



Baromètre « *Transitions & Compétences* »

Rapport de résultats
Bretagne

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.37

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, 544 entreprises répondantes (établissements principaux) de la région Bretagne 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.

Au total, 39 branches professionnelles sont représentées dans l'échantillon de répondants de la région (en complément de l'interprofession). Les branches professionnelles les plus représentées sont « personnel des cabinets médicaux » (54 répondants), « commerce de détail de l'habillement et des articles textiles » (54 répondants) et « cabinets dentaires » (52 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, 9 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	Gérant	Personnel des prestataires de services du secteur tertiaire	5 à 10 salariés
2	Gérant	Entreprises de services à la personne	11 à 49 salariés
3	Gérant	Services funéraires	5 à 10 salariés
4	Gérant	Pâtisserie	1 à 4 salariés
5	Dirigeant	Librairie	11 à 49 salariés
6	Dirigeant	Interprofession du champ d'intervention d'Opco EP	11 à 49 salariés
7	Dirigeante	Interprofession du champ d'intervention d'Opco EP	plus de 100 salariés
8	Dirigeante	Interprofession du champ d'intervention d'Opco EP	11 à 49 salariés
9	Gérante	Fleuristes, vente et services des animaux familiaux	1 à 4 salariés

* L'atelier de la région **Bretagne** a été introduit par **Georges-Eric LEROUX** délégué régional à OPCO EP, et animé par **Isabelle GULPHE-LACHAUD** de BVA People Consulting avec l'appui de **Maximilien DUBOIS**, Chef de Projet observation à OPCO EP.

2. Principaux enseignements

Principaux enseignements

L'activité des entreprises

- 64% 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 (56%, national 47%), l'évolution des coûts de l'énergie et/ou des approvisionnements (38%, national 34%) et les difficultés de recrutement (26%, national 26%).

La transition écologique et énergétique

- 75% des entreprises disent prendre en compte les questions d'environnement et d'énergie dans leur quotidien (national 73%).
- Un enjeu prioritaire pour 22% des entreprises (national 24%), important mais pas prioritaire pour 61% (national 54%), et secondaire pour 17% (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 (50%, national 49%), puis investir, trouver des solutions pour réduire leur facture énergétique (34%, national 33%) et sensibiliser et former les salariés (34%, national 35%).
- 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 (40%, national 40%), améliorer la gestion, le recyclage et le réemploi des déchets (35% (national 35%) et savoir gérer un local efficacement sur le plan énergétique et environnemental (29%, national 26%).
- 31% des entreprises disent avoir mis en place des actions de sensibilisation ou de formation des salariés (national 36%), et 31% 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 24% des entreprises (national 27%), important mais pas prioritaire pour 45% (national 44%), et secondaire pour 31% (national 29%).
- Parmi les actions à mettre en place, les entreprises citent, en premier lieu, le fait de : développer leur visibilité sur le Web (49%, national 44%), puis simplifier la gestion des devis, planning, facturation (34%, national 32%) et mettre en place de nouveaux outils/logiciels (30%, national 27%).
- Les principales compétences nécessaires à l'entreprise sont : promouvoir leur entreprise sur les réseaux sociaux (45%, national 41%), administrer/faire vivre leur site web (36%, national 31%) et se former à distance (31%, national 28%).
- 32% des entreprises disent avoir mis en place des actions de sensibilisation ou de formation des salariés (national 30%), et 27% souhaitent en mettre en place au cours de l'année à venir (national 25%).

La transition démographique

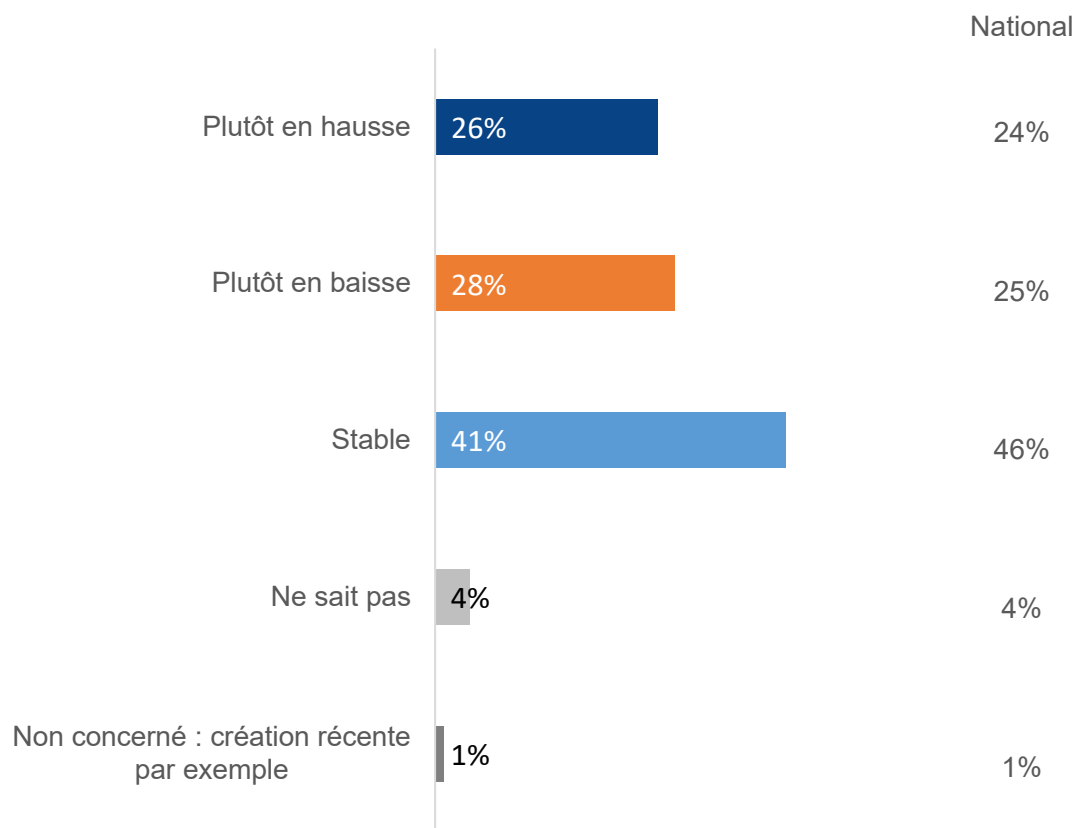
- 21% des entreprises envisagent des recrutements pour l'année 2025 (national 23%). Principalement pour des créations de poste (48%, national 43%) et des remplacements à la suite d'un départ (37%, national 41%).
- 43% des entreprises disent rencontrer des difficultés de recrutement (d'importantes difficultés 21%, national 19%). Les principales raisons de ces difficultés de recrutement sont le manque de candidat(e)s avec les compétences recherchées 61% (national 64%) et le manque de candidat(e)s avec la certification ou le diplôme recherché(e) 52% (national 50%).



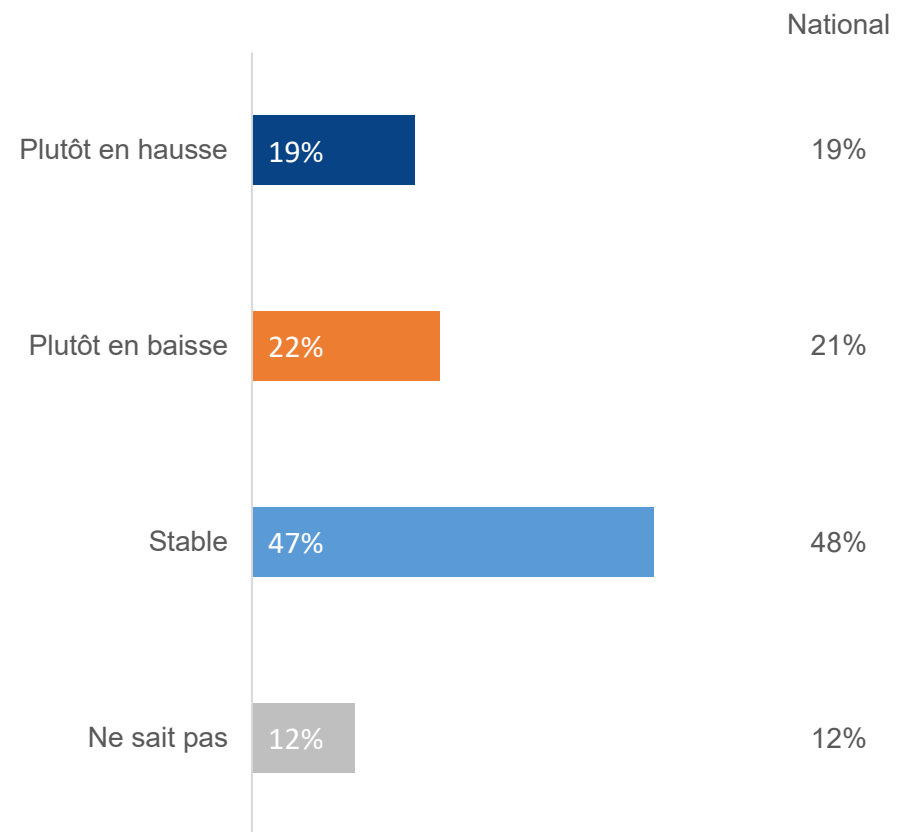
3. L'activité des entreprises

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

ST Pessimiste

26%

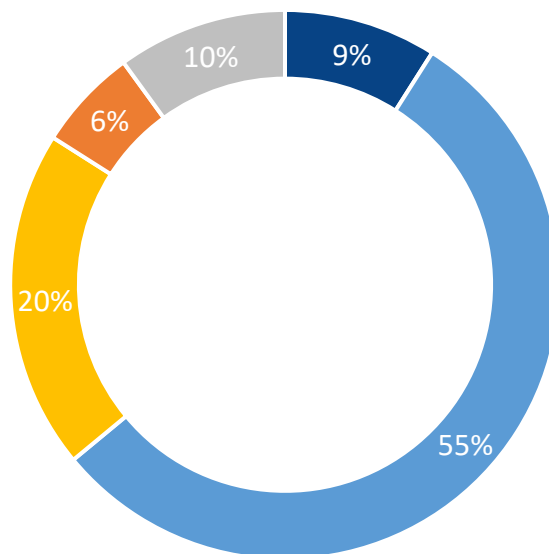
National 28%

ST Confiant

64%

National 61%

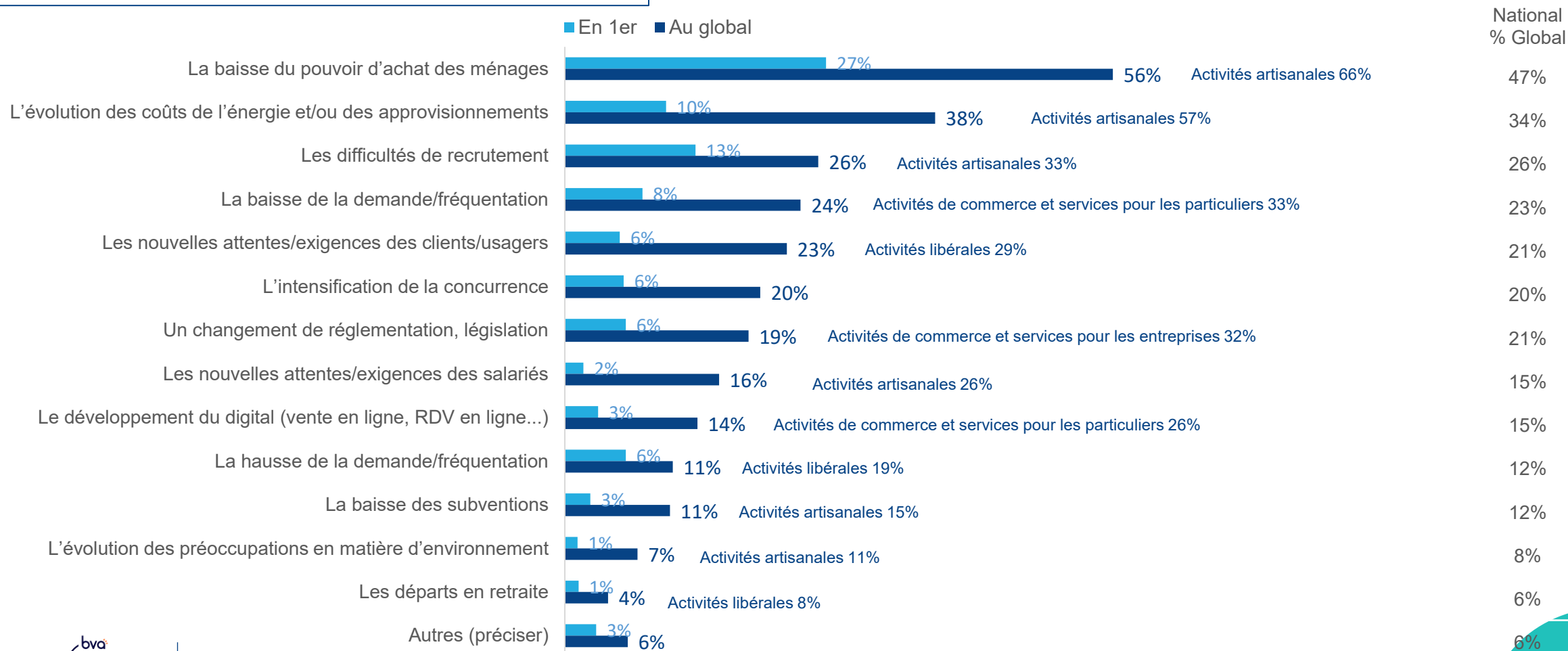
Activités libérales 72%



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

Tendances impactant l'activité

Tendances qui impactent l'activité des entreprises

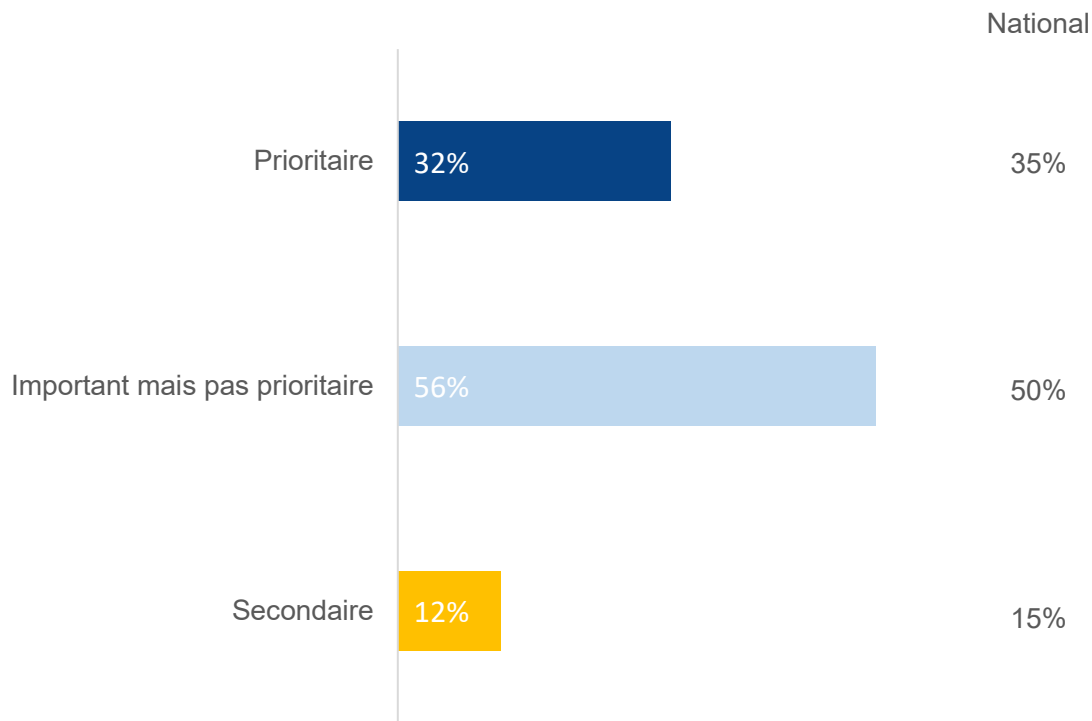


4. La transition écologique et énergétique

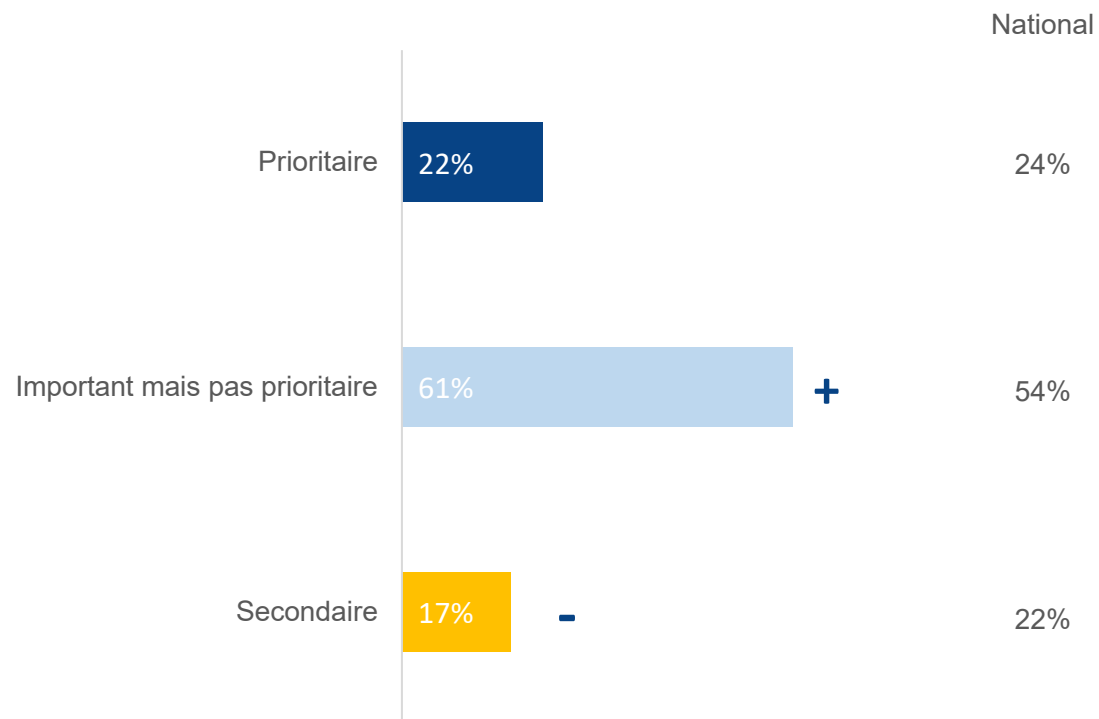
Enjeux des questions d'environnement et d'énergie

Importance des questions d'environnement et d'énergie

... Pour la société française

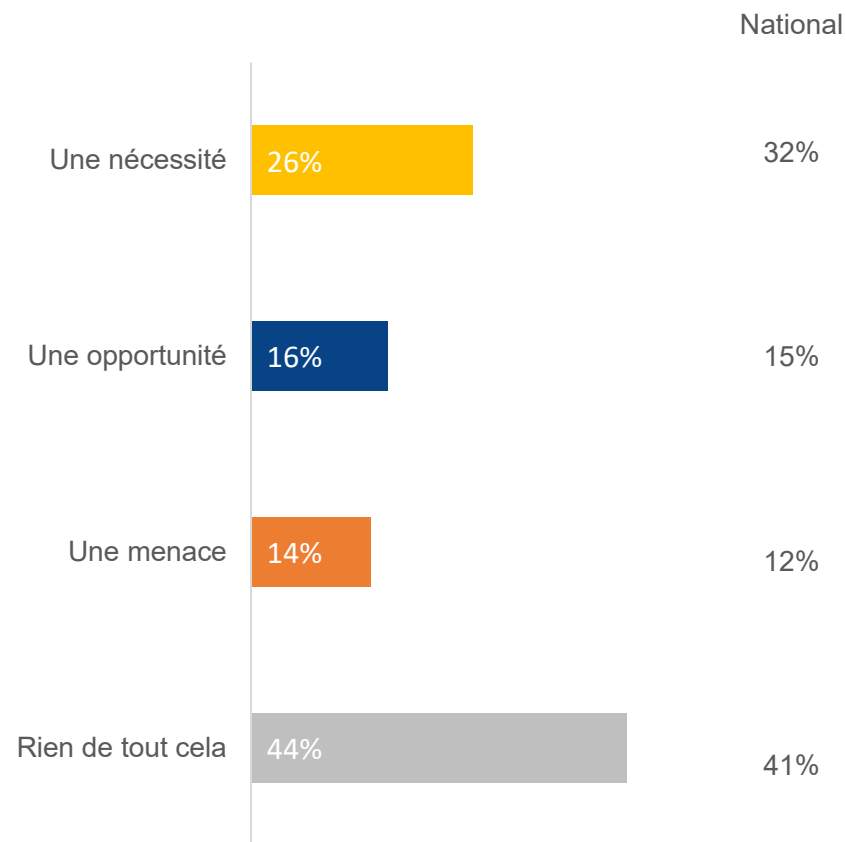


... Pour l'entreprise

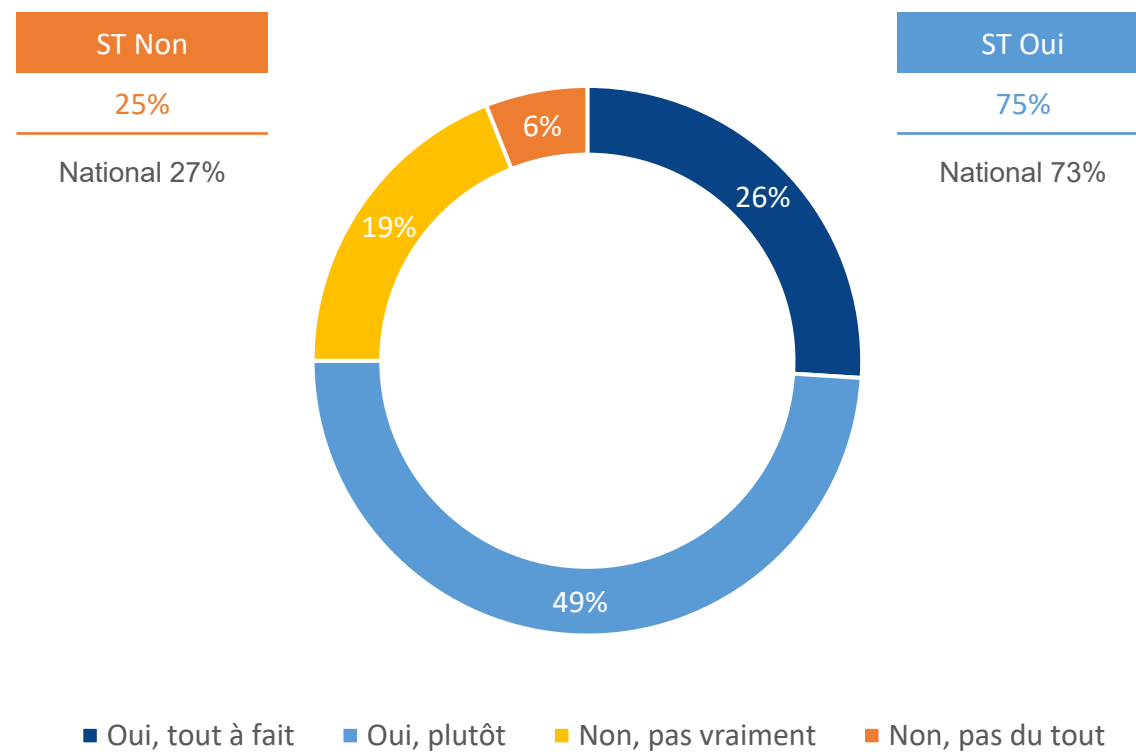


Prise en compte des questions d'environnement et d'énergie

Perception des questions d'environnement et d'énergie

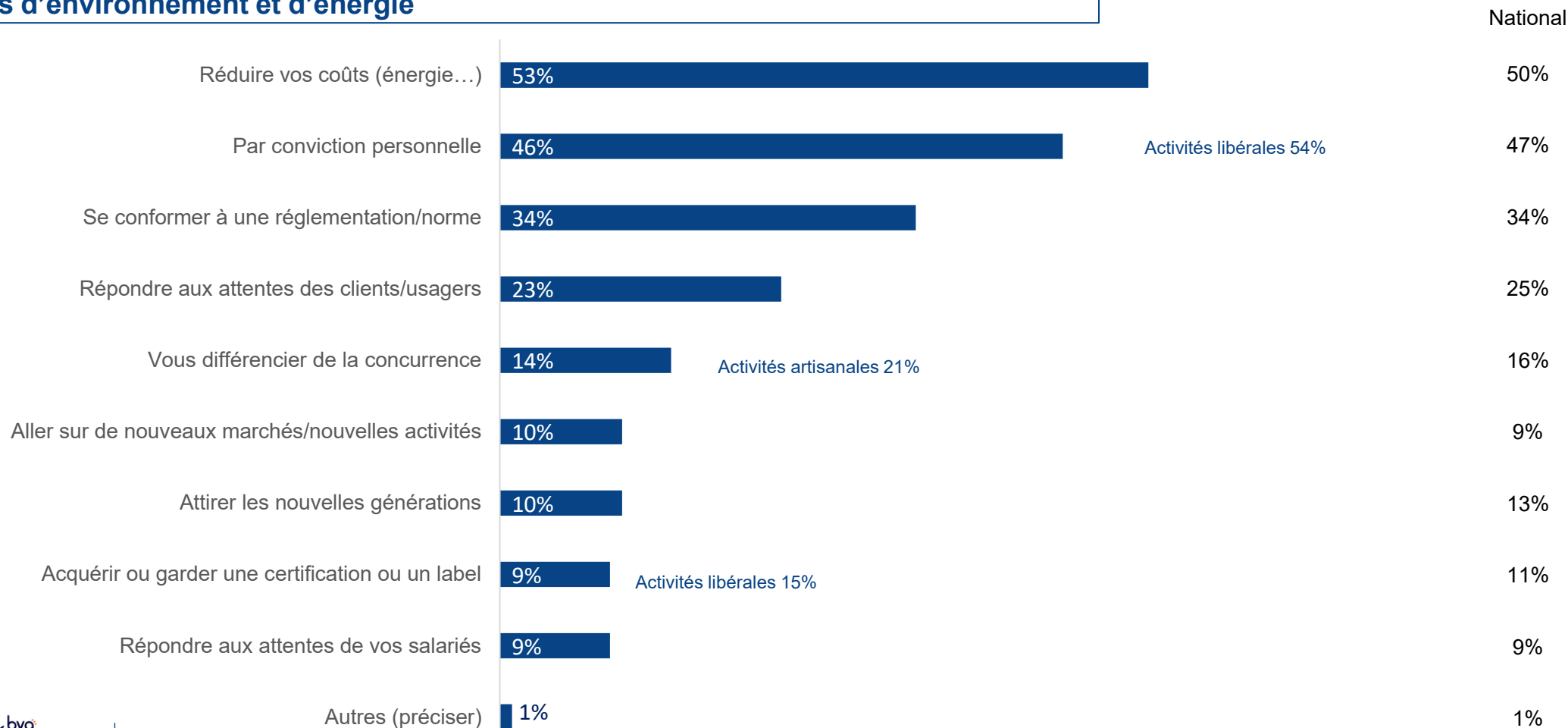


Prise en compte des questions d'environnement et d'énergie



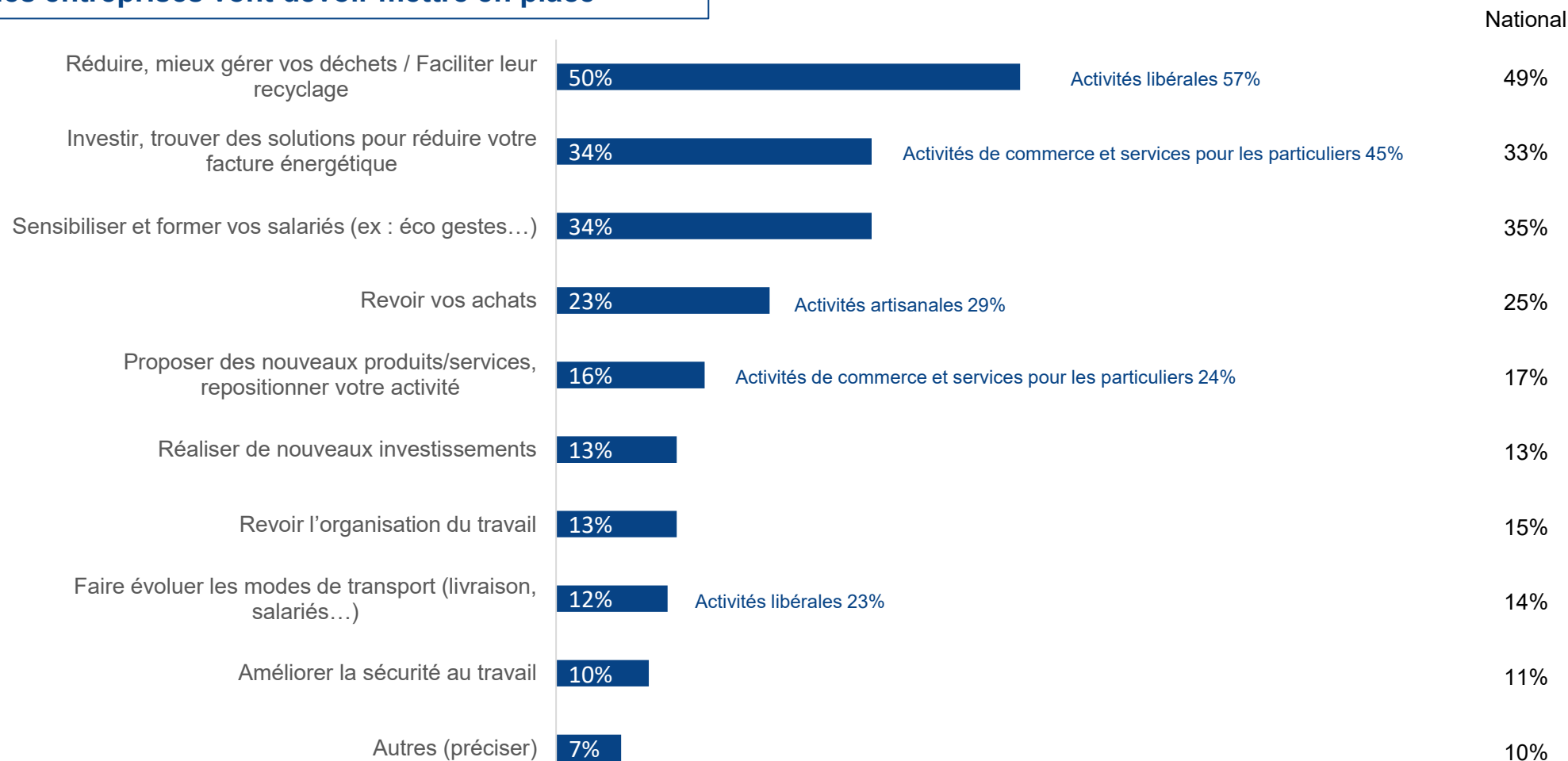
Raisons de l'engagement

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



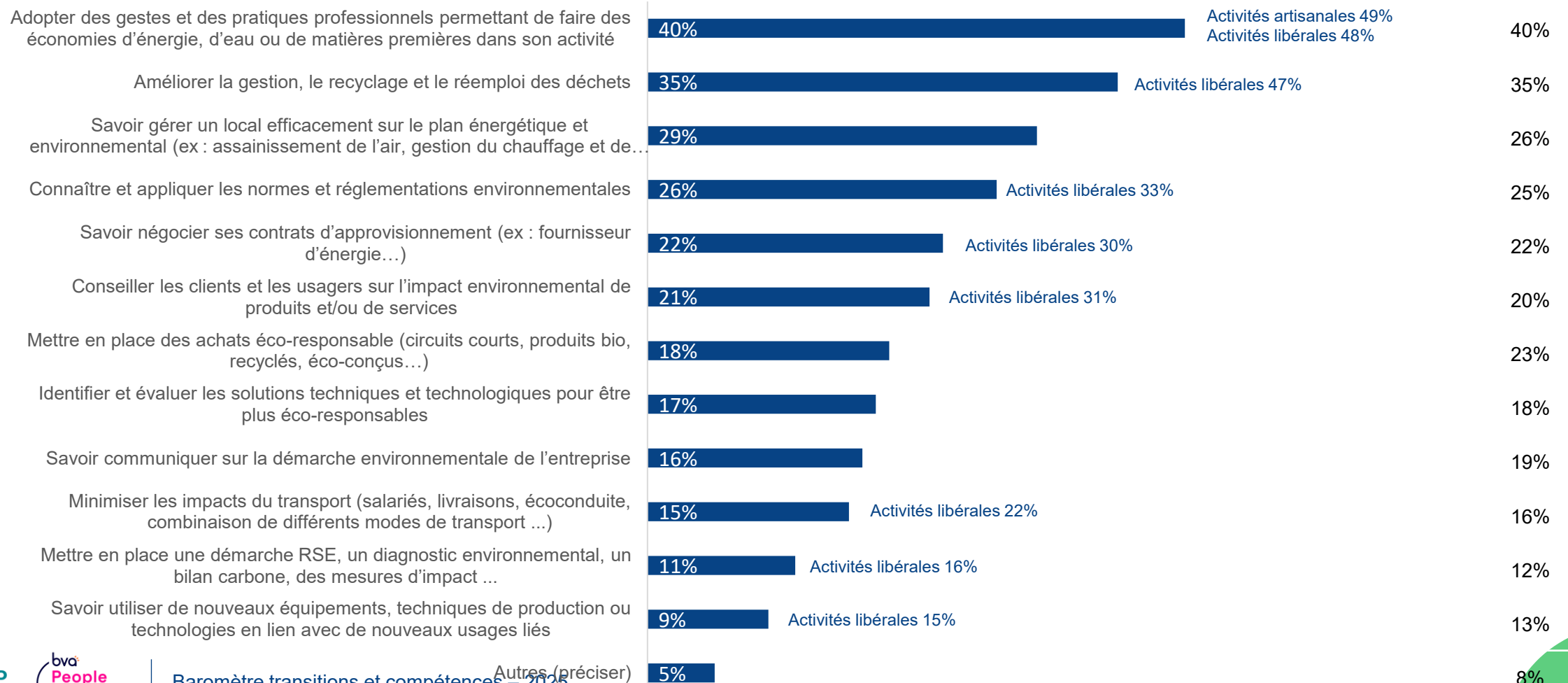
Les actions à mettre en place en lien avec la transition écologique et énergétique

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

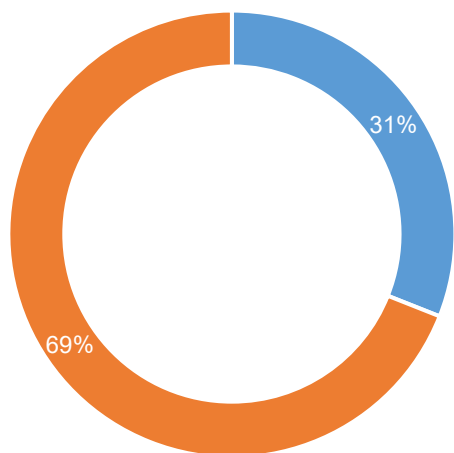
69%

National 64%

Oui

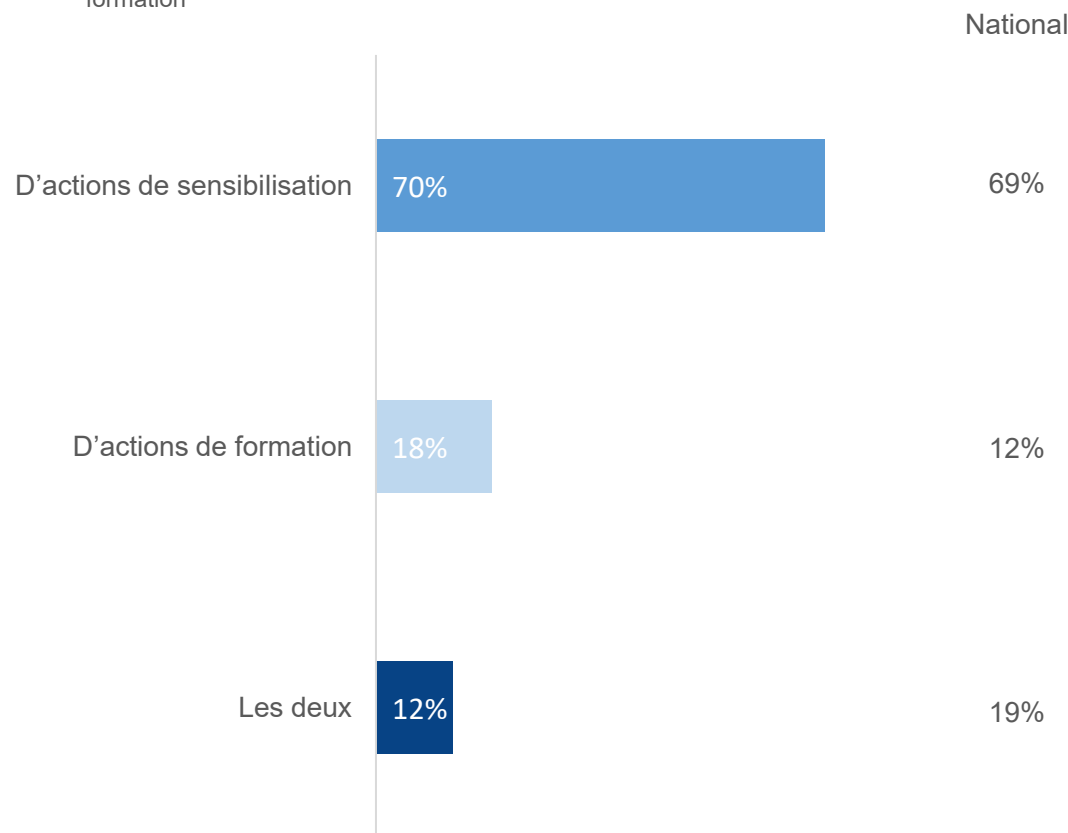
31%

National 36%



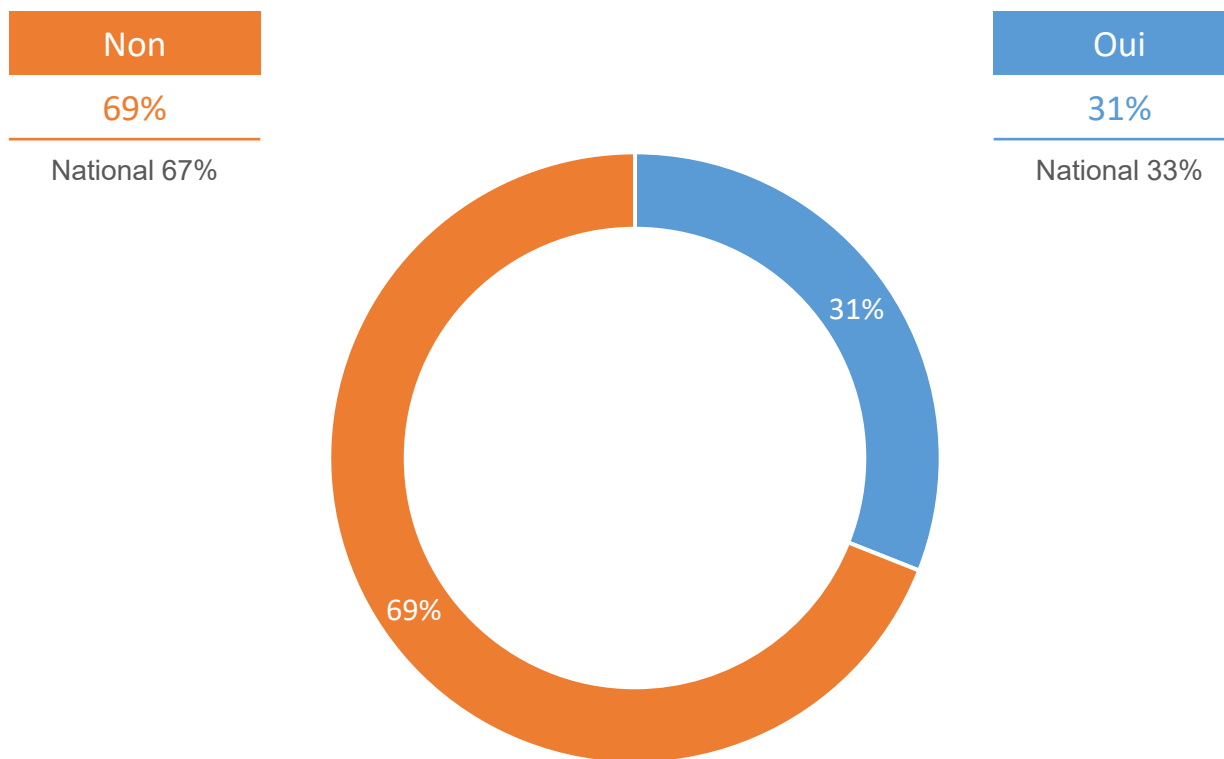
Les actions mises en place

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

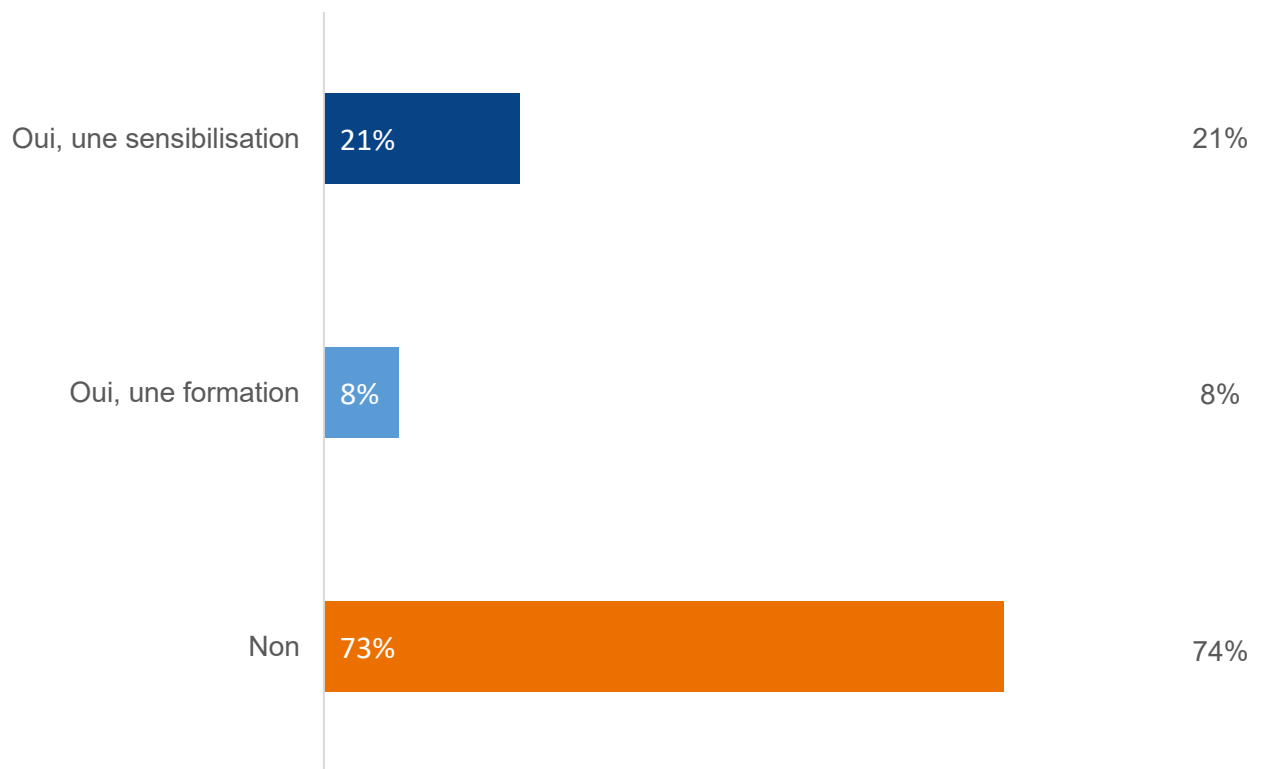
Souhait de mettre en place des actions de sensibilisation ou de formation des salariés au cours de l'année à venir



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

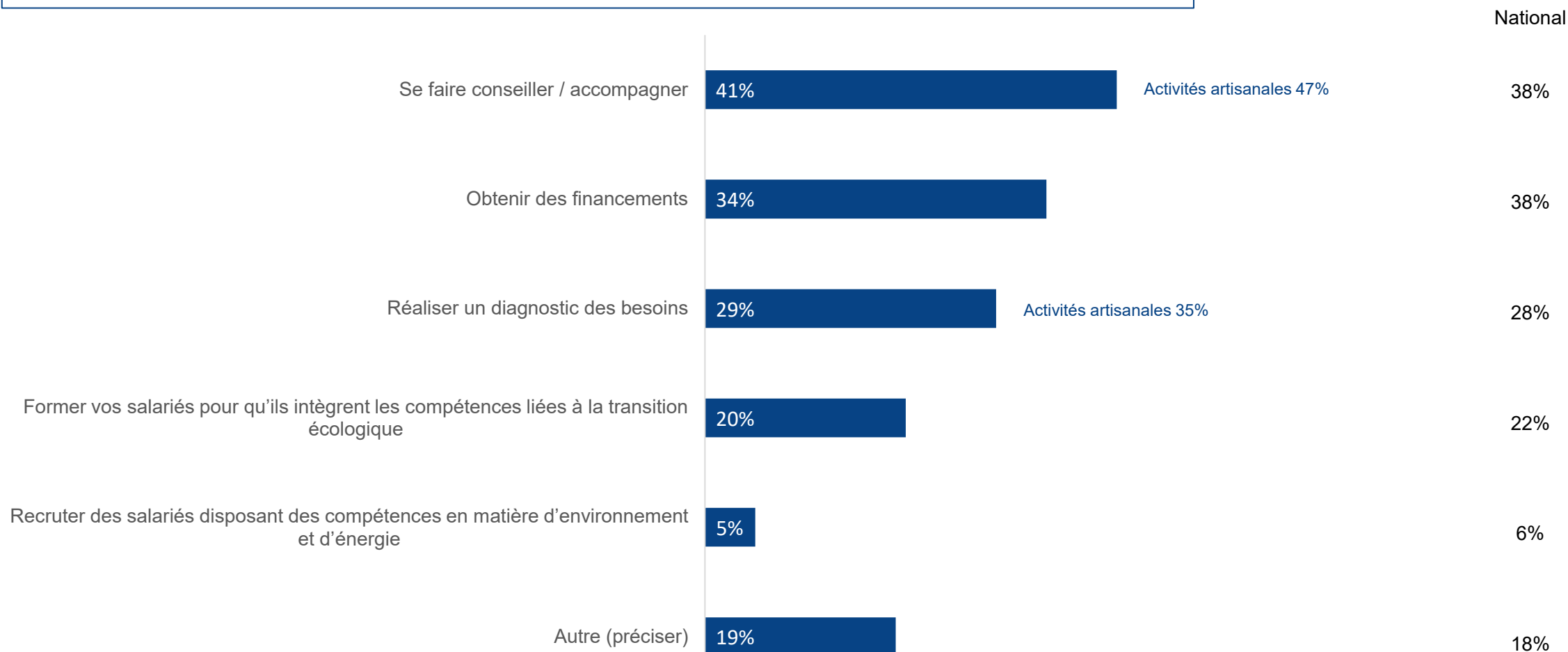
A bénéficié d'une formation / sensibilisation au cours des deux dernières années

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 Bretagne sur la perception et le déploiement de la transition écologique et énergétique (1/2)

- La transition écologique est décrite comme déjà initiée via **des éco-gestes** (réutilisation d'emballages, suppression du papier) allongeant la durabilité des produits, réduisant ainsi le gaspillage. La poursuite de la **sensibilisation à ces éco-gestes** est perçue comme nécessaire, tant auprès des employés eux-mêmes que de la société dans son ensemble.

» » *La réutilisation des emballages, par exemple. Je demande à tous les clients de ramener leur boîte, tout bêtement. Lorsque des gens m'achètent des œufs, c'est dans des boîtes réutilisées qu'on les livre. Je n'ai pas d'emballage plastique, j'ai banni le plastique de tous mes ateliers. On fait attention, on éteint la lumière, enfin voilà, c'est des gestes basiques. (Boulangerie, pâtisserie)*

- Certaines clientèles se montreraient déjà sensibles à la dimension environnementale et selon certains participants, le positionnement écoresponsable d'une entreprise peut être un levier d'attractivité en termes d'image.

» » *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)*

- Pour aller plus loin dans la transition écologique, **des aides financières** sont souhaitées pour financer des formations.
- Les entreprises attendent de l'OPCO des formations qui tiennent compte **de l'émergence de nouveaux métiers** appelant à des compétences spécifiques autour de la TEE ou de nouvelles tendances ou pratiques (par exemple seconde main ou la rénovation énergétique des bâtiments).

» » *On a un immense enjeu de transition écologique et de rénovation énergétique de l'ensemble de notre parc bâti [...] au-delà de produire de la rénovation, c'est-à-dire des ouvriers du bâtiment et de l'encadrement du bâtiment, c'est-à-dire l'acte de vente de la rénovation énergétique. Et ça, ce sont des nouveaux métiers. et ses nouveaux métiers de chargé d'affaires en rénovation énergétique (Interprofession)*

- Sur le fond, les **convictions personnelles des dirigeants** ont une incidence nette sur le déploiement de la TEE au sein des entreprises.

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

Sensibiliser et former les équipes aux éco-comportements.

Développer les formations sur les outils et les usages énergétiques de demain.

Développer les formations transversales autour des nouvelles compétences requises par les nouveaux métiers ou les nouvelles pratiques (i.e la seconde main ou la rénovation énergétique).

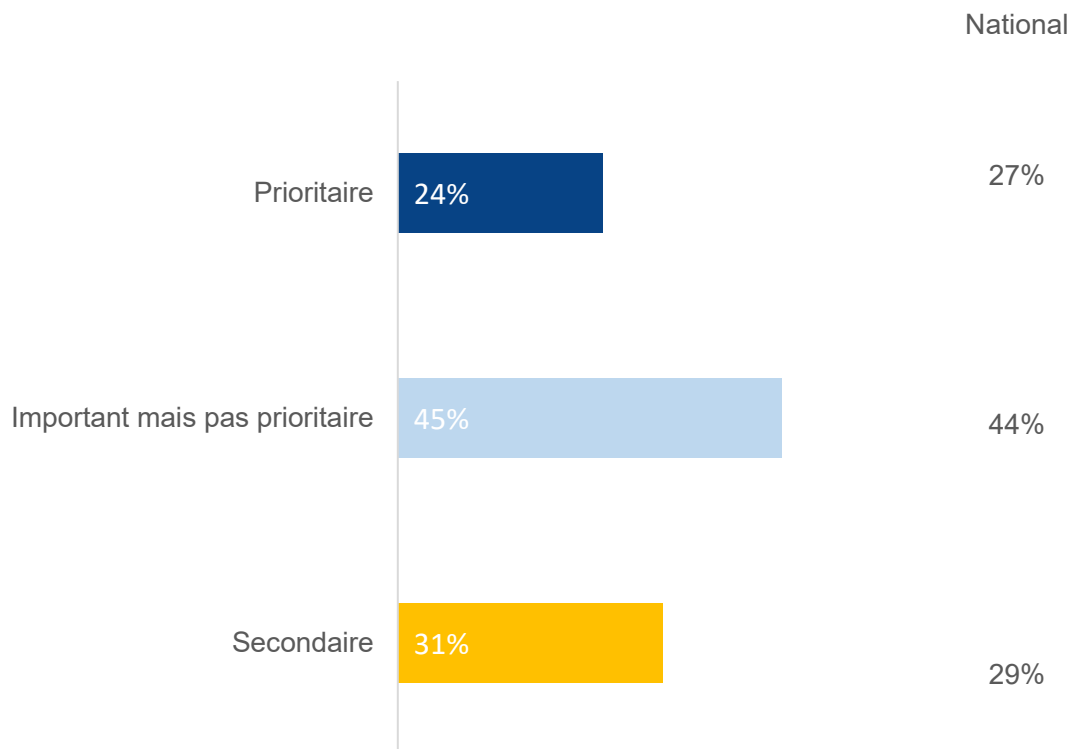
Diversification des dispositifs de financement des formations proposées

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

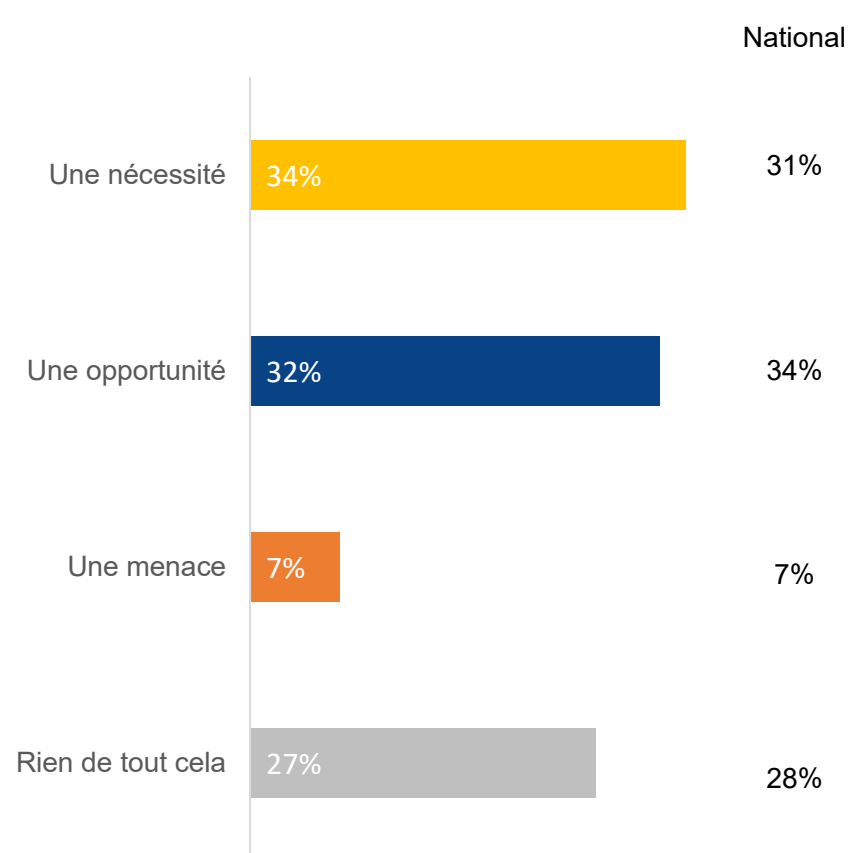
5. La transition numérique

Importance et perception du développement du numérique

Importance du développement du numérique pour l'entreprise

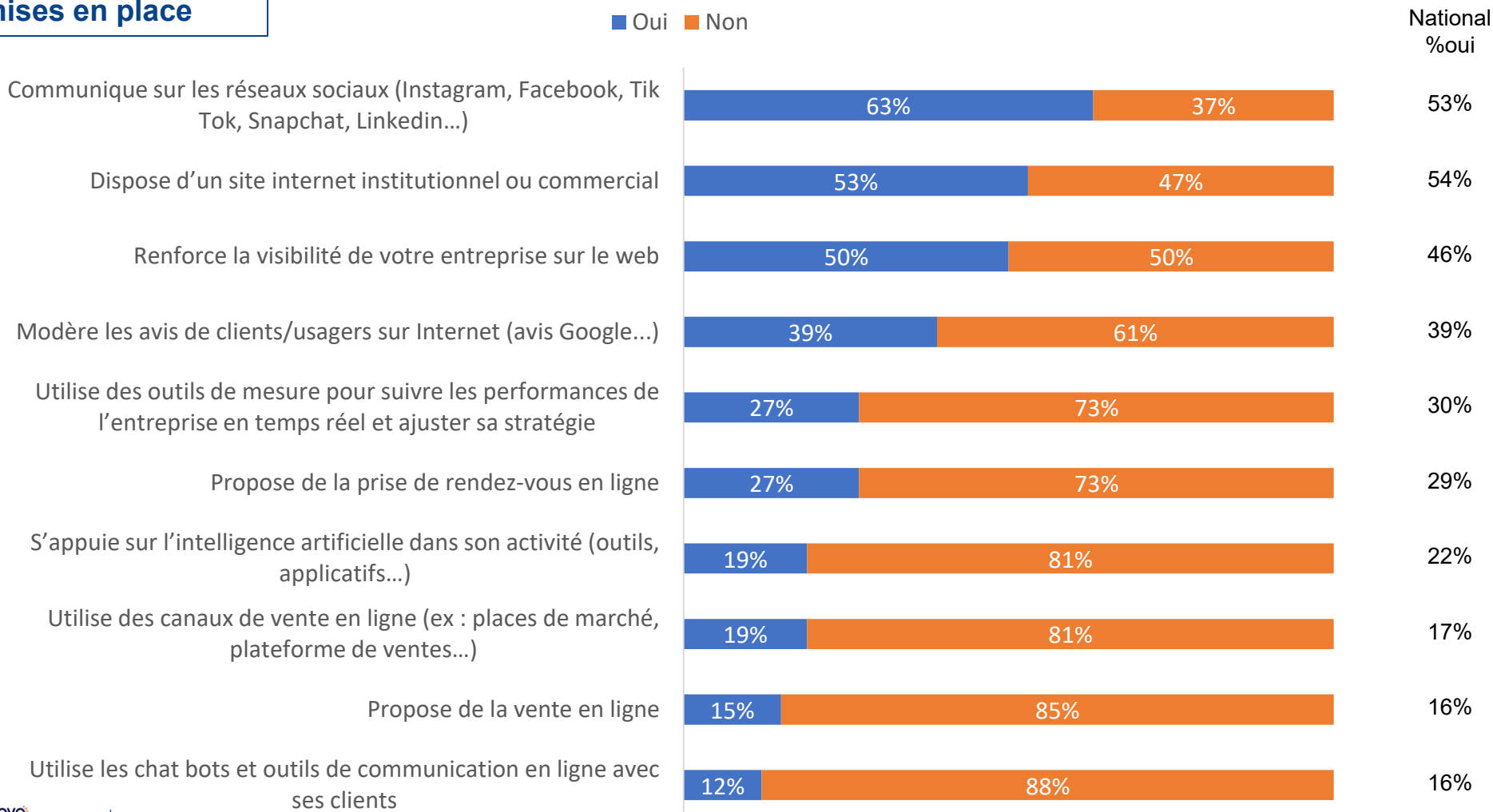


Perception du développement du numérique pour l'entreprise



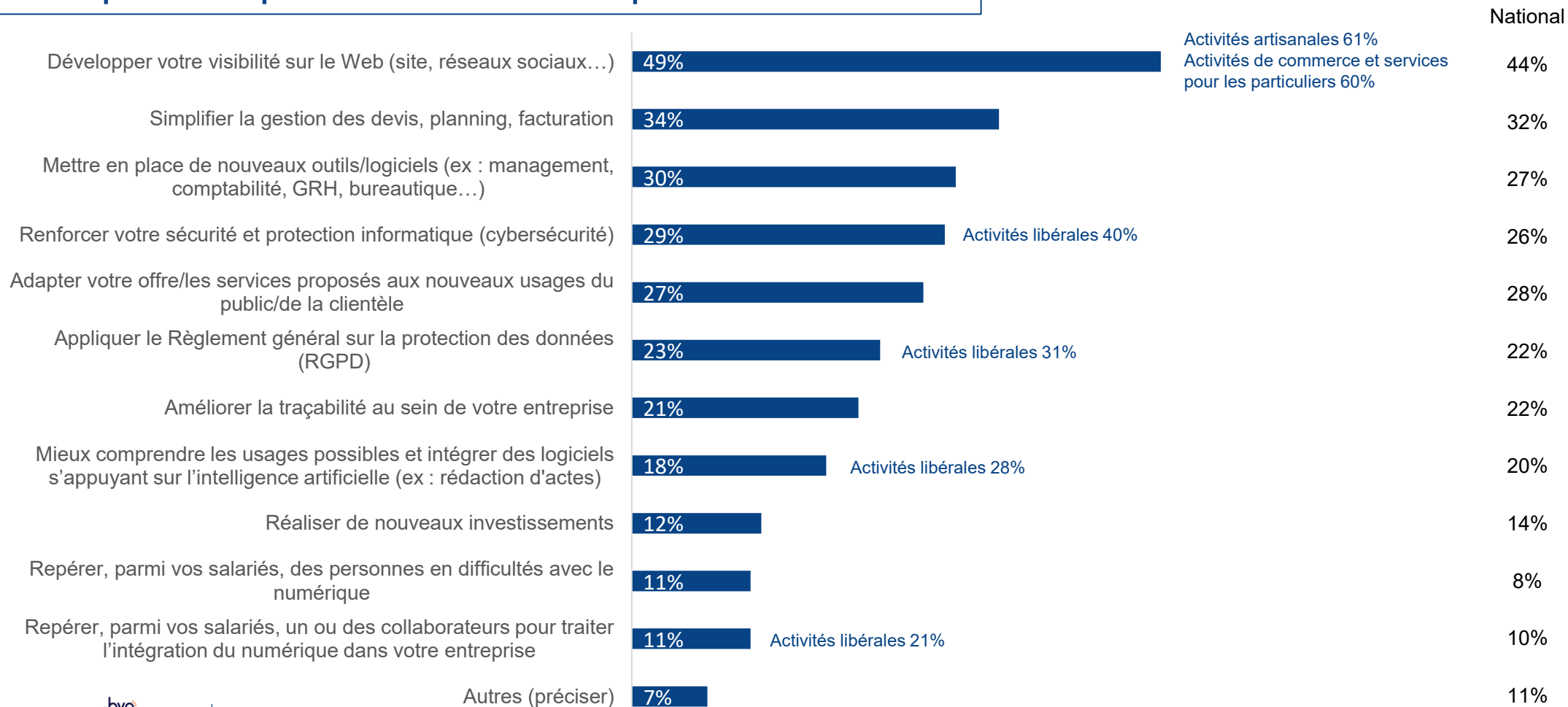
Actions déjà mises en place concernant les outils digitaux et numériques

Actions mises en place



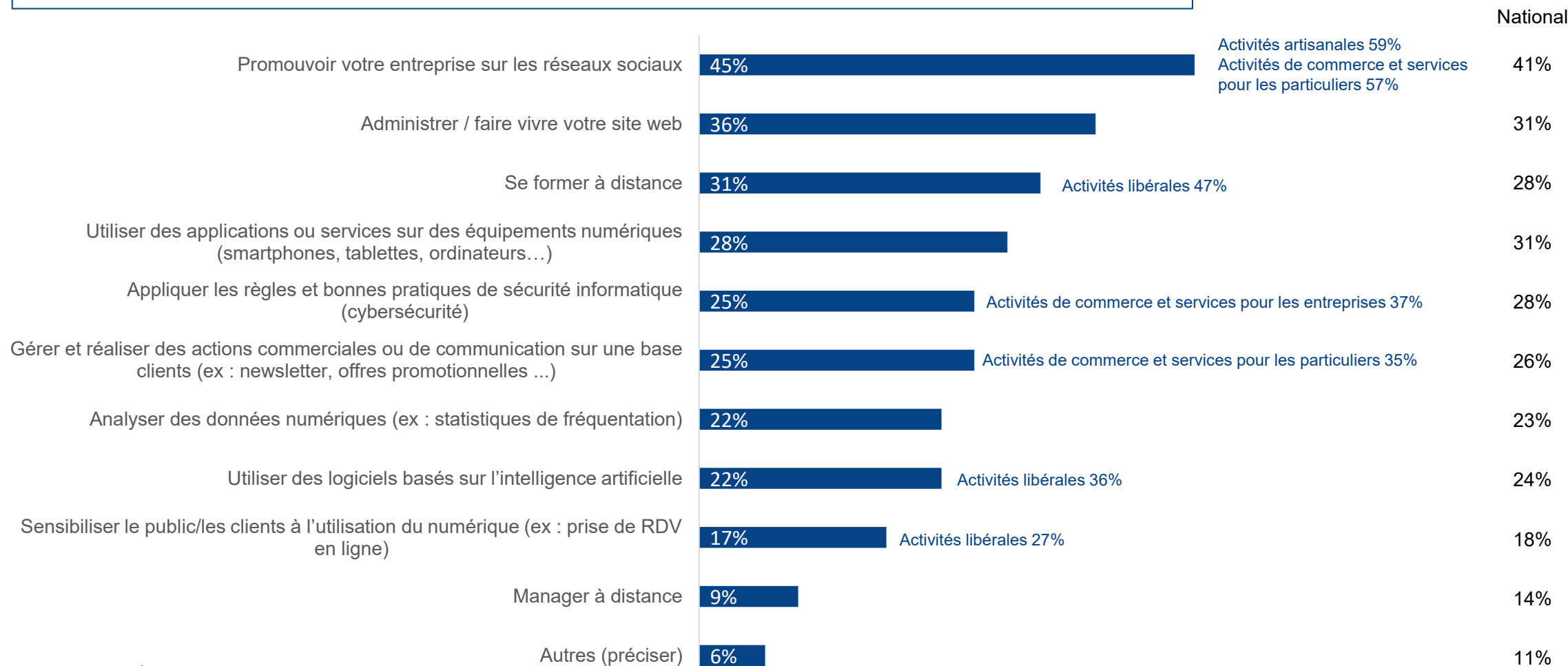
Les actions à mettre en place par les entreprises en lien avec la transition numérique

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

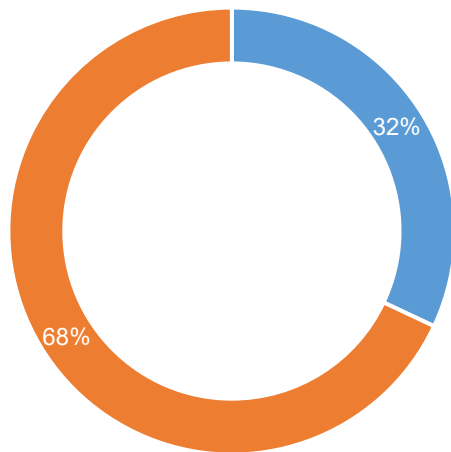
68%

National 70%

Oui

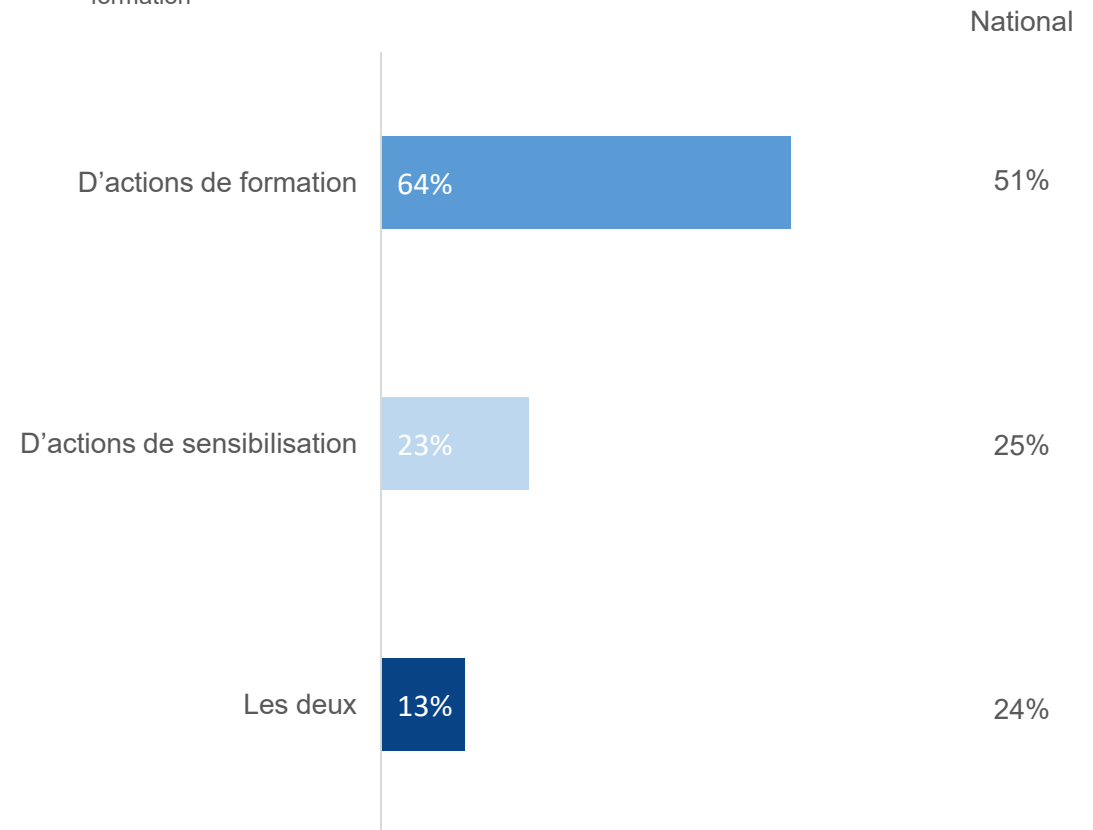
32%

National 30%



Les actions mises en place

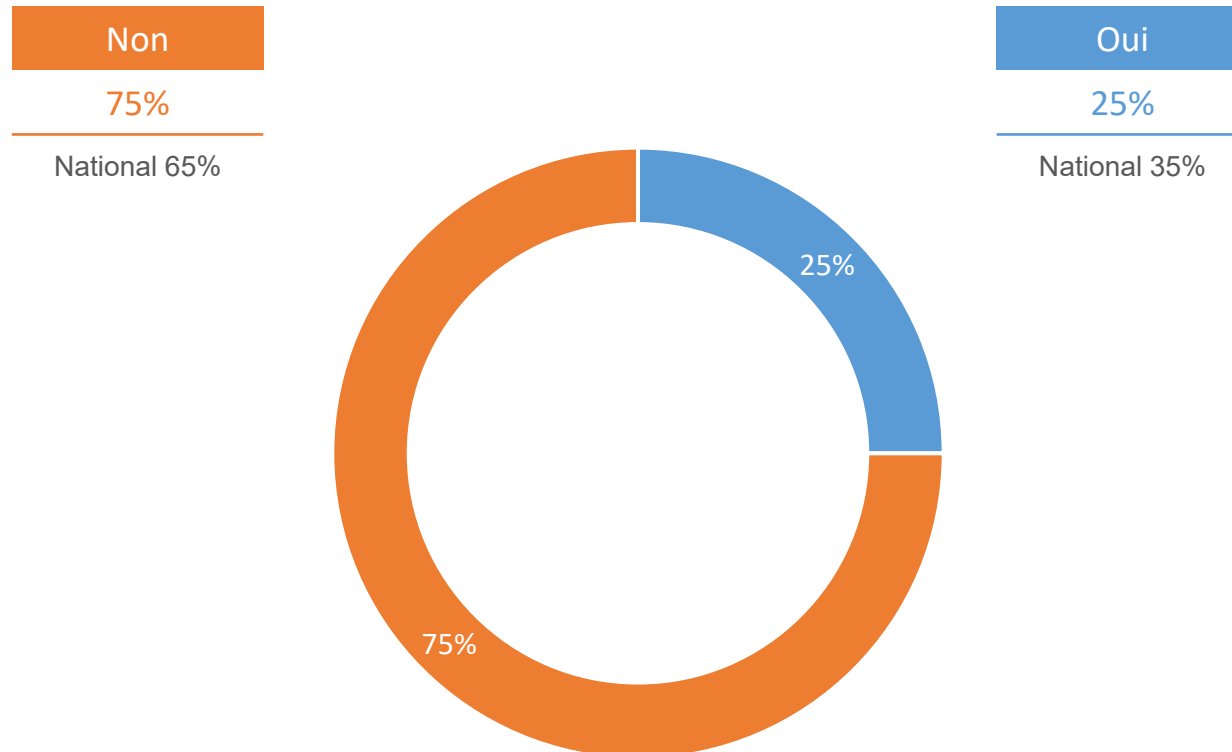
Base répondants : entreprises qui ont déclaré mettre en place des actions de sensibilisation ou de formation



Les actions de sensibilisation / formation et l'intelligence artificielle

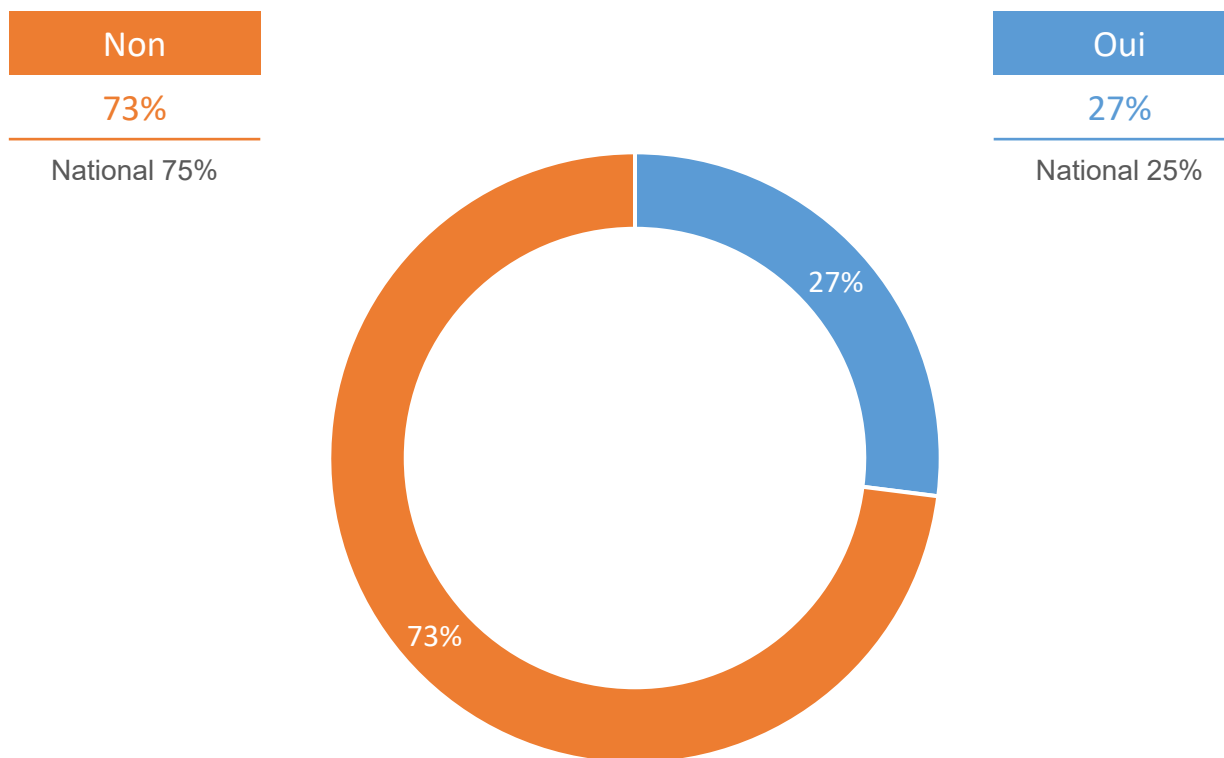
Part des entreprises qui ont mis en place des actions de sensibilisation / formation et dont le contenu a également porté sur l'intelligence artificielle

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

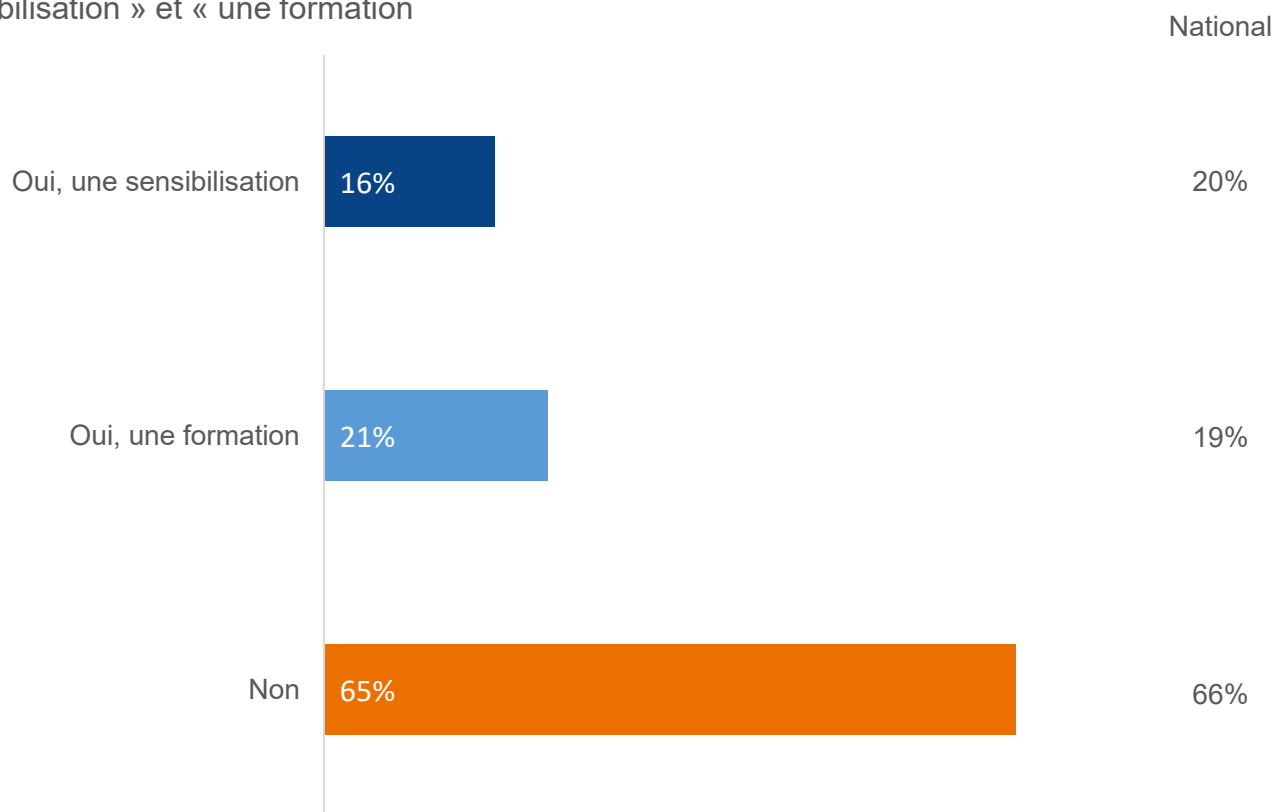
Souhait de mettre en place des actions de sensibilisation ou de formation des salariés au cours de l'année à venir



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

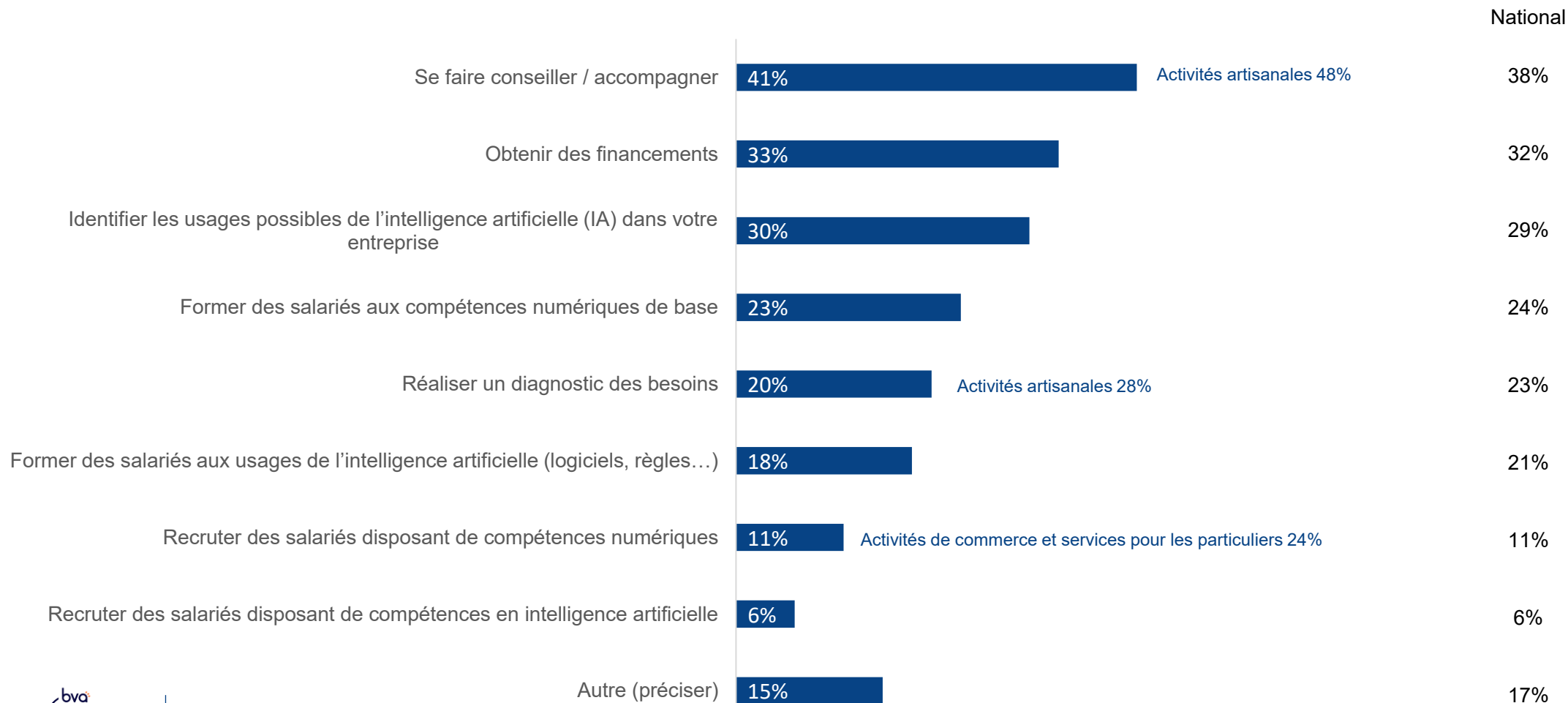
A bénéficié d'une formation / sensibilisation au cours des deux dernières années

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 Bretagne sur les moteurs de la transition numérique (1/2)

- L'enjeu de développement de la **visibilité de l'entreprise via la communication et la présence en ligne** est souligné par beaucoup de participants. Mais bon nombre d'entre eux reconnaissent ne pas maîtriser site web ou présence sur les réseaux sociaux (RS) et sont en attente d'accompagnement de premier niveau sur ces registres.
- D'autres, plus avancés dans l'utilisation des RS, souhaitent monter en compétences pour en faire levier actionnable en termes de prospection et d'acquisition de client.

»

La partie numérique, si, pour moi, c'est important. Nous ne sommes pas suffisamment formés. Nous, on fait beaucoup de publications sur Facebook. Mais 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)

- Lors de l'atelier, **les impacts à venir de l'IA** ont été évoqués assez largement et suscitent une forme d'appréhension. Bien que son usage ne soit pas implémenté pour le moment, l'usage de l'IA à moyen ou long terme est considéré comme inévitable. Des attentes d'accompagnement sont exprimées pour qu'une vision claire de l'IA et de ses bénéfices soit donnée via un diagnostic sur ses applications concrètes possibles.

»

En quoi l'IA peut m'aider ? J'ai le sentiment, peut-être, que ça peut se faire par profession. Mais avant de tenter d'implémenter, c'est d'essayer déjà de comprendre sur quel levier je peux jouer, dans quel secteur d'activité de mon entreprise je peux jouer ? (Interprofession)

- La **cybersécurité** est également un sujet de préoccupation pour certains mais dont les enjeux, les conséquences et la déclinaison en actions ne sont que peu maîtrisés.

»

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)

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

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

**IA : Aide au diagnostic initial pour identifier des
besoins, apports possibles et risques à maîtriser
par l'entreprise.**



Formation à l'utilisation d'outils numériques.

**Accompagnement à la déclinaison des
applications concrètes de l'IA par métier.**

**Accompagnement à l'orientation vers des
organismes de formation adéquats.**

**Initiation aux enjeux et solutions
en matière de cybersécurité.**

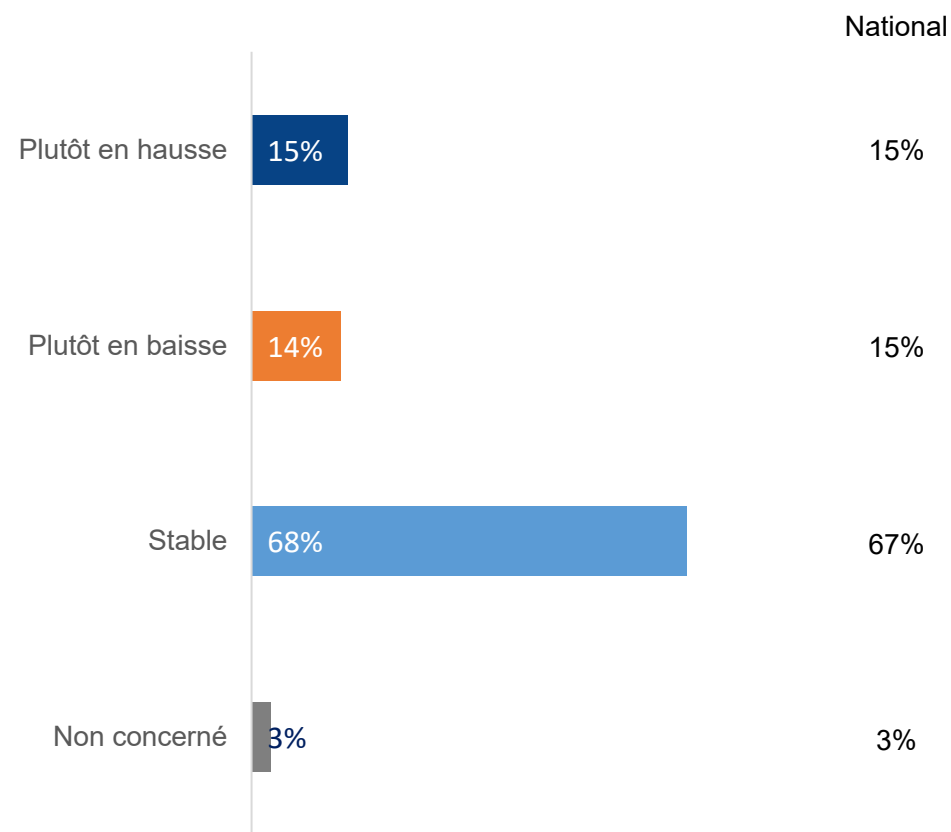
* Les attentes présentées ici sont exprimées par certaines entreprises présentes à l'atelier mais pas nécessairement par toutes.



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

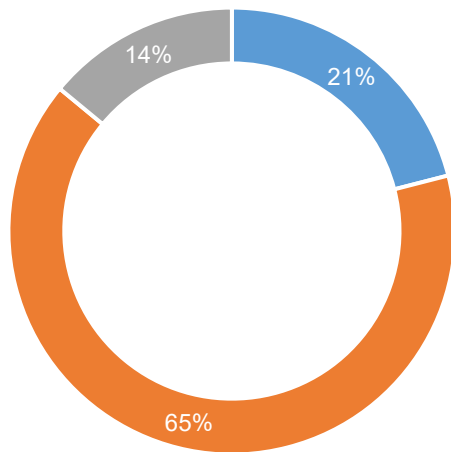
65%

National 66%

Oui

21%

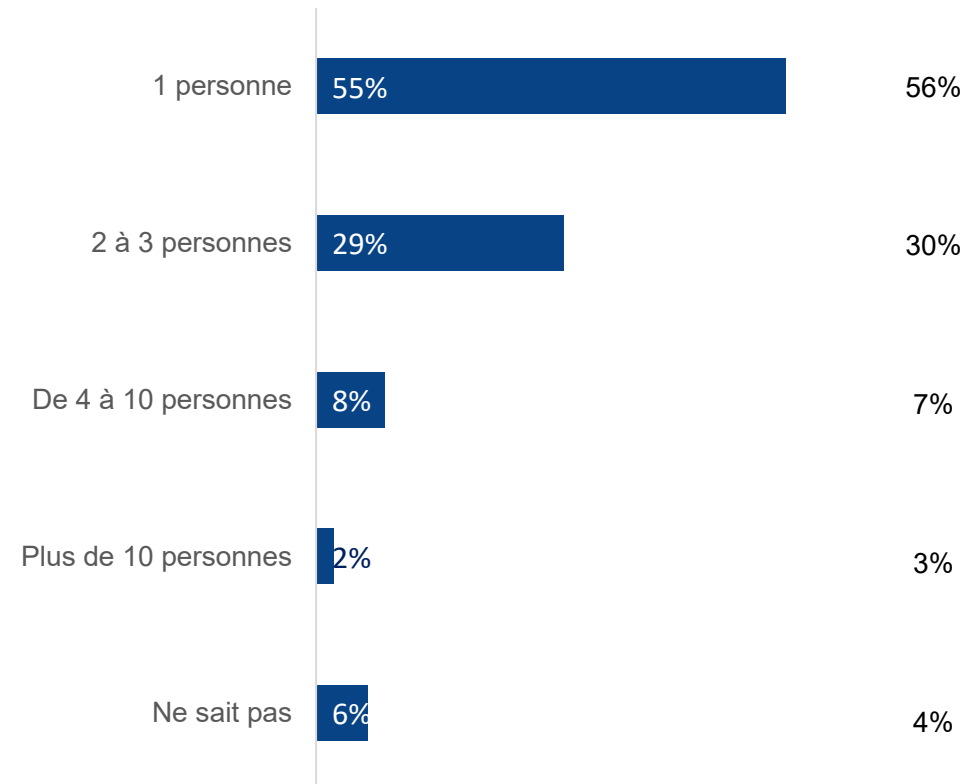
National 23%



Nombre de recrutements envisagés pour 2025

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

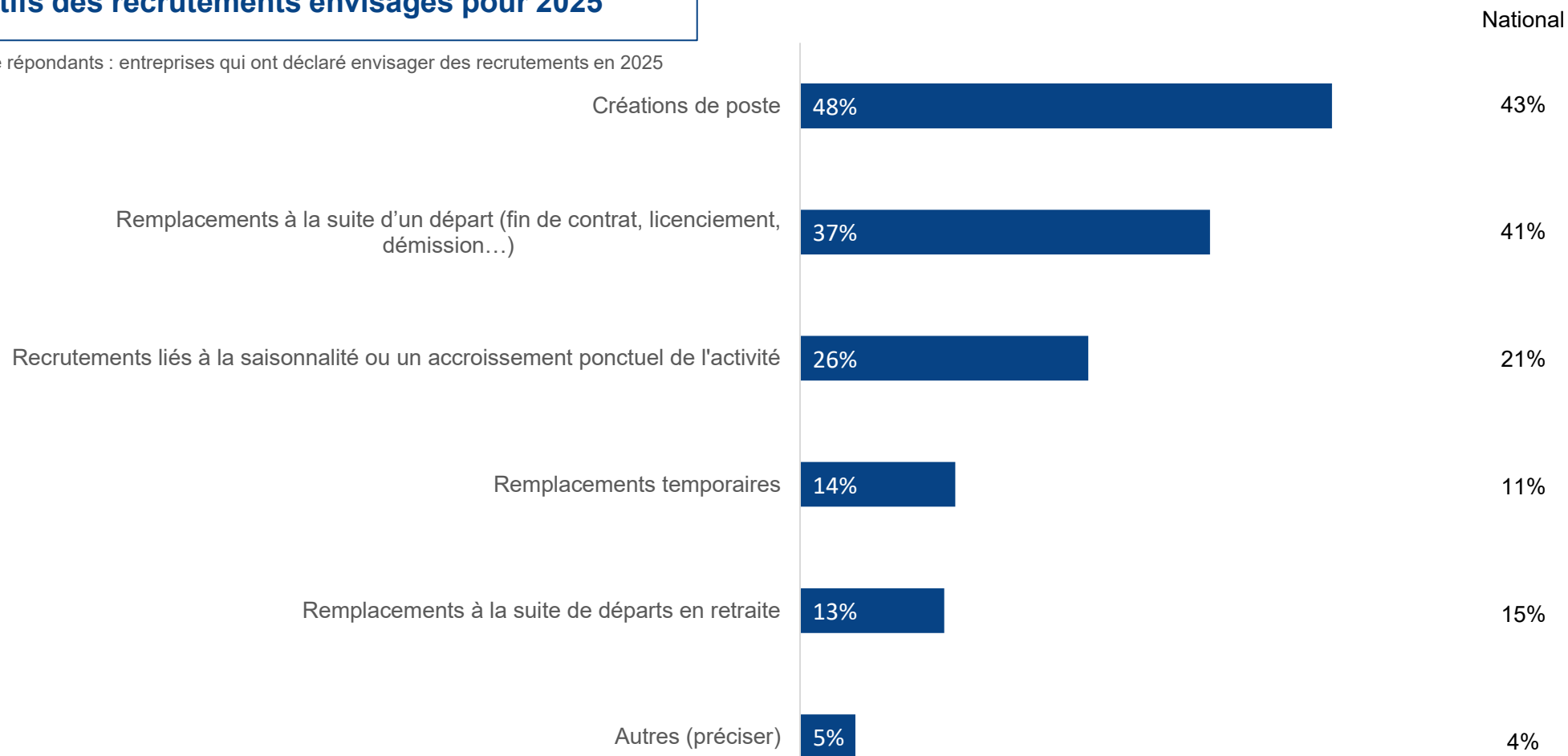
National



Motivations des recrutements envisagés pour 2025

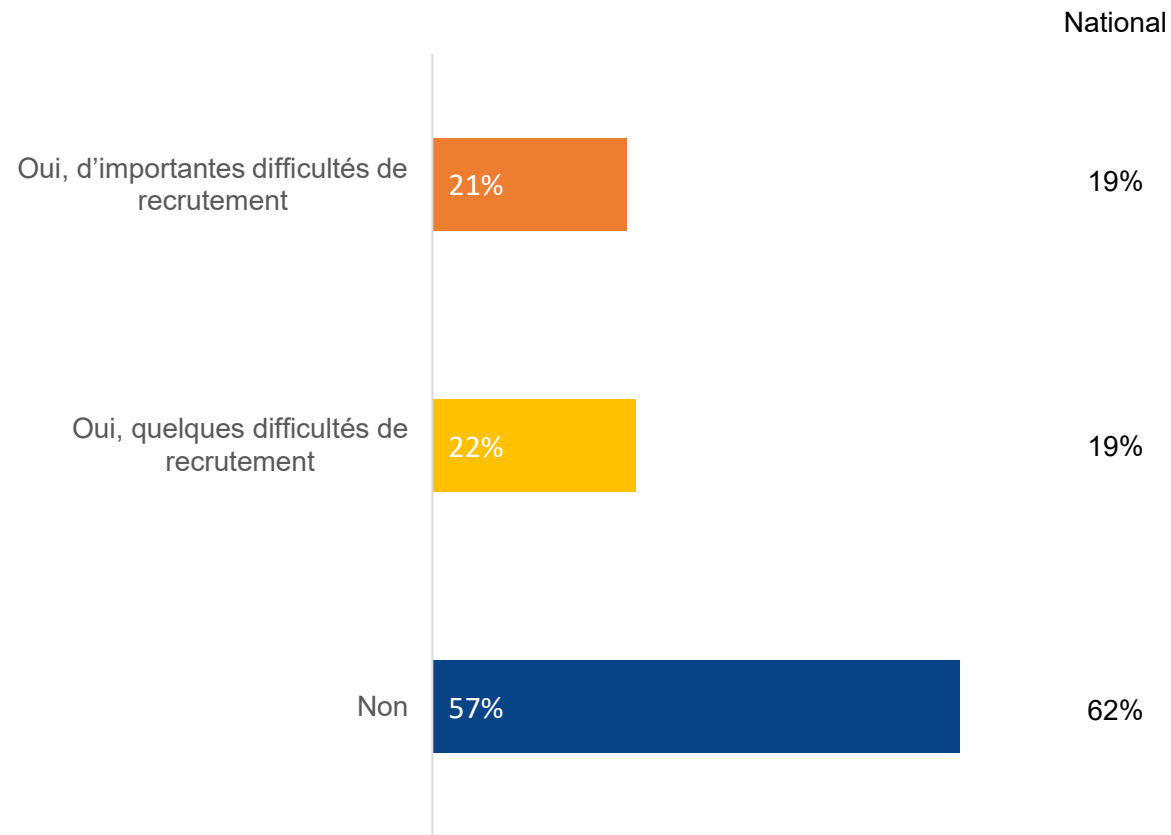
Motifs des recrutements envisagés pour 2025

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

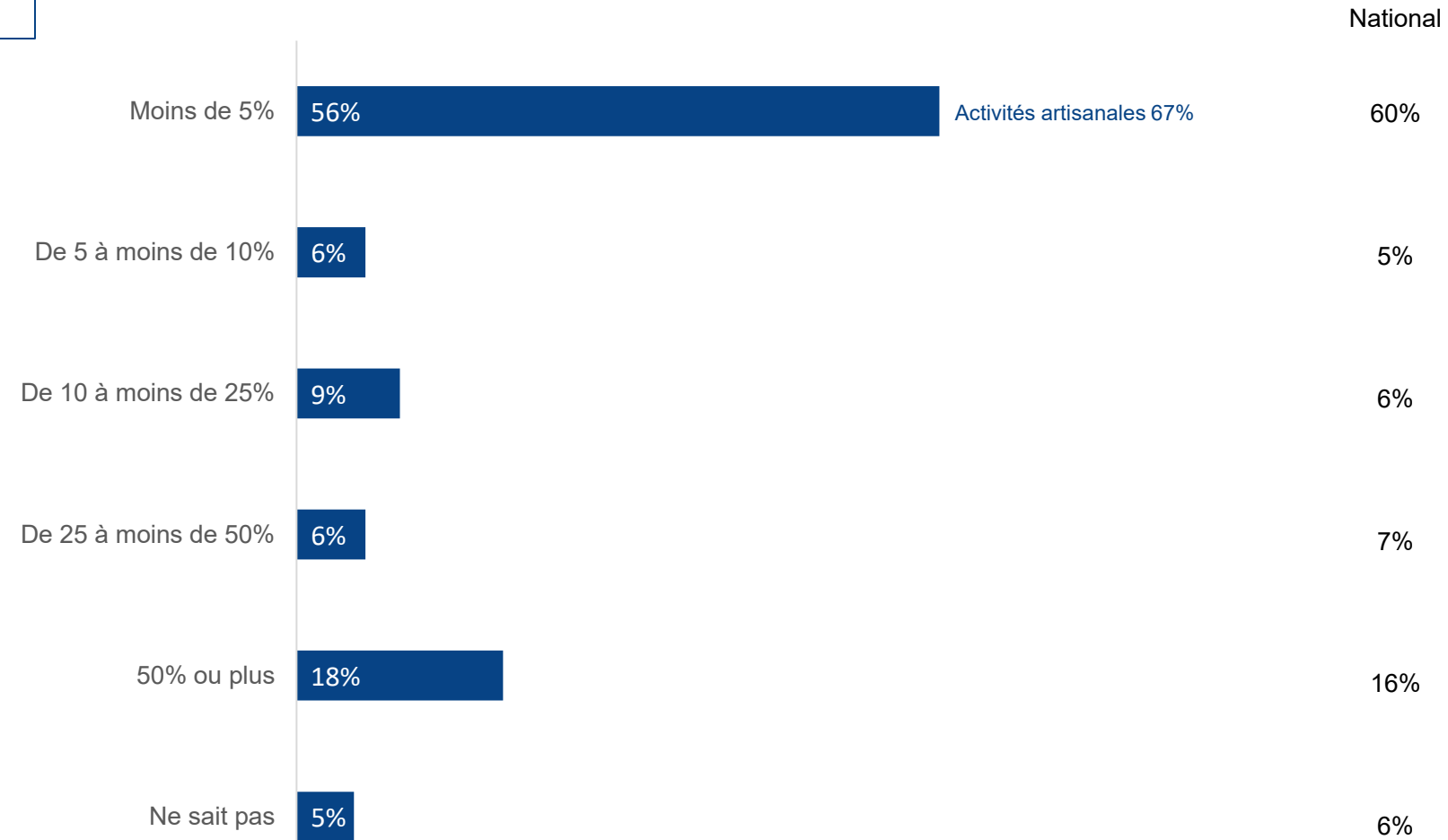
Base répondants : entreprises qui ont déclaré rencontrer des difficultés de recrutement

National



Part des salariés seniors (+55 ans)

Part des salariés seniors (+55 ans)



Activités artisanales 67%

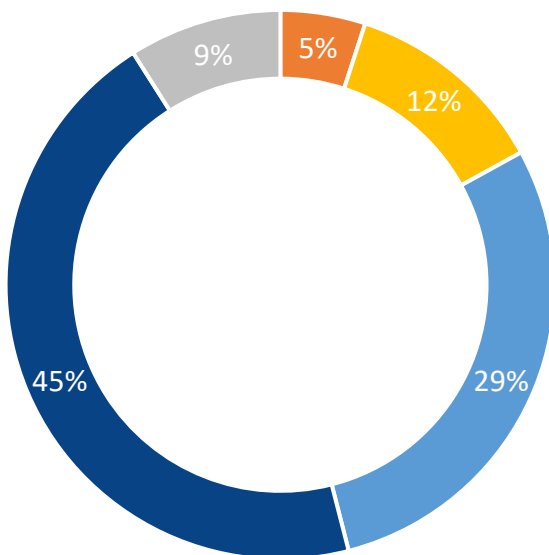
Les relations entre les différentes générations et l'intégration des nouveaux embauchés dans les entreprises

Difficultés rencontrées entre les différentes générations

ST Non

74%

National 76%



ST Oui

17%

National 16%

Intégration des nouveaux embauchés issus de la jeune génération

ST Mal

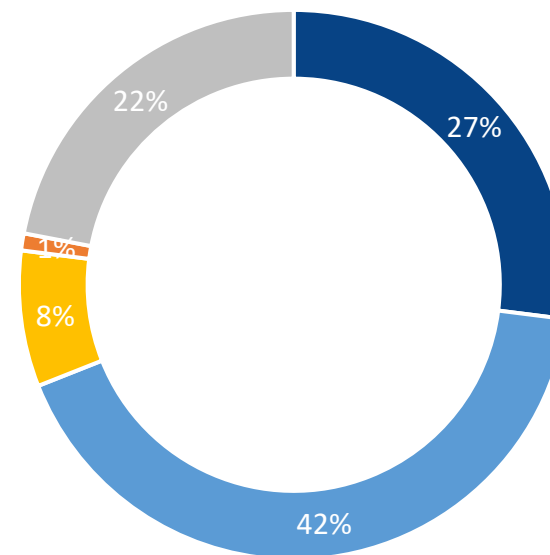
9%

National 7%

ST Bien

69%

National 70%

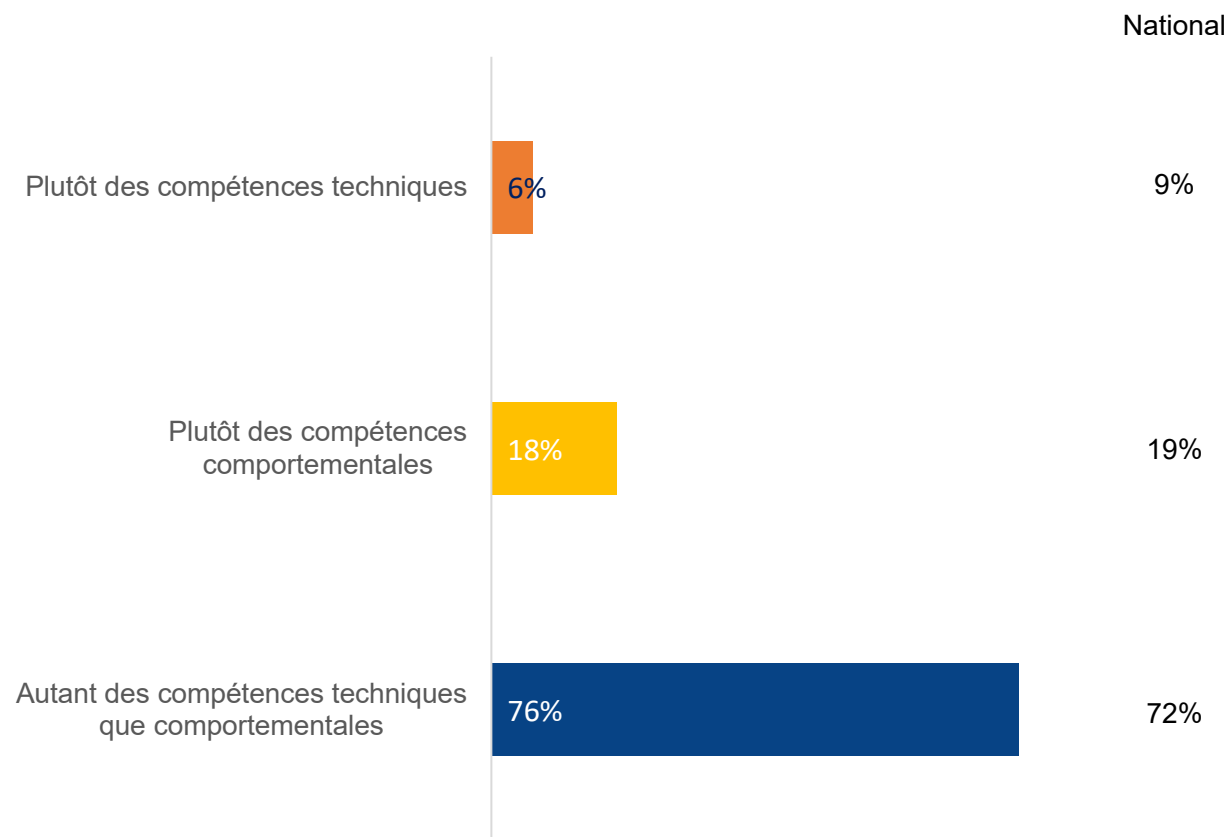


■ Oui, souvent ■ Oui, de temps en temps ■ Non, rarement ■ Non, jamais ■ Ne sait pas

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

Les compétences attendues par les entreprises

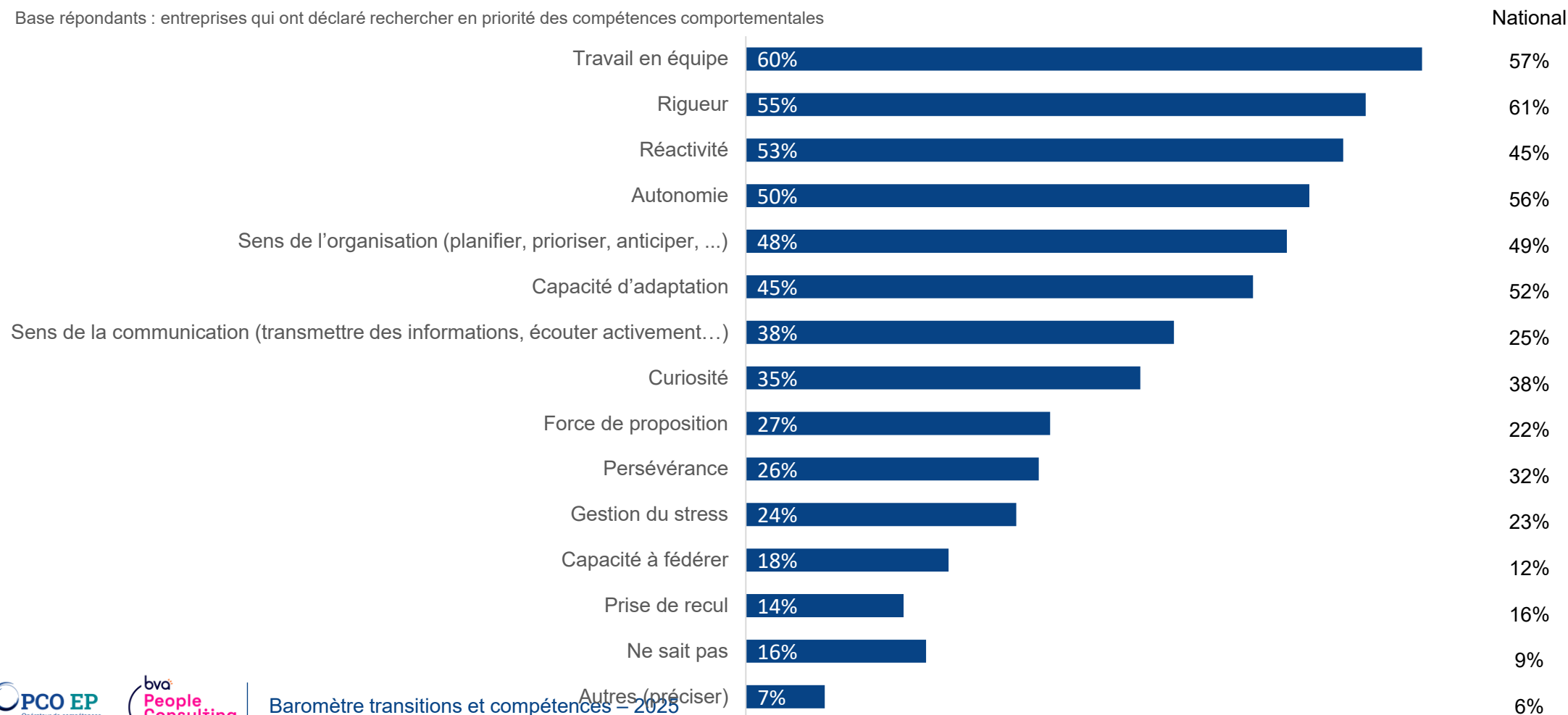
Compétences attendues pour un nouvel embauché



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

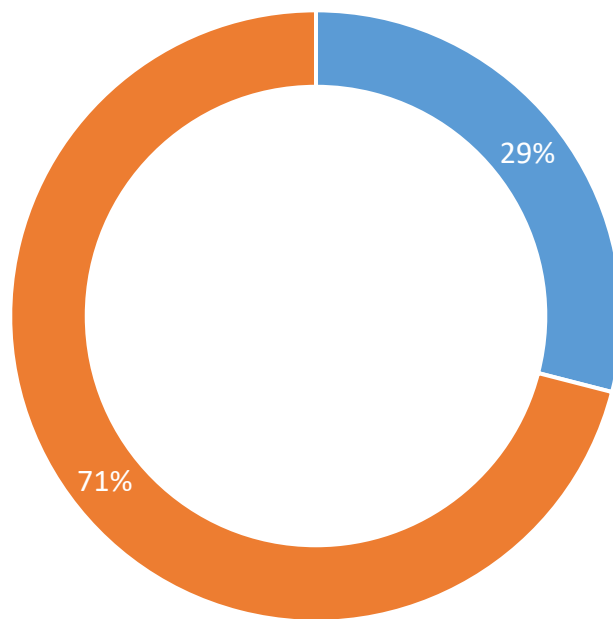
71%

National 77%

Oui

29%

National 23%



Transmission ou reprise d'entreprise

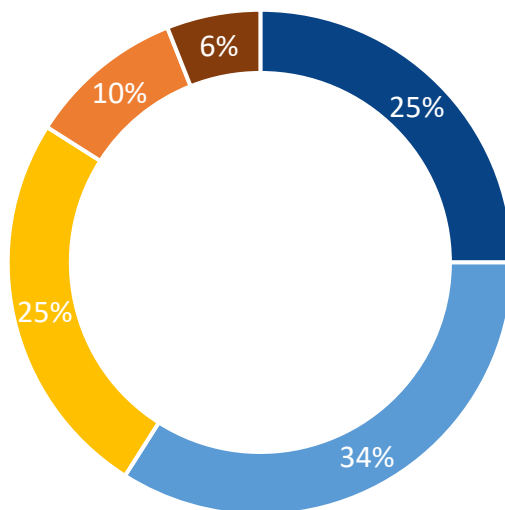
Échéance de la transmission ou reprise de l'entreprise

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

ST 3 ans et plus

41%

National 42%



ST Moins de 3 ans

59%

National 58%

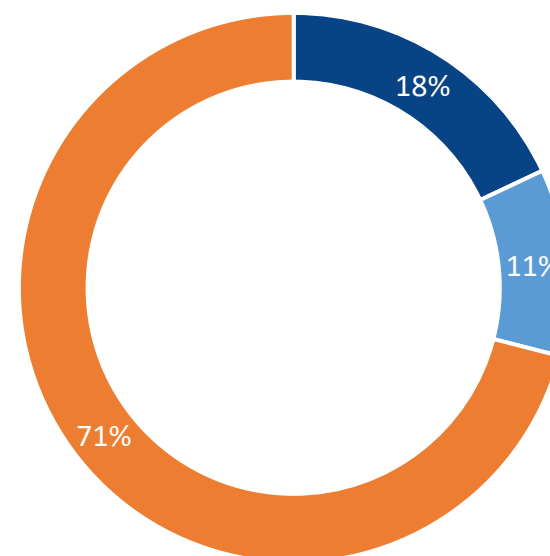
Activités de commerce et services pour les particuliers
76%

Identification du repreneur

Non

71%

National 68%



ST Oui

29%

National 32%

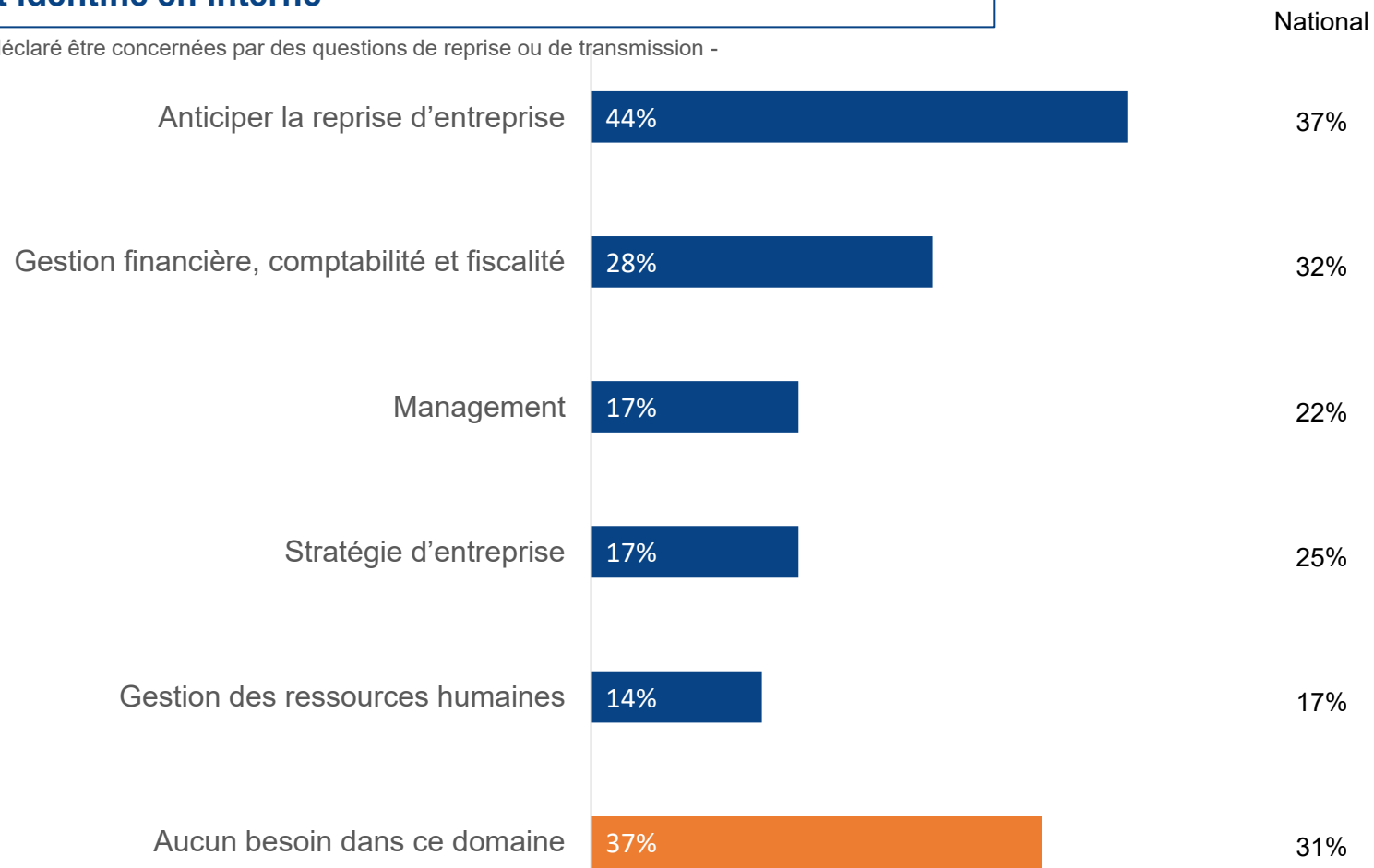
■ Oui, au sein de votre entreprise ■ Oui, en externe ■ Non

■ 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

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 (1/3)

- Un **besoin de main d'œuvre supplémentaire** est anticipé dans certaines branches professionnelles à court ou moyen terme ; il s'agit de relever les défis des différentes transitions actuelles (exemple, le vieillissement de la population pour les entreprises de services à la personne.)



Un mur démographique et on va avoir de plus en plus de personnes à satisfaire avec des difficultés de recrutement, de fidélisation. Donc là, la formation peut être un levier (Entreprises de services à la personne)

- Les **difficultés à recruter** sont très largement évoquées par les participants, quel que soit le secteur. Le déficit d'attractivité de certains postes techniques, médico-sociaux est souligné entraînant la nécessité de redorer l'image de certains métiers ou d'améliorer la marque employeur.



Et c'est aussi très important dans le domaine des RH pour travailler la marque employeur et expliquer un peu quel est l'état d'esprit maison. (Entreprises de services à la personne)

- Le **décalage entre les compétences des candidats et les besoins des entreprises** est un point largement souligné : des jeunes très souvent dotés d'une formation peu professionnalisante avec des compétences techniques insuffisantes. Une forme de décalage apparaît entre les formations délivrées et les exigences des métiers qui ont évolué dans le temps.



Il faut être menuisier pour faire des ouvertures dans les menuiseries extérieures d'étalonner les portes, il faut être plaquiste pour aller plaquer les gaines dans des coffrets en placo, et puis il faut être couvreur parce qu'il faut aller mettre la sortie de toiture sur le toit. Le métier d'installateur de ventilation, ça nécessite de faire tous ces 3, 4, 5 métiers différents. Ça ne fait pas nécessairement des couvreurs de métiers, des électriciens de métiers, mais ce sont des nouveaux métiers qui nécessitent une autre approche, à la fois dans l'apprentissage des métiers en formation initiale et sans doute surtout en matière de formation continue. (Interprofession)

* 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 difficultés et besoins* issus de l'atelier en région sur la transition démographique et les RH (2/3)

- Le **repérage ou sourcing de candidats** peut être source de difficultés avec des outils parfois mal adaptés. L'accompagnement autour de méthodes autres pour repérer les viviers potentiels est souhaité.



On a du mal à recruter quand même sur le terrain, parce qu'on a affaire à des demandeurs d'emploi, mais qui sont de plus en plus éloignés de l'emploi et qui, justement, du fait de la fracture numérique et de l'aménagement de tous les dispositifs, ne vont pas chercher non plus l'information. Et du coup, c'est ce qu'on appelle, nous, les invisibles, en fait. Des personnes qui, sans doute, pourraient entrer dans la structure, mais qui, du coup, ne se font pas connaître. (Entreprises de services à la personne)

- La **question des savoir-être** chez les candidats cristallise une large partie des discours. Des attentes sont exprimées pour des formations sur les cœurs de métier intégrant ce registre.



Donc on prend sur nous, parce qu'il faut quand même former pour accompagner, les personnes, mais très souvent, ces modules de formation que l'on crée parfois sur mesure avec les organismes de formation, n'entrent pas dans la liste des formations qui sont qualifiées pouvant être financées par l'OPCO (Entreprises de services à la personne)

- La **fidélisation des employés** est également un enjeu majeur pour bon nombre d'entreprises ayant participé à l'atelier, souvent relié à la thématique des rémunérations offertes.



Ce sont les parents, toutes les cotisations des parents qui nous permettent de faire vivre ces trois crèches et qui ne nous permettent pas de proposer des rémunérations assez conséquentes pour pouvoir fidéliser les salariés, malheureusement. (Interprofession)

* 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 (3/3)

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

Elargissement du champ des formations pour tenir compte des nouvelles compétences attendues dans les nouveaux métiers.

Développer les formations sur le savoir-être.

Proposer des modules courts et flexibles de formation.

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



www.opcoep.fr