



# CONSOLIDATION NATIONALE



## ÉTUDES PROSPECTIVES RÉGIONALES SUR LES MÉTIERS DU NUMÉRIQUE, DE L'INGÉNIERIE, DU CONSEIL, DES ÉTUDES ET DE L'ÉVÈNEMENT

Ces études ayant été menées avant la crise sanitaire, certaines projections ou problématiques présentées seront à réinterroger.

# SOMMAIRE

SOMMAIRE



DOCUMENT INTERACTIF :

Cliquez sur les icônes, titres et sous-titres afin de vous rendre directement sur les pages concernées !

## OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE

SYNTHÈSES  
NATIONALES  
DES 4 SECTEURS  
PRINCIPAUX DE  
LA BRANCHE

Page 9

ANALYSE  
DÉTAILLÉE DU  
SECTEUR DU  
NUMÉRIQUE

Page 15

ANALYSE  
DÉTAILLÉE DU  
SECTEUR DE  
L'INGÉNIERIE

Page 20

ANALYSE  
DÉTAILLÉE DU  
SECTEUR DU  
CONSEIL

Page 25

ANALYSE  
DÉTAILLÉE DU  
SECTEUR DE  
L'ÉVÉNEMENT

Page 30

DÉTAIL DES  
PRÉCONISA-  
TIONS

Page 35

RETOUR D'EXPÉRIENCE SUR CES ÉTUDES RÉGIONALES

Page 38



## OBJECTIFS



Consolider les travaux (*indicateurs régionaux, constats qualitatifs*) pour favoriser les inter-comparaisons entre régions et faire ressortir les tendances.

.....



Capitaliser sur les préconisations pour piloter les plans d'action qui peuvent en découler sur l'ensemble du territoire.

.....



Dresser un retour d'expérience de ces études régionales avec ses parties prenantes.

## CONTEXTE

*Après avoir réalisé sur plus de 3 ans (en intégrant les régions pilotes) 12 études régionales, avec 3 prestataires et de nombreux partenaires (représentants des régions, Direccte, de l'APEC, des rectorats...), l'OPIIEC a souhaité faire le bilan de cette opération et en tirer toutes les conclusions exploitables.*

*La consolidation des travaux intègre :*

- *La consolidation d'indicateurs formalisés sur le plan régional ;*
- *Les grandes tendances recensées ;*
- *La capitalisation des préconisations ;*
- *La cartographie des acteurs / cofinancements à mobiliser ;*
- *Les enseignements de cette initiative.*



La crise sanitaire actuelle n'ayant été anticipée par personne dans le cadre de ces études régionales, les projections chiffrées présentées reflètent la tendance structurelle des secteurs et non la résultante de la conjoncture actuelle.



# MÉTHODOLOGIE

Une méthodologie en 3 phases a été suivie entre février et avril 2020.



- PHASE 0 -  
*Travail préparatoire*



- TRAVAUX -  
*Réalisation des analyses et restitution des synthèses*

## OBJECTIFS

- Réinterroger les attentes, la démarche, le planning et l'organisation du projet.
- Échanger sur les formats de livrables.

- Réaliser les travaux de consolidation.
- Formaliser les synthèses.
- Interroger les parties prenantes.
- Finaliser les analyses et les restituer à l'OPIIEC et aux instances de branche.

## MOYENS

- Préanalyse (études et synthèses).
- Préparation d'un support de lancement.
- Analyse d'un rapport et des synthèses associées pour détecter et valider avec le chef de projet OPIIEC les éléments à capitaliser.
- Analyse des 12 rapports et 12 séries de synthèses pour consolider les éléments régionaux au niveau national.
- Analyse des éléments compilés, regard critique et production de pages de synthèse.
- Réalisation d'une série d'entretiens de retour d'expérience et perspectives avec les chefs de projets OPIIEC, référents OPIIEC de ces études, responsables d'antennes et représentants paritaires des CPREFF.
- Formalisation des conclusions et livrables finaux.
- Présentation des conclusions et livrables en commissions nationales.

## LIVRABLES

- Support de lancement
- Tableaux de synthèse des indicateurs (Xlsx).
- Rapport de présentation des analyses interrégionales et des conclusions en matière de tendances, besoins, préconisations, retours d'expérience...
- Synthèse de présentation des conclusions.
- Comptes rendus des entretiens.





# MÉTHODOLOGIE

Un important travail de consolidation des données de l'ensemble des études

450 lignes d'indicateurs \* 12 ensembles régionaux considérés \* 5 périmètres sectoriels

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	Q
	REGIONS													TRAITEMENT
	IDF	Pays de la Loire	Bretagne	Paca-Corse	BFC	Nouvelle Aquitaine	Hauts-de-France	ARA	Grand Est	Occitanie	Normandie	CVL	National	
Variables socio-démographiques														
Projections														
5	Nombre de salariés	492 163	48 997	26 906	59 317	11 212	41 575	39 300	85 022	26 810	63 063	16 684	14 328	926 167
6	Nombre d'établissements	37 178	4 092	2 849	6 874	1 793	5 448	3 781	8 257	3 860	6 788	2 056	1 649	83 623
7	Chiffre d'affaires, en M€	64 490	6 551	3 675	7 880	1 445	5 356	5 286	9 654	3 000	8 000	2 000	2 000	119 337
Autres statistiques générales														
9	Part hommes	66%	68%	68%	67%	66%	64%	63%	65%	68%	68%	68%	66%	66%
10	Part de contrats à temps complet	88%	87%	85%	87%	86%	87%	87%	88%	88%	88%	88%	88%	88%
Répartition des effectifs salariés par secteur de la branche dans la région														
12	Numérique	48%	50%	51%	41%	25%	41%	54%	44%	33%	41%	26%	44%	46%
13	Ingénierie	19%	25%	29%	38%	50%	32%	30%	39%	41%	38%	27%	27%	27%
14	Conseil	23%	12%	11%	11%	14%	13%	16%	16%	15%	11%	10%	17%	18%
15	Événementiel	1%	1,5%	<1%	<1%	<1%	<1%	1%	1%	1%	1%	<1%	1%	1%
16	Traduction	<1%	0,5%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	1%
17	Autres	10%	10%	9%	10%	10%	13%			9%	9%	15%	11%	10%
Répartition établissements de la branche selon les secteurs dans la région														
19	Numérique	31%	26%	27%	25%	22%	24%	32%	30%	25%	28%	22%	27%	29%
20	Ingénierie	16%	31%	35%	35%	40%	37%	38%	40%	39%	34%	41%	27%	27%
21	Conseil	37%	25%	21%	23%	22%	22%	29%	28%	21%	21%	20%	28%	30%
22	Événementiel / traduction	0%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	1%	1%	0%	0%	2%	1%
23	Autres	16%	17%	16%	16%	15%	16%		14%	16%	16%	17%	16%	13%
Répartition entreprises de la branche selon les secteurs dans la région														
25	Numérique	31%	29%	26%	25%	22%	23%		15%	27%	22%	22%	27%	28%
26	Ingénierie	16%	31%	34%	34%	38%	35%		39%	33%	40%	26%	25%	31%
27	Conseil	37%	23%	24%	25%	23%	24%		23%	22%	21%	29%		
28	Événementiel / traduction	2%	1%	1%	<1%	2%	1%							
29	Autres	14%	16%	15%	16%	15%	17%							

## Une cartographie régionale des principales préconisations proposées

	Enjeu	Action	Rapports de références	Acteurs concernés	Cibles	Niveau régional / national
30	Moins de 11 salariés De 11 à 49 salariés De 50 à 149 salariés De 150 à 299 salariés	80% 78% 16% 18%	75% 85% 12% 13%	85% 80% 65% 13%	80% 65% 13%	85% 13%
31	Enjeu 1 - Développement de l'attractivité de la branche et de ses métiers	Promouvoir les nouveaux modes de management par une campagne de sensibilisation	ARA	Représentants de la branche	Entreprises de la branche	Régional
32	Enjeu 1 - Développement de l'attractivité de la branche et de ses métiers	Créer des passerelles entre les instances paritaires et les jeunes entrant dans la Branche	ARA	Instances paritaires, salariés	Salariés de la branche de moins de 30 ans	Régional
33	Enjeu 1 - Développement de l'attractivité de la branche et de ses métiers	Organiser un challenge Ecoles et Lycées régional sur la valorisation des métiers	ARA, HCF	Ministère de l'Éducation nationale, CIO et CLEE régionaux, associations, entreprises, influenceurs, rectorat	Étudiants, lycéens, indirectement les personnes qui regardent le clip	Régional
34	Enjeu 1 - Développement de l'attractivité de la branche et de ses métiers	Construire une marque employeurs de Bourgogne-Franche-Comté et en faire la publicité en IDF dans une dynamique de valorisation des métiers de la branche pour attirer des profils expérimentés	BFC	Région, entreprises (formation de groupe de travail)	Entreprises de la branche (recruteurs), profils expérimentés	Régional
35	Enjeu 1 - Développement de l'attractivité de la branche et de ses métiers	Déployer un programme de learning expeditions avec des écoles dont les formations peuvent mener aux métiers de la branche	Bretagne	Écoles, entreprises de la branche	Lycéens, étudiants	Régional / national
36	Enjeu 1 - Développement de l'attractivité de la branche et de ses métiers	Réaliser des conférences présentant les métiers de la branche auprès d'étudiants, de leurs parents et de conseillers d'orientation en partenariat avec des associations implantées dans la région	Bretagne, BFC, CF	Associations spécialisées dans la promotion des métiers techniques et numériques auprès des publics féminins (Elles Bougeur, Femmes de Bretagne...), conseillers d'orientation, régions rectorat	Collégiennes, lycéennes, leurs parents et les conseils d'orientation	Régional / national
37	Enjeu 1 - Développement de l'attractivité de la branche et de ses métiers	Améliorer l'attractivité du territoire de la région Grand Est	Grand Est	Jeunes en formation, demandeurs d'emploi, salariés hors branche, pouvoirs publics, entreprises de la Branche	Organismes de formation initiale, lycéens, étudiants, parents, Professionnels de l'orientation	Régional
38	Enjeu 1 - Développement de l'attractivité de la branche et de ses métiers	Communiquer sur les projets phares et attractifs réalisés par des entreprises régionales de la Branche	IDF	Professionnels de l'orientation, organismes de formation, entreprises de la branche	Lycéens, étudiants, parents	Régional
39	Enjeu 1 - Développement de l'attractivité de la branche et de ses métiers	Réaliser plusieurs actions auprès des demandeurs d'emploi afin d'attirer un important vivier de candidats	IDF	La Direccte, Pôle Emploi, TAPEC et acteurs locaux de l'emploi	Demandeurs d'emploi	Régional / national
40	Enjeu 1 - Développement de l'attractivité de la branche et de ses métiers	Accompagner l'amélioration de la QVT pour fidéliser les profils expérimentés	IDF	ARACT, Région, DIRECCTE, Branche, ATLAS	Entreprises de la branche, professionnels expérimentés	Régional
41	Enjeu 1 - Développement de l'attractivité de la branche et de ses métiers	Assurer une formation des conseillers d'orientation par l'intermédiaire du rectorat sur les besoins des entreprises de la Branche	NA, PACA	CPREFF, rectorat, acteurs locaux impliqués dans l'orientation professionnelle (conseillers d'orientation et enseignants)	Professionnels de l'éducation et de l'orientation, lycéens, étudiants, et parents	Régional / national
42	Enjeu 1 - Développement de l'attractivité de la branche et de ses métiers	Promouvoir le « Pack Age Normandie »	Normandie	Région, métropoles normandes, organisations constitutives de la branche, les entreprises de la branche	Organismes de formation initiale, lycéens, étudiants, parents, professionnels de l'orientation	Régional
43	Enjeu 1 - Développement de l'attractivité de la branche et de ses métiers	Promouvoir les métiers et les dispositifs de formation	Normandie	Organisations constitutives de la Branche, ATLAS, région Normandie, DIRECCTE, GRISBP, Pôle Emploi, autres branches	Jeunes en formation, demandeurs d'emploi, Salariés hors branche, pouvoirs publics, entreprises de la Branche	Régional
44	Enjeu 1 - Développement de l'attractivité de la branche et de ses métiers	Mettre en avant la qualité des parcours et la qualité de vie dans chacune des entreprises	Occitanie	ARACT, Région, DIRECCTE, Branche, ATLAS, Digital Place French, South Digital	Entreprises de la branche	Régional
45	Enjeu 1 - Développement de l'attractivité de la branche et de ses métiers	Mettre en place des outils permettant aux entreprises de faire face aux évolutions des modes de travail	Occitanie	Réseaux de lieux lieux, collectivités publiques territoriales, région	Entreprises de la branche	Régional
46	Enjeu 1 - Développement de l'attractivité de la branche et de ses métiers	Assurer la coordination des nombreuses initiatives locales, régionales et nationales déjà existantes pour promouvoir les métiers de la Branche	PACA	Ensemble des acteurs impliqués dans la promotion des métiers de la branche, Pivoteur, conseillers d'orientation	Professionnels de l'éducation et de l'orientation, lycéens, étudiants, leurs parents	Régional
47	Enjeu 1 - Développement de l'attractivité de la branche et de ses métiers	Renforcer les partenariats avec des associations accompagnant des publics peu représentés	PDLL	CPREFF, associations (comme profession/, femmes ingénieurs, femmes numériques)	Professionnels de l'éducation et de l'orientation, lycéens, étudiants, leurs parents	Régional / national
48	Enjeu 1 - Développement de l'attractivité de la branche et de ses métiers	Coconstruire avec le rectorat un programme de sensibilisation des collégiens et lycéens sur les métiers de la Branche	PDLL, HCF, NA, ARA	CPREFF, Ministère de l'Éducation Nationale, rectorats, acteurs clés régionaux de la relation école (CIO et CLEE), acteurs de la région et de l'emploi (Pôle emploi/APEEC), entreprises, influenceurs	Professionnels de l'éducation et de l'orientation, lycéens, étudiants, et parents	Régional / national
49	Enjeu 2 - Amélioration de l'adéquation entre les					

Et un travail d'extrapolation de données pour combler des manques ou des écarts entre les années de production des indicateurs





NOM Prénom	ORGANISATION	FONCTION
1 ABADIE Béatrice	Opco Atlas	Déleguée régionale Pays-de-la Loire, Bretagne, Centre Val de Loire
2 BOULANGER Jean-Marc	CFTC	Président CPRE Île de France
3 CATINAT Alexandra	Opco Atlas	Chef de projet Centre Val de Loire
4 DEVAUX Gwenaëlle	Opco Atlas	Chef de projet Bretagne et Occitanie
5 HAMADACHE Neïla	Syntec Numérique	Référente OPIIEC pour le collège patronal, régions Bretagne, Grand Est, IDF et Pays de la Loire
6 MARTINEZ Michel	FO	Référent OPIIEC pour le collège salarié, région Occitanie
7 MASSARD Pamela	Opco Atlas	Chef de projet Normandie, Île de France, Bourgogne Franche Comté
8 OKHKIAN Monica	Opco Atlas	Chef de projet Auvergne-Rhône-Alpes, Nouvelle Aquitaine, Provence Alpes Côtes d'Azur
9 PENSO Jérôme	Opco Atlas	Délegué régional Occitanie
10 PORCHER Jean-Louis	CFE-CGC	Référent OPIIEC pour le collège salarié, régions Bourgogne Franche Comté, Île de France, Normandie et PACA-Corse
11 PRADOT Pascal	CFDT	Référent OPIIEC pour le collège salarié – régions Pays de la Loire, Nouvelle Aquitaine, Île de France, Grand Est, Bretagne et Centre Val de Loire
12 RASAMISON Magalie	Opco Atlas	Déleguée régionale PACA-Corse
13 RIVIER Nicolas	Opco Atlas	Délegué régional Île-de-France
14 TONDELLIER David	Opco Atlas	Délegué régional Nouvelle Aquitaine



### Questions posées en entretien

- Quels sont les éléments (*données chiffrées, qualitatives...*) issus des études prospectives régionales que vous réutilisez régulièrement et/ou que vous identifiez comme « essentiels » à produire dans ce type d'études ? Quels sont les 3 chiffres ou constats que vous retenir ?
- Quels sont les données, constats qualitatifs... qui vous manquent régulièrement et que rétrospectivement vous auriez aimé voir intégrés à/aux étude(s) que vous avez suivie(s) ? Quels sont les 3 chiffres ou constats qui vous manquent ?
- À la suite de l'étude ou des études suivie(s), quelles actions ont été mises en place ? Qui les a menés, avec quels partenaires ? À quel niveau (territorial, régional, national...) ? Comment ? Qu'est-ce qui a permis de les lancer ?
- Qu'est-ce qui, à l'inverse, n'a pas été lancé et pourquoi, selon vous ?
- Rétrospectivement, quels sont les facteurs clés de succès de cette phase de préconisations pour maximiser leur mise en œuvre ensuite ?
- Au regard de cette expérience, pour réussir de telles études régionales à l'avenir, quelles sont les 5 règles à respecter selon vous ?
- À l'inverse quelles sont les 5 erreurs à éviter ?





### Utilisation et traitement des données statistiques

L'ensemble des analyses quantitatives qui ont été réalisées pour cette étude s'appuie sur des données issues de la statistique publique. Les bases suivantes ont notamment été utilisées :

BASE DE DONNÉES	SOURCE	DESCRIPTION	UTILISATION
<b>CLAP</b> (Connaissance Locale de l'Appareil Productif)	INSEE	Liste des établissements actifs au 31/12 et effectifs salariés, répartis selon la NAF 38	<b>Mesure et répartition géographique des effectifs sur les secteurs donneurs d'ordres de la Branche</b>
<b>ACOSS statistiques</b> (Déclaration annuelle des données sociales)	URSAFF	Dénombrements des effectifs d'entreprises et de salariés selon la NAF 732 et la commune	<b>Mesure de l'évolution des effectifs dans les secteurs donneurs d'ordres de la Branche</b>
<b>DADS</b> (Déclaration annuelle des données sociales)	INSEE	Dénombrements des effectifs sur les codes NAF de la branche entre 2009 et 2014 retraités avec la part des salariés couverts par l'IDCC 1486	<b>Mesure des effectifs et de leur évolution par secteur de la branche par département</b>
<b>EMPLOI STORE</b> (Pôle Emploi)	POLE EMPLOI	Statistiques sur les salaires, diplômes, types de contrats, offres d'emploi par région	<b>Mesure de l'indice de tension des métiers les plus recherchés par les entreprises de la région</b>
<b>BMO</b> (Besoin en Main d'Œuvre)	Pôle Emploi	Recensement des besoins en recrutement par secteur d'activité et par bassin d'emploi	<b>Analyse des besoins en recrutement selon les zones géographiques et les secteurs de la branche</b>
<b>ESANE</b>	INSEE	Chiffres d'affaires médians par ETP sur l'ensemble des codes APE (croisement avec les données ACOSS)	<b>Calcul du chiffre d'affaires par secteur</b>

### Note de lecture sur les résultats d'enquête



**33%**

Dans 8 régions

**Chef/directeur de projet SI**

Dans les enquêtes régionales, la part des entreprises concernées par, dans cet exemple, *un recrutement de chef ou directeur de projet SI* était mesurée. Les données ont été consolidées au niveau national (moyenne pondérée). Le % indiqué permet donc toujours dans ce rapport d'obtenir des informations sur les parts des entreprises concernées.

Le nombre de régions précisé, ici 8, fait, lui, référence au nombre d'études régionales dans lesquelles, ici, le métier est apparu dans le top (3, 5, 8...) selon l'indicateur considéré.



### Liste des principaux codes NAF correspondant aux activités de la Branche

Secteur – Code NAF (DADS 2013 ou BASE ACOSS 2013)	Taux de couverture*
<b>Numérique</b>	
58.21Z Édition de jeux électroniques	92%
58.29A Édition de logiciels système et de réseau	91%
58.29B Édition de logiciels outils de développement et de langages	92%
58.29C Édition de logiciels applicatifs	86%
62.01Z Programmation informatique	84%
62.02A Conseil en systèmes et logiciels informatiques	89%
62.02B Tierce maintenance de systèmes et d'applications info.	60%
62.03Z Gestion d'installations informatiques	78%
62.09Z autres activités informatiques	68%
63.11Z Traitement de données, hébergement et activités connexes	63%
63.12Z Portails internet	78%
<b>Conseil &amp; Etudes</b>	
70.21Z Conseil en relations publiques et communication	60%
70.22Z Conseil pour les affaires et autres conseils de gestion	69%
73.20Z Etudes de marché et sondages	85%
78.10Z Activités des agences de placement de main-d'œuvre	0%
78.30Z Autre mise à disposition de ressources humaines	0%
<b>Ingénierie</b>	
71.12B Ingénierie, études techniques	75%
71.20B Analyses, essais et inspections techniques	39%
74.90B Activités spécialisées, scientifiques et techniques diverses	53%
<b>Événement</b>	
43.32C Agencement de lieux de vente	2%
68.20B Location de terrains et d'autres biens immobiliers	4%
68.32A Administration d'immeubles et autres biens immobiliers	0%
82.30Z Organisation de foires, salons professionnels et congrès	62%
90.04Z Gestion de salles de spectacles	4%

*Les entreprises couvertes par la CCN 1486, mais dont le code APE ne fait pas partie de la liste ci-dessus sont comptabilisées uniquement dans les indicateurs Branche et non dans les indicateurs sectoriels (catégorie « Autres/codes NAF hors champs conventionnels » dans les graphiques de répartitions d'effectifs salariés par secteurs de la Branche. Ce sont des entreprises dont l'activité n'est liée à aucun des 4 secteurs de la Branche)*

### Sources des données

- Dénombrement des effectifs salariés et établissements : INSEE – Analyse réalisée croisant les données issues de la DADS relatives à la CCN 1486 et les données par code NAF (commande spécifique du OPCO Atlas à l'INSEE).
- Sociodémographie de la Branche : INSEE – Analyses issues de la DADS au 1/12e sur la CCN 1486 – données au 31/12/2015.
- Évolution du chiffre d'affaires et des effectifs par secteur : reprise des données collectées lors du sondage auprès des entreprises de la Branche en région. Les résultats ont été redressés pour être représentatifs de la sociodémographie de la Branche. Les panels de répondants sont présentés ci-après.
- Les éléments qualitatifs sont tirés de la confrontation des entretiens individuels menés tout au long de l'étude ainsi que de la bibliographie répertoriée en fin de rapport.

*\*Part des effectifs NAF couverts par la CCN 1486 – Source DARES 2018 sur données au 31/12/2014*







SYNTHÈSES DES ÉLÉMENTS CLÉS  
POUR LES 4 PRINCIPAUX  
SECTEURS DE LA BRANCHE DES  
BUREAUX D'ÉTUDES TECHNIQUES

- ➔ *Numérique*
- ➔ *Ingénierie*
- ➔ *Conseil*
- ➔ *Événement*





Chiffres clés  
2019



≈ 442 000 salariés



≈ 21 250 entreprises

Source INSEE DADS, traitement KYU Lab, **projections 2019**



Période  
2019-2023

**+ 6,4% de CA /an**    **+ 5,9% d'effectifs salariés /an**

Environ **30 000** recrutements à réaliser par an sur la période  
2019-2023, dont **25 500** créations nettes d'emploi par an

**0,56** candidat disponible par poste publié...

...et le risque de ne pas pourvoir au moins **65 000**  
postes dans les 5 prochaines années



Chiffres clés  
2023



≈ 556 000 salariés

Source INSEE DADS, traitement KYU Lab, **projections 2023**



Impacts  
métiers et  
compétences



Métiers prévoyant le plus  
de créations de postes :

1. Développeurs (Back-End, Front-End, Full Stack...)
2. Chefs/directeurs de projet SI
3. Commerciaux ou avant-ventes



Métiers en tension

**Développeurs** (web/mobile, back, full stack, embarqué –  
JAVA/Python/PHP), **data analysts et data engineers**,  
**architectes logiciels/systèmes, administrateurs sys-  
tèmes et réseaux, chefs de projet SI, commerciaux**



Compétences les  
plus recherchées :

1. Développement web/mobile
2. Analyse des données big data
3. Anglais et autres langues



Enjeux

**1)** Développer l'attractivité du  
secteur, notamment auprès des  
collégiens/lycéens et des femmes

**2)** Augmenter le nombre de  
formations disponibles et ainsi, le  
vivier de candidats potentiels

**3)** Adapter les formations  
existantes (*initiales et continues*)  
aux besoins des entreprises





Chiffres clés  
2019



≈ 266 000 salariés



≈ 16 100 entreprises

Source INSEE DADS, traitement KYU Lab, **projections 2019**



Période  
2019-2023

**+ 4,5% de CA /an**    **+ 3,9% d'effectifs salariés /an**

Environ **12 000** recrutements à réaliser par an sur la période  
2019-2023, dont **9 400** créations nettes d'emploi par an

**1,98** candidats disponibles par poste publié



Chiffres clés  
2023



≈ 310 000 salariés

Source INSEE DADS, traitement KYU Lab, **projections 2023**



Impacts  
métiers et  
compétences



Métiers prévoyant le plus  
de créations de postes :

1. Ingénieurs spécialisés (structures, supply chain...)
2. Chefs/directeurs de projet
3. BIM Manager



Métiers en tension

Projeteurs, développeurs informatique, ingénieurs commerciaux, experts techniques expérimentés (fibre, électricité, structures, géosciences/géotechniques, l'hydrologie...), chefs de projets, data analysts/scientists...



Compétences les plus recherchées :

1. Management de projets
2. Outils numériques de l'ingénierie
3. Soft skills



Enjeux

**1)** Développer l'attractivité des filières scientifiques auprès des jeunes, notamment des femmes

**2)** Fidéliser les salariés en postes, en particulier les profils expérimentés et spécialisés

**3)** Adapter les formations existantes (initiales et continues) aux besoins des entreprises





Chiffres clés  
2019



≈ **169 000** salariés



≈ **21 000** entreprises

Source INSEE DADS, traitement KYU Lab, **projections 2019**



Période  
2019-2023

**+ 7% de CA /an**      **+ 4% d'effectifs salariés /an**

Environ **8 700** recrutements à réaliser par an sur la période 2019-2023, dont **6 700** créations nettes d'emploi par an

**3,53** candidats disponibles par poste publié



Chiffres clés  
2023



≈ **198 000** salariés

Source INSEE DADS, traitement KYU Lab, **projections 2023**



Impacts  
métiers et  
compétences



Métiers prévoyant le plus  
de créations de postes :

1. Commercial ou avant-ventes
2. Consultant management/stratégie
3. Chef/directeur de projet



Métiers en tension

Commerciaux, développeurs informatique, managers/consultants seniors en management, data analyst/data scientist, chefs de projet digital.



Compétences les plus recherchées :

1. Management de projets
2. (Web)marketing et réseaux
3. Gestion RH/admin./financière



Enjeux

**1)** Soutenir les entreprises dans le développement d'offres commerciales diversifiées et attractives

**2)** Soutenir les entreprises dans la proposition de parcours de formation et d'évolution interne

**3)** Adapter les formations existantes (*initiales et continues*) aux besoins des entreprises



Chiffres clés  
2019



≈ 10 600 salariés



≈ 1 200 entreprises

Source INSEE DADS, traitement KYU Lab, **projections 2019**



Période  
2019-2023

**+ 4%** d'emplois créés entre 2018 et 2019

*Résultats d'enquête statistiquement non représentatifs*



Chiffres clés  
2023

*Résultats d'enquête statistiquement non représentatifs*



Impacts  
métiers et  
compétences

**Métiers en tension**

Développeurs, commerciaux, responsables  
de contenus (*éditoriaux, de conférences...*).



Compétences les  
plus recherchées

- Gestion de communautés
- Hospitality management
- Usages digitaux (CRM, billetterie...)
- Langues (anglais, russe, etc.)
- Sécurité,
- Éco-conception



Enjeux

**1)** Accompagner la diversification des  
activités et la montée en compétences  
marketing et commerciales

**2)** Accompagner la transition numérique  
des entreprises, des événements et des  
compétences des salariés

**3)** Soutenir les entreprises dans  
l'effort de transmission  
d'expertise entre générations



Cliquez sur l'action pour obtenir plus d'informations à son sujet. 

### Thématique d'action

### Synthèse de l'action

### Intervention nationale (CPNEFP et ATLAS)

### Intervention régionale (responsables d'antennes et CPREFP)

<p><b>1</b> <b>Attractivité et recrutement</b></p>	<p>Promouvoir les métiers de la branche, notamment dans le cadre de la réforme du bac et des 54h d'orientation en seconde.</p> <p>Développer avec Pôle Emploi les actions de détection (MRS) et de formation (POEC) menant aux métiers les plus en tension.</p>
<p><b>2</b> <b>Formation initiale</b></p>	<p>Initier la création de Campus du Numérique dans les régions où cela semble opportun avec des spécialités répondant aux besoins locaux.</p> <p>Construire et signer des conventions régionales branche/monde de l'éducation pour renforcer les relations et échanges</p>
<p><b>3</b> <b>Formation continue</b></p>	<p>Enrichir l'offre ACN au regard des besoins recensés (cf. liste dans l'action) et les parcours certifiants en ce sens.</p> <p>Mettre en place des guichets uniques régionaux pour les clients de la branche afin de les inciter à amorcer leur transition numérique</p>
<p><b>4</b> <b>Transition numérique</b></p>	<p>Lancer une offre de diagnostics et accompagnements numériques à destination des TPME de la branche.</p> <p>Obtenir des cofinancements sur les formations à la transition numérique et plus largement sur les métiers en tension.</p>

Enrichir les supports existants (*Concepteurs d'avenir...*) et présenter la démarche à **Régions de France** et la **DGESCO**.

Rencontrer la direction générale de **Pôle Emploi** pour présenter les besoins de la branche et le souhait de déployer ces dispositifs ensemble.

Analyser les bonnes pratiques et positionnements des Campus existants. Présenter à **Régions de France** l'ambition de création de tels campus régionaux en réponse aux besoins.

Se rapprocher de la **DGESCO** et du **MENESRI** pour présenter la dynamique de la branche, ses besoins et l'ambition de conventionnement.

Proposer à la **CPNEFP de la branche** des fiches de nouvelles ACN/parcours certifiants, puis déployer les actions.

Réaliser une étude comparative sur les initiatives de certaines régions, certains clusters en la matière et identifier une cible type.

Réaliser une étude comparative des dispositifs proposés par les autres OPCO/branches/organisations professionnelles en la matière.

Rencontrer la **région** et le **rectorat** pour promouvoir l'intégration de ces contenus aux « heures d'orientation ». Faire le lien avec des professionnels pouvant intervenir en asso'...

Valider avec les entreprises les besoins prioritaires au recrutement dans la région et proposer les actions associées à **Pôle Emploi**.

Réaliser avec la **région** et les entreprises locales l'évaluation de l'opportunité et, le cas échéant, la préfiguration d'un tel campus numérique (*quels objectifs, quels partenaires, quelles spécialités...*)

Provoquer une rencontre avec le **rectorat, les écoles et universités de la région** pour partager l'ambition, affiner les actions et conventionner.

/

Rencontrer la **Directe** et la **région** afin de présenter la démarche et d'obtenir de mener le projet ensemble avec cofinancements.

Rencontrer la **Directe** afin de lui exposer les besoins des entreprises, la démarche et l'opportunité de cofinancer ces projets.

Présenter les résultats de l'étude à la **Directe** et évaluer ensemble les opportunités de cofinancements de formations.



NUMÉRIQUE



## ANALYSE PLUS DÉTAILLÉE DU SECTEUR DU NUMÉRIQUE

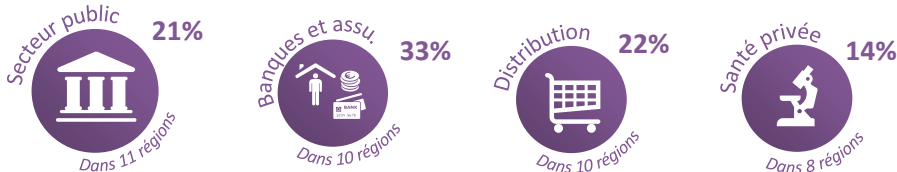




# BESOINS CLIENTS, ÉVO. RÉCENTES ET AXES DE DÉVELOPPEMENT

Dans un contexte de transition numérique, les entreprises du numérique développent leurs offres et expertises pour répondre aux besoins de leurs clients... et décrocher de nouveaux marchés.

## Principaux secteurs clients



*Note de lecture :* le secteur de la distribution est un des principaux secteurs clients de 14% des entreprises du numérique, il apparaît dans le top 8 des secteurs dans 10 régions.

Le secteur public est le secteur client le plus représenté sur le territoire. Il apparaît ainsi dans 11 régions dans le top 8 des secteurs les plus présents dans le portefeuille client des entreprises du numérique. Les autres secteurs sont davantage spécifiques à certaines régions : distribution (HDF), banques/assurances (IDF), santé privée (BFC, Bretagne, PDLL...), etc.

Du fait du poids de l'IDF, c'est toutefois le secteur banques et assurances qui est le client le plus représenté dans les entreprises du numérique (1 entreprise sur 3 le compte comme client contre 1 entreprise sur 4 pour le secteur public – 21%).

## Principaux facteurs d'évolution

Pour **1/2** entreprise du numérique la transition numérique des clients est le facteur d'évolution le plus impactant pour elles

**1/3** des entreprises cite également dans les facteurs les plus importants :

Le besoin en prestations avec des expertises plus pointues

Les ruptures technologiques chez les clients

Les évolutions propres à l'entreprise

## Axes de développement identifiés

Pour **40%** des entreprises, il s'agira de développer de nouvelles...



L'ensemble des besoins clients en prestations numériques augmente en volume. La nature des prestations évolue également avec l'intégration de nouvelles expertises, tel que le big data, la gestion et la sécurisation des données, etc. Pour y répondre, une volonté générale de diversification des expertises et des offres des entreprises du numérique apparaît (citée par 1/3 des réponses). Des actions de R&D viennent souvent compléter ces efforts, afin de mieux répondre aux attentes clients. La croissance anticipée du chiffre d'affaires du secteur est de 6% par an entre 2020 et 2023.

Cette croissance est toutefois soutenue par des secteurs et des projets différents en fonction des régions. Ainsi, une entreprise des HDF, berceau historique de la distribution française, répondra davantage à des besoins clients sur la digitalisation des points de vente et de l'expérience client. Les entreprises situées en IDF comptent en moyenne plus de clients du secteur banques/assurances (42% en IDF, contre environ 20% dans le reste de la France) et sont fréquemment confrontées à des besoins en sécurisation des données et digitalisation des offres clients.

Pour faire face à ces besoins, les TPME, tout particulièrement, plébiscitent les partenariats interentreprises. Il s'agit de bénéficier de complémentarités des compétences et d'atteindre les seuils critiques pour les référentiels nationaux. L'accompagnement plus systématique des acteurs locaux est aussi très cité, ces derniers se tournant souvent vers des prestataires des grandes métropoles françaises (Paris en tête) ou choisissant d'internaliser la compétence. L'international est un axe de développement cité essentiellement par les régions frontalières avec d'autres pays.

Dans un contexte d'accroissement des tailles d'entreprises, les entreprises de taille modeste sont aussi plus nombreuses à mentionner une nécessaire optimisation de leur organisation (74% des TPE en IDF l'anticipent déjà). Cela s'accompagne souvent d'un besoin de montée en compétences des collaborateurs (compétences managériales, commerciales...).







# BESOINS EN EMPLOIS ET EN COMPÉTENCES

Le secteur numérique recherche des profils pointus, expérimentés, polyvalents... Une combinaison souvent difficile à trouver dans un contexte de fortes difficultés de recrutement et de turnover.

Dans le secteur du numérique, des profils techniques très recherchés et en tension.

Considérés comme « le fuel de la transformation numérique », les métiers du développement (web/mobile, back, full stack, embarqué) sont les profils techniques et les compétences (JAVA/Python/PHP/DevOps en tête) les plus recherchés par les entreprises du numérique, quelle que soit la région concernée. La demande sur ce type de profil est encore plus importante hors IDF.

Le développement des enjeux relatifs à l'analyse et à la sécurisation des données donne par ailleurs lieu à une demande croissante en compétences, voire en profils, de data analysts (7% des projets de recrutements nationaux), data engineers, architectes logiciels/systèmes ou encore, dans des proportions moindres, experts sécurité. Le développement de l'intelligence artificielle fait aussi augmenter le besoin en profils et compétences spécialisés sur le sujet. Pour l'ensemble de ces métiers et compétences, les tensions au recrutement sont fortes.

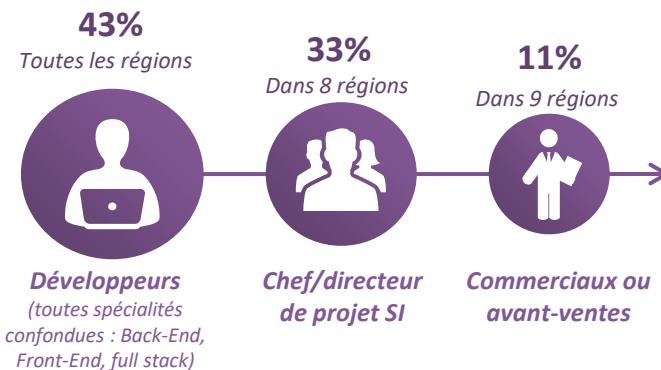
Conscientes de l'évolution rapide des technologies/langages/méthodes, les entreprises et leurs salariés concentrent l'essentiel de leurs efforts de formation sur des sujets techniques.

Des besoins en profils polyvalents, complémentaires aux profils techniques.

Beaucoup d'entreprises font de la double compétence managériale et technique un sujet prioritaire. C'est notamment lié à leurs difficultés de recrutement de profils opérationnels et expérimentés, capables d'accompagner des projets SI et de répondre aux attentes clients, parfois importantes/pointues en matière d'expertise.

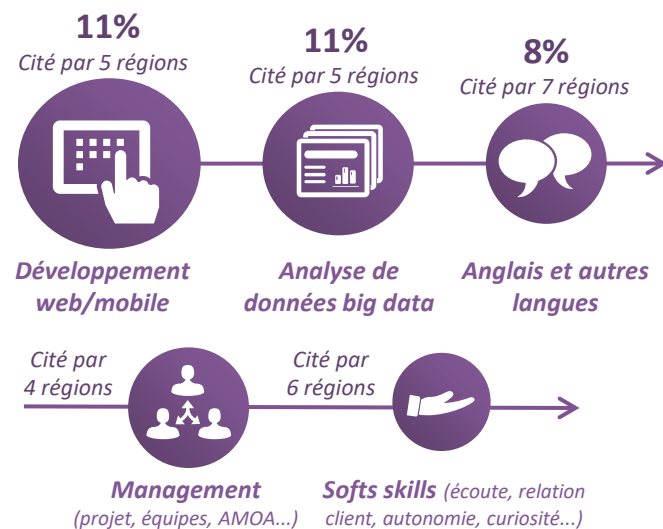
Les métiers et compétences commerciales, occupant une position stratégique dans le développement de l'activité des entreprises, sont également très recherchés. Ils témoignent de l'accent mis par le secteur sur la relation client et l'effort important qu'il reste parfois à fournir par les entreprises du numérique, afin de comprendre et traduire le besoin client en projets informatiques.

## Principaux métiers recherchés



*Note de lecture :* pour 33% des entreprises du numérique, le métier de développeur fait partie des principaux métiers recherchés au recrutement, il apparaît dans le top 5 des métiers recherchés dans toutes les régions étudiées (même lecture pour les compétences).

## Principales compétences recherchées





# PROBLÉMATIQUES RH ET ACTIONS DÉPLOYÉES POUR Y FAIRE FACE

Dans un contexte de forte concurrence, le secteur numérique peine à recruter des candidats disposant de compétences adaptées en nombre suffisant.

## ● Problématiques RH principales



**2/3** entreprises du numérique connaissent des difficultés au **recrutement**. C'est la 1<sup>re</sup> difficulté RH citée dans toutes les régions.

Autres difficultés citées par **1/3** des entreprises au global :



Formation & gestion des compétences



Gestion des carrières – fidélisation



Motivation des salariés – engagement

Des difficultés de recrutement qui s'expliquent par un volume de candidats insuffisants, des profils candidats inadaptes... et un niveau de turnover élevé.

Dans un **contexte d'accroissement de l'activité et des besoins en recrutement, le vivier de candidats disponibles annuellement (formation initiale et demandeurs d'emploi en reconversion) ne comble dans aucune région les besoins en main-d'œuvre du secteur. Le turnover, important dans le secteur, accroît par ailleurs les problématiques de recrutement des entreprises.**

En découle **une concurrence intensive au sein du secteur**, voire dans la branche et au-delà, pour recruter les profils disponibles, ce que 1 entreprise sur 2 déplore. **L'attractivité du secteur voire du territoire peut aussi augmenter ces difficultés.** Cela a été souligné en BFC, en Normandie ou dans le CVDL et pour les entreprises situées loin des grandes métropoles.

Dans **un secteur où le niveau de technicité attendu est élevé et où les expertises sont pointues**, les entreprises du numérique déplorent des formations « **trop généralistes** » et « **l'expérience opérationnelle insuffisante** » des candidats. De plus, les compétences évoluant rapidement, elles nécessitent **d'être actualisées fréquemment**. Les formations adéquates sont toutefois souvent difficiles à trouver sur les sujets de niche, d'où le recours à de la formation interne).

**Dans la branche, le numérique connaît des difficultés de recrutement à des niveaux bien supérieurs à ceux des autres secteurs.**

En moyenne, **72% des entreprises hors IDF connaissent des difficultés de recrutement, contre 61% des entreprises franciliennes.** Elles semblent, en effet, d'autant plus touchées par ce phénomène qu'elles ne bénéficient pas de l'attractivité de l'IDF et d'un vivier suffisant de candidats disponibles.

Face à de telles difficultés de recrutement, les autres problématiques RH apparaissent moins prioritaires pour les entreprises (elles sont citées, selon les régions, par 20% à 30% des entreprises).

## ● Actions de recrutement

- *Évolution des pratiques de recrutement : recours à des cabinets de recrutement, mobilisation des réseaux d'anciens, pour élargir le vivier, faire connaître le secteur et balayer certaines idées reçues, recrutements sans période d'essai...*
- *Élargissement du périmètre de recherche à des profils plus juniors, dont les entreprises assument la formation en interne.*
- *⚠ L'augmentation de la rémunération proposée n'est pas une solution plébiscitée par les entreprises du secteur (difficulté à rivaliser avec les majors du secteur/aux entreprises des grandes métropoles selon elles).*

## ● Actions de fidélisation

- *Principalement, des actions de qualité de vie au travail (team building, télétravail...) et des pratiques renforçant la cohésion d'équipes (mise en place de communautés d'experts, événements d'entreprise...)*
- *Mise en place d'un management de proximité renforcé, pour renforcer le sentiment d'appartenance et l'encadrement dans l'entreprise, en particulier au sein des ESN avec des salariés en exercice chez le client.*





# ATTENTES ET BESOINS EN RECRUTEMENT DES ENTREPRISES

Des profils insuffisants en nombre au regard des besoins du secteur en matière de recrutement... malgré une augmentation du nombre de jeunes diplômés sur les cinq dernières années.

## ● Attentes des entreprises concernant les profils des candidats recherchés

**89%** des offres d'emploi du secteur sont destinées à des profils ayant au minimum un **BAC+4/5**.

Plus de **2** / **3** offres d'emploi stipulent rechercher un profil issu d'une école d'ingénieurs spécialisée dans les domaines informatiques.

*Les formations universitaires arrivent loin derrière (≈ 17% des demandes des entreprises)*

Ces résultats s'expliquent par la **technicité** et la **spécificité** des projets numériques, mais aussi par **les attentes souvent fortes des clients sur le niveau d'expertise et de qualification de leurs prestataires** (niveau BAC+4/5).

**Le numérique, secteur le plus dynamique de la branche au recrutement, mais qui connaît également le plus de difficultés en la matière**

Le numérique représente **44% des effectifs de la branche, mais 60% des recrutements anticipés**. Cependant, dans ce contexte d'expansion importante, **les entreprises du secteur peinent à recruter, dans toutes les régions**. Les niveaux de tension varient en revanche selon la région. **Si l'IDF est la seule région qui attire davantage de diplômés qu'elle n'en perd sur ces spécialités**, notamment grâce à sa forte attractivité vis-à-vis des jeunes actifs, elle présente néanmoins un indice de tension au recrutement de **0,47 candidat disponible par poste ouvert**. Elle ne peut ainsi pas répondre à tous ses besoins en recrutement. Seule la Nouvelle-Aquitaine connaît davantage de difficultés en France, avec seulement 0,37 candidat disponible par poste ouvert. À l'inverse, seule la BFC dépasse le seuil de 1 candidat disponible par poste ouvert... mais elle représente moins de 1% des recrutements attendus.

**Alors que les attentes clients augmentent en volume et en spécificités, le manque de profils disponibles peut remettre en cause la capacité des entreprises du numérique à y répondre et à croître. En effet, sur 5 ans, on estime que 65 000 projets de recrutement au moins ne pourront pas aboutir, faute de candidats disponibles.**

## ● Besoins en recrutement des entreprises

En France, les entreprises du numérique devraient connaître, entre 2019 et 2023, une augmentation de leurs effectifs salariés de **5,9% par an**.



**INDICE DE TENSION AU RECRUTEMENT**

**0,56**

*candidat disponible pour 1 poste*





INGÉNIERIE

## ANALYSE PLUS DÉTAILLÉE DU SECTEUR DE L'INGÉNIERIE





# BESOINS CLIENTS, ÉVO. RÉCENTES ET AXES DE DÉVELOPPEMENT

L'ingénierie, un secteur confronté aux évolutions réglementaires de ses principaux secteurs clients : la construction et l'industrie.

## Principaux secteurs clients



...et l'industrie de façon générale (agroalimentaire, métallurgie, fabrication d'équipements de transport...).

*Note de lecture :* le secteur BTP/immobilier est un des principaux secteurs clients de 39% des entreprises de l'ingénierie, il apparaît dans le top 8 des secteurs clients dans toutes les régions.

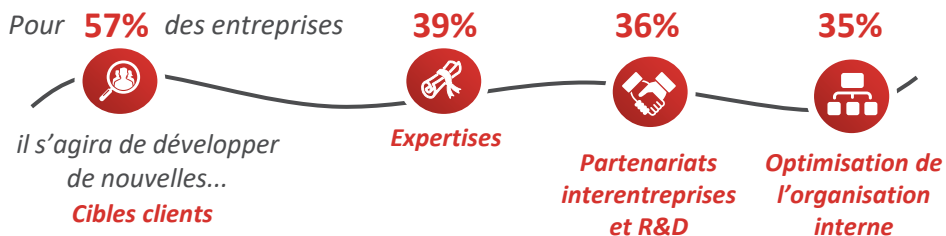
## Principaux facteurs d'évolution

**1** entreprise du secteur de l'ingénierie se dit principalement / **3** impactée par les évolutions réglementaires.

Autres facteurs d'évolution fréquemment relevés pour :



## Axes de développement identifiés



L'activité de l'ingénierie dépend dans chaque région du tissu économique régional (degré d'industrialisation et spécialités), mais on observe nationalement un dynamisme important de l'ingénierie de construction.

Jusqu'à 1 entreprise sur 2 en Nouvelle-Aquitaine et en PACA-Corse travaille pour la construction. La dynamique est soutenue par des secteurs porteurs comme l'énergie et l'environnement (jusqu'à 56% des entreprises des HDF concernées) et par les projets du secteur public (en particulier les grands chantiers d'IDF). La tendance énergie-environnement a un écho sociétal fort et les projets liés aux énergies vertes, à la dépollution ou encore aux moteurs à hydrogène côté industrie renforcent l'activité en régions.

Parallèlement, l'activité du secteur apparaît largement impactée par la mise en place de nouvelles normes réglementaires (ex. RT2020 / E+C-), de nouveaux outils ou modes de construction (BIM, préfabrication...). Ces transformations concernent aussi l'ingénierie industrielle (industrie 4.0, systèmes embarqués, RGPD...), puisque l'industrie (métallurgie, chimie, transport, pharmaceutique...) est également très présente dans le portefeuille des entreprises de l'ingénierie au niveau national.

### Une activité qui nécessite des expertises de plus en plus fines

Dans le but de mieux répondre aux attentes croissantes de leurs clients, les entreprises de l'ingénierie privilégient à l'échelle nationale le développement de nouvelles expertises et de travaux de R&D. En ce sens, elles développent les partenariats avec d'autres entreprises du secteur ou du secteur numérique.

Les attentes des nouvelles générations, les nouveaux modes projets induits par le BIM, le Lean... conduisent nombre d'entreprises à anticiper une nécessaire optimisation de leur organisation. Cela a été particulièrement souligné dans les régions Bretagne et BFC, régions aux entreprises de taille plus modeste.





# BESOINS EN EMPLOIS ET EN COMPÉTENCES

Le secteur de l'ingénierie recherche des profils aux compétences spécialisées, expérimentés et capables d'encadrer des projets... tout en s'adaptant aux exigences des projets.

## Des besoins en recrutement ciblés sur les ingénieurs spécialisés et expérimentés.

En Bretagne, PACA-C et N-A, où le BTP est d'assez loin le premier secteur client de l'ingénierie, les **ingénieurs spécialisés** (*structures, nouvelles techniques et méthodes de construction, dont BIM, électricité/fibre, géosciences/géotechnique...*) sont les profils les plus recherchés (en volume) et souvent de manière prioritaire (en criticité). En IDF, où la chimie/pharmaceutique et la santé privée sont plus développées qu'au niveau national, les ingénieurs spécialisés en plasturgie, cosmétologie, technologies biomédicales, robotique, etc. sont par exemple plus recherchés.

La présence du métier de **BIM managers** parmi les métiers les plus recherchés en France témoigne du développement progressif du recours au BIM dans les projets de construction, en particulier dans le sud de la France (*Occitanie, PACA-C et ARA*).

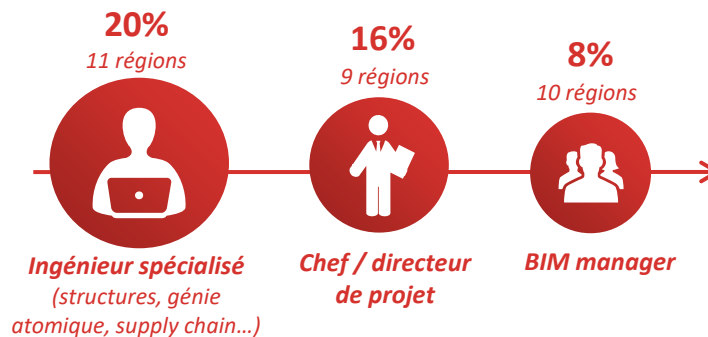
## Dans l'ingénierie, les entreprises valorisent davantage les compétences en management (de projets et d'équipe) que les autres secteurs de la branche.

Le chef/directeur de projet est d'ailleurs le second métier le plus recherché du secteur et 66% des entreprises ayant indiqué rechercher ce type de profil identifient ce recrutement comme prioritaire. Cela traduit la difficulté que rencontrent les entreprises à trouver des candidats qui répondent à leurs exigences en matière de **compétences techniques spécifiques et managériales** (expérience nécessaire pour piloter un projet ou une équipe), quelle que soit la région.

Dans la majorité des régions, les entreprises ont mis en avant leurs attentes en matière de **softs skills**. Il s'agit tout d'abord de développer sa relation client et de s'exprimer de façon adéquate par rapport à celui-ci. La capacité des salariés à innover (*inventivité, autonomie, esprit d'initiative*), à être autonome et à s'adapter aux exigences des projets sont également des compétences très recherchées.

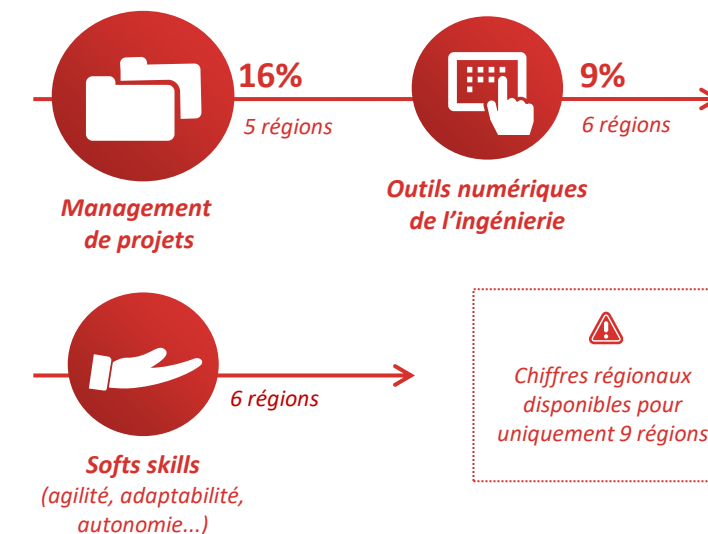
Ainsi, dans l'ingénierie, ce sont des profils expérimentés, agiles, autonomes et innovants qui sont recherchés en priorité, qu'ils soient experts techniques ou bons managers.

## Principaux métiers recherchés



*Note de lecture :* pour 8% des entreprises de l'ingénierie, le métier de BIM manager fait partie des principaux métiers recherchés au recrutement, il apparaît dans le top 5 des métiers recherchés dans 10 régions (même lecture pour les compétences).

## Principales compétences recherchées



Chiffres régionaux disponibles pour uniquement 9 régions





# PROBLÉMATIQUES RH ET ACTIONS DÉPLOYÉES POUR Y FAIRE FACE

Un problème d'inadéquation des compétences des candidats aux besoins des entreprises de l'ingénierie qui génère des difficultés de recrutement dans l'ingénierie.

## Problématiques RH principales



**60%** des entreprises du secteur de l'ingénierie connaissent des difficultés au **recrutement**. C'est la principale difficulté rencontrée dans **l'ensemble des régions**.



**38%**  
**Gestion des carrières – fidélisation**

Dans le top 5 de 8 régions



**32%**  
**Motivation des salariés – engagement**

Dans le top 5 de 9 régions



**26%**  
**Formation & gestion des compétences**

Dans le top 5 de 10 régions

En effet, si les profils généralistes semblent plus faciles à recruter, des difficultés se posent pour les entreprises spécialisées dans des **champs d'expertises pointues** (nucléaire, développement durable, BIM, nouvelles méthodes de construction, télésurveillance...). De plus, ces entreprises recherchent souvent **des profils expérimentés, plus rares encore**.

**L'ingénierie, un secteur qui exprime des besoins en matière de formations spécialisées... et en une meilleure orientation des ingénieurs vers son secteur.**

Dans ce contexte, les entreprises de l'ingénierie regrettent **l'absence de formations répondant à ces enjeux, très spécifiques, au niveau régional**. La transmission des compétences, en particulier celles de niche, devient alors un enjeu essentiel pour ces structures.

Dans certaines régions (PDLL et en NA), le **manque d'orientation des jeunes vers le secteur est présenté comme la problématique saillante** (point qui n'est pas relevé par les entreprises du numérique par exemple). L'attractivité des secteurs du BTP et l'industrie auprès des ingénieurs est forte. Ces secteurs, plus connus attirent davantage les jeunes ingénieurs.

**L'ingénierie, un secteur qui peine à recruter des profils répondant à leurs exigences en matière de compétences techniques notamment.**

Le secteur de l'ingénierie souffre moins que le numérique de la pénurie générale de profils éligibles : **en moyenne, pour 1 poste ouvert, 2 candidats sont disponibles**. Pour autant, près de 60% des entreprises déclarent rencontrer des difficultés en matière de recrutement. **Si elles jugent (55% au niveau national et même 77% en IDF) que le volume de candidats disponibles reste insuffisant, il semble aussi que l'inadaptation des profils des candidats (selon 43% des entreprises) aux besoins des entreprises complique les recrutements.**

Les autres problématiques apparaissent alors moins prioritaires.

## Actions de recrutement

- Formation en interne, notamment avec l'objectif de faire monter en compétences les collaborateurs sur des sujets de niche et d'augmenter leur employabilité.
- Recours croissant à des cabinets de recrutement, afin d'élargir les viviers de recrutement, et mise en place de partenariats (écoles/institutionnels...), pour aussi sensibiliser les étudiants aux métiers de l'ingénierie et de les attirer dans le secteur.

## Actions de fidélisation

- Mise en place d'un management de proximité renforcé, pour favoriser l'engagement et la motivation des salariés de l'entreprise (notamment pour les salariés travaillant directement chez le client), mais aussi les accompagner dans leurs apprentissages.
- Proposition d'avantages sociaux (titres restaurants, accession à un CSE, paiement de la mutuelle...) et d'une politique de rémunération plus avantageuse.





# ATTENTES ET BESOINS EN RECRUTEMENT DES ENTREPRISES

Un indice de tension au recrutement moindre que dans le secteur numérique, mais des profils disponibles qui ne couvrent pas l'ensemble des besoins du secteur en matière de recrutement.

## Attentes des entreprises concernant les profils des candidats recherchés

**84%** des offres d'emploi du secteur sont destinées à des profils ayant au minimum un **BAC+4/5**.

Plus de **2** / **3** offres d'emploi stipulent rechercher un profil issu d'une école d'ingénieurs

*Les formations universitaires arrivent loin derrière (≈ 12% des demandes des entreprises)*

Les entreprises de l'ingénierie souhaitent principalement recruter des profils BAC+4/5, compte tenu de la **technicité** et de la **spécificité** de leurs projets, mais aussi du fait d'une demande en ce sens des managers et des clients.

### L'ingénierie, un secteur en quête d'attractivité au recrutement

L'ingénierie se positionne comme le **2<sup>e</sup> secteur recruteur de la branche** (derrière le numérique et devant le conseil avec ses 8 500 recrutements prévus par an). Sur l'ensemble des régions, seules la Bretagne et la BFC disposent d'un vivier largement plus important que le nombre de recrutements à réaliser. Respectivement, leurs indices de tension sont de 5 et de 10 profils candidats disponibles par poste. Leurs besoins en recrutement sont toutefois moindres que les autres régions : 400 recrutements anticipés sur les 12 000 estimés au global. L'IDF, qui concentre 35% des effectifs du secteur (*concentration plus faible que dans le numérique où la moitié des effectifs sont en IDF*), reste la région qui recrute le plus et dispose de 1,7 profil disponible par poste ouvert.

La **faible féminisation du secteur au global est entretenue par la sous-représentation des femmes au sein des effectifs diplômés** (moins de 1/3). Il existe néanmoins des différences de taux de féminisation selon la spécialisation du diplôme (*elles sont nettement moins nombreuses que les hommes à suivre un parcours technologies et sciences industrielles, mais surreprésentées dans les filières de sciences naturelles et de chimie*). Dans un contexte de tensions au recrutement, la question de l'attractivité du secteur, en particulier vis-à-vis des femmes, est donc un enjeu de taille pour le secteur.

## Besoins en recrutement des entreprises

En France, les entreprises de l'ingénierie anticipent une augmentation de leurs effectifs salariés en moyenne de **3,9% par an** sur la période 2019-2023.



**INDICE DE TENSION AU RECRUTEMENT**

**1,98**

*candidats disponibles pour 1 poste*







ETUDES ET  
CONSEIL

## ANALYSE PLUS DÉTAILLÉE DU SECTEUR DU CONSEIL

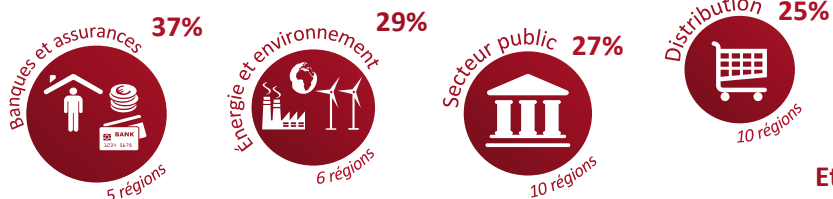




# BESOINS CLIENTS, ÉVO. RÉCENTES ET AXES DE DÉVELOPPEMENT

Le secteur du conseil et des études en quête de diversification (*clients, offres et expertises*) pour limiter de nombreuses situations de dépendance à un ou plusieurs clients.

## Secteurs clients



Etc.

*Note de lecture :* le secteur banques et assurances est l'un des principaux secteurs client de 37% des entreprises du conseil. Il apparaît dans le top 8 des secteurs dans 5 régions.

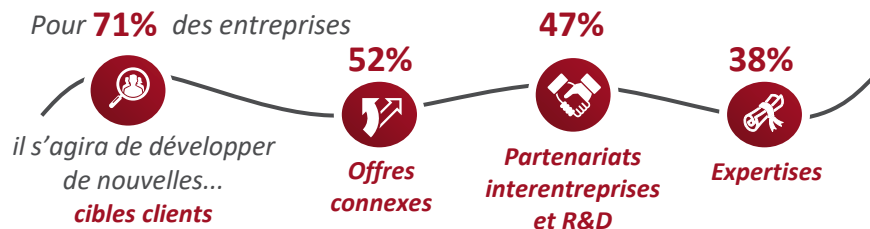
Le secteur public et la distribution sont les secteurs clients les plus présents sur le territoire. Ils apparaissent dans 10 régions dans le top 8 des secteurs principaux dans le portefeuille client des entreprises du conseil. Les autres secteurs sont plus spécifiques à certaines régions : banques/assurances (IDF, PDLL...), énergie et environnement (NA, HdF)...

## Principaux facteurs d'évolution

**1** entreprise du secteur du conseil / **3** mentionne les évolutions réglementaires comme un facteur important de l'évolution de leur activité (seul facteur cité dans quasiment toutes les régions)

Autres facteurs fréquemment cités :	<b>44%</b> des entreprises	<b>38%</b> des entreprises
	<b>Transition numérique des clients</b>	<b>Évolution des modes de travail</b>

## Axes de développement identifiés



Le secteur public, un des secteurs principaux dans de nombreuses régions, mais le 3<sup>e</sup> en matière d'entreprises du conseil concernées au total.

La dynamique d'externalisation des activités de nombreuses collectivités territoriales soutient le secteur du conseil. C'est toutefois assez variable entre régions. Si en ARA, 59% des entreprises citent le secteur public comme l'un de leurs principaux secteurs clients, elles sont seulement 13% en HDF.

Mais ce sont bien les banques/assurances qui ont recours au plus grand nombre de sociétés de conseil, devant les clients énergie/environnement.

### Une forte activité d'accompagnement au changement des clients.

Les changements à accompagner sont nombreux, ils peuvent être provoqués par des **évolutions réglementaires** (*environnement, sécurité, formation...*), par l'**essor de nouvelles technologies** numériques (*IA, big data, gestion des données personnelles, blockchain...*), par l'**évolution des modes de travail** (*télétravail, méthodes agiles...*), par des évolutions sociétales et de nouvelles attentes des clients ou des salariés (*préoccupations environnementales, RSE, intergénérationnel...*), etc. Tous peuvent appeler des prestations de conseil.

L'activité de nombreuses entreprises du secteur reste toutefois souvent **très dépendante d'un petit nombre de clients**, notamment locaux, et de la **conjuncture économique** régionale et (inter)nationale, bonne ces dernières années. Pour minimiser leurs risques, les entreprises du conseil entendent donc **se diversifier** (*notamment en IDF et régions frontalières*). Pour ce faire, elles développent leurs **cibles clients** (*en IDF 75% des entreprises privilégient cet axe*), des **offres connexes** et de **nouvelles expertises**.

### ...et de nombreuses collaborations

De nombreux rapprochements s'opèrent entre entreprises du conseil pour mobiliser des compétences complémentaires, des appuis capacitaires... **En IDF** (*elle représente la moitié des établissements et 65% du CA national*), **84%** d'entre elles déclarent travailler régulièrement avec d'autres cabinets.





# BESOINS EN EMPLOIS ET EN COMPÉTENCES

Les métiers du conseil et des études connaissent des besoins importants en profils commerciaux, dans le but de développer leurs offres et leur portefeuille client.

Les commerciaux ou avant-ventes, s'ils ne sont mis en avant que dans moins de la moitié des régions (IDF, PACA-C, NA, ARA et CVL), représentent en moyenne 16% des profils recherchés par les entreprises du secteur au niveau national.

Ils incarnent le besoin qu'éprouvent de nombreuses entreprises du secteur à développer leurs portefeuilles clients/projets, afin notamment de minimiser leur dépendance à un seul type d'acteur et/ou de mission et les risques économiques associés. Si ces besoins existent dans les autres secteurs de la branche, ils atteignent les taux les plus élevés dans le conseil. En IDF, 38% des entreprises souhaitant recruter ces profils positionnent ce recrutement comme prioritaire.

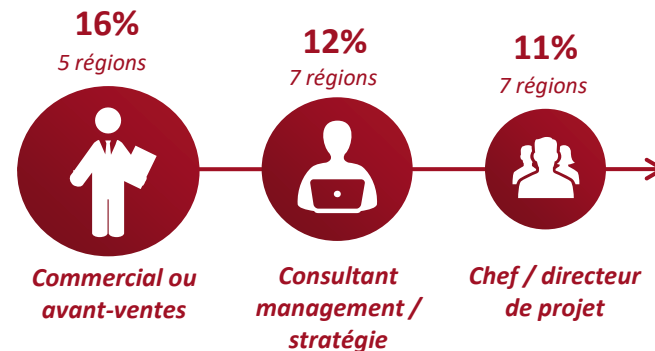
**Une recherche importante de profils consultants expérimentés et spécialisés en management/stratégie.**

Face aux enjeux d'évolution des secteurs clients du conseil, les profils de consultants en management et en stratégie sont convoités (64% des entreprises souhaitant recruter ce type de profil jugent ce recrutement prioritaire). Leurs champs d'expertise sont divers, couvrant à la fois le conseil en organisation, la conduite du changement, le marketing, la gestion des risques, la supply chain, etc. Les besoins en chefs/directeurs de projet sont forts également (54% de recrutements prioritaires, parmi les besoins en recrutements de profils exprimés). Ils témoignent d'une nécessité d'encadrer les missions à l'aide de profils expérimentés (la 1<sup>re</sup> compétence recherchée est d'ailleurs le management de projet), comme dans les autres secteurs de la branche, et de gagner en expertise.

**Les chargés d'études, métiers typiques du secteur, recherchés par 8% des entreprises.**

Si les 2/3 des régions ont cité des besoins en recrutement sur ce profil (en PDLL et en CVL, le taux atteint respectivement 14% et 13%), seuls 20% des entreprises indiquent que ces besoins sont prioritaires quand ils existent. Les compétences en « veille, analyses quantitatives/qualitatives » ne sont quant à elles citées que dans 3 régions.

## Principaux métiers recherchés



*Note de lecture :* pour 16% des entreprises du conseil, le métier de commercial ou avant ventes fait partie des principaux métiers recherchés au recrutement. Il apparaît dans le top 5 des métiers recherchés dans 5 des régions étudiées (même lecture pour les compétences).

## Principales compétences recherchées





# PROBLÉMATIQUES RH ET ACTIONS DÉPLOYÉES POUR Y FAIRE FACE

Le secteur du conseil et des études, moins impacté globalement par les problématiques de recrutement, mais peinant parfois à proposer des parcours attractifs.

## ● Problématiques RH principales



**40 %** des entreprises du secteur du conseil connaissent des difficultés au **recrutement**.

Autres problématiques rencontrées par les entreprises du secteur :



**39%**  
**Motivation des salariés – engagement**

Dans le top 5 de 7 régions



**36%**  
**Formation & gestion des compétences**

Dans le top 5 de 10 régions



**29%**  
**Turn-over**

Dans le top 5 de 4 régions

**Nombre d'entreprises expriment des difficultés à proposer des parcours de montée en compétences et d'évolutions de carrières à leurs salariés.**

Elles estiment **manquer de profils expérimentés pour encadrer et fidéliser leurs salariés, en leur offrant notamment de la visibilité sur leur parcours au sein de l'entreprise.** Or, elles identifient bien en parallèle la formation et la gestion des compétences, ainsi que la motivation des salariés comme des axes principaux de fidélisation (*enjeu fondamental pour un secteur où le turnover est globalement élevé*).

**Des candidats dont le profil ne correspond pas toujours aux attentes des entreprises.**

Si les profils « juniors » semblent globalement disponibles sur le marché, **les profils expérimentés (5 à 10 ans d'expérience) et spécialisés (comme celui cité de « consultant en technologies médicales » par exemple) manquent.**

Dans les recrutements les savoir-être constituent souvent un critère principal évalué dans le processus.

**Les entreprises du conseil bénéficient d'un vivier de candidats plus large et important en volume que les autres secteurs de la branche, pour des besoins en recrutement, relativement, moindres.**

**Si le recrutement est présenté comme la principale difficulté RH du conseil (40% des entreprises sont concernées et cette difficulté est citée dans toutes les régions), il l'est à des niveaux bien inférieurs que dans l'ingénierie (66%) ou le numérique (89%).**

Plus généralement, les entreprises du secteur, si elles éprouvent moins de difficultés de recrutement, font surtout face à un **turnover important, ce qu'elles attribuent souvent à un manque de motivation/engagement de leurs salariés vis-à-vis de l'entreprise...**

## ● Actions de recrutement

- Formation des collaborateurs en interne sur les compétences propres aux entreprises et les soft skills, ce qui permet d'ailleurs aux collaborateurs de maximiser leur employabilité.
- Dans une moindre mesure, mise en place de nouvelles pratiques de recrutement pour recruter des profils plus spécialisés.

## ● Actions de fidélisation

- Mise en place d'un management de proximité renforcé afin notamment de mieux prendre en compte les attentes des salariés en matière d'évolution professionnelle et de montée en compétence.
- Mise en place d'une politique de qualité de vie au travail (comme la mise en place d'espaces de pause) et d'actions de cohésion d'équipe, dans une optique de fidélisation.
- La proposition d'avantages sociaux (titres restaurants, accession à un CSE, paiement de la mutuelle...) apparaît beaucoup moins plébiscitée par les entreprises du conseil que dans les autres secteurs.





# ATTENTES ET BESOINS EN RECRUTEMENT DES ENTREPRISES

Le secteur du conseil bénéficie d'une réelle diversité de profils au recrutement et en conséquence d'un important vivier pour les profils juniors, la problématique des seniors est toute autre.

## Attentes des entreprises concernant les profils des candidats recherchés

**78%** des offres d'emploi du secteur sont destinées à des profils ayant au minimum un **BAC+4/5**.

**44%** des offres d'emploi stipulent rechercher un profil issu d'une école d'ingénieurs, **35%** un profil issu d'une université et **14%** un profil issu d'une école de commerce.

Le secteur du conseil, contrairement aux secteurs du numérique et de l'ingénierie, se démarque par la **diversité de profils et de formations qui y préparent** (écoles d'ingénieurs, IEP, universités, écoles de commerce...). Le niveau d'étude attendu reste élevé (BAC+4/5), mais relativement moindre en moyenne que les secteurs du numérique (89% à BAC+4/5) et de l'ingénierie (84%). Le vivier de recrutement du secteur est donc plus large que pour les autres secteurs de la branche.

De cela découlent notamment des tensions au recrutement moins importantes que dans les autres secteurs de la branche.

En effet, au niveau national, l'**indice de tension au recrutement du secteur du conseil est inférieur à celui de l'ingénierie (1,9) et surtout à celui du numérique (0,6)**. Chaque région dispose en moyenne de plus d'un candidat disponible par recrutement. Certaines régions comme la BFC et la Bretagne ont même un vivier largement excédentaire avec des indices de tension respectifs de 6,2 et de 5,2 profils disponibles par poste. Leurs besoins sont toutefois moindres que les autres régions : 200 recrutements anticipés sur les 8 700 estimés au global. D'autres régions, comme les PDLL ou le CVL présentent à l'inverse des indices de tension plus élevés (respectivement 2,3 et 1,5 candidat disponible par poste).

La situation au global, moins problématique que celle que connaissent les autres secteurs de la branche, peut toutefois **masquer des phénomènes isolés sur certains territoires, sur certaines spécialités ou sur des profils** (ex. expérimentés) qui peuvent connaître une forte tension au recrutement. La formation continue constitue alors un levier important afin d'adapter les besoins en compétences aux besoins en accompagnement du territoire. Pour ce faire, les entreprises mobilisent en priorité des formations en **management et stratégie, en numérique et SI, et en risques et sécurité**.

## Besoins en recrutement des entreprises

En France, les entreprises du conseil anticipent une augmentation de leurs effectifs salariés en moyenne de **4% par an** sur la période 2019-2023.



**INDICE DE TENSION AU RECRUTEMENT**

**3,53**

candidats disponibles pour 1 poste





ÉVÉNEMENT

## ANALYSE PLUS DÉTAILLÉE DU SECTEUR DE L'ÉVÉNEMENT





# ÉVOLUTIONS RÉCENTES DU SECTEUR ET COMPÉTENCES RECHERCHÉES

Une transformation du secteur de l'événement très focalisée sur les opportunités induites par la transition numérique.

Les entreprises de l'événement anticipaient, avant la crise sanitaire, une croissance de leur chiffre d'affaires de **3% par an** sur 2019-2023.

## Un secteur marqué par une transformation de ses activités

Le secteur enregistre une **hausse de son activité**. Cette dernière est notamment **soutenue par l'essor touristique** des différentes régions françaises et la **diversification des événements organisés**. En effet, les traditionnelles foires commerciales perdent en importance, au profit du **développement de nouveaux événements comme des séminaires d'entreprises, des conférences, des lancements de produits, des événements sportifs ou culturels...**

Face aux restrictions budgétaires des exposants/visiteurs, on assiste également à **une réduction des durées des événements**, ce qui renforce le besoin de **gérer de manière optimale les projets** et les ressources.

Par ailleurs, la transition numérique entraîne une **transformation importante des événements** (de la gestion de la billetterie à l'animation des communautés en ligne en passant par les innovations technologiques sur les stands pour améliorer l'expérience visiteur...) et à **une plus grande personnalisation encore des offres** pour la clientèle. **L'utilisation de la donnée** notamment se renforce largement, que ce soit en ligne (principe de « retargetting » par exemple pour adresser un visiteur ou exposant potentiel en fonction de son profil de navigation) ou lors du salon pour alimenter les exposants en données sur les visiteurs... Dans certaines régions, de réels partenariats se nouent avec les startups pour éprouver leurs innovations.

Enfin, le contexte sociétal global impacte les événements, que ce soit sur les thématiques adressées comme sur les moyens de le mettre en œuvre. Ainsi l'événement se veut **plus responsable (RSE), vertueux écologiquement (écoconception), dans un contexte de sécurité renforcée...**

## Un besoin prioritaire en compétences numériques et commerciales

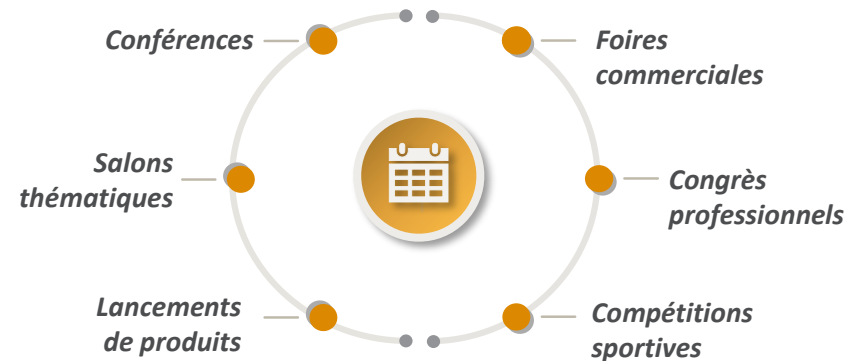
Dans le secteur de l'événement, les **compétences commerciales doivent se développer** pour intégrer plus de **communication/marketing**, plus de **prospection**, un discours plus **technique** et orienté sur la capacité de **mise en relation avec les clients et le ROI** associé à la participation...

Les **compétences numériques** sont également très demandées, pour **choisir et déployer des solutions** (billetterie, CRM, solutions de géolocalisation, outils marketing...), **animer les communautés** en ligne...

Le **contexte sécuritaire actuel** (plan Vigipirate) complète les besoins classiques en sécurité (CACES, travail en hauteur...) sur une dimension sûreté des biens et des personnes (surveillance vidéo, profiling...).

D'autres compétences se renforcent sur l'**hospitality management** pour améliorer l'expérience visiteur, sur les **relations publiques** pour valoriser la filière auprès des acteurs locaux, sur les **langues** dans un contexte d'internationalisation des événements, en **écoconception**...

De nouveaux métiers émergent également, par exemple en **production de contenu sur les événements** (proposition de contenus adaptés et attractifs dans des conférences annexes, recrutement de conférenciers...).





Dans un contexte de concurrence forte avec les autres secteurs de la branche, l'événement connaît des difficultés importantes en matière de recrutement de profils commerciaux et techniques.

## Attentes des entreprises concernant les profils des candidats recherchés

**74%** des offres d'emploi du secteur

sont destinées à des profils ayant au minimum un **BAC+4/5**.

Environ **2/3** offres d'emploi stipulent rechercher un profil issu d'une école d'ingénieurs.

De nombreuses offres d'emploi portent sur des **profils commerciaux** (avec des compétences en développement de ventes additionnelles et en marketing) et **techniques** (niveau BAC à BAC+3), les plus difficiles à pourvoir dans le secteur.

## Sujets de formation

La formation continue constitue un levier important des entreprises de l'événement afin de répondre à leurs besoins en compétences. Elles privilégient les formations en management et stratégie, en numérique et SI, et en risques et sécurité, mais également le BTP et la maintenance, ou encore la médiation culturelle (promotion et présentation de produits culturels aux écoles, associations...).

## Actions de recrutement

- Modification des pratiques de recrutement (moindre sélectivité) et formation des collaborateurs afin de permettre leur montée en compétences...
- Des opérations de formations sont parfois mutualisées avec d'autres secteurs sur les populations d'intermittents du spectacle, auxquelles les professionnels de l'événement peuvent avoir recours.

Le secteur de l'événement est le plus féminisé de la branche (le taux de féminisation étant égal à 46%) et la dynamique en formation initiale pourrait augmenter cette tendance dans les prochaines années.

Sa forte saisonnalité explique pour partie une part moins importante de contrats à durée indéterminée (estimée à 83% des salariés contre 94% dans le secteur du numérique par exemple).

**Le secteur éprouve principalement des difficultés à recruter des profils commerciaux ou techniques, en concurrence forte avec de nombreux autres secteurs sur ces profils assez transverses.**

Dans l'ensemble des régions, les entreprises du secteur soulignent souvent l'absence de difficultés de recrutement sur les métiers de la communication, du marketing et du design, de la gestion de projets événements pour lesquelles elles constatent une surabondance de formations et une bonne attractivité du secteur pour les jeunes. Elles constatent à l'inverse parfois un manque de débouchés pour les candidats.

En revanche, des difficultés sont rencontrées sur le recrutement de profils commerciaux ou techniques (maintenance, BTP, montage de stand, projeteur, menuisier...), notamment sur les niveaux de qualification élevés. Sur ces recrutements, les entreprises déplorent un volume de candidatures insuffisant. Elles l'expliquent par une moindre visibilité du secteur événement pour ces métiers, en regard de la forte concurrence (ces profils de commerciaux, techniciens de maintenance... étant très recherchés par ailleurs).

Ces difficultés conduisent les entreprises à renforcer la transmission d'expertise entre une première génération qui s'est professionnalisée sur l'événement, mais va partir progressivement, et les nouveaux.

Concernant les métiers de la data, la pénurie générale conduit à une surenchère des rémunérations entre entreprises tous secteurs confondus, difficilement soutenable pour l'événement.












## PRÉCONISATIONS DES ÉTUDES RÉGIONALES



### 1 Développer l'attractivité et faciliter les recrutements

Thèmes	Préconisations	Niveau de portage	Partenaires identifiés
Organisation de « Learning expedition »	Identifier les écoles dont les formations peuvent mener aux métiers de la branche, contacter leurs responsables pédagogiques et organiser des « <a href="#">learning expedition</a> » (ex. : « <i>Cybersécurité et enjeux en entreprise</i> », « <i>Innovations RH/managériales</i> », etc.) au cours desquelles les étudiants pourront découvrir les activités/métiers des entreprises participantes.	National / Régional	ATLAS, CPREFF, écoles dont les formations mènent aux métiers de la branche, entreprises de la branche
★ Sensibilisation des jeunes et en particulier des publics féminins	<p>Enrichir les contenus nationaux de promotion des métiers à destination des élèves de seconde des lycées généraux et technologiques. Promouvoir ces contenus auprès des acteurs de l'orientation et tout particulièrement des Régions et rectorats pour la mise en œuvre des <a href="#">54 heures d'orientation en seconde</a>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Rencontrer dans chaque région la Région et le rectorat et proposer ce programme de sensibilisation des collégiens et lycéens sur les métiers de la Branche ; proposer des interventions de professionnels (parrainage, interventions de professionnels) après les avoir recensés localement.</li> <li>Se rapprocher d'associations implantées au niveau régional représentant les publics féminins pour nouer des partenariats, afin d'organiser des campagnes dédiées de promotion des formations/carières scientifiques (sous un angle numérique/ingénierie).</li> </ul>	National / Régional	ATLAS, CPREFF, entreprises de la branche, org. professionnelles, Régions, rectorats, conseillers d'orientation, CIO, CLEE, associations (Elles Bougent, Profession'L, Femmes ingénieurs, Femmes@numérique...)
★ Actions pour le recrutement avec Pôle Emploi	Développer la participation des entreprises de la branche à des projets expérimentaux de contextualisation (notamment dans le numérique et sur le métier de développeur) de la <a href="#">Méthode de Recrutement par Simulation (MRS)</a> , adossée à des POEC types, ou encore l'utilisation par les entreprises de <a href="#">La bonne compétence pro.</a>	National / Régional	Pôle Emploi
Développer les actions de QVT	Engager des dialogues avec l'ANACT et des rapprochements régionaux avec les ARACT pour engager et communiquer sur <a href="#">des projets communs</a> sur les conditions de travail (FACT...) et la QVT.	National / Régional	ATLAS, CPREFF, ANACT / ARACT
Marketing RH	Développer la compétence marketing RH au sein de la branche et prévoyant une action collective sur le sujet ou une offre de diagnostic/ <a href="#">accompagnement marque employeur</a> .	National	ATLAS, OF, prestataires

### 2 Assurer une meilleure adéquation entre formation initiale et besoins des entreprises

Thèmes	Préconisations	Niveau de portage	Partenaires identifiés
★ <b>Création de Campus numériques régionaux</b>	Préparer ( <i>étude de l'existant, des bonnes pratiques...</i> ) et animer la création de Campus Numériques régionaux mêlant formation initiale et formation continue, avec des spécificités par région pour répondre aux besoins locaux ( <i>recrutement, secteurs clients, types d'offres...</i> )	 National  Régional	ATLAS, OPIIEC, CPREFP, OF, Régions, CMQ, clusters, entreprises de la branche...
<b>Mise en place de GEIQ</b>	Expérimenter dans quelques régions tests, la mise en place de <u>GEIQ</u> ( <i>Groupement d'Employeurs pour l'Insertion et la Qualification</i> ) pour favoriser la formation en alternance de profils spécialisés répondants aux besoins des entreprises de la branche.	 Régional	ATLAS, CPREFP, entreprises de la branche, Direccte, OF
<b>Adaptation de l'offre de formation initiale</b>	Promouvoir le développement de formations initiales sur certaines thématiques en tension et moins couvertes ( <i>Data, énergie et environnement...</i> ) et évaluer l'opportunité de créer des <u>CFA de branche/sectoriels</u> , pour améliorer l'offre de formation notamment au niveau Licence Pro et Master. Promouvoir en parallèle la formation par alternance.	 National  Régional	ATLAS, MENESRI, DGESCO/rectorats, OF, entreprises de la branche
★ <b>Développement des collaborations avec les acteurs de la formation initiale</b>	<p>Construire un format type de <u>convention régionale branche monde de l'éducation</u>.</p> <p>Travailler et signer des conventions régionales rectorats/écoles/universités/branche pour dynamiser les relations « Enseignant-enseignement/Entreprises » et « Entreprises/Écoles ».</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Possibilité pour les enseignants de venir en immersion en entreprise (<i>découverte du BIM dans l'ingénierie, travail sur les derniers langages dans des entreprises du numérique...</i>), sous la forme de stages de 2 à 3 mois l'été par exemple (<i>contraintes cernées avec les inspecteurs : emploi du temps, disponibilité, prise en charge des salaires...</i>).</li> <li>• Organisation régulière de retours d'expérience des professionnels vers les enseignants (<i>demi-journées</i>) et d'actions de formation (<i>notamment sur le BIM</i>).</li> <li>• Interventions des professionnels dans les enseignements et dans les jurys.</li> <li>• Organisation d'une séance d'échange annuelle sur l'expression des besoins des entreprises.</li> </ul>	 National  Régional	ATLAS, CPREFP, MENESRI, DGESCO/rectorats, écoles, entreprises de la branche

### 3 Assurer une meilleure adéquation entre l'offre de formation continue et les besoins des professionnels

Thèmes	Préconisations	Niveau de portage	Partenaires identifiés
<b>Création de nouveaux parcours certifiants de branche</b>	<p>Promouvoir le dispositif C-Certif et développer les certifications accessibles en ligne :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Construire une offre de parcours certifiants pour des salariés en seconde partie de carrière souhaitant intégrer notre branche sur les métiers en tension.</li> <li>• Créer une offre de certification et de formation « consultant en recrutement »</li> </ul>	National	ATLAS, OPIIEC, prestataires
<b>AFEST</b>	<p>Communiquer sur le programme national de déploiement et de promotion de l'AFEST mis en place par ATLAS.</p>	National	ATLAS, OPIIEC
<b>Formations courtes</b>	<p>Construire et proposer une offre de formations continues courtes en ligne sur les « secteurs clients » phares pour aider les professionnels à mieux appréhender leurs évolutions/besoins, et adapter leurs offres et la manière de les promouvoir.</p>	Régional	ATLAS, OPIIEC, OF
<b>Enrichissement des ACN sur les sujets suivants</b>	<p>Enrichir l'offre ACN et éventuellement l'offre de parcours certifiants associés :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les méthodes de gestion d'innovation (design thinking, CK, etc.)</li> <li>• Les Data Sciences/la valorisation de la data</li> <li>• La Communication et story telling pour les consultants</li> <li>• La maîtrise de l'énergie et la transformation énergétique</li> <li>• La maintenance/GMAO et la supply chain en industrie 4.0</li> <li>• La bioéconomie</li> <li>• Le droit du numérique, éthique et numérique, fondamentaux, cadres et frontières</li> <li>• Le marketing et web-marketing</li> </ul>	National	ATLAS, OF

### 4 Accompagner la transition numérique sur les territoires

Thèmes	Préconisations	Niveau de portage	Partenaires identifiés
<p><b>Promotion des projets et acteurs de la transition numérique</b></p>	<p>Concevoir, mettre en ligne et promouvoir des <u>guichets uniques régionaux des acteurs intervenant sur la transformation numérique</u> pour expliquer aux clients de quoi il s'agit, les bénéfices constatés... proposer des exemples de projets innovants en région et donner de la visibilité aux prestataires locaux de la branche.</p>	<p>National Régional</p>	<p>ATLAS, DGE, CPREFP, Région, Direccte, entreprises de la branche – tous secteurs - accompagnant la transition numérique des clients</p>
<p><b>Diagnostics et accompagnement à la transition numérique au sein de la branche</b></p>	<p>Concevoir et mettre en ligne un <u>outil d'autodiagnostic de maturité numérique</u>, à destination des dirigeants de TPME. Grâce à l'outil, identifier les entreprises ayant les plus grands besoins d'évolution et leur proposer, si elles le souhaitent un <u>accompagnement personnalisé</u> à la transition numérique sur un format court (2-3 jours), réalisé par des consultants.</p>	<p>National Régional</p>	<p>ATLAS, Direccte, prestataires</p>
<p><b>Présenter ces études et mobiliser les cofinancements</b></p>	<p>Présenter les résultats de ces études aux Régions et Direccte pour obtenir des cofinancements sur les formations à la transition numérique et plus largement sur les métiers en tension. Favoriser également la mise en place de POEC type avec Pôle Emploi.</p>	<p>Régional</p>	<p>ATLAS, CPREFP, Direccte, Régions, Pôle Emploi</p>



## RETOURS D'EXPÉRIENCE SUR LA CONDUITE ET L'EXPLOITATION DE CES ÉTUDES RÉGIONALES





## Niveau de satisfaction et constats réutilisés

Les acteurs interrogés ont souligné **leur satisfaction vis-à-vis de ces études régionales** :

- Les études ont été jugées **très complètes**, que ce soit sur les dimensions qualitatives et que quantitatives ;
- L'adoption d'une même approche par région et par secteur a été jugée intéressante, car elle a permis d'obtenir une **homogénéité** de livrables et de réaliser des **comparaisons** entre régions ;
- Au final, une seule région (CVL) a vu son étude réalisée par un cabinet local, ce qui a permis dans ce cas précis de mobiliser davantage d'acteurs locaux (*néanmoins, certains cabinets de conseil localement concurrents ont refusé de participer*).

Globalement, **les résultats obtenus n'ont pas surpris les acteurs** (*avec globalement peu de spécificités régionales très marquées*). Ils sont plutôt venus confirmer des intuitions, sur lesquels les acteurs n'avaient néanmoins pas de données chiffrées.

Ces études constituent un **outil au service de l'échange avec les acteurs institutionnels** (*l'État, la Direccte, la région, le ministère de l'Éducation nationale, de ministère l'Enseignement supérieur et de la Recherche, les rectorats, Pôle Emploi, l'APEC...*), les partenaires sociaux (*clusters affiliés à Syntec, syndicats*) ou les entreprises.

En effet, grâce à ces données, les délégués régionaux soulignent le sentiment d'être davantage écoutés par les acteurs institutionnels, car elles permettent de chiffrer des constats/besoins déjà connus. Ainsi, les éléments obtenus ont pu être réutilisés par les délégués régionaux dans le cadre d'appels à projets et ont permis notamment l'obtention de subventions (*actions d'attractivité du secteur/promotion des métiers, de formation/développement des compétences en tension...*) pour plusieurs centaines de milliers d'euros. **C'est davantage le cas avec les premières études réalisées, pour lesquelles la phase post-étude est plus avancée.**

## Données plébiscitées :

- Métiers/compétences en tension ;
- Viviers disponibles (*notamment le nombre de diplômés*) ;
- Plus généralement, l'ensemble des données difficiles à obtenir via la statistique publique : difficultés RH, taux de tension par métier, besoins en recrutement, nombre de recrutements non réalisés faute de candidats...

## Axes d'approfondissement cités :

- Réaliser une analyse quantitative plus fine au niveau territorial (*départemental, voire zone d'emploi*) pour quelques indicateurs clés, car de nombreux partenariats sont actionnés localement.
- Cartographier plus finement toutes les formations menant aux métiers de la branche sur les territoires (*pour compléter l'approche quantitative des données ministérielles*).
- Penser à des formats plus synthétiques encore à présenter en introduction et conclusion de chaque COPIL (*les principaux chiffres et constats clés*), les livrables étant sinon très épais.
- Mener une étude globale sur un ou plusieurs métiers en tension (*exemple : les développeurs*), car la branche BETIC n'est pas la seule à être intéressée par ce type de profils ;
- Actualiser régulièrement les éléments quantitatifs (*tous les ans*) et les éléments qualitatifs (*tous les deux ou trois ans*).



## Actions mises en œuvre

### Avant-propos:

*Les études régionales ont été menées sur 3 années différentes et certaines études régionales étaient encore en cours de validation auprès des instances de branche lors de la réalisation de la consolidation nationale des données (les pistes d'actions n'avaient donc pas encore pu être mises en place). Il était donc impossible d'analyser l'impact des actions mises en place à la suite de ces études sur l'ensemble des régions.*

Globalement, les pistes d'actions présentées par les cabinets au cours des études régionales ont été jugées **intéressantes**. Elles ont par exemple permis d'/de :

- **Obtenir des cofinancements et conduire des actions conjointes dans chaque région avec la Direccte et la région, notamment en matière d'attractivité des métiers** (en particulier vis-à-vis des jeunes : transmission de kits pédagogiques présentant la branche au rectorat en Nouvelle-Aquitaine dans le cadre de *Concepteurs d'Avenir*, organisation de l'événement « *Intellibreizh* » en Bretagne...), avec **les acteurs de l'emploi et de la formation** (signature d'un *Contrat d'Objectif Territorial* avec la région PDLL, mise en place en N-A d'un GT de réflexion sur la création d'un *Campus numérique régional*, sur le modèle du *Campus de la région ARA*...). Le numérique est souvent un secteur test pour ces actions, avant une généralisation aux autres secteurs si l'action est jugée satisfaisante.
- **Réorienter certaines actions**. Ainsi, en Occitanie, la branche ne participe dorénavant plus à des salons généralistes (*résultats trop incertains/diffus au regard de l'investissement et de la spécificité des besoins*), mais à des salons plus spécifiques (*exemple : métiers du numérique*).

Les acteurs interrogés notent que les régions où les dynamiques ont été les plus fortes sont également **les régions où des partenaires institutionnels (Direccte, région, Pôle Emploi, rectorat...) ou partenaires de la branche (clusters...) ont pris part au pilotage de l'étude et/ou étaient présents en GT.**

### Bonnes pratiques et axes d'amélioration/de poursuite :

- Proposer des plans d'action détaillés, priorisant les actions selon leur degré de priorité, désignant les acteurs concernés, illustrant avec des actions mises en place par d'autres, disposant d'indicateurs temporels et financiers.
- Améliorer l'appropriation des résultats des études et l'implication dans les futures actions en mobilisant des institutionnels (*région, Direccte, rectorat...*) et des entreprises dans les GT/COFIL.
- Proposer une ou deux fois par an des temps d'échange entre les CPREFP, les délégués régionaux et les chefs de projets OPIIEC afin de faire le point sur les bonnes pratiques à reproduire dans d'autres études, les actions mises en œuvre ici ou là avec des témoignages sur les retours d'expérience...





## Règles d'or pour l'étude régionale idéale

- 1 Des livrables synthétiques et infographiques
- 2 Une analyse fine des données à un niveau territorial/local
- 3 Des institutionnels et des entreprises impliqués dès les GT
- 4 Des pistes d'actions détaillées et planifiées selon leur niveau de priorité
- 5 Des explications méthodologiques fournies aux acteurs pour qu'ils puissent défendre les résultats
- 6 Une mise à jour régulière des données quantitatives et qualitatives



# CONSOLIDATION NATIONALE DES ÉTUDES PROSPECTIVES RÉGIONALES SUR LES MÉTIERS DU NUMÉRIQUE, DE L'INGÉNIERIE, DU CONSEIL, DES ÉTUDES ET DE L'ÉVÉNEMENT



Contact sur l'étude :

**Paméla MASSARD**

Cheffe de Projets

Pôle Projets, Études et Développement

[opiiec@opiiec.fr](mailto:opiiec@opiiec.fr)

Cette étude a été réalisée par :

