

“opinionway pour  Grant Thornton
en partenariat avec Challenge*s*

BAROMÈTRE DE LA CONFIANCE DES DIRIGEANTS D'ETI

133ème édition – Résultats Février 2024



ESOMAR²⁴
Corporate





La méthodologie



“ La méthodologie de l'enquête



Étude quantitative réalisée auprès d'un échantillon de **220 dirigeants d'entreprises** (PDG, DG, DAF, ...) dont le chiffre d'affaires est supérieur à 20 millions d'euros.

La représentativité de l'échantillon a été assurée par un redressement sur les données de **secteurs d'activité** et de **taille salariale**.



L'échantillon a été interrogé par **téléphone sous-système CATI** par notre partenaire Ariane Etudes.



L'échantillon a été interrogé du **24 janvier au 9 février 2024**.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 6,5 au plus pour un échantillon de 220 répondants.



Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :
« Baromètre Grant Thornton - OpinionWay - Challenges de la confiance dirigeants d'ETI »
et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

Source des résultats de 2011 à 2020 : Observatoire Banque Palatine des PME-ETI

Source des résultats de 2021 et 2022 : Baromètre BDO-OpinionWay-Challenges de la confiance des PME-ETI

A partir de mars 2023 les entreprises de 500 millions d'euros et plus ont été intégrées à l'échantillon

A partir d'avril 2023 seules les entreprises réalisant un chiffre d'affaires supérieur à 20 millions d'euros ont été retenues



L'analyse





01

Résultats barométriques

- ✓ *Confiance*
- ✓ *Recrutement*





Synthèse des résultats barométriques – Février 2024

Malgré une chute de 10 points, la grande majorité des décideurs maintiennent foi en l'avenir de leur entreprise.

Après un début d'année prometteur, marqué par des résolutions optimistes et de nouvelles perspectives, la confiance des dirigeants en leur entreprise s'est étiolée passant de 90 % à 80 % - un niveau proche de celui enregistré fin 2023 (84 %). Cette chute est plus abrupte dans les domaines du commerce (83 % vs 94 % en janvier 2024) de l'industrie et la construction (72 % vs 85 % en janvier 2024). Elle trouve principalement son origine dans l'impact direct de la hausse des prix des matières premières et de l'énergie, résultant de la levée graduelle du bouclier tarifaire gouvernemental. De surcroît, les soldes d'hiver ont été mitigés, voire qualifiés de "décevants" par certains commerçants, du fait d'une réduction du pouvoir d'achat des Français. Dans le secteur immobilier, la crise de l'offre, des coûts de production mais aussi de la demande accompagnée d'une hausse record des taux d'intérêt ainsi que la raréfaction du crédit immobilier ont mis un terme à l'engouement qui caractérisait ce marché au cours de la dernière décennie et empêchent le marché de redémarrer.

Convergence saisissante, le même effet est observé concernant la confiance des dirigeants envers l'économie nationale

La confiance en l'économie française a chuté de 12 points en seulement un mois, un déclin particulièrement marqué dans les secteurs de l'industrie et de la construction (44 % vs 61 % en janvier 2024). Après une brève période d'accalmie, le mouvement social des agriculteurs, débuté le 18 janvier, a ravivé les tensions, mettant en lumière une série de revendications liées principalement à la baisse des revenus, à l'augmentation des charges, à la concurrence déloyale encouragée par les accords de libre-échange, à la surcharge réglementaire et à la pression fiscale. Tout cela, qui plus est, arrivant dans une période de remaniement ministériel.

La confiance envers l'économie mondiale se situe en février à 38 %, 3 points de moins en un mois

Dans un contexte géopolitique en constante agitation marqué par la guerre en Ukraine, la guerre Israël-Hamas, la forte baisse des prix en Chine exacerbée par une crise de confiance des consommateurs, la forte concurrence technologique entre les grands blocs, l'instabilité alimentaire et la crise climatique. De plus, la menace grandissante posée par les rebelles Houthis contre les navires traversant la mer Rouge perturbe le trafic maritime entre l'Asie et l'Europe. Cette situation a entraîné un important déroutement des voies de navigation pour éviter la zone, notamment le Canal de Suez, qui est traditionnellement un passage pour environ 10 % du commerce mondial.

Les intentions d'embauche reprennent de l'élan en ce deuxième mois de l'année

Après un début d'année marqué par une tendance à la baisse, les perspectives d'embauche connaissent un rebond affichant une hausse de 3 points passant de 16 % à 19 %. Cette reprise des embauches est stimulée par la prise de connaissance des résultats de l'année écoulée. En revanche, du côté de la réduction des effectifs, le score enregistre une augmentation de 1 point.



Indicateurs de confiance



220 entreprises

Concernant les perspectives des 6 prochains mois, diriez-vous que vous êtes très confiant, assez confiant, assez inquiet, très inquiet, pour...



Votre entreprise



L'économie française



L'économie mondiale

% Confiants

80% ↘-10

44% ↘-12

38%

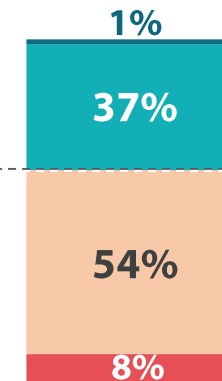
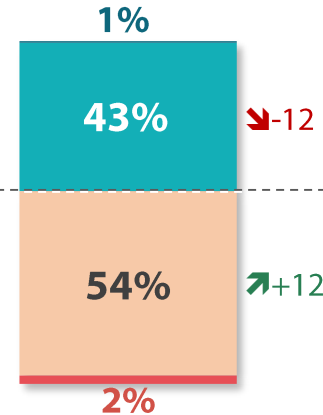
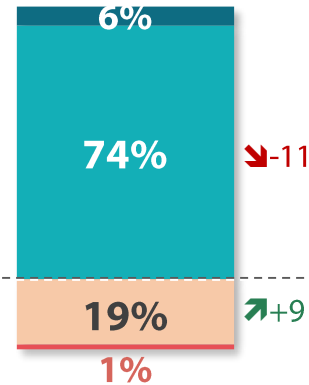
% résultats auprès des entreprises réalisant plus de 50 millions d'euros de CA (base : 100)

81% ↘-13

42% ↘-16

33%

- Très confiants
- Assez confiants
- Assez inquiets
- Très inquiets



% Inquiets

20% ↗+10

56% ↗+12

62%



Indicateurs de confiance par secteur d'activité



220 entreprises

Concernant les perspectives des 6 prochains mois, diriez-vous que vous êtes très confiant, assez confiant, assez inquiet, très inquiet, pour...



Votre entreprise

	Industrie/Construction		Commerce		Services	
	Janvier 2024	Février 2024	Janvier 2024	Février 2024	Janvier 2024	Février 2024
Base brute	80	86	80	84	60	50
Confiant(e)	85%	72%	94%	83% ↓	93%	86%
Inquiet(e)	15%	28%	6%	17% ↑	7%	14%
Très confiant(e)	5%	5%	4%	7%	7%	3%
Assez confiant(e)	80%	67%	90%	76% ↓	86%	83%
Assez inquiet(e)	15%	27%	6%	15%	7%	14%
Très inquiet(e)	-	1%	-	2%	-	-



L'économie française

Base brute	80	86	80	84	60	50
Confiant(e)	61%	44% ↓	59%	47%	42%	38%
Inquiet(e)	39%	56% ↑	41%	53%	58%	62%
Très confiant(e)	1%	1%	0%	0%	0%	0%
Assez confiant(e)	60%	43% ↓	59%	47%	42%	38%
Assez inquiet(e)	38%	55% ↑	37%	50%	56%	58%
Très inquiet(e)	1%	1%	4%	3%	2%	4%



L'économie mondiale

Base brute	80	86	80	84	60	50
Confiant(e)	36%	38%	52%	42%	31%	32%
Inquiet(e)	64%	62%	48%	58%	69%	68%
Très confiant(e)	2%	2%	2%	1%	-	-
Assez confiant(e)	34%	36%	50%	41%	31%	32%
Assez inquiet(e)	55%	57%	43%	50%	61%	55%
Très inquiet(e)	9%	5%	5%	8%	8%	13%

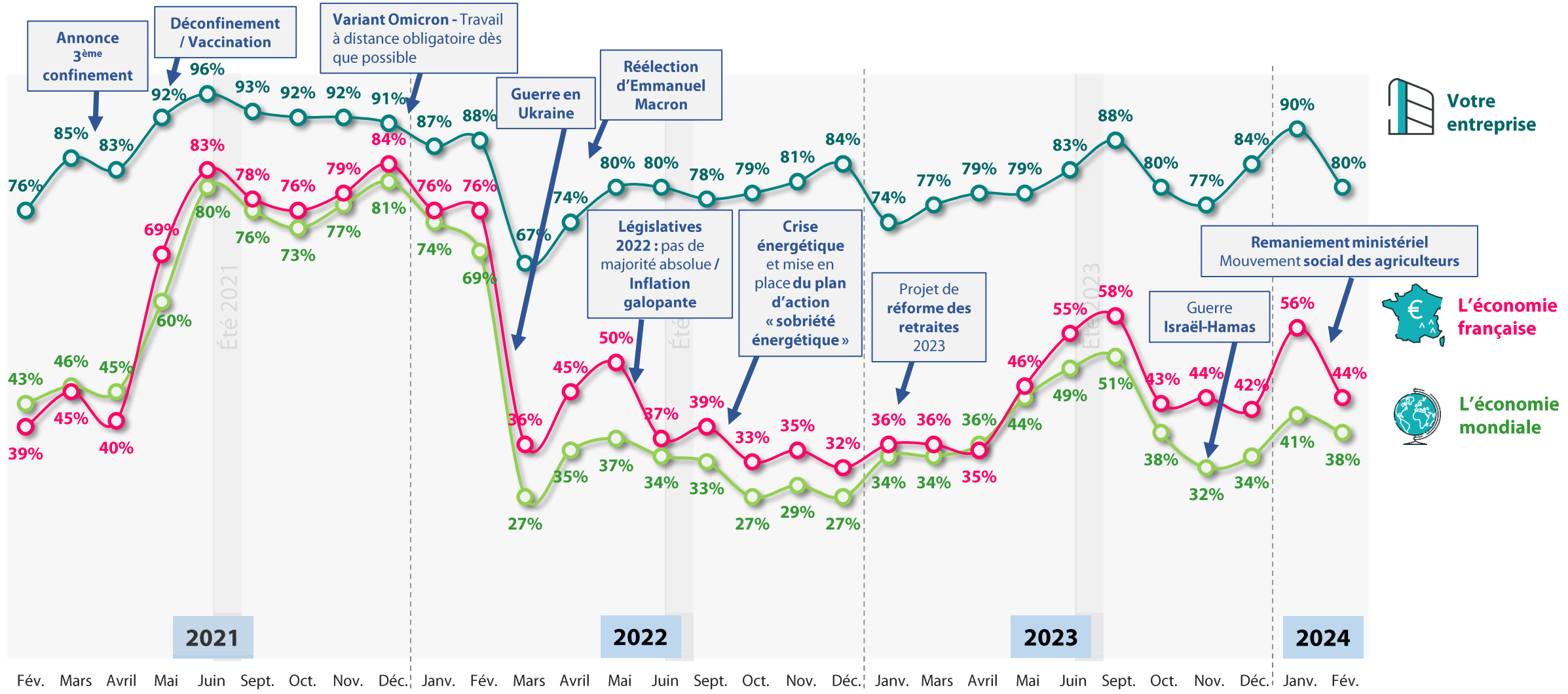


Evolution des indicateurs de confiance



220 entreprises

Concernant les perspectives des 6 prochains mois, diriez-vous que vous êtes très confiant, assez confiant, assez inquiet, très inquiet, pour...





Prévisions de l'évolution de l'emploi salarié à 6 mois



220 entreprises

Au cours des 6 prochains mois, votre entreprise envisage-t-elle de... ?

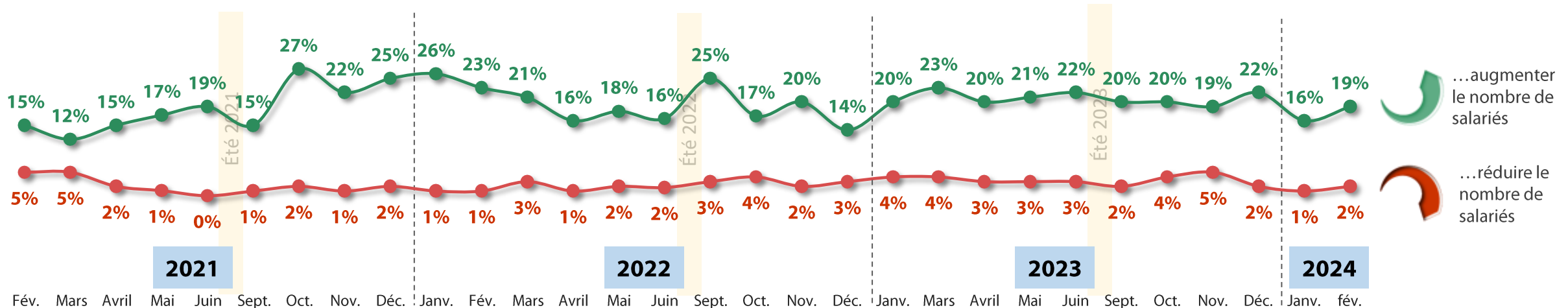


Augmenter le nombre de salariés

Réduire le nombre de salariés

Solde d'emplois salariés* = **+17 points**

*Augmenter - réduire le nombre de salariés



...augmenter le nombre de salariés

...réduire le nombre de salariés

% : présentation des résultats auprès des entreprises réalisant plus de 50 millions d'euros (base : 100)

Pas de différences significatives par rapport à la vague précédente



02

Questions d'actualité

Emploi

auprès des entreprises réalisant au minimum 50 millions d'euros de chiffre d'affaires
(Base de 100 répondants)





Synthèse du sujet d'actualité : Emploi

Dans le paysage économique français, la perception des dirigeants d'entreprises de taille intermédiaire (ETI) quant au marché de l'emploi actuel révèle une tendance marquée en **faveur des candidats**. En effet, une majorité écrasante des dirigeants interrogés (62 %) **estiment que le marché du travail penche en faveur des chercheurs d'emploi**. Cette perception est alimentée par une demande croissante pour des compétences spécifiques, celles-ci étant devenues essentielles dans un contexte de mutation économique et technologique. Parallèlement, **26 % des dirigeants d'ETI perçoivent le marché de l'emploi comme étant en équilibre**. Cette vision reflète une situation où l'offre de main-d'œuvre et la demande de compétences se stabilisent, permettant ainsi aux entreprises de recruter sans rencontrer de difficultés majeures, tout en offrant aux candidats des opportunités d'emploi raisonnables. Cependant, une minorité, représentant **12 % des dirigeants d'ETI, estime que le marché du travail est en faveur des employeurs**. Cette perception peut être influencée par une prudence accrue des entreprises dans leurs décisions de recrutement, notamment en raison des incertitudes économiques.

Les défis majeurs sont clairement identifiés par les dirigeants avec **71 % qui soulignent la difficulté de trouver des candidats possédant des compétences spécifiques**, une préoccupation qui reflète l'évolution rapide des exigences du marché du travail, notamment dans des domaines techniques et spécialisés. De même, **62 % des dirigeants font état de la difficulté à trouver des candidats suffisamment motivés**, ce qui met en lumière l'importance croissante accordée à la motivation et à l'engagement des employés dans le processus de recrutement.

Dans le souci de favoriser un équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle, près de la moitié des dirigeants (49 %) indiquent adopter des mesures flexibles en matière d'horaires de travail et encourager le télétravail. Cette tendance souligne l'évolution des pratiques de gestion des ressources humaines, avec une reconnaissance croissante de l'importance de la flexibilité pour répondre aux besoins diversifiés des employés en termes d'organisation. De plus, **47 % des dirigeants encouragent la prise de congés et la déconnexion après les heures de travail**, reconnaissant ainsi l'importance du repos et du bien-être des employés pour leur efficacité professionnelle et leur engagement à long terme.

En ce qui concerne la gestion de l'image de marque employeur, les dirigeants mettent en œuvre différentes stratégies pour attirer les talents. **42 % optent pour des campagnes de communication et de publicité mettant en avant les avantages à travailler au sein de leur entreprise**. Cette approche vise à attirer l'attention des candidats potentiels en mettant en valeur les opportunités de développement professionnel, les avantages sociaux et la culture d'entreprise. De plus, **39 % des dirigeants utilisent des témoignages d'employés dans leurs communications externes**, ce qui renforce l'authenticité et la crédibilité de leur message. Cependant, il est notable que **9 % des entreprises interrogées n'ont pas encore adopté de mesures spécifiques** dans ce domaine, ce qui souligne un potentiel d'amélioration pour ces entreprises dans leur stratégie de marque employeur.

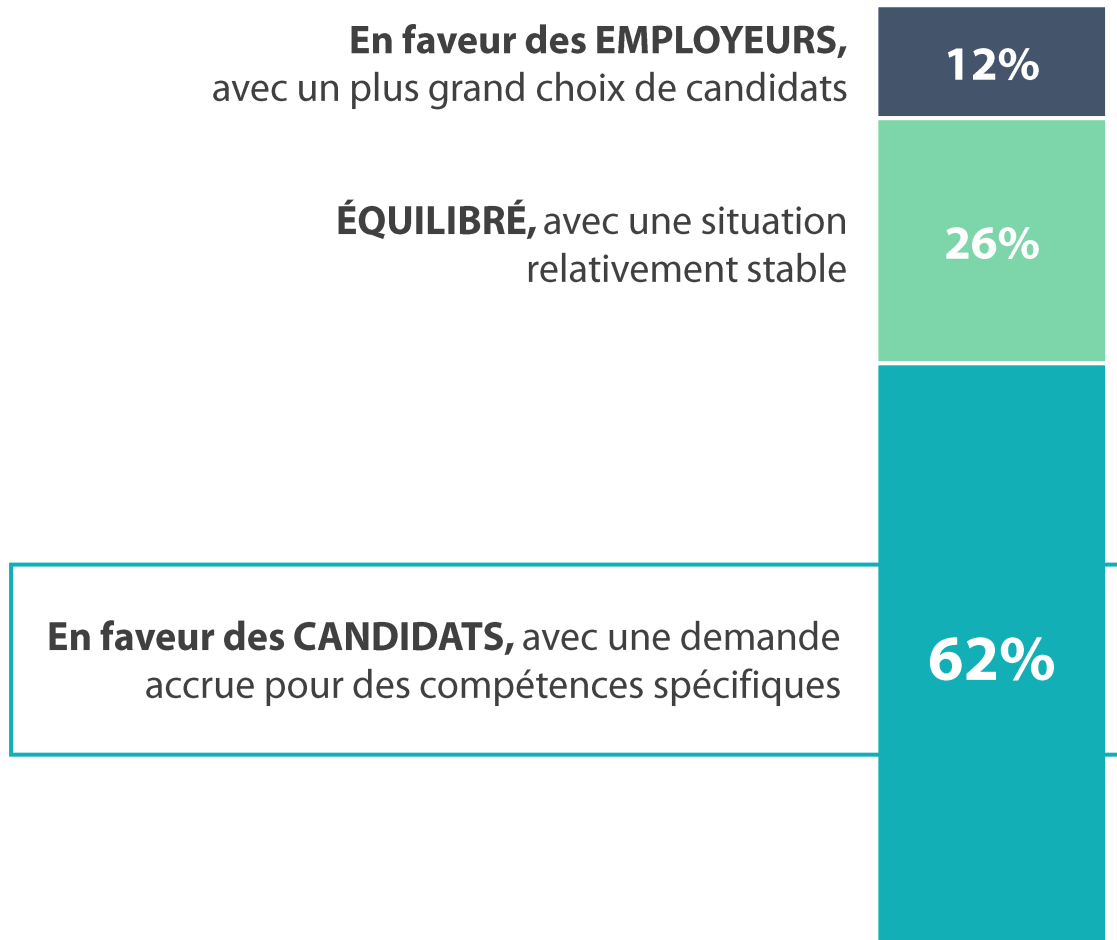


Le marché actuel de l'emploi en France



100 entreprises

Selon vous, le marché actuel de l'emploi en France penche-t-il plutôt **en faveur des employeurs ou des candidats ?**





Les défis majeurs en matière de recrutement



100 entreprises

Quels sont **les défis majeurs** auxquels votre entreprise est confrontée en matière de recrutement ?

Plusieurs réponses possibles – la somme des items est supérieure à 100 %

Difficulté à trouver des candidats avec des compétences spécifiques **71%**

Difficulté à trouver des candidats suffisamment motivés **62%**

Difficulté à répondre aux exigences des candidats (rémunération, conditions de travail, etc.) **38%**

Concurrence accrue entre recruteurs **26%**

Contraintes budgétaires pour les offres salariales compétitives **23%**

Nombre moyen de défis majeurs cités : **2,2**



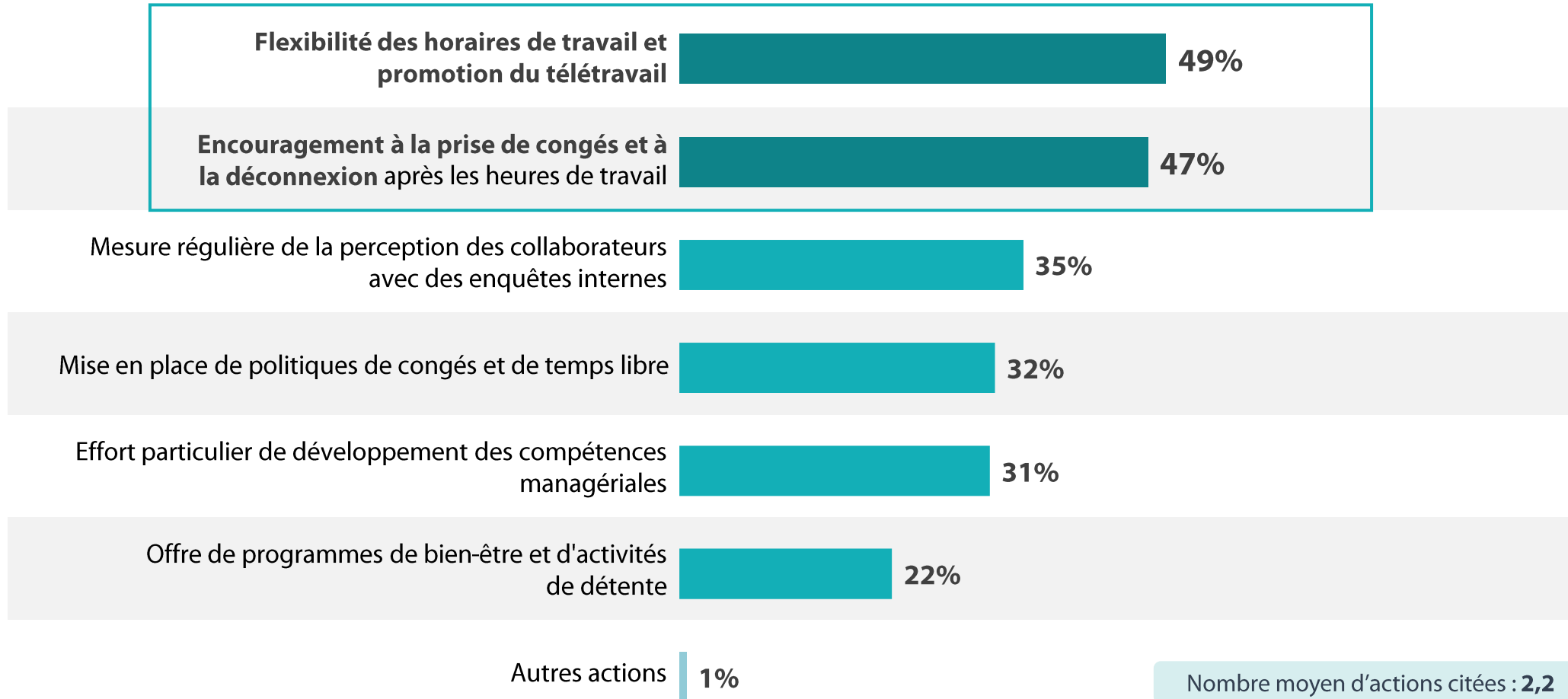
Le bien-être au travail et l'équilibre vie professionnelle-vie personnelle



100 entreprises

Comment votre entreprise gère-t-elle les aspects liés au **bien-être au travail** et à **l'équilibre vie professionnelle-vie personnelle** ?

Plusieurs réponses possibles – la somme des items est supérieure à 100 %

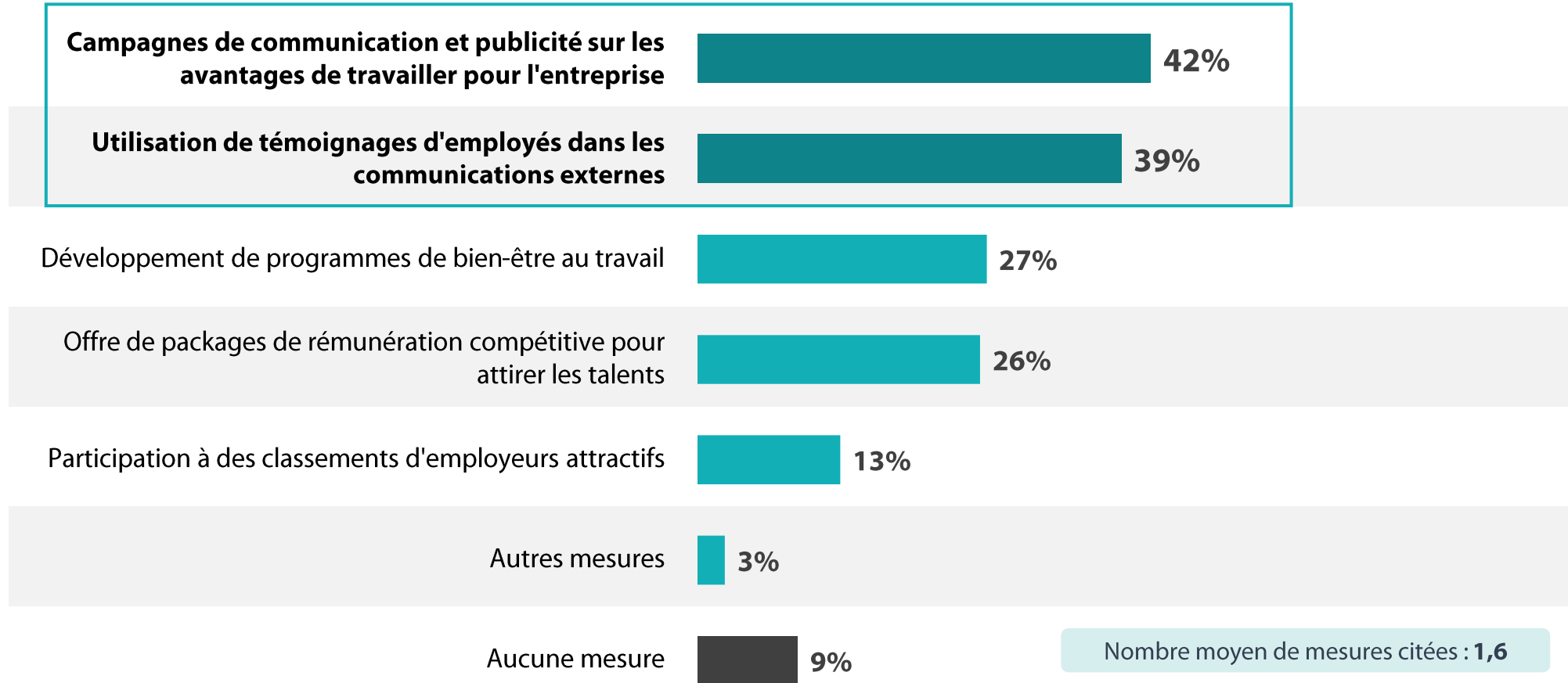


Les stratégies pour maintenir une image de marque attractive



100 entreprises

Quelles stratégies votre entreprise met-elle en place pour **maintenir une image de marque attractive en tant qu'employeur** ?
Plusieurs réponses possibles





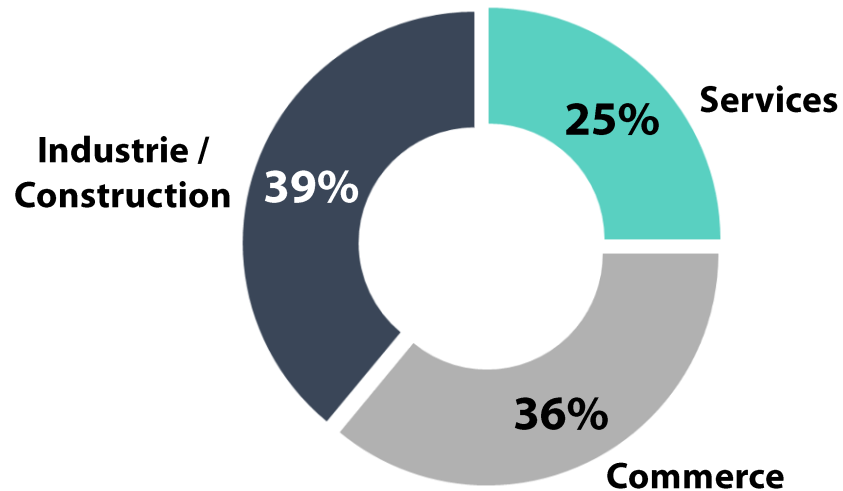
Profil de l'échantillon

“ Profil de l'échantillon

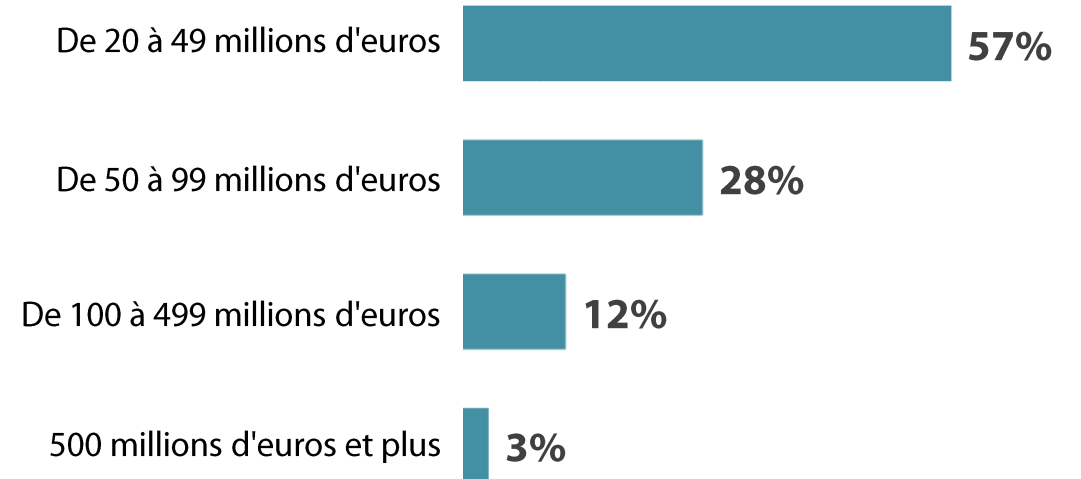


220 entreprises

Secteur d'activité de l'entreprise



Quel est approximativement le chiffre d'affaires que vous avez réalisé en 2023 en millions d'euros ?



WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.



RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.





RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre

[newsletter !](#)

“opinionway

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

vos contacts

Stéphane Lefebvre-Mazurel

Directeur Général Adjoint
+33 1 81 81 83 48 / +33 6 76 92 66 43
slefebvre@opinion-way.com

Yasmina Sehaqui

Directrice d'études
+33 1 81 81 83 61
ysehaqui@opinion-way.com