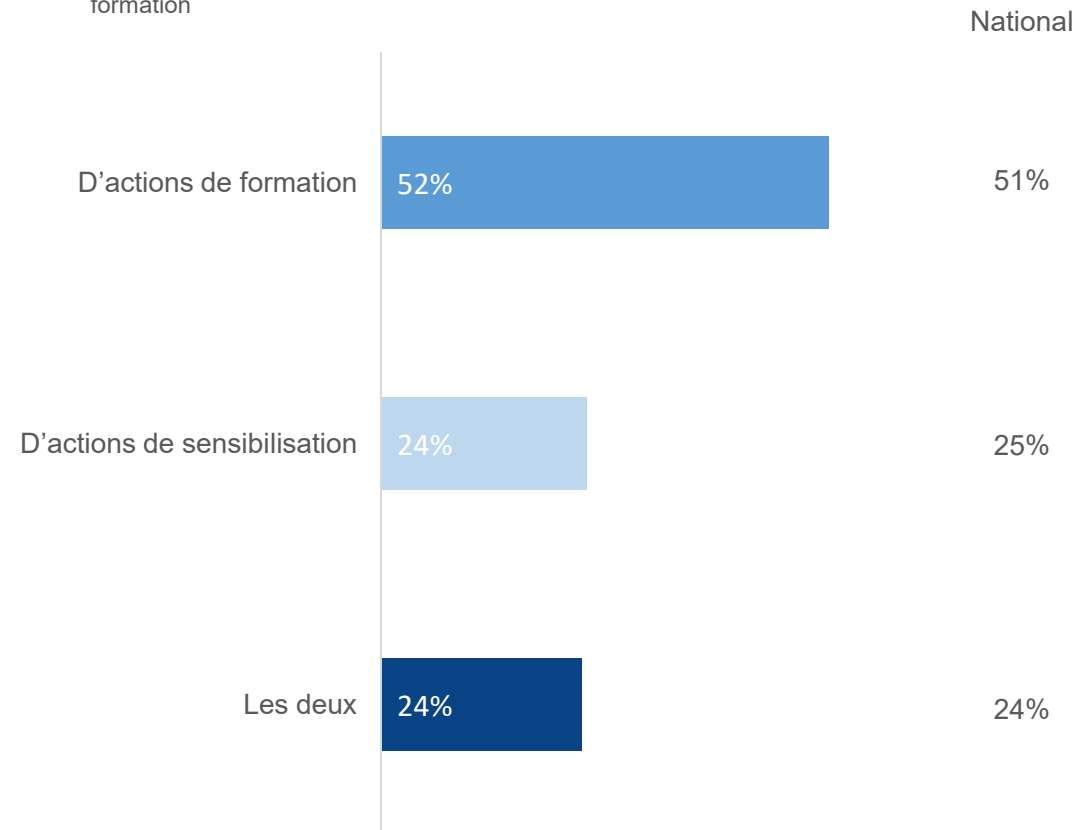
30%

National 30%



Les actions mises en place

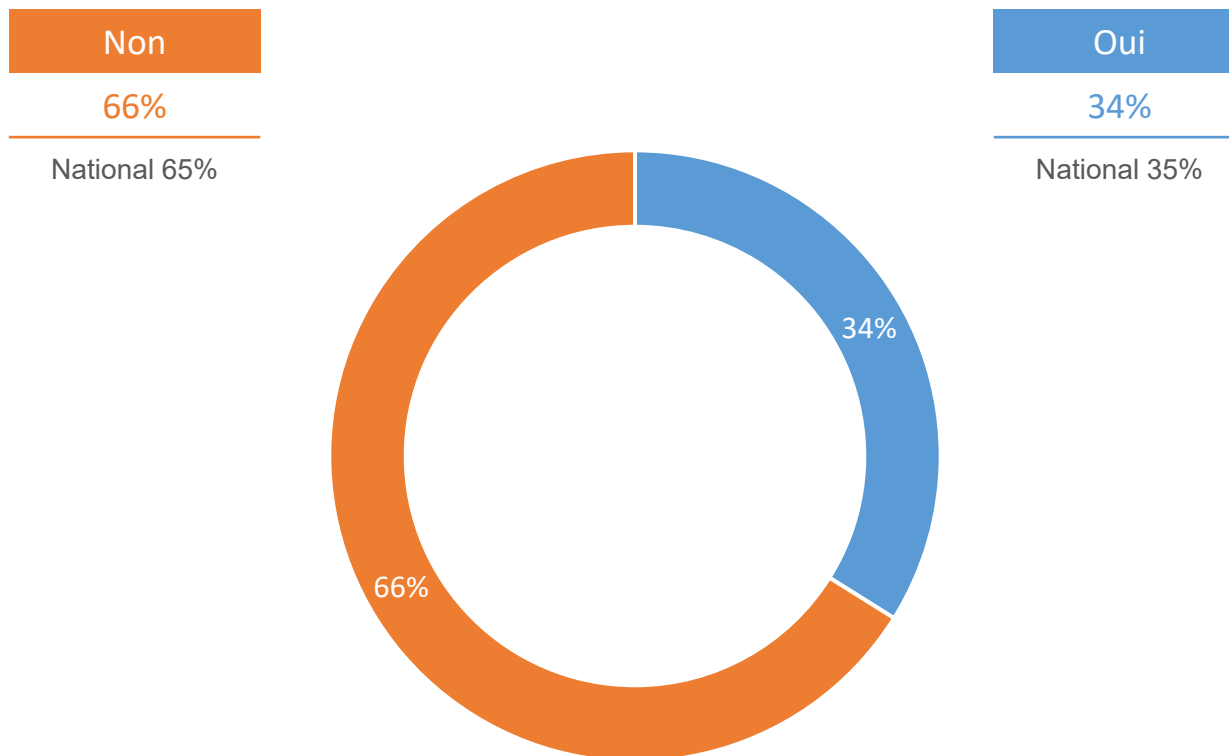
Base répondants : entreprises qui ont déclaré mettre en place des actions de sensibilisation ou de formation



Les actions de sensibilisation / formation et l'intelligence artificielle

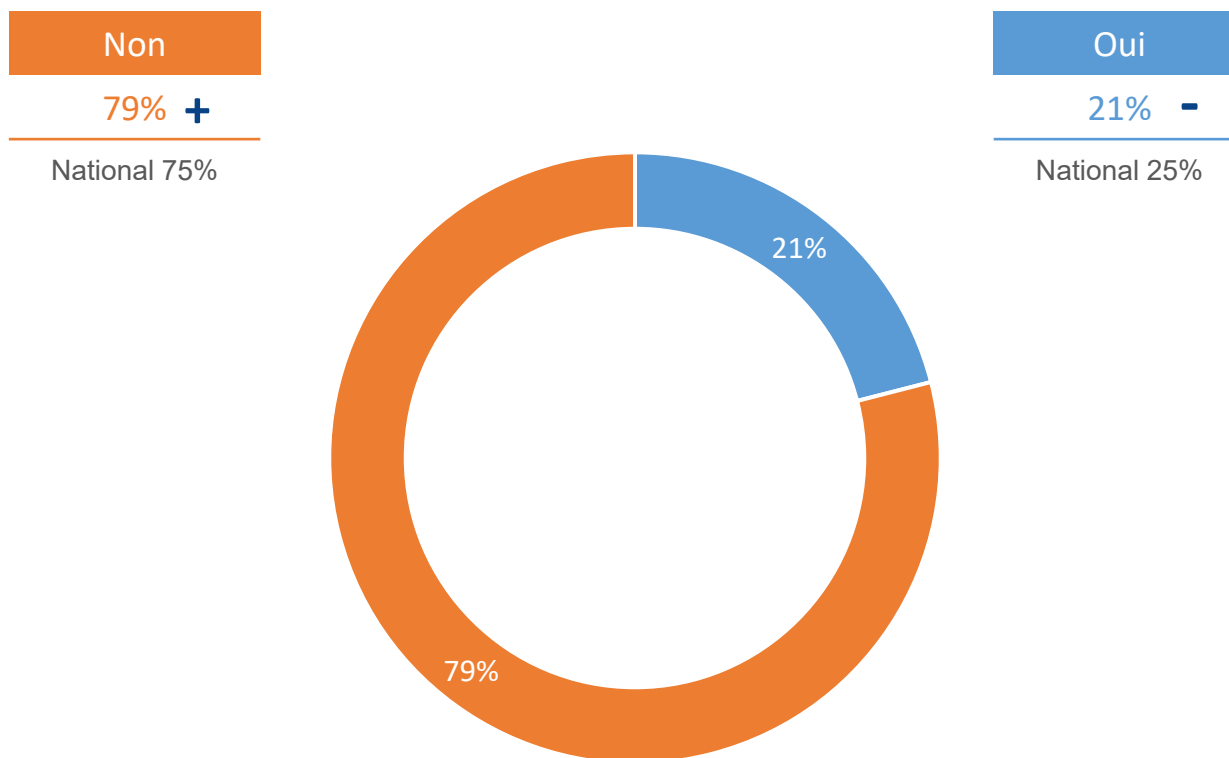
Part des entreprises qui ont mis en place des actions de sensibilisation / formation et dont le contenu a également porté sur l'intelligence artificielle

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



Intention à mettre en place des actions de sensibilisation ou de formation en lien avec la transition numérique

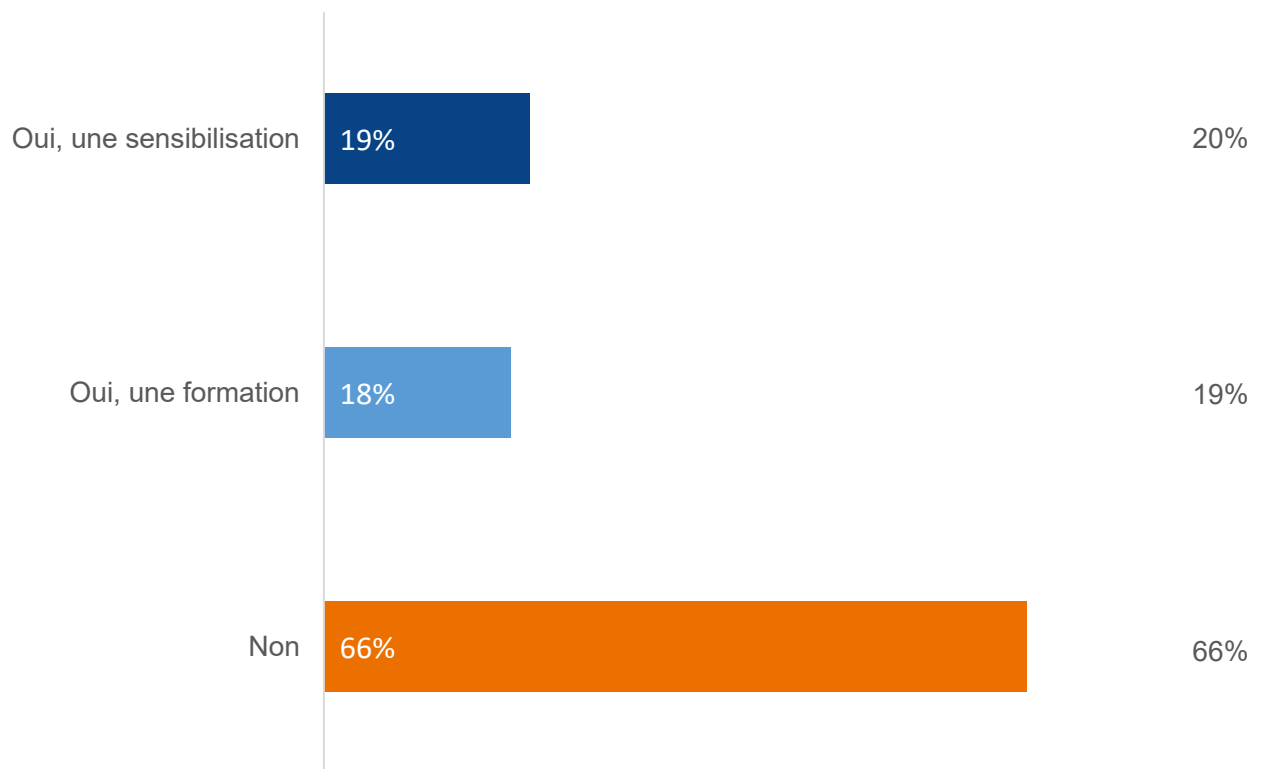
Souhait de mettre en place des actions de sensibilisation ou de formation des salariés au cours de l'année à venir



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

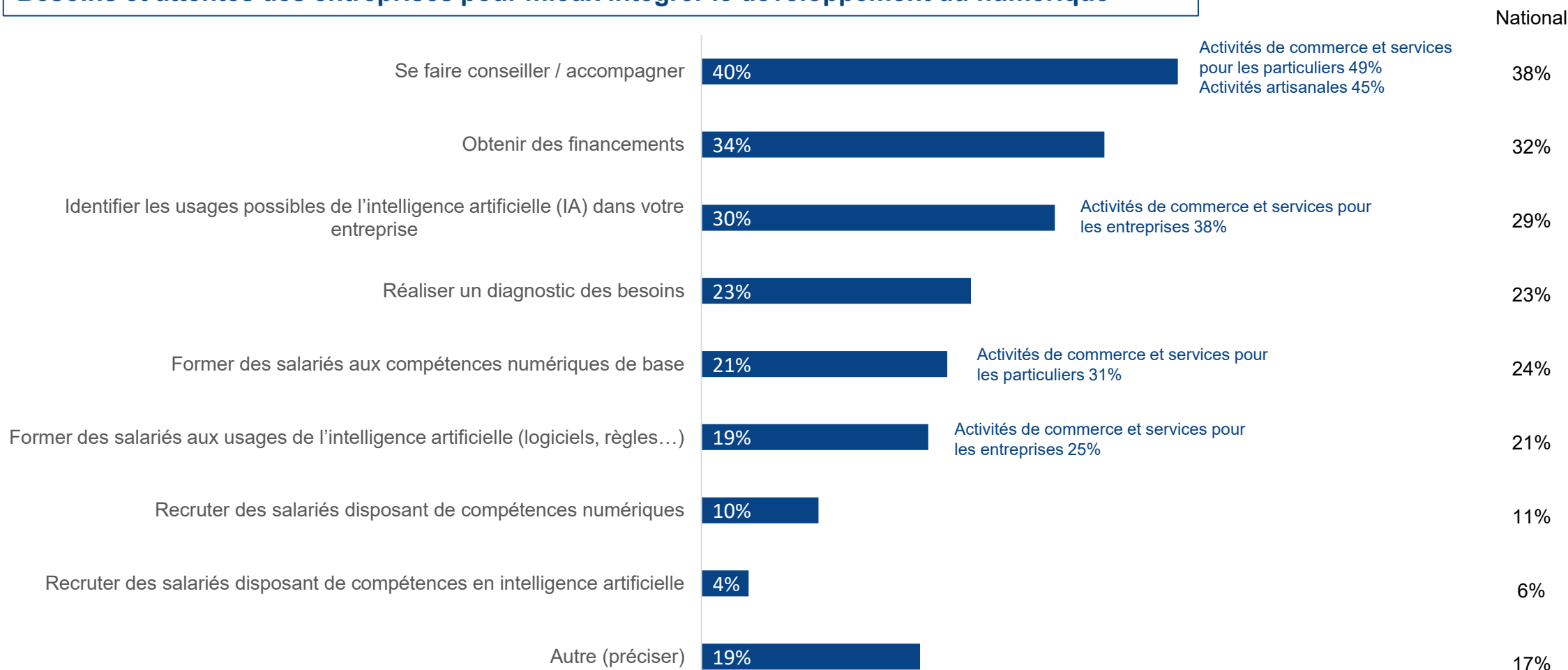
A bénéficié d'une formation / sensibilisation au cours des deux dernières années

Possibilité de répondre « une sensibilisation » et « une formation »



Besoins et attentes exprimés par les entreprises

Besoins et attentes des entreprises pour mieux intégrer le développement du numérique



Les enseignements* de l'atelier en région Auvergne Rhône Alpes sur les moteurs de la transition numérique (1/3)

- Les **niveaux de maturité et de maîtrise du numérique** apparaissent **très variables** entre les structures.
- Le **manque de maîtrise des techniques et outils de communication numériques** freine l'appropriation des usages des **réseaux sociaux** (LinkedIn, Instagram, etc.) et **limite la visibilité** et l'interaction en ligne des structures. Une entreprise a fait le choix de **recruter un salarié** pour gérer sa communication et améliorer sa visibilité numérique.

« Nous n'avions pas de communication, donc l'année dernière nous avons embauché quelqu'un à mi-temps justement pour cela. Ainsi, nous avons fait refaire le site internet et réalisé une communication sur LinkedIn. Malgré tout, il reste encore des choses à faire, par exemple des mailing pour pouvoir se faire un peu plus connaître et développer notre activité sur notre secteur. » (Maintenance, distribution et location de matériels agricoles, de travaux publics, de bâtiment et de manutention, de motoculture de plaisance et activités connexes)

”

- En termes de digitalisation, la **facturation électronique** est perçue comme un changement important pour plusieurs entreprises. Elle nécessite des **compétences numériques** que tous les salariés ne possèdent pas et va requérir de la formation.

« Je pense que là-dessus, nous allons devoir tous nous former parce qu'avec la facture électronique qui arrive à grand pas... » (Coiffure et professions connexes)

”

- Les **évolutions technologiques rapides** (ex : logiciels de gestion, IA générative...) imposent une **mise à jour fréquente des outils numériques**. Elles soulèvent des questionnements sur les **choix techniques** à effectuer, **l'adaptation de l'organisation et les compétences** à développer. Ces évolutions qui peuvent apparaître nécessaires pour rester compétitif représentent des **coûts** importants que l'entreprise n'est pas toujours à même d'absorber.

« Par rapport à la présence sur les réseaux sociaux, je me suis rendu compte qu'en fait, j'essayais de me battre contre des gens qui utilisent l'IA en permanence » (Fleuristes, vente et services des animaux familiers)

”

* Les enseignements présentés dans ce slide constituent des éléments qualitatifs non généralisables, qui permettent de mieux comprendre/appréhender les problématiques rencontrées par les entreprises.

Les enseignements* de l'atelier en région Auvergne Rhône Alpes sur les moteurs de la transition numérique (2/3)

- **Le manque de sensibilisation et de formation sur les enjeux de cybersécurité et de conformité au RGPD** expose les entreprises à des risques, dont elles sont généralement conscientes. Le retour d'expérience d'un **accompagnement combinant diagnostic et formation**, cofinancé par OPCO EP, apparaît positif.

« Sur la cybersécurité, on a identifié ce point de vulnérabilité il y a bien longtemps par notre prestataire informatique et donc, là aussi, c'est aussi une question de confiance. On n'a pas confiance en nos prestataires. » (Entreprises d'architecture)

« Nous avons suivi, via l'OPCO, d'une formation en partie collective et une autre partie en formation vraiment individualisée. C'était en lien avec la Région et la CPME Auvergne Rhône Alpes. Notamment, nous avons été accompagnés par des gendarmes spécialisés sur le sujet : ils sont venus faire un diagnostic de nos installations et des outils que l'on avait mis en place chez nous et [...]. Nous avons ainsi bénéficié d'un financement par la région et l'OPCO. » (Fleuristes, vente et services des animaux familiers)

- **L'adoption de l'IA : entre engouement et freins, une perception hétérogène.** Certains sont convaincus que l'IA peut leur **faire gagner du temps** sur certaines tâches (exemples : gestion de planning, communication sur les réseaux sociaux...). D'autres expriment **des inquiétudes** sur l'usage des données qui ont conduit, par exemple l'un d'entre eux, à **interdire les applications d'IA** au sein de son entreprise pour le moment.

« Nous avons injecté énormément de données dans l'IA. J'avais suivi ensuite une petite formation par des avocats spécialisés en droit de la propriété intellectuelle et à l'utilisation justement de plateformes type chat, etc. Notre formateur nous a expliqué qu'en fait, toutes les données sont gardées par les IA et peuvent être ensuite réutilisées. Donc, finalement nous avait fait plutôt le choix de l'interdire au sein de l'entreprise » (Fleuristes, vente et services des animaux familiers)

* Les enseignements présentés dans ce slide constituent des éléments qualitatifs non généralisables, qui permettent de mieux comprendre/appréhender les problématiques rencontrées par les entreprises.

Les attentes* de formations et d'offre de services liées à la transition numérique, issues de l'atelier en région (2/2)

Formation sur les bonnes pratiques et compétences de base en matière de cybersécurité et de RGPD

Aide à la mise en place et à l'utilisation efficace des outils numériques et à l'intégration de solutions logicielles dans l'entreprise (exemple : logiciels de gestion...)



Soutien à l'adaptation aux nouvelles obligations réglementaires : formations, appui financier de l'OPCO (FSE...)

Formation aux enjeux et cas d'usages de l'IA, partage de témoignages par secteur d'activité pour comprendre les apports possibles pour leur entreprise

Accompagnement sur la mise en place de la facturation électronique

Formation sur les bons comportements et règles de base à adopter pour l'usage de l'IA

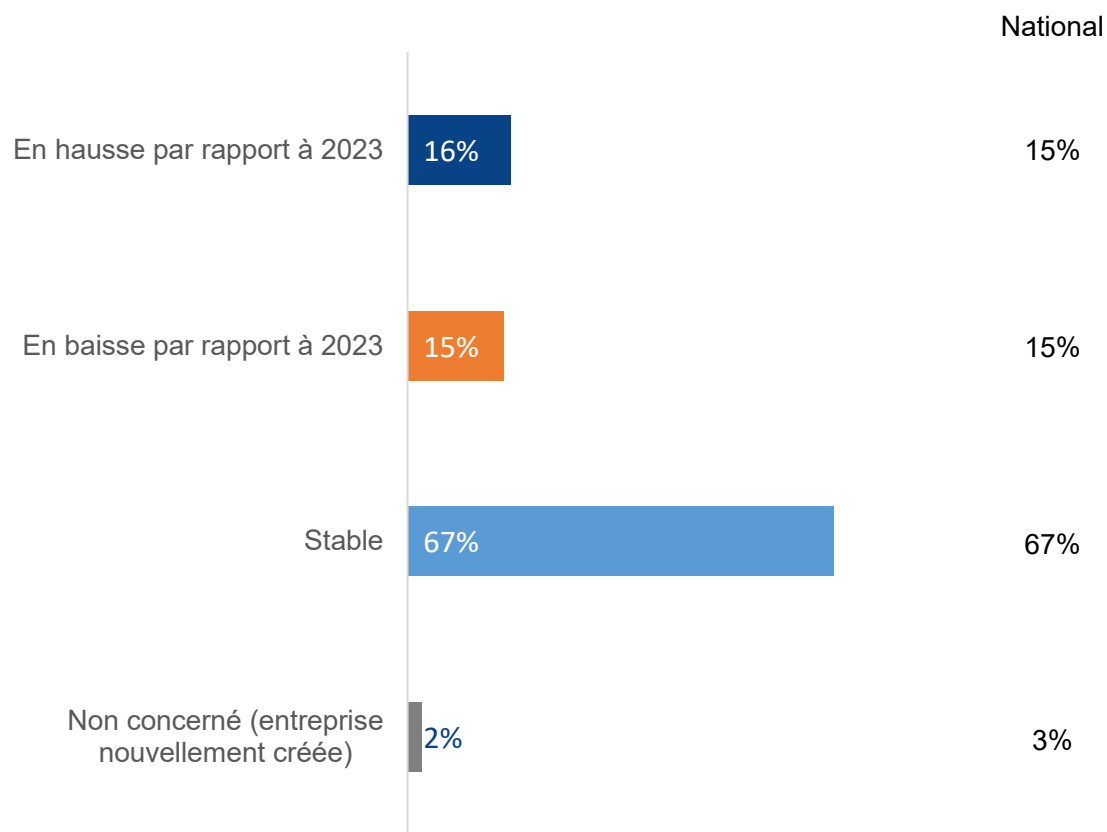
* Les attentes présentées ici sont exprimées par certaines entreprises présentes à l'atelier mais pas nécessairement par toutes.



6. La transition démographique

Évolution de l'effectif pour l'année 2024

Évolution de l'effectif pour l'année 2024 par rapport à 2023



Recrutements envisagés pour 2025

Recrutements envisagés pour 2025

Non

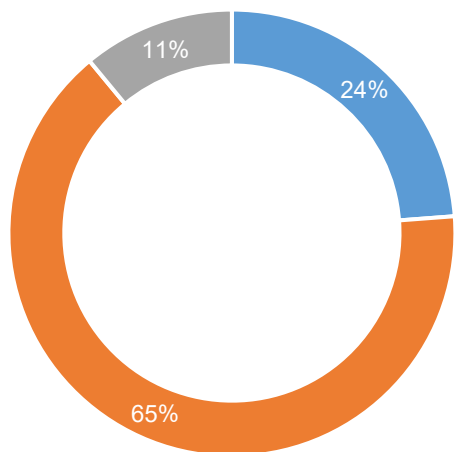
65%

National 66%

Oui

24%

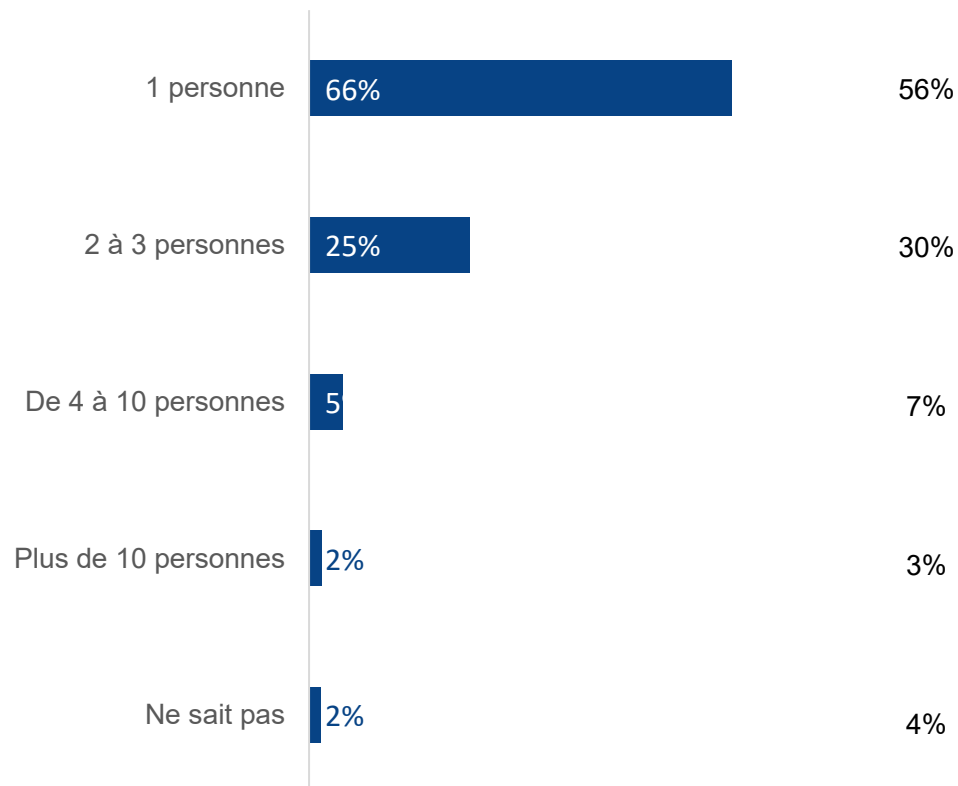
National 23%



Nombre de recrutements envisagés pour 2025

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

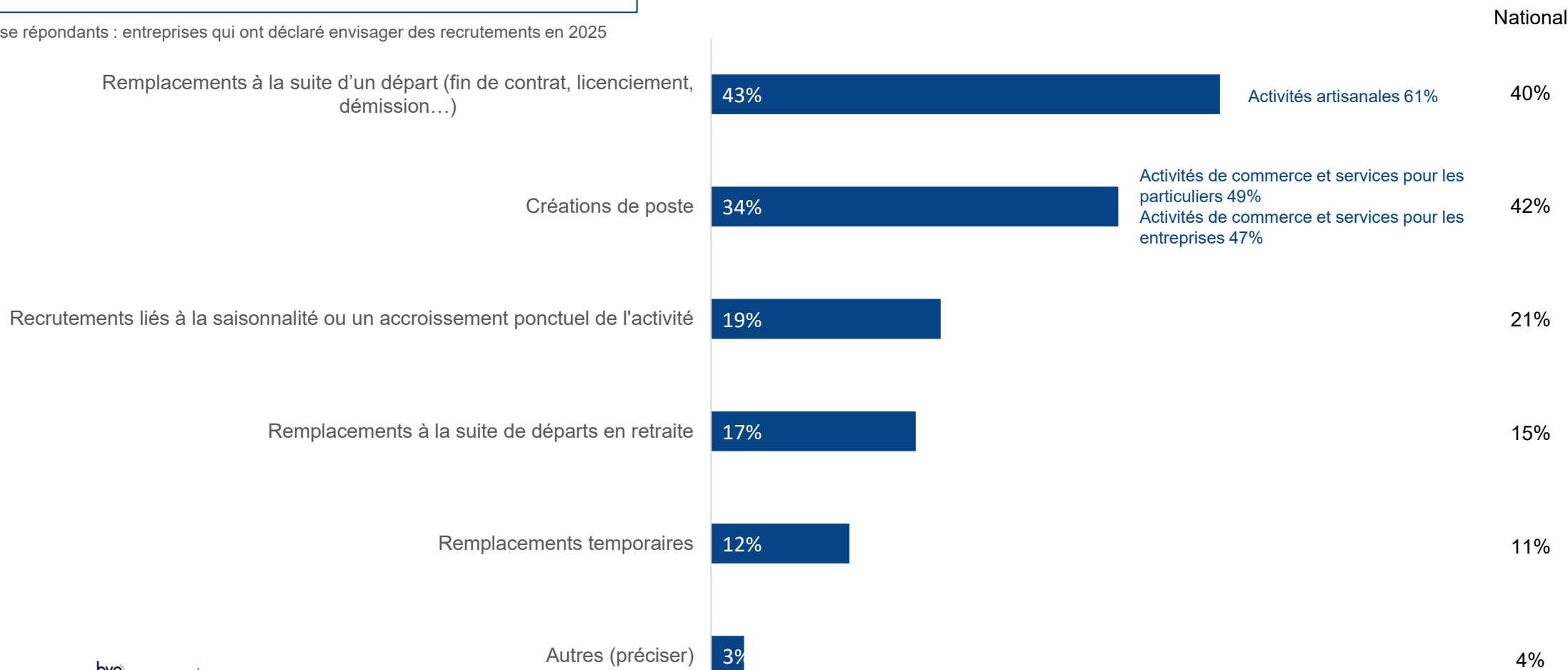
National



Motivations des recrutements envisagés pour 2025

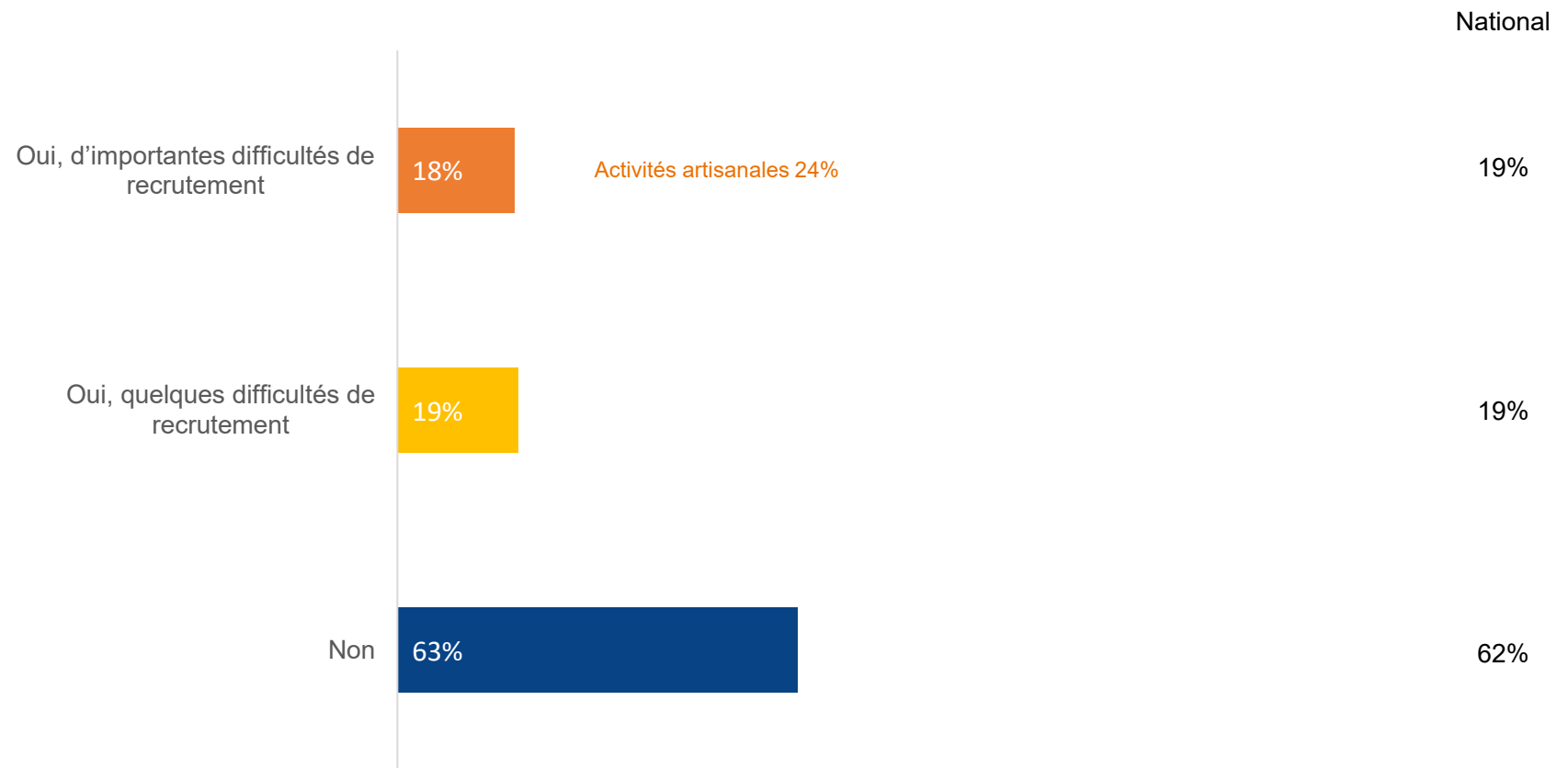
Motifs des recrutements envisagés pour 2025

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



Difficultés de recrutement exprimées par les entreprises

Difficultés de recrutement



Raisons des difficultés de recrutement

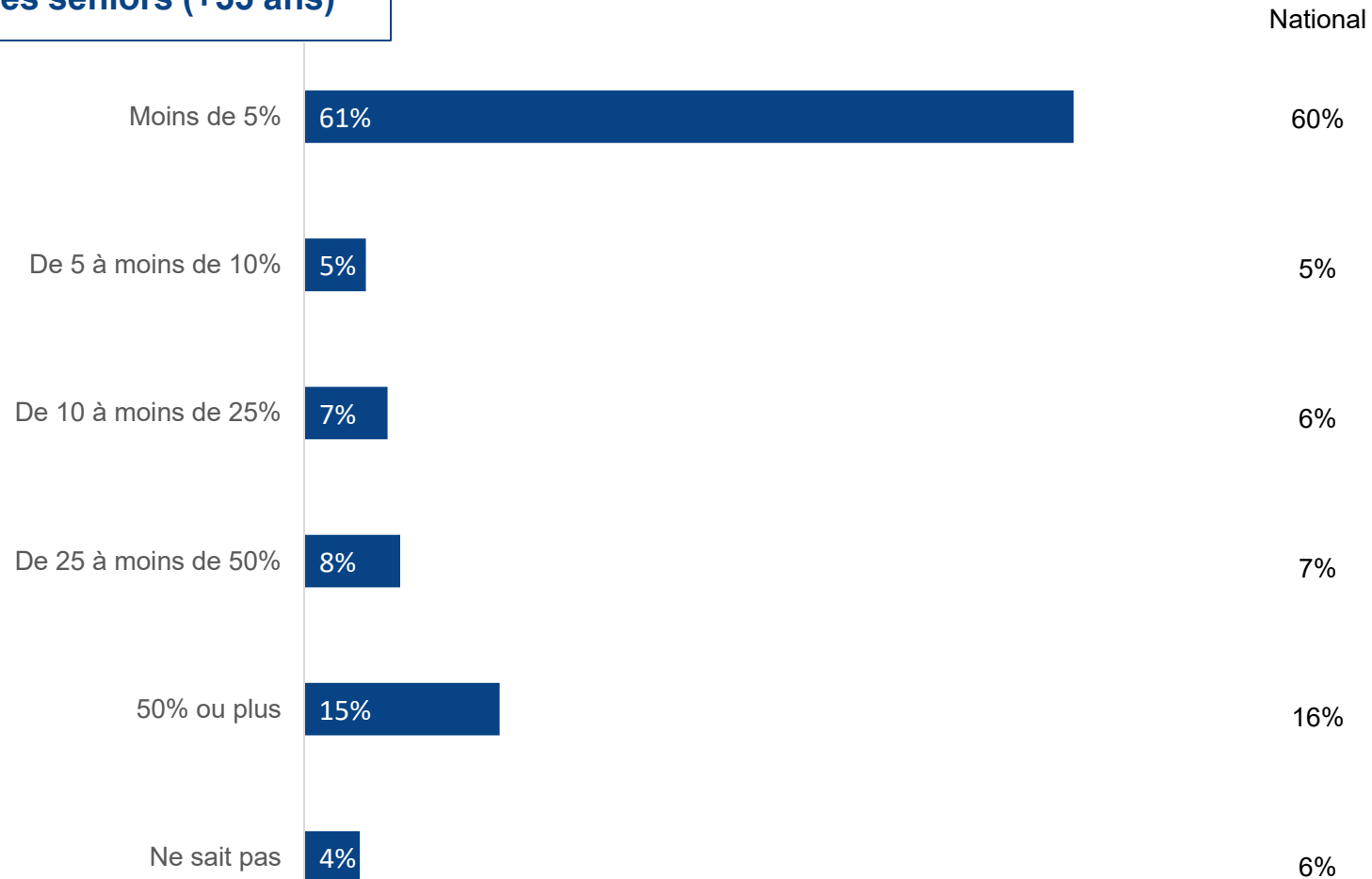
Raisons des difficultés de recrutement

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



Part des salariés seniors (+55 ans)

Part des salariés seniors (+55 ans)



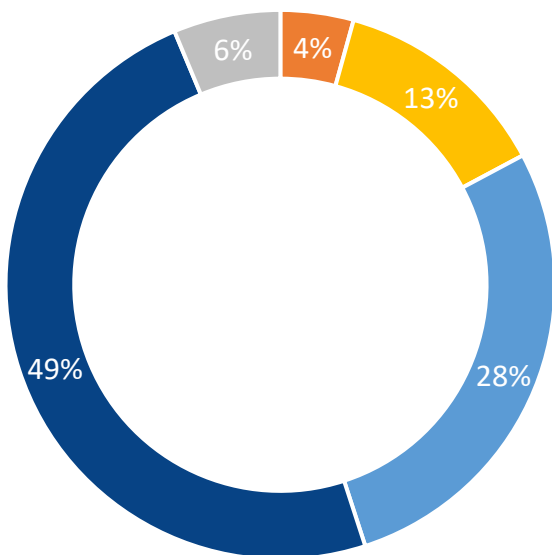
Les relations entre les différentes générations et l'intégration des nouveaux embauchés dans les entreprises

Difficultés rencontrées entre les différentes générations

ST Non

77%

National 76%



ST Oui

17%

National 16%

Intégration des nouveaux embauchés issus de la jeune génération

ST Mal

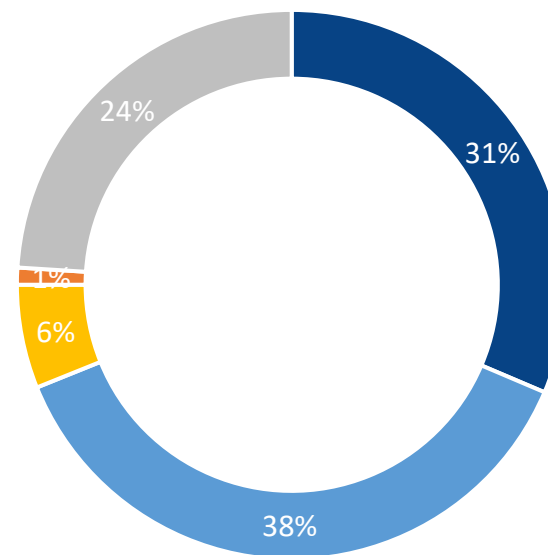
7%

National 7%

ST Bien

68%

National 70%

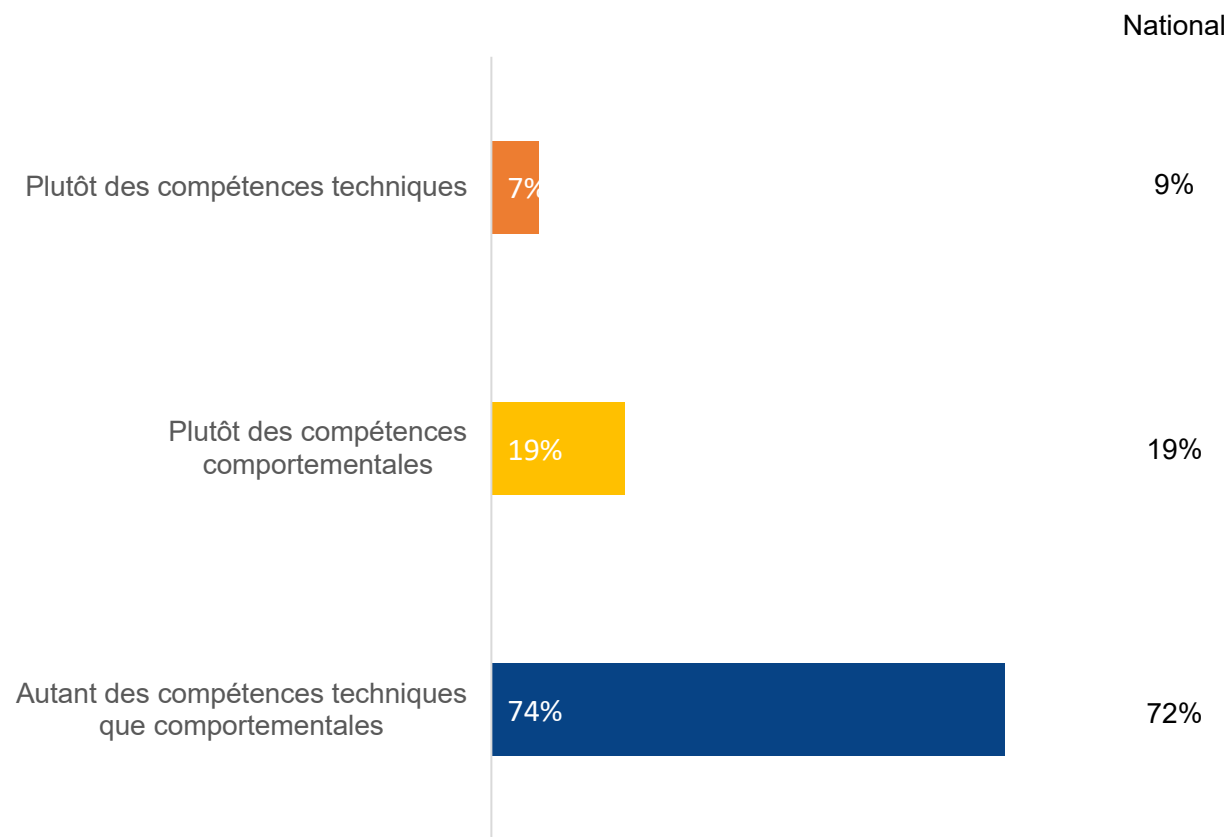


■ Oui, souvent ■ Oui, de temps en temps ■ Non, rarement ■ Non, jamais ■ Ne sait pas

■ Très bien ■ Plutôt bien ■ Plutôt mal ■ Très mal ■ Ne sait pas

Les compétences attendues par les entreprises

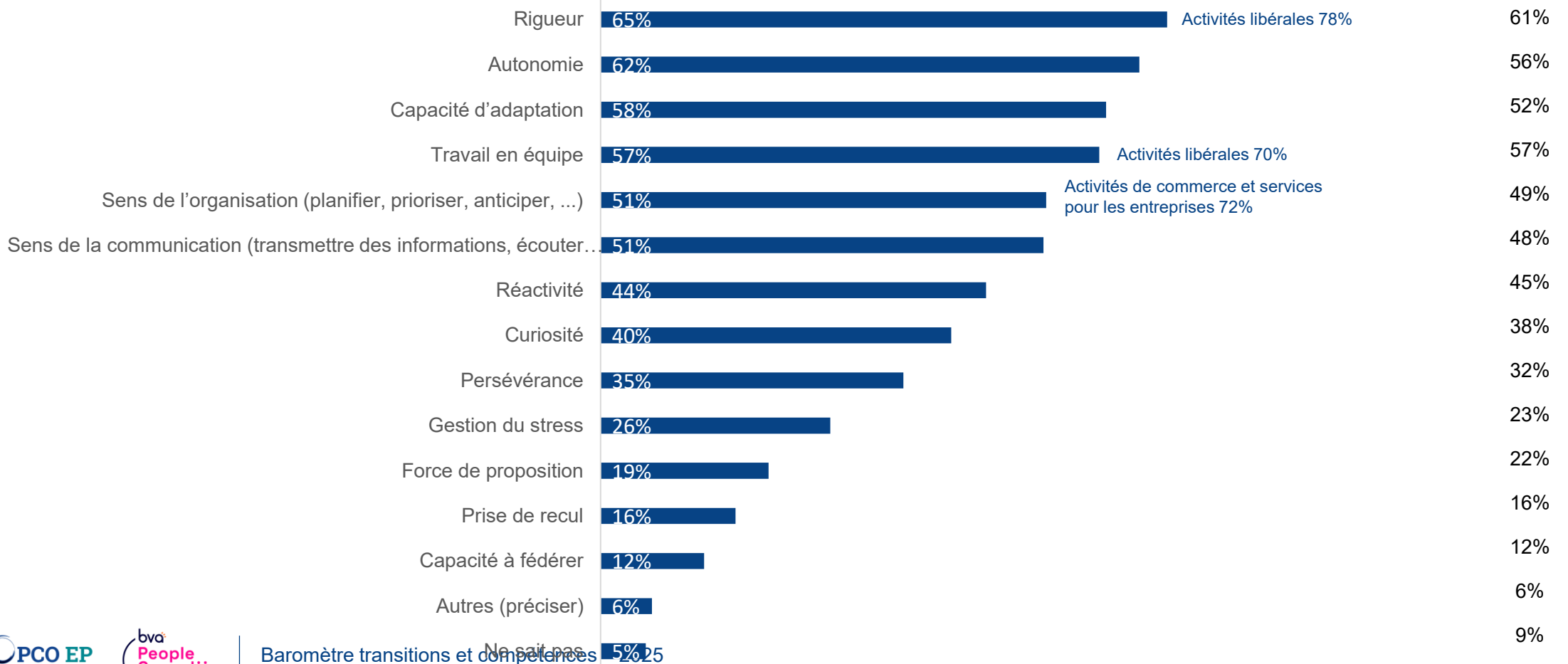
Compétences attendues pour un nouvel embauché



Les compétences comportementales recherchées par les entreprises

Compétences comportementales recherchées en priorité chez un nouvel embauché

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



Transmission ou reprise d'entreprise

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

Non

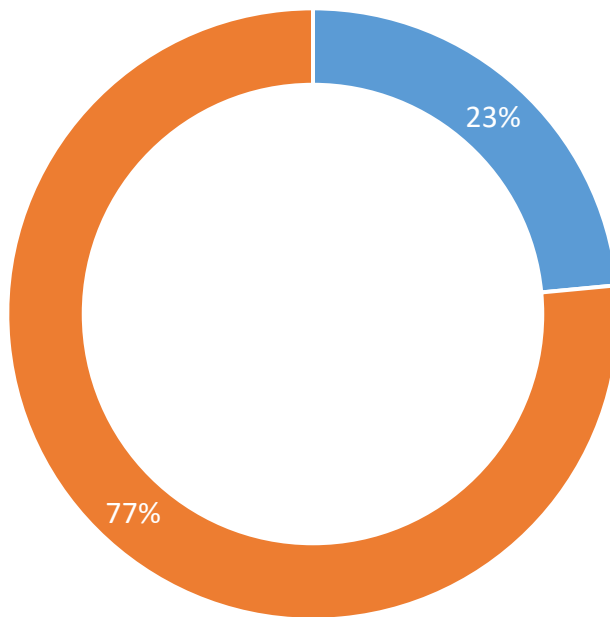
77%

National 77%

Oui

23%

National 23%



Transmission ou reprise d'entreprise

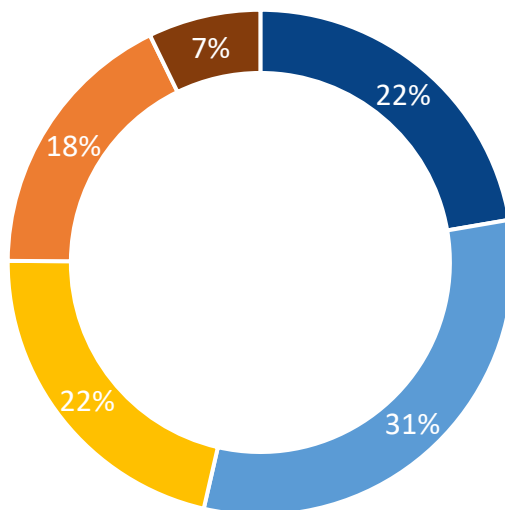
Échéance de la transmission ou reprise de l'entreprise

Base répondants : entreprises qui ont déclaré être concernées par des questions de reprise ou de transmission

ST 3 ans et plus

46%

National 42%



ST Moins de 3 ans

54%

National 58%

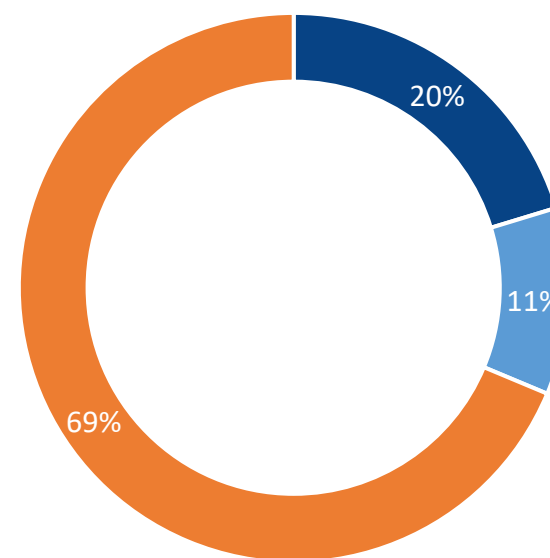
■ Moins d'1 an ■ De 1 à moins de 3 ans ■ De 3 à moins de 5 ans
■ De 5 ans à moins de 10 ans ■ 10 ans et plus

Identification du repreneur

Non

69%

National 68%



ST Oui

31%

National 32%

■ Oui, au sein de votre entreprise ■ Oui, en externe ■ Non

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

Base répondants : entreprises qui ont déclaré être concernées par des questions de reprise ou de transmission



Les difficultés et besoins* issus de l'atelier en région sur la transition démographique et les RH (1/2)

- Des **difficultés de recrutement** partagées par de nombreux dirigeants qui se questionnent sur la future « relève » dans leurs branches :
- **Manque de candidats** qui entrave le recrutement de profils adaptés
- **Manque de formations** adaptées et donc de **candidats qualifiés** dans certaines activités (ex : frigoristes)
- **Attractivité des postes** souvent limitée par des **salaires jugés trop faibles** et/ou par la **situation géographique** de l'entreprise
- Difficulté à trouver des **candidats motivés, disposés à se former** pour améliorer leurs compétences et/ou à s'engager **durablement** dans l'entreprise (problématique de fidélisation).

« Je me suis mis à la recherche d'alternants, en passant notamment par des écoles compétentes qui peuvent nous fournir des candidats. C'est très compliqué apparemment. Et le coût d'un recrutement de technicien qualifié est très élevé » (Maintenance, distribution et location de matériels agricoles, de travaux publics, de bâtiment et de manutention, de motoculture de plaisance et activités connexes)

- Des **jeunes professionnels sont déçus**, car le **métier ne correspond pas à leurs attentes** et génère des **désillusions ou dissonances** en termes de valeurs (notamment écologiques), d'équilibre entre vie professionnelle et personnelle, etc.

« On peut avoir un de nos architectes qui rêve de s'installer en Ardèche. C'est très bien, mais il devra être conscient que le tissu économique de l'Ardèche n'est pas tout à fait celui de la métropole de Lyon. Et donc cela renforce cette désillusion sur un objectif de vie et de carrière très élevé (Entreprises d'architecture)

* Les enseignements présentés dans ce slide constituent des éléments qualitatifs non généralisables, qui permettent de mieux comprendre/appréhender les problématiques rencontrées par les entreprises.

Les attentes* de formations et d'offre de services en matière de transition démographique et de RH issues de l'atelier en région (2/2)

Sensibilisation et promotion des métiers en tension auprès des jeunes, pour renforcer l'attractivité des métiers des branches de l'OPCO EP

Accompagnement du chef d'entreprise avec une dimension humaine et pas seulement technique (gestion du temps, aide à la prise de décision sur des sujets stratégiques et/ou à impact financier pour l'entreprise...)

Analyse des besoins par le Conseiller de l'OPCO EP pour identifier les offres pouvant y répondre (formations, prestations d'appui RH, apport de cofinancement...)

Accompagnement de l'entreprise pour faciliter les recrutements – ex : identification et captation de candidats, partenariat avec les acteurs de l'emploi, formation complémentaire pour les candidats n'ayant pas toute la qualification requise, alternance...

* Les attentes présentées ici sont exprimées par certaines entreprises présentes à l'atelier mais pas nécessairement par toutes.



www.opcoep.fr