



# Baromètre « *Transitions & Compétences* »

Rapport de résultats  
Hauts-de-France

# 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*).

**Pour l'enquête, 697 entreprises répondantes** (établissements principaux) de la région Hauts-de-France **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, 43 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 (100 répondants) devant celle des « cabinets dentaires » (79 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, 10 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	RH	Interprofession du champ d'intervention d'Opco EP	11 à 49 salariés
2	Dirigeant	Avocats	1 à 4 salariés
3	Dirigeante	Pharmacie d'officine	5 à 10 salariés
4	Dirigeant	Entreprises de services à la personne	11 à 49 salariés
5	Dirigeant	Entreprises de désinfection, désinsectisation, dératisation	1 à 4 salariés
6	Dirigeant	Immobilier	1 à 4 salariés
7	Human Resources assistant	Personnel prestataires de services du secteur tertiaire	11 à 49 salariés
8	Dirigeant	Imprimerie de labeur et industries graphiques	1 à 4 salariés
9	Fondateur & dirigeant	Imprimerie de labeur et industries graphiques	1 à 4 salariés
10	Directrice	Entreprises des services à la personne	5 à 10 salariés

\* L'atelier de la région **Hauts-de-France** a été introduit par **Denis JOREL** délégué régional, et animé par **Isabelle GULPHE-LACHAUD** de BVA People Consulting avec l'appui de **Maximilien DUBOIS**, Chef de Projet Observation OPCO EP.

## 2. Principaux enseignements

---

# Principaux enseignements

## L'activité des entreprises

- 58% 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 (47%, national 47%), l'évolution des coûts de l'énergie et/ou des approvisionnements (39%, national 34%) et les difficultés de recrutement (26%, national 26%).

## La transition écologique et énergétique

- 73% des entreprises disent prendre en compte les questions d'environnement et d'énergie dans leur quotidien (national 73%).
- Un enjeu prioritaire pour 26% des entreprises (national 24%), important mais pas prioritaire pour 54% (national 54%), et secondaire pour 20% (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 (49%, national 49%), puis investir, trouver des solutions pour réduire leur facture énergétique (35%, national 33%) et sensibiliser et former leurs salariés (32%, national 35%).
- Les principales compétences nécessaires à l'entreprise sont : adopter des gestes et des pratiques permettant de faire des économies d'énergie, d'eau ou de matières premières dans leur activité (43%, national 40%), améliorer la gestion, le recyclage et le réemploi des déchets (35%, national 35%), savoir gérer un local efficacement sur le plan énergétique et environnemental (27%, national 26%).
- 34% des entreprises disent avoir mis en place des actions de sensibilisation ou de formation des salariés (national 36%), et 33% 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 27% des entreprises (national 27%), important mais pas prioritaire pour 43% (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 (46%, national 44%), puis simplifier la gestion des devis, planning, facturation (35%, national 32%) et mettre en place de nouveaux outils/logiciels (28%, 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 (34%, national 31%), utiliser des applications ou services sur des équipements numériques (34%, national 31%).
- 27% des entreprises disent avoir mis en place des actions de sensibilisation ou de formation des salariés (national 30%), et 22% souhaitent en mettre en place au cours de l'année à venir (national 25%).

## La transition démographique

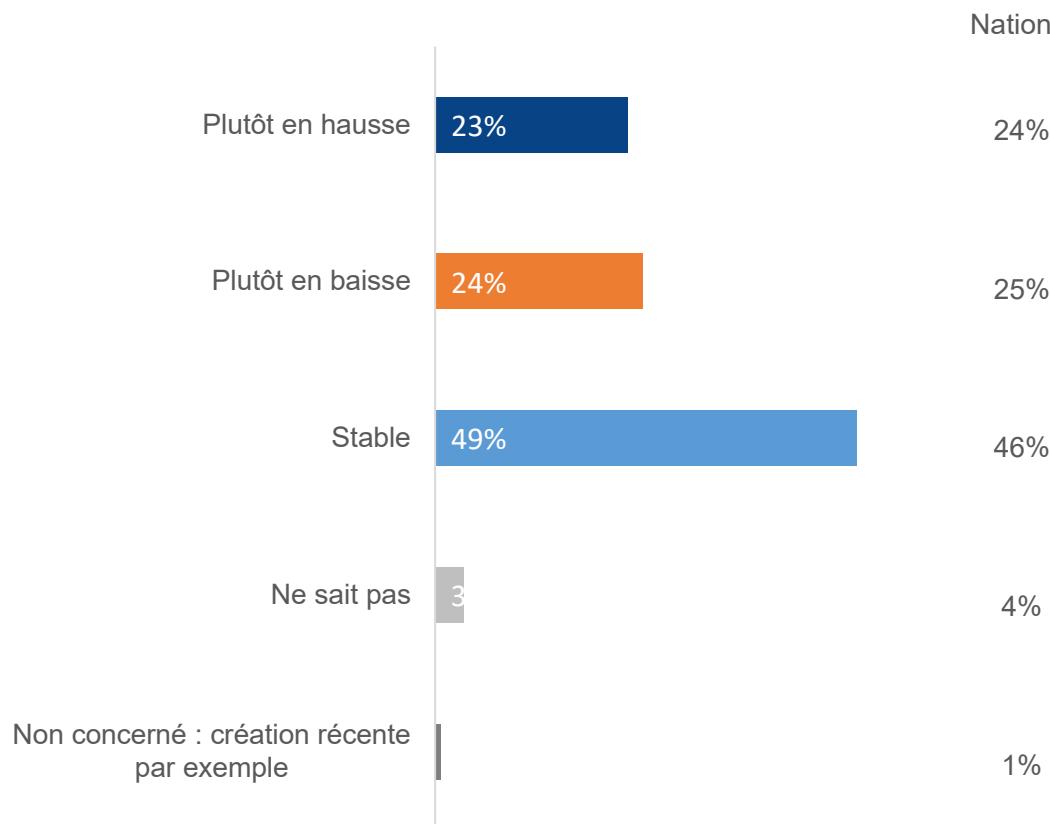
- 19% des entreprises envisagent des recrutements pour l'année 2025 (national 23%). Principalement pour des créations de poste (41%, national 42%) et remplacements à la suite d'un départ (38%, national 40%).
- 35% des entreprises disent rencontrer des difficultés de recrutement (d'importantes difficultés 15%, national 19%). Les principales raisons de ces difficultés de recrutement sont le manque de candidat(e)s avec les compétences recherchées (55%, national 64%) et le manque de candidat(e)s avec la certification ou le diplôme recherché(e) (48%, national 50%).

### 3. L'activité des entreprises

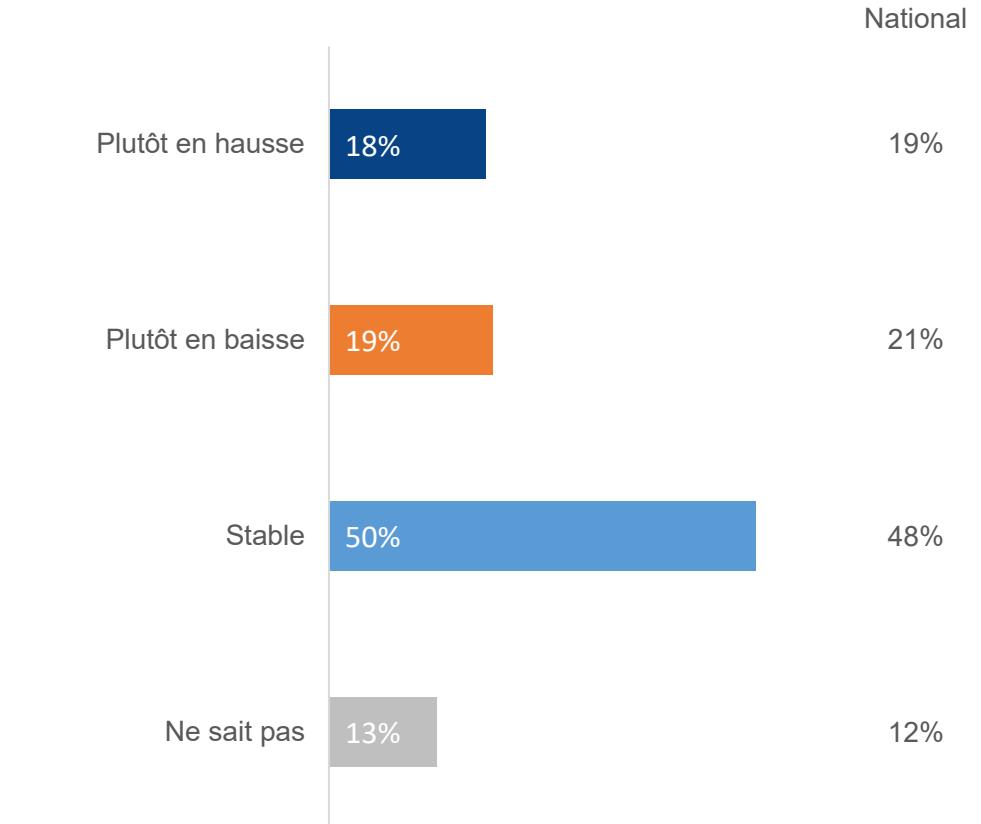
---

# Évolution de l'activité des entreprises

## Évolution constatée par rapport à 2023

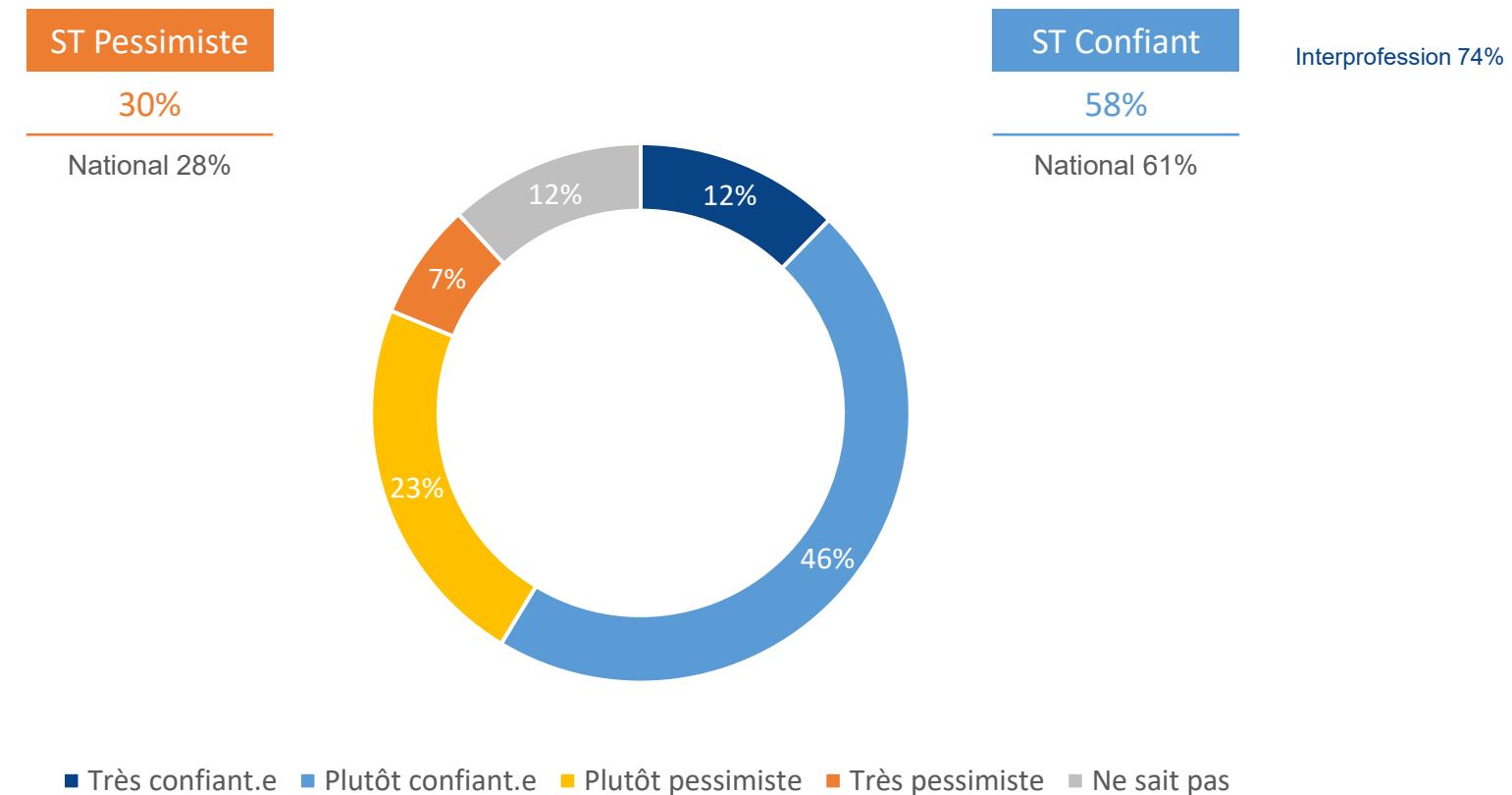


## Évolution prévue par rapport à 2024



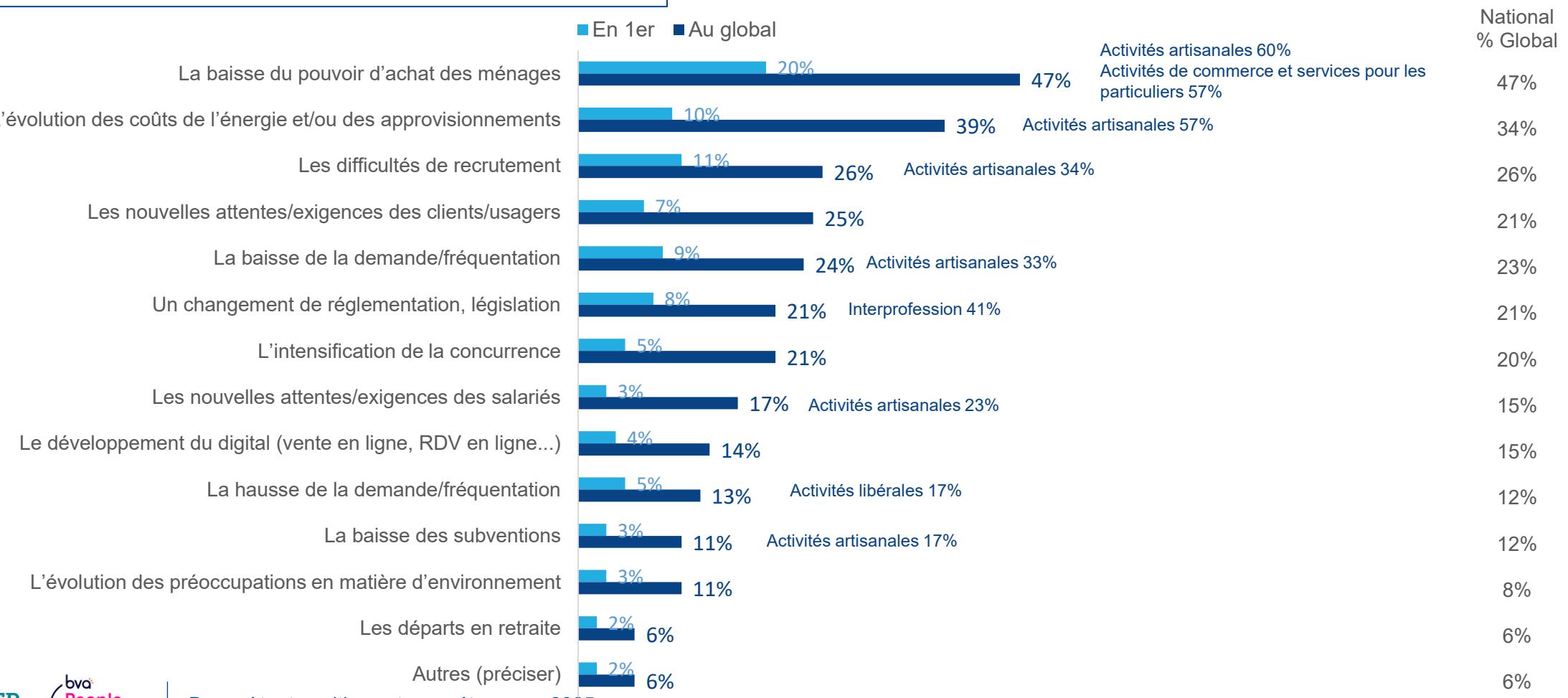
# Confiance en l'avenir

## Confiance en l'avenir de l'entreprise



# Tendances impactant l'activité

## Tendances qui impactent l'activité des entreprises



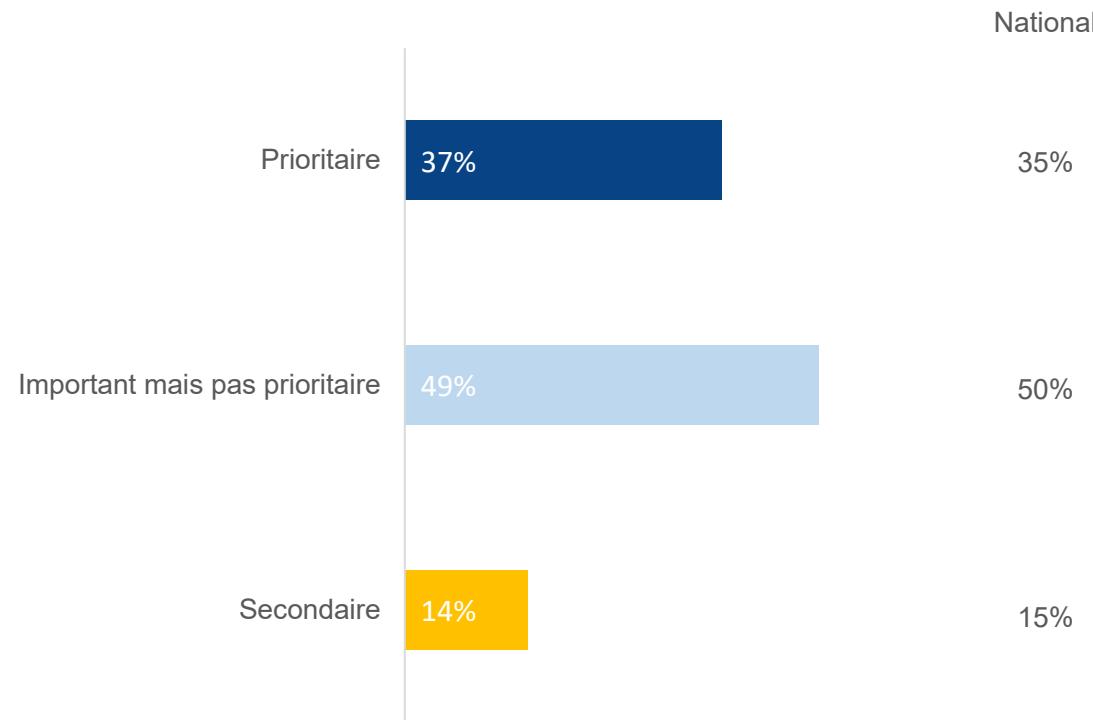
## 4. La transition écologique et énergétique

---

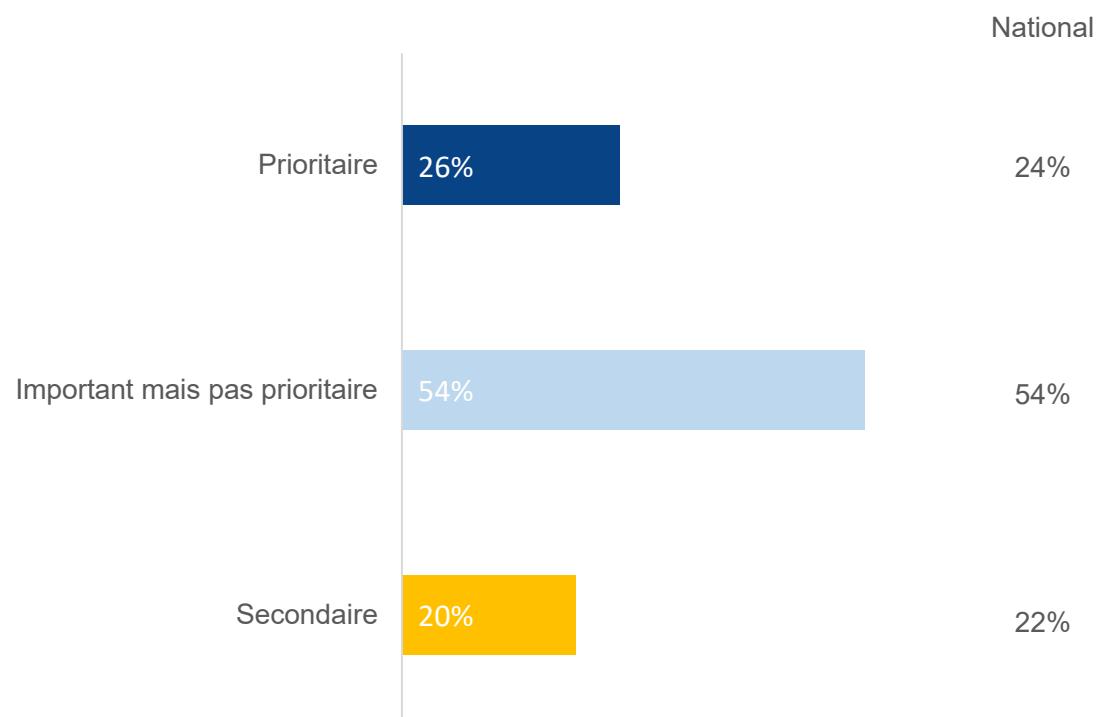
# Enjeux des questions d'environnement et d'énergie

## Importance des questions d'environnement et d'énergie

### ... Pour la société française

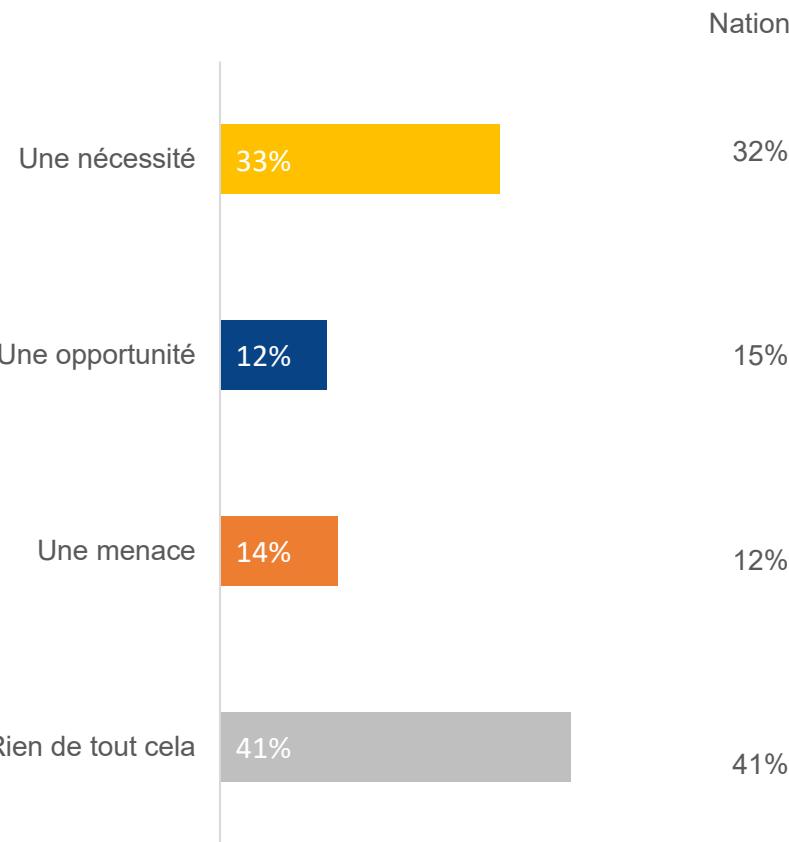


### ... Pour l'entreprise

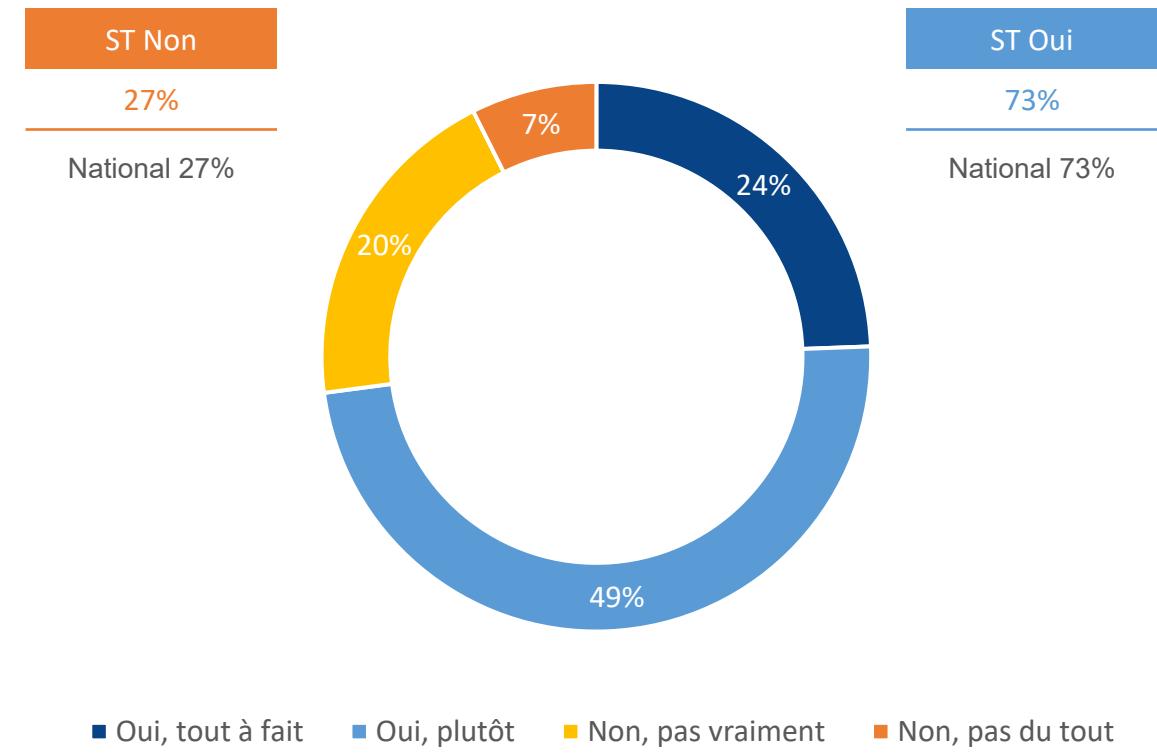


# Prise en compte des questions d'environnement et d'énergie

## Perception des questions d'environnement et d'énergie

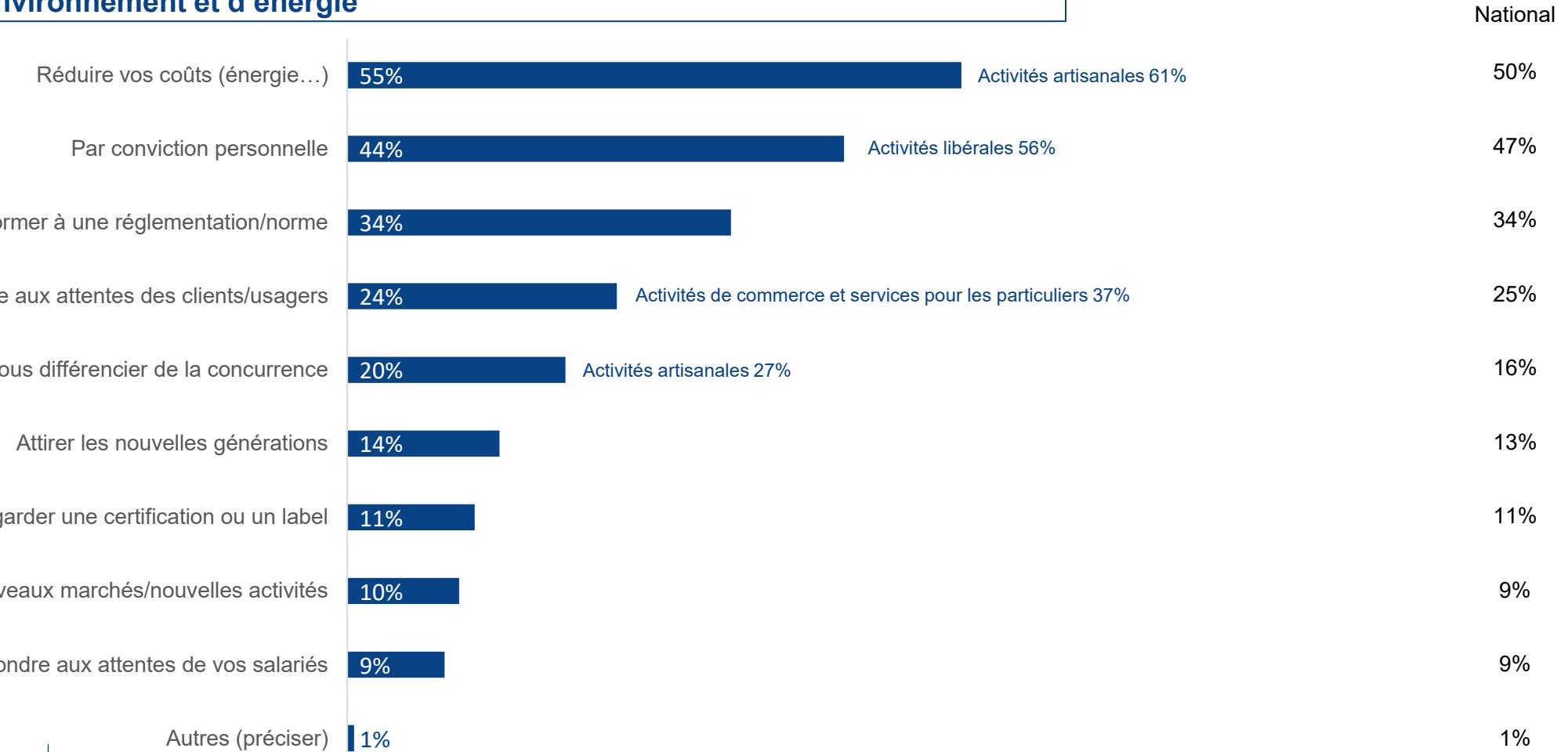


## Prise en compte des questions d'environnement et d'énergie



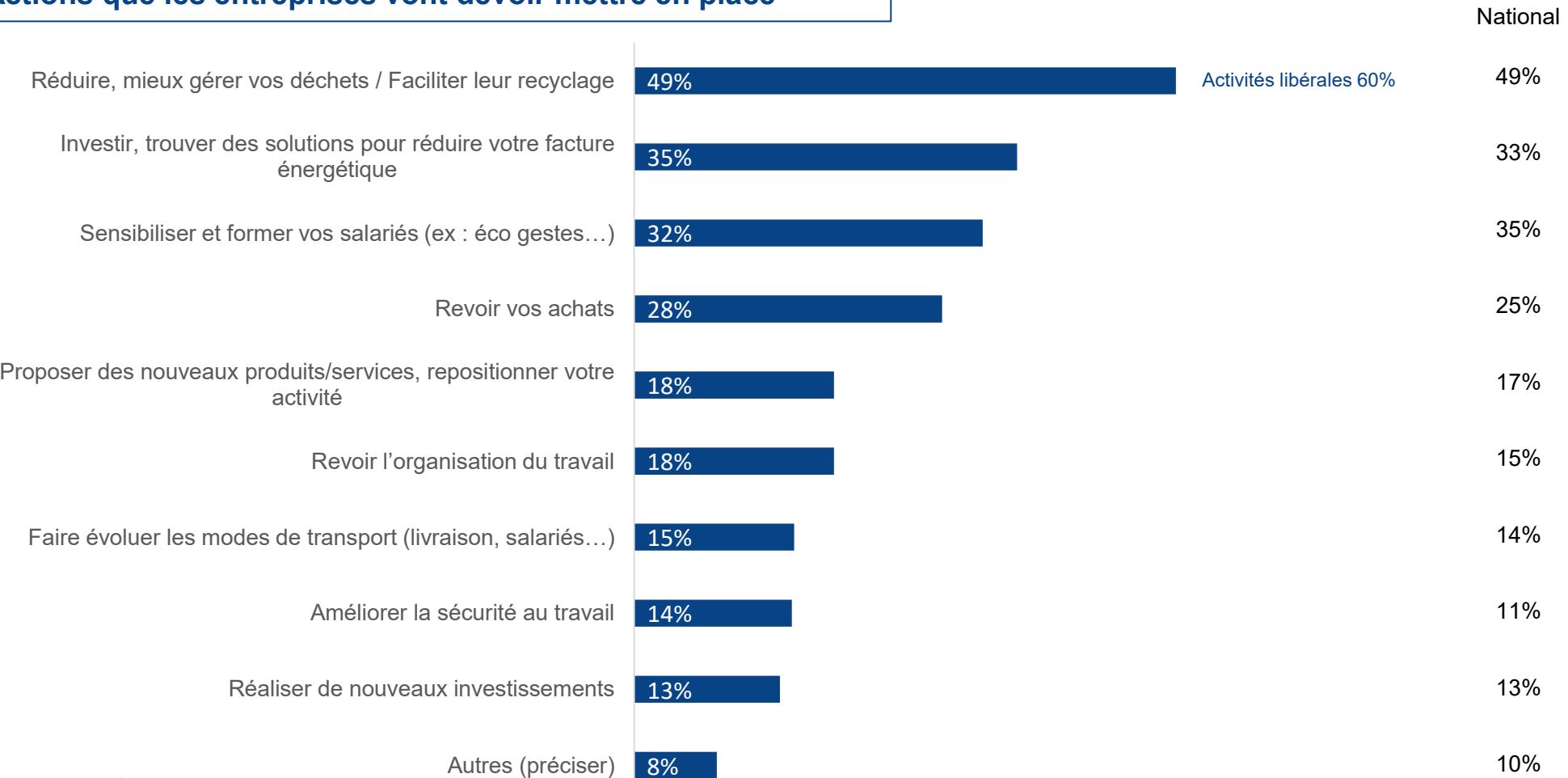
# Compétences à développer en lien avec la transition écologique et énergétique

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



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

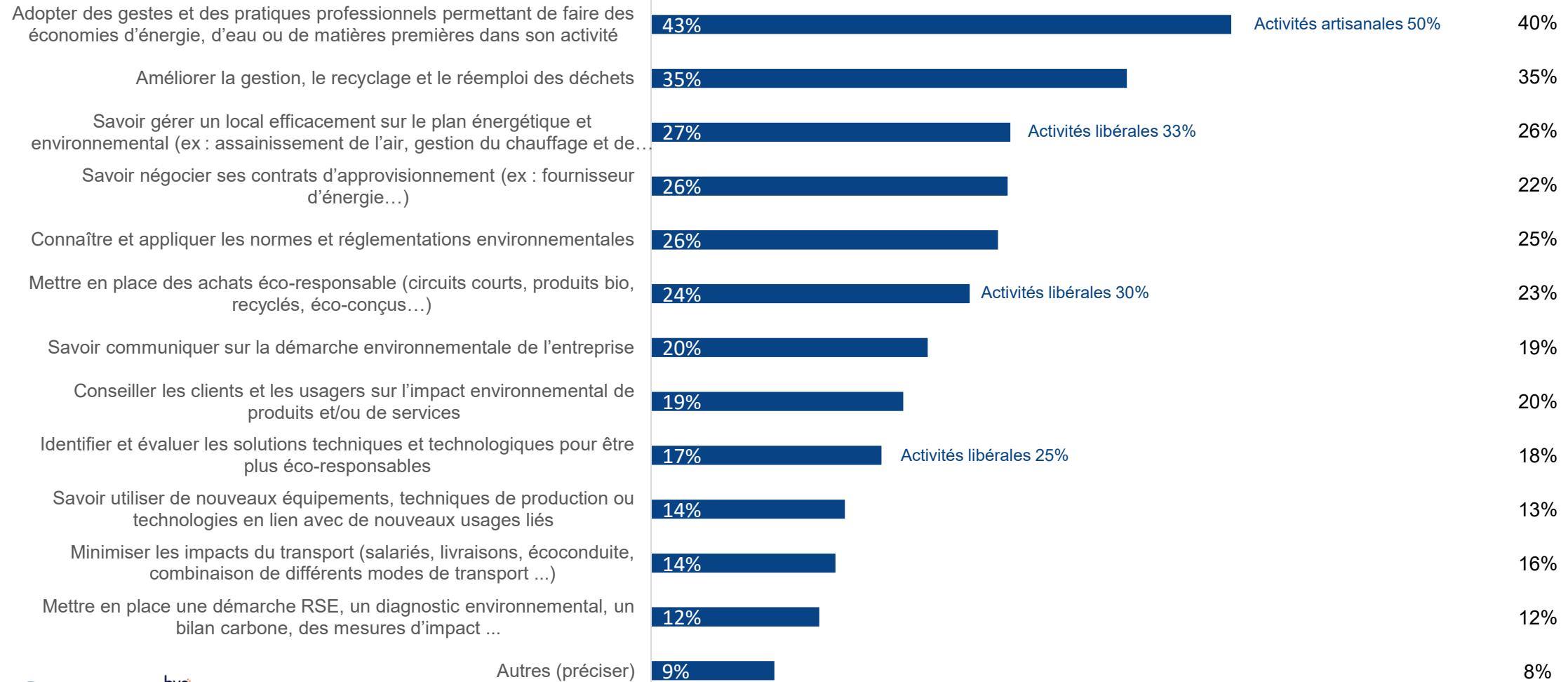
## Actions que les entreprises vont devoir mettre en place



# Compétences à développer en lien avec la transition écologique et énergétique

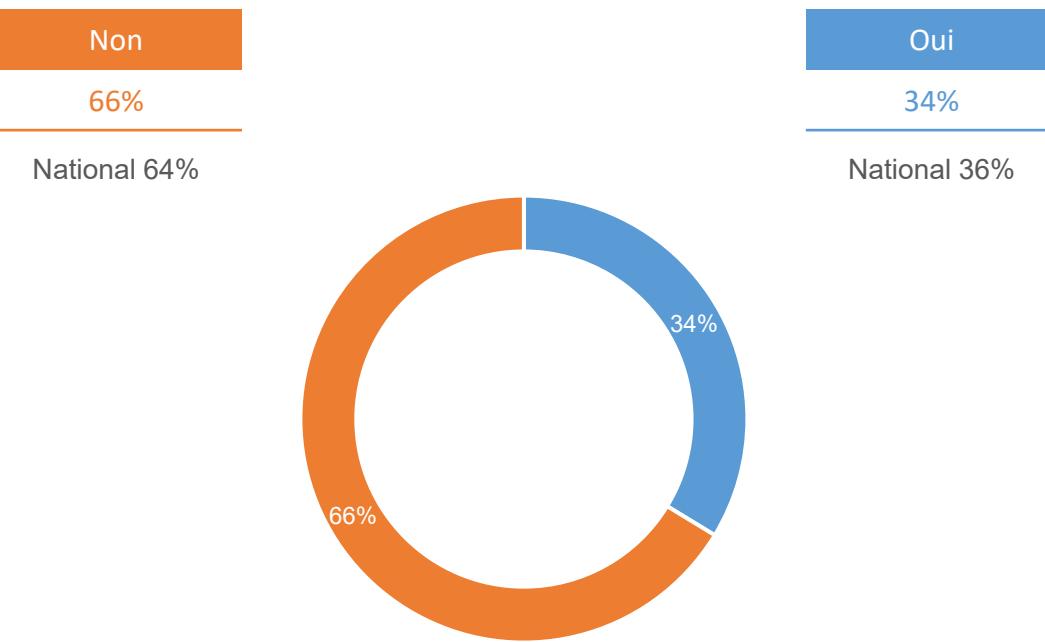
## Compétences (nouvelles ou à développer) nécessaires à l'entreprise

National



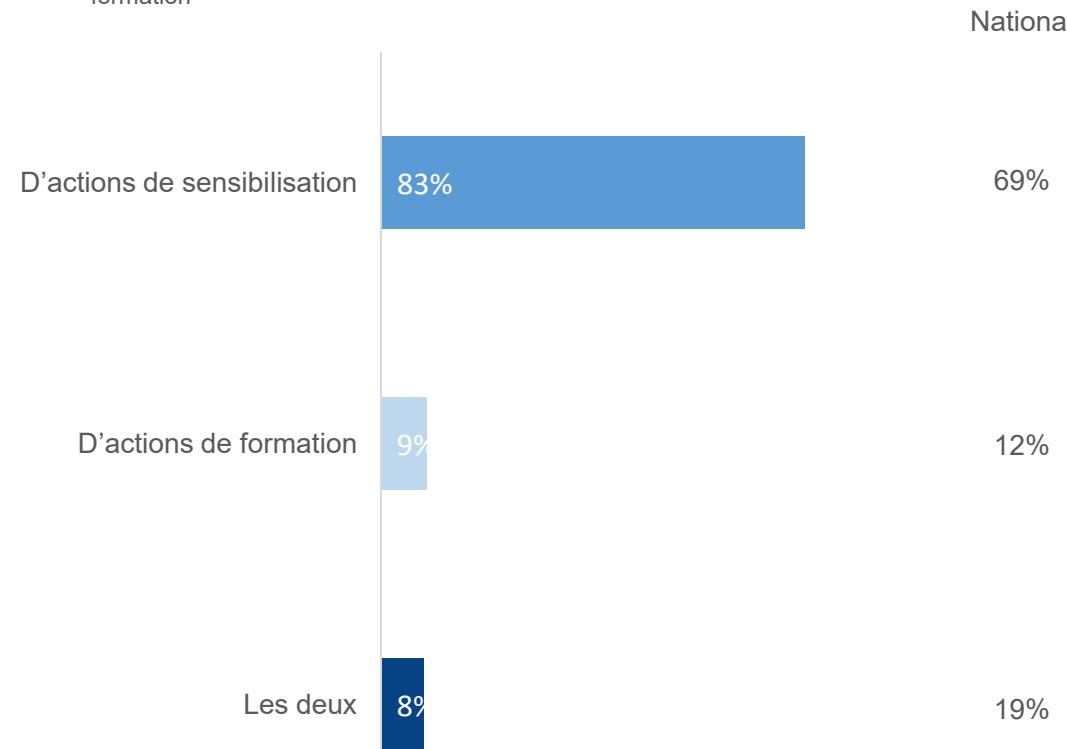
# Mise en place d'actions de sensibilisation ou de formation en lien avec la transition écologique et énergétique

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



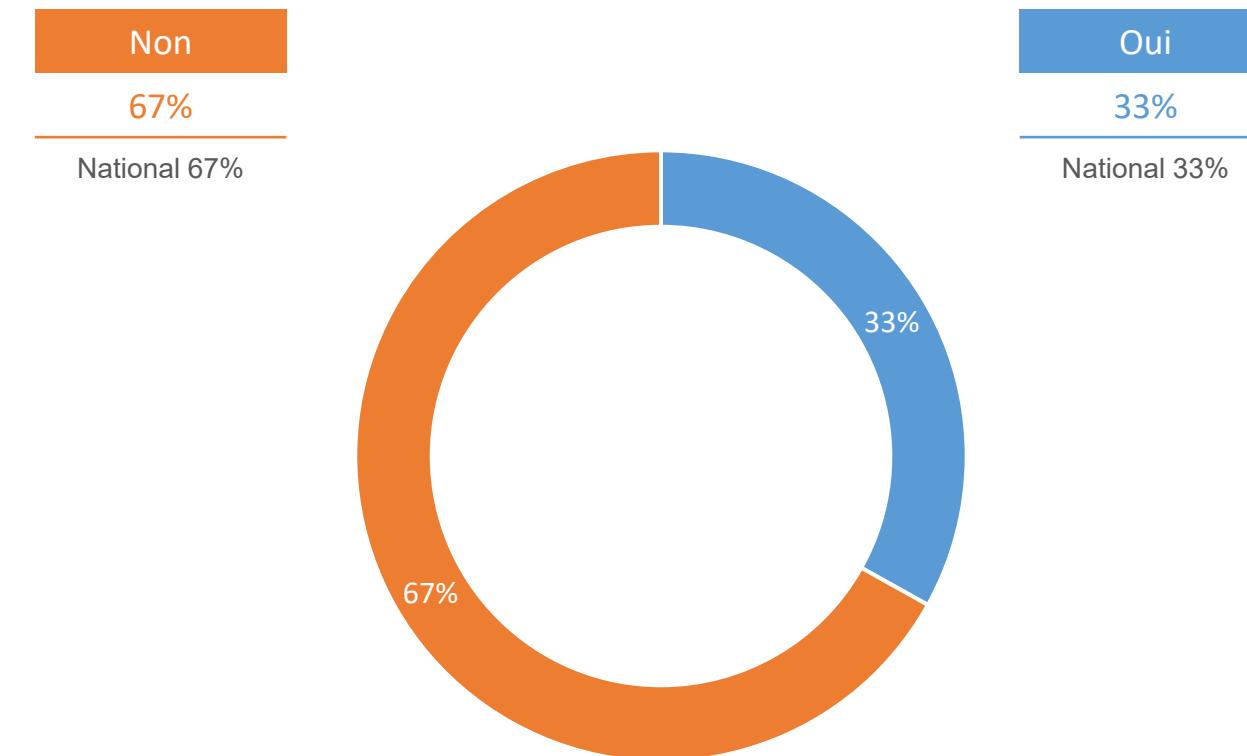
## Les actions mises en place

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 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

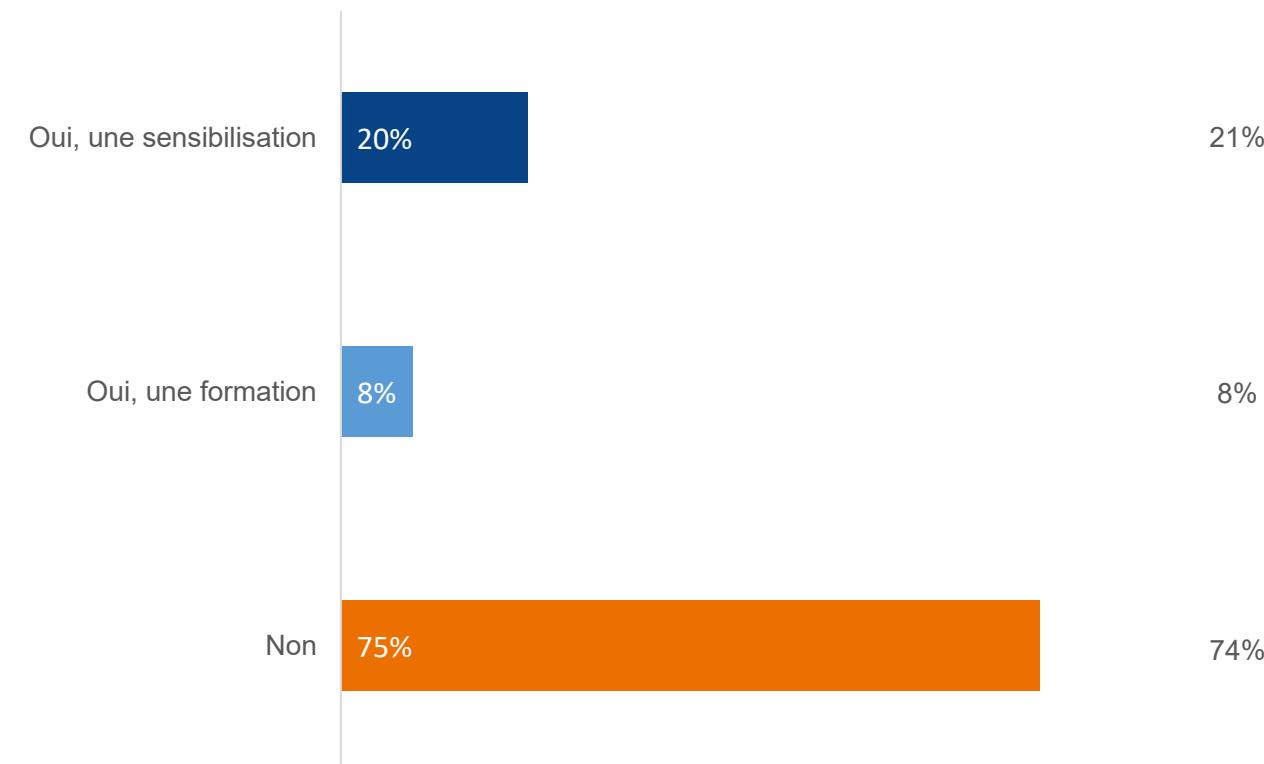


# Part des répondants qui ont eux-mêmes bénéficié d'une sensibilisation / formation en lien avec la transition écologique et énergétique au cours des deux dernières années

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

Possibilité de répondre « une sensibilisation » et « une formation

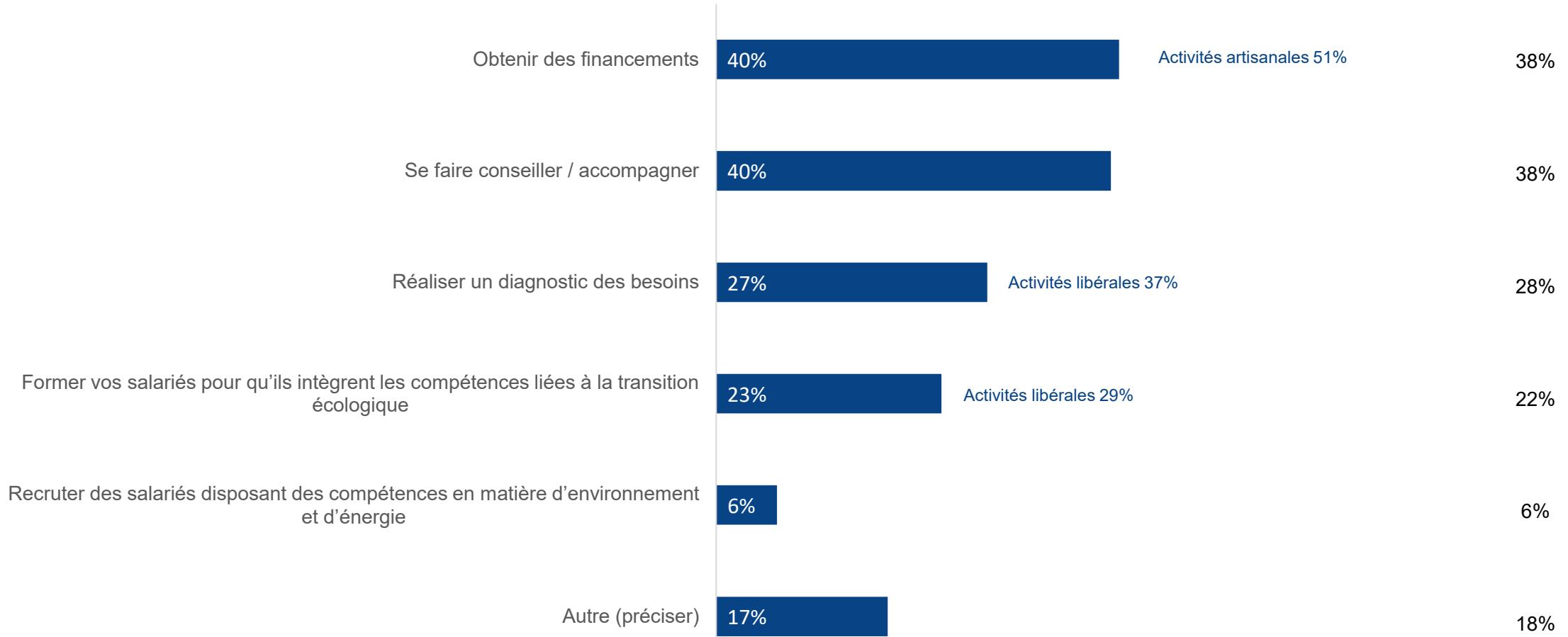
National



# 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 Hauts-de-France sur la perception et le déploiement de la transition écologique et énergétique (1/2)

- Concernant les enjeux de transition écologique et énergétique, les entreprises de l'atelier font le constat **d'un manque de sensibilisation** dès le plus jeune âge et d'une absence d'intégration des enjeux écologiques dans les cursus scolaires conduisant à un déficit en compétences adaptées.

99

*Je pense qu'aujourd'hui, il y a peu de sensibilisation sur ça dans les études et même en général. (Entreprises de services à la personne)*

- La sensibilisation nécessite d'aborder les thématiques RSE à 360 degrés, autant sur **les éco-gestes** à adopter que sur les sources d'énergie elles-mêmes. Cet effort d'information/formation doit porter sur les employés des entreprises mais également sur les consommateurs eux-mêmes.

99

*En tant que pharmacienne d'officine, je vois énormément de déchets, de gaspillage. en ce qui concerne tout ce qui est produits médicamenteux. Ça provient vraiment d'une éducation qui n'a pas été faite depuis plusieurs décennies, je dirais, notamment par la génération Boomer. On parle de la génération Z qui ne sont pas forcément très bien formées, mais Boomer également (Pharmacie d'officine)*

- Dans les branches utilisant des produits fortement polluants (dératisation par exemple), les exigences de la TEE imposent la **définition de nouveaux process et l'acquisition de nouvelles compétences**, ce qui se révèle lourd et contraignant. Des attentes d'accompagnement sont exprimées.
- La question des financements (et des aides éventuelles)** pour l'accompagnement au développement de la TEE est souvent évoquée.

\* 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)

Sensibiliser les équipes aux écogestes simples  
(exemples : fermeture du PC, gestion de l'éclairage)

Proposer des ateliers de sensibilisation au sein des écoles

Développer des modules d'accompagnement des entreprises dans le déploiement de la TEE et de la conduite des changements

Formations ciblées permettant aux dirigeants d'acquérir les compétences nécessaires pour répondre aux exigences écologiques et normatives

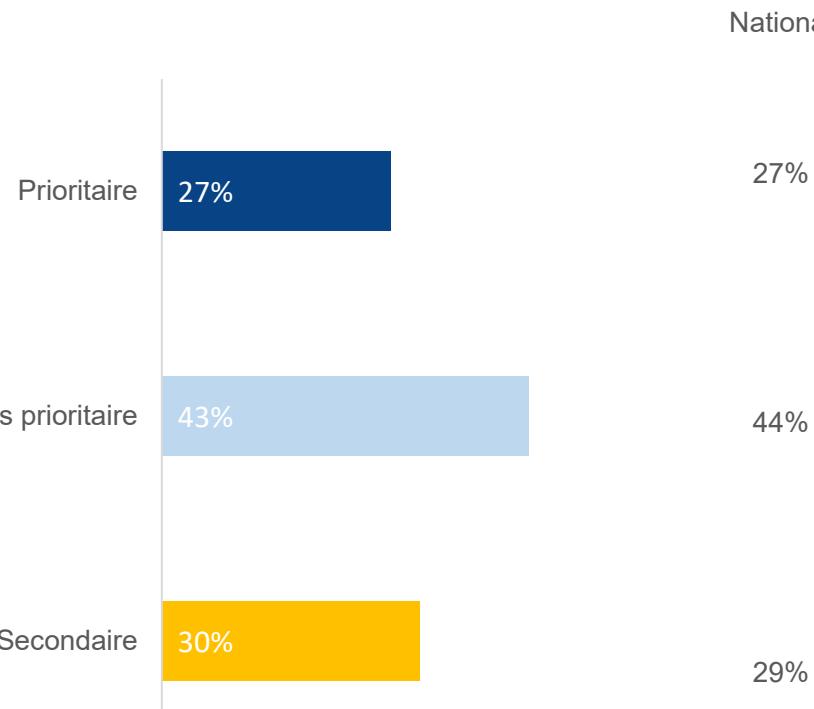
\* Les attentes présentées ici sont exprimées par certaines entreprises présentes à l'atelier mais pas nécessairement par toutes.

## 5. La transition numérique

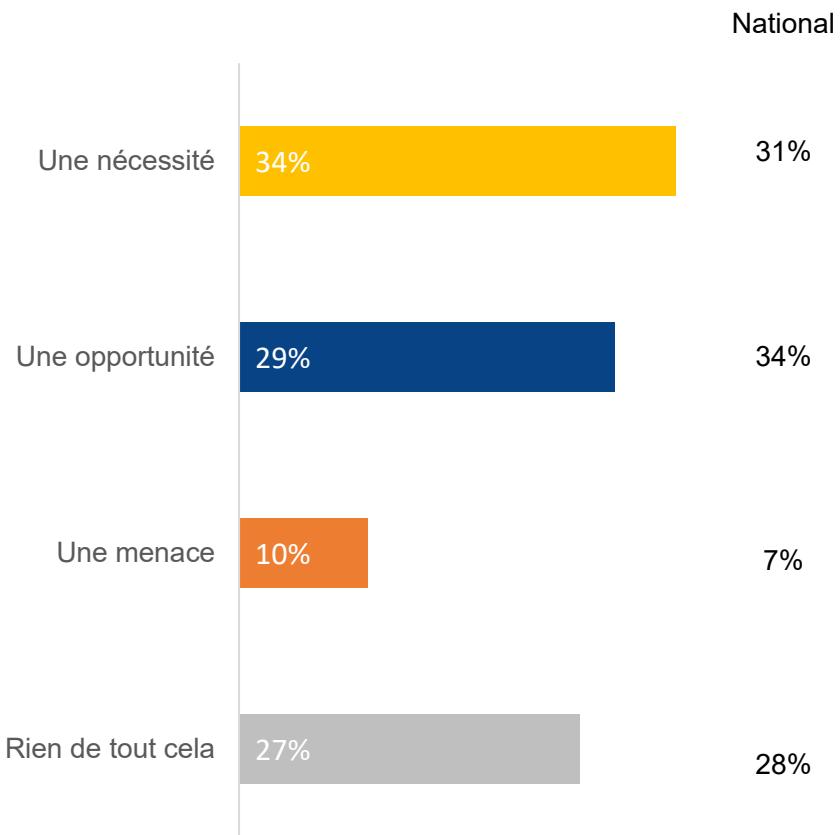
---

# Importance et perception du développement du numérique

## Importance du développement du numérique pour l'entreprise



## Perception du développement du numérique pour l'entreprise

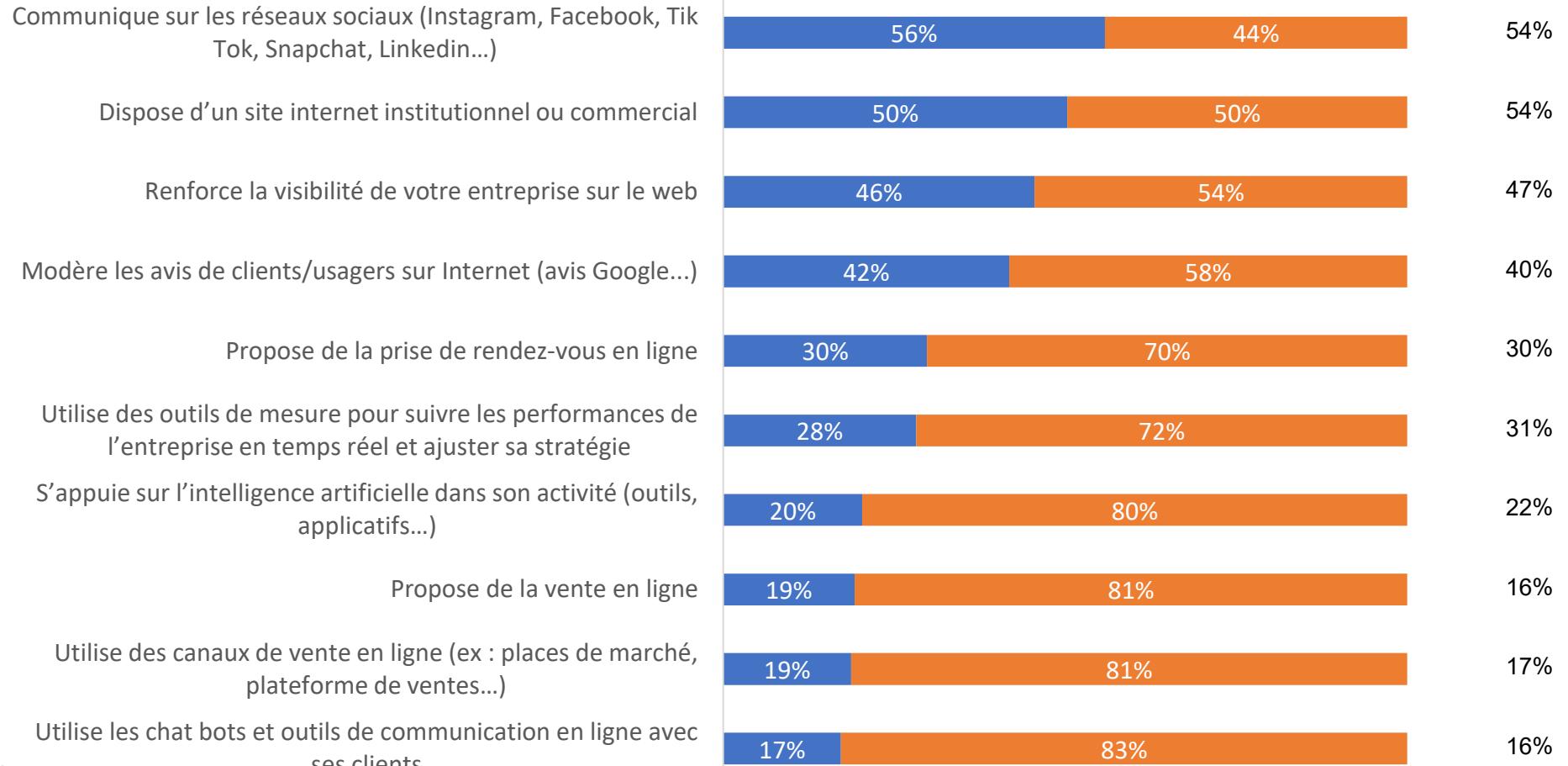


# Actions déjà mises en place concernant les outils digitaux et numériques

## Actions mises en place

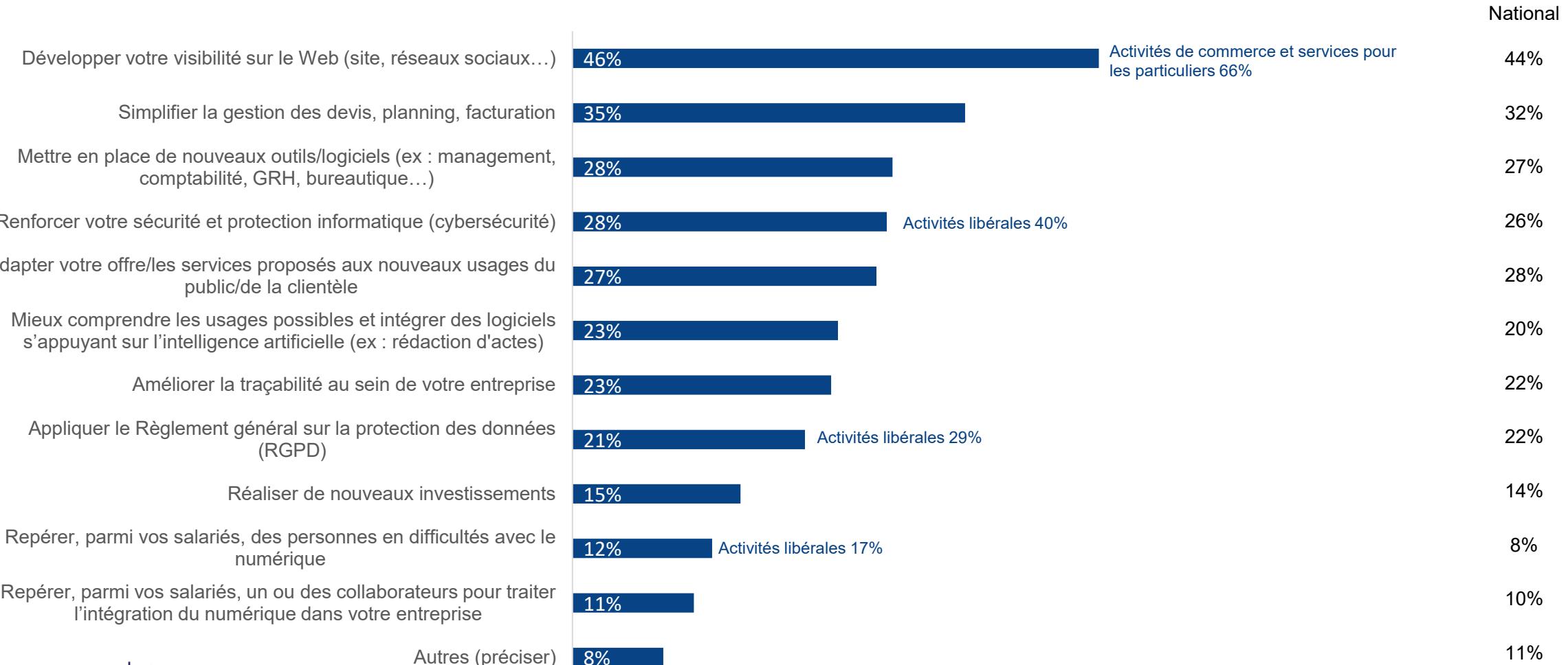
■ Oui ■ Non

National  
%oui



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

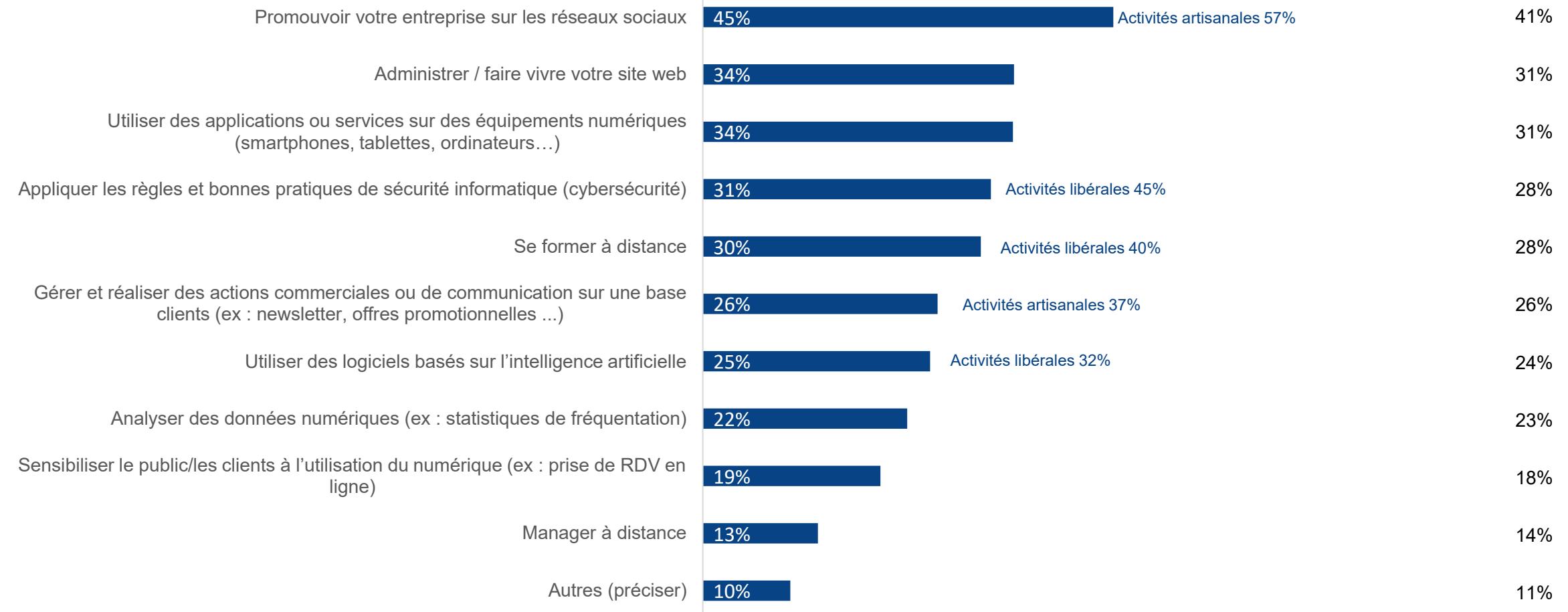
## Actions que les entreprises vont devoir mettre en place



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

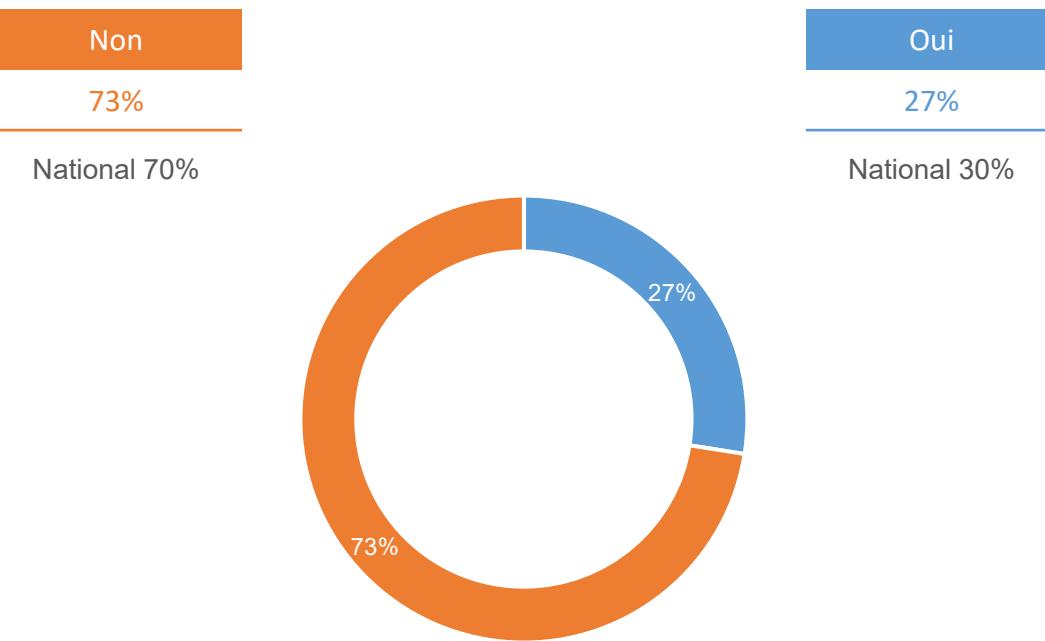
## Compétences (nouvelles ou à développer) nécessaires à l'entreprise

National



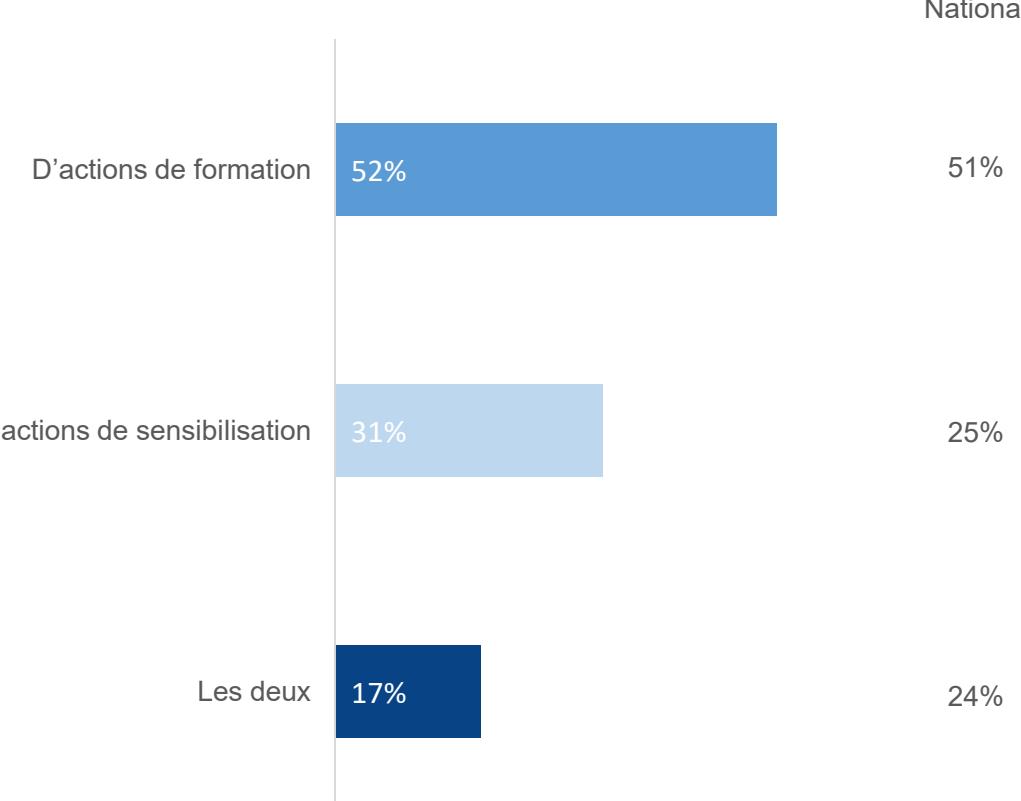
# Mise en place d'actions de sensibilisation ou de formation par les entreprises en lien avec la transition numérique

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



## Les actions mises en place

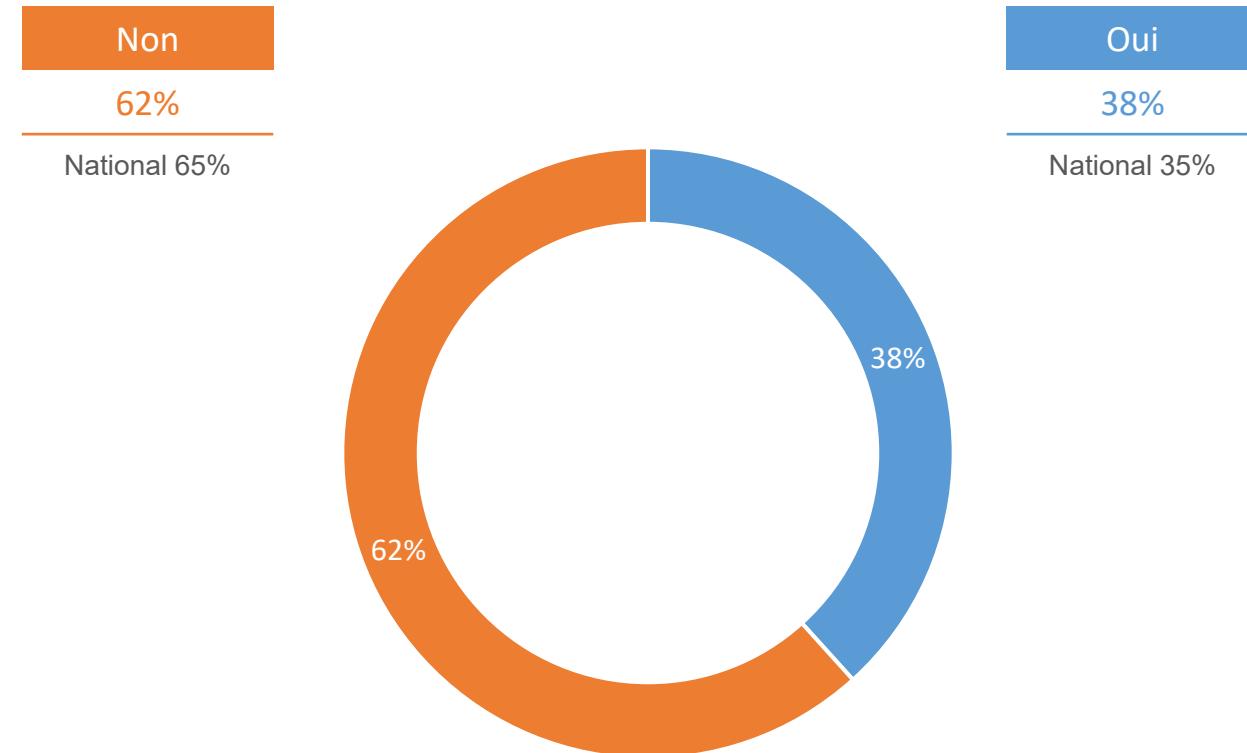
Base répondants : entreprises qui ont déclaré mettre en place des actions de sensibilisation ou de formation



# Les actions de sensibilisation / formation et l'intelligence artificielle

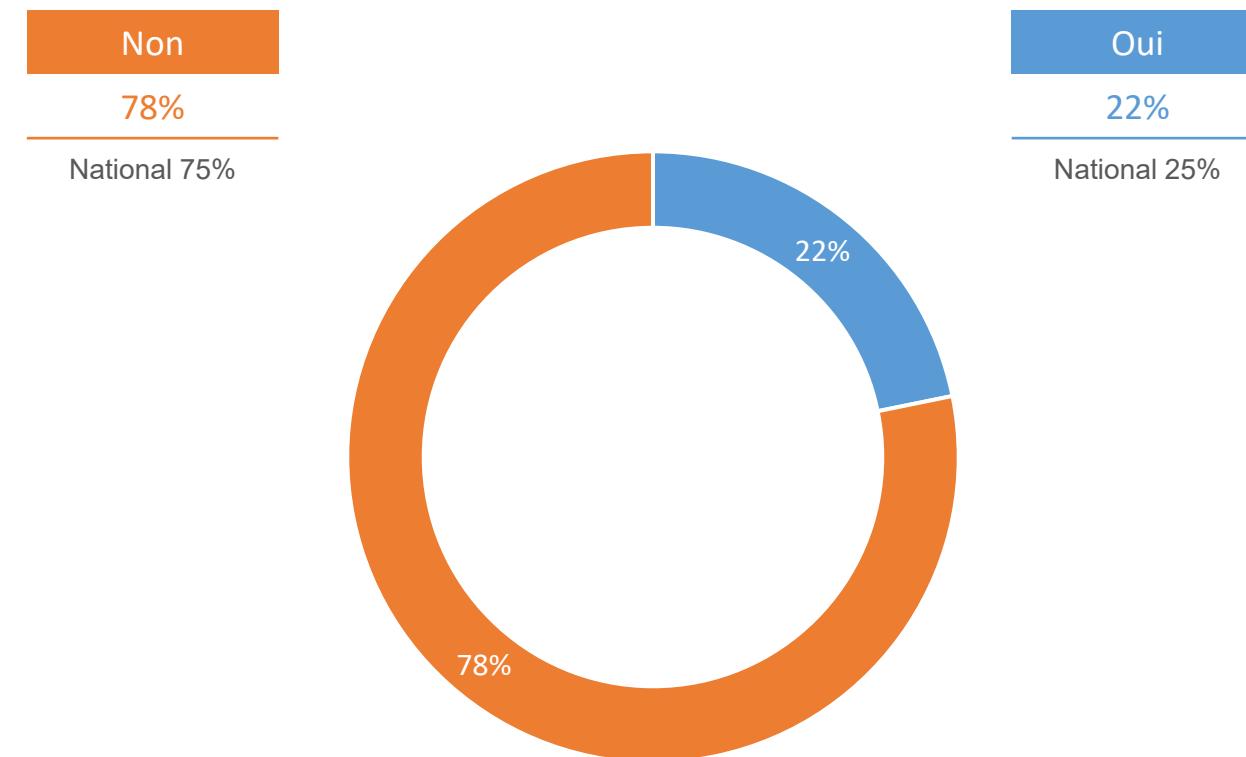
## Part des entreprises qui ont mis en place des actions de sensibilisation / formation et dont le contenu a également porté sur l'intelligence artificielle

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

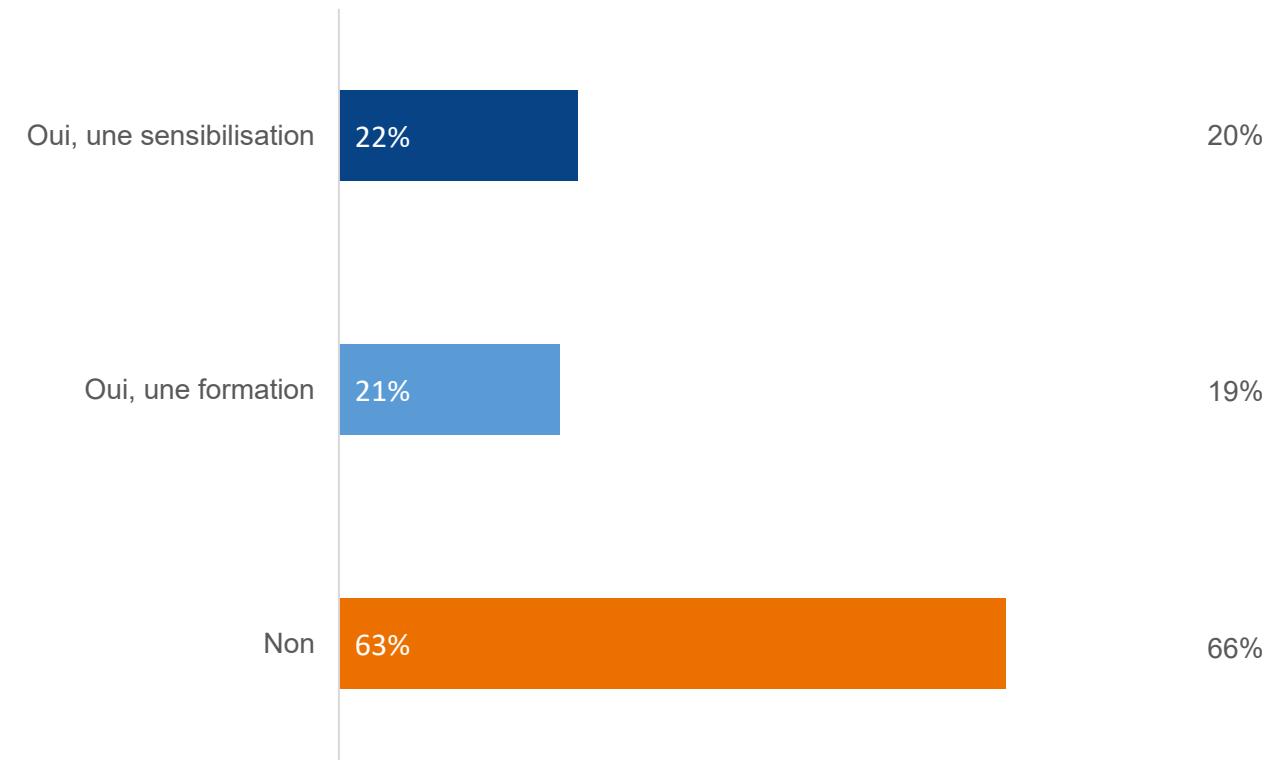


# Part des répondants qui ont eux-mêmes bénéficié d'une sensibilisation / formation au cours des deux dernières années

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

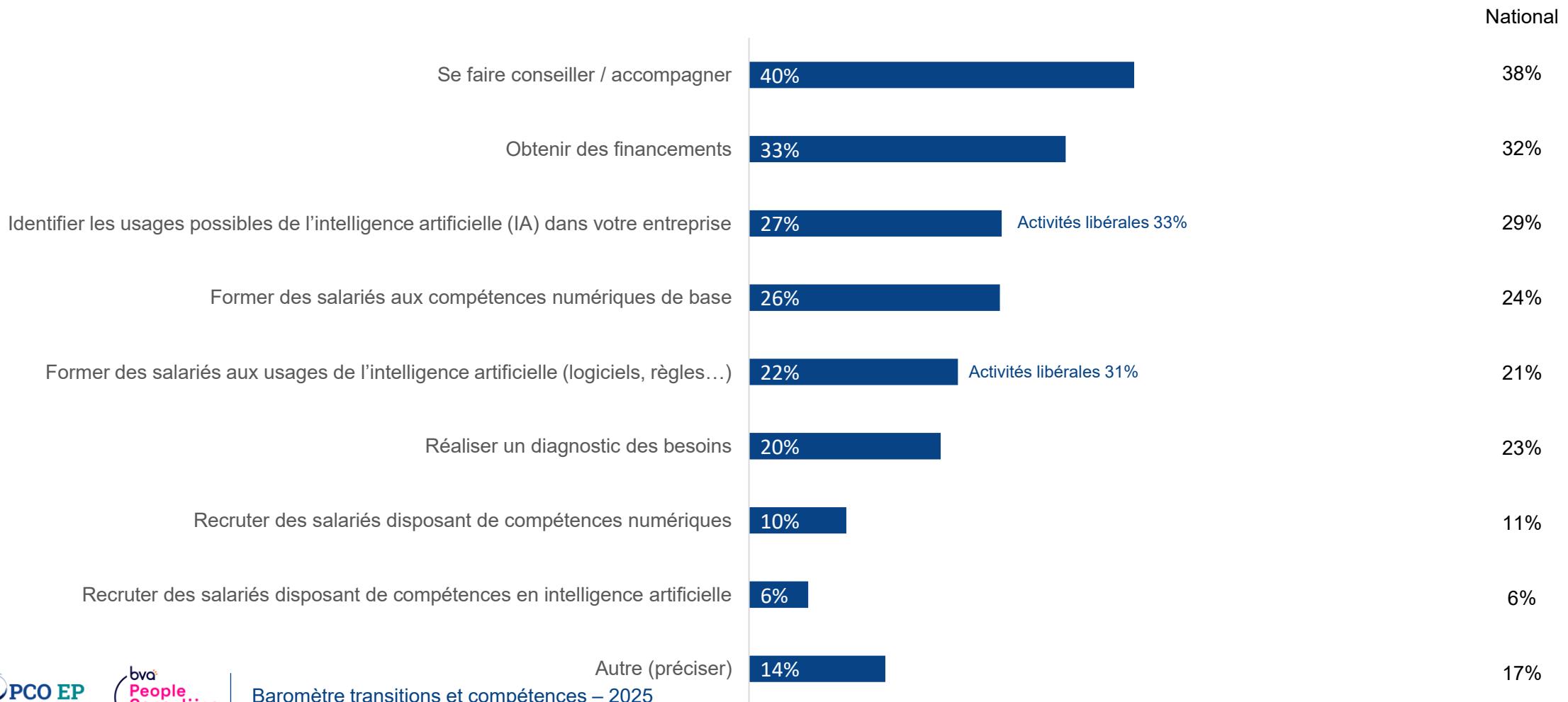
Possibilité de répondre « une sensibilisation » et « une formation

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 Hauts-de-France sur les moteurs de la transition numérique (1/2)

- La **transition numérique** prend de multiples formes auprès des entreprises participant à l'atelier et suscite dans l'ensemble un halo positif porté par les bénéfices à en attendre.
- La **digitalisation des process**, notamment des outils de gestion et les gains de temps générés en sont un exemple.

99

*Le gros boom numérique a eu lieu l'année dernière, sur un gros trimestre, parce que forcément, tout changeait, le logiciel et autres, voilà... Mais ça vaut la peine parce qu'aujourd'hui c'est vrai qu'elle travaille avec des outils plus modernes, plus rapide, et du coup, au niveau pôle secrétariat, ça a fait gagner 50% du temps. (Interprofession)*

- Le **développement de la présence en ligne** (Réseaux Sociaux, site web) et des outils de communication est perçu comme **indispensable** par certaines entreprises tant d'un point de vue externe pour séduire de nouveaux clients que d'un point de vue marque employeur pour attirer de nouveaux candidats. A date, les compétences internes sont la plupart du temps décrites comme insuffisantes pour répondre à ces enjeux de visibilité et le recours se fait à des prestataires externes. De nombreuses demandes d'accompagnement sont exprimées sur ce registre.

99

*J'ai une amie qui tient une boîte de marketing digital et qui nous accompagne gracieusement. Mais à un moment donné, le gracieusement va avoir une limite. Et on doit justement apprendre à utiliser ces réseaux et de cette marque employeur, de créer notre propre marque employeur, même si nous, on a le sentiment d'avoir cette marque employeur. On ne la diffuse pas et aujourd'hui, au sein de l'équipe, que ce soit la directrice, moi ou notre chargée de recrutement, on ne sait pas diffuser cette marque. (Entreprises de services à la personne)*

- L'**IA** a été largement évoquée dans l'atelier, là encore avec une vision plutôt positive des gains possibles en termes d'efficacité et de performance. Les entreprises en sont à une phase d'acculturation où le besoin actuel est de se faire expliciter les enjeux pour mieux diagnostiquer les applications potentielles pertinentes de l'IA en interne.

99

*J'ai eu une formation sur l'IA, c'était plus une incitation à se servir de l'IA. Il ne faut pas se priver d'un outil, il faut aussi qu'on nous apprenne à s'en servir à bon escient. La formation que j'ai suivie n'abordait pas ce sujet-là. (Entreprises de désinfection, désinsectisation, dératisation)*

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

**Formation pour maîtriser les outils de communication digitale et les réseaux sociaux afin d'optimiser la présence en ligne**

**Intelligence artificielle :  
Aide au diagnostic des besoins, apports possibles et risques à maîtriser par l'entreprise**

**Initiation aux outils d'IA (générationnelle ou autres) ou formation plus poussée à la maîtrise des outils**

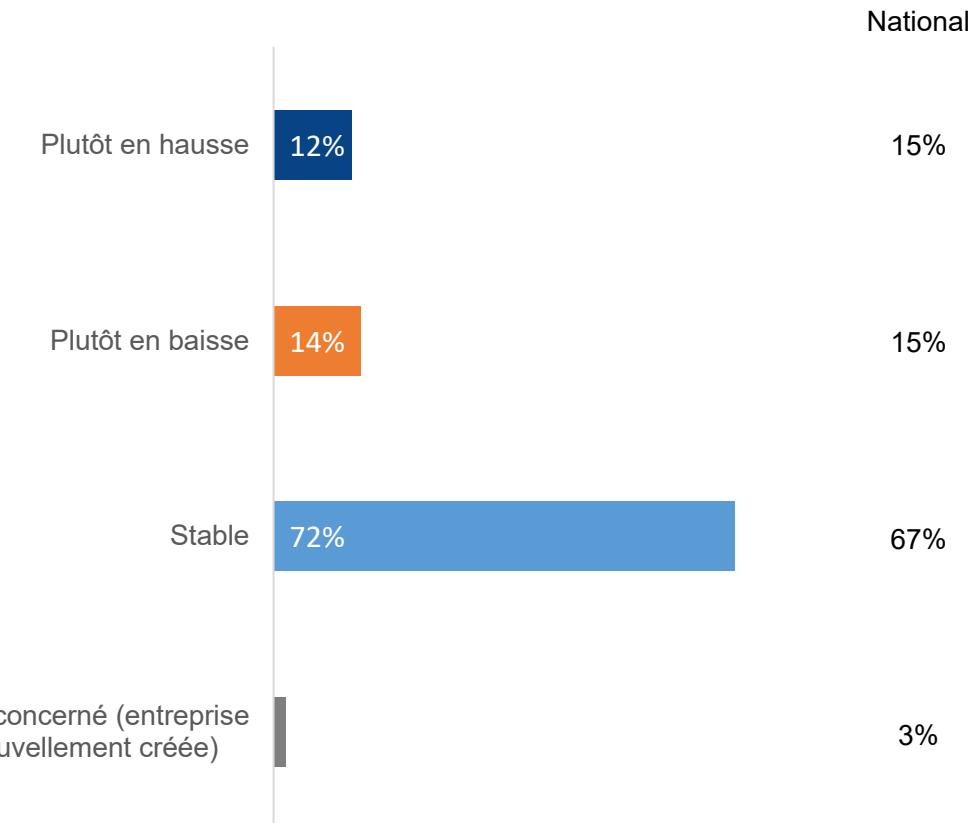
\* Les attentes présentées ici sont exprimées par certaines entreprises présentes à l'atelier mais pas nécessairement par toutes.

## 6. La transition démographique

---

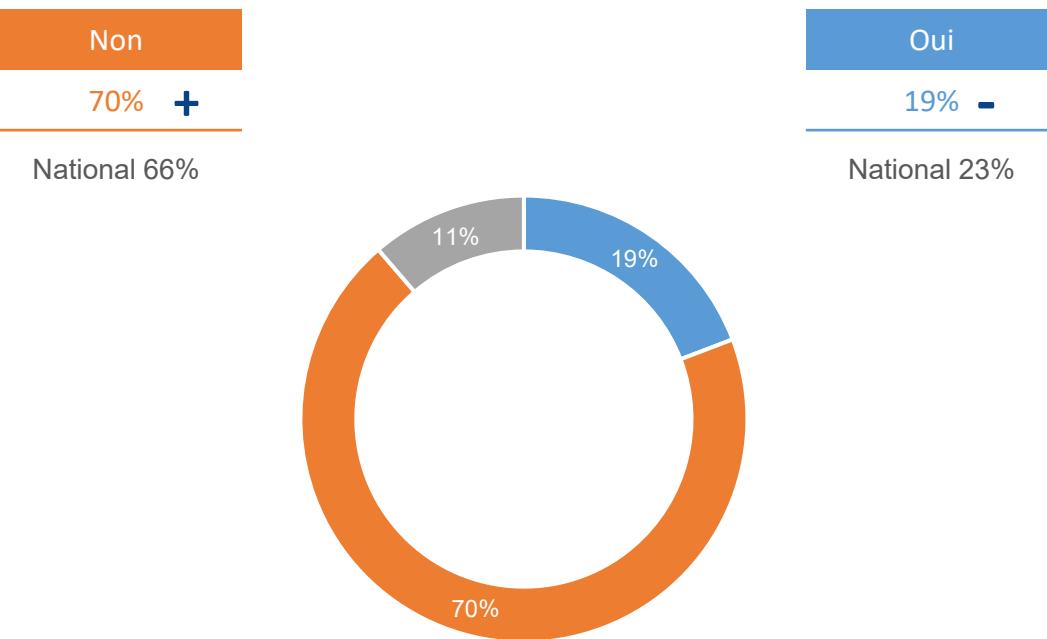
# Évolution de l'effectif pour l'année 2024

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



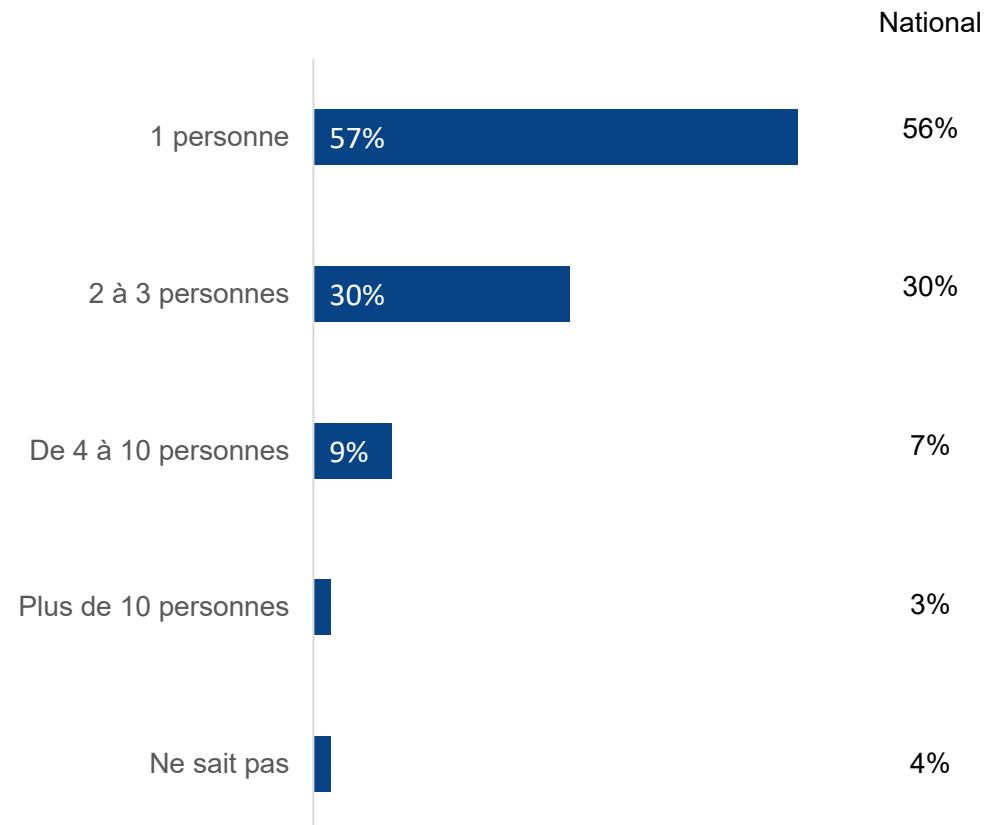
# Recrutements envisagés pour 2025

## 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

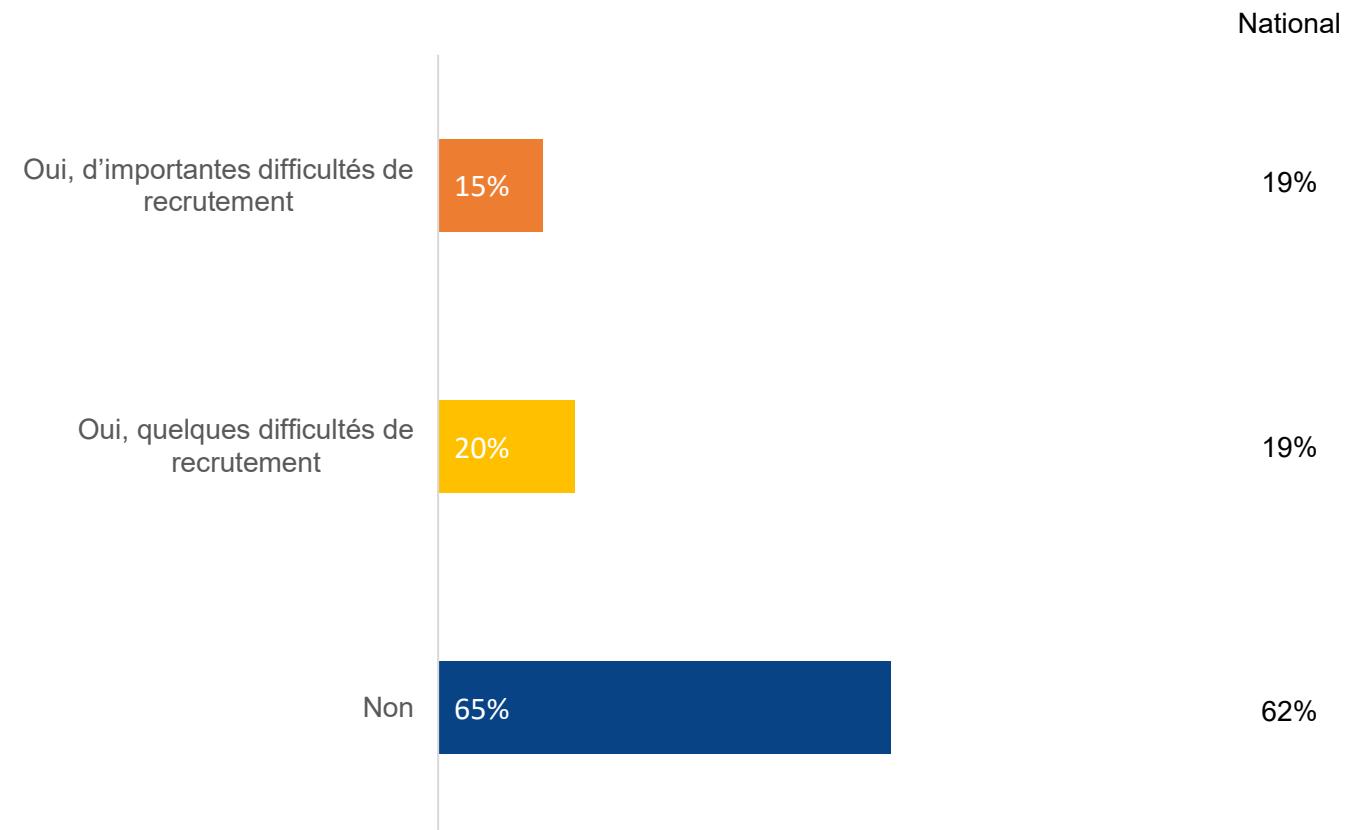
## Motifs des recrutements envisagés pour 2025

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

Le manque de candidat(e)s avec les compétences recherchées 55% 64%

Le manque de candidat(e)s avec la certification ou le diplôme recherché(e) 48% Activités libérales 79% 50%

Le niveau de rémunération proposé 23% 23%

La concurrence au sein du secteur ou avec d'autres secteurs 20% 17%

La localisation de votre entreprise 16% 17%

La mauvaise image ou les préjugés sur votre secteur, ses métiers et son environnement de travail 16% 18%

La durée de temps de travail proposé 15% 14%

Les horaires proposés (horaires décalés, de nuit) 14% 17%

L'absence de moyen de déplacement des candidats (permis, ...)

14% 10%

Le manque de logement sur votre territoire 8% 8%

L'absence de télétravail sur le poste 7% 10%

La capacité d'encadrement insuffisante en interne pour former un(e) nouveau(elle) salarié(e) 5% 4%

Baromètre transitions et compétences – 2025  
Hauts-de-France 7% 9%

# Part des salariés séniors (+55 ans)

## Part des salariés séniors (+55 ans)

National

Moins de 5% 60% 60%

De 5 à moins de 10% 7% 5%

De 10 à moins de 25% 7% 6%

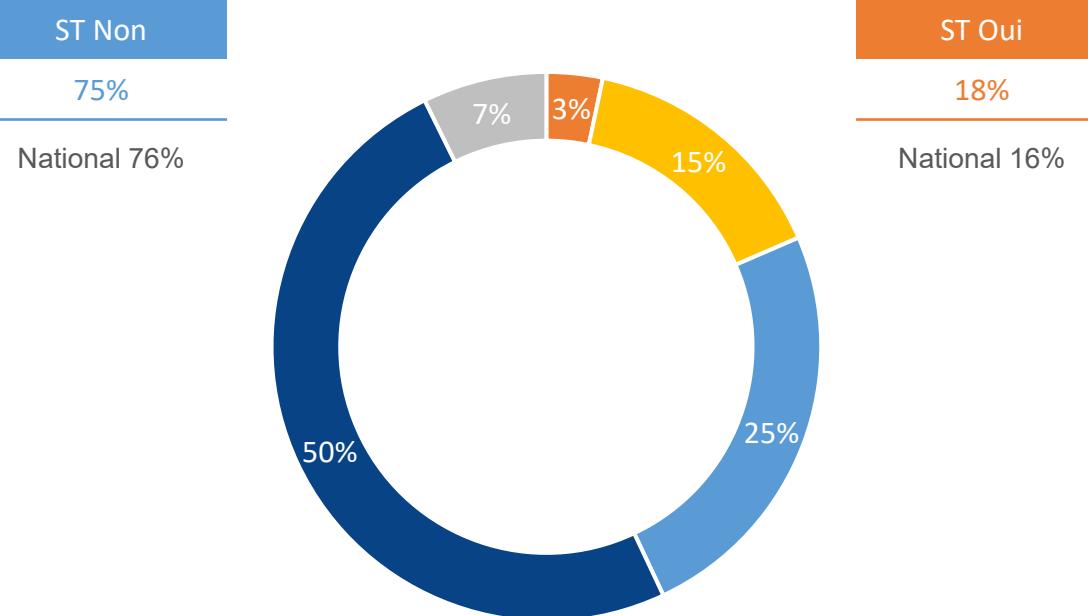
De 25 à moins de 50% 4% 7%

50% ou plus 15% Activités libérales 24% 16%

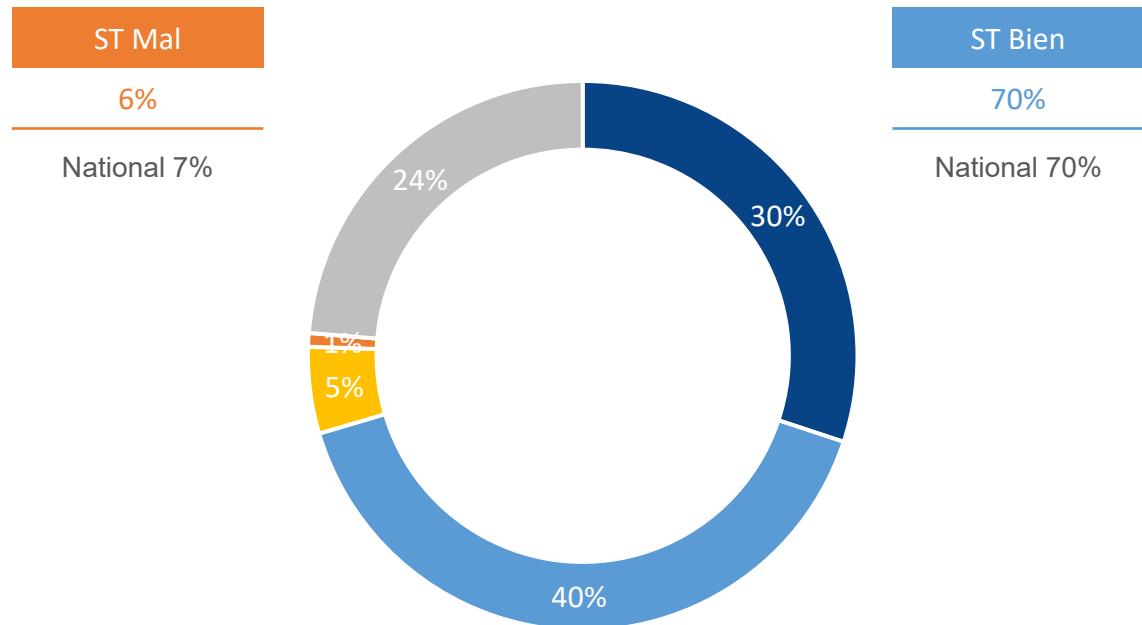
Ne sait pas 7% 6%

# 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

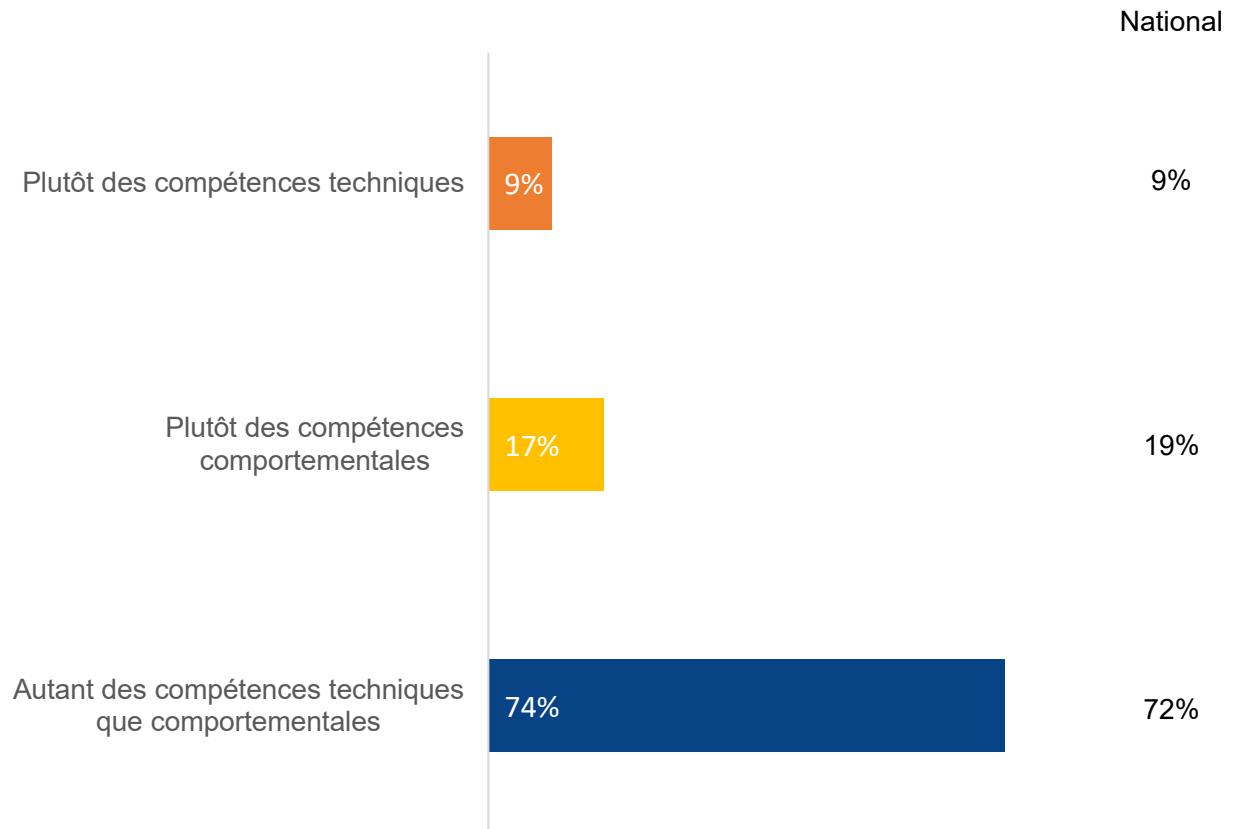


■ Oui, souvent ■ Oui, de temps en temps ■ Non, rarement ■ Non, jamais ■ Ne sait pas

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

# Les compétences attendues par les entreprises

## Compétences attendues pour un nouvel embauché

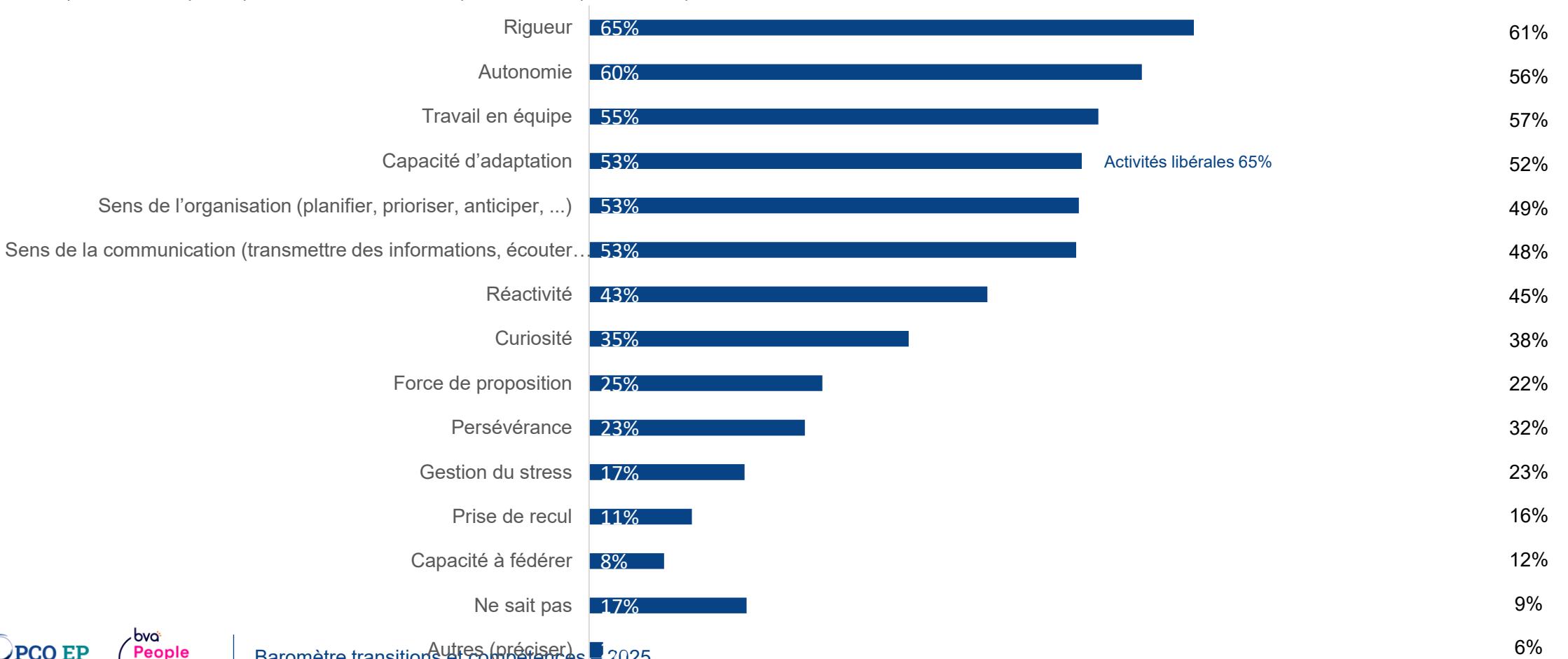


# Les compétences comportementales recherchées par les entreprises

## Compétences comportementales recherchées en priorité chez un nouvel embauché

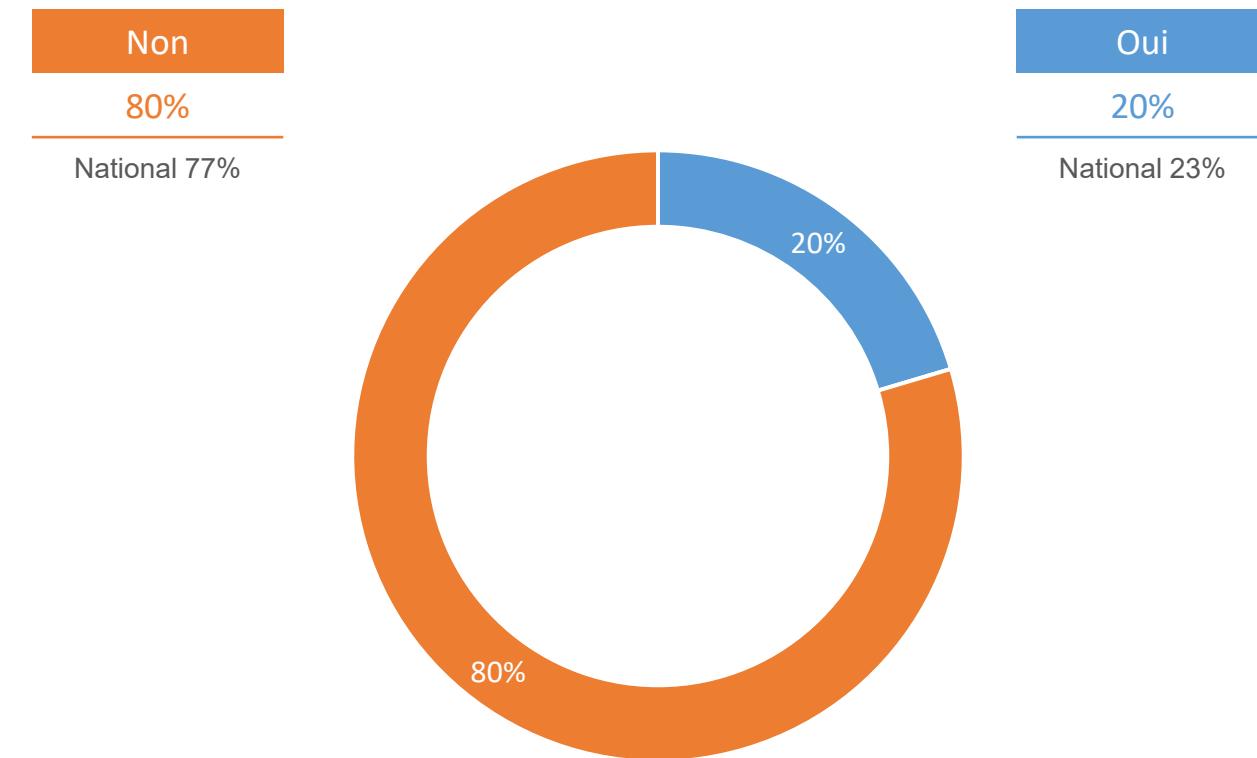
Base répondants : entreprises qui ont déclaré rechercher en priorité des compétences comportementales

National



# Transmission ou reprise d'entreprise

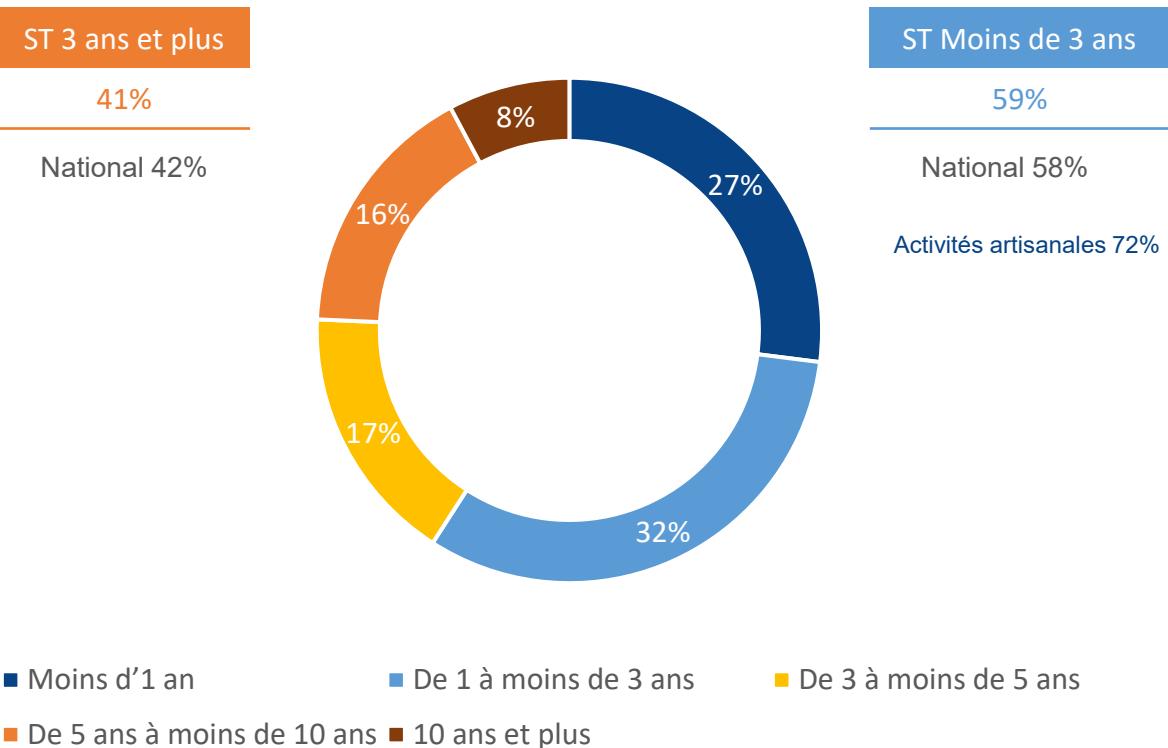
**Part des entreprises concernées par des questions de transmission ou de reprise**



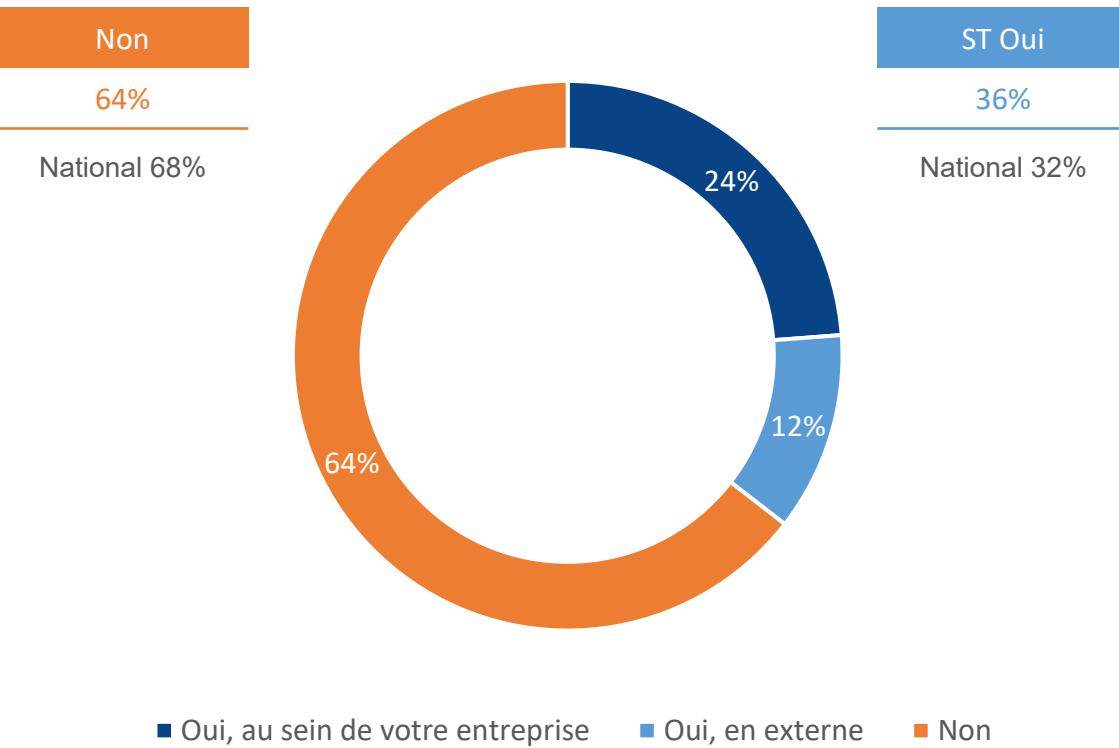
# Transmission ou reprise d'entreprise

## 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



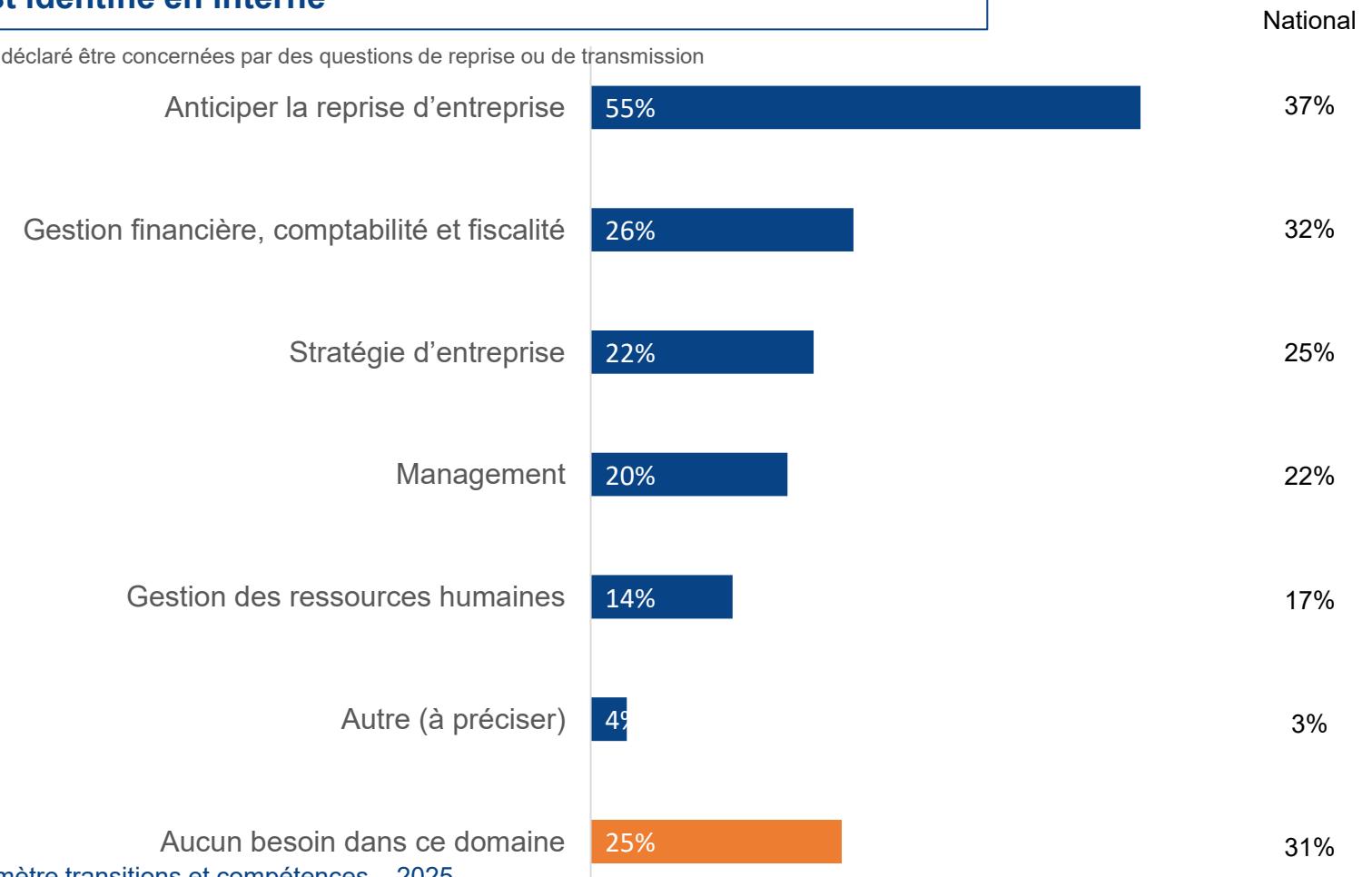
## Identification du repreneur



# 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 **méthodes de recrutement actuelles** ne répondent plus efficacement aux objectifs des entreprises. D'une part, les recruteurs font part d'un mauvais ciblage des compétences. D'autre part, les recrutements n'employant pas les outils digitaux (par exemple pour certaines branches, diffusion d'offres sur LinkedIn) souffrent d'un manque de visibilité et d'une baisse des candidatures.
- Le **décalage des profils avec les compétences recherchées** est souvent souligné. Les nouvelles générations sont perçues comme insuffisamment préparées aux exigences du monde professionnel et manquant de formations adaptées au sein des cursus académiques, sur les compétences fondamentales.
- La **transformation du rapport au travail et les aspirations des nouvelles générations** font l'objet de nombreuses remarques. La capacité des entreprises à s'adapter et à adapter leur mode de fonctionnement à ces transformations est souvent évoquée comme décisive.

99 Je pense qu'on a aussi un besoin de s'adapter à cette nouvelle génération, tout en trouvant un juste milieu pour avoir ce côté sérieux et professionnel. Donc avoir une formation de ce côté-là et les sensibiliser, mais également une adaptation de notre côté, parce que c'est la nouvelle génération qui arrive et ils ont appris comme ça. (Interprofession)

- 99
- Les recruteurs donnent de plus en plus de crédit aux compétences **de savoir-être des candidats** pour répondre à la pénurie de main d'œuvre qualifiée. L'un des axes d'attractivité des recruteurs réside dans la promesse d'un parcours de formation dispensé en interne.

Et une fois qu'on a recruté les gens, on cherche des gens motivés, juste motivés, pour qu'ils aient envie d'apprendre. (Entreprises de désinfection, désinsectisation, dératisation)

- Pour répondre à la pénurie de main d'œuvre qualifiée, certaines entreprises font le choix d'une **internalisation de la montée en compétences**, formation généralement personnalisée, perçue comme efficace mais chronophage.

# 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)

Accompagnement autour de la définition de parcours de formation pour la montée de compétences en interne et adaptation des dispositifs de formation avec des formats modulables et ciblés

Aide à la maîtrise des outils digitaux de recrutement

Renforcer les financements de formations

Accompagner les entreprises autour des enjeux de marque employeur et de définition de parcours de carrière pour fidéliser

Formation et accompagnement  
sur le management des nouvelles générations

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



[www.opcoep.fr](http://www.opcoep.fr)