

Employer Brand Research 2017
Powered by Randstad

étude consacrée à la qualité de la marque d'employeur des plus grandes entreprises de Belgique

avec, pour la première fois,
l'analyse des marques
d'employeur régionales
les plus fortes



Randstad
Employer Brand
Research 2017

sommaire

- 4 l'importance d'une marque d'employeur forte
- 5 Randstad Employer Brand Research ...
 - 5 en quoi la « Randstad Employer Brand Research » se différencie-t-elle des études qui, à première vue, paraissent similaires ?
 - 6 que pouvez-vous attendre de ce rapport ?
- 7 la méthode
 - 8 les répondants
- 9 les résultats
 - 9 les fondements instrumentaux qui déterminent l'attractivité d'un employeur
 - 10 résultats des sous-groupes
- 11 quels secteurs sont les employeurs les plus attractifs ?
 - 11 le Pharma à nouveau classé de justesse secteur le plus attractif
 - 12 pourquoi les secteurs sont-ils attractifs ou non ?
 - 13 l'attractivité du secteur privé selon les sous-groupes
- 14 dans quels fondements de la marque d'employeur les entreprises privées obtiennent-elles les meilleurs scores ?
- 15 quelles entreprises sont les employeurs les plus attractifs ?
 - 16 attractivité relative des employeurs privés
 - 18 l'évolution entre 2007 et 2017
 - 19 pourquoi DEME est-elle l'employeur le plus attractif ?
 - 21 l'attractivité absolue des employeurs privés
- 22 les champions régionaux
- 24 L'attractivité des start-ups
- 26 les principales conclusions
- 28 annexe: liste des employeurs privés participants

L'importance d'une marque d'employeur forte



Randstad, le plus grand prestataire de services en ressources humaines, constate chaque jour l'importance d'une marque d'employeur forte. Une marque d'employeur forte permet non seulement aux entreprises d'engager plus facilement du personnel, mais également de le conserver plus longtemps. De plus, elle influence positivement l'implication des collaborateurs dans la vie de l'entreprise. Ces derniers s'identifient plus aisément à une entreprise qui possède une marque d'employeur forte et sont plus enclins à s'investir pour elle.

Développer une marque d'employeur est un processus de longue haleine. Bâtir une image et une réputation prend des années. Aucune entreprise n'a intérêt à travailler sa réputation d'employeur uniquement lorsqu'elle a le vent en poupe. Au contraire : entretenir correctement son image d'employeur permet d'absorber les chocs et offre à l'entreprise un avantage concurrentiel sur le marché du travail. Que la conjoncture soit bonne ou mauvaise. La manière dont les collaborateurs potentiels apprécient une entreprise ne dépend pas de circonstances fortuites.

Un bon article de presse ou un CEO charismatique constituent toujours un atout. Mais la perception d'une entreprise par le marché du travail repose dans une large mesure sur les qualités factuelles et durables dont elle peut se prévaloir. La communication joue évidemment un rôle, mais l'opinion que le grand public se fait d'une entreprise sera surtout influencée par des faits, par ses actes et par les initiatives qu'elle prend. En d'autres termes, par la manière dont elle opère. Toute organisation a donc, dans une certaine mesure, un impact sur sa propre marque d'employeur.

Randstad veut aider les organisations à améliorer leur marque d'employeur. C'est pourquoi nous menons cette enquête annuelle (qui en est déjà à sa dix-septième édition) afin de déterminer l'attractivité des plus grands employeurs en Belgique. L'étude (et la remise du Randstad Award qui en découle) est devenue une véritable référence sur le marché du travail. Les entreprises prennent de plus en plus conscience que le recrutement et la rétention des talents ne sont plus possibles au 21^e siècle sans une marque d'employeur forte.

Randstad Employer Brand Research ...

En quoi la « Randstad Employer Brand Research » se différencie-t-elle des études qui, à première vue, paraissent similaires ?

Les études actuelles dédiées à la marque d'employeur peuvent se diviser en plusieurs catégories. Certaines enquêtes, comme la présente, se concentrent sur **l'image** des entreprises en tant qu'employeurs. Les répondants sont des externes. D'autres enquêtes évaluent **l'identité** des employeurs et interrogent dès lors les (ex-) travailleurs. La méthode de collecte des données montre également de grandes différences. Certaines enquêtes s'appuient sur le **big data** recueilli en permanence. D'autres (comme celle de Randstad) recourent à des **panels** interrogés à intervalles périodiques (généralement chaque année). Enfin, la plupart des enquêtes (dont celle réalisée par Randstad)

se basent sur **l'opinion** des répondants. LinkedIn, au contraire, recueille et utilise également les données relatives à des **comportements factuels**, comme par exemple le taux de réaction effectif aux offres d'emploi.

En résumé : l'enquête réalisée par Randstad sur la marque d'employeur étudie l'image des entreprises en interrogeant périodiquement un panel et en sondant l'opinion des répondants.

La figure suivante récapitule les différentes formes d'enquêtes.

	BIG DATA	PANEL
		ÉCHANTILLON
IDENTITÉ (EX-)TRAVAILLEURS	Glassdoor (opinion)	Great place to work (opinion + jury externe)
IMAGE (EXTERNES)	LinkedIn (comportement factuel)	Randstad (opinion) Universum (opinion)

Cette figure montre clairement la complémentarité des différentes enquêtes. Les entreprises ont dès lors tout intérêt à consulter plusieurs sources. De toute façon, aucune source ne fournira une vision complète de la marque d'employeur.

Situer l'enquête de Randstad parmi toutes les études consacrées à la marque d'employeur ne permet pas encore d'en cerner complètement le caractère unique.

Deux atouts supplémentaires sont encore à souligner.

Il y a tout d'abord **la transparence**. Dans l'étude de Randstad, le score de la marque d'employeur représente le nombre de répondants (par rapport à ceux qui connaissent l'entreprise comme employeur) qui ont donné un score de 4 ou 5 à la question « souhaiteriez-vous travailler pour cet employeur ? », 1 signifiant pas du tout et 5 très volontiers.

Cet indicateur ne laisse planer aucun doute. De nombreuses autres enquêtes ne publient pas de scores, généralement parce que ces scores combinent plusieurs facteurs et sont moins faciles à interpréter tels quels. LinkedIn base son score sur 4 variables différentes : quel est le degré de notoriété des entreprises, quelle interaction le contenu d'entreprise génère-t-il, quel est le taux de réponse aux offres d'emploi et combien de temps les travailleurs engagés restent-ils. Chez Great place to work, il s'agit de la combinaison des scores des travailleurs actuels et de ceux d'un jury externe. Ces scores composés ne sont pas non plus communiqués, si ce n'est aux entreprises concernées.

La **représentativité** de l'étude de Randstad constitue également un grand atout. Randstad analyse toutes les grandes entreprises privées d'un pays. La définition de « grand » diffère néanmoins d'un pays à l'autre. Plus le pays est étendu, plus importante est en principe la limite critique pour en faire partie. Glassdoor, LinkedIn et Universum peuvent également prétendre à une telle représentativité dans leur étude, ce qui n'est pas du tout le cas de Great place to work. Dans cette étude, les entreprises doivent se manifester elles-mêmes pour être incluses (contre paiement) dans l'étude. L'échantillon d'entreprises étudiées chaque année n'est certainement pas représentatif de l'ensemble des entreprises. C'est surtout pour les entreprises participantes que l'étude de Great place to work se révèle importante.

En ce qui concerne la représentativité des répondants, l'étude de Randstad se place incontestablement en tête. Les répondants reflètent la population âgée de 18 à 65 ans, ce qui n'est pas le cas des autres prestataires. Universum limite ses répondants aux dernières années de Masters. Glassdoor et LinkedIn ne prétendent pas non plus à la représentativité. Glassdoor ne dispose pas

encore d'une vision suffisante sur le groupe qui publiera spontanément une évaluation de son (ex-) employeur. C'est surtout vrai pour les ex-travailleurs d'une entreprise. Il est tout à fait raisonnable de penser que le groupe qui se sent appelé à poster une évaluation de son ex-employeur n'est pas représentatif de tous les travailleurs qui quittent l'entreprise. La manière dont Glassdoor réagit aux pratiques frauduleuses qui consistent pour les entreprises à encourager activement leurs propres travailleurs à poster des évaluations, n'est pas claire non plus. Pour sa part, LinkedIn se positionne fortement dans le segment supérieur du marché du travail, ce qui implique que les haut qualifiés sont surreprésentés parmi les répondants. Il en va de même pour Glassdoor. En termes de représentativité globale côté offre et côté demande, l'étude de Randstad est donc unique.

Conclusion : la « Randstad Employer Brand Research » détient plusieurs atouts uniques et mérite une place de premier plan dans l'ensemble des enquêtes consacrées à la marque d'employeur. Ce qui n'empêche pas d'autres enquêtes de fournir des informations complémentaires, par exemple sur l'identité de la marque d'employeur.

Cette enquête concerne comme toujours tous les grands employeurs privés occupant plus de 1.000 personnes. Toutes les grandes entreprises opérant en Belgique sont prises en considération dans cette étude. Cette année, on en compte 181.

Nous avons, pour la première fois, également analysé l'attractivité des lauréats du Regional Award. Il s'agit d'entreprises qui se sont révélées particulièrement attractives dans une région précise. La question est de savoir dans quelle mesure cette attractivité locale s'étend également au niveau national.

que pouvez-vous attendre de ce rapport ?

Vous y trouverez des réponses aux questions suivantes :

- quels critères entrent en ligne de compte dans le choix d'un employeur ?
- quels secteurs comptent les employeurs les plus attractifs et pourquoi ?
- quels secteurs ont la plus grande probabilité de ne pas survivre à la prochaine décennie ?
- quelles entreprises sont les employeurs les plus attractifs et pourquoi ?
- quelles entreprises ont le plus progressé au cours des 10 dernières années ?
- quelle est la performance des lauréats régionaux du Randstad Award ?
- les start-ups sont-elles des employeurs attractifs ?

Nous vous souhaitons une excellente lecture.

la méthode



Pour la dix-septième fois consécutive, Randstad a recueilli au cours des mois de décembre 2016 et janvier 2017, en collaboration avec TNS, l'opinion de 11.000 personnes (étudiants, travailleurs, demandeurs d'emploi, hommes et femmes au foyer, etc.) âgées de 18 à 65 ans. Comme les six années précédentes, les participants ont répondu au questionnaire par Internet.

Randstad leur a demandé d'exprimer leur avis sur l'attractivité de la marque d'employeur des principaux employeurs en Belgique. Sur la base d'une série de critères de sélection, nous avons retenu 181 entreprises du secteur privé. Il s'agit de sociétés qui opèrent en Belgique et occupent plus de 1.000 personnes sous un même nom (ou partie d'un même nom). La liste des employeurs participants peut être consultée en annexe.

Cette étude poursuit un double objectif. En premier lieu, nous voulons déterminer quelles organisations sont perçues comme étant les employeurs les plus attractifs en Belgique. Pour ce faire, nous demandons aux personnes interrogées d'indiquer dans quelle mesure elles auraient envie ou non de travailler pour les entreprises qu'elles connaissent et qui figurent dans la liste. Cela nous donne une bonne idée du degré d'attractivité globale d'une entreprise en tant qu'employeur.

D'autre part, cette étude s'attache aux facteurs qui justifient l'attractivité de ces entreprises. Est-ce une

question de salaires intéressants ou l'ambiance de travail agréable est-elle prédominante ? Concrètement, il s'agit toujours d'un mélange de facteurs. Ces facteurs, nous les appelons les critères de la marque d'employeur. Nous en distinguons 18. Dans un premier temps, nous vérifions l'importance globale de ces 18 critères dans le choix d'un employeur.

- salaire et avantages attractifs
- sécurité d'emploi
- santé financière
- ambiance de travail agréable
- travail stimulant et riche en défis
- perspectives d'avenir
- possibilités de carrière à l'international
- formations de qualité
- qualité du management et de la direction
- bon équilibre travail – vie privée
- conditions de travail flexibles
- accessibilité de l'entreprise
- souci de l'environnement et de la société (RSE)
- promotion de la diversité et de l'inclusion
- produits/services de qualité
- promotion de l'esprit d'entreprise (intrapreneuriat)
- bonne réputation
- nouvelles technologies

Dans la suite du texte, ces critères seront autant que possible utilisés sous une forme abrégée

Par ailleurs, les répondants évaluent chacune des entreprises retenues par rapport à 9 de ces 18 critères.

- perspectives d'avenir
- ambiance de travail
- sécurité d'emploi
- santé financière
- travail stimulant et riche en défis
- bonne réputation
- nouvelles technologies
- équilibre travail – vie privée
- environnement et société (RSE)

Pour la première fois, nous avons en outre ajouté pour les entreprises un critère supplémentaire qui ne figure pas dans la liste de ces 18 fondements, à savoir « ne survivra pas à la prochaine décennie ». En posant cette question, nous voulions évaluer le caractère « future-proof » de l'entreprise. Ce critère sera désigné dans la suite de ce rapport sous le terme « résistance au futur ».

Les entreprises peuvent ainsi non seulement connaître leur degré d'attractivité en tant qu'employeurs, mais aussi d'en découvrir les raisons.

les répondants

La répartition des répondants selon les caractéristiques contextuelles est la suivante :

sexe	hommes	49 %
	femmes	51 %
langue	francophones	45 %
	néerlandophones	55 %
âge	18-24 ans	23 %
	25-44 ans	41 %
	40-65 ans	36 %
niveau d'études	enseignement primaire	6 %
	secondaire	46 %
	supérieur	48 %



les résultats

les critères instrumentaux qui déterminent l'attractivité d'un employeur

Qu'est-ce qui rend un employeur attractif aux yeux du grand public ? Sur quels critères un travailleur se base-t-il pour décider s'il veut travailler ou non dans une entreprise ? Pour répondre à cette question, entrons dans le détail des critères d'une marque d'employeur.

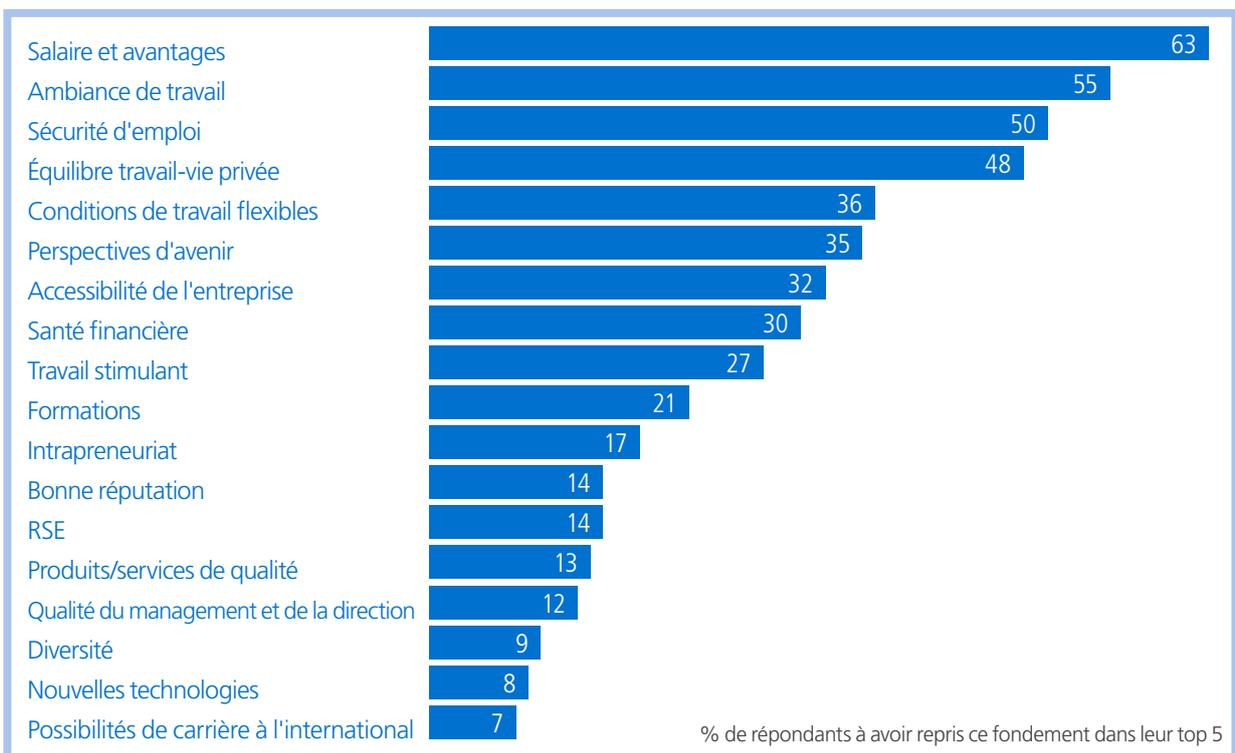
Nous avons pu constater par le passé que l'importance des différents critères d'une marque d'employeur reste très stable. Cependant, certaines variations apparaissent parfois au fil des années. Ces variations limitées sont généralement liées à la conjoncture. Ainsi, la sécurité d'emploi gagne en importance pendant les années de conjoncture difficile. Des changements

structurels ou des événements spécifiques peuvent aussi jouer un rôle.

Certains critères ont été modifiés cette année. « Contenu de la fonction intéressant » est devenu « travail stimulant et riche en défis ». À « qualité du management » s'est ajouté « et de la direction ». « Valeurs fortes » a été remplacé par « bonne réputation », et « intrapreneuriat » (ou esprit d'entreprise) a été ajouté à la liste des fondements.

Les répondants devaient (comme les années précédentes) sélectionner leur top 5 parmi ces 18 critères.

Quels sont les critères importants dans le choix d'un employeur ?



Quels sont les critères les plus importants en 2017 ? Comme toujours, il y a peu de surprises. Et les modifications qui apparaissent s'expliquent en grande partie par le redressement de l'économie. Le traditionnel top 3 (salaire, ambiance de travail, sécurité d'emploi) ne subit aucun changement. Le salaire gagne toutefois en importance et la sécurité d'emploi perd à nouveau du poids, probablement sous l'influence de la conjoncture plus favorable. La santé financière de l'entreprise cède également pas mal de terrain (de 37% à 30%). Le nombre de répondants misant auparavant sur le « contenu intéressant de la fonction » (44%

l'année dernière) s'est vraisemblablement dilué sur deux nouveaux fondements : travail stimulant 27% et entrepreneuriat 17%. De même, les autres changements opérés apportent peu d'éléments nouveaux. Le remplacement de « valeurs fortes » par « bonne réputation » ne change rien à l'importance que les répondants y accordent. De même, l'ajout de « direction » au critère « qualité du management » ne produit aucun impact. Les postulants n'y attachent toujours qu'une importance toute relative. Une fois de plus, nous n'observons aucune percée du critère « nouvelles technologies » cette année.

résultats des sous-groupes

Le marché du travail est hétérogène. Plusieurs groupes sont actifs sur ce marché et ils ne perçoivent pas tous les différents critères de la même manière. Toutefois, année après année, nous devons constater que l'appréciation des différents critères par les groupes cibles diffère peu.

D'une manière générale, les femmes accordent un peu plus d'importance à la sécurité d'emploi, à l'ambiance de travail, à l'équilibre entre le travail et la vie privée, aux conditions de travail flexibles et à la situation de l'entreprise. De leur côté, les hommes sont généralement plus attentifs à la santé financière de l'entreprise, aux perspectives d'avenir/possibilités de carrière et aux possibilités de formation. Comme les années précédentes, les deux sous-groupes affichent le même intérêt pour un package salarial compétitif. À noter toutefois que si les hommes attachaient plus d'importance au salaire que les femmes jusqu'il y a cinq bonnes années, cette différence s'est à présent

estompée, probablement pour de bon. Hommes et femmes sont également sur pied d'égalité en ce qui concerne leur intérêt pour un travail riche en défis et entreprenant.

Les travailleurs titulaires d'un diplôme de l'enseignement supérieur attachent une plus grande importance à un travail riche en défis, aux perspectives d'avenir, à une carrière internationale, à l'équilibre travail-vie privée et aux possibilités de travail flexible. Les détenteurs d'un diplôme de l'enseignement secondaire sont plus sensibles à la sécurité d'emploi et à la santé financière d'une entreprise. Par rapport aux moins de 25 ans, les plus de 50 ans se focalisent davantage, comme l'an dernier, sur la sécurité d'emploi, la santé financière, l'équilibre entre travail et vie privée et un package salarial compétitif. Les possibilités de carrière (internationale), les formations de qualité et les perspectives d'avenir ont davantage la cote chez les jeunes.

quels secteurs sont les employeurs les plus attractifs ?



le Pharma à nouveau classé de justesse secteur le plus attractif

Cette année encore, le classement des secteurs connaît peu de changements. Dans le privé, le top 5 reste le même que celui de l'an dernier. Le secteur pharmaceutique s'érige à nouveau en vainqueur, quoique de justesse. Il voit en effet son attractivité à nouveau légèrement reculer de 2,3% par rapport à l'an dernier et termine ainsi avec un score de 42,6%. La différence avec le secteur médiatique est d'à peine 0,5%. Cela faisait longtemps que la différence entre les numéros un et deux n'avait plus été aussi ténue. Les médias reconquièrent ainsi la deuxième place qu'ils avaient dû céder l'an dernier à l'aéronautique, lequel termine en troisième place. Comme l'an dernier, le secteur informatique et consultance et celui de l'électronique ferment la marche du top 5. En huitième place, nous retrouvons les banques et assurances. Ce secteur se maintient donc sous le sommet du classement, et rien ne semble indiquer que les banques-assurances regagneront le véritable peloton de tête auquel elles faisaient partie jusqu'en 2007. À noter la belle progression réalisée par l'énergie (+3,9%) et les ressources humaines (+3,3%).

Le score d'attractivité moyen de toutes les entreprises étudiées qui font partie de ce secteur.

	2017	2016
Pharmaceutique	42,6	44,9
Médias	42,1	39,2
Aéronautique	38,8	39,4
Informatique et consultance	35,9	34,6
Électronique	33,5	34,6
Alimentaire	32,6	33,5
Construction et installation	31,8	30,2
Banques et assurances	30,0	30,0
Chimie	29,8	28,7
Ressources humaines	29,6	26,3
Énergie	29,5	25,6
Véhicules (production)	29,4	27,0
Non-métal	29,3	27,8
Télécom et contact centers	29,1	27,9
Transport (marchandises), logistique	28,9	28,7
Horeca et tourisme	28,1	27,4
Retail (textile, meubles...)	28,1	29,7
Véhicules (retail, services)	27,8	27,3
Métallurgie et sidérurgie	27,0	21,7
Distribution	25,7	25,7
Transport (personnes)	23,9	20,6
Nettoyage industriel, environnement et sécurité	21,8	20,5

pourquoi les secteurs sont-ils attractifs ou non ?

L'attractivité d'un employeur est liée à une combinaison de plusieurs critères. Il ne suffit pas d'être fort dans l'un ou l'autre critère pour atteindre les sommets du classement. On ne s'étonnera donc pas de voir que les secteurs les plus attractifs du classement n'obtiennent pas seulement les meilleurs scores pour l'un ou l'autre critère, mais qu'ils recueillent de manière générale de très bons scores pour l'ensemble des critères étudiés. Ainsi, on ne s'étonnera pas de voir le secteur pharmaceutique remporter à nouveau la palme de l'attractivité pour la majorité des critères.

On remarque toutefois un recul par rapport à l'année dernière. Ces deux dernières années, ce secteur affichait à chaque fois la meilleure attractivité pour neuf des dix critères alors étudiés. À présent, ce n'est plus le cas que pour sept critères. Le secteur médiatique fait une fois de plus figure de champion en termes d'ambiance de travail (point fort traditionnel de ce secteur), mais décroche également la palme, cette année, pour le critère « travail stimulant ». Un secteur qui se positionne par ailleurs également dans le top 3 en matière de bonne réputation, de perspectives d'avenir et de souci de l'environnement et de la société. Le troisième secteur globalement le plus attractif, celui de l'aéronautique, doit se contenter, comme l'an dernier, d'un seul top 3 parmi l'ensemble des critères. Le secteur informatique & consultance conserve de bons scores avec un classement au top 3 pour six critères.

Comme précisé plus haut, plusieurs critères ont été modifiés cette année. La qualité du management, les formations et le package salarial n'ont plus été évalués et ont été remplacés par la réputation, les nouvelles technologies et la résistance au futur.

Le « contenu de la fonction » a cédé la place aux « fonctions stimulantes ». Dans l'ensemble, ces modifications ne fournissent pas vraiment d'éléments nouveaux. Pour ces nouveaux critères, ce sont globalement les mêmes secteurs qui affichent de bons scores, le Pharma se classant systématiquement en tête. Quant au remplacement de « contenu de la fonction » par « travail stimulant », il produit le même top 3, les médias décrochant à nouveau le titre de secteur gagnant. C'est le nouveau critère « résistance au futur » qui nous livre l'éclairage le plus intéressant. Nous avons demandé aux répondants s'ils pensaient que l'entreprise en question survivrait à la prochaine décennie. Comme nous l'avons déjà indiqué, les secteurs jugés les mieux placés pour survivre à la prochaine décennie sont le Pharma, les télécoms et l'informatique/consultance. Deux de ces trois secteurs se classent également parmi les plus attractifs. Si l'on regarde les secteurs qui, selon les répondants, ont le plus de chances de disparaître au cours de la prochaine décennie, les résultats sont plus surprenants. Les entreprises de l'industrie métallurgique et sidérurgique sont les mauvais élèves de ce classement, suivis par les banques-assurances, les véhicules (production) et ... l'aéronautique.

top 3 des secteurs privés les plus attractifs par critère

	1	2	3
Perspectives d'avenir	Pharmaceutique	Informatique/consultance	Médias
Ambiance de travail	Médias	Pharmaceutique	Informatique/consultance
Sécurité d'emploi	Pharmaceutique	Transport (personnes)	Énergie
Équilibre travail-vie privée	Pharmaceutique	Banques	Ressources humaines
Santé financière	Pharmaceutique	Alimentaire	Informatique/consultance
Nouvelles technologies	Pharmaceutique	Informatique/consultance	Aéronautique
Travail stimulant	Médias	Pharmaceutique	Informatique/consultance
RSE	Nettoyage industriel	Énergie	Médias
Bonne réputation	Pharmaceutique	Médias	Alimentaire
Résistance à l'avenir	Pharmaceutique	Télécom	Informatique/consultance

l'attractivité du secteur privé selon les sous-groupes

À l'instar des années précédentes, la position de leader du secteur pharmaceutique en termes d'attractivité globale n'est pas absolue dans tous les sous-groupes. Comme l'an dernier, ce secteur n'atteint pas le top 3 chez les moins de 24 ans. De même, ce secteur doit également céder sa place aux médias chez les femmes

et les moyennement qualifiés, et même à l'aéronautique dans ce dernier groupe. Contrairement aux années précédentes, les trois secteurs les plus attractifs sont également ceux qui affichent la plus grande attractivité dans tous les sous-groupes, sans exception.

	1	2	3
Hommes	Pharma	Aéronautique	Médias
Femmes	Médias	Pharma	Aéronautique
Secondaire	Médias	Aéronautique	Pharma
Supérieur	Pharma	Médias	Aéronautique
18-24	Médias	Aéronautique	Pharma
25-44	Pharma	Médias	Aéronautique
45-65	Pharma	Aéronautique	Médias
Néerlandophones	Pharma	Médias	Aéronautique
Francophones	Pharma	Médias	Aéronautique

dans quels critères de la marque d'employeur les entreprises privées obtiennent-elles les meilleurs scores ?

L'évaluation de certains critères de la marque d'employeur est un volet traditionnel du questionnaire. Généralement, les entreprises privées affichent de bons scores en termes de santé financière et de qualité du management, et de mauvaises notes en matière de RSE, d'ambiance de travail et d'équilibre travail-vie privée. Cette année, la liste des critères à évaluer a été adaptée. La qualité du management, le salaire, le contenu de la fonction et les formations ont disparu de la liste au profit du travail stimulant, de la réputation, des nouvelles technologies et de la résistance au futur. Comme la « résistance au futur » fait l'objet d'une question formulée par la négative, nous ne tenons pas compte de ce critère dans notre classement.

Attractivité des différents fondements

1. Santé financière
2. Bonne réputation
3. Nouvelles technologies
4. Sécurité d'emploi
5. Perspectives d'avenir
6. Ambiance de travail
7. Travail-vie privée
8. Travail stimulant
9. RSE

Le constat le plus frappant est que les grandes entreprises affichent en moyenne un bon score en termes de réputation. C'est également vrai pour l'utilisation des nouvelles technologies. Malheureusement pour les entreprises privées, il ne s'agit pas d'un critère prioritaire pour le choix d'un employeur. On remarquera aussi que le travail stimulant et riche en défis est le critère le plus faible, après le souci de l'environnement et de la société. Ce critère a donc moins la cote que le précédent « contenu de la fonction intéressant », qui occupait généralement une position médiane. Rien de surprenant à cela. Le « travail stimulant et riche en défis » est plus spécifique que le « contenu de la fonction intéressant ». Comme chaque année, l'ambiance de travail et l'équilibre travail-vie privée recueillent également de moins bons scores dans les entreprises privées.

quelles entreprises sont les employeurs les plus attractifs ?



Pour déterminer l'employeur le plus attractif, nous faisons comme chaque année la distinction entre l'attractivité « relative » et l'attractivité « absolue » d'une entreprise. L'attractivité absolue d'une entreprise représente le pourcentage des répondants qui souhaitent travailler pour cette entreprise. Cet indicateur est fortement influencé par la notoriété de l'entreprise. On ne peut pas, en toute logique, vouloir travailler pour une entreprise si on ne la connaît pas. C'est la raison pour laquelle nous avons également introduit le concept d'attractivité relative d'une entreprise. C'est-à-dire le pourcentage de personnes souhaitant travailler pour une entreprise parmi celles qui la connaissent effectivement. L'attractivité est donc indépendante de la notoriété. Une entreprise peut en effet être méconnue mais appréciée par les gens qui la connaissent, et inversement. Pour ce concept, nous devons passer par la mesure d'un indicateur intermédiaire : la notoriété.

La notoriété¹ des entreprises est le premier élément que nous avons mesuré. Comme nous l'avons précisé ci-dessus, ce paramètre sert uniquement d'indicateur intermédiaire permettant de calculer l'attractivité absolue. Traditionnellement, le classement des employeurs privés les plus connus varie peu d'une année à l'autre. Il n'en va pas autrement cette année. Colruyt confirme sa position d'employeur le plus connu de Belgique, arrachée il y a trois ans à Coca-Cola. Mobistar disparaît du top 10 suite à son changement de nom en Orange. Même scénario pour H&M, qui doit céder quelques places au profit de McDonalds et Engie-Electrabel. Le principal changement réside dans

la moyenne plus élevée des scores comparée aux années précédentes. Colruyt passe ainsi de 87% à 95%. Cette hausse de notoriété s'explique par quelques interventions méthodologiques opérées dans la collecte des données. Cette augmentation globale n'a pas beaucoup de conséquences directes, et n'affecte pas le top 10. En revanche, les différences se sont encore atténuées. L'année dernière, il n'y avait que 6% de différence entre le numéro 1 et le numéro 10, ce qui constituait déjà un record historique. À présent, cette différence atteint 4% tout au plus.

Top 10 des employeurs privés les plus connus en Belgique 2017 - %

Colruyt	95,2
IKEA	93,5
ALDI	93,3
Proximus	93,2
Coca-Cola	93
DELHAIZE	92,9
Carrefour	92,7
Bpost	92,3
McDonalds	91,5
Engie-Electrabel	91,4

¹ Le terme de notoriété ne doit pas être compris dans le sens que lui réserve le marketing. Il s'agit ici du pourcentage de répondants qui connaissent suffisamment l'entreprise pour savoir s'ils souhaiteraient ou non y travailler et pour attribuer un score aux différents critères qui déterminent son attractivité.

attractivité relative des employeurs privés ¹



Traditionnellement, le classement le plus attendu est celui des employeurs affichant l'attractivité relative la plus élevée. C'est d'ailleurs sur la base de ce classement qu'est attribué chaque année le Randstad Award.

Cette année encore, le top 10 – et par extension le top 20 – a été fortement bousculé. Plusieurs facteurs ont joué un rôle dans cette redistribution. Quoi qu'il en soit, les scores d'attractivité sont relativement proches les uns des autres. Ce qui veut dire que même des changements non significatifs en termes de score d'attractivité peuvent entraîner pas mal de glissements dans le classement. Par ailleurs, 3 des 7 lauréats régionaux du Randstad Award ont tellement la cote à l'échelle nationale qu'il font leur apparition dans le top 20. Deux d'entre eux (Paiiri Daiza et Studio 100) se voient même propulsés dans le top 5 national. Enfin, le changement d'institut de sondage et les quelques ajustements opérés dans le questionnaire ont sans doute également influencé quelque peu les résultats.

TOP 20 Attractivité relative des employeurs privés ^(1,2)

	2017	2016
DEME (Dredging International)	51,3	NL ³
Paiiri Daiza	50,8	NL
Janssen Pharmaceutica	50,3	50
GSK (GlaxoSmithKline)	50,0	51
Studio 100	49,2	NL
VRT	45,5	38
Mediahuis	45,0	40
Procter & Gamble (P&G)	45,0	39
SABCA	43,6	33
Coca-Cola	43,6	44
Colruyt	43,4	40
Tui (Jetair)	43,3	42
Brussels Airlines	42,7	47
Thomas Cook	42,6	39
Bayer	41,9	42
Multipharma \ Multipar	41,9	41
PricewaterhouseCoopers	41,6	35
Biscuiterie Jules Destrooper	41,5	NL
SD WORX	41,2	37
Solvay	40,7	37

¹ Pour établir le classement sur la base de l' « attractivité relative », nous exigeons une notoriété minimale de 10%.

² Le score de 51% représente le nombre de personnes parmi ceux qui connaissent l'entreprise qui ont donné un score de 4 ou 5 (sur une échelle de 5) à la question « souhaiteriez-vous travailler pour cette entreprise ? »

³ NL : not listed, ne figurait pas dans le classement en 2016

Une chose est sûre : le top 10 comme le top 20 ont subi de fortes secousses. À peine trois entreprises du top 10 de l'an dernier restent en poste : Janssen Pharmaceutica, GSK et Coca-Cola. Au niveau du top 20, seules sept entreprises se maintiennent également. La VRT, qui avait inopinément quitté le top 10 et le top 20 l'an dernier, fait son retour cette année, donnant à penser que cet effacement temporaire relevait plutôt d'un concours de circonstances fortuites.

Cette année, la palme de l'employeur le plus attractif revient à DEME. En 2012, l'entreprise flamande de dragage avait déjà remporté le titre d'employeur le plus attractif, se contentant d'une deuxième place en 2010, 2011 et 2013. Cette victoire n'est donc pas une véritable surprise. Ces dernières années, l'entreprise n'avait pas atteint suffisamment de notoriété pour être retenue dans le classement national, mais avait chaque fois été classée employeur le plus attractif par les répondants néerlandophones. Les modifications méthodologiques destinées à stimuler la notoriété des entreprises ont probablement aidé l'entreprise à atteindre cette année le seuil de 10% de notoriété.

La victoire de DEME est bien sûr méritée. La suite de ce rapport confirmera d'ailleurs les excellentes performances de l'entreprise dans plusieurs critères de la marque d'employeur. Il n'empêche que cette victoire est décrochée de justesse. Seuls 2 pour cent séparent le numéro 1 du numéro 5 dans le classement. Jamais, dans l'histoire de cette étude sur la marque d'employeur, autant d'entreprises n'ont occupé des positions aussi proches les unes des autres au sommet du classement. *Stricto sensu*, toutes les cinq auraient pu remporter cette victoire.

Seul un petit 0,5% la distancie du numéro 2, Pairi Daiza. Là encore, il s'agit d'un minimum historique. Le parc animalier fait une entrée fracassante dans l'étude. Cette entreprise n'emploie même pas 1.000 personnes et ne devrait donc normalement pas entrer en ligne de compte pour l'enquête. Lauréate du Regional Award pour le Hainaut, l'entreprise détenait là une réelle opportunité, qu'elle a saisie des deux mains.

Aux deuxième et troisième places, nous retrouvons les deux solides marques pharmaceutiques Janssen Pharmaceutica et GlaxoSmithKline, qui consolident une fois de plus leurs scores d'attractivité très élevés en tant qu'employeurs. Janssen Pharmaceutica demeure la seule entreprise à occuper systématiquement le top 10 depuis la création de cette étude. GlaxoSmithKline est présente dans le top 10 depuis 2003. Les excellentes performances de ces deux entreprises n'empêchent pas le secteur pharmaceutique d'accuser un net recul dans le top 20 par rapport à l'année dernière. Pfizer, UCB et Baxter ont tous trois disparu du top 20 cette année. Une première pour Pfizer depuis 2003.

Enfin, nous retrouvons en cinquième position le deuxième lauréat du Regional Award – Studio 100 a remporté le Regional Award dans la province d'Anvers. Comme Pairi Daiza, Studio 100 n'a aucune peine à étendre son attractivité régionale à l'échelle nationale et s'impose même comme candidat à la victoire, terminant à seulement 2% du vainqueur.

Les 6ème et 7ème positions du classement reviennent encore à des entreprises belges : VRT et Mediahuis. C'est la première fois dans l'histoire de cette étude sur la marque d'employeur que les entreprises belges sont aussi nombreuses à se hisser au sommet du classement : pas moins de six dans le top 7. Sans compter que deux entreprises belges présentes dans le top 5 l'an dernier, UCB et Brussels Airlines, ne font pas partie de ces 6 entreprises. En tenant compte du numéro 9 SABCA, le top 10 totalise pas moins de 7 entreprises belges. Il s'agit là d'un nouveau record historique. Le top 10 ne compte plus que GSK, P&G et Coca-Cola comme entreprises étrangères. Pour la première fois de cette décennie, P&G atteint le top 10, alors qu'elle y trônait régulièrement entre 2000 et 2010. Le top 20 totalise pas moins de quatorze entreprises belges. Un record également.

Enfin, dernière mention spéciale pour Colruyt, qui termine cette année à un cheveu du top 10, ratant ainsi de peu le premier top 10 de son histoire. Quoi qu'il en soit, ce distributeur ajoute encore quelques pour cent à son attractivité, qui a doublé entre 2005 et 2017 (de 21% à 43%).

l'évolution entre 2007 et 2017

top 10 des entreprises qui ont le plus progressé en matière d'attractivité relative – 2017 par rapport à 2007 (en points de pourcentage)

Colruyt	23
Brussels Airlines	19
Bpost	19
Audi Brussels	17
Center Parcs-Sunparks	16
Mediahuis	15
Robert Bosch	15
MIVB	14
Euroclear	14
De Spoorwegen	13

La marque d'employeur est un processus durable et lent. C'est pourquoi il est important de s'attarder sur les développements à long terme. Depuis quelques années, nous comparons les scores de l'année en cours avec les résultats de 10 années auparavant. Cette fois, nous établissons donc une comparaison avec l'année 2007.

Cette année, c'est Colruyt qui enregistre la plus forte progression en dix ans. Si l'entreprise a toujours figuré dans le top 5 ces dernières années, c'est elle qui accomplit cette fois le bond le plus spectaculaire, gagnant 23 points de pourcentage par rapport à 2007. Avec Brussels Airlines (vainqueur de l'an dernier), Audi Brussels (vainqueur en 2015) et Bpost, 4 entreprises du top 5 de l'an dernier se retrouvent à nouveau dans le top 5. Le seul nouveau venu est Center Parcs-Sunparks.

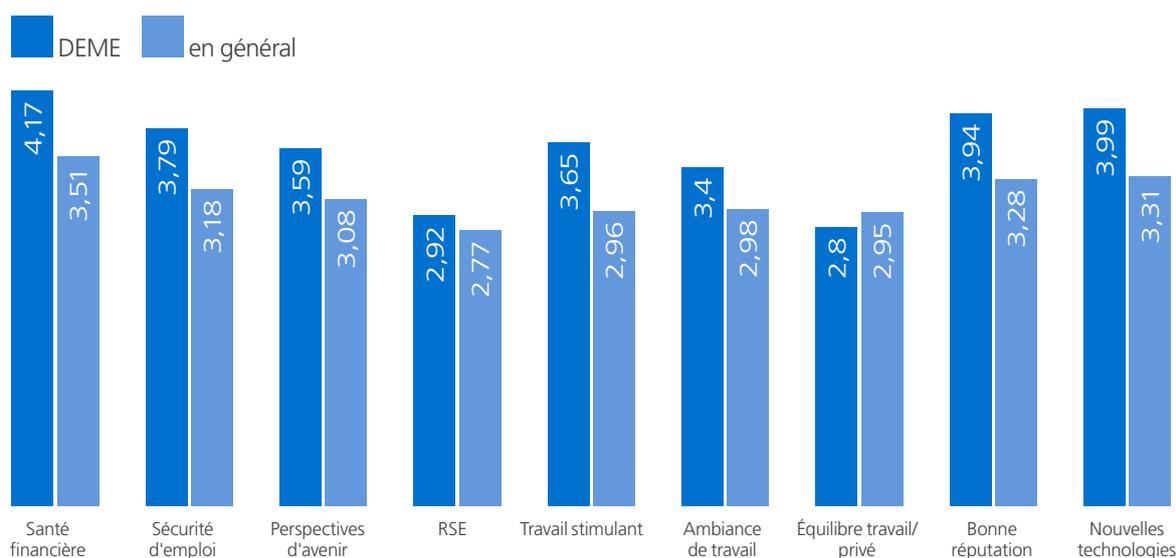
top 10 en 2007

Certains parlent d'une grande continuité dans les entreprises qui confirment leur place au sommet du classement des entreprises les plus attractives. Or, la liste suivante fait apparaître d'importants mouvements au fil du temps. Il s'agit du top 10 des entreprises les plus attractives en 2007.

1. Janssen Pharmaceutica	49
2. BNP Paribas Fortis	43
3. Solvay	41
4. VRT	40
5. GlaxoSmithKline	38
6. Dexia	38
7. Jan De Nul	38
8. Pfizer	37
9. PWC	37
10. Bayer	37

Sur les dix entreprises les plus attractives en 2007, trois figurent encore dans le top 10 cette année : Janssen Pharmaceutica, GlaxoSmithKline et la VRT. Huit entreprises du top 20 de l'époque y sont encore présentes dix années plus tard.

pourquoi DEME est-elle l'employeur le plus attractif ?



“la marque d'employeur de DEME repose sur une base très solide. On ne constate aucune faiblesse manifeste au niveau des critères. »

À un critère près, DEME enregistre des scores nettement supérieurs à la moyenne. Seul l'équilibre travail/vie privée place l'entreprise juste en deçà de la moyenne globale. Cela prouve les fondations très solides de sa marque d'employeur. Pour cinq critères, DEME ouvre même la marche (sécurité d'emploi, perspectives d'avenir, nouvelles technologies, travail stimulant et réputation). Pour trois autres fondements, l'entreprise décroche une position au top 3 : santé financière, résistance au futur et ambiance de travail.

À titre comparatif : GlaxoSmithKline, gagnant de l'année dernière, n'a décroché la première place pour aucun des critères. Hormis DEME, épinglons les victoires de Coca-Cola (santé financière), SD WORX (équilibre travail/privé), Jan De Nul (résistance au futur) et Pairi Daiza (RSE et ambiance de travail). Par rapport à l'an dernier, Janssen Pharmaceutica est l'entreprise qui essuie le plus net recul. L'an dernier, cette entreprise accédait encore huit fois au top 3, contre une seule fois cette année. Saluons encore la prestation remarquable de Colruyt, qui se voit gratifié de cinq présences au top 3, quoique sans victoire pour la première fois de cette décennie. La seule entreprise à y être parvenue est Jan De Nul. Jan De Nul continue à détenir le record du nombre total de victoires de cette décennie (21). Avec 5 victoires inscrites cette année, DEME s'en rapproche (18).

top 3 des employeurs privés affichant les scores les plus élevés pour les différents critères instrumentaux

	1	2	3
Santé financière	Coca-Cola	DEME	Colruyt
Sécurité d'emploi	DEME	Jan De Nul	Colruyt
Perspectives d'avenir	DEME	Janssen Pharmaceutica	Jan De Nul
RSE	Pairi Daiza	Colruyt	Sita
Travail stimulant	DEME	Pairi Daiza	Jan De Nul
Ambiance de travail	Pairi Daiza	Studio 100	DEME
Equilibre travail-vie privée	Sd Worx	Colruyt	Partena
Réputation	SD WORX	Pairi Daiza	Colruyt
Nouvelles technologies	DEME	IBM	HP
Résistance au futur	Jan De Nul	DEME	Ikea

top 3 des employeurs privés affichant les scores les plus élevés dans les sous-groupes étudiés

	1	2	3
Hommes	Janssen Pharmaceutica	DEME	GSK
Femmes	Pairi Daiza	GSK	DEME
18-24	Real Dolmen	DEME	Tessengerlo Chermie
25-44	GSK	Deme	Studio 100
45-65	Janssen Pharmaceutica	Pairi Daiza	DEME
Secondaire	Pairi Daiza	GSK	Studio 100
Supérieur	Janssen Pharmaceutica	Deme	Baxter
Néerlandophones	Janssen Pharmaceutica	GSK	DEME
Francophones	Pairi Daiza	RTBF	Real Dolmen

Comme chaque année, plusieurs vainqueurs se démarquent dans les sous-groupes. Cette année fait apparaître moins de variations que les années précédentes. On le doit essentiellement à Janssen Pharmaceutica, qui sort vainqueur dans quatre sous-groupes : hommes, 45-65 ans, hautement qualifiés et néerlandophones. Pairi Daiza redore sa

deuxième place globale en remportant la palme dans trois sous-groupes : femmes, enseignement secondaire et francophones. DEME, le vainqueur, n'est gagnant dans aucun des sous-groupes – pas même chez les néerlandophones, où il doit s'incliner cette année face à Janssen Pharmaceutica et GSK – non sans parvenir à s'illustrer dans presque tous les sous-groupes.

L'attractivité absolue des employeurs privés

Parmi les employeurs privés affichant la plus grande attractivité relative, on retrouve aussi bien des entreprises connues que quelques-unes qui le sont moins. C'est pour cette raison que nous proposons également un second indicateur d'attractivité : l'attractivité absolue. Nous l'obtenons en multipliant le score de notoriété d'une entreprise par le score réalisé en termes d'attractivité relative. Les résultats de ce calcul traduisent d'une certaine manière le potentiel de recrutement théorique absolu des entreprises en question.

L'attractivité absolue d'une entreprise est surtout déterminée par sa notoriété. C'est ce qui explique que les variations dans le temps sont généralement moins importantes que celles de l'attractivité relative.

Depuis 2010, la victoire était l'apanage d'une seule et même entreprise : Coca-Cola, qui a terminé gagnante à dix reprises depuis la création de cette étude. Les autres victoires sont revenues à BNP Paribas Fortis (quatre fois), Proximus et Ikea (chacune une fois).

Cette année, c'est une nouvelle entreprise qui conquiert le titre d'employeur le plus attractif au sens absolu : Colruyt. Grâce à sa notoriété plus élevée et à son attractivité supérieure, Colruyt brise son record personnel avec un score de 41,25%, battant ainsi de peu Coca-Cola (40,5%). Pairs Daiza termine troisième. Ce faisant, le parc animalier inscrit également une page dans l'histoire, puisque c'est la première fois qu'une entreprise occupe une place dans le top 3 à la fois pour l'attractivité relative et pour l'attractivité absolue. Coca-Cola est la seule autre entreprise à figurer dans le top 10 des deux classements cette année. Comme nous l'avons précisé plus haut, Colruyt a manqué de justesse le top 10 des entreprises affichant la plus grande attractivité relative.

L'attractivité absolue dépend davantage de la notoriété que de l'attractivité. C'est la raison pour laquelle ce classement évolue moins dans le temps que celui de l'attractivité relative. Sept entreprises présentes dans le top 10 l'année dernière y restent cette année. Les nouveaux venus sont Pairs Daiza, Proximus et Mediamarkt.

Top 20 de l'attractivité absolue des employeurs privés en Belgique (en pour cent)

1. Colruyt	41
2. Coca-Cola	41
3. Pairs Daiza	40
4. Brussels Airlines	38
5. Thomas Cook	36
6. Philips	34
7. Ikea	33
8. Bpost	32
9. Proximus	32
10. Mediamarkt	32
11. Tui (Jetair)	32
12. Mercedes-Benz	31
13. Nike	31
14. Janssen Pharmaceutica	30
15. Siemens	30
16. Delhaize	29
17. Decathlon	29
18. VRT	29
19. Vandenborre	28
20. Bayer	28

Remarquez que les scores sont plus élevés que l'année dernière. Avec 28%, Thomas Cook et Delhaize figuraient encore dans le top 10 l'année dernière. Ce pourcentage suffit maintenant tout juste à les positionner dans le top 20. La notoriété moyenne plus élevée est la principale responsable de ce résultat.

les champions régionaux



L'étude de Randstad consacrée à la marque d'employeur se concentre sur les grands employeurs privés (minimum 1.000 travailleurs). Depuis 2012, nous tentons cependant d'inclure chaque année une autre catégorie d'entreprises ou organisations dans l'enquête, afin d'améliorer notre image globale du marché du travail. Nous avons ainsi le secteur public en 2012, 2013 et 2015, le non-marchand en 2014, les organisations internationales en 2015 et les marques disruptives en 2016. Chacun de ces élargissements nous a livré de nouveaux éléments d'information sur les marques d'employeur en Belgique. Nous avons décidé d'intégrer les champions régionaux dans l'étude de 2017. Il s'agit des entreprises de moins de 1.000 travailleurs qui affichent la marque d'employeur la plus forte dans leur région depuis quelques années. La question s'est posée de savoir dans quelle mesure ces entreprises réussiraient à étendre ce score d'attractivité au reste du pays. Il importait à cet égard que les entreprises régionales génèrent suffisamment de notoriété au cours de l'enquête nationale. En effet, nous exigeons également de ces entreprises un seuil minimum de notoriété de 10% pour pouvoir tirer des conclusions pertinentes.

Il s'agit des sept entreprises suivantes¹

Taminco	Flandre-Orientale (42)
Studio 100	Anvers (54)
EVS	Liège (72)
Melexis	Limbourg (60)
Pairi Daiza	Hainaut (69)
Jules Destrooper	Flandre-Occidentale (41)
RTL	Bruxelles (45)

¹ Nous indiquons entre parenthèses le score du Regional Award qui leur a été décerné dans leur région.

Nous remarquons que plusieurs de ces entreprises ont entre-temps obtenu des scores qui leur auraient permis d'accéder sans trop de difficultés au titre d'employeur le plus attractif de Belgique. EVS, Pairi Daiza et Melexis obtiennent des scores supérieurs au score le plus élevé jamais atteint par une entreprise privée (à savoir GlaxoSmithKline en 2014). Avec 54%, Studio 100 se serait même arrogé la victoire pour la plupart des années. D'un autre côté, rien n'indique que ces scores régionaux sont tout bonnement extrapolables au reste du pays.

Globalement, les champions régionaux s'en sortent plus qu'honorablement. Cela transparaissait déjà clairement dans l'aperçu des 20 employeurs les plus attractifs, parmi lesquels trônaient trois vainqueurs régionaux : Pairi Daiza, Studio 100 et Jules Destrooper. Pairi Daiza et Studio 100 se sont même hissés dans le top 5. En fait, ces champions auraient pu également remporter la victoire.

Bien que Pairi Daiza caracole en tête des vainqueurs régionaux, l'entreprise doit se contenter d'un score largement inférieur (51% au lieu de 69%). Somme toute, Studio 100 ne perd pas grand-chose de son score régional (-5%) et Jules Destrooper a ceci d'étonnant qu'il

est le seul à parvenir à égaler à l'échelle nationale son score régional de 41%.

Sur les quatre autres vainqueurs régionaux, trois n'atteignent malheureusement pas une notoriété suffisante : Taminco, Melexis et EVS. Seul RTL parvient à se qualifier également. Avec un score d'attractivité de 36%, il perd également des plumes par rapport à son score régional à Bruxelles, mais ce score lui vaut de signer une aussi bonne prestation que son grand concurrent, la RTBF. Les deux grandes chaînes de télévision belges francophones se retrouvent donc au coude-à-coude.

L'un dans l'autre, cette édition nous apprend qu'en termes de marque d'employeur, plusieurs entreprises régionales pourraient clairement se mesurer aux grands employeurs affichant les meilleurs scores. Certaines parviennent même à approcher leur score régional très élevé au niveau national. Les autres ne génèrent malheureusement pas assez de notoriété pour pouvoir jouer dans la cour nationale. Ce qui n'a pas empêché certaines entreprises de taille moyenne de prouver qu'elles ne doivent pas être grandes pour s'avérer malgré tout très attractives.

L'attractivité des start-ups

Les start-ups - entreprises innovantes généralement actives dans le domaine des technologies nouvelles et naissantes - sont au centre de toutes les attentions. Dans une étude mesurant l'attractivité des employeurs, il était opportun de s'interroger tôt ou tard sur le degré d'attractivité des start-ups en tant qu'employeurs. Restait à voir comment le mesurer. Soumettre une liste de start-ups concrètes aux répondants n'est pas aussi évident qu'il y paraît. La grande majorité des start-ups jouissent d'une notoriété bien trop faible pour que l'on puisse en mesurer l'attractivité de cette manière. D'où le choix d'une alternative pragmatique. Nous avons soumis aux répondants une liste de types d'entreprise possibles, parmi lesquels des start-ups. C'est une manière plus réaliste de sonder le potentiel des start-ups que de poser la simple question : trouvez-vous que les start-ups sont des employeurs

attractifs ? En obligeant le répondant à choisir, nous limitons le caractère aléatoire des réponses. Certains milieux affirment que l'attractivité des start-ups progresse rapidement. Nous avons quelques raisons d'en douter. Cette étude a déjà maintes fois démontré que le salaire, la sécurité d'emploi et l'ambiance de travail sont les trois fondements les plus importants dans le choix d'un employeur. De même, le contenu de la fonction et l'équilibre travail-vie privée pèsent dans la balance. Or, pour trois de ces fondements (salaire, sécurité d'emploi et équilibre travail/privé), les start-ups ne constituent pas vraiment l'employeur idéal. Certes, il y en aura toujours certains sur le marché du travail qui accorderont moins d'importance à ces fondements, mais cela réduit malgré tout déjà pas mal le champ de recrutement.

Quel type d'entreprise a votre préférence en tant qu'employeur ? (en pour cent)

	Tot	H	F	18-24	25-44	45-65	Prim	Sec	Sup
Non-marchand/secteur public	20	17	22	15	20	22	9	16	24
Entreprise familiale	16	15	18	15	17	16	22	19	13
(Petite) entreprise (locale)	16	17	15	15	16	15	14	15	17
Multinationale	14	17	10	15	14	13	10	13	15
Propre entreprise	13	14	13	16	13	11	13	14	12
Start-up	4	5	3	8	4	2	4	4	5
Pas de préférence	17	16	19	14	16	20	29	19	13

H = hommes

F = femmes

Prim = enseignement primaire

Sec = enseignement secondaire

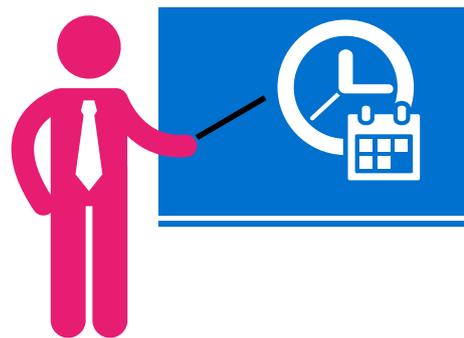
Sup = enseignement supérieur

Comme il fallait s'y attendre, seule une petite partie des répondants ne montre pas de réelle préférence. Plus de 4 répondants sur 5 témoignent d'une nette préférence. Parmi eux, c'est surtout le choix des petites entreprises familiales à l'échelle locale qui attirera notre attention. Un répondant sur trois y donne la préférence. Les multinationales doivent se contenter de la moitié. Le secteur non marchand/public a les faveurs d'un répondant sur cinq. Il s'agit en général, mais sans doute pas exclusivement, de grandes entreprises/organisations. À première vue, les start-ups ne sont plébiscitées que par un petit groupe (à peine 4%). Or, un groupe relativement important déclare préférer monter sa propre entreprise. Il n'est pas à exclure qu'il puisse également s'agir en l'occurrence de start-ups. Nous supposons néanmoins avoir plutôt affaire, dans ce dernier cas, à des personnes désireuses de travailler sous statut de freelance ou de démarrer une entreprise de type plus traditionnel. Ce groupe n'est donc certainement pas à assimiler directement à celui favorable aux start-ups. Mais il se pourrait que ces 4% soient légèrement sous-estimés.

Ce qui est clair, c'est que le facteur âge joue ici un rôle. Parmi les jeunes, les personnes optant pour une start-up sont deux fois plus nombreuses que la moyenne globale. Après 45 ans, leur nombre semble même quasiment s'éteindre. C'est plutôt exceptionnel dans l'étude sur la marque d'employeur, mais l'effet de l'âge est indéniable en ce qui concerne les start-ups. Nous observons par exemple un effet nettement moindre de ce facteur sur la création d'une propre entreprise, ce qui confirme la supposition selon laquelle il s'agirait plutôt de démarrer des entreprises plus traditionnelles. Les plus de 45 ans se projettent encore volontiers dans un travail d'indépendant, mais pas forcément à la barre d'une start-up.

Il n'est pas simple de déterminer directement si cette proportion de 4% est importante ou non. Les start-ups sont par définition de toutes petites entreprises. Elles ne concernent donc pas grand monde au final. Peut-être ces 4% couvrent-ils les besoins en personnel ? Cela dit, si l'on considère que de nombreuses start-ups sont confrontées à un problème de rétention, lequel entraîne un besoin criant de nouvelles recrues, cette proportion semble assez faible.

les principales conclusions



- Après les légères diminutions de ces deux dernières années, les scores d'attractivité des entreprises privées remontent légèrement cette année. Ce qui est logique au vu de l'amélioration de la conjoncture.
- Pourquoi choisit-on un employeur plutôt qu'un autre ? Traditionnellement, les motifs varient peu d'une année à l'autre. Le salaire reste la motivation principale et renforce même sa position, conséquence de la meilleure conjoncture. La sécurité d'emploi demeure en troisième position mais perd du terrain, un résultat qui corrobore également l'amélioration de la situation économique. L'ambiance de travail reste le deuxième fondement le plus important. Cette année encore, le critère « nouvelles technologies » ne gagne pas en importance.
- Le secteur pharma s'illustre à nouveau comme étant le secteur le plus attractif, mais jamais la différence avec le numéro deux (médias) n'a été aussi ténue : à peine un demi-pour cent. Seules deux entreprises pharmaceutiques figurent cette année parmi les 20 employeurs les plus attractifs. L'année dernière, elles étaient encore au nombre de cinq. Les banques-assurance continuent à stagner en huitième place.
- Traditionnellement, le secteur pharma est de surcroît le secteur le plus attractif pour la plupart des critères d'une marque d'employeur. Cette année, c'est également le cas pour la « résistance au futur », un nouveau fondement qui interroge la capacité des entreprises concernées à survivre à la prochaine décennie. Le secteur pharmaceutique est celui pour lequel les répondants craignent le moins pour la survie des entreprises concernées. Le pharma l'emporte sur les télécoms et l'informatique/consultance. Les banques-assurances font particulièrement grise mine sur ce critère, affichant le deuxième plus mauvais score. Seules les entreprises métallurgiques et sidérurgiques font encore moins bien.
- Colruyt est, cette année encore, l'employeur le plus connu avec un score exceptionnel de 95%, devançant Ikea, Aldi, Proximus et Coca-Cola.
- C'est en matière de santé financière et de réputation globale que les entreprises privées s'illustrent le plus. Elles affichent également de bons résultats pour le recours aux nouvelles technologies. Traditionnellement, elles récoltent les moins bons scores en termes de souci de l'environnement et de la société, d'ambiance de travail et d'équilibre travail/vie privée. Même en matière de travail stimulant, elles affichent de piètres résultats.
- DEME se révèle cette année, et pour la deuxième fois dans l'histoire, l'employeur le plus attractif. Cette entreprise l'emporte de peu sur le parc animalier Pairi Daiza et sur Janssen Pharmaceutica. GSK et Studio 100 complètent le top 5. On retrouve 7 employeurs belges dans le top 10 et 14 dans le top 20. Un record dans les deux cas. La préférence pour les employeurs de son propre pays est un constat universel, mais elle n'a jamais été aussi marquée en Belgique que cette année.
- DEME renforce sa victoire globale en remportant la palme dans pas moins de 5 critères d'attractivité. Pour 3 autres encore, l'entreprise se classe au top 3.

Il est rare qu'une entreprise gagnante affiche d'aussi bonnes notes dans les critères séparés. Les autres vainqueurs sont Pairi Daiza (ambiance de travail et RSE), SD Worx (équilibre travail/vie privée), Jan De Nul (résistance au futur) et Coca-Cola (santé financière).

- Les 7 lauréats régionaux du Randstad Award, ajoutés cette année à l'enquête comme catégorie supplémentaire, font état de prestations mitigées. Pairi Daiza, Studio 100, mais aussi Jules Destrooper, se voient propulsées dans le top 20. Pairi Daiza et Studio 100 accèdent même directement au top 5 et s'imposent comme candidats à la victoire. Sur les quatre autres vainqueurs régionaux, seul RTL parvient toutefois à générer suffisamment de notoriété. RTL obtient d'aussi bons scores que sa concurrente, la RTBF. Exception faite de Jules Destrooper, la mesure de l'attractivité nationale amène, comme prévu, chacun des vainqueurs régionaux à baisser de plusieurs pour cent par rapport à son excellent score régional.
- Colruyt s'arroge pour la première fois le titre d'employeur le plus attractif au sens absolu. Ce classement tient également compte de la notoriété. Colruyt l'emporte ainsi sur Coca-Cola, vainqueur historique dans cette catégorie. Dans les seize éditions précédentes, Coca-Cola avait en effet gravi pas moins de dix fois la première marche du podium de l'employeur le plus attractif. En rehaussant à la fois sa notoriété et son attractivité, Colruyt a réussi pour la première fois à battre Coca-Cola. Avec 41%, Colruyt présente en outre un excellent bulletin. Seule Coca-Cola avait déjà fait mieux dans le passé (43%).
- D'une manière générale, on ne peut pas clairement affirmer que les start-ups gagneraient très rapidement en attractivité. Sur l'ensemble de la population, seuls 4% désignent les start-ups comme leur employeur favori. Cette proportion passe à 8% chez les jeunes.

annexe

liste des employeurs privés participants

ACTION BELGIUM	CORDEEL GROUP (Cordeel, IMTECH, ...)
ADECCO	D'IETEREN
AG INSURANCE	DAF TRUCKS
AGC	DAIKIN
AGFA	DE LIJN
AHOLD (Albert Heijn)	DE SPOORWEGEN
ALCATEL-LUCENT BELL	DECATHLON
ALCON COUVREUR	DELHAIZE
ALDI	DELOITTE
ALERIS	DEME (Dredging International)
ALLIANZ	DHL
APERAM STAINLESS	DSV
ARCELOR MITTAL	EANDIS
ATLAS COPCO	(ENGIE) ELECTRABEL
AUDI BRUSSELS	ELIA
AVIAPARTNER	ESSO (EXXONMOBIL)
AXA	ESTEE LAUDER
BALOISE	ETHIAS
BALTA	EUROCLEAN
BARCO	EUROCLEAR
BARRY CALLEBAUT	EVONIK
BASF	EY (Ernst&Young)
BAXTER	FLUXYS
BAYER	FN HERSTAL
BEKAERT (metaal)	FRIESLAND CAMPINA
BELFIUS	G.O.M.
BLOKKER	G4S
BNB	GROUP S
BNP PARIBAS FORTIS	GSK (GLAXOSMITHKLINE)
BOREALIS	H. ESSERS
BPOST	H&M
BRICO	HP (Hewlett Packard)
BRUSSELS AIRLINES	IBM
C.M.I. (Cockerill Maintenance & Ingénierie)	ICI PARIS XL
C&A	IKEA
CARE	INBEV BELGIUM
CARREFOUR	INEOS
CATERPILLAR	INFRAX
CBC	ING
CEGELEC	INNO
CENTER PARCS - SUNPARKS	IPG
CFE	IRIS (cleaning)
CLEANING MASTERS	ISS (cleaning, facility center, catering,...)
CNH INDUSTRIAL (New Holland)	JAN DE NUL
COCA-COLA	JANSSEN PHARMACEUTICA
COFELY (Fabricom, Axima, Services, ...)	JOHNSON CONTROLS
COLRUYT	KBC
COMPASS	KEOLIS GROEP (Keolis Vlaanderen, Eurobus)
CORA	KRÉFEL

KRUIDVAT
LANXESS
LAURENTY
LIDL
LOTUS BAKERIES
LUNCH GARDEN
MAKRO
MATCH
McBRIDE
MEDIA MARKT
MEDIAHUIS (Corelio, Concentra)
MERCEDES-BENZ
MESTDAGH (Champion, Carrefour Market)
MIVB
MONDELEZ
MULTIPHARMA / MULTIPAR
NEXANS
NIKE
NLMK
OKAY
ONTEX
ORANGE (MOBISTAR)
ORES
PARTENA
PFIZER
PHILIPS
PRICEWATERHOUSE COOPERS (PWC)
PROCTER & GAMBLE (P&G)
PROXIMUS
PUBLIFIN (Tecteo)
PURATOS
QUALITY MEAT RENMANS
RANDSTAD
REALDOLMEN
RECTICEL
ROBERT BOSCH
ROULARTA
RTBF
SABCA
SAFRAN AERO BOOSTERS (Techspace Aero)
SAINT-GOBAIN
SD WORX
SECUREX
SECURITAS
SERIS
SGS
SIBELGA - Brussels Network Operations (BNO)
SIEMENS
SITA
SODEXO

SOLVAY
SONACA
SPIE
START PEOPLE
SWIFT
SWISSPORT
TEC
TELENET
TEMPO-TEAM
TENNECO AUTOMOTIVE
THOMAS & PIRON
THOMAS COOK
TNT
TOTAL
TOYOTA
TRACTEBEL
TUI (Jetair)
TVH
UCB
UMICORE
UNILIN
VAN GANSEWINKEL
VAN HOOL
VANDEN BORRE
VEOLIA
VOLVO CARS
VOLVO GROUP BELGIUM (Trucks & Parts)
(AIB) VINCOTTE
VRT
WIENERBERGER
WORLDLINE (Atos)
ZARA
ZEEMAN

GAGNANTS REGIONAL AWARD

BISCUITERIE JULES DESTROOPER
EVS
MELEXIS
RTL
PAIRI DAIZA
STUDIO 100
TAMINCO