

Communiqué de presse

5^{ème} étude Randstad Award sur la marque employeur **Airbus, entreprise préférée des Français(e)s en 2014**

Paris, le 20 mars 2014 – *La cinquième édition en France des Randstad Awards distingue Airbus comme l'entreprise la plus attractive auprès du grand public en 2014. Airbus succède ainsi à Canal+, lauréat l'an passé. Parmi les personnes interrogées connaissant Airbus, 67 % déclarent vouloir travailler pour l'avionneur. Soit la proportion la plus élevée toutes entreprises confondues, selon l'enquête¹ qui mesure la marque employeur des 250 plus grandes entreprises opérant en France. Dassault Aviation et Airbus Helicopters (nouveau nom d'Eurocopter) se classent respectivement deuxième (62 %) et troisième (61 %). Et permettent ainsi à un seul secteur d'activité – l'aéronautique – d'enlever le podium, un fait inédit. Outre le palmarès, l'étude analyse les raisons qui motivent les Français(e)s à rejoindre un employeur plutôt qu'un autre. Alors que la sécurité de l'emploi constituait en 2013 le premier facteur de choix, en 2014, les sondés plébiscitent avant tout la rémunération. Ce critère arrive en tête avec 72 % des suffrages, en hausse de 13 points par rapport à 2013, devant la sécurité de l'emploi (59 %, - 7 points sur un an) et l'ambiance de travail agréable (58 %, inchangé)².*

Randstad Awards 2014 : l'analyse de François Béharel, président du Groupe Randstad France

- Les Randstad Awards consacrent en 2014 trois entreprises aéronautiques. Difficile de ne pas voir dans ce plébiscite la prime à un secteur qui enchaîne depuis plusieurs années les succès à l'export et crée des emplois. Pourtant, il ne suffit pas d'appartenir à cette filière pour être de facto perçu comme un employeur attractif. Alors que les Randstad Awards analysent depuis déjà cinq ans l'image que les plus grandes entreprises présentes en France renvoient auprès du public, jamais auparavant un seul secteur n'avait été distingué de la sorte. Preuve que la marque employeur est un travail de longue haleine qui, pour être payant, nécessite davantage qu'une conjoncture favorable.
- Au moment de choisir un employeur, les Français, en 2014, se déterminent d'abord au regard de la rémunération que celui-ci est en mesure de proposer. Il y a plusieurs explications possibles. Ce choix a probablement pour toile de fond la hausse de la TVA et des prélèvements touchant les ménages. Mais il pourrait aussi être une conséquence de la modération salariale en vigueur dans certaines entreprises depuis plusieurs années.
- Les critères en queue de classement de cette cinquième édition des Randstad Awards sont identiques à ceux qui fermaient la marche les années précédentes. Il s'agit par exemple de l'image et des valeurs de l'entreprise, ainsi que de sa démarche sociale et environnementale. Aux yeux des sondés, ces critères ne

¹ L'étude Randstad Award a été réalisée en novembre 2013 par l'institut ICMA Group sur la base d'une enquête en ligne conduite auprès d'un panel représentatif de la population française constitué de 12 000 personnes âgées de 18 à 65 ans.

² Comme les résultats expriment le pourcentage de répondants ayant choisi un critère – parmi une liste de 17 critères – à n'importe quelle position parmi le Top 5 des critères les plus importants dans le choix d'un employeur, la somme des résultats dépasse 100%.

tiennent pas lieu de priorité et ne sont donc pas, à ce titre, les plus importants dans l'attractivité d'un employeur. Ce serait toutefois commettre une erreur, en tant que dirigeant, que de les négliger. A l'inverse des réponses les plus citées, telles que la rémunération et la sécurité de l'emploi, tournées vers l'individu, ces critères expriment une dimension collective. Ils participent donc entièrement du projet d'entreprise que porte le dirigeant et témoignent, par effet de ricochet, de son rayonnement.

- La marque employeur nécessite de la constance pour produire ses effets. Elle ne peut pas dépendre d'investissements fluctuant au gré de la conjoncture. Son efficacité résulte d'un travail mené dans la durée, qui se poursuit même à contre-cycle. Cette cohérence est essentielle car elle transforme la marque employeur en un outil permettant de mieux accompagner les phases de reprise, telle que celle qui s'annonce.

Le salaire cristallise les attentes des sondés

Alors que l'année 2014 devrait signer le retour d'une croissance plus vigoureuse en Europe, la France devrait bénéficier de cet effet d'entraînement : l'Insee estime ainsi que l'acquis de croissance, au terme du premier semestre, pourrait atteindre + 0,7 %. Davantage que les 0,3 % enregistrés en 2013. Dans ce contexte, les résultats des Randstad Awards 2014 semblent se faire l'écho de l'espoir suscité par une conjoncture certes modeste, mais néanmoins orientée à la hausse. En effet, aux yeux du grand public, le choix d'un employeur – public ou privé – se fera cette année d'abord au regard de sa capacité à proposer une *rémunération attractive*. Ce critère enregistre un score de 72 %, soit une progression de 13 points par rapport à l'étude 2013. Tous critères confondus, il s'agit de la plus forte hausse.

Les deux facteurs de choix les plus fréquemment cités sont ensuite la *sécurité de l'emploi* (59 %, en retrait de 7 points par rapport à 2013), qui s'était hissée en tête du classement l'année dernière, et l'*ambiance de travail agréable*, avec 58 %, un score identique à celui enregistré un an plus tôt. Le bond de la *rémunération attractive* est à mettre en parallèle avec la chute de la *sécurité de l'emploi*. Alors que le chômage, toujours selon l'Insee, devrait refluer à partir du second semestre, les Français(e) semblent tourner le dos à l'attentisme, et sont de ce fait moins réticents à exprimer des attentes en matière de salaire – au détriment, donc, de la sécurité de l'emploi.

Les critères de choix d'un employeur en 2014 – évolution 2014/2013 entre parenthèses



Si la première place donnée à la *rémunération attractive* témoigne d'une certaine confiance dans la conjoncture, à l'évolution jugée favorable en 2014, la forte progression affichée par le critère *bon équilibre vie privée / vie professionnelle* (+ 8 points, deuxième meilleure hausse) conforte l'hypothèse d'un regain d'optimisme. Estimant peut-être que le plus dur est passé, les sondés se recentrent sur leur bien-être, dont le bon équilibre entre la vie privée et professionnelle est l'une des

expressions. Notons en outre que la troisième plus forte progression est signée par le critère *emplois intéressants*. En 2014 plus qu'en 2013, les personnes interrogées attendent donc des entreprises qu'elles leur proposent un challenge professionnel. Il est possible de voir dans ces trois résultats le signe d'une confiance retrouvée dans l'entreprise : celle-ci serait de nouveau un des lieux privilégiés de la réalisation de soi. Un bon salaire, un emploi intéressant et un équilibre de vie : les salariés semblent de nouveau estimer l'entreprise – en atteste d'ailleurs son attractivité globale, en hausse de six points à 35 %.

Peu de changement en revanche en queue de classement. Selon l'étude, *l'image et les valeurs de l'employeur, sa politique de diversité, sa démarche sociale et environnementale* ne sont pas jugés comme déterminants au moment de choisir un employeur. Ces critères apparaissent sans doute comme secondaires aux yeux des sondés à l'heure où leurs attentes se concentrent sur des besoins jugés plus fondamentaux. Dans un contexte de crise, les Français(e)s pensent d'abord à leur salaire ainsi qu'à garder ou trouver du travail ! Mais, par-delà la conjoncture difficile, quelle conclusion en tirer, alors que nombre d'entreprises ont justement érigé la RSE (responsabilité sociale et environnementale) au rang de priorité ces dernières années? Si le verre est à moitié plein, l'on peut alors avancer que les salariés considèrent pareils progrès comme acquis. Ces questions allant de soi, pas la peine de les mettre en avant. A contrario, ces résultats peuvent aussi signaler le fait que les efforts engagés n'ont pas encore trouvé de traduction concrète dans le quotidien professionnel des sondés. Auquel cas il serait temps pour les employeurs de repenser leur politique RSE.



Public, privé, santé : l'attractivité des employeurs passée au crible

Le deuxième volet de l'étude Randstad Award se penche sur la manière dont le grand public perçoit l'attractivité des entreprises privées, des ministères et des institutions de la santé. En d'autres termes : quels sont leurs atouts respectifs? En plus de permettre la comparaison, cette partie vise aussi à [mettre au jour d'éventuels décalages entre les attentes du grand public et la réalité telle qu'il la perçoit](#).

Le top 5 des critères d'attractivité les plus communément associés aux employeurs des secteurs donnés

Top 5	Entreprises (35 %)*	Ministères (53 %)	Santé (44 %)
1^{er} critère	<i>Financièrement saine</i>	<i>Sécurité de l'emploi</i>	<i>Emplois intéressants</i>
2^{ème} critère	<i>Perspectives de carrières</i>	<i>Emplois intéressants</i>	<i>Démarche sociale et environnementale</i>
3^{ème} critère	<i>Management fort / de qualité</i>	<i>Perspectives de carrières</i>	<i>Sécurité de l'emploi</i>
4^{ème} critère	<i>Emplois intéressants</i>	<i>Financièrement saine</i>	<i>Formations de qualité</i>
5^{ème} critère	<i>Formations de qualité</i>	<i>Formations de qualité</i>	<i>Ambiance de travail agréable</i>

* Le chiffre entre parenthèses correspond à l'attractivité globale de la catégorie d'employeur donnée (la part des personnes interrogées qui répondent favorablement à la question : souhaitez-vous travailler pour une entreprise ? Un ministère ? Un établissement de santé ?).

D'emblée, une conclusion s'impose à la lecture du tableau. [Les principaux critères sur lesquels se fondent les attentes des salariés ne correspondent pas à leur vision de ce que proposent les employeurs](#). Alors que les Français(e) espèrent d'abord d'un futur

employeur une rémunération attractive, ce critère n'est associé à aucun d'entre eux dans le Top 5 – qu'il s'agisse d'une entreprise privée, d'un ministère ou d'un établissement de santé.

[Aux yeux des sondés, les entreprises seraient](#)

donc financièrement saines mais pas en mesure d'offrir un salaire attractif ni la sécurité de l'emploi. Comment expliquer ce paradoxe ?

Sans doute le flot nourri de mauvaises nouvelles sur le front de l'emploi – fermetures d'usines, plans sociaux, etc. – a-t-il fait son œuvre. Mais cela relève peut-être aussi du sentiment que les entreprises, malgré la crise, restent toujours perçues comme des organisations qui dégagent des profits. Et donc gagnent de l'argent. Les Français verraient-ils alors les entreprises plus riches qu'elles ne sont? Étonnamment, ce paradoxe semble faire écho à la résonance médiatique que suscitent en France les licenciements économiques quand bien même ceux-ci ne représentent qu'une part minime des destructions d'emploi.

Notons cependant que **l'attractivité globale des employeurs (publics et privés) est en hausse en 2014**. Les entreprises privées, à 35 % d'attractivité, gagnent six points par rapport à 2013, là où les ministères (53 % vs 48 %) et la santé (44 % vs 39 %) progressent chacun de cinq points en un an. Les anticipations du public concernant une amélioration de la conjoncture semblent bénéficier à l'image des employeurs, ceux-ci devenant cette année plus attractifs.

Service public : les ministères toujours aussi attractifs

Les différences d'attractivité entre secteurs perdurent malgré tout. Les entreprises privées, malgré un taux d'attractivité en hausse (35 % des personnes interrogées disent ainsi vouloir travailler dans une entreprise privée, contre 29 % un an plus tôt) restent distancés par la santé et les ministères. Toujours aussi populaires, les ministères bénéficient d'une attractivité dont le socle repose sur des valeurs intangibles, qui ne varient pas selon les cycles économiques. Il s'agit notamment des valeurs d'égalité et d'intérêt général, inhérentes à leurs missions de service public.

Cet atout indéniable pour attirer les talents, Abdel Aïssou, directeur général du Groupe Randstad France et ancien haut-fonctionnaire,

estime que les ministères doivent le mettre davantage au service de leur capacité à recruter parmi les plus jeunes. « *Les ministères enregistrent leurs taux d'attractivité les plus faibles auprès de deux catégories stratégiques : les plus jeunes, c'est-à-dire les 18 - 24 ans (44 %), et les plus diplômés, soit celles et ceux dont le niveau d'études est supérieur à Bac +5 (42 %). Ces scores doivent inciter les ministères à développer et déployer leur marque employeur auprès de ces populations en appui sur les nouveaux outils, numériques notamment. L'enjeu est de préserver leur capacité à attirer les jeunes diplômés à l'heure où les départs à la retraite vont aller croissant et les recrutements devenir plus contraints sous l'effet des options budgétaires* ».

Autre point saillant de ce volet des Randstad Awards, **la comparaison public – privé**. Parmi les cinq critères qui, selon le grand public, déterminent leur attractivité respective, les entreprises et les ministères en partagent quatre, soit un de plus qu'en 2013 : tous deux sont perçus comme étant *financièrement sains*, offrant des *emplois intéressants* et des *formations de qualité* avec, à la clé, des *perspectives de carrière*. Ces similitudes semblent conforter la thèse d'un effritement de la barrière qui a longtemps prévalu entre deux secteurs souvent opposés dans le discours commun. Les personnes interrogées perçoivent les ministères et avec eux, l'ensemble du service public, comme une alternative pleine et entière à une carrière dans le privé. Conclusion, **en termes RH, la dichotomie public – privé est sans doute inopérante**.

La santé séduit de plus en plus les hommes

Enfin, s'agissant de la santé, notons que ce secteur, comme l'an passé, est le seul à classer dans le Top 5 des critères d'attractivité la *démarche sociale et environnementale*. Cette distinction est semble-t-il à mettre au compte des **notions de vocation, d'engagement au service d'autrui et de lien social que suscitent traditionnellement les métiers de la santé**. La crise n'aura donc pas entamé leur bonne image, ce critère « sociétal » progressant même de huit points par rapport à 2013, année où il s'était pourtant hissé en tête du classement. Autre enseignement important, **la santé continue de**

séduire les hommes : son taux d'attractivité augmente de deux points, passant de 37 % en 2013 à 39 % en 2014. Cependant, alors que l'écart n'était que de trois points l'an passé entre les femmes et les hommes, il a triplé cette année sous l'effet de sa forte hausse auprès des femmes (48 %, + 8 points sur un an). Dernier point : tandis que **la santé** affiche des scores supérieurs à la

moyenne nationale sur la plupart des critères Ressources Humaines (sécurité de l'emploi, intérêt du poste, ambiance de travail, etc.), il **continue d'accuser un déficit sur deux critères pourtant clés dans la marque employeur : la rémunération et la santé financière**. Charge au secteur de la santé de corriger le tir à ce propos.



Randstad Awards : le palmarès 2014

PALMARES GENERAL

• Entreprises privées

- Les grands gagnants, tous secteurs confondus

	Entreprise
1er	AIRBUS
2ème	DASSAULT AVIATION
3ème	AIRBUS HELICOPTERS (nouveau nom d'Eurocopter)

- Les lauréats par secteur

Les nominés par secteur	Les lauréats
Commerce-Hôtellerie-Restauration <i>Club Med ; Décathlon ; Fnac ; Marionnaud ; Yves Rocher</i>	CLUB MED
Construction-Energie-Environnement <i>EDF ; GDF Suez ; Suez Environnement ; Veolia Environnement</i>	EDF
Équipementiers et industrie automobile <i>Bosch ; Michelin ; Plastic Omnium ; Toyota ; Valeo</i>	BOSCH
Industrie des biens de consommation et agroalimentaires <i>GlaxoSmithKline ; L'Oréal ; LVMH ; Nestlé ; Philips</i>	L'OREAL
Industrie des biens d'équipement et intermédiaires <i>Airbus ; Dassault Aviation ; Airbus Helicopters (nouveau nom d'Eurocopter) ; STMicroelectronics ; Thales</i>	AIRBUS
Médias <i>Groupe Canal+ ; Groupe France Télévisions ; Groupe M6 ; Groupe NextRadio TV ; Groupe TF1</i>	GROUPE M6
Services <i>BNP Paribas ; Crédit Mutuel ; Groupe BPCE ; HSBC ; Publicis Groupe</i>	PUBLICIS GROUPE
Conseil et Services IT <i>Accenture ; Altran Technologies ; EY ; KPMG ; IBM</i>	IBM
Transport-Logistique <i>Aéroports de Paris ; Bolloré ; La Poste ; SNCF</i>	AEROPORTS DE PARIS

● Secteurs d'activité

	2014	2013	2012
Médias	45,7% ▲	38,6%	40,4%
Ind. des biens de consommation et agro	45,6% ▲	34,8%	35,6%
Construction Energie Environnement	43% ▲	32,7% ▼	35,1%
Ind. des biens d'équipement et intermédiaires	39,7% ▲	33,4% ▼	34,8%
Services Conseil IT	38,8% ▲	32,6%	34,3%
Equipementiers et industrie automobile	35,2% ▲	29,7% ▼	32,5%
Transport-logistique	35% ▲	30,3%	31,1%
Services	31,6% ▲	25,1% ▼	27,5%
Commerce Hôtellerie Restauration	26,5% ▲	23,1%	24,1%

En 2014, les médias ressortent de nouveau comme le secteur le plus attractif auprès des Français(e)s. Près d'un répondant sur deux (45,7 %) souhaiterait y travailler. Ce secteur continue donc de faire rêver et bénéficie de ce fait d'un pouvoir de séduction qui ne se dément pas année après année. En 2013 et en 2012, les

médias occupaient déjà la 1ère place, devant les industries de biens de consommation et agroalimentaires. Cette famille de secteur est notamment portée par l'industrie du luxe. Cette filière, emblématique d'une certaine excellence française, combine le prestige, la rareté et la qualité. Bref, tous les ingrédients du rêve ! En troisième position, on retrouve, comme par le passé, les industries des biens d'équipement et intermédiaires. Cette famille de secteur compte dans ses rangs l'aéronautique. Elle aussi une filière d'excellence, l'aéronautique fait figure d'exception dans le paysage industriel. Avec des carnets de commandes remplis pour les deux à trois prochaines années et environ 5 000 embauches prévues en 2014, l'aéronautique ne connaît pas la crise.

PALMARES SERVICE PUBLIC (MINISTERES)

Nouveau trio gagnant en 2014. Si le ministère de la Culture et de la Communication se succède à lui-même en tête du palmarès, le ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche se hisse en deuxième position, signant ainsi une entrée remarquable dans un classement où il n'occupait que la 8^{ème} position en 2013. A noter, cette année comme l'an passé, les ministères du Top 3 ont tous une femme à leur tête.

Classement 2014	
Attractivité globale: 53%	
1. Ministère de la Culture et de la Communication	60,1% (1)
2. Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche	59,3% (8)
3. Ministère des Sports, de la Jeunesse, de l'Education populaire et de la Vie associative	57,7% (2)
4. Ministère de l'Ecologie, du Développement durable et de l'Energie	57,3% (9)
5. Ministère des Affaires Etrangères	55,8% (10)
6. Ministère de la Défense	55,7% (14)
7. Ministère des Droits des femmes	55,4% (3)
8. Ministère de l'Artisanat, du Commerce et du Tourisme	55,3% (new) (18)
9. Ministère des Outre-mer	54% (5)
10. Ministère du Travail, de l'Emploi, de la Formation professionnelle et du Dialogue social	53,5% (4)
11. Ministère de la Réforme de l'Etat, de la Décentralisation et de la Fonction publique	53,4% (6)
12. Ministère des Affaires sociales et de la Santé	52,7% (7)
13. Ministère de l'Economie et des Finances	52,5% (12)
14. Ministère de l'Egalité des territoires et du Logement	52,2% (16)
15. Ministère de l'Intérieur	51,6% (15)
16. Ministère du Commerce Extérieur	49,8% (new)
17. Ministère de l'Education Nationale	48,3% (11)
18. Ministère de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire	47,8% (13)
19. Ministère de la Justice	47,6% (17)
20. Ministère du Redressement productif	42,1% (18)

PALMARES SANTE

Classement 2014

Attractivité globale: 44%

1.	Groupe Hospitalier de la	50,9%	(1)
2.	Croix Rouge	48,6%	(2)
3.	Générale de Santé	34,2%	(6)
4.	Vitalia	29,4%	(New)

Le Groupe Hospitalier de la Mutualité Française (GHMF) signe un doublé : lauréat en 2013, il est également le gagnant de sa catégorie en 2014. Nouveau trio de tête cette année, avec la Générale de Santé qui prend la troisième place du palmarès santé.

Quelques mots sur l'étude

En 2000, Randstad s'est associé à l'institut d'études indépendant **ICMA Group** pour lancer le premier Randstad Award en Belgique et mesurer la marque employeur de 50 entreprises locales. Quatorze années plus tard, l'enquête s'est élargie à **200 000 personnes** réparties dans **23 pays** dans le monde.

Cette année, en France, **12 000 salariés potentiels** (salariés, chercheurs d'emploi, étudiants, femmes au foyer ou retraités) âgés de 18 à 65 ans ont évalué **250 employeurs clés** lors d'une enquête en ligne réalisée en novembre 2013.

Il a été demandé aux sondés d'identifier les employeurs qu'ils connaissent, d'indiquer s'ils souhaiteraient travailler pour eux et d'évaluer leur attractivité selon **10 facteurs clés** -

correspondant à des critères RH considérés comme primordiaux par les Français-es dans le choix d'un employeur :

Ambiance de travail
Démarche sociale et environnementale
Equilibre entre vie privée et vie professionnelle
Financièrement saine
Intérêt du poste
Qualités des formations
Perspectives de carrière
Qualité du management
Rémunération attractive
Sécurité de l'emploi

Les employeurs sont sélectionnés sur la base de deux critères : leur effectif en France (**+ 3000 salariés**) et leur présence nationale. Ils ne peuvent postuler eux-mêmes, ni demander à figurer dans cette étude. Les gagnants sont sélectionnés uniquement sur la base de leur attractivité relative en tant qu'employeur.

L'attractivité relative correspond au volume de sondés qui connaissent un employeur, rapporté au volume de ceux qui souhaiteraient travailler pour cet employeur. **Essentiel pour le prix**, ce critère permet de gommer l'avantage en termes d'attractivité que les entreprises plus connues pourraient avoir par rapport aux autres.

Retrouvez les Randstad Awards sur : <http://www.lesrencontresrandstad.fr>

A propos du Groupe Randstad France

Le Groupe Randstad France fait partie du Groupe Randstad, deuxième acteur mondial sur le marché des ressources humaines, fondé aux Pays-Bas en 1960. En France, il se place parmi les leaders en matière de services en ressources humaines avec en 2012 un chiffre d'affaires de 3,09 milliards d'euros. En 2012, le groupe (4000 collaborateurs-trices) aura délégué chaque semaine 83 000 collaborateurs intérimaires et recruté 10 800 professionnels, en s'appuyant sur son réseau national et local de 900 agences et bureaux.

Randstad, qui est engagé depuis plusieurs années dans la lutte contre les discriminations, est la seule entreprise française de services en Ressources Humaines à avoir obtenu les labels « Egalité Professionnelle » (octobre 2008) et « Diversité » (janvier 2009), en reconnaissance des actions menées en faveur de la promotion de la Diversité au sein de l'entreprise.

En savoir plus : www.grouperandstad.fr



@GroupRandstadFR

Contacts Presse

Groupe Randstad France
Direction de la Communication
01 41 62 22 07
Sophie Durand – 06 37 86 44 00
sophie.durand@randstad.fr
Sébastien Buffet – 06 01 35 25 39
sebastien.buffet@randstad.fr

DGM
01 40 70 11 89
Sonia Fellmann / Christian D'Oléon
nathalie@dgm-conseil.fr