

**« C’est la jungle pour trouver un emploi »* :
une étude confirme les difficultés des candidats
dans leur recherche d’emploi.**

() Claudine Lefaix, participante de l’émission « Paroles de Français » jeudi 10/02/2011*

En écho à l’émission « Paroles de Français » diffusée sur TF1 jeudi soir dernier et regardée par 8,3 millions de téléspectateurs (source : Médiamétrie) dans laquelle l’emploi était au cœur des débats avec Nicolas Sarkozy, Président de la République, l’agence **Précontact dévoile les résultats d’une étude** nationale réalisée avec l’institut OpinionWay** sur les usages, les perceptions et les postures des candidats en France :

« La recherche d’emploi en 2010, à l’heure d’Internet et des réseaux sociaux ».

Internet : une « jungle » pour des candidats en attente de repères

« C’est la jungle pour trouver un emploi » : l’étude confirme les propos d’une des participantes de l’émission, Claudine Lefaix, 33 ans, commerciale en recherche d’emploi pendant 9 mois. Si les sites emplois sont en effet le moyen le plus utilisé aujourd’hui (**91%**), ils semblent par ailleurs susciter autant de frustrations que de satisfactions : **39%** des candidats les considèrent comme étant le moyen le plus efficace pour trouver un emploi. Les candidats sont en attente de repères dans un marché de l’emploi atomisé où la peur de passer à côté de l’opportunité reste importante.

Consulter des offres d’emploi : une activité hebdomadaire pour près de 6 personnes sur 10*

En recherche active ou en poste, **59%** des personnes interrogées consultent au moins une fois par semaine des offres d’emploi sur Internet (40% dans la presse). Confirmation que l’emploi est bien une préoccupation nationale. *(*) Surveillant le marché de l’emploi*

La recherche d’emploi : une démarche qui s’est complexifiée ces dernières années

En contradiction avec l’apparente facilité induite par le développement des services Internet, la recherche d’emploi exige de la technicité de la part du candidat : plus de **80%** d’entre eux considèrent que chercher un emploi est une démarche qui demande du professionnalisme et de l’expérience. Une démarche perçue comme exigeante et parfois éprouvante.

Les réseaux sociaux : une opportunité pour les recruteurs, moins pour les candidats

Si près d’un cadre sur deux déclare utiliser un réseau social, **plus de 2/3** des personnes interrogées n’a pas encore expérimenté les réseaux sociaux professionnels (**67%**) comme Viadeo ou LinkedIn, ou personnels (**77%**) comme Facebook pour entrer en contact avec un employeur potentiel. En outre, ils ne sont que respectivement **13%** et **10%** à utiliser les réseaux sociaux de manière régulière pour dénicher une opportunité, c’est-à-dire au moins une fois par semaine. Et ils ne sont que **3%** à les considérer comme l’outil le plus efficace pour trouver aujourd’hui un emploi. Le web 2.0 est une révolution en cours dans le recrutement mais, contrairement aux idées reçues, les réseaux sociaux ne semblent pas avoir encore trouvé une place clairement identifiée chez les candidats.

A propos de l'étude

(**) Etude ethnographique, quantitative et qualitative réalisée au 1^{er} semestre 2010 par l'institut **OpinionWay** pour Précontact. L'enquête quantitative a été réalisée auprès d'un panel de 4146 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 à 55 ans, pour obtenir un échantillon de 999 personnes, surveillant le marché de l'emploi, interrogées en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).

Joël DURU, Directeur Général de l'agence Précontact et observateur du marché de l'emploi depuis 15 ans, s'interroge : « *Le paradoxe du marché de l'emploi en France, où l'offre et la demande se rencontrent difficilement, met en avant bien sûr l'enjeu de la formation initiale et continue. Mais ne doit-on pas aussi se poser la question des pratiques de recrutement sur un marché où le plus grand nombre de recruteurs français se concentre toujours, aujourd'hui comme hier, sur le plus petit nombre de candidats : ceux qui, en poste, aimeraient changer d'emploi et recherchent activement un nouvel emploi ? Cette posture ne représentant que 6% du marché d'après notre étude* ». Comme l'a dit Claudine Lefaix, lors de l'émission « Paroles de Français » jeudi soir dernier : « **Le regard des entreprises doit changer** ».



A propos de Précontact

Agence conseil en communication corporate, spécialiste des problématiques RH, Précontact accompagne les Direction des Ressources Humaines, Direction de la Communication et Direction Générale de plus de 500 entreprises dans trois domaines à forts enjeux : *Communication de recrutement et e-sourcing ; Identité Corporate et Image Employeur ; Communication interne et managériale*.

Classée 100^{ème} agence de communication en France (Classement Stratégie 2009), Précontact figure dans le TOP 10 des agences de communication RH, avec 27 collaborateurs et 6.9 M€ de CA en 2010. Elle est membre de l'A.C.C.E (association des Agences Conseil en Communication pour l'Emploi).

En 2010, au-delà de la réalisation de cette étude, PRECONTACT se développe et innove, notamment à travers deux initiatives remarquées :

- Le lancement d'E-Qual : une nouvelle prestation de sourcing de candidats sur les réseaux sociaux et les CVthèques (www.equali.com) ;
- Son rapprochement avec Z Comme, agence de communication corporate RH basée à Paris, à travers une prise de participation majoritaire du Groupe Precom (actionnaire commun des deux agences).

A propos d'OpinionWay

“opinionway

OpinionWay est un institut d'études fondé en 2000 avec une idée fondatrice simple : rendre plus innovant le marché des études. Dans notre pratique du métier au quotidien, cette conviction se matérialise par les 4 démarches suivantes : innovation, 3 regards, accompagnement et responsabilité.

Avec un champ d'expertise large et des approches "pluri-disciplinaires", nous intervenons dans les secteurs d'activité suivants : Agriculture, Automobile, Banques & Assurances, Grande Consommation, Humanitaire, Industrie, Internet, Luxe, Médias, Nouvelles Technologies, Opinion, Santé, Services, Télécom...

En constante croissance depuis sa création, l'institut compte aujourd'hui une cinquantaine de collaborateurs. OpinionWay intervient autant sur des études qualitatives, quantitatives, ethnomarketing. Avec près de 50% de collecte online, OpinionWay mise résolument sur les Nouvelles Techniques de Recueil de Données (NTRD) et l'innovation. Il se donne pour mission de maximiser la valeur ajoutée de l'information délivrée et de mieux accompagner ses clients dans leurs actions à partir des résultats produits.

Contact presse :

Joël Duru

Directeur Général Précontact

Tél. : 02 99 26 45 02 / 06 19 44 84 89

Joel.duru@precontact.fr / www.precontact.fr