



Baromètre « *Transitions & Compétences* »

Rapport de résultats
Bourgogne-Franche-Comté

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.37

1. Méthodologie

Méthodologie : Enquête et atelier d'échanges



Recueil



Echantillon

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 18 mars 2025, d'un atelier d'échanges et de discussions en ligne, auprès d'entreprises de la Région.

Pour l'enquête, 454 entreprises répondantes (entreprises principaux) de la région Bourgogne-Franche-Comté **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, 38 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 (55 répondants) devant celle des « cabinets dentaires » (47 répondants). La branche « coiffure et professions connexes » est la troisième plus représentée avec 43 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, 8 entreprises ont participé (détail slides 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	Directeur	Immobilier	1 à 4 salariés
2	RH	Installation sans fabrication, entretien, réparation, dépannage de matériel aéraulique, thermique, frigorifique et connexes	5 à 10 salariés
3	Dirigeante	Boulangerie-pâtisserie (entreprises artisanales)	5 à 10 salariés
4	Dirigeante	Coiffure et professions connexes	1 à 4 salariés
5	Dirigeante	Immobilier	1 à 4 salariés
6	Dirigeante	Boulangerie-pâtisserie (entreprises artisanales)	1 à 4 salariés
7	Dirigeante	Esthétique, cosmétique et enseignement technique et professionnel liés aux métiers de l'esthétique et de la parfumerie	1 à 4 salariés
8	Dirigeant	Personnel prestataires de services du secteur tertiaire	1 à 4 salariés

* L'atelier de la région Bourgogne-Franche-Comté a été introduit par **Marc LEPRETRE**, délégué régional à OPCO EP, et animé par **Isabelle GULPHE-LACHAUD** de BVA People Consulting avec l'appui du service Observation d'OPCO EP.

2. Principaux enseignements

Principaux enseignements

L'activité des entreprises

- 61% 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 (51%, national 47%), l'évolution des coûts de l'énergie et/ou des approvisionnements (37%, national 34%), les difficultés de recrutement (24%, national 26%).

La transition écologique et énergétique

- 76% des entreprises disent prendre en compte les questions d'environnement et d'énergie dans leur quotidien (national 73%).
- Un enjeu prioritaire pour 24% des entreprises (national 24%), important mais pas prioritaire pour 55% (national 54%), et secondaire pour 21% (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 (56%, national 49%), puis sensibiliser et former leurs salariés (34%, national 35%) 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 son activité (40%, national 40%), améliorer la gestion, le recyclage et le réemploi des déchets (37%, national 35%) et savoir négocier ses contrats d'approvisionnement (26%, national 22%).
- 31% des entreprises disent avoir mis en place des actions de sensibilisation ou de formation des salariés (national 36%), et 29% 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 19% des entreprises (national 27%), important mais pas prioritaire pour 49% (national 44%), et secondaire pour 32% (national 29%).
- Parmi les actions à mettre en place, les entreprises citent, en premier lieu, le fait de développer leur visibilité sur le Web (46%, national 44%), puis simplifier la gestion des devis, planning, facturation (31%, national 32%) et renforcer leur sécurité et protection informatique (26%, national 26%).
- Les principales compétences nécessaires à l'entreprise sont : promouvoir leur entreprise sur les réseaux sociaux (41%, national 41%), administrer/faire vivre leur site web (32%, national 31%) et utiliser des applications ou services sur des équipements numériques (30%, national 31%).
- 24% des entreprises disent avoir mis en place des actions de sensibilisation ou de formation des salariés (national 30%), et 23% souhaitent en mettre en place au cours de l'année à venir (national 25%).

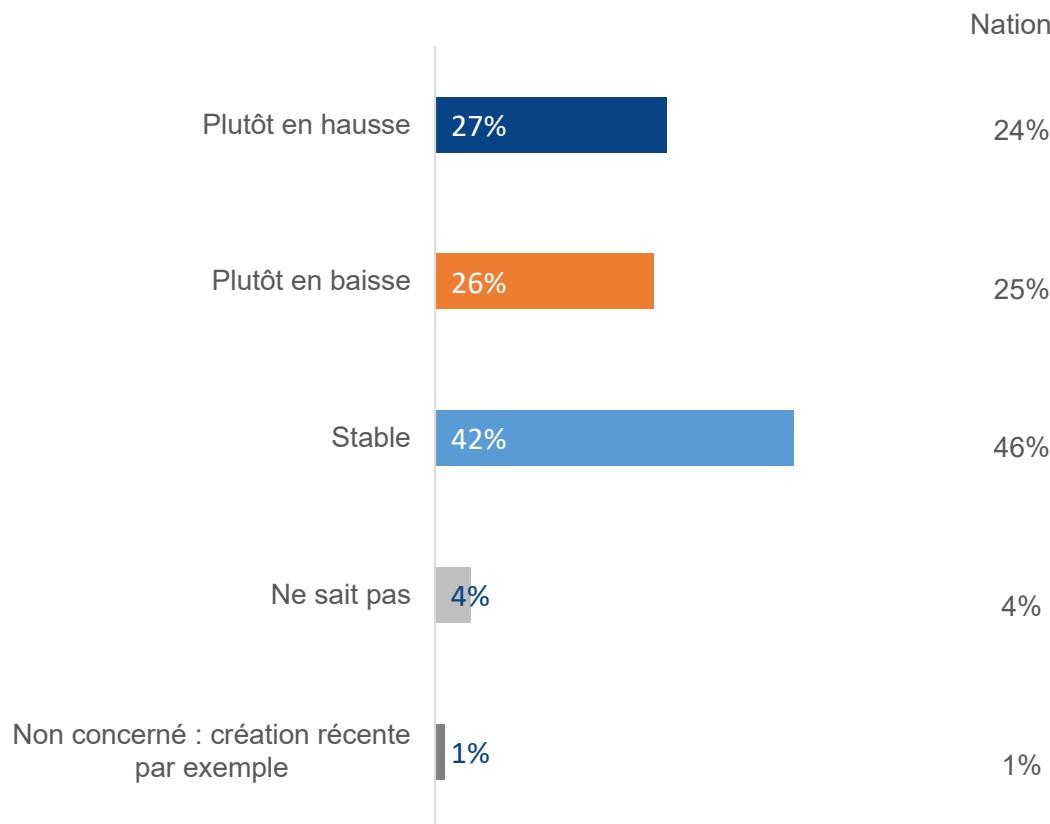
La transition démographique

- 20% des entreprises envisagent des recrutements en 2025 (national 23%). Principalement pour des remplacements à la suite d'un départ (47%, national 40%) et des créations de poste (38%, national 42%).
- 36% des entreprises disent rencontrer des difficultés de recrutement. Les principales raisons de ces difficultés de recrutement sont : le manque de candidat(e)s avec les compétences recherchées (54%, national 64%), le manque de candidat(e)s avec la certification ou le diplôme recherché(e) (54%, national 50%) et, dans une moindre mesure, la localisation de leur entreprise (29%, national 17%).

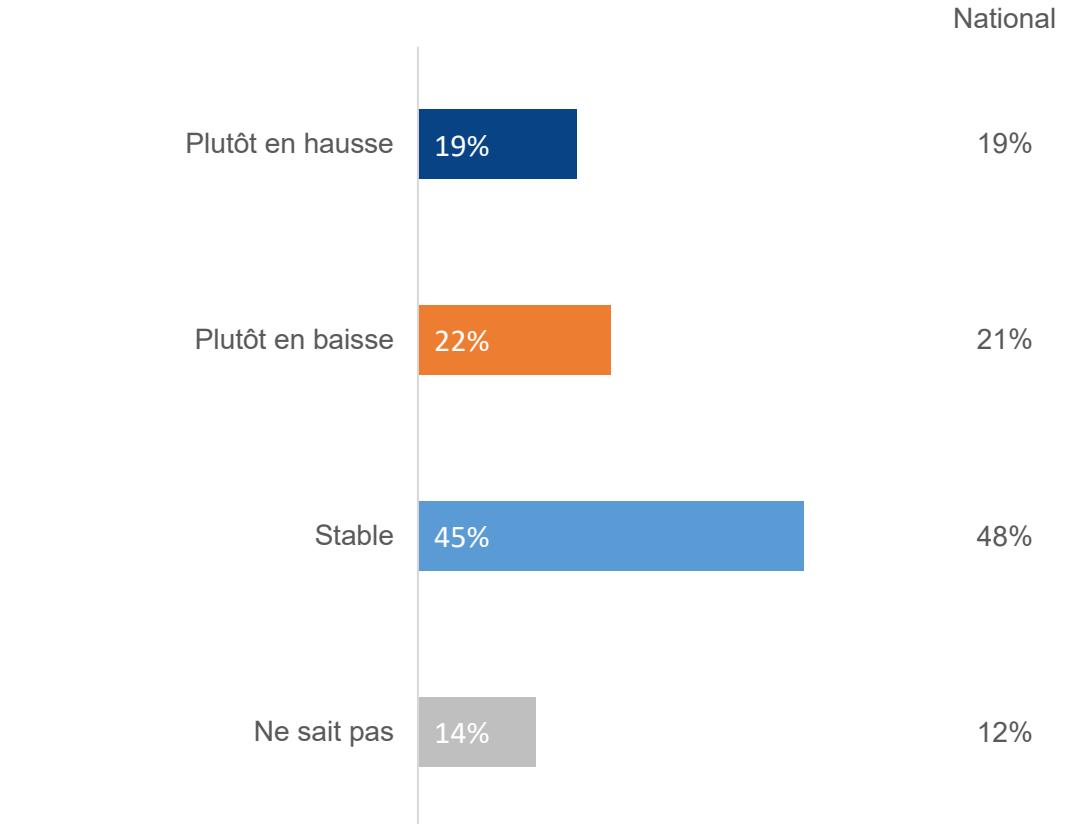
3. L'activité des entreprises

Évolution de l'activité des entreprises

Évolution constatée par rapport à 2023

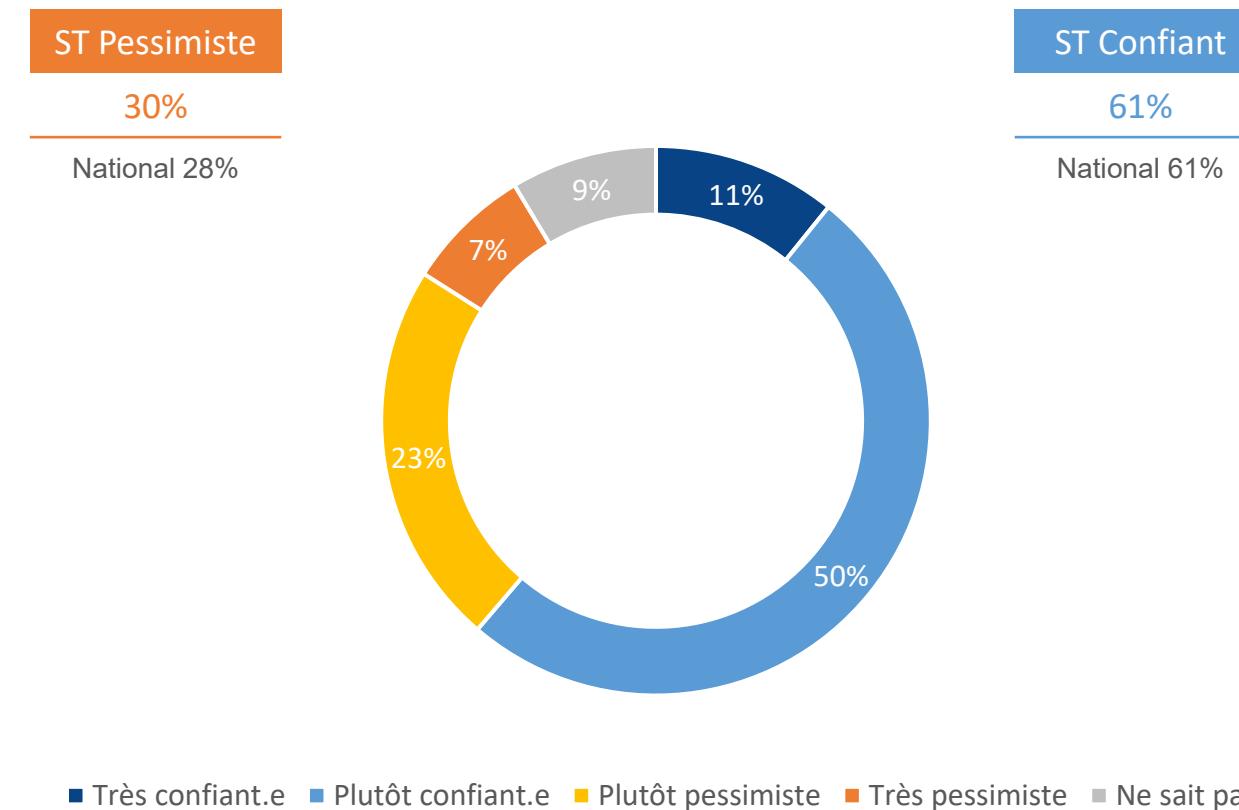


Évolution prévue par rapport à 2024



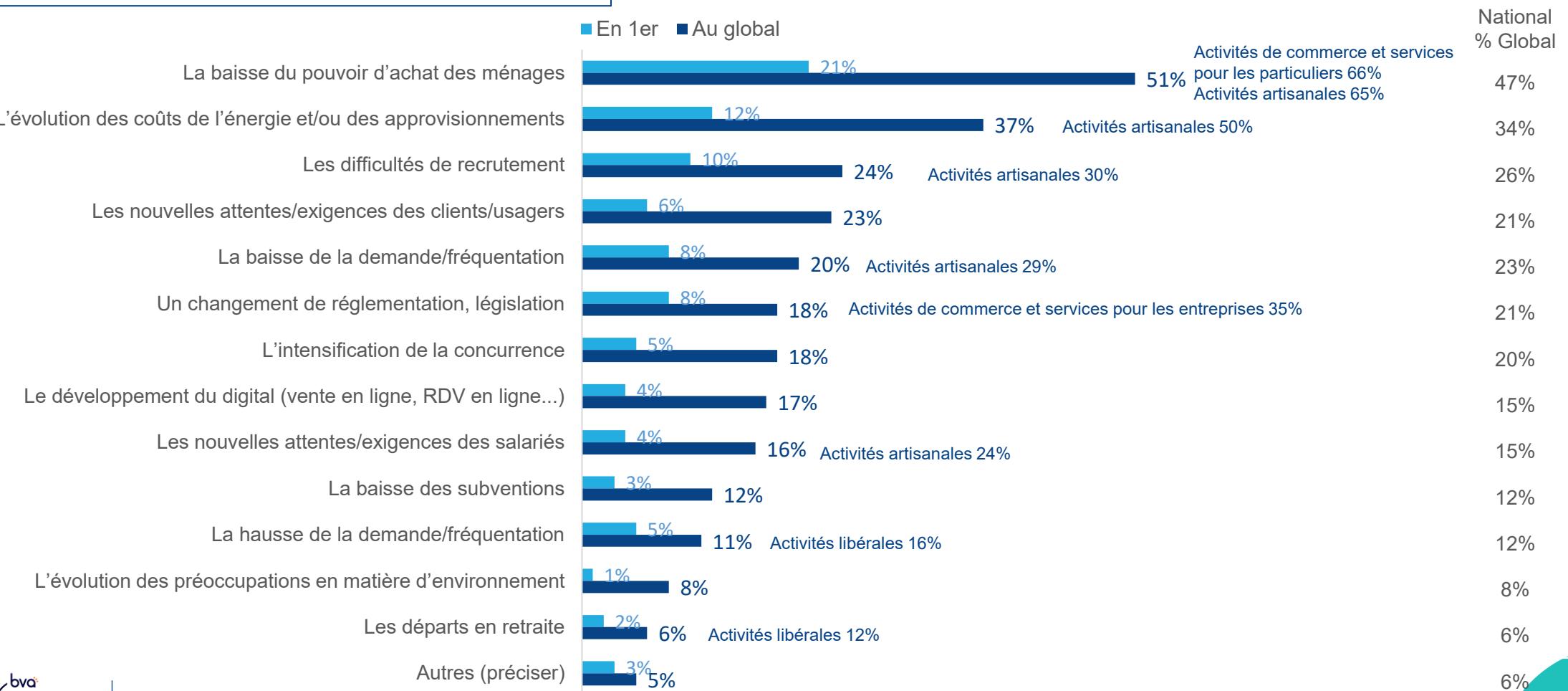
Confiance en l'avenir

Confiance en l'avenir de l'entreprise



Tendances impactant l'activité

Tendances qui impactent l'activité des entreprises

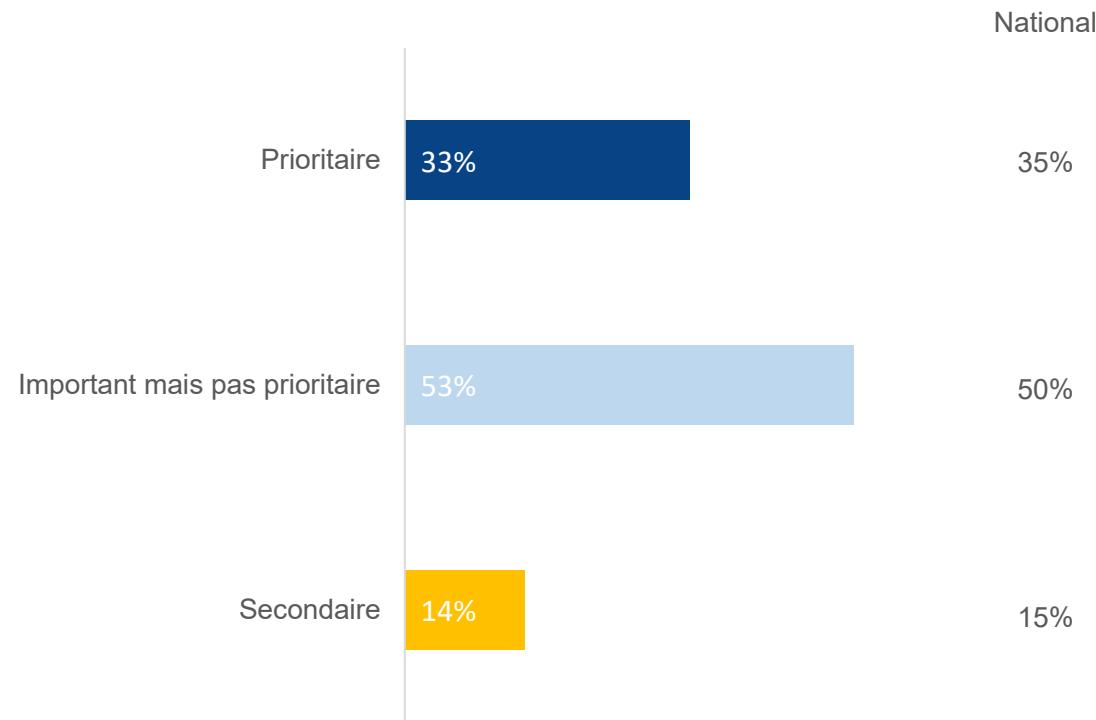


4. La transition écologique et énergétique

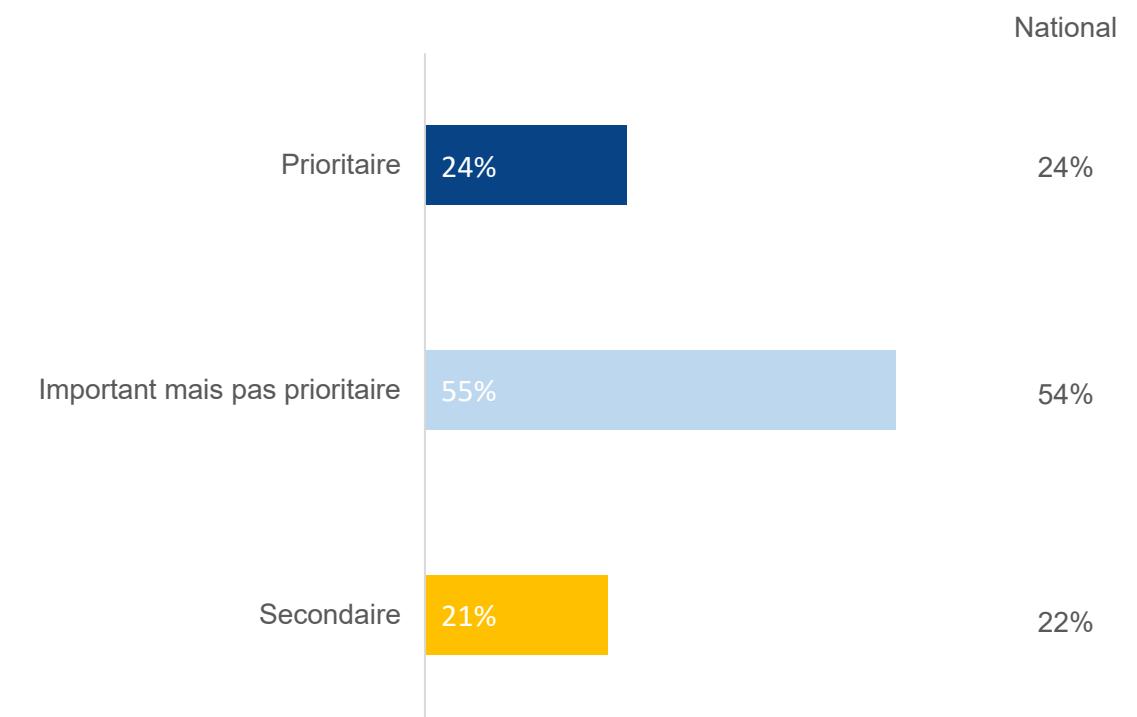
Enjeux des questions d'environnement et d'énergie

Importance des questions d'environnement et d'énergie

... Pour la société française

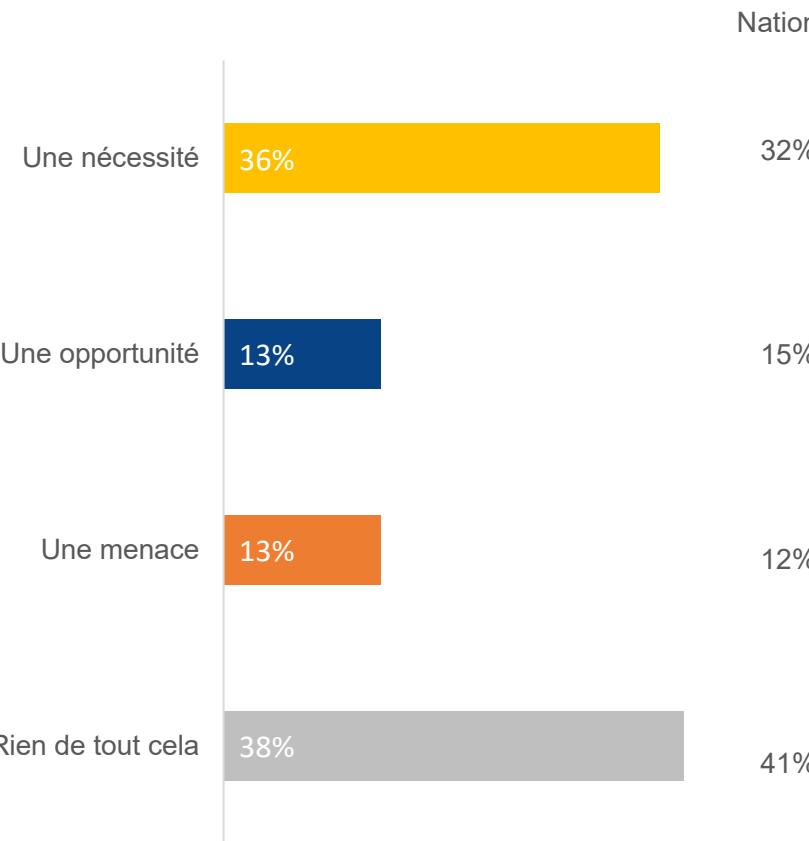


... Pour l'entreprise

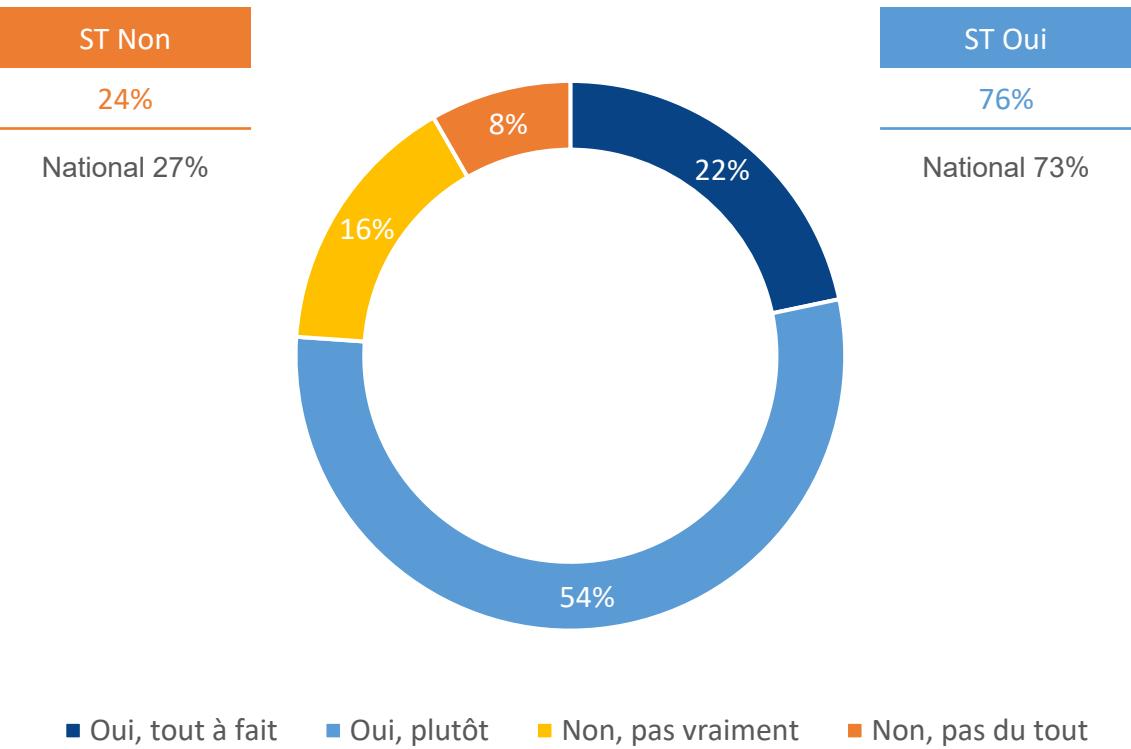


Prise en compte des questions d'environnement et d'énergie

Perception des questions d'environnement et d'énergie



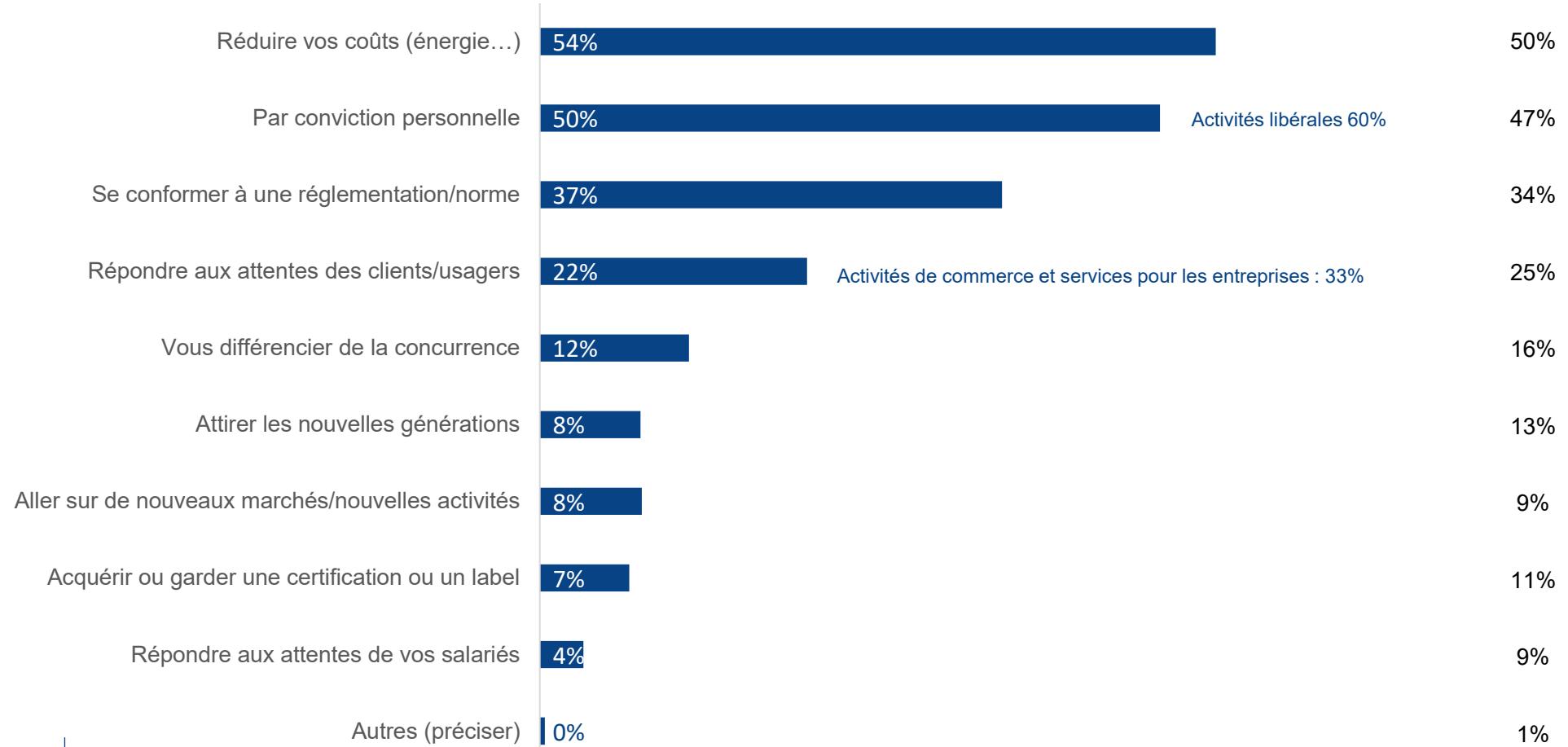
Prise en compte des questions d'environnement et d'énergie



Raisons de l'engagement

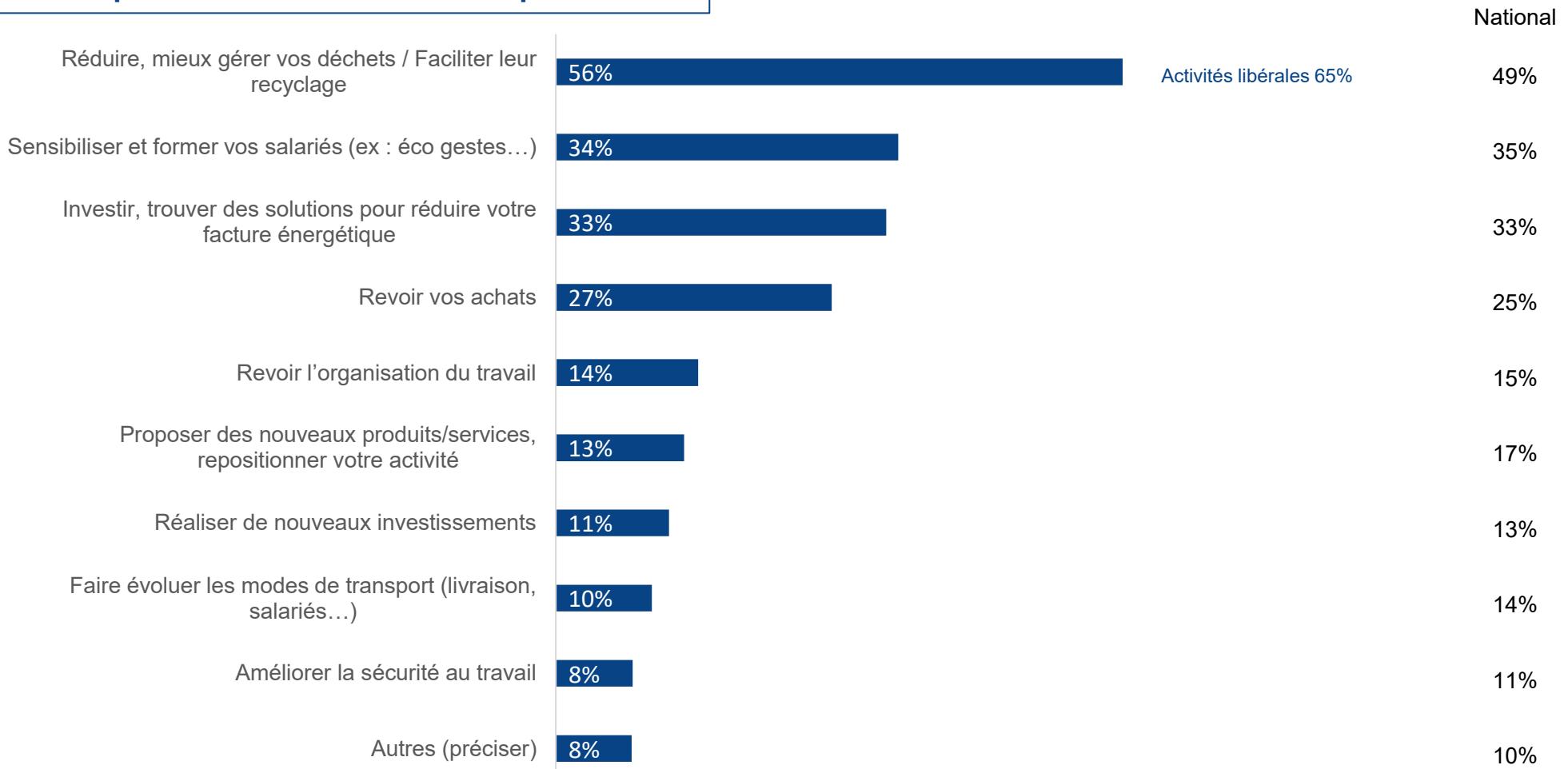
Raisons pour lesquelles les entreprises seraient amenées à s'engager davantage sur les questions d'environnement et d'énergie

National



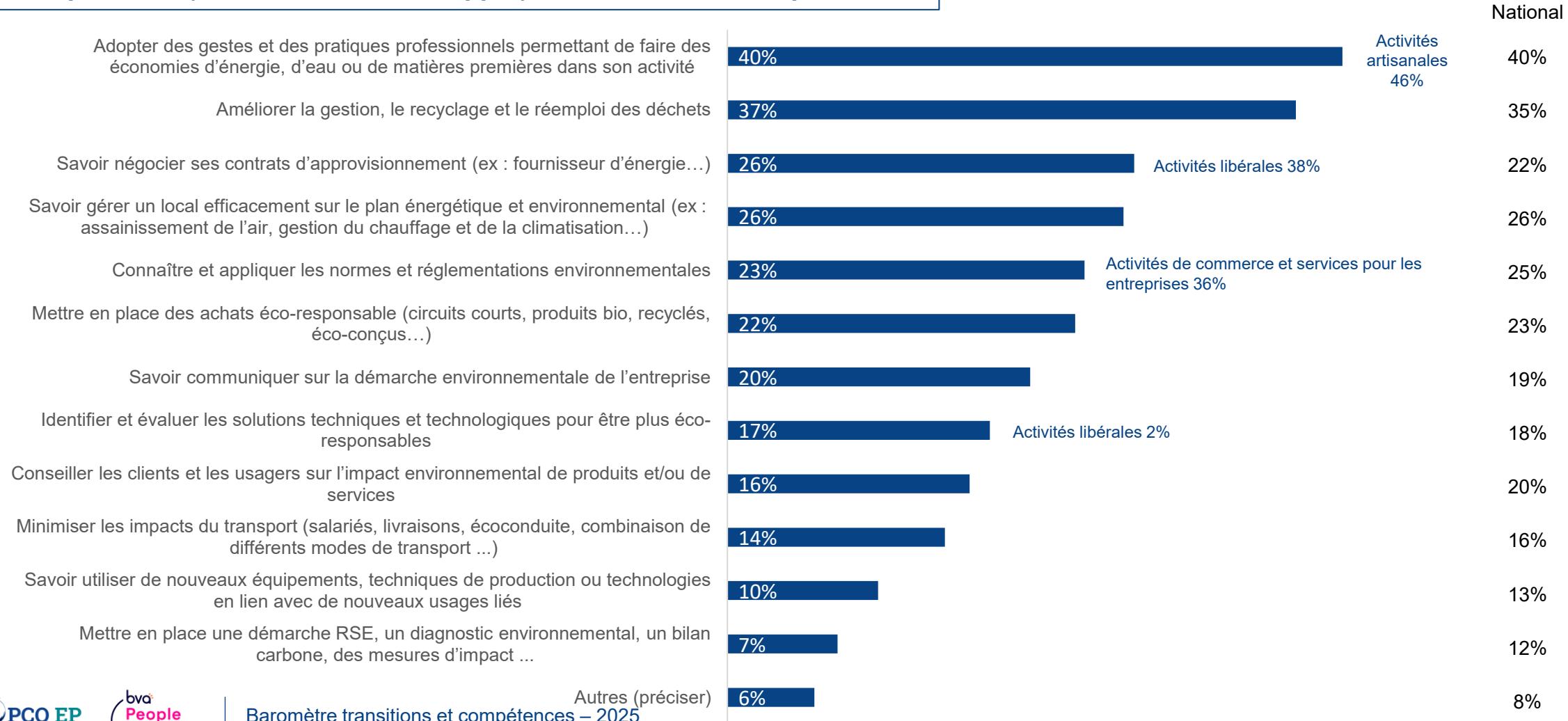
Les actions à mettre en place en lien avec la transition écologique et énergétique

Actions que les entreprises vont devoir mettre en place



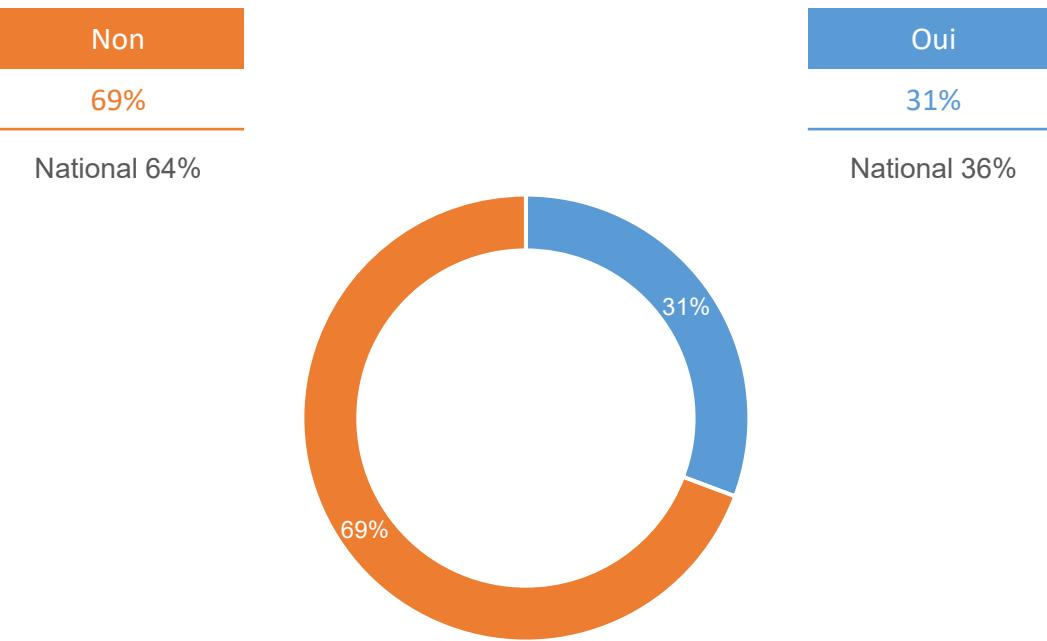
Compétences à développer en lien avec la transition écologique et énergétique

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



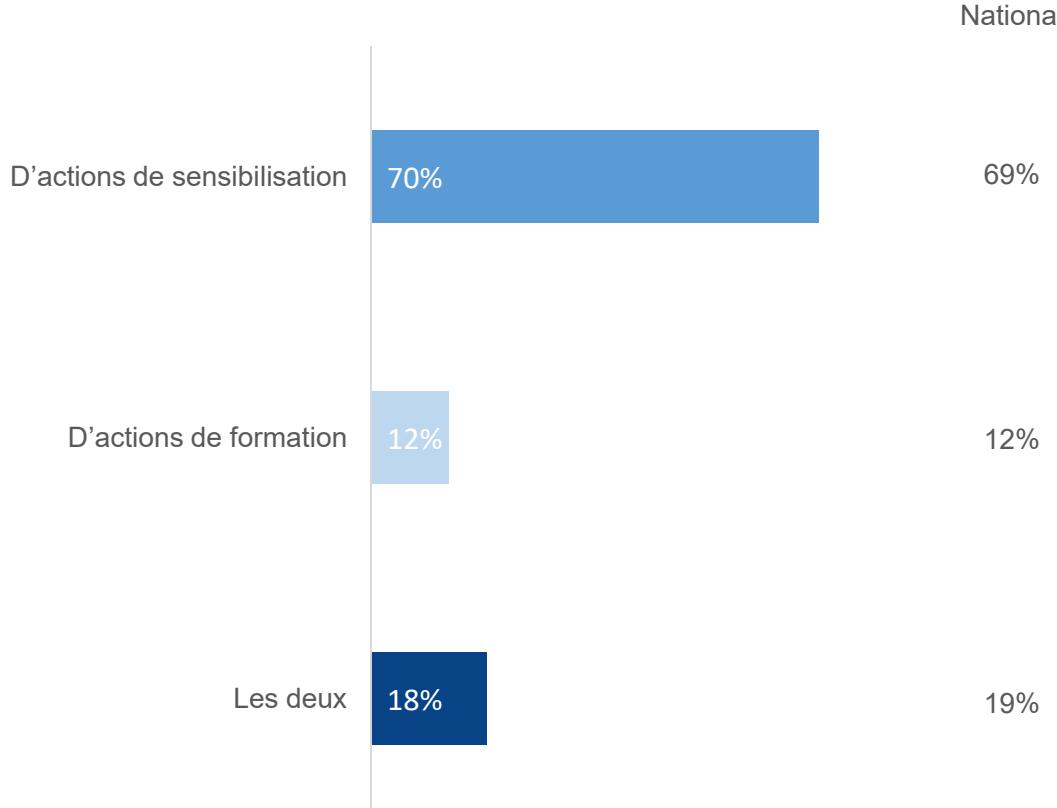
Mise en place d'actions de sensibilisation ou de formation en lien avec la transition écologique et énergétique

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



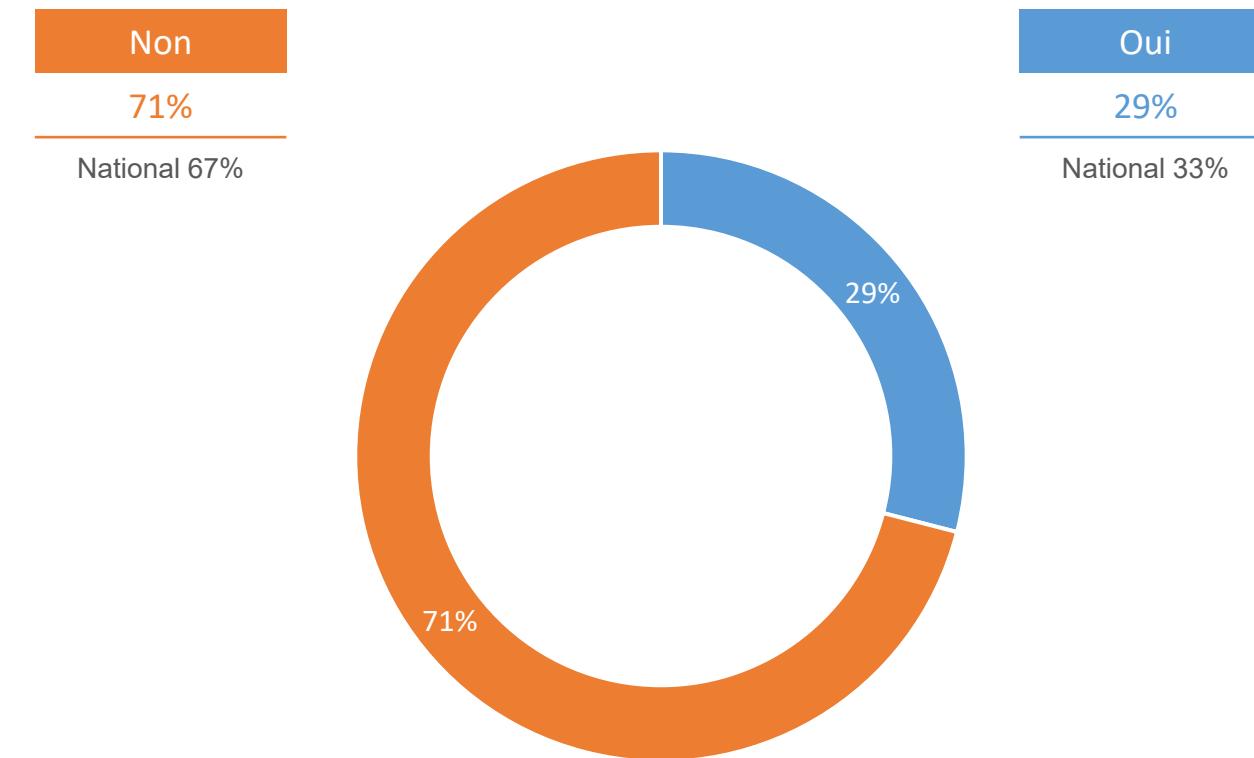
Les actions mises en place

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

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

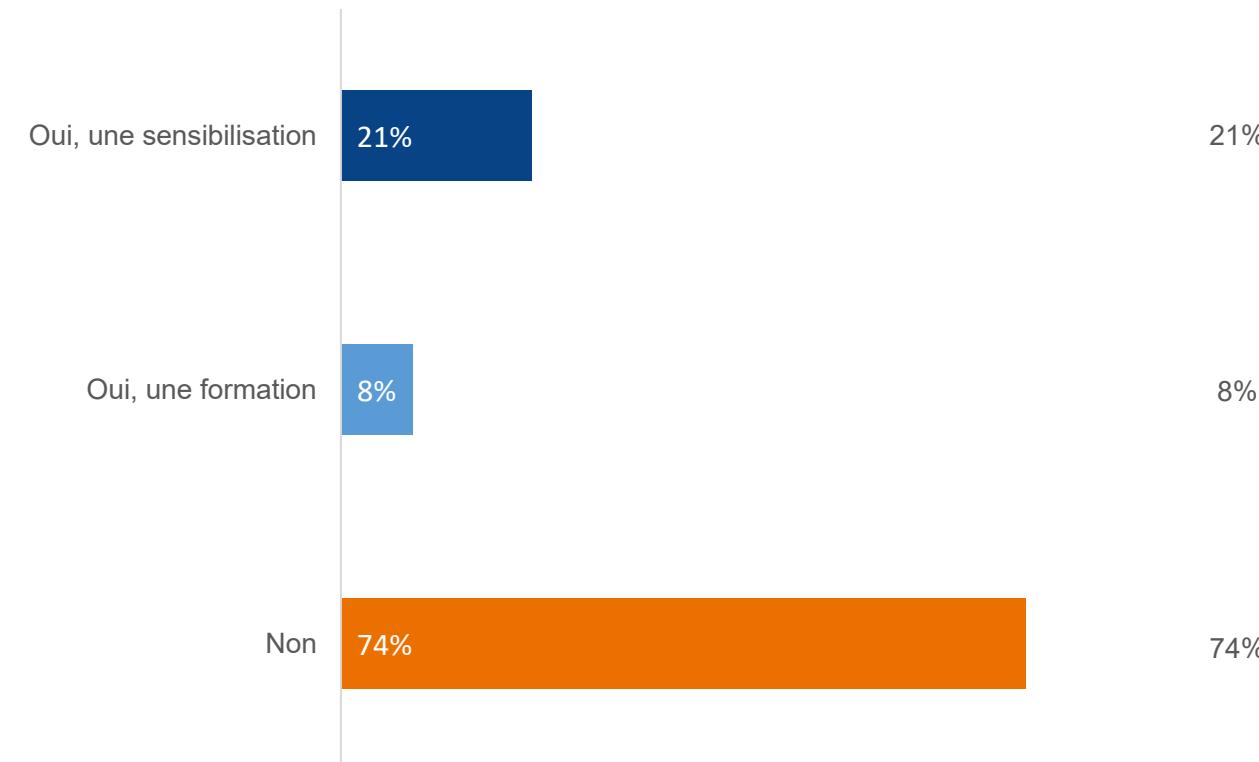


Part des répondants qui ont eux-mêmes bénéficié d'une sensibilisation / formation en lien avec la transition écologique et énergétique au cours des deux dernières années

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

Possibilité de répondre « une sensibilisation » et « une formation

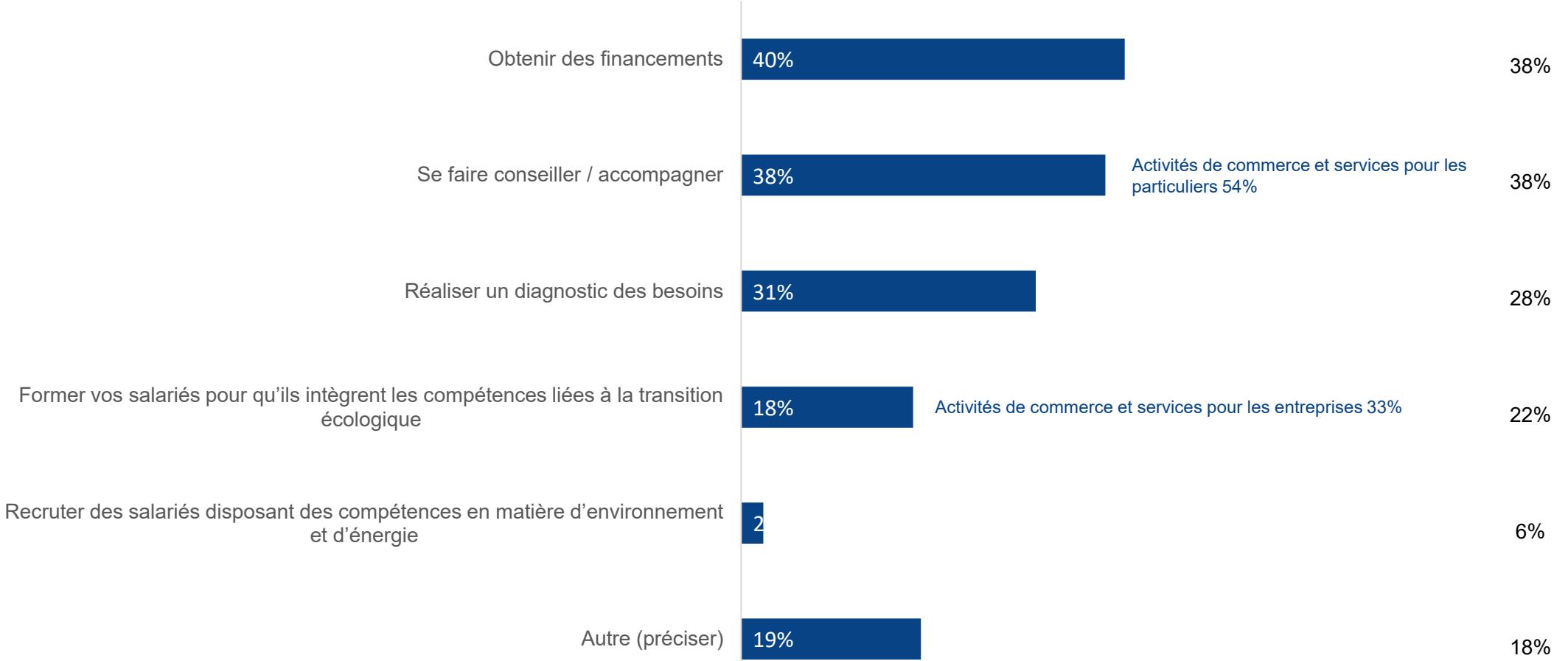
National



Besoins et attentes des entreprises

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

National



Les enseignements* de l'atelier en région Bourgogne France Comte sur la perception et le déploiement de la transition écologique et énergétique (1/2)

- La transition écologique est décrite comme un chantier à mener **avec les employés et les consommateurs pour en amplifier l'impact**. Les entreprises ayant participé à l'atelier souhaitent sensibiliser leurs consommateurs sur des éco-réflexes (privilégier des matériaux écologiques, apporter son sac...) et leurs employés pour l'adoption d'éco-gestes. Des attentes **d'actions de sensibilisation ou de formation** sont exprimées, avec un effet de résonance dans une prise de conscience sociétale.

99
Je vois que mes clients y sont beaucoup plus sensibles quand, par exemple, on fait couler de l'eau. Moi, j'ai eu une fois une cliente, j'avais fait couler l'eau et hélas, l'eau chaude ne venait pas. Rapidement, j'ai vu ma cliente éteindre le robinet et voilà. Donc je pense qu'on a une clientèle aussi qui doit être, pour certaine, déjà sensibilisée. (Esthétique, cosmétique et enseignement technique et professionnel liés aux métiers de l'esthétique et de la parfumerie)

- **Le coût du déploiement de la TEE** est perçu comme très onéreux dans certaines branches professionnelles, avec des actions nécessitant un financement, pour l'heure perçu de la part des pouvoirs publics comme insuffisant. La recherche de dispositifs de financement est également perçue comme complexe.

99
Alors moi, pour anticiper l'augmentation de l'électricité, j'ai fait installer des panneaux solaires sur ma plus grosse toiture. Voilà, donc c'est la première année, donc je verrai dans quelques mois comment je m'en sors. Après c'est un gros investissement. Moi j'ai du ré-emprunter 40 000 € donc voilà, avec zéro aide étonnamment de l'ADEME. J'étais vraiment très étonnée qu'on parle de la transition écologique des entreprises, et même dans le tourisme, il y a des normalement des aides spéciales transition énergétique. Mais là il n'y avait rien du tout. (Immobilier)

- **Le poids des normes et l'évolution réglementaire sur le sujet** apparaît comme une source de contraintes pour certains dirigeants.
- **La conviction personnelle des dirigeants** en la matière apparaît comme un puissant levier de déploiement de la TEE et explique pour une part l'hétérogénéité des situations.

99
C'est vraiment une exigence que j'ai, au-delà de faire des économies. On ne peut pas être dans un site naturel et le maltraiquer. Mais je trouve qu'il faut vraiment relancer la formation des citoyens. (Immobilier)

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

Augmentation des aides financières et des primes à l'adoption de solutions écologiques innovantes

Formation des employés aux éco-gestes

Faciliter la recherche de financements pour les projets liés à la TEE

Aide à la sensibilisation des clientèles sur les enjeux et les éco-comportements

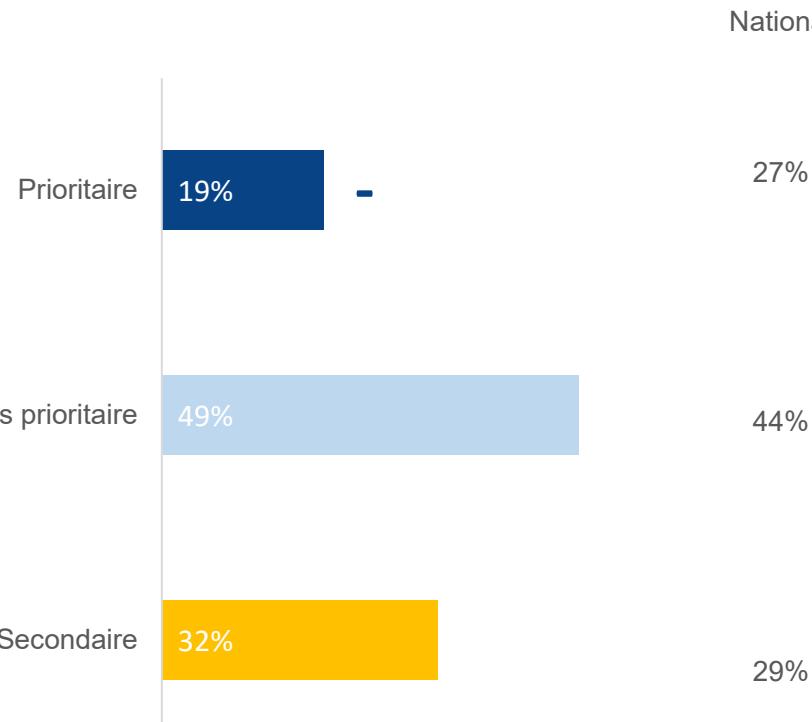
Accompagnement autour de la clarification et de l'actualisation des normes et règlements

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

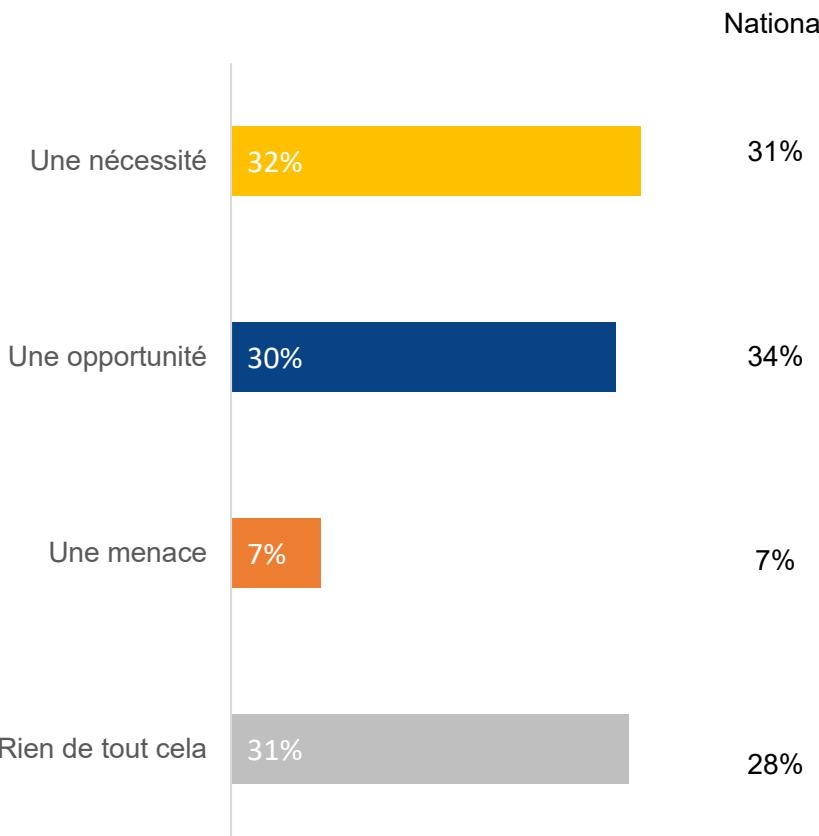
5. La transition numérique

Importance et perception du développement du numérique

Importance du développement du numérique pour l'entreprise



Perception du développement du numérique pour l'entreprise

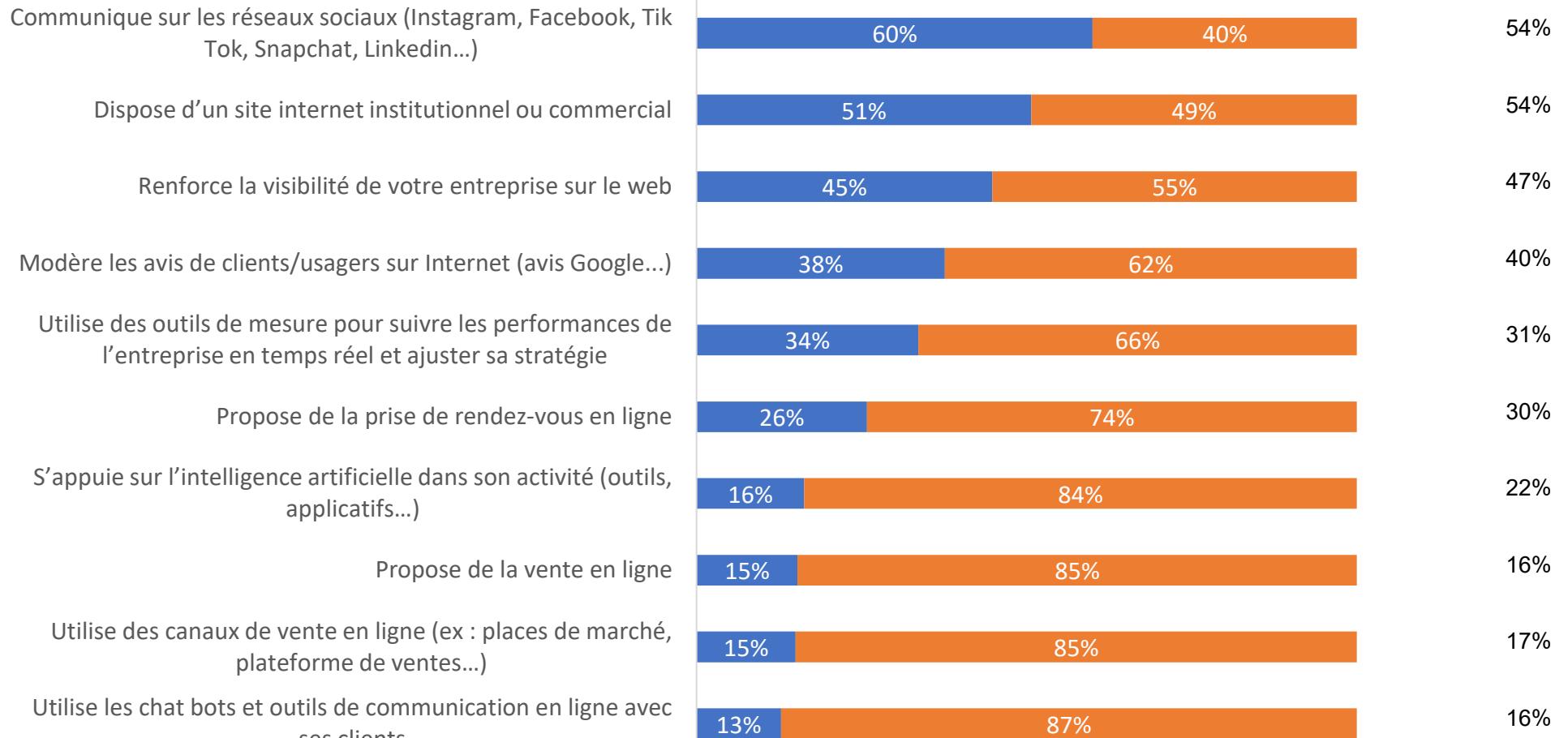


Actions déjà mises en place concernant les outils digitaux et numériques

Actions mises en place

■ Oui ■ Non

National
%oui



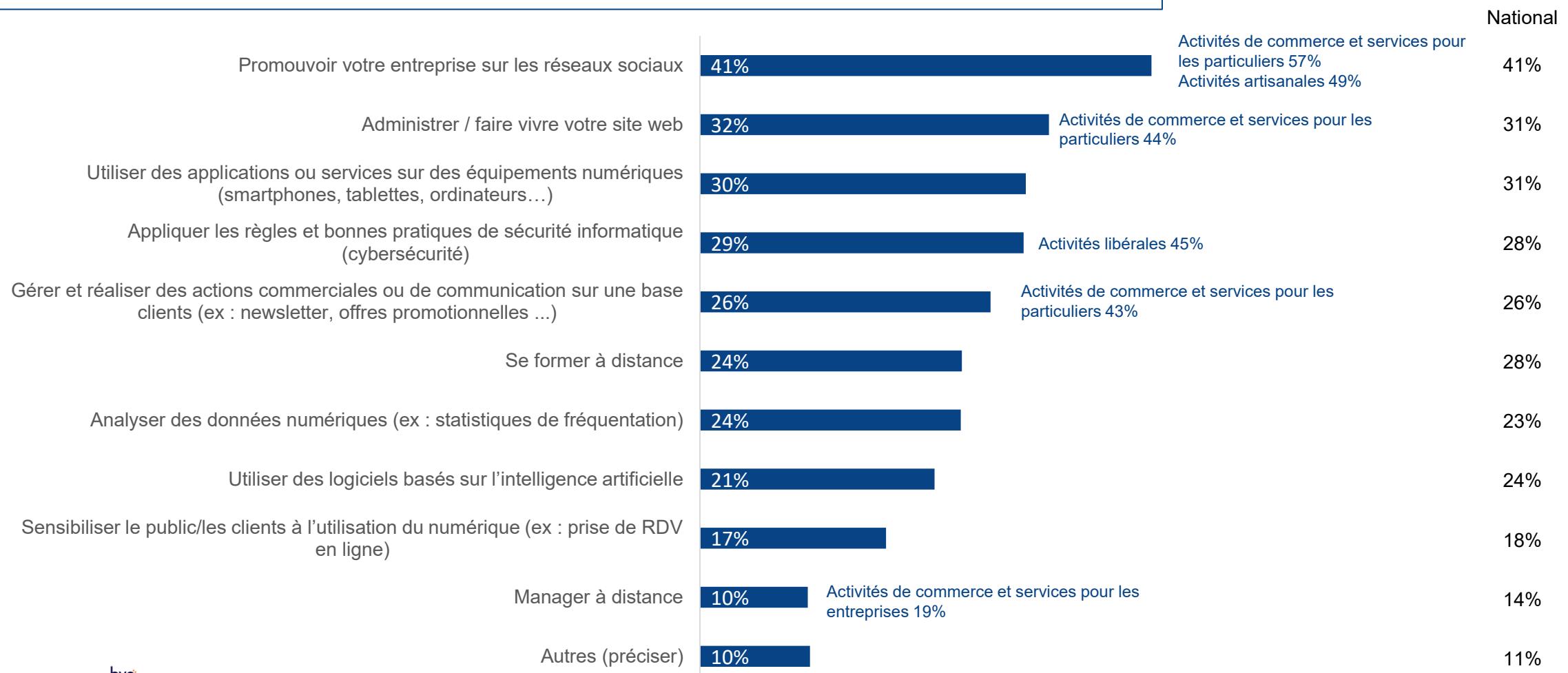
Les actions à mettre en place par les entreprises en lien avec la transition numérique

Actions que les entreprises vont devoir mettre en place



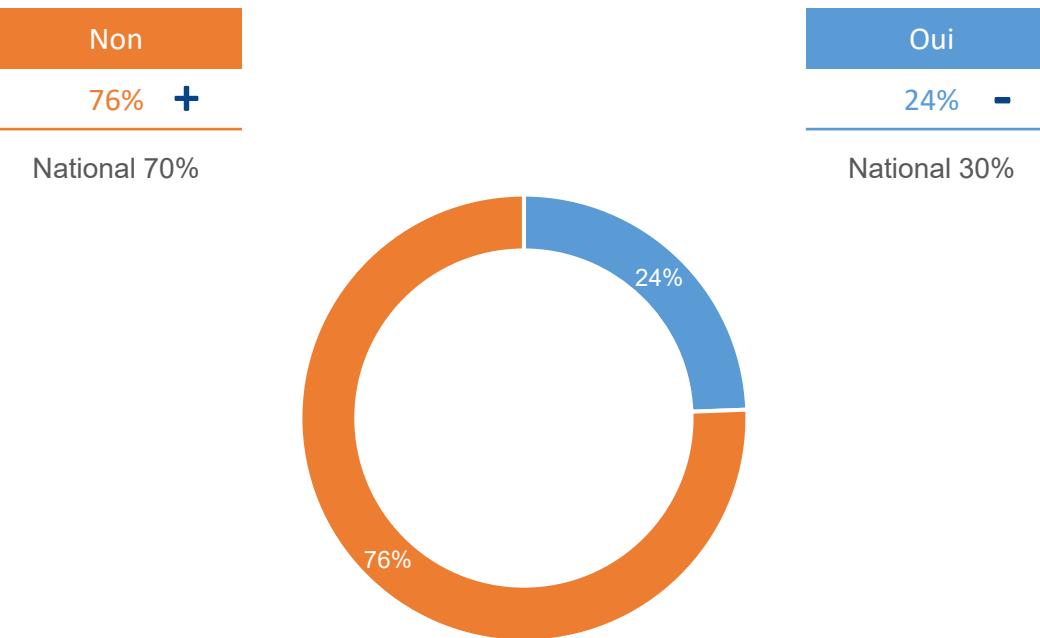
Compétences à développer par l'entreprise en lien avec la transition numérique

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



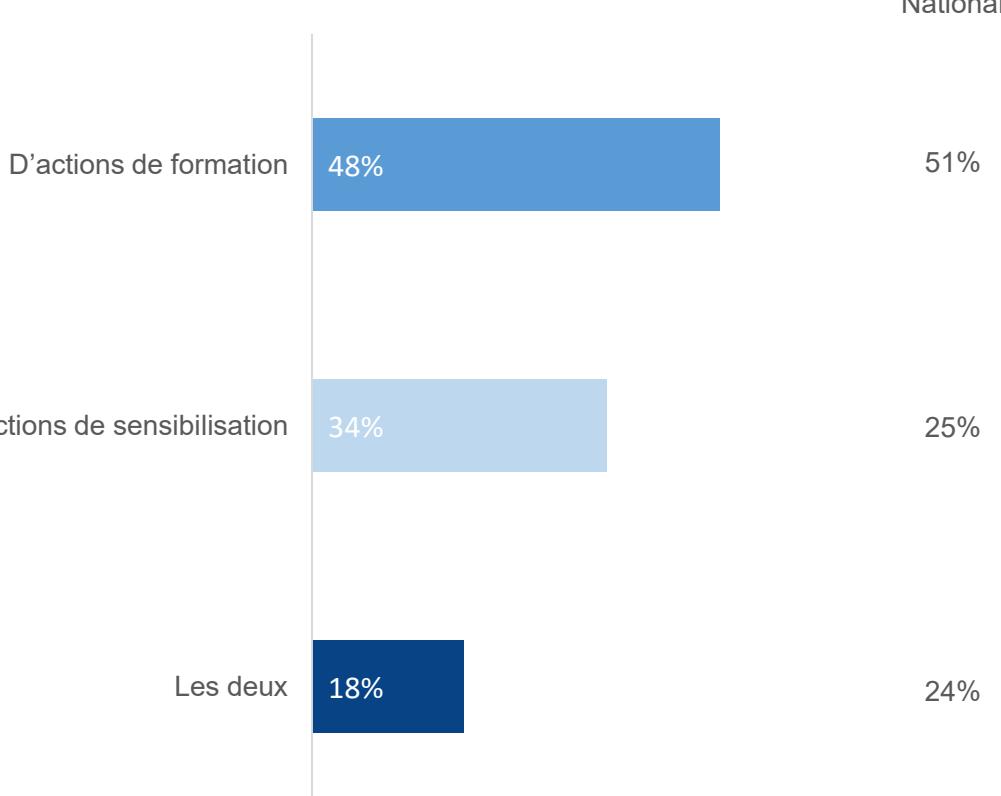
Mise en place d'actions de sensibilisation ou de formation par les entreprises en lien avec la transition numérique

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



Les actions mises en place

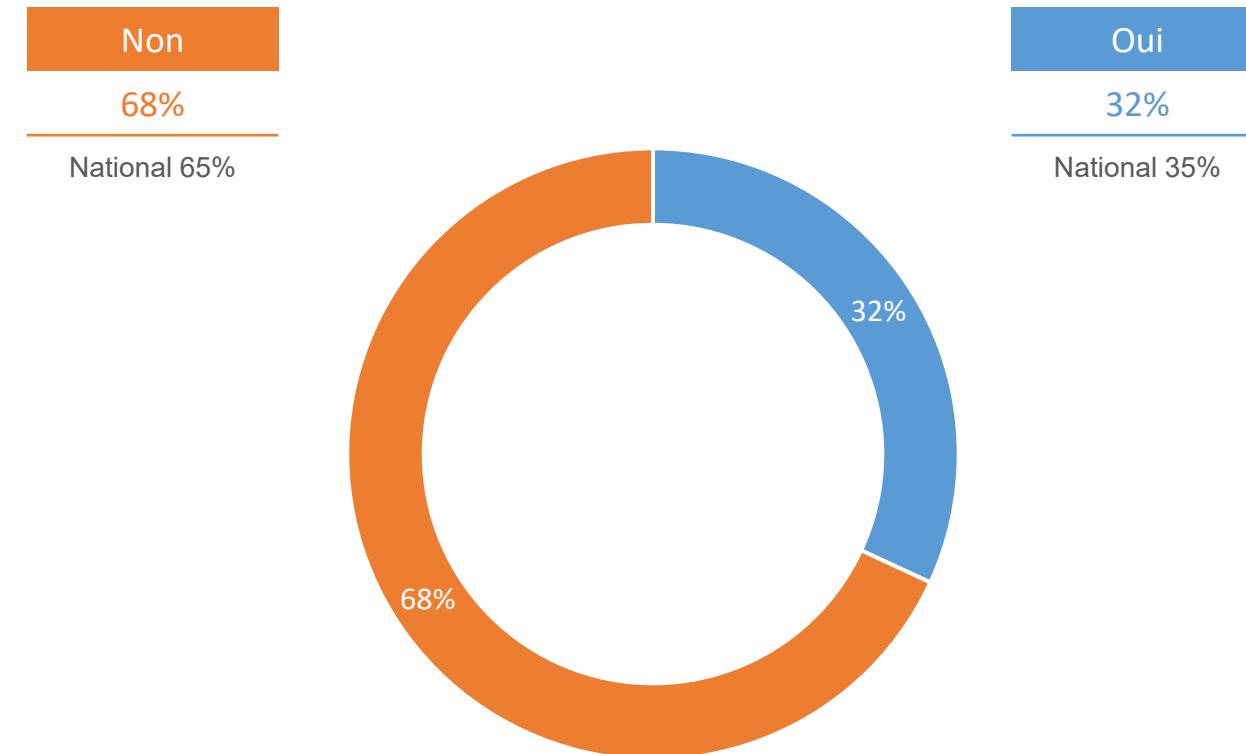
Base répondants : entreprises qui ont déclaré mettre en place des actions de sensibilisation ou de formation



Les actions de sensibilisation / formation et l'intelligence artificielle

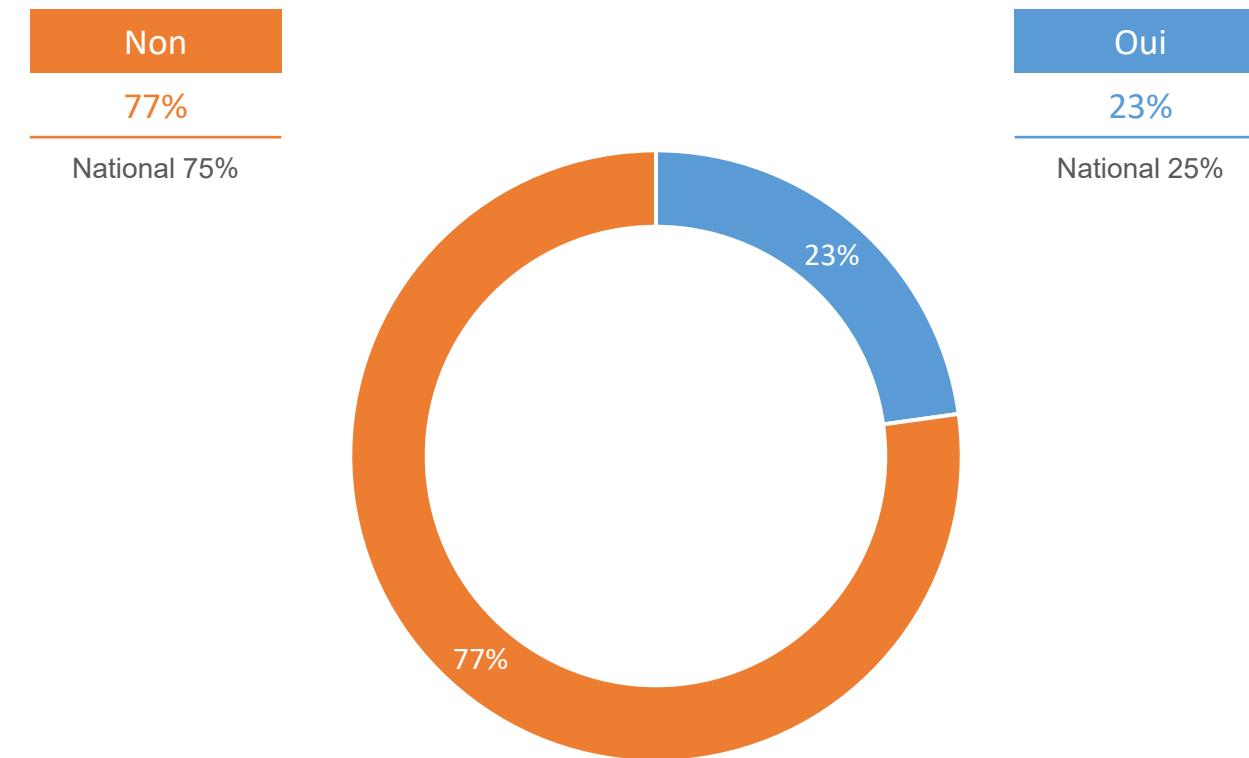
Part des entreprises qui ont mis en place des actions de sensibilisation / formation et dont le contenu a également porté sur l'intelligence artificielle

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

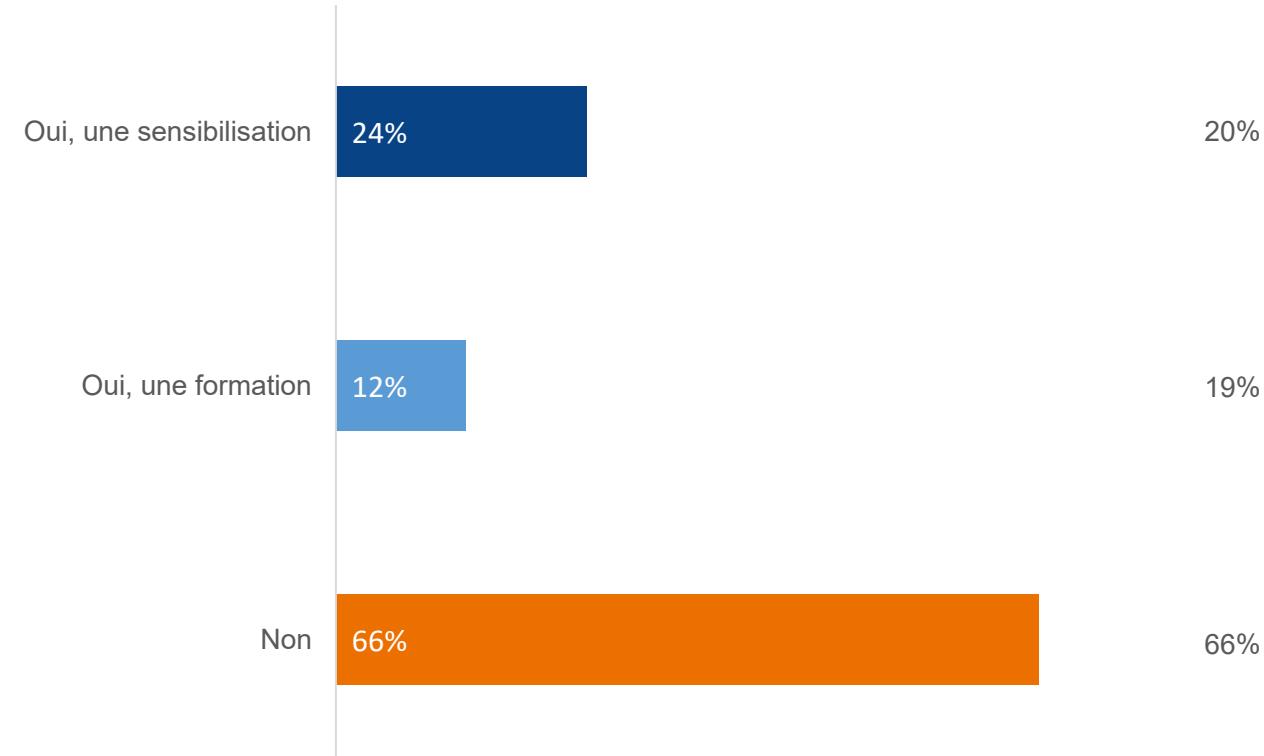


Part des répondants qui ont eux-mêmes bénéficié d'une sensibilisation / formation au cours des deux dernières années

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

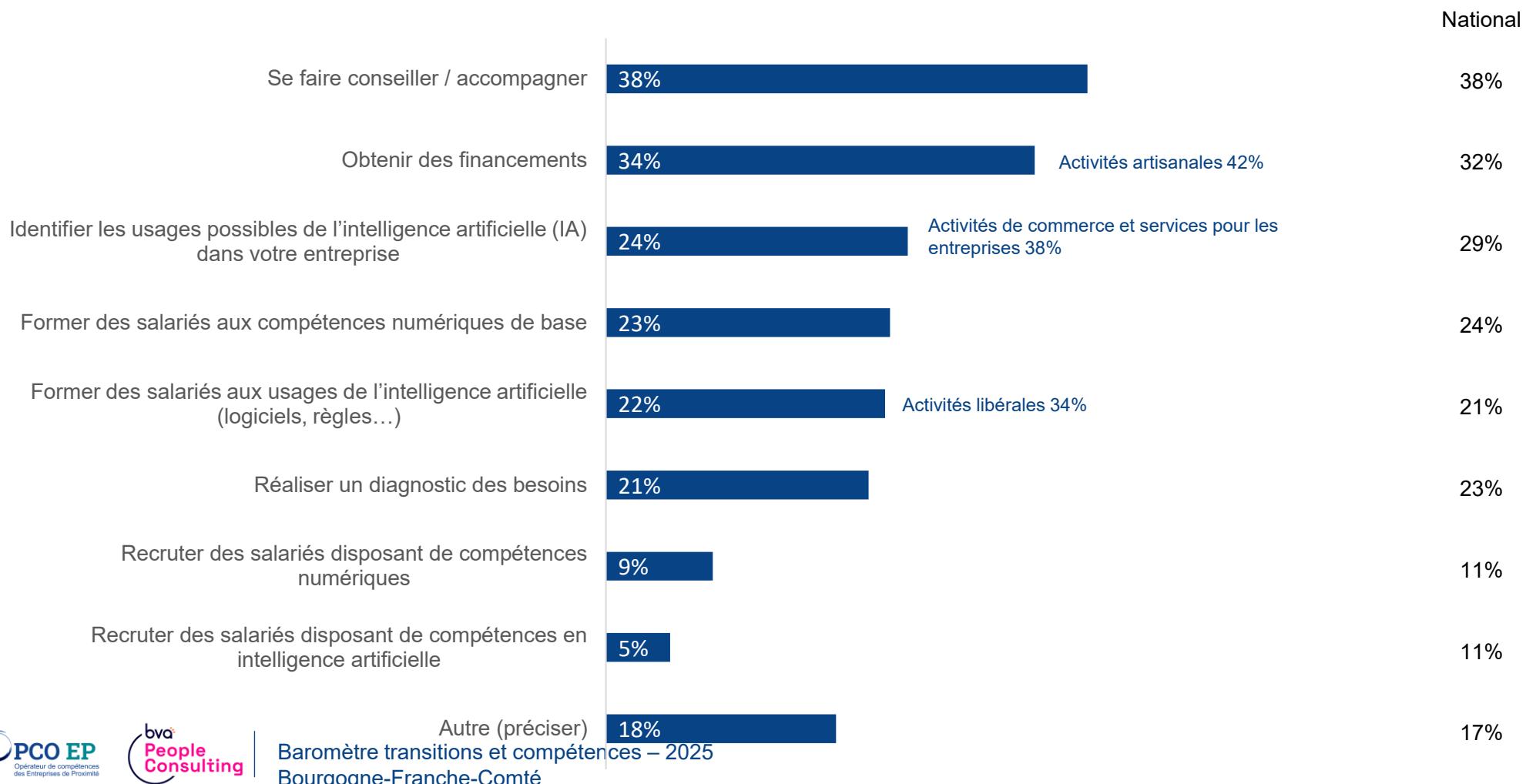
Possibilité de répondre « une sensibilisation » et « une formation

National



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 Bourgogne Franche Comte sur les moteurs de la transition numérique (1/2)

- Le degré de priorisation de la transition numérique parmi les chantiers transverses actuels des entreprises apparaît très variable. Ainsi par exemple, les entreprises en zone rurale ne voient pas un intérêt immédiat à se digitaliser, à développer leur notoriété via les réseaux sociaux. On parle d'ajustements mais pas encore de transformation.

99

Vous parlez de transition numérique, j'ai envie de dire limite on s'en fout. Les gens qui achètent le pain pour nous sont autour de chez nous, ils passent à côté de chez nous. Enfin voilà, c'est vraiment un métier qui pour moi est devrait être le plus mobilisé autour de la transition énergétique et écologique. (Boulangerie, pâtisserie)

- Pour les autres acteurs souhaitant l'initier, des projets sont freinés par un manque d'expertise. Un accompagnement est attendu pour conduire des projets tels que la digitalisation ou bien l'intégration de nouveaux logiciels.

99

On est sur des vraies démarches où il faut retrouver vraiment des réseaux. On est confronté, en étant petit, au fait d'évoluer en matière numérique et on se sent assez seul en fait là-dessus. Oui, il y a des informaticiens et tout, mais on n'est pas sûr. Est-ce que ce qu'ils proposent, c'est correct ? C'est à dire que souvent, quand on doit changer de logiciel, il n'y a pas beaucoup d'accompagnement. Être sûr que, parce que ça peut être dramatique de changer un système complètement. (Installation sans fabrication, entretien, réparation, dépannage de matériel aéraulique, thermique, frigorifique et connexes)

- La pression que vivent les dirigeants d'entreprises leur laisse peu de temps pour l'apprentissage et la formation continue des outils numériques.

99

L'outil informatique, c'est quelque chose que je maîtrise depuis 40 ans. Voilà, c'est de la formation continue en fait, il faut toujours être au top, toujours être au courant des nouvelles tendances (Boulangerie, pâtisserie)

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

Formations d'acculturation pour aider les dirigeants à appréhender les enjeux liés à la transition digitale.

Demande d'aides financières et de dispositifs d'accompagnement pour investir dans des infrastructures et des solutions digitales.

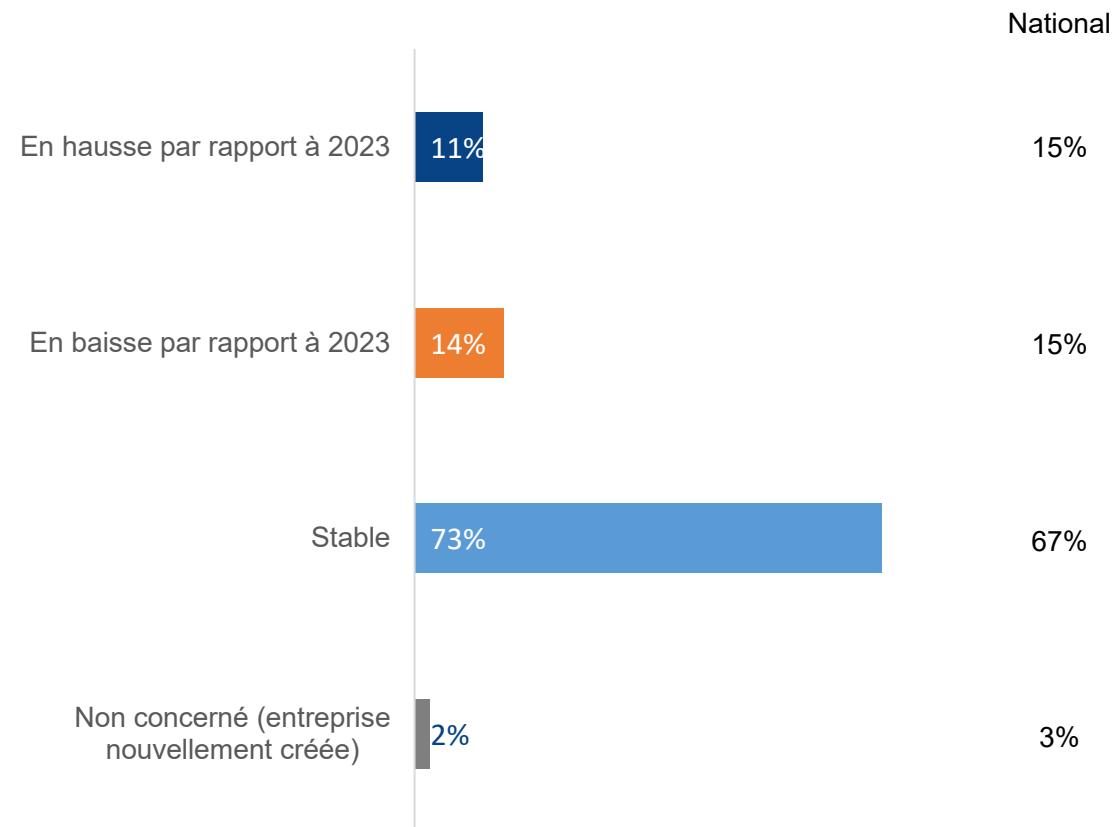
Formation à l'utilisation d'outils numériques à tous les niveaux de l'entreprise, y compris dirigeants.

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

6. La transition démographique

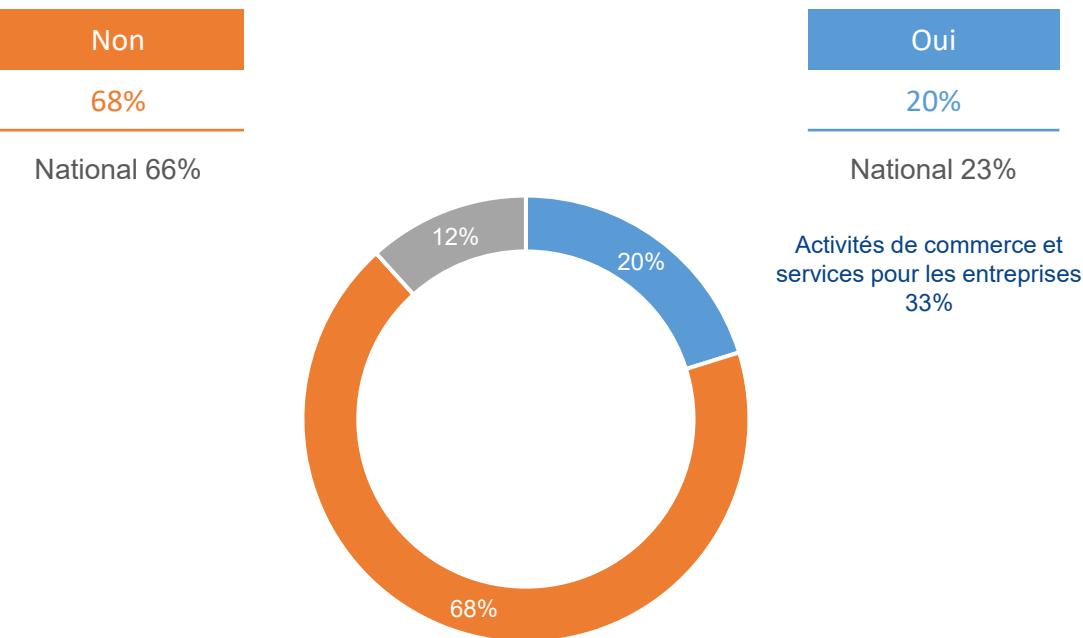
Évolution de l'effectif pour l'année 2024

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



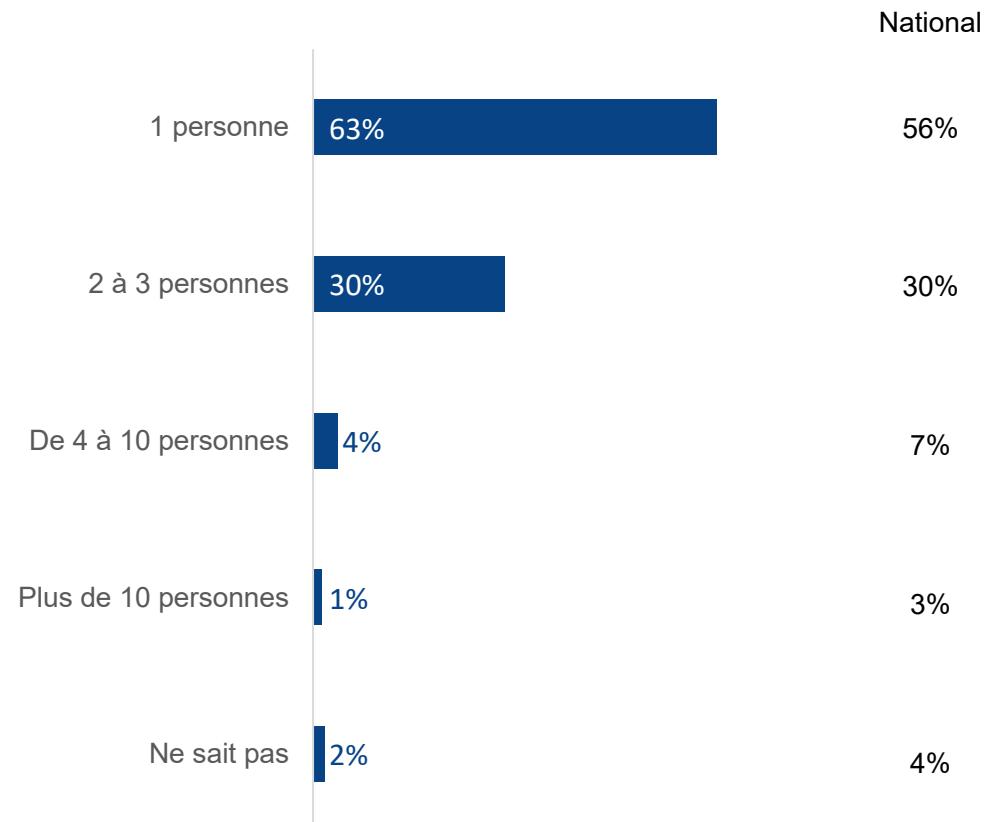
Recrutements envisagés pour 2025

Recrutements envisagés pour 2025



Nombre de recrutements envisagés pour 2025

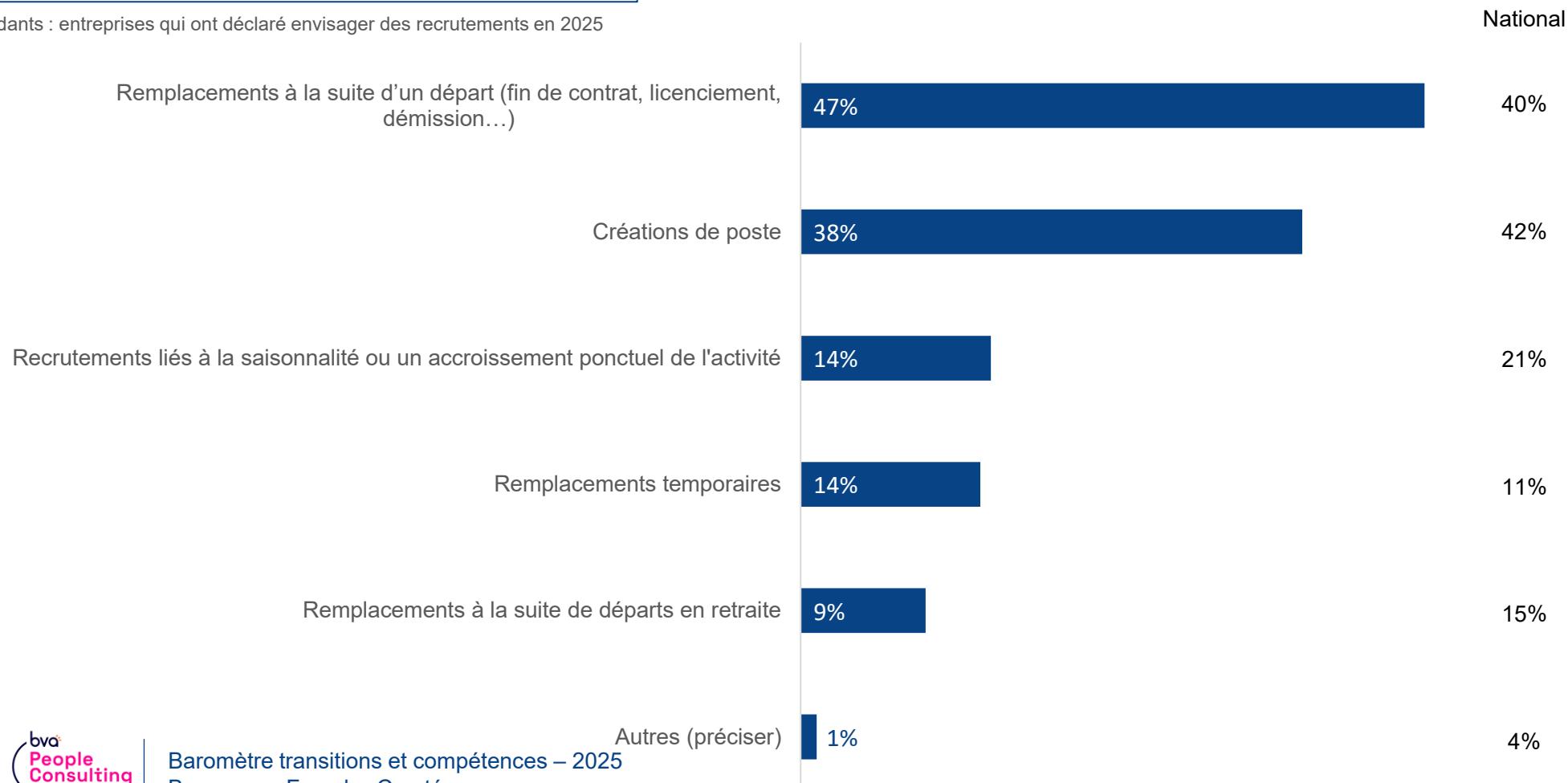
Base répondants : entreprises qui ont déclaré envisager des recrutements en 2025



Motivations des recrutements envisagés pour 2025

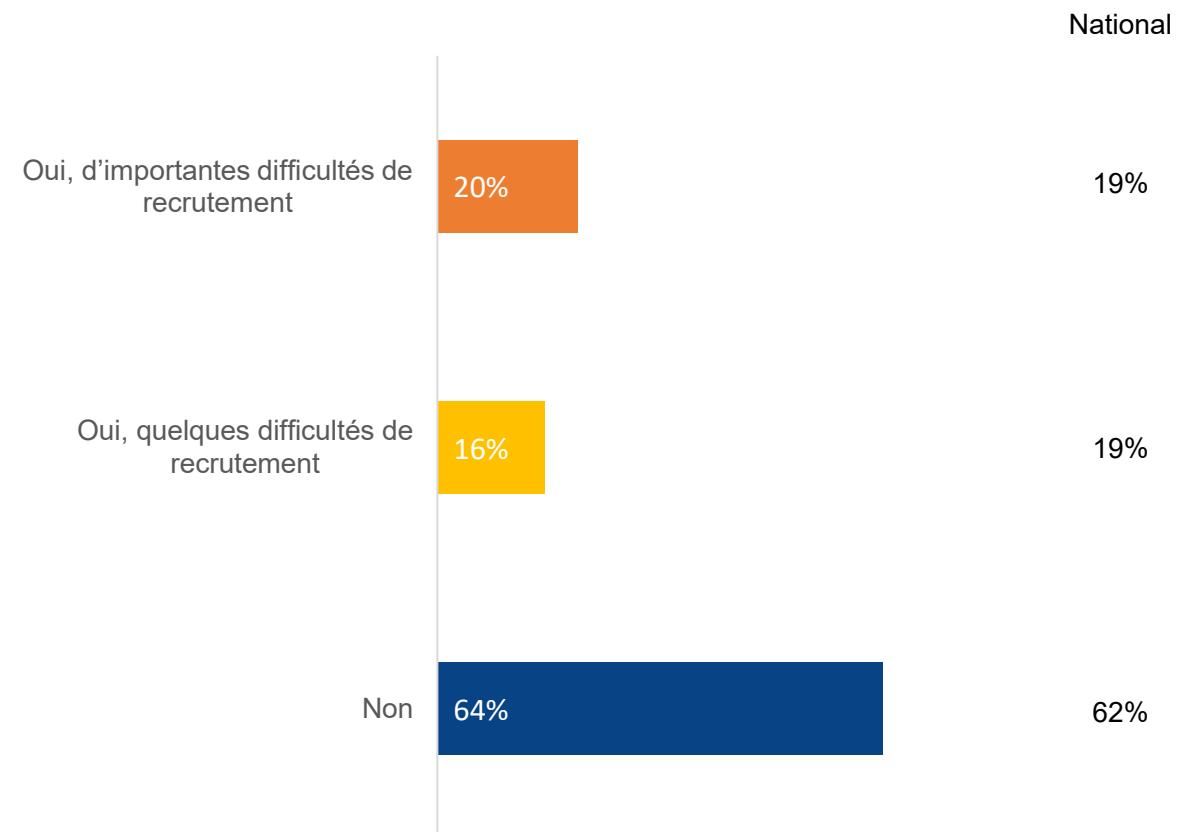
Motifs des recrutements envisagés pour 2025

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



Difficultés de recrutement exprimées par les entreprises

Difficultés de recrutement

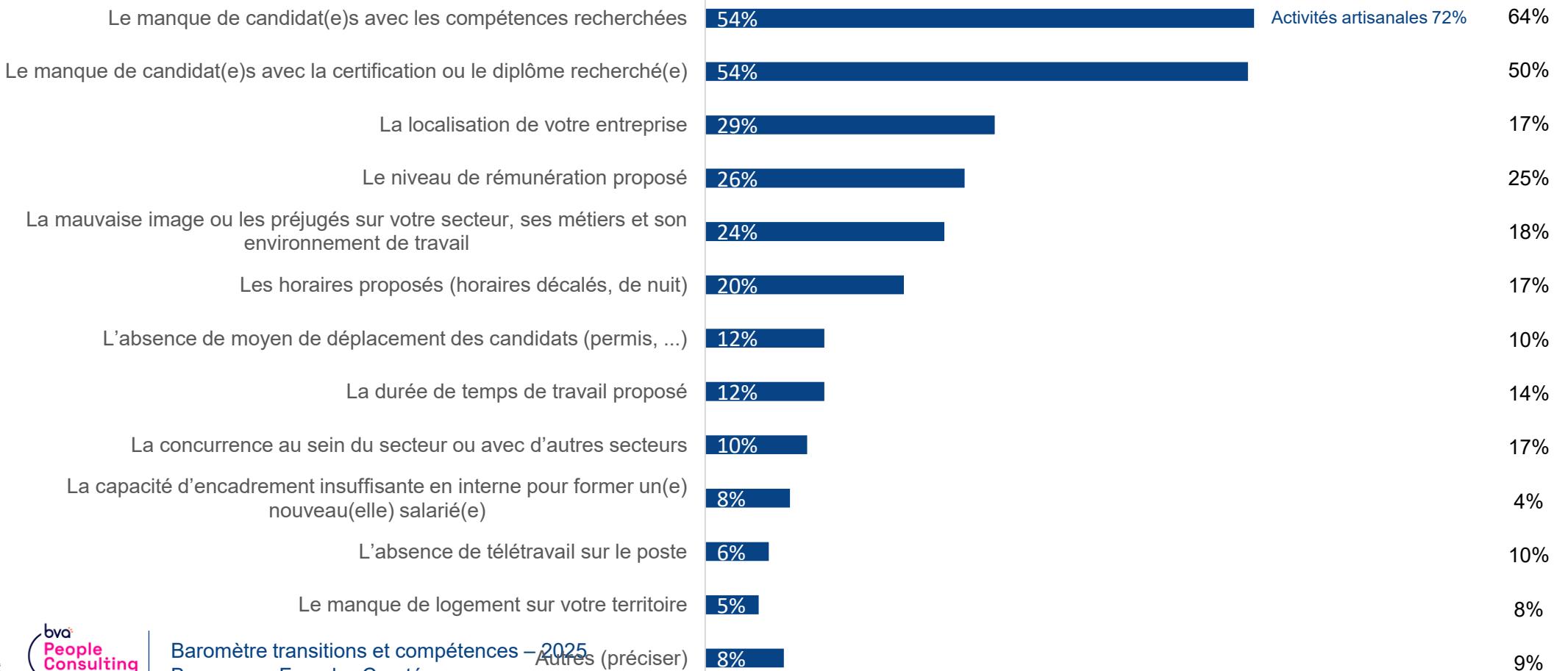


Raisons des difficultés de recrutement

Raisons des difficultés de recrutement

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

National



Part des salariés séniors (+55 ans)

Part des salariés séniors (+55 ans)

National

Moins de 5% 64% 60%

De 5 à moins de 10% 6% 5%

De 10 à moins de 25% 6% 6%

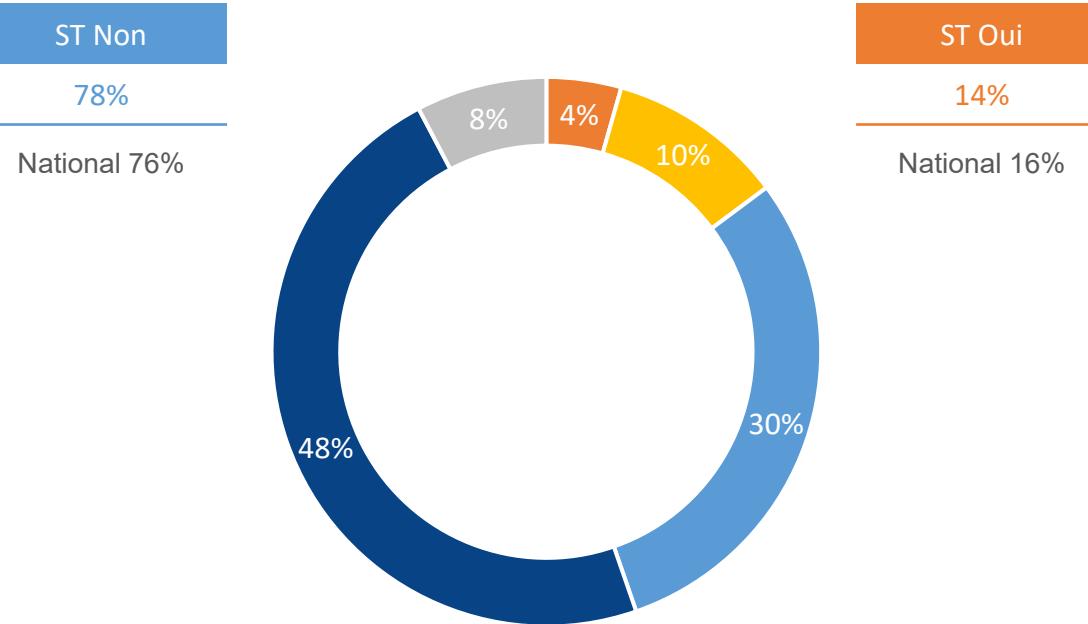
De 25 à moins de 50% 5% 7%

50% ou plus 14% 16%

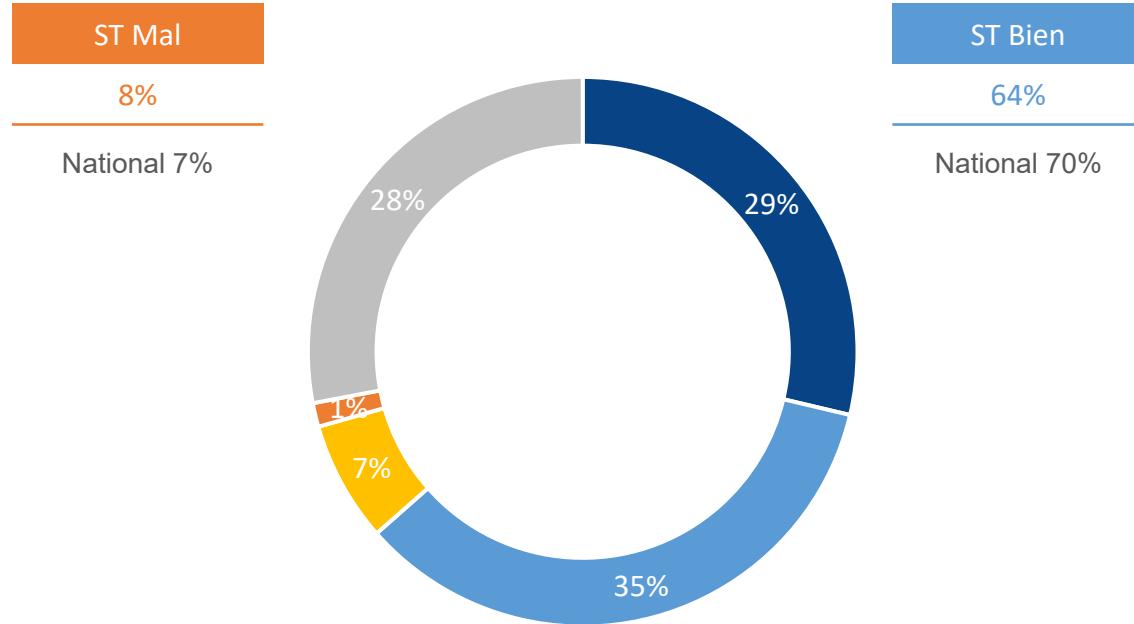
Ne sait pas 5% 6%

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

Difficultés rencontrées entre les différentes générations



Intégration des nouveaux embauchés issus de la jeune génération

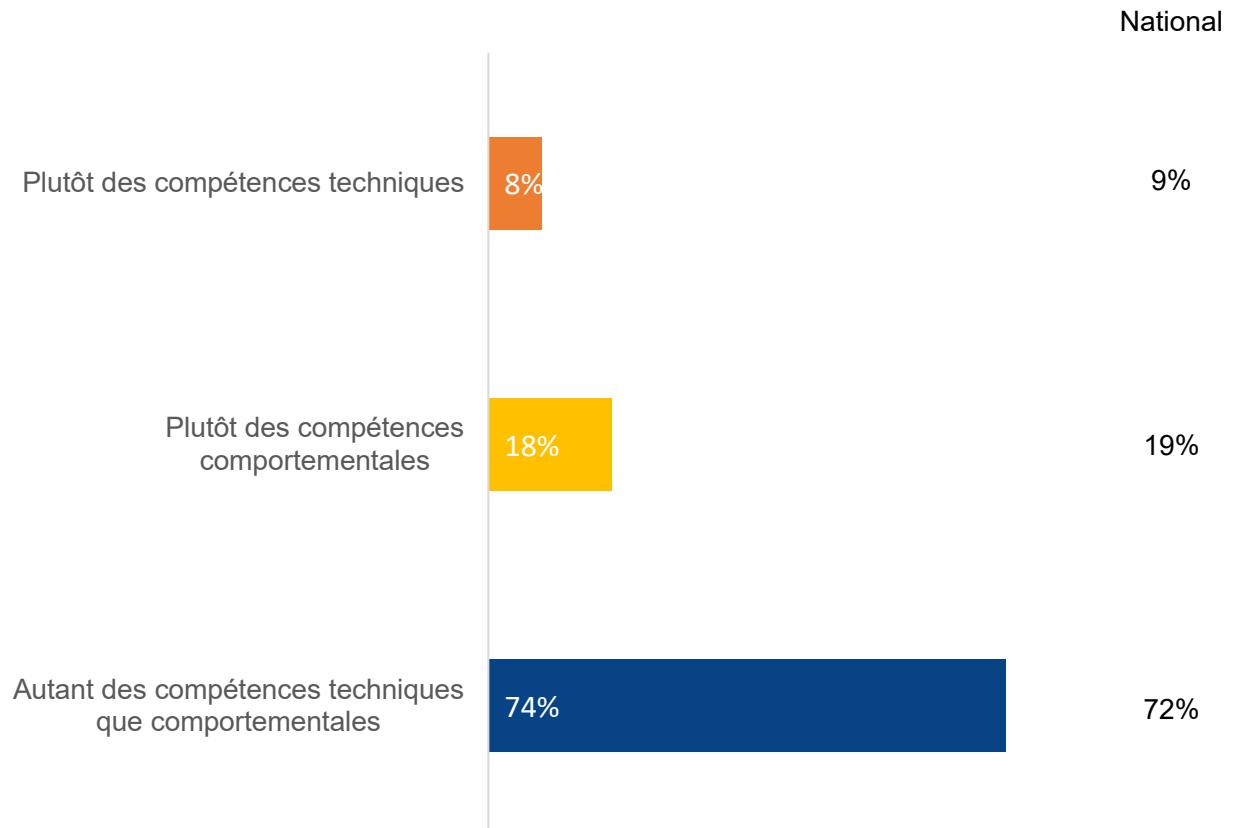


■ Oui, souvent ■ Oui, de temps en temps ■ Non, rarement ■ Non, jamais ■ Ne sait pas

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

Les compétences attendues par les entreprises

Compétences attendues pour un nouvel embauché

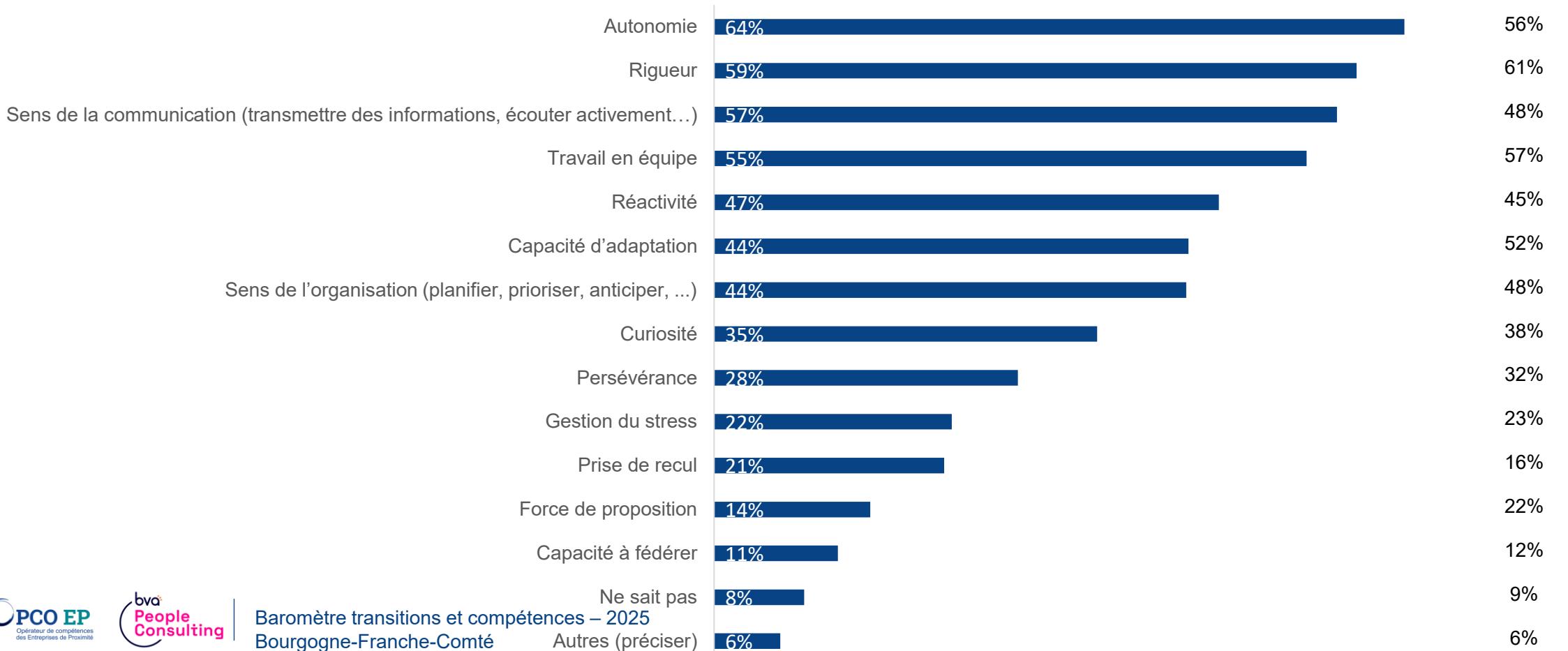


Les compétences comportementales recherchées par les entreprises

Compétences comportementales recherchées en priorité chez un nouvel embauché

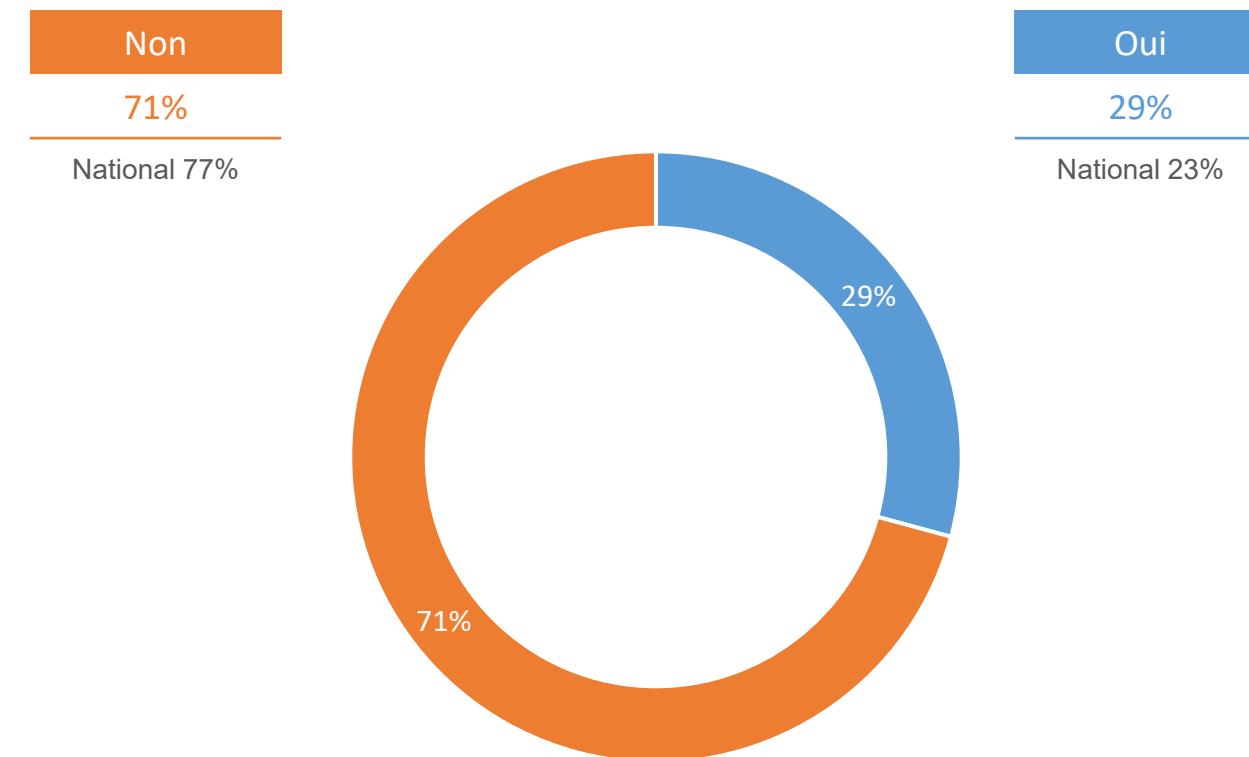
National

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



Transmission ou reprise d'entreprise

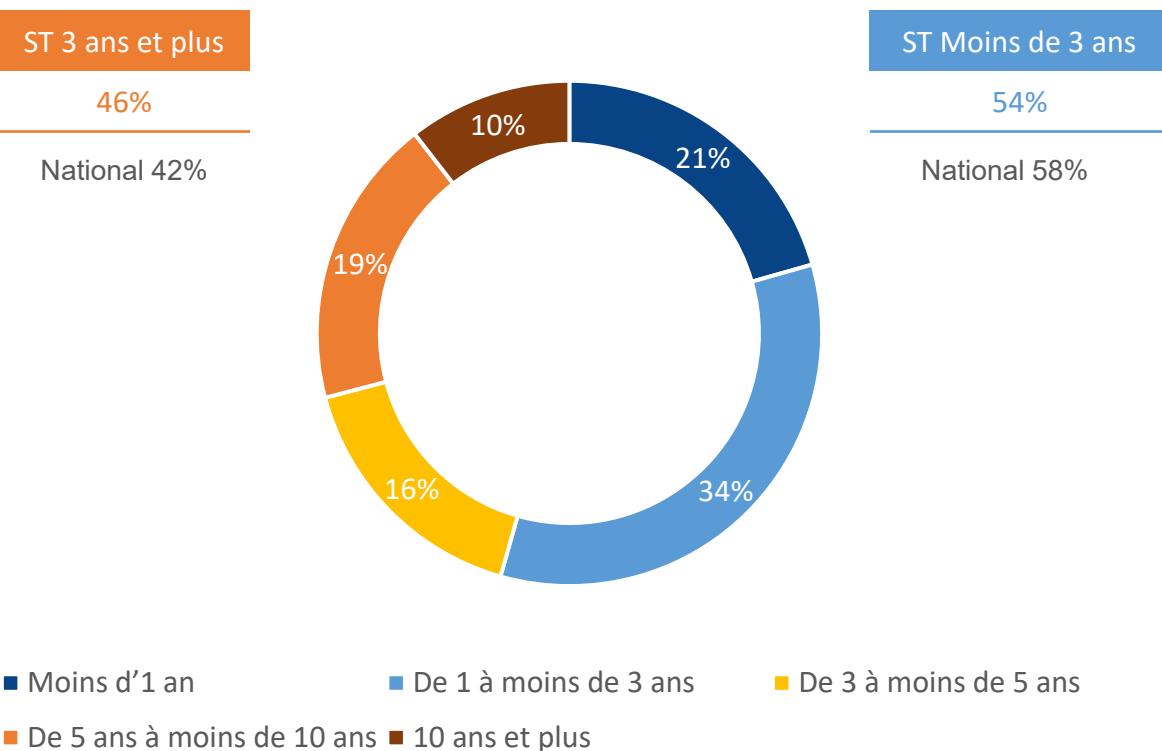
Part des entreprises concernées par des questions de transmission ou de reprise



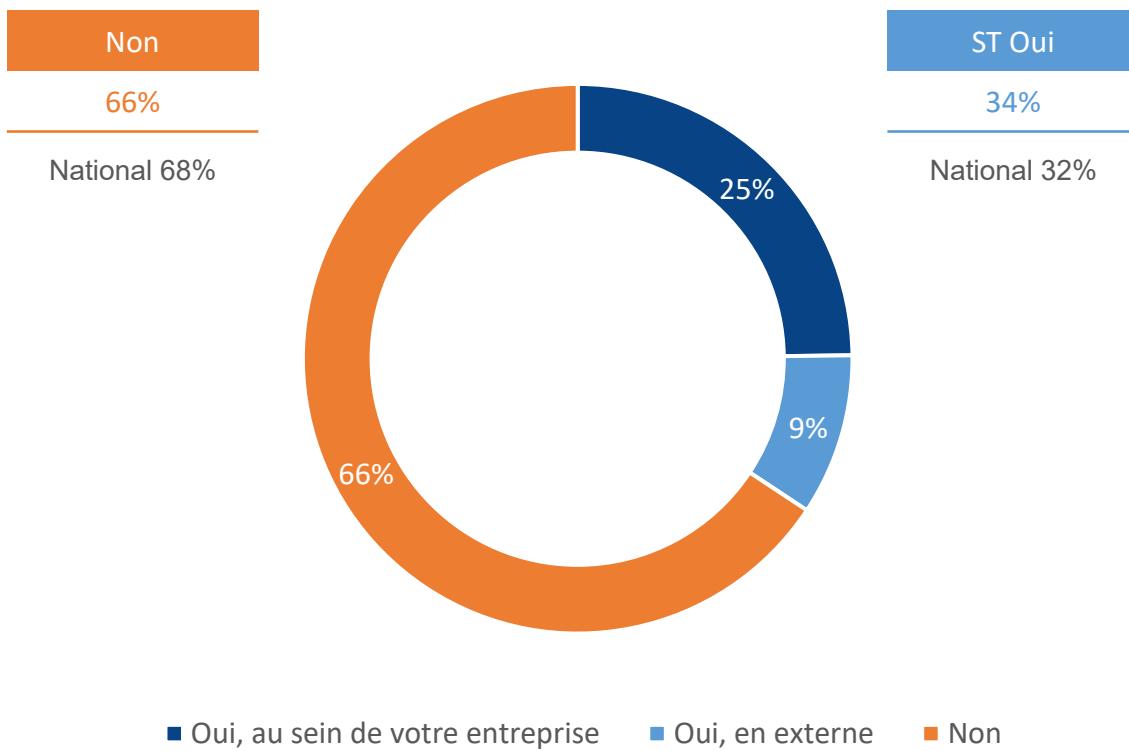
Transmission ou reprise d'entreprise

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



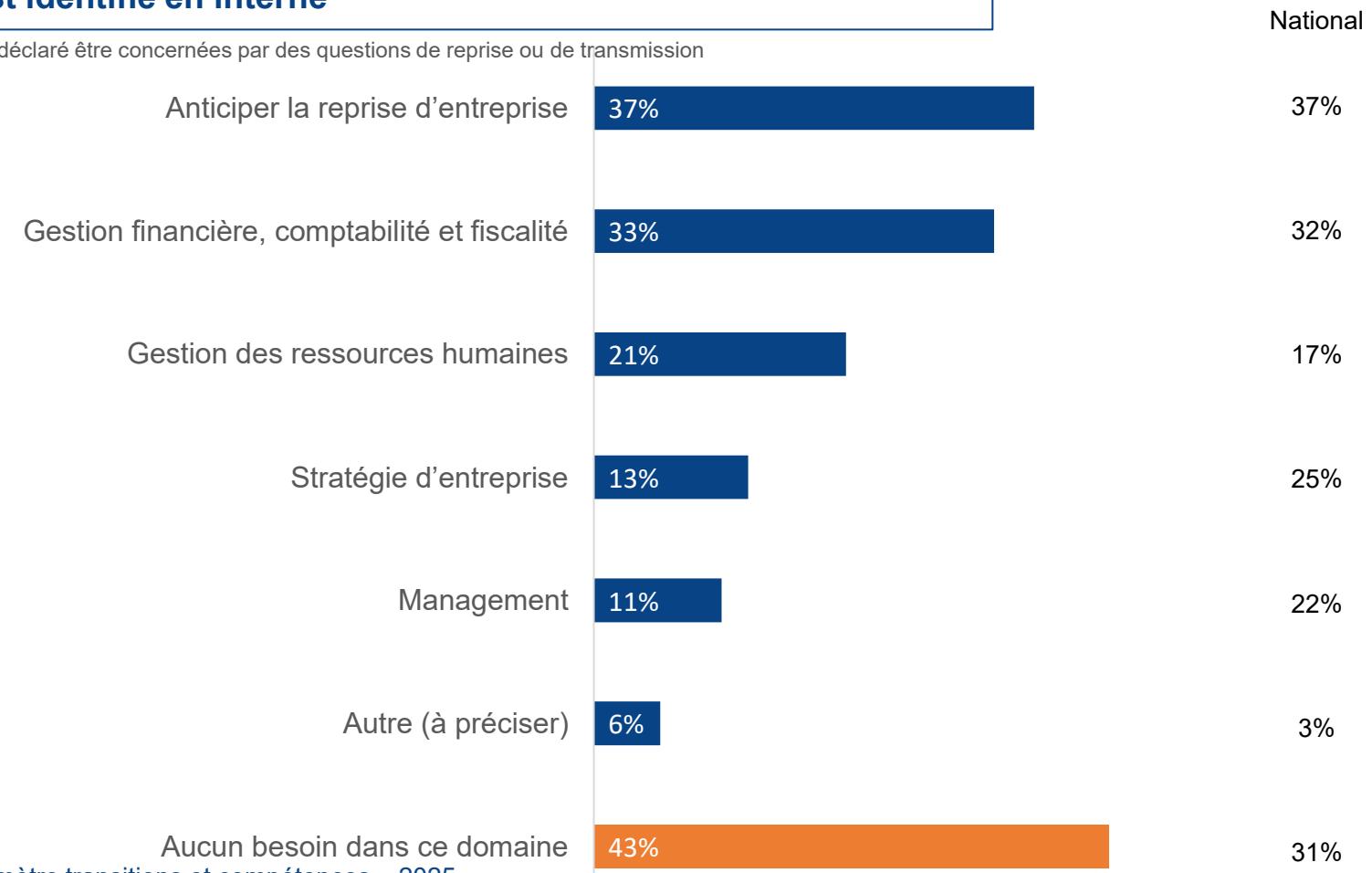
Identification du repreneur



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)

- Les entreprises éprouvent des **difficultés à identifier les bons profils**, avec les compétences et l'expérience adéquate, sans parler même des savoir-être. Les processus de recrutement sont décrits comme allongés et génèrent une forme de découragement, pour les dirigeants d'entreprises qui se sentent souvent seuls face à ces difficultés.

Le **déficit d'attractivité de certains métiers** est souligné. Le **manque de centres de formation** sur le territoire de Bourgogne Franche-Comté pour certaines professions expliquerait la rareté du vivier de candidats. Des attentes s'expriment pour un accompagnement à un **sourcing élargi** des profils et à une aide aux différentes étapes du process pour les accélérer.

99

J'ose imaginer que c'est plus un problème de mise en relation des bonnes personnes qui ont accès à nos recrutements, enfin à nos besoins. En fait, moi je suis tombée sur des personnes qui étaient, au final, plutôt des opportunistes et non adaptés à mon activité et aux valeurs de mon entreprise. (Boulangerie, pâtisserie)

- Au-delà du recrutement, **la fidélisation des employés** suscite des tensions, les dirigeants interrogés ayant l'impression de faire beaucoup pour des résultats peu probants. L'adaptation aux nouvelles attentes des jeunes actifs apparaît ainsi comme une étape nécessaire mais non suffisante. (*équilibre vie pro-perso optimisé, refonte des horaires, allègement des astreintes*)

99

Mon personnel ne travaille pas le dimanche et les jours fériés. Donc ça veut dire que c'est moi qui suis au point en vente et qui gère tous les fronts. Et malgré ça, ça ne suffit pas. On a un turn-over énorme, alors qu'on a des salaires au-dessus de la moyenne, on a 15 % de plus par rapport à la moyenne nationale. (Boulangerie, pâtisserie)

99

J'ai dit que je n'avais plus envie de recruter tout à l'heure. Je me suis adaptée depuis un an et demi et mes salariés travaillent quatre jours par semaine. (Esthétique, cosmétique et enseignement technique et professionnel liés aux métiers de l'esthétique et de la parfumerie)

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)

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

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

Promouvoir et développer les dispositifs de promotion des métiers EP : journées portes ouvertes, présentations en milieu scolaire...

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

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



www.opcoep.fr