



Le recours aux réseaux sociaux dans le cadre de recrutements

Enquête Ifop pour **Hippolyte RH**

N° 118896

Contacts Ifop :

Flora Baumlin / Enora Lanoë-Danel

Département Opinion et Stratégies d'Entreprise

01 45 84 14 44

prenom.nom@ifop.com



1 | La méthodologie



La méthodologie

Etude réalisée par l'Ifop pour Hippolyte RH

Echantillon



L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de **1325** actifs en poste, représentatif de la population française d'actifs en poste.

Méthodologie



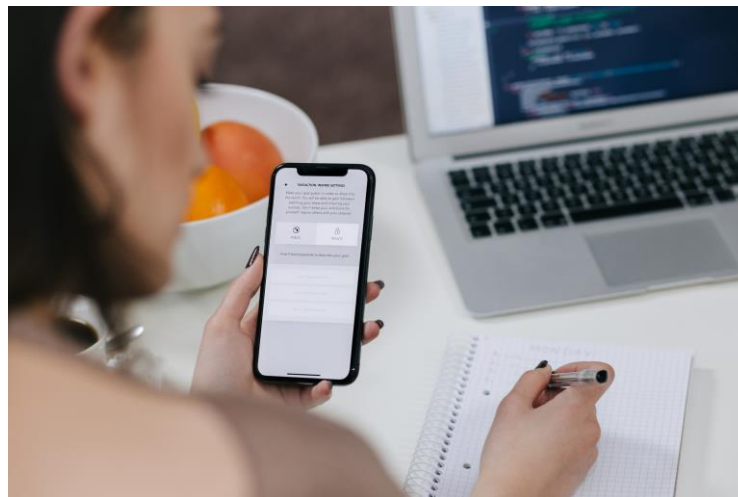
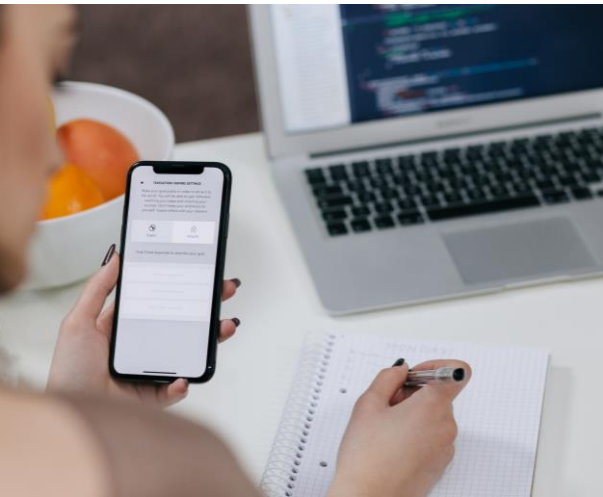
La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, secteur d'activité, CSP).

Mode de recueil



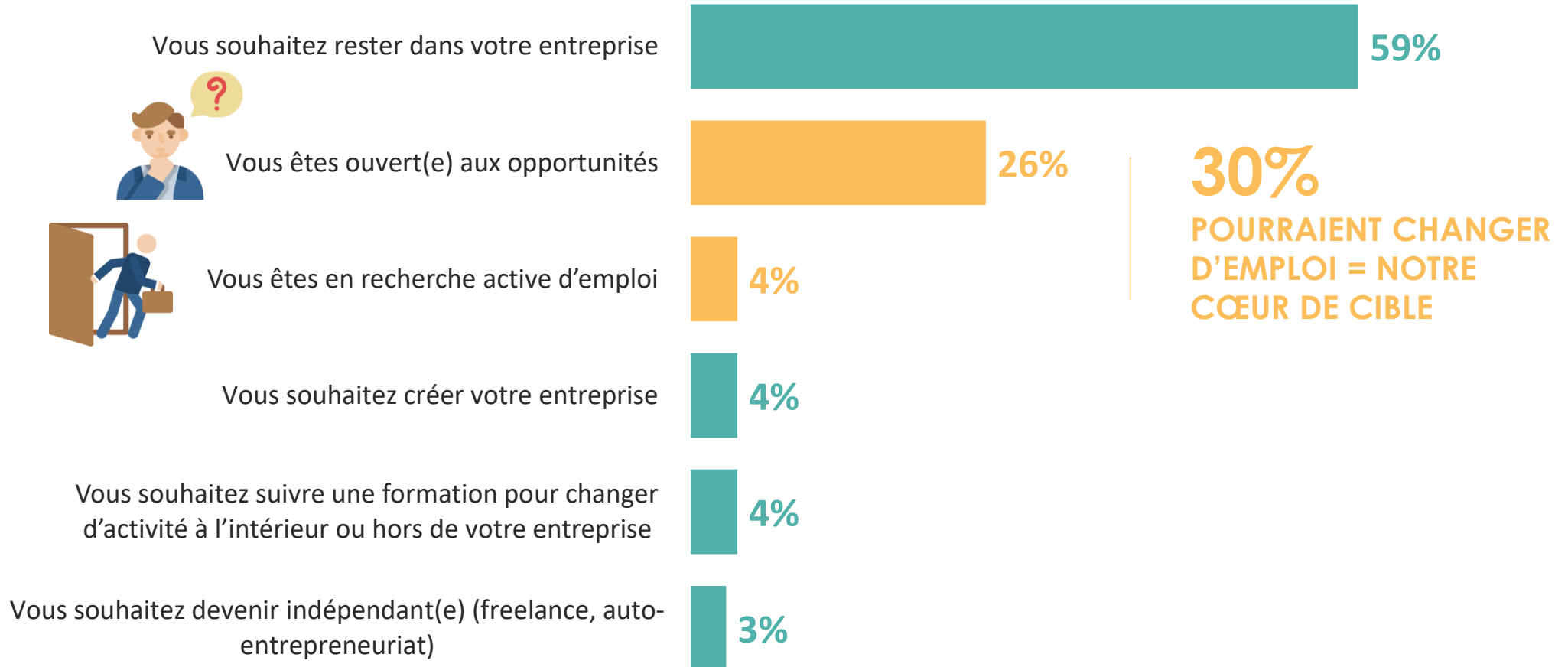
Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 24 au 29 mars 2022.

2 | Les résultats de l'étude



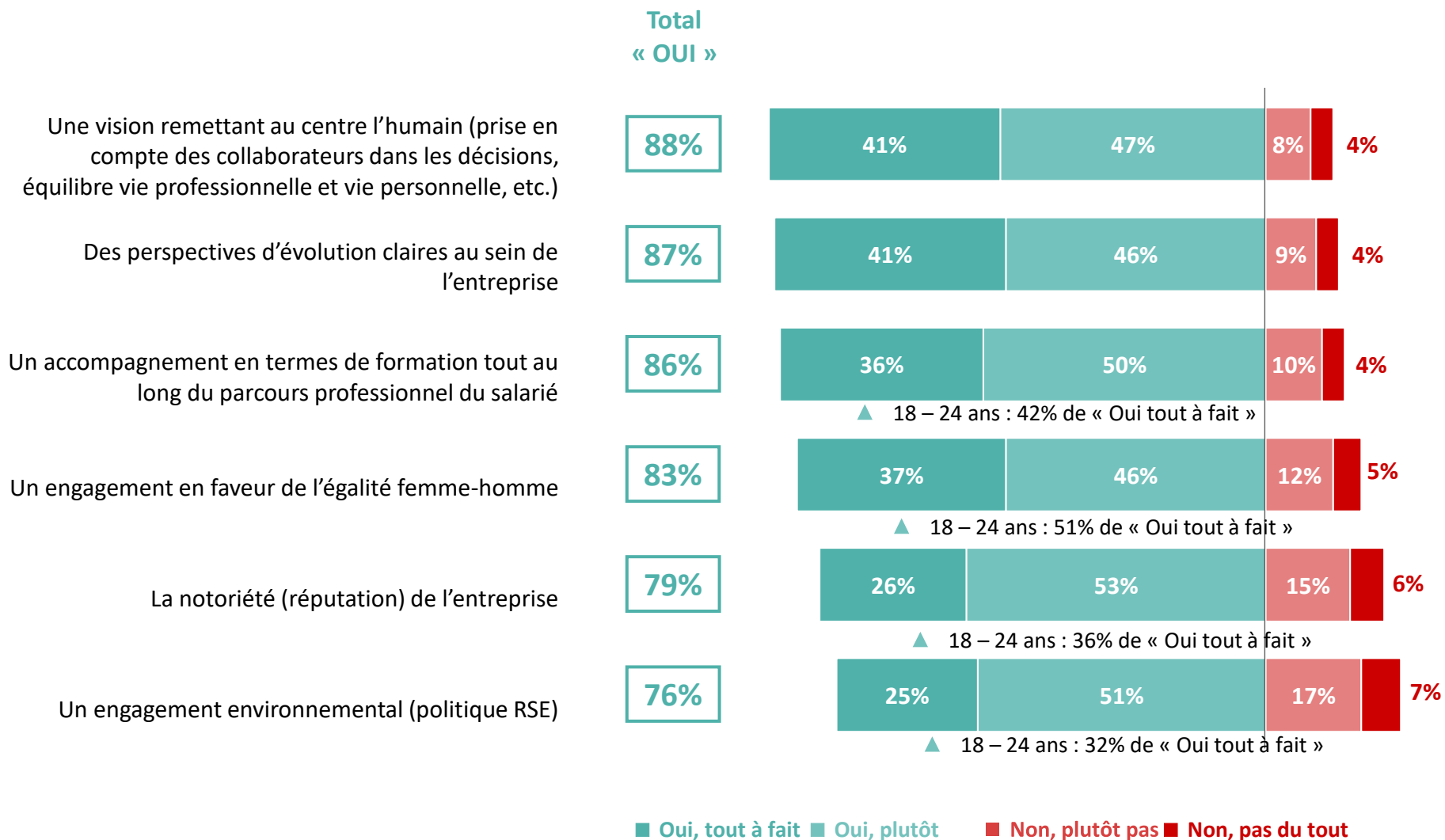
Les intentions en termes de mobilité professionnelle

QUESTION : D'une manière générale, quelle est la situation qui vous décrit le mieux actuellement ?



L'impact de différents éléments dans le souhait de rejoindre une entreprise

QUESTION : Le fait qu'une entreprise propose les éléments suivants est-il de nature à vous donner envie de la rejoindre ?



L'impact de différents éléments dans le fait de postuler à des offres d'emploi

QUESTION : Les éléments suivants pourraient-ils vous inciter ou non à postuler plus souvent à des offres d'emploi ?



Actifs ouverts aux opportunités



Actifs en recherche active d'emploi

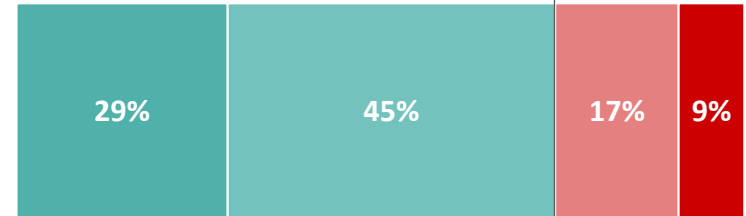
Si on vous proposait des offres d'emploi sans que vous ayez à faire une recherche sur un site spécialisé

90%

85%

74%

▲ 18 – 24 ans
85%



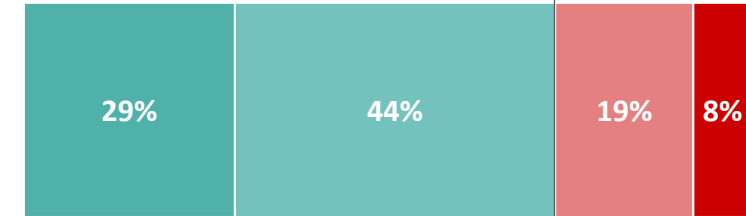
Si vous pouviez postuler en trois minutes à une offre d'emploi

88%

89%

73%

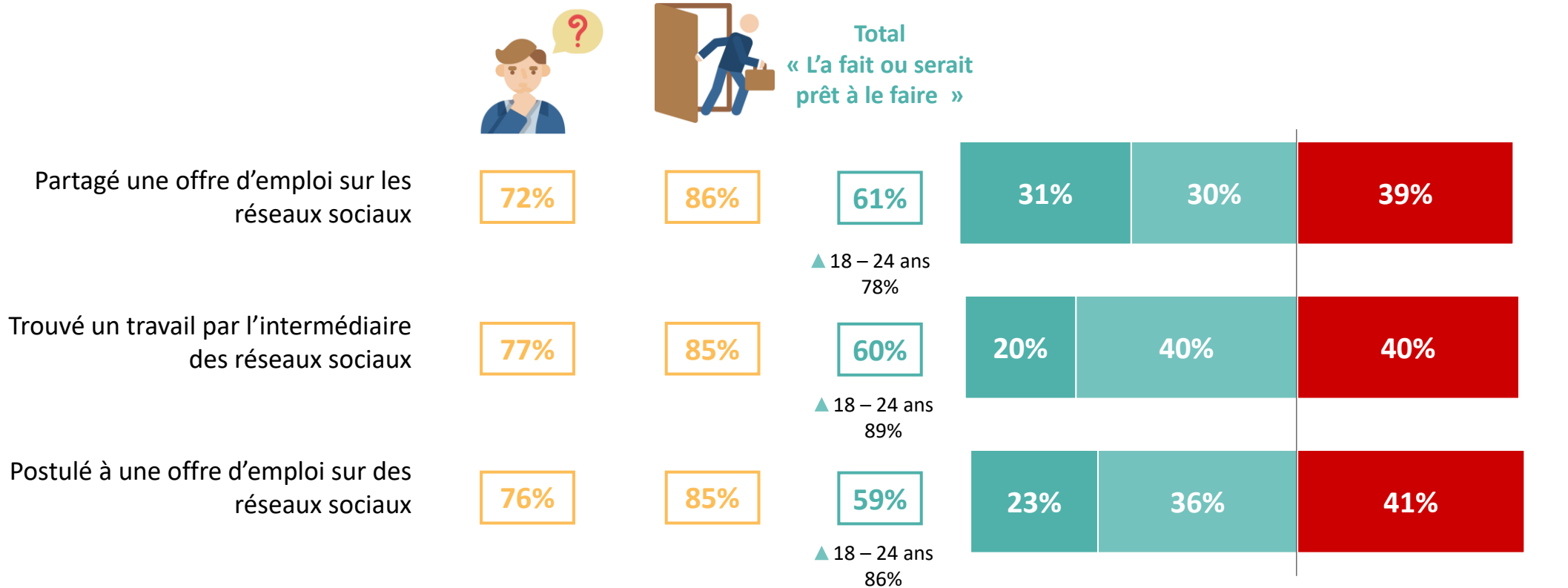
▲ 18 – 24 ans
83%



■ Oui, tout à fait ■ Oui, plutôt ■ Non, plutôt pas ■ Non, pas du tout

Les pratiques liées aux offres d'emploi sur les réseaux sociaux

QUESTION : Concernant les actions suivantes, avez-vous déjà... ?



■ Oui je l'ai déjà fait ■ Non je ne l'ai pas fait mais je serais prêt(e) à le faire ■ Non je ne l'ai jamais fait et cela ne m'intéresse pas

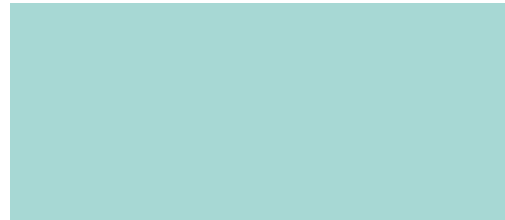
Les pratiques liées aux offres d'emploi sur les réseaux sociaux

QUESTION : Concernant les actions suivantes, avez-vous déjà... ?

Récapitulatif



A déjà fait, ou serais prêt(e) à faire au moins une action



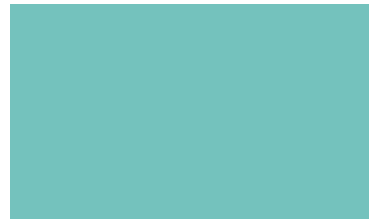
69%

▲ 18 – 24 ans : 95%

84%

90%

A déjà fait, ou serais prêt(e) à faire toutes les actions



50%

▲ 18 – 24 ans : 68%

63%

79%

A déjà fait toutes les actions



11%

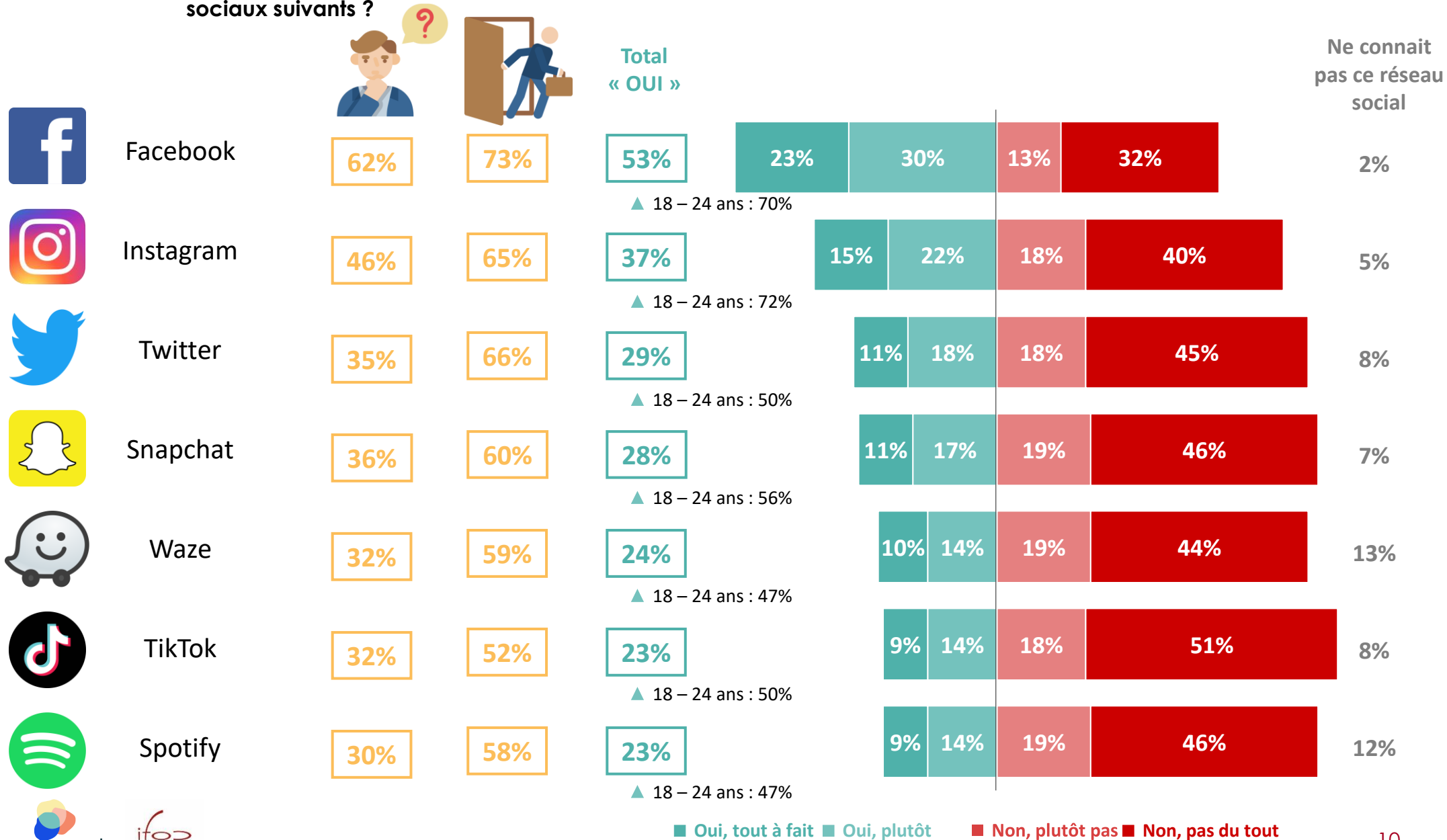
▲ 18 – 24 ans : 21%

16%

23%

La disposition à postuler à une offre d'emploi suite à une annonce vue sur différents réseaux sociaux

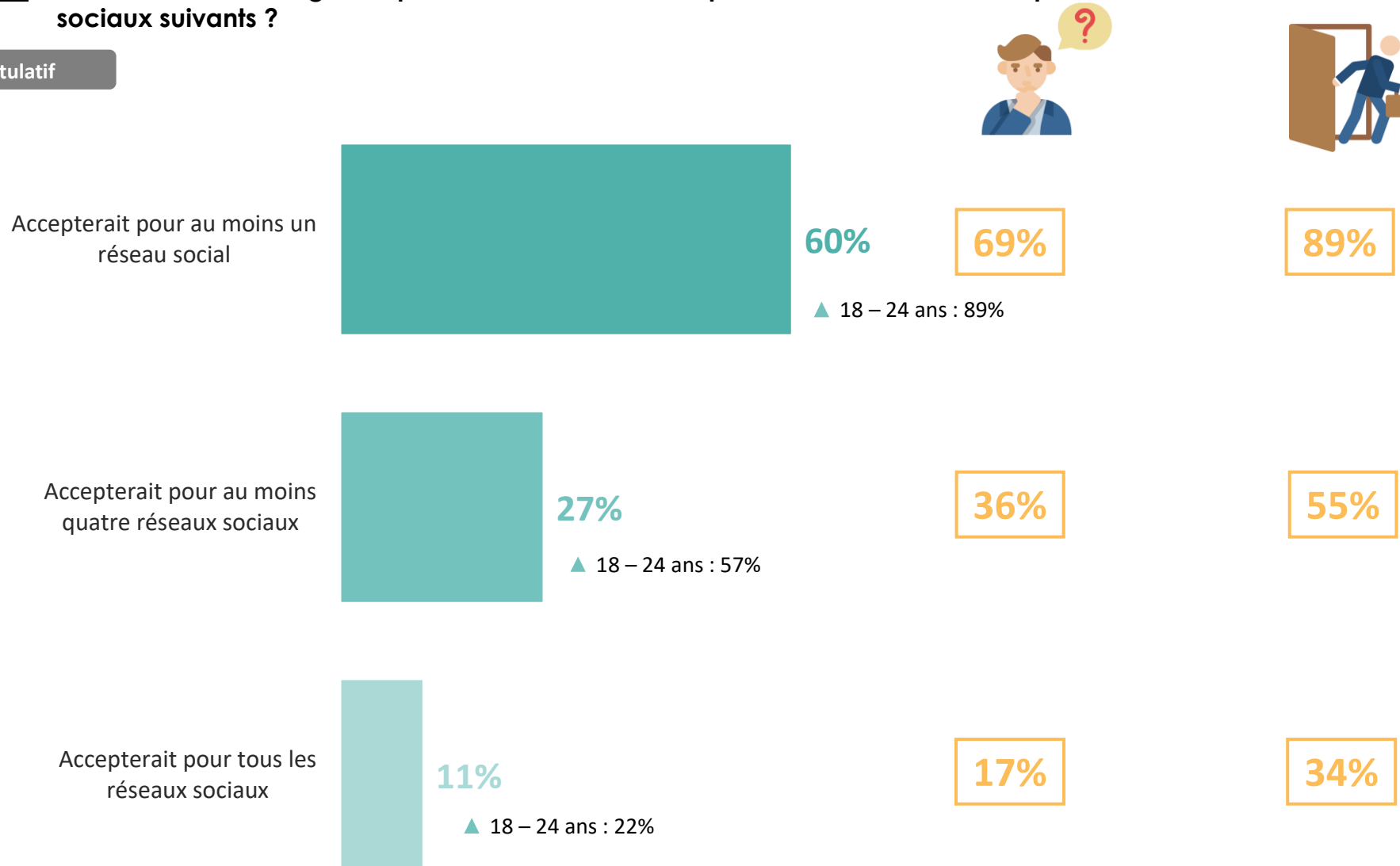
QUESTION : Pourriez-vous envisager de postuler à une offre d'emploi suite à une annonce que vous auriez vue sur les réseaux sociaux suivants ?



La disposition à postuler à une offre d'emploi suite à une annonce vue sur différents réseaux sociaux

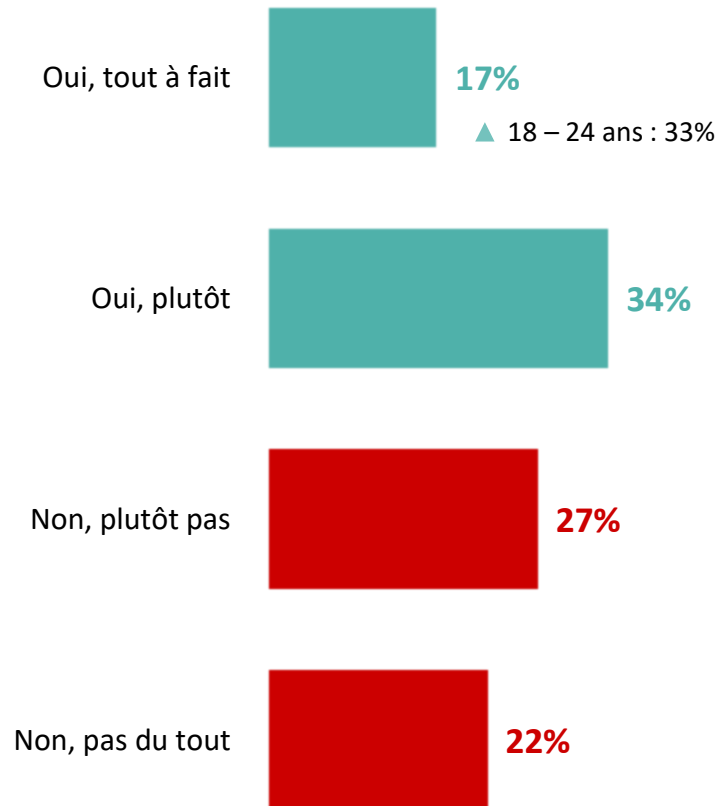
QUESTION : Pourriez-vous envisager de postuler à une offre d'emploi suite à une annonce que vous auriez vue sur les réseaux sociaux suivants ?

Récapitulatif



La disposition à participer à un processus de recrutement dans le métavers

QUESTION : En fonction de votre expérience ou de l'idée que vous vous en faites, seriez-vous prêt(e) à participer à un processus de recrutement dans le métavers ?



51%

SERAIENT PRÊT(E)S À Y PARTICIPER, DONT
69% DES 18-24 ANS

ET **84%** DES ACTIFS EN RECHERCHE ACTIVE
D'EMPLOI, **65%** DES ACTIFS OUVERTS AUX
OPPORTUNITES

49%

NE SERAIENT PAS
PRÊT(E)S À Y PARTICIPER

3 | Les grands enseignements



A RETENIR (1/3)

Mobilité professionnelle : La prudence est de mise, mais des attentes marquées quant à l'engagement des entreprises pour leurs collaborateurs et pour la société

Les actifs adoptent aujourd'hui une posture plutôt attentiste, qui s'est renforcée lors de la crise sanitaire. La guerre en Ukraine, qui inquiète aujourd'hui 88% des Français*, n'encourage pas les projets les plus radicaux : seuls 15% sont dans cette optique, dont 4% qui sont en recherche active d'emploi. Si 26% demeurent ouverts aux opportunités, une large majorité (59%) souhaitent rester dans leur entreprise.

Pourtant, les entreprises disposent de nombreux leviers pour inciter de nouveaux salariés à les rejoindre : ces derniers accordent beaucoup d'importance à l'engagement d'une entreprise pour leur qualité de vie personnel au travail mais également à des engagements plus sociétaux.

La prise en compte des salariés (88%) et de leur parcours, au travers de leur évolution au sein de l'entreprise (87%) ou de la formation continue (86%) sont les principaux leviers pour convaincre de rejoindre une entreprise. **Ainsi, c'est via l'amélioration substantielle de la qualité de vie au travail qu'une entreprise peut parvenir à séduire les actifs.**

Mais l'engagement sociétal de l'entreprise est également une composante importante dans le choix de la rejoindre : 83% des actifs sont sensibles à un engagement en faveur de l'égalité femme-homme, 76% à un engagement environnemental. Enfin, 79% des actifs prêtent attention à la réputation d'une entreprise.

La hiérarchie de ces enjeux est bouleversée chez les actifs en recherche active d'emploi, qui se montrent plus attentifs aux engagements des entreprises en matière d'égalité femme-homme et d'environnement (91% et 89%), **signe que ces personnes recherchent davantage une entreprise en phase avec leurs valeurs qu'une position de travail privilégiée.**

*Balises d'opinion #175 - Les Français, la guerre en Ukraine et le second tour de l'élection présidentielle Ifop-Fiducial pour Sud Radio L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 1 010 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération. Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne le 22 au 23 mars 2022.

A RETENIR (2/3)

Evolution des processus de recrutement : simplification, modernisation et immersion sont particulièrement attendues des jeunes et des personnes en recherche active

Les actifs en poste, et tout particulièrement ceux arrivant sur la marché de l'emploi ou en recherche d'emploi, sont en attente d'une évolution des modes de recrutement, qui se traduit par une certaine simplification du processus et l'usage de nouveaux outils. Ainsi, la possibilité de postuler en trois minutes (73%), et la possibilité de se voir proposer des offres sans passer par des sites spécialisés (74%) encourageraient près des trois quarts des actifs en poste à postuler plus souvent à des offres d'emploi. **Ces demandes se retrouvent exacerbées chez les personnes plus directement concernées, c'est-à-dire celles en recherche d'emploi et celles ouvertes aux opportunités.**

Le métavers s'installe dans l'imaginaire des actifs et la possibilité de découvrir un métier en étant immergé dans l'univers professionnel séduit plus d'un actif sur deux (51%). Les plus jeunes se montrent intéressés par cette usage innovant du métavers (69% des 18-24 ans), tout comme les personnes qui restent attentives aux opportunités d'emploi (65%). Mais en définitive, ce sont les actifs en recherche active d'emploi qui sont le plus intéressés : 84% se projettent dans ce nouvel outil de recrutement (+43pts par rapport à la moyenne).

Les réseaux sociaux, un terrain de chasse en pleine expansion pour les plus jeunes et les actifs en recherche d'emploi

Si l'utilisation des réseaux sociaux n'est pas encore ancrée dans les habitudes des actifs en poste, elle pourrait s'imposer dans un futur proche. En effet, seuls 31% ont déjà partagé une offre d'emploi, 23% ont postulé à une offre d'emploi sur des réseaux sociaux et 20% ont trouvé un emploi par ce biais. Mais, une partie plus importante encore serait prête à le faire (30% se voient partager une offre sur les réseaux sociaux, 40% y trouver un travail et 36% postuler directement à une offre sur ces réseaux).

La part de spécialistes est faible : seuls 11% des actifs en poste ont déjà effectué toutes ces actions, mais il existe une marge de progression importante, puisque la moitié des actifs en poste a déjà fait ou se sent prêt à faire chacune de ces pratiques liées aux réseaux sociaux.

A RETENIR (3/3)

Recrutement via les réseaux sociaux : Entre fracture générationnelle et décloisonnement des sphères professionnelles et personnelles

En effet, les plus jeunes sont très ouverts à l'usage des réseaux sociaux dans le recrutement, qu'ils utilisent par ailleurs plus fréquemment que leurs aînés au quotidien : 21% a déjà expérimenté les actions décrites (+10 pts) et 95% des 18-24 ans se disent prêts à faire l'une de ces actions, ou l'ont déjà expérimenté, soit 28 points de plus que l'ensemble des actifs en poste.

Les personnes en recherche d'emploi ou ouvertes à de nouvelles opportunités sont également prêtes à sauter le pas : 23% des personnes en recherche ont déjà effectué toutes les actions (+ 12 pts par rapport à l'ensemble). 63% des actifs qui restent attentifs aux opportunités sont également curieuses de ces nouvelles pratiques, qu'ils en aient déjà fait l'expérience ou qu'ils soient prêts à essayer.

La disposition à postuler à une offre d'emploi suite à une annonce vue sur un réseau social dépend de la nature du réseau et de son implantation. 60% envisageraient de postuler s'il rencontrait l'une de ces situations, mais seuls 11% des actifs en poste conçoivent de postuler à une annonce quelque soit le réseau.

Seul Facebook convainc une courte majorité d'actifs : 53% seraient prêts à postuler à une offre d'emploi après y avoir vue une annonce. Cela tient à la relative ancienneté du réseau et à sa forte notoriété, qui en fait une plateforme implantée et « sérieuse » dans l'imaginaire collectif. Il est donc le premier réseau social cité par l'ensemble des répondants... Sauf pour les 18-24 ans, qui placent en première position Instagram (72%, contre 70% pour Facebook, +35 pts par rapport à la moyenne). **Instagram accueille un public plus jeune, et la plateforme est devenu un véritable lieu de promotion pour les entreprises, ce qui explique son attrait chez les actifs de cette tranche d'âge.**

Les autres réseaux sociaux pâtit dans l'ensemble d'une moindre attractivité : 29% se verraient postuler après une annonce vue sur Twitter et 28% sur Snapchat. Enfin, lorsque l'usage du réseau est plus spécifique comme Waze ou Spotify, ou lorsque celui-ci est bien plus récent comme TikTok, ils convainquent moins d'un actif sur quatre.

Comme souvent, les « digital natives » sont bien plus enthousiastes vis-à-vis des différentes utilisations qui peuvent être faites des réseaux sociaux : 89% des 18-24 ans se voient postuler à une annonce suite à une annonce postée sur au moins un des réseaux sociaux présentés (+29 pts par rapport à la moyenne).

La proximité avec le marché de l'emploi est un facteur déterminant également : 69% des actifs ouverts aux opportunités postuleraient suite à une annonce vue sur au moins un réseau (+9 pts). Les personnes en recherche active d'emploi sont là encore les plus entreprenantes : 34% postuleraient quelque soit le réseau social sur lequel ils ont découvert l'annonce (+23pts).