

# Cefil Première



Mars 2016

## Le recrutement, un enjeu pour l'entreprise

**L**es entreprises cherchent toutes à résoudre l'équation du recrutement. L'enquête sur ce sujet en mesure les différents paramètres : urgence dans les petites entreprises, quête de compétences dans les plus grandes, activation du réseau de connaissances pour les chefs d'entreprise, mobilisation d'internet par les services de ressources humaines.

La plate-forme numérique de Pôle Emploi reste une référence pour la rencontre entre l'offre et la demande et ce, quel que soit le niveau de qualification de l'offre. Certes, si les méthodes classiques ne sont pas menacées, l'avènement du recrutement 3.0 va modifier les usages et amplifier la diffusion des offres.

La gestion d'un processus de recrutement est un coût pour les entreprises, surtout pour celles ne disposant pas de service de ressources humaines. Interrogées sur leurs pratiques dans ce domaine, pour deux entreprises sur trois, le premier vecteur de recrutement qu'elles souhaitent mettre en œuvre repose sur les connaissances et relations du chef d'entreprise, mais aussi sur celles de ses propres salariés. Juste derrière ce réseau, Pôle Emploi, à travers son site internet, recueille les faveurs des entreprises. La presse écrite est très peu utilisée alors que le PLIE, Plan Local pour l'Insertion et l'Emploi, et les Missions Locales sont mobilisés par une entreprise sur cinq. Pour leur recrutement, les entreprises

mettent en œuvre au moins deux canaux de diffusion de leurs offres.

Pour trois entreprises de plus de 50 salariés sur quatre, Pôle Emploi est le principal vecteur de diffusion. Par ailleurs, pour plus de la moitié d'entre elles, internet hors Pôle Emploi est également très présent dans le circuit de diffusion.

Dans le milieu rural, le réseau de connaissances et de relations est privilégié au détriment des agences d'intérim et d'internet, à l'exception du site de Pôle Emploi. Emblématique de cet espace rural, le secteur de l'agriculture et de la viticulture recrute essentiellement par l'intermédiaire de son réseau relationnel. Les entreprises de

l'industrie, du BTP et des transports font plus souvent appel aux agences d'intérim que les autres secteurs. Quant au domaine de la santé, du social, des administrations et des associations, il sollicite plus souvent le PLIE et les Missions Locales (36%).

### Les derniers recrutements conduisent souvent à un CDI

Quel que soit le secteur d'activité et le nombre de salariés, les trois quarts des recrutements sont effectués par le chef d'entreprise, en particulier en milieu rural. Plus de la moitié des contrats sont des CDI sauf dans les secteurs de la santé, du social, des administrations et des associations qui proposent une majorité de CDD. Les contrats de droit privé sont très largement majoritaires puisqu'ils représentent 95 % des dernières embauches.

Un recrutement sur deux concerne des employés qui se retrouvent principalement dans le commerce avec 80 % des embauches de ce secteur.

## Internet plébiscité par les grandes entreprises

Pour présenter leurs offres d'emploi sur le web, les entreprises utilisent prioritairement le site de Pôle Emploi. Celles de plus de 50 salariés mobilisent le plus internet. Les trois-quarts des entreprises du secteur des services et de celui de la santé, du social, des administrations et des associations y diffusent leurs offres. A contrario, seulement 40 % des entreprises du secteur de l'agriculture et de la viticulture y ont recours.

Les sites d'annonces en ligne sont mobilisés par deux répondants sur cinq. Une entreprise sur quatre publie sur son propre site internet, particulièrement les entreprises de plus de 50 salariés. Dans le secteur des services, 42 % des entreprises utilisent leur propre site internet pour la diffusion. Cela ne concerne qu'un dixième des entreprises du secteur de l'agriculture et de la viticulture. Les entreprises rurales sont moins enclines à utiliser les sites d'annonces en ligne.

Enfin, les réseaux sociaux, professionnels ou non, sont peu utilisés par les entreprises répondantes.

## Des candidatures par mail

Les entreprises reçoivent les candidatures par mail ou par leur propre site internet avec une forte disparité selon leur taille. Les entreprises de 50 salariés ou plus utilisent plus facilement ce mode de réception que les entreprises de moins de 5 salariés (92 % contre 60 %).

Trois entreprises sur quatre réceptionnent les candidatures par courrier postal. Cette pratique augmente avec le nombre de salariés. Parallèlement, l'utilisation du téléphone, par une entreprise sur deux, diminue lorsque l'effectif augmente.

Pour les entreprises, l'entretien d'embauche en face à face est un incontournable auquel les candidats ne peuvent se soustraire. Un tiers des entreprises pratique une présélection par téléphone, en particulier dans les villes centres.

## Internet pour les emplois qualifiés

Peu importe le contrat, les acteurs publics (Pôle Emploi, PLIE, Missions Locales) restent le moyen privilégié par les entreprises répondantes pour effectuer leur recrutement. Elles se

tourment également vers des canaux plus spécifiques selon les caractéristiques du contrat.

Alors qu'internet hors Pôle Emploi est utilisé par une entreprise sur six pour un recrutement qualifié, ce moyen n'est mobilisé que par une entreprise sur dix pour un recrutement non qualifié. Dans les différents secteurs géographiques, les entreprises rurales font plus souvent appel à leurs connaissances et à leurs relations alors que celles des villes centres utilisent davantage internet.

Pour un emploi non qualifié, les entreprises de moins de 5 salariés privilégient leurs relations. Pour les emplois qualifiés, ce recours est cinq fois plus important pour les petites entreprises que pour les grandes. En effet, ces dernières utilisent davantage internet et Pôle Emploi.

## L'intérim en cas d'urgence

Dans l'urgence, un tiers des entreprises mobilise en priorité Pôle Emploi, le PLIE et les Missions Locales. Néanmoins, les entreprises font plus appel aux cabinets de recrutements et à l'intérim dans l'urgence qu'en temps normal, notamment dans le secteur de l'industrie, du BTP et des transports, où un recrutement sur deux se fait par ce biais.

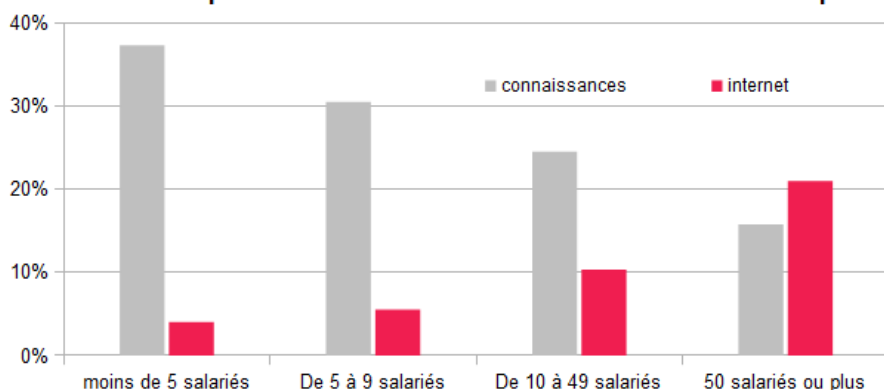
Les entreprises sollicitent leurs relations et connaissances une fois sur quatre pour embaucher en urgence. Ce canal est plus souvent utilisé par les entreprises du milieu rural.

Pour les contrats longs, les cabinets de recrutement sont deux fois moins mobilisés que pour les contrats courts, et ce indépendamment de la taille de l'entreprise.

## Les chefs d'entreprise face à l'épreuve du recrutement

La vision du recrutement par les entreprises répondantes est plus contrastée quand elle est confrontée à la réalité du dernier recrutement effectué. La présence ou non d'un service de ressources humaines, qui est aussi lié à la taille de l'entreprise, est déterminante dans l'anticipation des besoins et dans la diffusion des offres.

Canaux utilisés par les candidats embauchés suivant la taille de l'entreprise



Source : Enquête CEFIL-PLIE, mars 2016

### La taille influence l'environnement numérique

97 % des entreprises répondantes disposent d'un environnement numérique de base (ordinateurs, logiciels bureautiques et internet). Le secteur d'activité de l'entreprise ainsi que sa localisation n'influent pas sur la disposition de ces équipements.

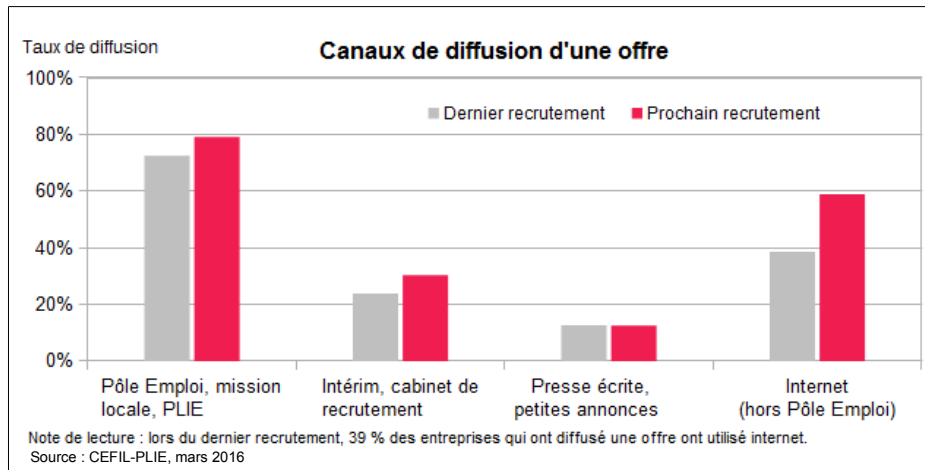
Trois entreprises sur cinq ont leur propre site internet. Ce pourcentage augmente avec la taille de l'entreprise. En effet, les petites entreprises sont moins d'une sur deux à en disposer alors que ce taux atteint 77 % pour les entreprises de 50 salariés ou plus. L'usage de logiciels professionnels concerne 61 % des entreprises et s'accroît également avec la taille de l'entreprise.

Un quart des entreprises sont présentes sur les réseaux sociaux, et ce indépendamment de leurs tailles.

En effet, les chefs d'entreprise en charge seuls du recrutement sont à l'origine de 86% des recrutements n'ayant pas fait l'objet de publicité, alors qu'ils représentent moins des trois quarts des recruteurs. A l'inverse, un quart des entreprises dispose d'un service de ressources humaines et ceux-ci ne sont à l'origine que de 14% des recrutements n'ayant pas fait l'objet

de publicité.

Malgré les nombreuses candidatures spontanées, le vivier des candidats potentiels ne permet pas de satisfaire les besoins des plus grandes entreprises. Elles ont alors recours aux outils de diffusion, en particulier à leur propre site internet pour promouvoir leur besoin en collaborateurs.



### La parole est aux chefs d'entreprise

Cette enquête a permis aux chefs d'entreprise d'émettre leur avis sur la problématique du recrutement et l'évolution de leurs méthodes.

Le recrutement est perçu par les entreprises comme un authentique problème à résoudre en mettant en œuvre des moyens en adéquation avec leurs besoins spécifiques.

« Une phase de réflexion est prévue à court terme avec les ressources humaines sur l'actualisation des méthodes de recrutements. »

« Pour les agences intérim : manque de retour aux annonces, manque de personnes qualifiées, manque de personnes fiables pour travailler tous les jours, manque de sérieux. »

« Il y a un manque de communication avec Pôle Emploi. »

« Nous avons besoin du face à face pour évaluer les capacités relationnelles. »

« A la campagne, il est très compliqué de trouver du personnel. »

« Le mode de diffusion n'est pas à l'origine de nos difficultés de recrutement, mais plutôt un manque de formation, d'expérience et de motivation. »

« Il est très difficile d'obtenir des candidatures intéressées par notre métier, la plupart ne sont pas qualifiées. »

« Il faut tenir compte de l'environnement géographique. Notre entreprise sociale se situe dans la ruralité où le bouche-à-oreille prime. »

Certains chefs d'entreprises se disent satisfaits par les méthodes de recrutement traditionnelles.

« Aujourd'hui, les moyens de communication suffisent à recruter. »

« Avec Internet, Pôle Emploi et le bouche-à-oreille nous arrivons à recruter assez facilement. »

« Les méthodes de recrutement actuelles correspondent à mes attentes. »

« Nous sommes convaincus des méthodes traditionnelles de recrutement : sélection des profils sur CV, entretiens téléphoniques puis face à face. »

Le discours des chefs d'entreprise laisse transparaître une vision favorable à la normalisation du numérique comme méthode de sélection. Son ancrage durable dans le paysage du recrutement semble admise par les entreprises.

« Nous évoluons dans un secteur assez traditionnel dans l'utilisation des méthodes et qui s'oriente lentement vers les nouvelles technologies de l'information et de la communication. »

« Il me semble que les réseaux sociaux sont encore peu utilisés. Mais ils ont un bel avenir devant eux. »

« Le site du Bon Coin, c'est rapide ! »

« Il faudra ensuite redonner une philosophie et une anthropologie au numérique. »

## Recruter en urgence

C'est dans les petites entreprises que les chefs d'entreprises sont le plus démunis pour conduire un recrutement. Pour celles de moins de 5 salariés, plus de la moitié des offres d'emploi échappe au marché. Le choix du réseau de connaissances pour recruter résulte de l'absence de méthode, du peu de temps que le chef d'entreprise peut y consacrer, le tout sous la contrainte de l'urgence.

Dans les entreprises de moins de dix salariés, pourvoir les postes rapidement est le critère le plus important du processus de recrutement, avant l'adéquation du candidat au poste. Ces entreprises diffusent d'ailleurs moins souvent leurs offres sur les sites d'annonces.

## Du temps et des compétences

A partir de dix salariés, les entreprises accordent plus de temps à la fonction de recrutement y compris quand le chef d'entreprise s'en occupe. La priorité devient la compétence du candidat et son adéquation au poste passe bien avant la rapidité à pourvoir le besoin.

Les offres sont plus souvent diffusées sur les sites d'annonce en ligne. Dans les grandes entreprises, un candidat embauché sur cinq a été recruté via internet alors que dans les entreprises de moins de cinq salariés, c'est un candidat sur vingt.

## Pôle Emploi incontournable...

Demain, les vecteurs fondamentaux du recrutement resteraient inchangés. Questionnées sur leurs futures pratiques, les entreprises répondent qu'elles continueront à utiliser les méthodes classiques de recrutement.

En particulier, le site internet de Pôle Emploi demeurerait un canal prépondérant pour trois entreprises sur quatre. Les candidatures spontanées et les réseaux de relations resteraient chacun un outil privilégié par la moitié des entreprises.

Hors site internet de Pôle Emploi, la propension à l'utilisation de l'outil numérique évoluerait de 38 % à 60 %. Elle serait majoritairement

couplée avec les méthodes classiques de diffusion des offres.

Le recours aux cabinets de recrutement et agences d'intérim s'étendrait, en particulier pour la moitié des entreprises de l'Industrie, du BTP et des Transports.

### ...mais le numérique séduit

Pour élargir la diffusion des offres, l'outil numérique est plébiscité par neuf entreprises sur dix. Pour 80% d'entre elles, il facilite les démarches et améliore la rapidité du processus de recrutement.

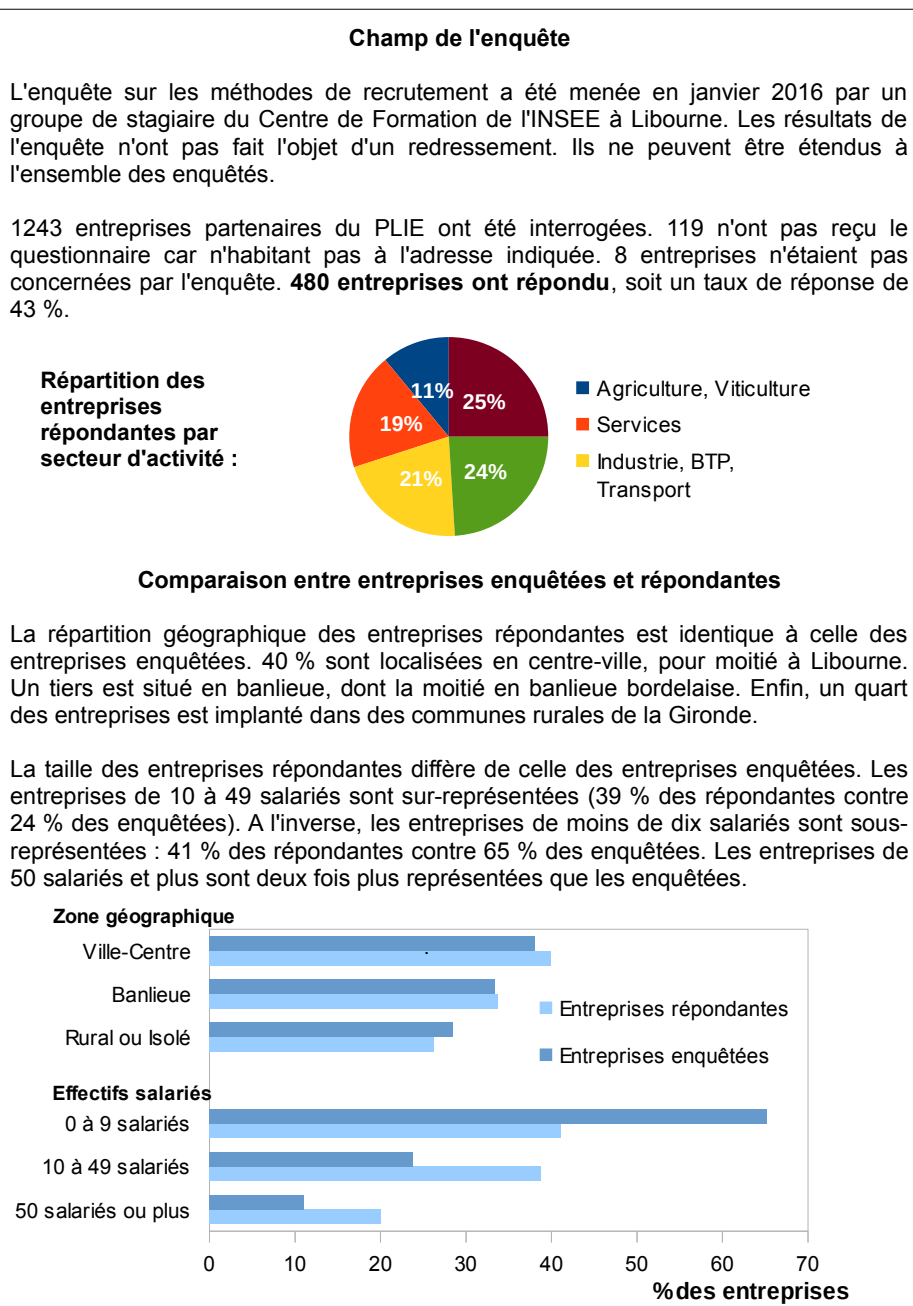
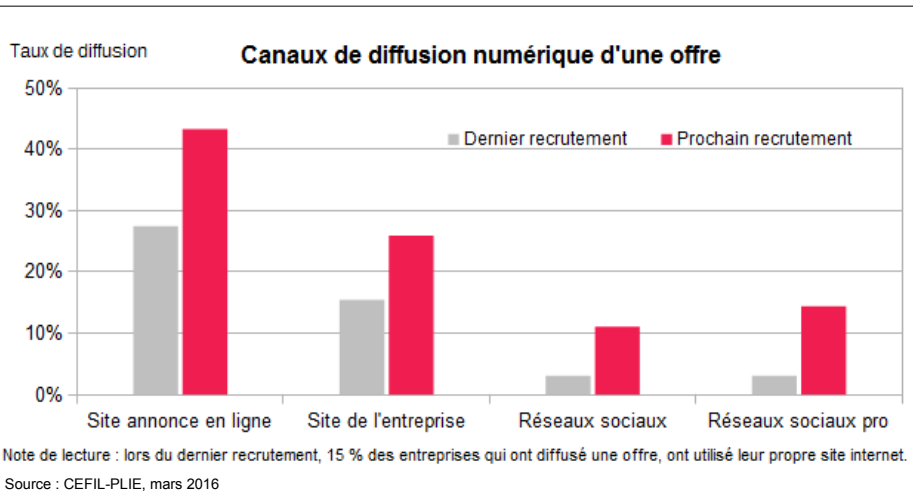
Toutefois, seule la moitié des entreprises estime que l'outil numérique permettrait de garantir la confidentialité des données. Une forte disparité apparaît selon les secteurs d'activités : si 62 % des entreprises des services sont d'accord avec cette idée, elles ne sont que 37 % dans l'industrie, le BTP et les transports.

Le nombre d'entreprises comptant utiliser des outils numériques pour un prochain recrutement est en hausse de moitié, même si une entreprise sur sept n'envisage pas d'y recourir.

Au sein du marché visible du recrutement, le site internet de Pôle Emploi resterait plébiscité par plus de huit entreprises sur dix. La part des autres outils numériques, tels que les sites d'annonces en ligne et le site internet de l'entreprise, augmenterait en moyenne de dix points. Les outils numériques resteraient plus utilisés en ville centre qu'en banlieue et milieu rural.

Les grandes entreprises sont actuellement celles qui mobilisent le plus leur propre site internet. A l'avenir, elles envisageraient de développer leur processus de recrutement via les réseaux sociaux. Si aujourd'hui les entreprises de 10 à 49 salariés sont moins d'une sur dix à recruter par leur propre site internet, elles seraient une sur quatre demain.

La propension à recourir au site internet de l'entreprise serait plus marquée pour les chefs d'entreprises recrutant eux-mêmes, sans toutefois atteindre le niveau d'utilisation des services de ressources humaines.



Maîtrise d'ouvrage : Eddie Carretero, coordinateur de parcours du PLIE  
 Maîtrise d'ouvrage délégué au CEFIL : Alain Malmartel  
 Conseil en maîtrise d'oeuvre : Yves Le Gros  
 Maîtrise d'oeuvre : Frédéric Ameztoty, Julien Bernard, Dominique Boudard, Thierry Boulard, Claire Chariou, Marjorie Daab, Thomas Dupuy, Xavier Gatepaille, Thierry Lassagne, Anne Lecomte, Nabil Mouchit, Elodie Sollic, Jean-Michel Squarcini