

**Welcome
to the Jungle**



Marque Employeur : Attentes vs Réalités

OCTOBRE 2023

DE QUOI PARLE-T-ON ?

“ La marque employeur désigne l'ensemble des problématiques d'image de marque liées à la gestion des ressources humaines et au recrutement d'une entreprise. Elle est de plus en plus valorisée par les entreprises, des startups aux grands groupes en passant par les TPE-PME, qui ont pris conscience de la nécessité d'investir pour mettre en œuvre une communication adaptée pour attirer et conserver les talents. ”

**Welcome
to the Jungle**

Afin d'établir un état des lieux mettant en miroir les attentes des candidats et des collaborateurs avec les démarches des entreprises pour attirer et retenir leurs talents, Ipsos et Welcome to the Jungle ont réalisé une enquête en ligne du 29/09/2023 au 02/10/2023 :

→ **Interrogation de 500 décideurs RH** : des décisionnaires de la politique RH ou partie prenante des processus de recrutement ou de gestion de la ressource humaine au sein de leur entreprise/administration

→ **Interrogation de 1000 actifs** : des individus en âge de travailler (18-65 ans)

Échantillons représentatifs de ces populations en termes de genre, âge, région, CSP.



01

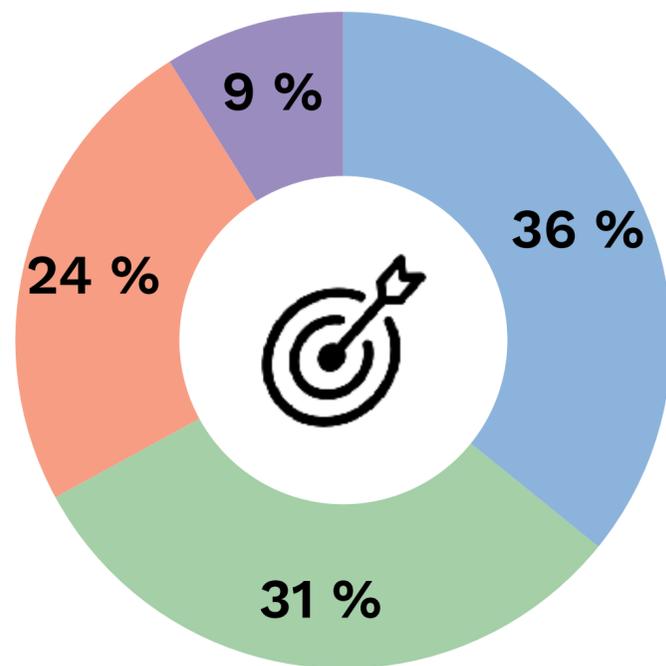
– LA MARQUE
EMPLOYEUR :
UNE STRATÉGIE À
PRÉCISER ?

Selon les décideurs RH, 2/3 des entreprises disposent d'une stratégie de marque employeur mais seulement 1/3 du point de vue des actifs : un champ sous-exploité ou mal compris, sur un marché du travail où l'attraction et la rétention des talents sont pourtant des enjeux majeurs.

Votre entreprise a-t-elle une stratégie de marque employeur ?

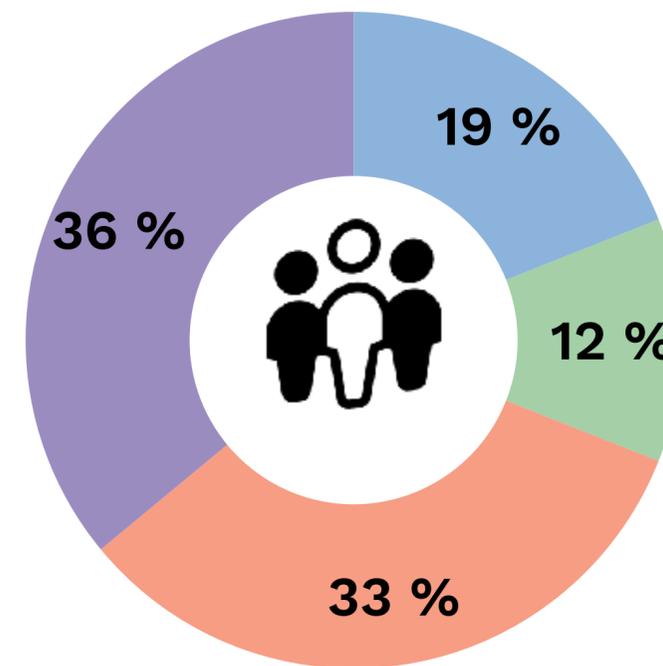
- Oui, elle est en place depuis un moment
- Oui, elle est en cours de déploiement
- Non
- Vous ne savez pas

OUI 67%
(80% pour les entreprises > 250 salariés)



Base = A tous les décideurs (n=500)

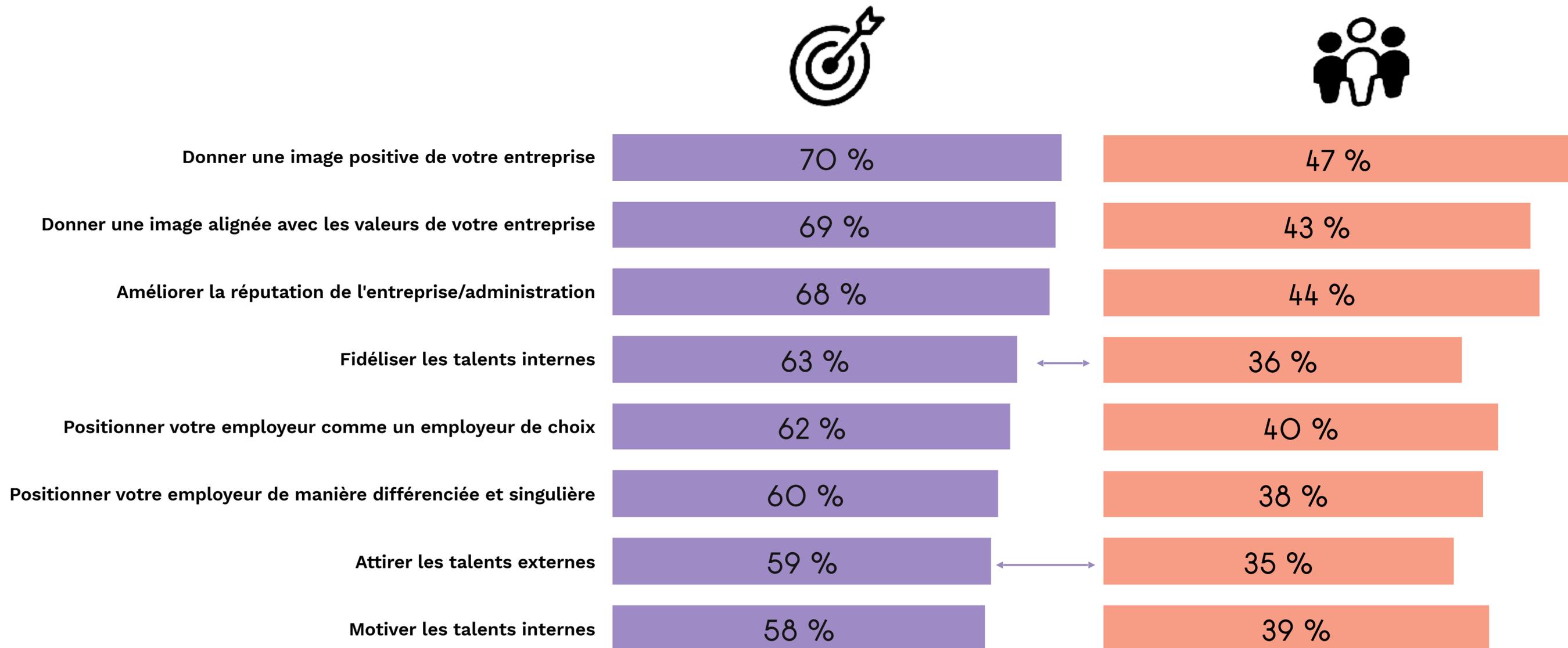
OUI 31%



Base = A tous les actifs (n=1000)

Les premiers bénéfices identifiés ont trait à l'image générale de l'organisation plus qu'à des bénéfices concrets comme la différenciation ou l'engagement des talents. Le concept de marque employeur est plus flou pour les actifs qui l'associent encore moins à la fidélisation ou à l'attraction des talents.

Dans quelle mesure diriez-vous que la stratégie de marque employeur mise en place par votre employeur réussit à ...



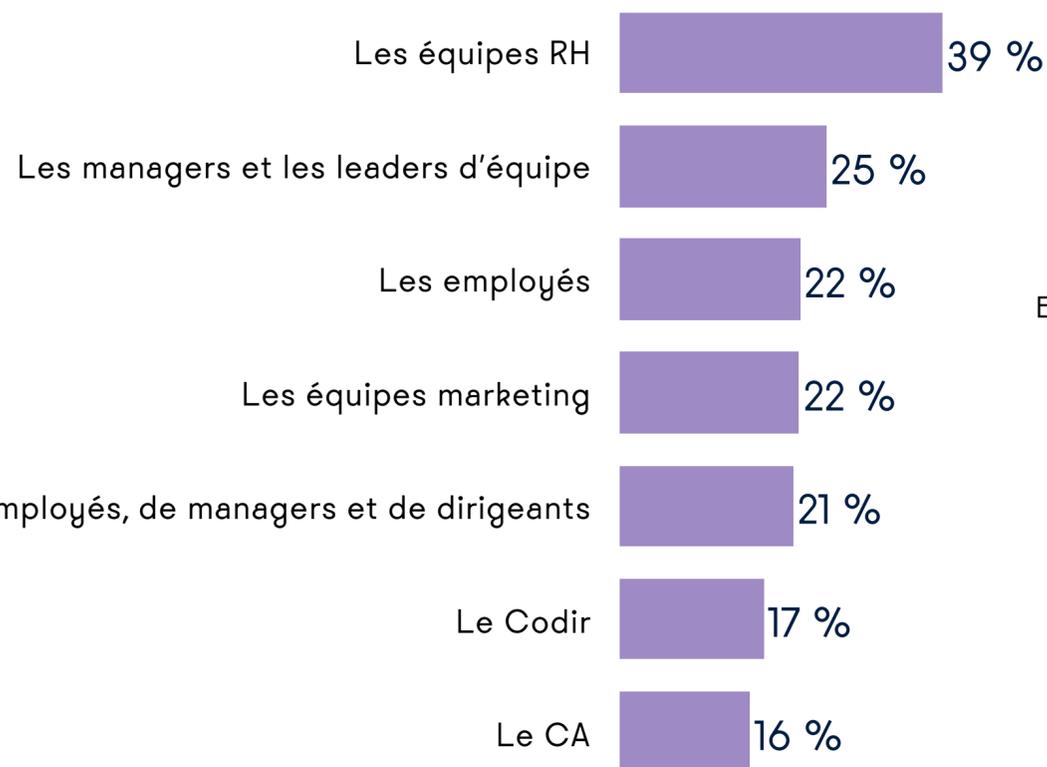
“La marque employeur? C'est une notion trop vague pour que je puisse la définir”

Base = A tous les décideurs (n=500)

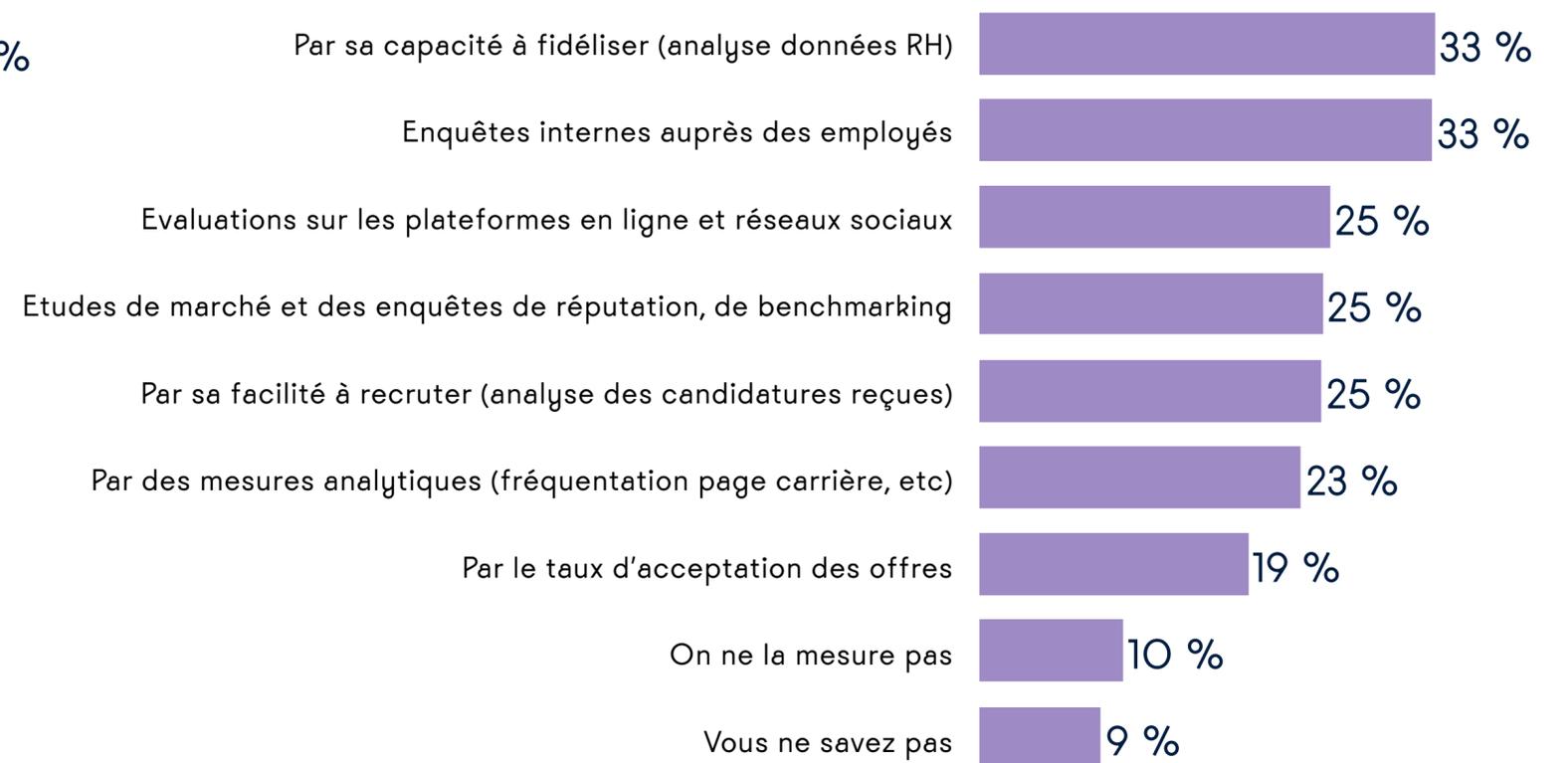
Base = A tous les actifs (n=1000)

La stratégie de marque employeur : l'affaire de tous ! Des moyens d'évaluation qui en disent long sur la complexité de la marque employeur : 20% des décideurs n'ont pas d'outil de mesure.

Qui travaille sur la stratégie de marque employeur ?



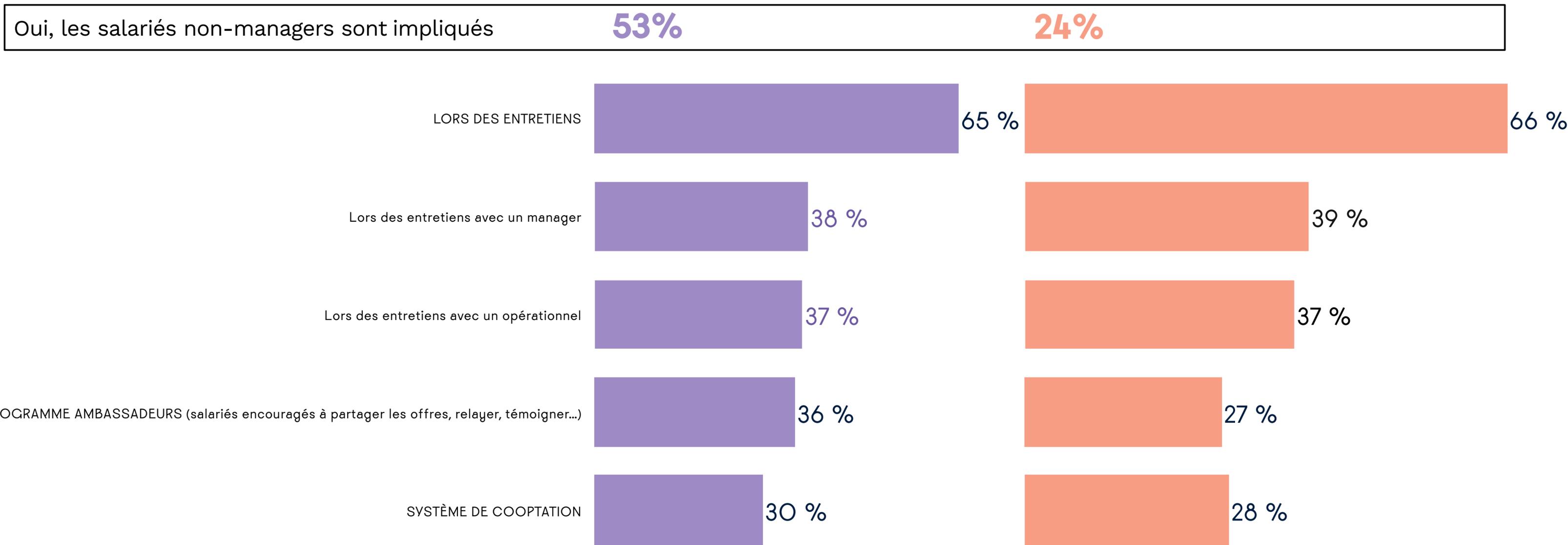
De quelle manière votre entreprise/administration évalue-t-elle sa marque employeur ? Plusieurs réponses possibles.



« La marque employeur ? Engagements écoresponsables, éthiques et inclusifs, culture et codes de l'employeur, salaires, primes, bonus, avantages CE, vision, mission et stratégie, méthodes RH, évolution, plan de carrière, apprentissage, formation »

Le recrutement, l'affaire de tous ? Associer les non-managers aux entretiens, programmes ambassadeurs, cooptations : des bonnes pratiques à développer.

Les salariés non-managers sont-ils impliqués dans le processus de recrutement ? De quelle manière ?



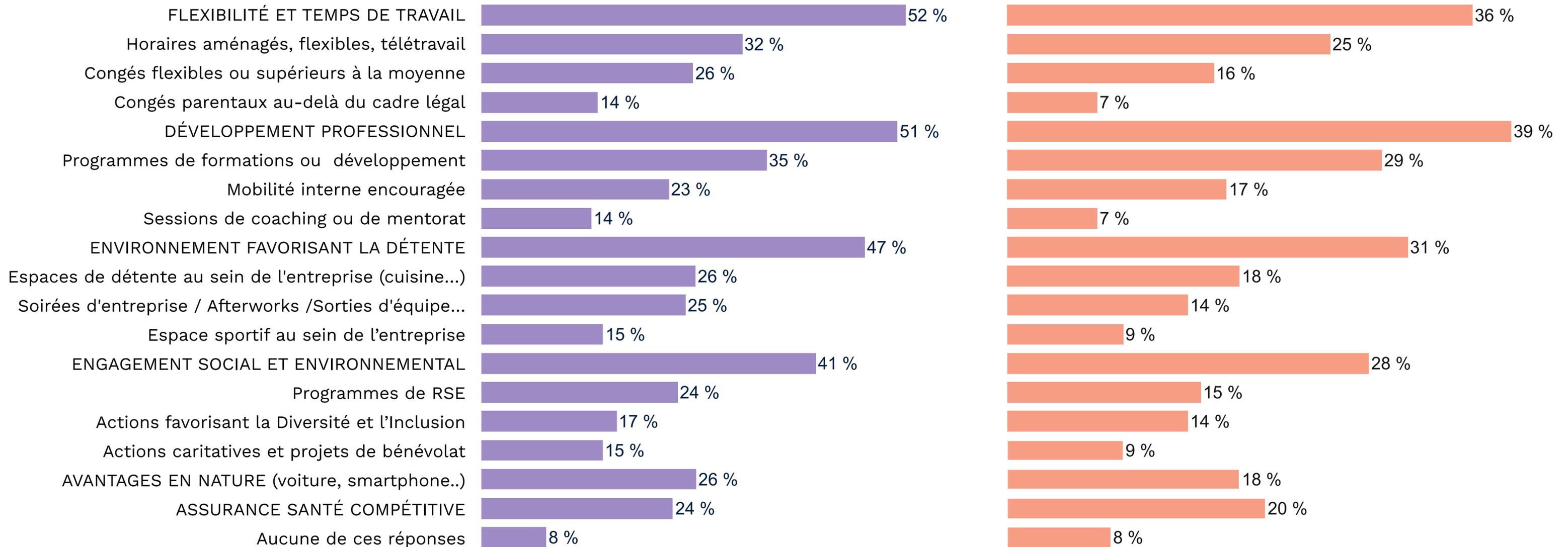
Sur la base des organisations dans lesquelles les salariés non managers sont impliqués

02

– LA MARQUE
EMPLOYEUR : QUELS
LEVIER D'ATTRACTION
ET DE FIDÉLISATION ?

L'aménagement des temps de travail, le développement professionnel, un environnement agréable sont les principaux leviers investis pour construire sa marque employeur.

Voici quelques actions couramment mises en place dans le cadre de la stratégie de marque employeur. Merci d'indiquer si votre entreprise l'a mise en place.

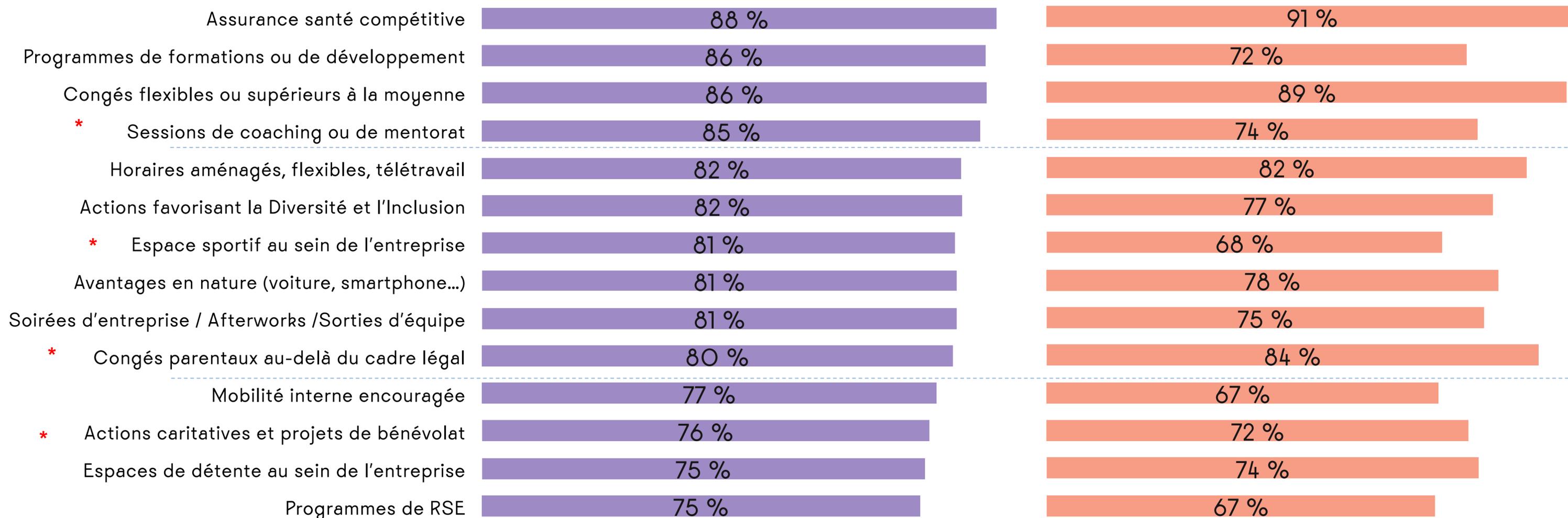


Base = A tous les décideurs (n=500)

Base = A tous les actifs (n=1000)

L'attractivité de l'employeur repose sur des essentiels (l'assurance santé, les congés, la flexibilité) indispensables. Peu de distinctions concernant l'efficacité des actions côté décideurs.

Evaluation des différentes actions en place dans votre entreprise/administration pour la positionner en tant qu'employeur attractif : action jugée efficace.



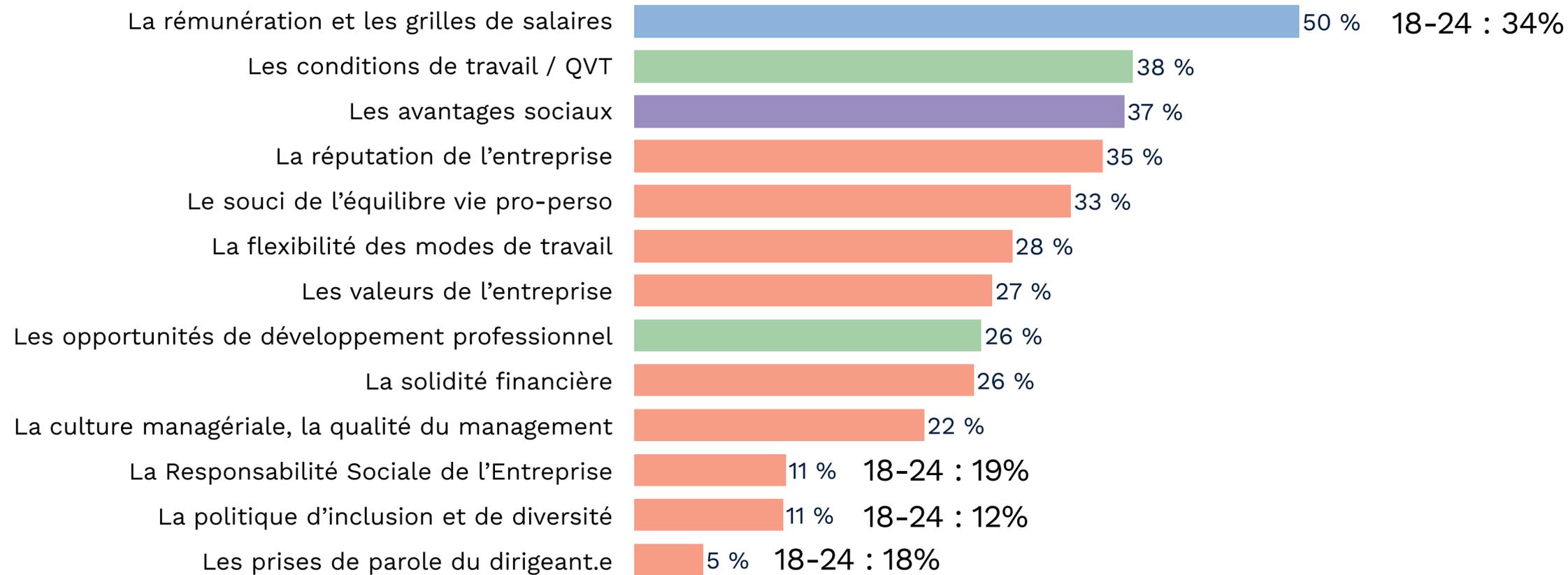
Base = Décideurs sur la base des actions mises en place

Base = Actifs sur la base des actions mises en place

* base faible (<60)

La rémunération, facteur décisif pour rejoindre une entreprise. La hiérarchie des attentes est similaire selon les générations, mais les jeunes sont plus sensibles à la RSE et aux prises de position des dirigeants.

En tant que candidat à un futur emploi, sur quels éléments de l'entreprise vous renseignez-vous tout particulièrement ?



Quels sont les 3 éléments les plus importants pour vous projeter dans la future entreprise/administration ?

Rémunération et salaires

55%

Conditions de travail et QVT

31%

Avantages sociaux

28%

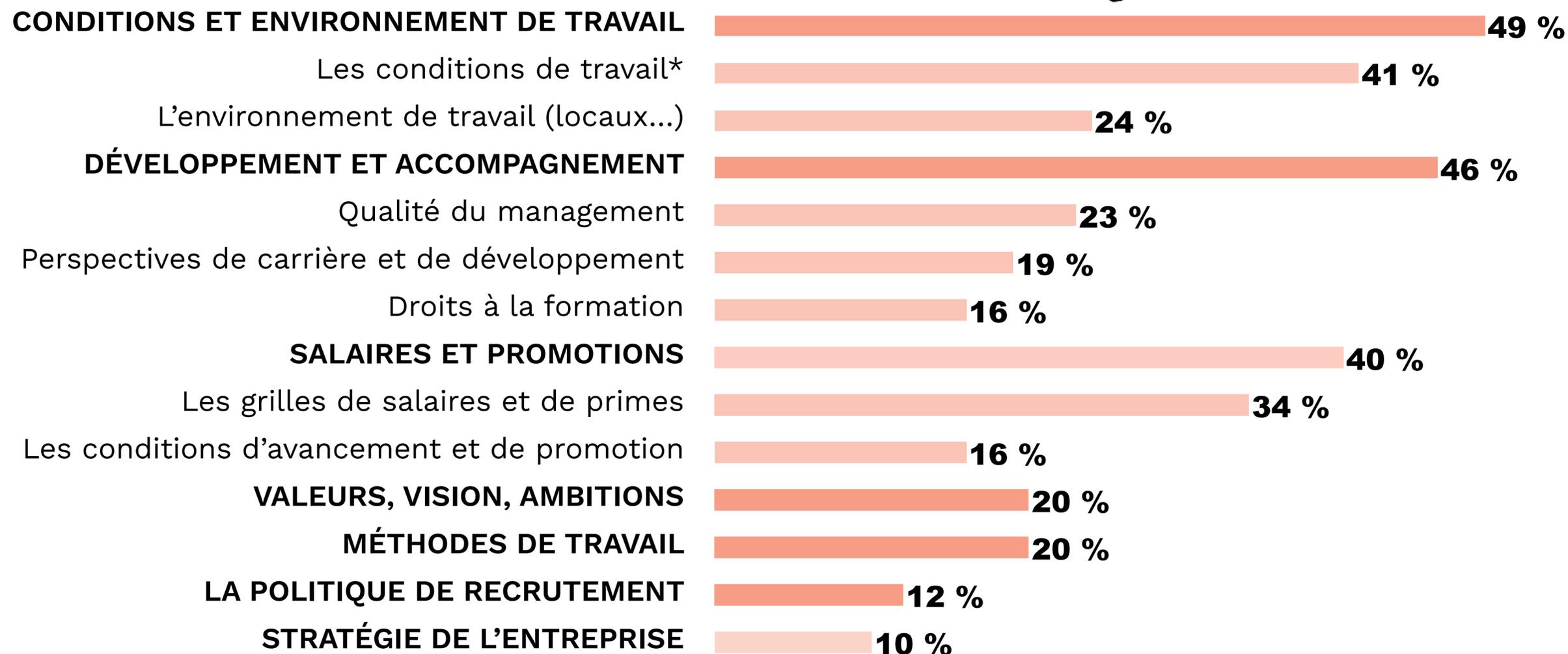


18-24 : 34%

Base = A tous les actifs (n=1000)

On recommande son entreprise avant tout pour la QVT et les possibilités de développement de carrière qu'elle nous offre, avant le salaire.

Quels sont tous les éléments qui influencent votre choix de recommander votre structure ?



*** Les conditions de travail ?...**

Temps de travail, charge/pression, équilibre de vie...

Ambiance, état d'esprit, collègues...

Capacité à faire son travail (autonomie et efficacité du fonctionnement)...

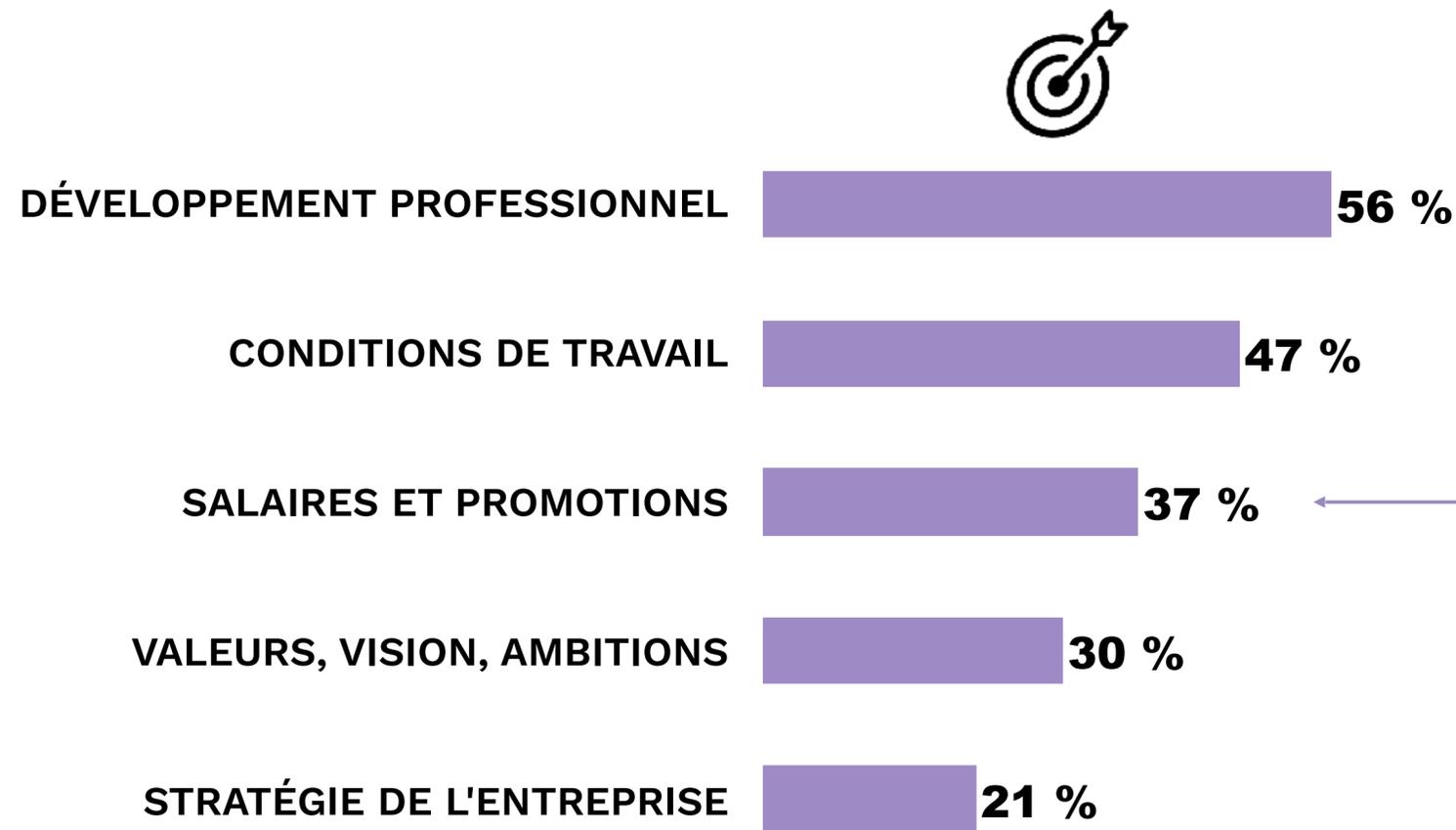
03

– LA MARQUE
EMPLOYEUR :
COMMENT EN PARLER
AUX CANDIDATS ?

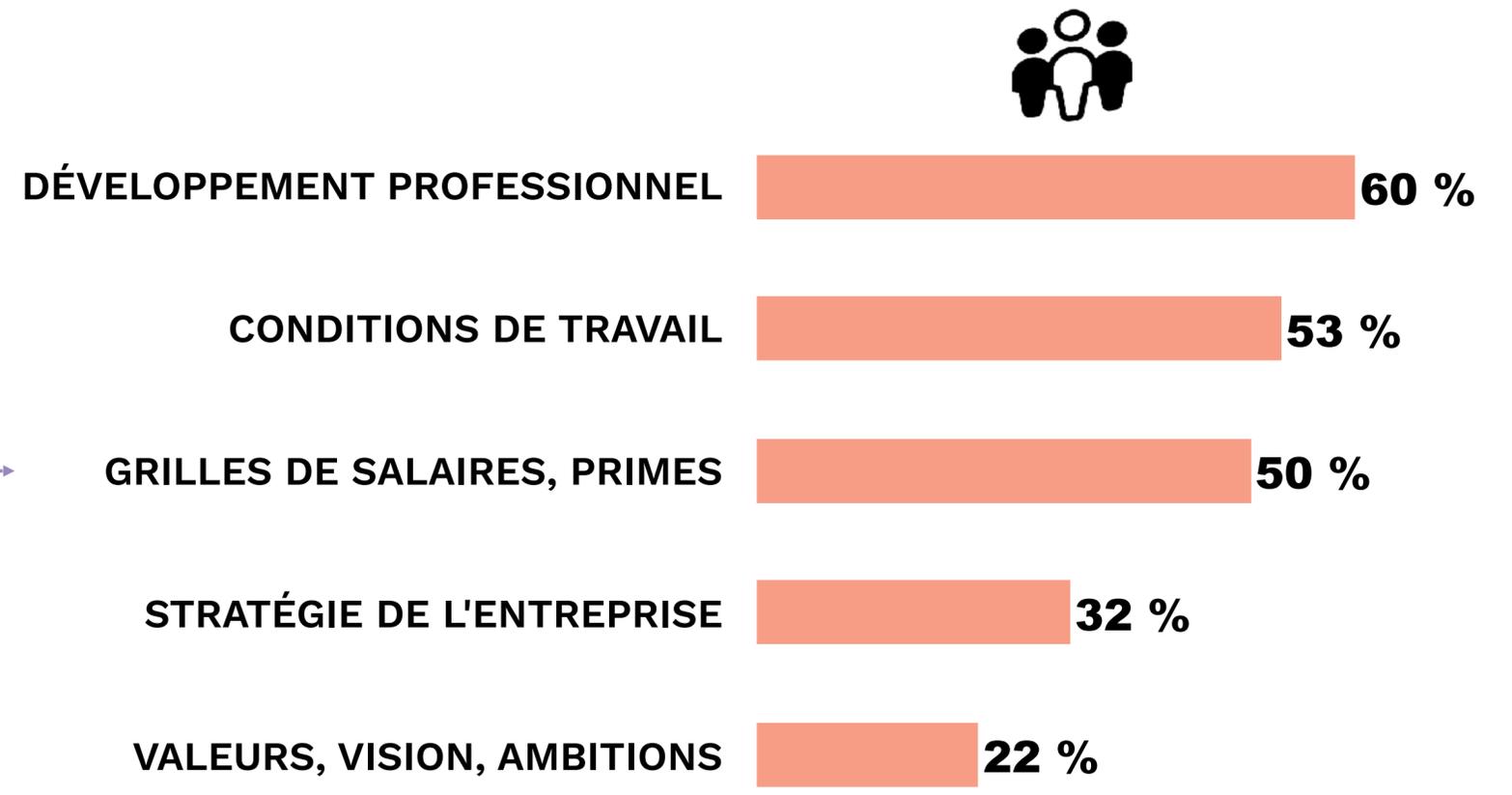
Décideurs et actifs alignés sur les essentiels de la culture d'entreprise – mais des actifs en demande de plus de transparence, notamment salariale.

Lors du processus de recrutement, comment faites-vous transparaître la culture de votre entreprise ?

En poste ou candidat, sur quels sujets souhaiteriez-vous que les structures et entreprises soient (plus) transparentes ?



Base = A tous les décideurs (n=500)

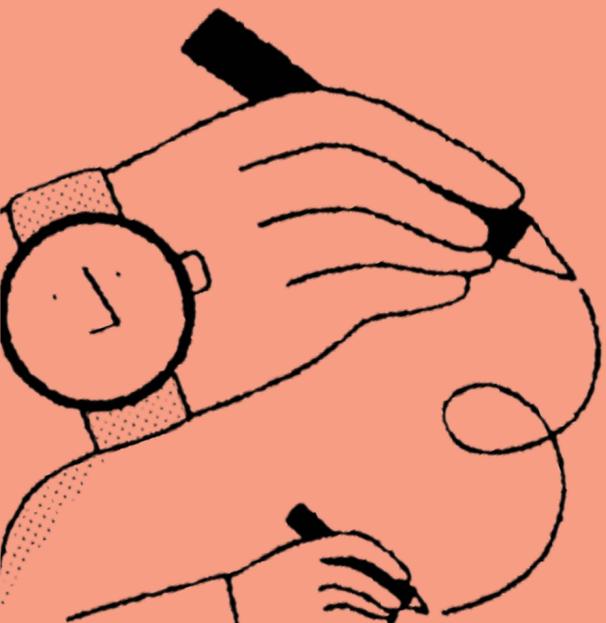


Base = A tous les actifs (n=1000)

75% des candidats accordent de l'importance à la transparence de la culture de l'entreprise à laquelle **ils candidatent**.

Des candidats en demande d'attention :

feedbacks, transparence et clarté, prise en compte de l'individu.



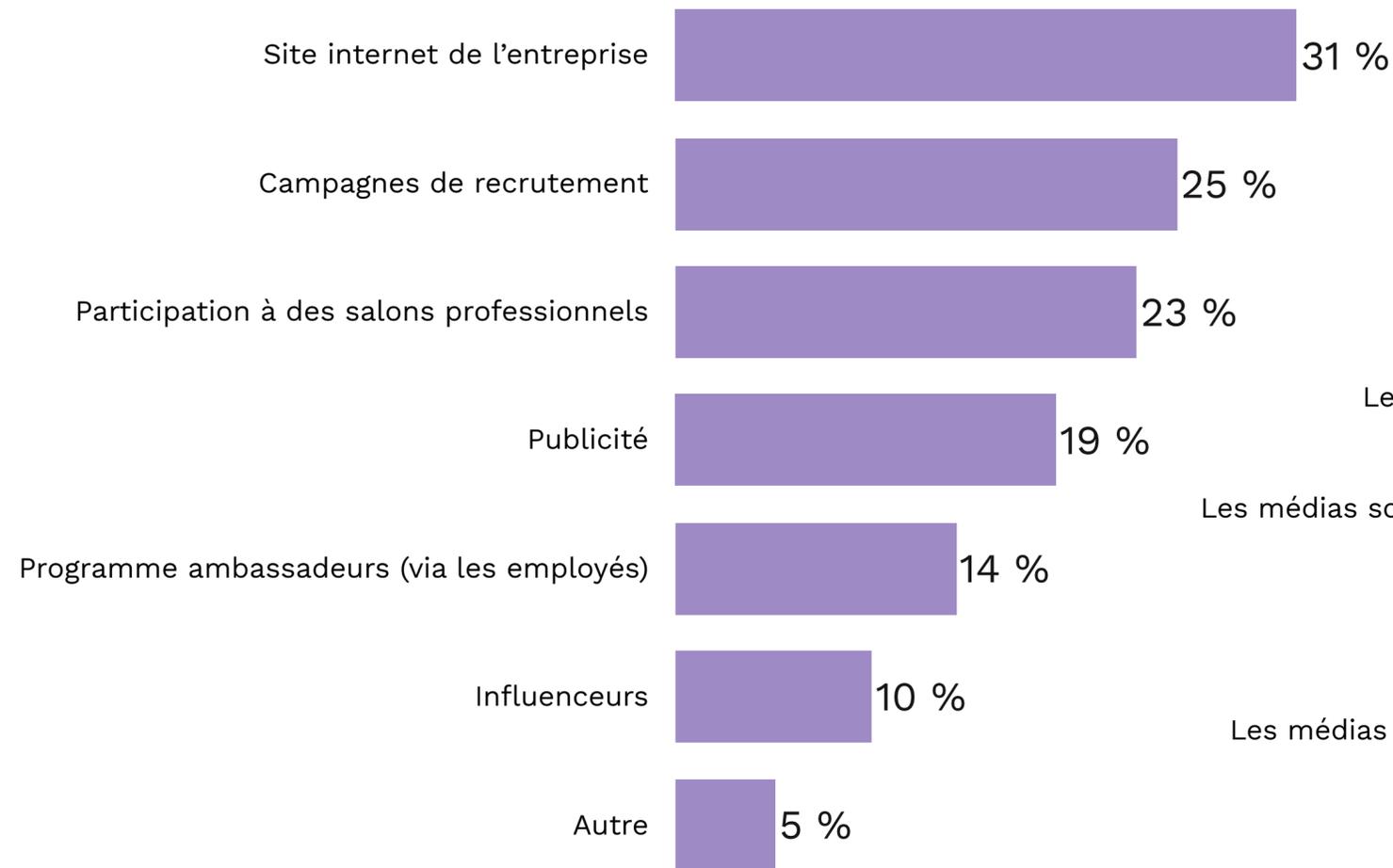
En tant que candidat, quelles sont les mauvaises pratiques de recrutement que vous avez identifiées et que vous trouvez dépassées ? Plusieurs réponses possibles.



Base = A tous les actifs (n=1000)

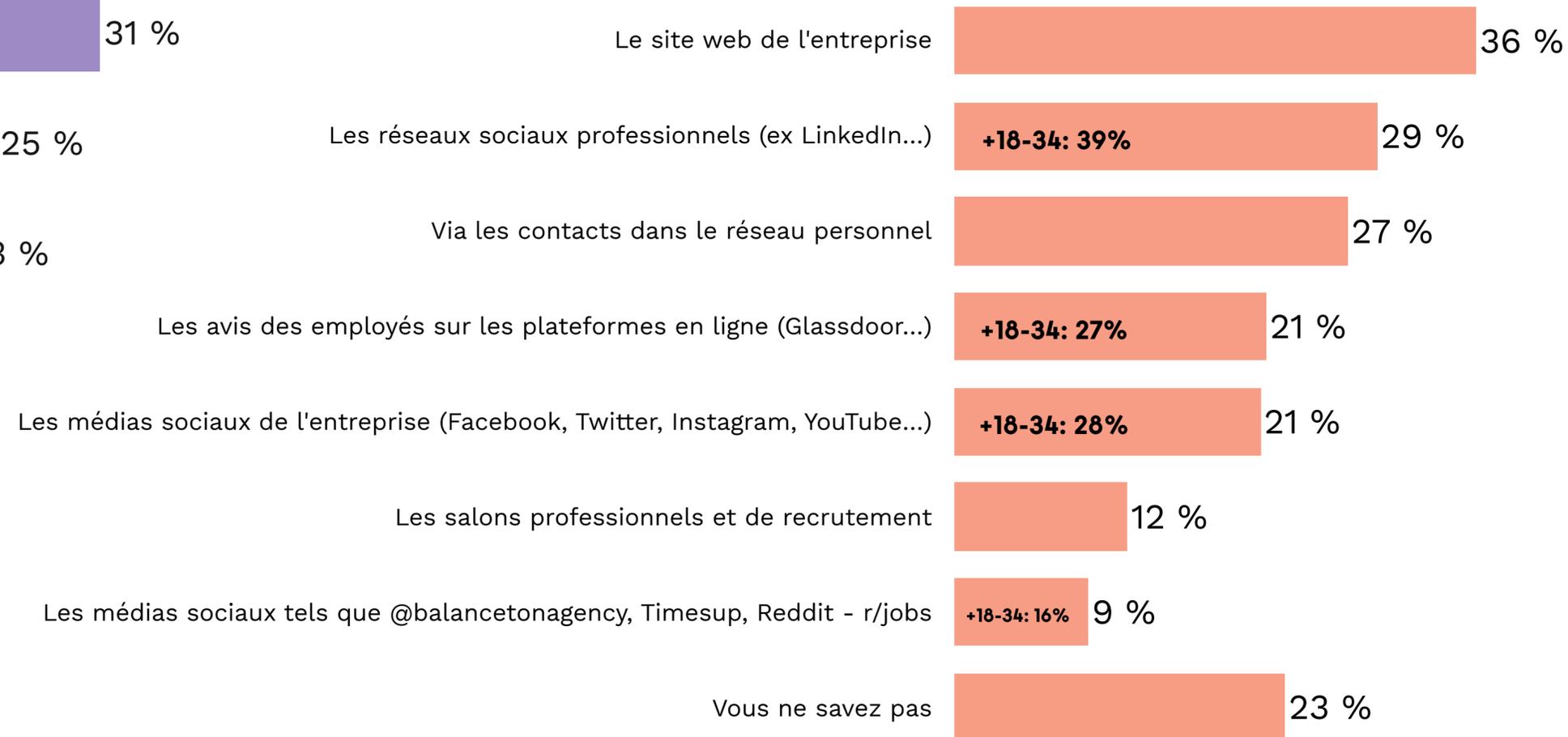
Communiquer sur sa marque employeur : ne pas sous-estimer le poids des réseaux et médias sociaux, notamment auprès des plus jeunes.

Quels sont les principaux moyens que vous utilisez pour faire connaître votre marque employeur ?



Base = A tous les décideurs (n=500)

Quels moyens utilisez-vous pour en savoir plus sur une entreprise lorsque vous recherchez un emploi ?

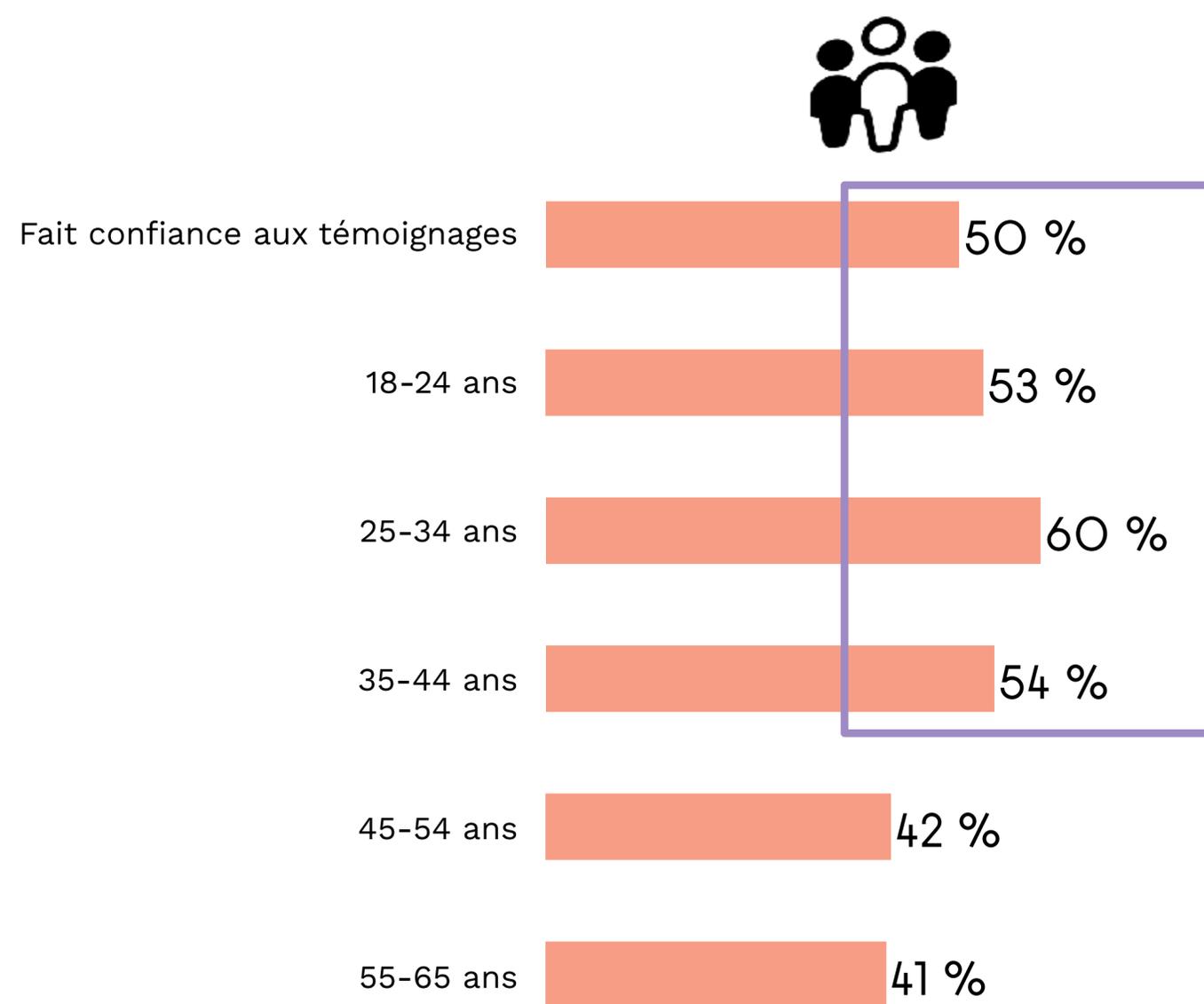
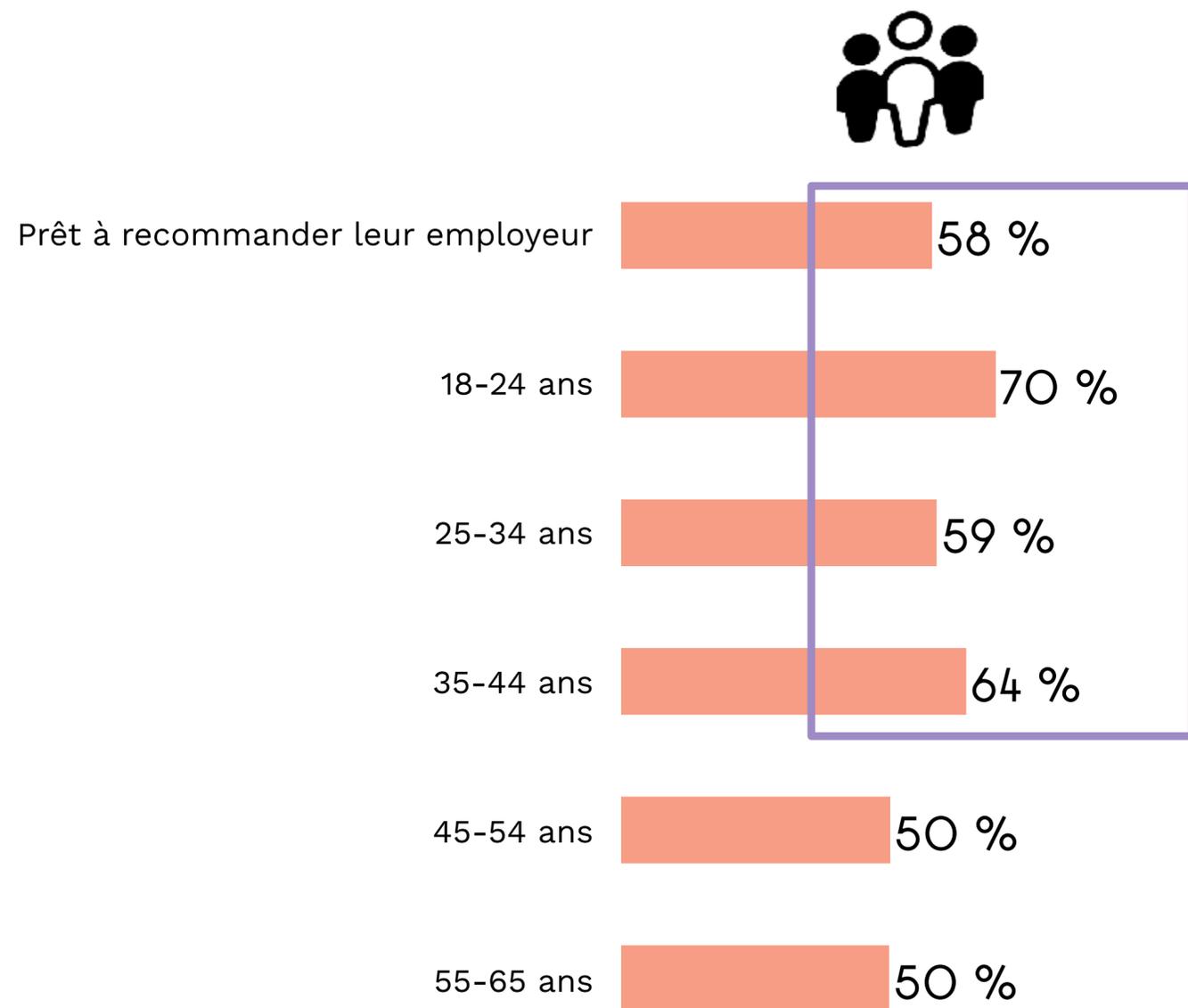


Base = A tous les actifs (n=1000)

De l'importance de capitaliser sur son réseau d'ambassadeurs : une ressource légitime et disposée à s'investir.

Dans quelle mesure vous sentiriez-vous prêt / à l'aise à recommander votre employeur en externe (sur vos réseaux sociaux, à votre réseau, bouche-à-oreille, intranet alumni) ?

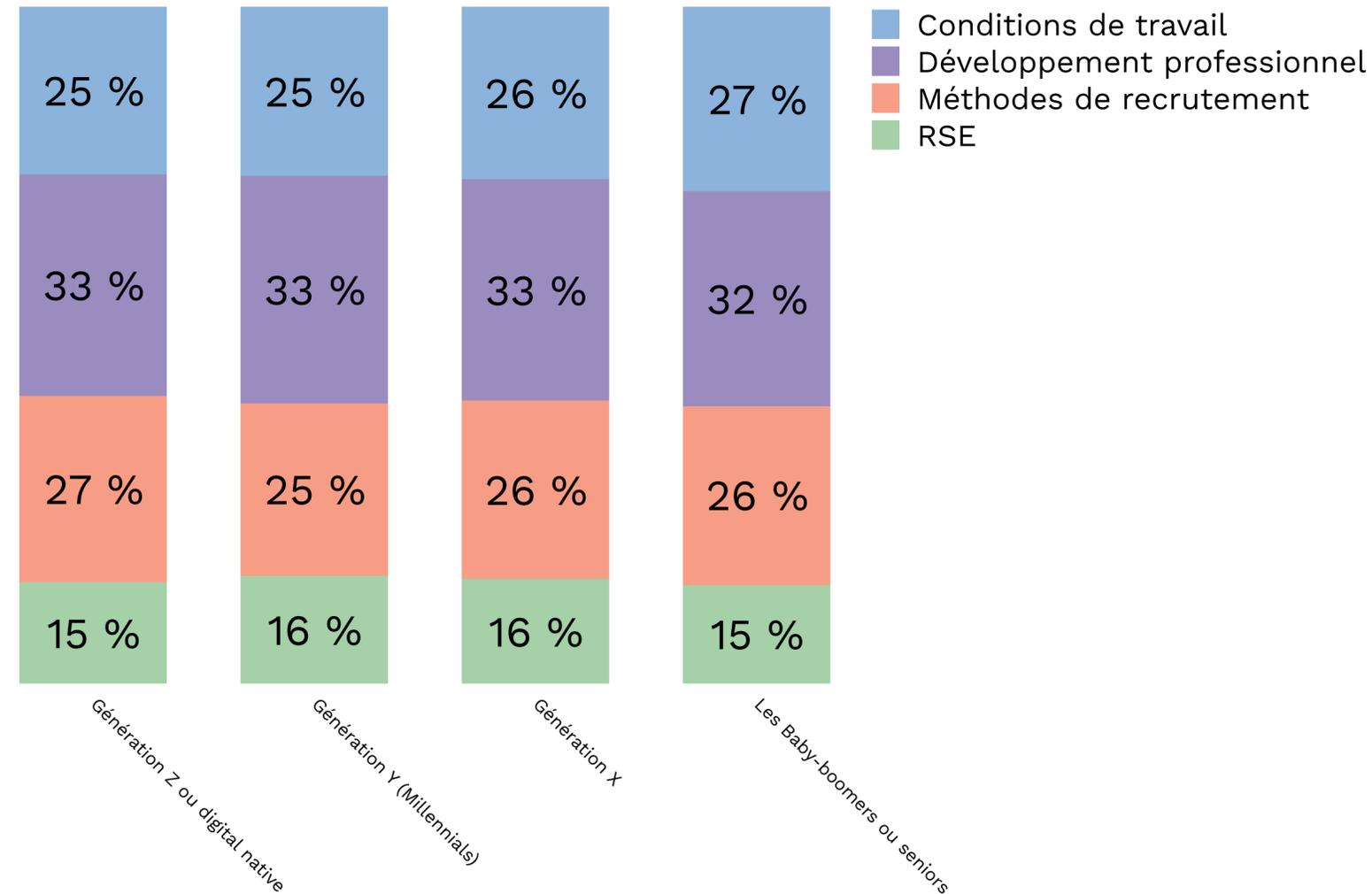
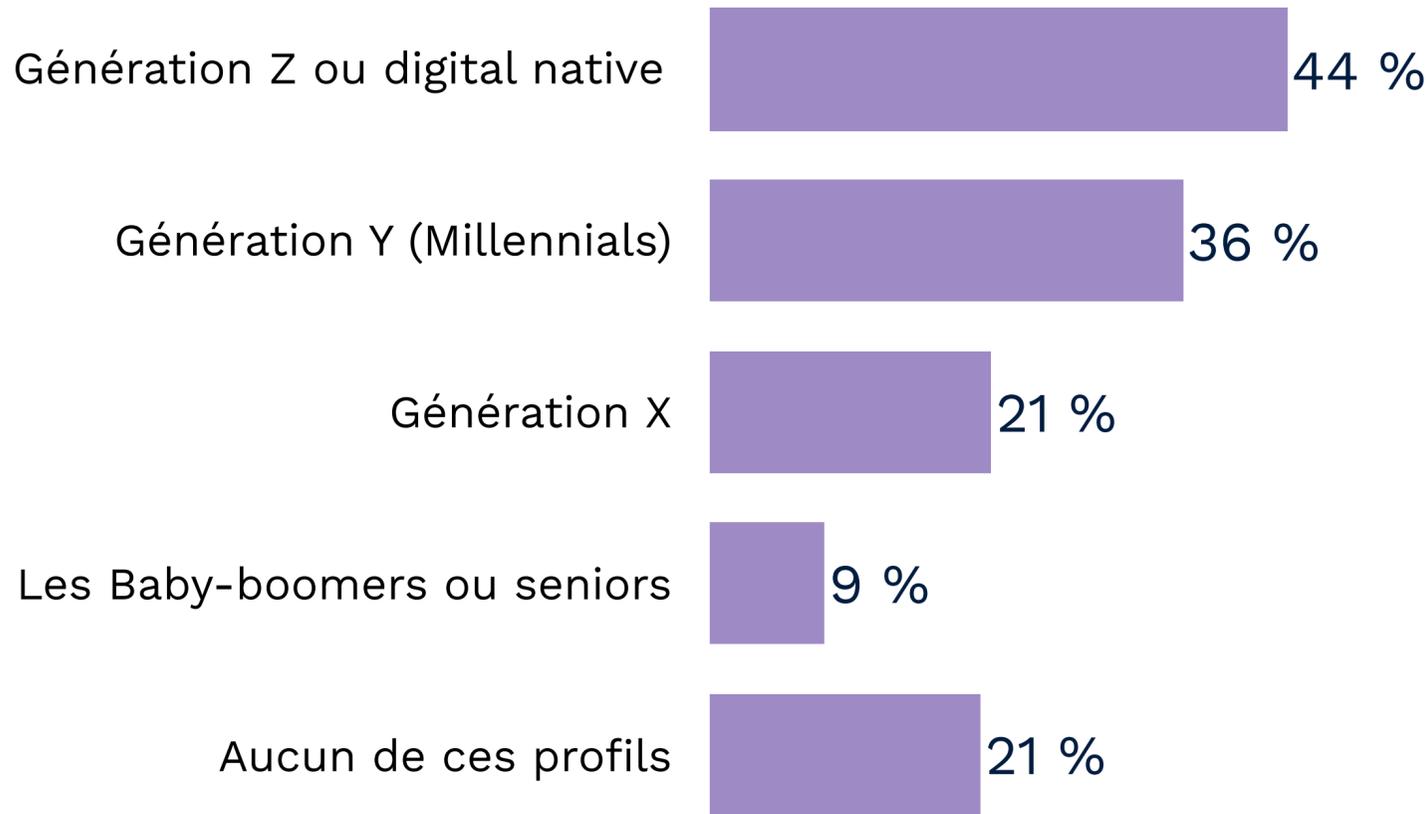
Vous-mêmes, faites-vous confiance aux témoignages d'autres salariés sur les réseaux sociaux ou d'autres salariés que vous ne connaissez pas personnellement ?



Certains profils sont plus difficiles à attirer, mais les stratégies restent peu différenciées selon les cibles.

D'une manière générale votre entreprise rencontre-t-elle des difficultés à attirer et recruter les populations suivantes ? Plusieurs réponses possibles.

Quelles sont les stratégies et politiques RH spécifiques qui sont mises en place par votre entreprise pour attirer les différentes populations suivantes ? Plusieurs réponses possibles.



Base = A tous les décideurs (n=500)

Paroles de décideurs :

Quelles sont vos
bonnes pratiques
pour attirer les
talents que vous
souhaitez recruter ?



« Axer sur **la grille de salaire** et évolution de carrière »

« Donner une vue globale sur **les possibilités de progresser et de diversifier son activité** professionnelle tout au long de sa carrière... commercial, technique, administratif, informatique »

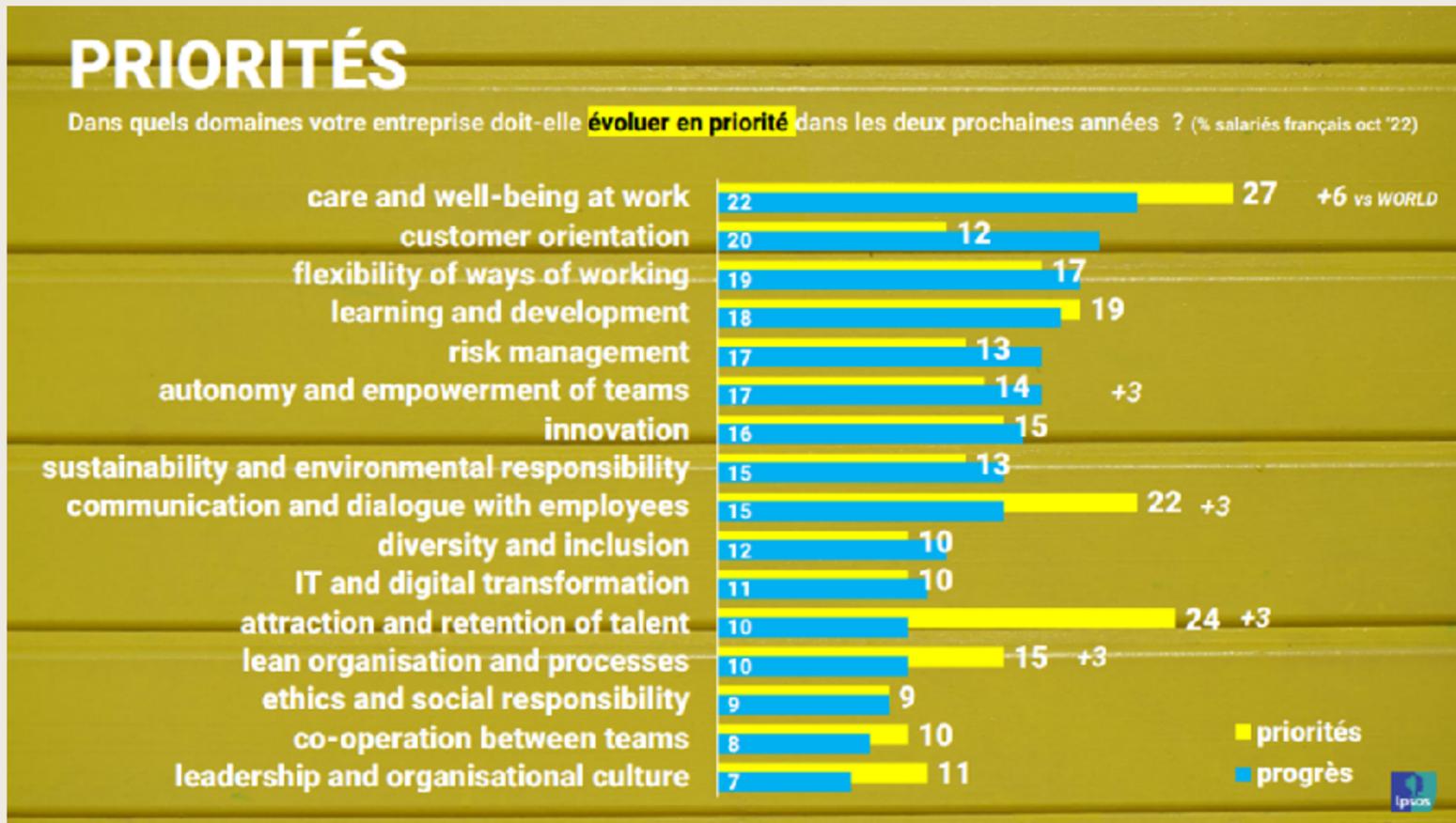
« **M'adapter au profil et à l'âge** de la personne »

« **La transparence** dans tous les domaines »

« Communiquer sur les méthodes de **management**, les **perspectives** d'évolution, et les **avantages** sociaux »

« **Faire témoigner** ceux qui vivent le métier au quotidien et qui s'y sentent bien. Être franc et honnête, présenter le côté exceptionnel du métier sans en cacher les contingences »

En conclusion...



Domaines dans lesquels l'entreprise **a le plus progressé** au cours des deux dernières années / **doit évoluer en priorité** dans les deux prochaines années.

(source : enquête Ipsos RED auprès des salariés français travaillant dans des organisations de plus de 100 personnes, octobre 2022)

L'attraction et la rétention des talents, un enjeu de progrès majeur reconnu par tous → de l'importance de **préciser sa stratégie** de marque employeur et d'y **associer toutes les parties prenantes**.

Distinguer les leviers →

- **La qualité de vie au travail** (conditions de travail, temps de travail, flexibilité) : un **attendu** pour tous les salariés.
- **La rémunération et les avantages sociaux** : des **facteurs primordiaux d'attractivité**, sur lesquels les candidats attendent plus de transparence.
- **Le développement professionnel** (accompagnement managérial, formation, perspectives...) : un **levier essentiel pour attirer ET retenir** les talents.

La marque employeur est d'autant plus forte que les bénéfices proposés sont réellement vécus à l'intérieur → affirmer **sa différence** et veiller à **la cohérence** des expériences.

Welcome to the Jungle

Welcome to the Jungle est **l'expert du monde du travail.**

Nous aidons les candidats à **explorer le monde professionnel et à trouver les opportunités les plus excitantes.** Comment ? Grâce une expérience et des contenus inspirants qui donnent les clefs aux travailleurs et aux entreprises pour redéfinir les règles du travail, à la richesse des contenus sur des milliers d'entreprises, et aux dizaines de milliers d'offres d'emploi accessibles à travers l'expérience la plus immersive du marché.

Nous proposons **des solutions innovantes aux entreprises pour qu'elles développent leur marque employeur** et renforcent leur attractivité auprès des candidats, ainsi que des outils pour fluidifier l'expérience de recrutement.

Welcome to the Jungle en quelques chiffres :

- Plus de 5 000 clients dans le monde
- Près de 3 millions de visiteurs uniques sur la plateforme chaque mois
- 79M€ levés auprès de Cipio Partners, Blisce, Revaia, XAnge, BPI, SGPA, Financière Saint James, MAIF Avenir, Kima Ventures
- Plus de 330 collaborateurs.rices
- 2 bureaux en Europe



**Welcome
to the Jungle**

Merci