

Communiqué de presse
Paris, le 23 mars 2018

Marque employeur : 9^{ème} édition des Randstad Awards

Airbus, entreprise préférée des Français en 2018

La neuvième édition en France des Randstad Awards distingue Airbus comme l'entreprise la plus attractive auprès du grand public en 2018. L'avionneur européen succède à Naval Group (lauréat en 2017 sous son ancien nom de DCNS). À la question de savoir si les personnes interrogées connaissant Airbus souhaiteraient travailler pour l'avionneur, 57 % d'entre elles répondent par l'affirmative, selon l'étude Randstad Employer Branding 2018. Soit la proportion la plus élevée toutes entreprises confondues. Dassault Aviation (56 %) et bioMérieux (55 %) se classent respectivement deuxième et troisième. L'enquête Randstad Employer Brand, qui mesure chaque année l'attractivité relative¹ de quelque 250 grandes entreprises implantées en France, a été menée en ligne du 15 novembre au 17 décembre 2017 auprès d'un échantillon de 6 440 personnes âgées de 18 à 65 ans, représentatif de la population française.



François BÉHAREL

« Airbus, Dassault Aviation et bioMérieux composent le podium de l'édition 2018 des Randstad Awards. Ces trois entreprises – deux groupes aéronautiques et un leader du diagnostic in vitro – sont autant de fleurons industriels dont la France peut s'enorgueillir. Au-delà de leurs succès respectifs, ces entreprises se distinguent également par leur travail de longue date sur la marque employeur. C'est là un gage de succès. Car la marque employeur, pour être un levier de compétitivité, suppose une cohérence dans les efforts qui perdure par-delà les soubresauts de la conjoncture », déclare François Béharel, président du groupe Randstad France.

¹ L'**attractivité relative** correspond à la part des personnes qui souhaiteraient travailler pour un employeur *qu'ils connaissent*. Cette étude ne prend donc pas en compte l'effet notoriété de l'entreprise puisque seules les personnes déclarant connaître une entreprise donnée évaluent son attractivité. **Essentiel pour le prix**, ce critère permet de gommer l'avantage en termes de notoriété que les entreprises plus connues pourraient avoir par rapport aux autres.

Randstad Awards : le palmarès 2018

Lecture : parmi les personnes interrogées déclarant connaître Airbus, 57 % souhaiteraient travailler pour Airbus.



Invités à s'exprimer sur les entreprises qu'ils connaissent, les sondés se prononcent, pour chacune de ces entreprises, sur dix critères RH. Charge à eux de juger si l'entreprise, à leurs yeux, correspond au critère RH proposé en lui attribuant une note de 1 (note la plus faible) à 5 (note la plus forte). **Les résultats témoignent de la perception qu'a le grand public de l'entreprise en question, et non de la réalité.**

Les résultats d'Airbus

■ Ainsi, c'est sur le critère « *dernières technologies* » qu'Airbus enregistre son score le plus élevé, avec une note de 4,1 sur 5,0. Les Français qui

connaissent Airbus l'associent donc volontiers comme étant à la pointe de l'innovation.

- Les personnes interrogées qui connaissent Airbus estiment également que l'entreprise est « *financièrement solide* » (3,8 sur 5,0), qui est le critère sur lequel l'avionneur enregistre son deuxième meilleur score.
- De la même façon, les Français qui se sont prononcés sur Airbus jugent l'entreprise aussi bien en capacité de proposer des « *emplois intéressants* » que des « *salaires attractifs* », deux critères qui se partagent la même note de 3,7 sur 5,0.

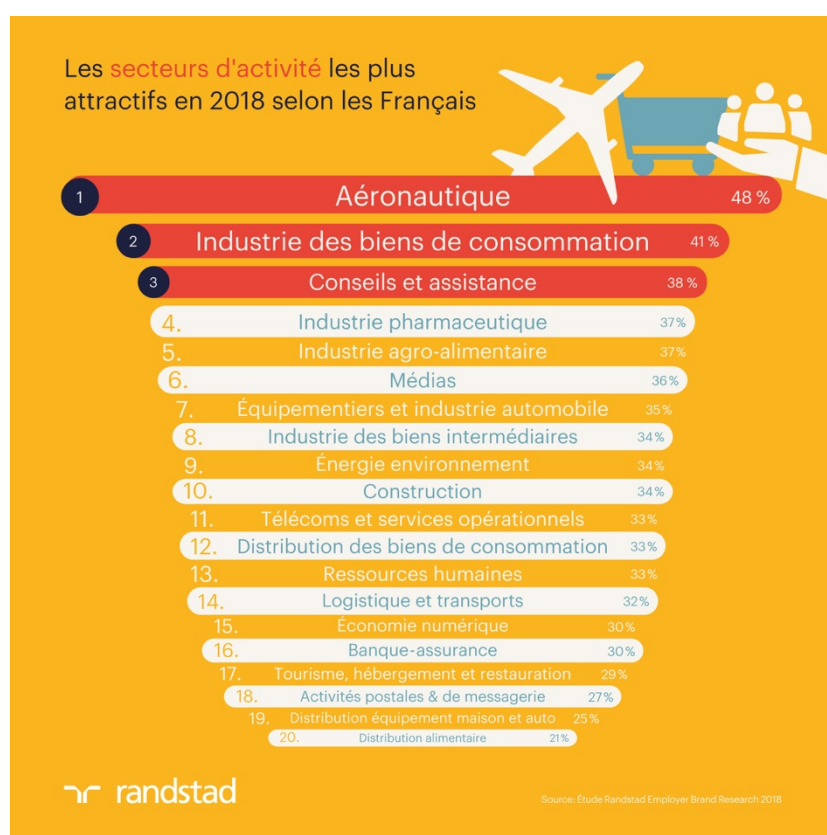
Le choix d'Airbus

Airbus, entreprise préférée des Français en 2018, succède à DCNS, lauréat en 2017 – et devenu depuis Naval Group. Un géant européen (et mondial) de l'aéronautique succède à un constructeur naval français. Dans un cas comme dans l'autre, il s'agit de deux entreprises industrielles, très implantées dans l'Hexagone. Aussi le choix d'Airbus peut-il s'interpréter comme un nouveau plébiscite des Français en faveur des fleurons de leur industrie. Une façon, peut-être, de conjurer le sort dans un pays où la désindustrialisation est réputée inexorable ? Reste qu'Airbus attire régulièrement l'attention du

grand public. Qu'il s'agisse des campagnes de recrutements avec, à la clé, l'embauche de plusieurs milliers de personnes, ou de la signature de nouveaux contrats à l'export, l'actualité d'Airbus rythme la chronique médiatique. Notons également qu'en plus d'être dans un secteur, l'aéronautique, qui exerce une forme de fascination, Airbus, groupe européen, renvoie en France l'image d'une société « tricolore » dont les différents succès rendent fiers les Français.

Le palmarès des secteurs les plus attractifs en 2018

Lecture : à la question de savoir si elles aimeraient travailler dans le secteur aéronautique, 48 % des personnes interrogées répondent oui.



■ Comme en 2017, l'aéronautique reste le secteur exerçant la plus forte attractivité auprès des Français en 2018. Près de la moitié d'entre eux (48 %) déclarent ainsi vouloir travailler dans ce secteur – une proportion identique à celle enregistrée un an plus tôt et qui reste largement supérieure à l'attractivité globale, qui atteint 33 % cette année tous secteurs confondus.

■ Parmi les autres résultats notables, soulignons la belle progression du secteur « *Conseils et assistance* »,

qui passe en un an de la 6^{ème} à la 3^{ème} place. Le secteur des « *médias* », lui, perd de nouveau une place sur un an, au 6^{ème} rang.

■ Notons enfin que le secteur de « *l'économie numérique* », qui regroupe des entreprises à la notoriété très forte (dont les GAFA, Google, Apple, Facebook, et Amazon), ne se classe qu'à la 15^{ème} position, avec une attractivité de 30 %. C'est une place de mieux qu'en 2017. Ce résultat, somme toute moyen, signifie-t-il que les géants de la Silicon Valley et autres startups ne font pas – ou plus – rêver ? C'est là sans doute une conclusion hâtive. Cependant, à l'heure où les questions d'éthique relatives aux données personnelles et au respect de la vie privée sur le web font débat, à l'heure où certains médias sociaux sont accusés de contribuer à la diffusion des « fausses nouvelles » (fake

news), et tandis que des voix s'élevaient pour dénoncer la toute-puissance supposée des GAFAs, les salariés français interrogés dans l'étude semblent faire preuve de prudence à l'égard d'un secteur pourtant réputé très attractif. Bref, comme en 2017, ils refusent de signer un chèque en blanc à l'économie numérique.

Attractivité : les critères sur lesquels les Français jugent un employeur

Lecture : le salaire est cité comme l'un des trois critères (à la 1^{ère} place, à la 2^{ème} ou à la 3^{ème}) les plus importants dans le choix d'un employeur dans 64 % des réponses.

Deux enseignements

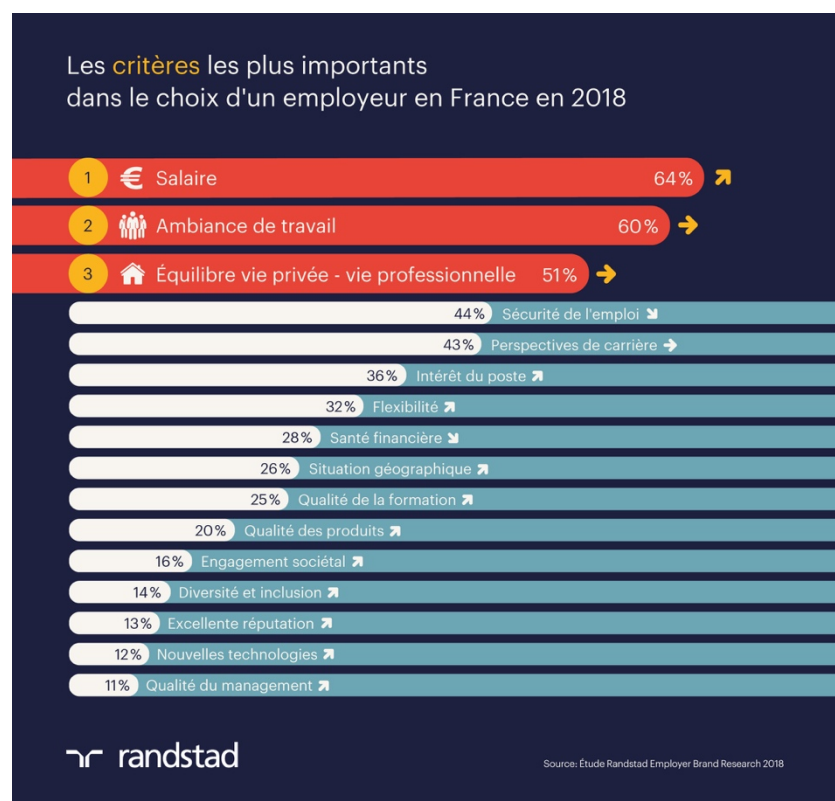
- L'importance accordée à « l'équilibre vie privée / vie professionnelle » : elle se classe 3^{ème}, derrière le salaire et l'ambiance de travail, mais elle affiche la plus forte progression, tous critères confondus, de 2016 à 2018 : + 13 points.

- La moindre importance accordée à « la sécurité de l'emploi » : ce critère est toujours bien classé, en 4^{ème} position, mais il affiche une baisse de 9 points en deux ans, la plus forte tous critères confondus. Une

hypothèse pour expliquer ce recul ? Contrairement à leurs aînés, les jeunes générations n'attendent plus monts et merveilles de l'entreprise. Ils savent que l'entreprise n'est plus en mesure de leur garantir la sécurité de l'emploi. Aussi la baisse de ce critère témoigne-t-elle sans doute d'un rapport plus sain au travail et à l'entreprise. C'est finalement une forme de rééquilibrage de la relation salarié / employeur.

Deux surprises

- « La bonne réputation de l'entreprise » est classée très bas : ce résultat surprend alors que les entreprises jouissant d'une bonne réputation reçoivent traditionnellement plus de CV que les autres.



- « *Les nouvelles technologies* » classé avant-dernier : ce résultat peut s'expliquer par le fait que ce critère renvoie à quelque chose que le salarié découvre une fois qu'il a rejoint une entreprise. Difficile, à l'exception des entreprises IT, de présumer de la qualité des outils à disposition.

Méthodologie

- L'étude Randstad Employer Brand mesure **l'attractivité relative** des entreprises dans 30 pays, représentant 75 % de l'économie mondiale.
- Elle est réalisée par l'institut d'études Kantar TNS pour Randstad holding.
- En France, l'enquête mesure l'attractivité relative de quelque 250 entreprises opérant sur le territoire national.
- **L'attractivité relative** correspond à la part des personnes qui souhaiteraient travailler pour un employeur qu'ils connaissent. L'étude ne prend donc pas en compte l'effet notoriété de l'entreprise puisque seules les personnes déclarant connaître une entreprise évaluent son attractivité. Essentiel pour désigner l'entreprise la plus attractive de France, ce critère permet de gommer l'avantage en termes de notoriété que les entreprises plus connues pourraient avoir par rapport aux autres.
- En France, l'échantillon comptait 6 440 personnes âgées de 18 à 65 ans. L'échantillon, qui comprenait des étudiants, des salariés et des chômeurs, était représentatif de la population française (sexe, âge) avec une surreprésentation des 25-44 ans.
- Les interviews ont été réalisées entre le 15 novembre 2017 et le 17 décembre 2017.
- Les interviewés étaient sollicités par e-mail et invités à répondre à un questionnaire en ligne.

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 2017 un chiffre d'affaires de 3,39 milliards d'euros. En 2017, le groupe (3 800 collaborateurs-trices) aura délégué en moyenne 75 000 salariés intérimaires chaque semaine et recruté 23 200 professionnels en CDI/CDD, en s'appuyant sur son réseau national et local de 650 agences et bureaux.

Randstad est détenteur depuis 2008 et 2009 du Label Égalité Professionnelle et du Label Diversité. Le Groupe Randstad France est également labellisé *Gender Equality European and International Standard (GEE&IS)* depuis 2011.

Retrouvez-nous sur :



www.grouperandstad.fr

| [@GroupRandstadFR](https://twitter.com/GroupRandstadFR)



<http://resources.grouperandstad.fr>

| [@DataLabEmploi](https://twitter.com/DataLabEmploi)

Contacts presse

Groupe Randstad France

Direction de la Communication

Tél. 01 41 62 22 10

Sophie Durand : 06 37 86 44 00

Sébastien Buffet : 06 01 35 25 39

DGM Conseil

Tél. 01 40 70 11 89

Christian d'Oléon

chrisdo@dgm-conseil.fr

Shahan Sheikholeslami

shahan@dgm-conseil.fr