

Communiqué de presse
Paris, le 14 mars 2019

Etude Randstad re.search

Seul 1 Français sur 3 ressent la nécessité d'acquérir de nouvelles compétences numériques

- 1 français sur 3 ressent le besoin d'acquérir de nouvelles compétences numériques,
- 9 Français sur 10 considèrent que c'est à leur employeur de les former au numérique,
- Moins de 2 sur 5 estiment que l'entreprise investit dans la formation au numérique,
- Seuls 2 salariés français sur 3 perçoivent positivement l'impact du numérique.

Re.sources, laboratoire de réflexion sur l'emploi du groupe Randstad dévoile les résultats de sa première étude re.search consacrée aux enjeux de la montée en compétences numériques pour les salariés. Cette enquête, menée dans 34 pays, permet de situer la place de la France face au défi principal pour l'emploi de demain. Le bilan est en demi-teinte pour l'Hexagone ; en effet les Français apparaissent comme moins « technenthousiastes » que la moyenne. Ainsi ne sont-ils que 64% à considérer l'impact du numérique sur leur métier comme positif, contre 75% en moyenne dans le reste du monde. Plus préoccupant encore, ils semblent mal évaluer l'impact du numérique sur l'emploi et la nécessité d'acquérir de nouvelles compétences. Alors que 85% des emplois de 2030 n'existent pas encore¹, seul 34% des Français ressent l'urgence de se former. Plus frappant encore, pour 87% d'entre eux, cette formation nécessaire relève uniquement de la responsabilité de leur employeur. Ces chiffres révèlent une forme de passivité particulièrement marquée en France et un attentisme qui tranche avec la récente réforme de la formation professionnelle, fortement axée sur la responsabilité individuelle.



François BEHAREL

« Le numérique a déjà un impact majeur sur l'évolution des compétences professionnelles. Les métiers, même les plus traditionnels, se digitalisent rapidement. Assurément, entreprises comme salariés doivent mesurer l'ampleur de cette révolution qui se déroule sous nos yeux. La réforme de la formation professionnelle a pour ambition de permettre à chacun de devenir acteur de son apprentissage. Mais encore faut-il que les Français prennent le virage culturel qui s'impose. Notre étude Randstad re.search montre que nos compatriotes demeurent à cet égard encore loin du compte : près de 90% d'entre eux pensent que la responsabilité de leur montée en compétence sur le numérique revient à leur employeur, alors qu'ils doivent se mettre, eux aussi, en ordre de marche. Ce qui se joue ici n'est ni plus ni moins que la compétitivité à long terme de notre économie », explique François Béharel, Président du groupe Randstad en France.

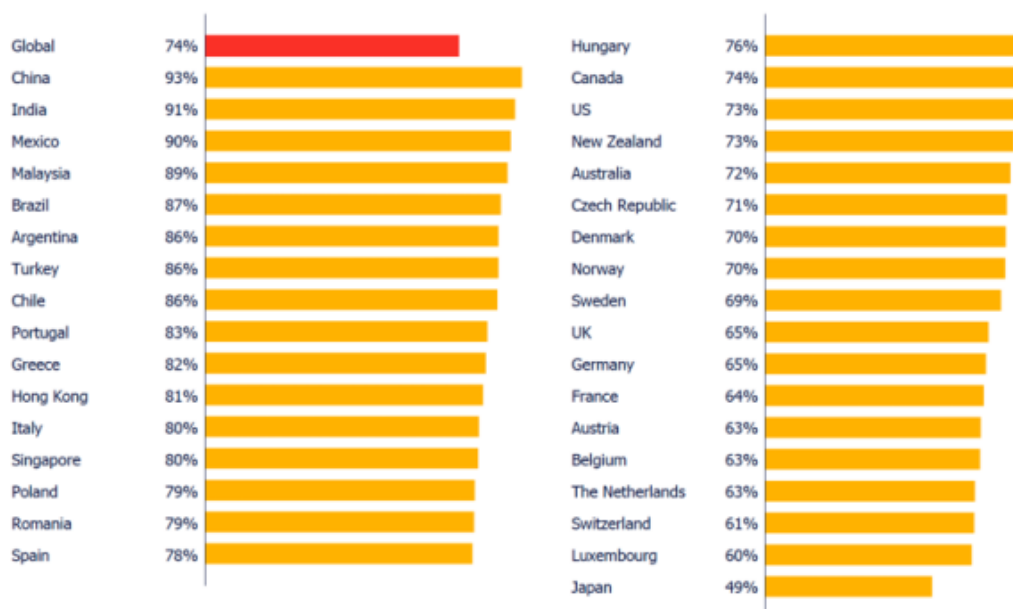
¹ "Emerging technologies' impact on society & work in 2030", Dell Technologies & Institute for the Future (IFTF), 2017

Tandis que l'on relaie souvent les peurs et les fantasmes d'un remplacement de l'homme par les robots, l'étude Randstad re.search pose au contraire un verdict optimiste : l'impact du numérique sur l'emploi est perçu positivement par les trois quarts des personnes sondées (74%) dans le monde. Si les deux tiers des Français (64%) partagent ce constat, ils apparaissent comme nettement moins « techno-optimistes » que la moyenne. Cet écart est d'autant plus flagrant lorsque l'on compare l'Hexagone à des pays qui ont fait du digital l'un des piliers de leur transformation économique, comme la Chine (93%), mais aussi à d'autres dont l'économie est moins marquée par le digital comme le Mexique (90%), le Brésil (87%) ou encore la Turquie (86%).

Numérique : la France, techno pessimiste et passive

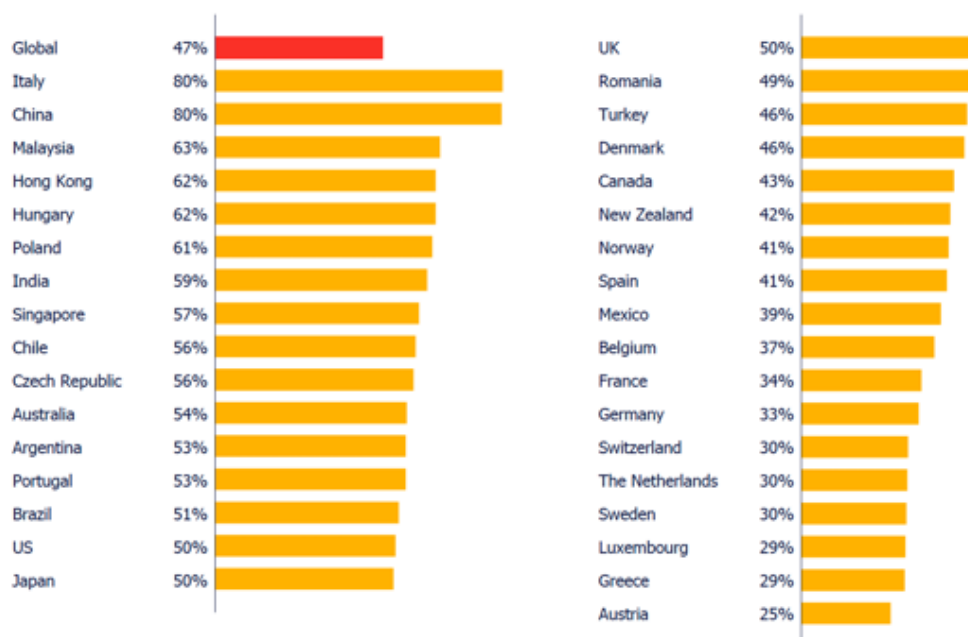
Plus étonnant encore, le Portugal (83%), la Grèce (82%), l'Italie (80%) ou encore l'Espagne (78%), qui ont subi de plein fouet la crise de 2008 et connaissent un chômage endémique, perçoivent nettement plus favorablement le numérique que la moyenne. L'optimisme technologique semble ainsi trouver ses racines dans deux situations opposées : d'un côté dans les sociétés où les technologies permettent un progrès économique évident, au bénéfice de l'ensemble de la population, comme c'est par exemple le cas en Asie du Sud-Est ; de l'autre, dans des sociétés où la technologie relève d'une stratégie nécessaire, presque de survie, au sein d'économies qui ont décroché faute d'avoir su s'adapter aux évolutions économiques, comme ce fût le cas dans le sud de l'Europe.

- 74% de l'échantillon perçoit l'impact de la technologie sur leur emploi comme une opportunité



Cette hypothèse est confirmée par une autre statistique issue de l'étude Randstad re.search. Alors qu'au niveau mondial, près d'une personne sur deux (47%) ressent la nécessité de se former pour faire évoluer ses compétences face à l'impact du digital, seul un tiers des Français (34%) a conscience de cet enjeu. À titre de comparaison, en Chine, comme en Italie, ce taux monte à 80%. L'étude dresse le portrait d'une France passive face à la révolution numérique en cours. Pourtant, alors que l'intégration des technologies dans le monde du travail est de plus en plus rapide et que l'obsolescence des compétences numériques acquises lors des cycles de formation initiale s'accélère, la formation continue apparaît comme un levier majeur d'adaptation des compétences.

➤ 47% ressentent la nécessité de se former pour développer leurs compétences digitales

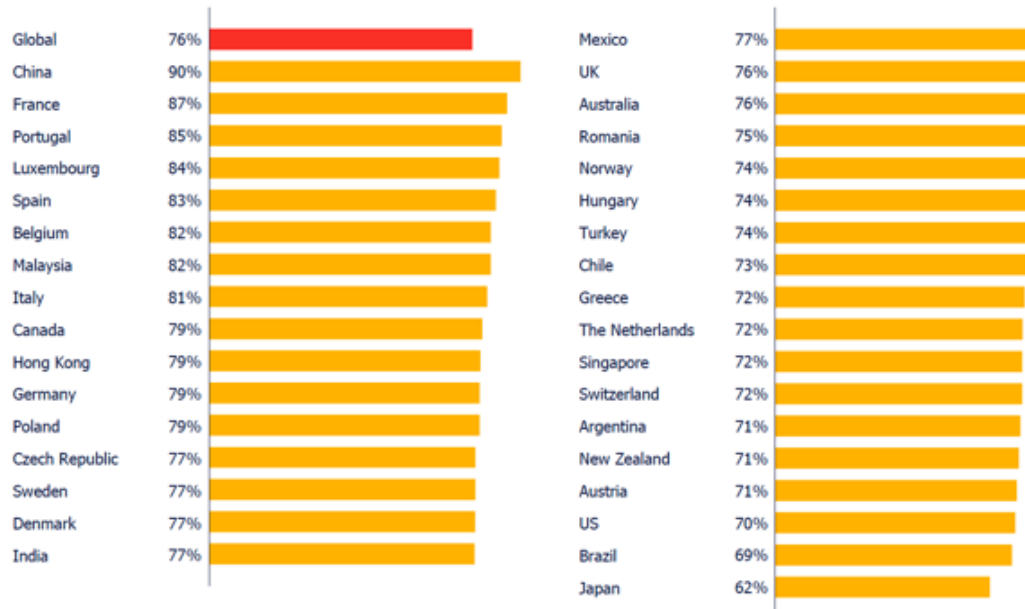


Les Français : un rapport pathologique au patron ?

Alors, à qui revient la responsabilité de la formation ? Les trois quarts du panel interrogé (76%) estime qu'elle relève d'abord de l'employeur. L'entreprise qui a besoin de se transformer numériquement doit logiquement assumer la montée en compétence de ses collaborateurs. Mais la France se distingue ici, car ce sentiment est partagé par près de 9 personnes sur 10 (87%). L'Hexagone se situe donc au deuxième rang des pays les plus exigeants envers les patrons, juste derrière la très étatique et centralisée Chine (90%). Lorsque l'on lit cette statistique en parallèle des autres chiffres de l'étude, on note bien une forme d'attentisme de la part des salariés français. Cette passivité questionne l'avenir de la réforme de la formation professionnelle : cette dernière a certes raison de cibler

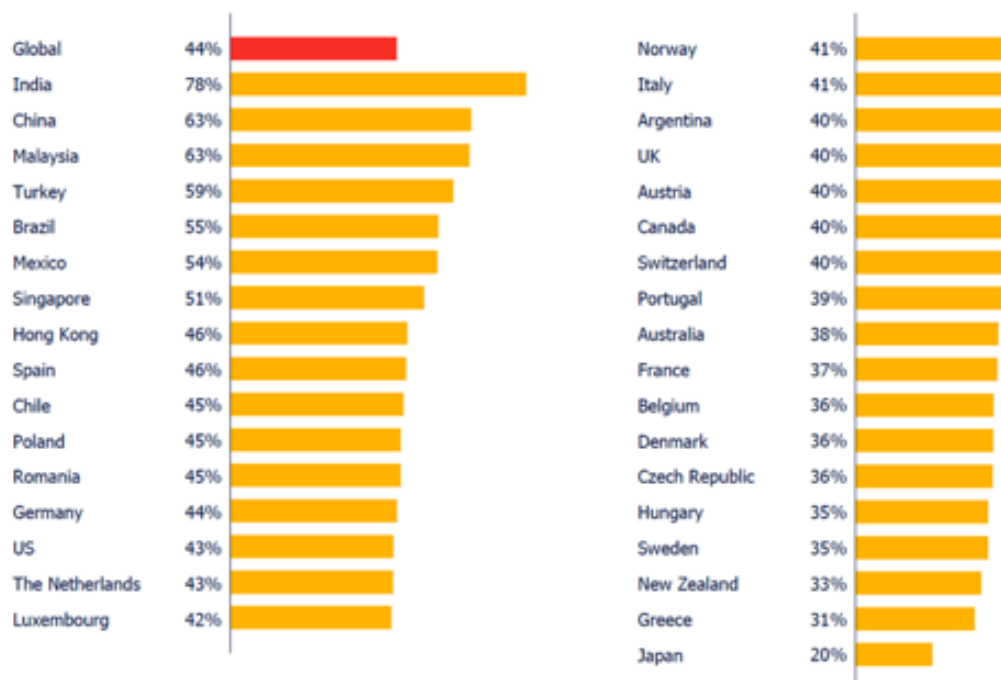
l'importance de la responsabilité individuelle dans les actions de formation (développement du « compte personnel de formation »), mais les Français seront-ils capables de s'émanciper de leurs patrons ?

- 76% estiment qu'il est de la responsabilité de leur employeur de les former au digital



L'étude révèle d'ailleurs que, si les Français attendent beaucoup de leur entreprise pour acquérir de nouvelles compétences numériques, ces espoirs sont souvent déçus. Au plan mondial, un peu moins d'un salarié sur deux (44%) estime que leur employeur investit dans des actions de formation sur les enjeux technologiques les plus brûlants des années à venir. En France, ce taux tombe à 37%. Les salariés français semblent donc nourrir des attentes disproportionnées vis-à-vis de leurs employeurs. Dans ce contexte, faire reposer sa propre montée en compétences sur la bonne volonté des entreprises apparaît risqué. Toutes ne mesurent pas d'ailleurs l'impact du digital sur leur business model et la nécessité de s'adapter.

- 44% pensent que leur employeur investit dans la formation aux enjeux technologiques de demain



En résumé, que faut-il conclure des résultats de l'étude Randstad re.search ? Que les travailleurs français sont moins optimistes et perçoivent moins que la moyenne internationale les impacts du digital sur l'emploi et la nécessité de se former. Ils attendent beaucoup de l'entreprise en matière de formation et estiment qu'elle n'en fait à ce jour pas assez. Derrière cet attentisme, faut-il voir en creux la position qui reste privilégiée de l'Hexagone ? Malgré les crises successives, la France est toujours la 7^{ème} économie mondiale et n'a connu aucun décrochage brutal, qui aurait pu créer un électrochoc. Mais il y a bien urgence : alors que le numérique infiltre toutes les strates de l'économie, 14 millions de français sont touchés par « l'illectronisme² ».

A noter : L'étude Randstad re.search est disponible dans son intégralité sur le site re.sources à l'adresse suivante : <http://resources.grouperandstad.fr/re-search/>

² Ce terme désigne l'illectronisme numérique, c'est-à-dire la difficulté à utiliser les outils et services associés à Internet

METHODOLOGIE

L'étude Randstad re.search pour **re.sources**, « Les Français et le numérique : l'âge de la responsabilité individuelle est venu » se base sur les données du Randstad workmonitor.

L'enquête a été conduite en ligne par l'Institut SSI (Survey Sampling International) auprès d'un panel d'employés âgés de 18 à 65 ans, travaillant au minimum 24 heures par semaine.

14 600 personnes ont été interrogées dans 34 pays, dont 1 000 en France, entre le 23 octobre et le 8 novembre 2018.

A propos de re.sources / re.search

Laboratoire de réflexion et d'action sur l'emploi à l'initiative du groupe Randstad France, **re.sources** rassemble passionnés et experts pour décrypter les tendances liées au marché du travail et anticiper ses mutations. Dès lors, **re.sources** a pour ambition d'interroger collectivement les usages autant que les technologies, les tendances autant que les ruptures à venir. Données inédites, articles inspirants, études de fond, interviews et événements in real life...vous trouverez sur **re.sources** l'essentiel pour se préparer à « travailler demain ».

L'étude Randstad **re.search** est une production inédite sur le futur du travail, avec et pour la communauté **re.sources**. Elle se fonde sur l'analyse croisée de données inédites, comme celles du Randstad workmonitor, et de regards d'experts du monde du travail.

A propos du groupe Randstad France

Le groupe Randstad France fait partie du groupe Randstad, leader 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 2018 un chiffre d'affaires de 3,73 milliards d'euros. En 2018, le groupe (13 600 collaborateurs-trices, dont 4 000 au titre d'AUSY et 5 600 CDI Intérimaire) aura délégué en moyenne 75 000 salariés intérimaires chaque semaine et recruté 28 000 professionnels en CDI/CDD, en s'appuyant sur son réseau national et local de 900 agences et bureaux.

Randstad est détenteur depuis 2008 et 2009 des labels Égalité Professionnelle et Diversité.

Retrouvez-nous sur :



www.grouperandstad.fr

@GroupRandstadFR



<http://resources.grouperandstad.fr>

@resources_FR

Contacts presse

Groupe Randstad France

Direction de la Communication
Tél. 01 41 62 22 10

Clément Moulet : 06 99 64 67 77
Sophie Durand : 06 37 86 44 00

Agence Wellcom

Tél. 01 46 34 60 60

Sonia El Ouardi : sonia.elouardi@wellcom.fr
Donna Clément : donna.clement@wellcom.fr
Julia Guillemeton : julia.guillemeton@wellcom.fr