

RECRUTER2009 : Pratiques, enjeux et priorités des entreprises françaises en matière de recrutement



En 2009 la première préoccupation des recruteurs est de cibler les « bons candidats »

Le ciblage est la priorité n° 1 pour 39 % des sondés. Cibler est cité dans le « top 3 » des priorités par 92 % des entreprises interrogées. Le top 3 des priorités 2009 - cibler, organiser, sélectionner - reflète le **souci de maximiser le nombre de candidatures utiles**. Le ciblage est également le premier critère de sélection des outils de communication pour 47 % des recruteurs.

En effet, les recruteurs estiment ne pas recevoir assez de « bonnes candidatures »

56 % des sondés estiment avoir suffisamment le choix dans leurs recrutements. Les recruteurs ne sont limités ni par les volumes de candidats ni par le temps : 55 % reçoivent un volume suffisant de candidatures et 68 % jugent avoir le temps pour recruter. En revanche, **63 % des recruteurs jugent la qualité des candidatures reçues encore insuffisante.**

Les recruteurs s'estiment plutôt bien organisés...

86 % des recruteurs s'estiment en général « plutôt bien » ou « bien organisés ». Le niveau de « satisfaction » au regard de l'organisation varie selon les différentes phases des recrutements. Les recruteurs sont plutôt satisfaits du processus de sélection des candidats et de la finalisation du recrutement (96 % déclarent être plutôt bien ou bien organisés lors de ces deux phases). Ils s'estiment moins bien organisés en matière de planification des recrutements (35 % estiment que cette phase est plutôt mal ou mal organisée) et de suivi des besoins (21 % déclarent être plutôt mal ou mal organisés).

... malgré des disparités et des difficultés apparentes

La durée d'un recrutement varie énormément d'une entreprise à une autre. Elle est en moyenne de 14,5 semaines, depuis la détection du besoin de recrutement jusqu'à l'intégration finale du candidat. On constate toutefois des situations « extrêmes ». Pour les recruteurs les plus « réactifs » le processus s'achève en moins de 9 semaines. À l'inverse, un recrutement peut prendre jusqu'à 45 semaines dans les entreprises les moins efficaces. En détail, on constate peu de disparités dans les phases « initiales » du recrutement, qui peuvent durer de 1 à 5 semaines. Les écarts se creusent dans la sélection des candidats et dans la finalisation du recrutement, dont la durée peut atteindre jusqu'à 16 semaines.

Une faible participation des « opérationnels » dans les phases préparatoires

Les recrutements sont souvent plus « subis » que « planifiés » : 42 % des entreprises interrogées n'établissent pas de plan de recrutement et seulement 24 % des entreprises mesurent le temps de vacance d'un poste. **Les phases préparatoires sont à la fois les moins organisées et celles où la coordination entre les ressources humaines et les « opérationnels » est la plus faible.** Ressources Humaines et opérationnels collaborent seulement dans 43 % des entreprises lors de la planification des recrutements, dans 29 % lors du suivi des besoins et dans 36 % lors de la définition des profils recherchés. Les étapes de diffusion de l'offre et d'examen des candidatures sont le quasi-monopole des ressources humaines : 93 % et 64 % opèrent seuls dans ces phases de « sourcing ». Les « opérationnels » s'investissent surtout dans la finalisation du recrutement (93 %) et l'intégration de la recrue (86 %).

La fonction recrutement reste peu sensibilisée à la mesure de ses actions

Les recruteurs mènent des actions variées et nombreuses, notamment en ce qui concerne la diffusion des offres d'emploi. 52 % des recruteurs utilisent 2 ou 3 outils pour diffuser leurs annonces. L'impact économique n'est pas négligeable : en 2008 le budget recrutement des sondés était en moyenne de 152 250 €, et le coût moyen par recrutement s'élevait à 971 €. Pourtant, les outils de mesures restent peu développés : **46 % des recruteurs ne mesurent pas la performance de leurs actions.** 40 % n'ont pas ou ne connaissent pas leur budget recrutement. Les entreprises qui adoptent des pratiques de « benchmark » sont peu nombreuses : seulement 28 % d'entre elles suivent les pratiques de leurs concurrents en matière de recrutement.

Dans un contexte où les recruteurs voient leur rôle se renforcer à l'avenir

La fonction recrutement a atteint un niveau de reconnaissance « stratégique » par rapport aux autres fonctions au sein de l'entreprise : environ 69 % considèrent qu'elle a une place au moins aussi importante que la fonction commerciale, le marketing, la R&D et la production. **29 % des recruteurs voient ainsi leur rôle se renforcer à l'avenir...** face à des défis qui restent importants, en matière de ciblage, d'organisation et de mesure de la performance.

Contact :

Désirée Ketabchi
Responsable de l'Etude Recruter2009 – Parcours Pro
desiree@provemploi.fr
Tél : 01 49 11 64 86

A Propos de Recruter2009 :

Etude Nationale réalisée par Parcours Pro, par téléphone et sur internet entre Février et Avril 2009 auprès d'un échantillon représentatif de 283 recruteurs d'entreprises de toutes tailles et secteurs d'activité.