

LE FIGARO étudiant



**Étudiants,
jeunes diplômés**
LES ENTREPRISES QUI VOUS ATTIRENT !

CADREMPLOI

234 MÉTIERS

POUR FAIRE VIVRE LA PLUS BELLE

VILLE DU MONDE

LA RATP RECRUTE PRÈS DE 3 000 NOUVEAUX
COLLABORATEURS CHAQUE ANNÉE

RATP

**DEMANDEZ
NOUS
LA VILLE**



Rejoignez une entreprise qui s'engage chaque jour pour une mobilité urbaine plus performante, plus innovante et plus durable au service de tous les voyageurs. Découvrez la diversité de nos parcours professionnels et postulez sur [ratp.fr/carrieres](https://www.ratp.fr) ou déposez un CV sur ratprecrute@ratp.fr

Retrouvez-nous sur



Ils n'ont peur de rien !

Le grand saut dans l'inconnu ! C'est ce que l'on pourrait penser de l'arrivée des jeunes diplômés sur le marché de l'emploi. En réalité, les jeunes qui sortent de nos écoles n'ont rien à voir avec ceux qui les ont précédés sur les mêmes bancs. Ce qui les distingue de leurs aînés ? D'abord un fort appétit pour un début de carrière à l'étranger. L'afflux d'étudiants du monde entier sur les campus français, la globalisation, Internet, bien sûr, ont rendu le monde moins effrayant. Pourquoi ne pas partir travailler à Singapour ou à Bali quand on sait que l'on pourra parler et voir tous les jours ses proches ? Et puis ces jeunes, pour une majorité d'entre eux, sont plongés dans le monde professionnel beaucoup plus tôt : l'apprentissage et les stages les ont fait mûrir quand leurs parents ne découvraient l'entreprise qu'une fois diplômés. Il est aussi un domaine pour lequel ils montrent de plus en plus d'appétit : les start-ups, où ils n'ont plus peur de faire leurs premières armes. Décidément, les jeunes diplômés d'aujourd'hui n'ont plus peur de rien.



Sophie de Tarlé

Sommaire

6 EMPLOI :
des opportunités à saisir

8 ÉTUDIANTS, DIPLÔMÉS :
quelles entreprises attirent les jeunes ?

12 INTERVIEW Éric Matarasso,
directeur associé 4ventsgroup

14 SECTEUR :
un choix déterminant

16 INTERVIEW Christian Grapin,
directeur de TREMLIN Études-Handicap-Entreprises

18 QUEL TYPE
d'entreprise choisir ?

20 PARTIR OU RESTER ?

22 SALARIAT
ou entrepreneuriat ?

24 INDISPENSABLES
réseaux

28 OUTILS DE CANDIDATURE :
une étape essentielle

30 FAIRE MOUCHE
en entretien

34 FAIRE DU SPORT...
pour trouver un job

36 QUESTIONS D'AMBIANCE
et de rémunération



Édition et Commercialisation :
FIGARO CLASSIFIEDS

Édition adjoint :
Julien Breuilh

Direction commerciale :
Benoit Malraison - Tél. 01 76 62 32 36

Conception et réalisation :
Presso.

Rédaction :
Aurélia Lasorsa, Mélissa Mari, Martin
de Kerimel et François Stagnaro.
www.sopress.fr

Origine du papier : France - Taux de fibres recyclées : 0 %
Eutrophisation : Plot 0,01 kg/tonne de papier

DANS UN MONDE QUI CHANGE,
**QUEL QUE SOIT VOTRE HANDICAP,
CE SONT TOUTES VOS COMPÉTENCES
QUI PRIMENT.**



MISSION HANDICAP

Nous mettons tout en œuvre pour que votre intégration au sein de nos équipes soit une réussite.

BNP Paribas recrute. Rejoignez-nous !

Envoyez votre candidature à missionhandicap@bnpparibas.com



BNP PARIBAS

La banque
d'un monde
qui change

Emploi : des opportunités à saisir

Le dernier baromètre Edhec – Cadremploi souligne la dynamique positive sur le marché de l'emploi des jeunes diplômés Master, qui peuvent espérer de bonnes perspectives d'embauches en 2017. Explications.

Par **Mélissa Mari**

Les études trimestrielles, publiées en janvier et en mai, mettent en lumière un contexte globalement encourageant pour les nouveaux arrivants sur le marché du travail, malgré un léger ralentissement observé entre la fin d'année et le printemps. « *La période d'incertitude préélectorale a engendré un certain attentisme, clairement dû au contexte politique et non aux profils des jeunes diplômés. Les principaux questionnements des entreprises concernaient les conditions d'embauche, relativement incertaines face aux éventuelles nouvelles modalités gouvernementales. Mais finalement,*

cela n'a eu que peu d'effet, puisque nous avons constaté un petit décalage entre les intentions de recrutement et la réalisation effective », souligne Manuelle Malot, directrice de l'Edhec NewGen Talent Centre. Ainsi, alors qu'en janvier 73 % des entreprises ont recruté (elles étaient 78 % à l'envisager trois mois avant), ce chiffre est passé à 69 % à fin mai (contre 73 % d'intention exprimée, à la fin du trimestre précédent). Une situation qui tend enfin à évoluer fin mai, puisque les perspectives de recrutement repartent à la hausse, provoquant « *un effet de rattrapage* ».

Qui sont-ils ?

Les jeunes diplômés ont des profils toujours plus évolutifs, qui répondent aux besoins du marché de l'emploi. En janvier dernier, les profils mixtes restaient les plus populaires (ingénieurs et managers) à 46 %, 33 % de managers et 21 % d'ingénieurs. Une tendance qui semble s'inverser au printemps : « *Ces deux derniers mois, ce sont les ingénieurs qui étaient les plus recherchés. En effet, lorsque la conjoncture économique est meilleure, que les besoins de production sont plus importants, ainsi que ceux de recherche et développement, on recrute plus de profils purement ingénieur* », analyse Manuelle Malot. Une évolution qui transparait aussi dans les fonctions en tension, puisque ce sont les branches juridiques et fiscales (14 %), production (21 %) et achat-logistique (23 %) qui progressaient le plus à fin janvier. Des domaines qui sont également en lien avec l'attractivité du marché. « *Les fonctions support et d'achat-production, ainsi que le conseil, traduisent l'optimisme de la situation. Il y a des flux de recrutement en fonction des périodes fortes ou creuses* ». Enfin, concernant les perspectives de recrutement des entreprises par zone géographique : les embauches en France restent majoritaires (98 %, contre 27 % à l'étranger en janvier), mais l'axe européen prend





La double compétence

Ingénieur-financier, pharmacien-manager, compétences en marketing, communication, ou social... Les formules sont nombreuses et offrent de véritables opportunités de spécialisation et d'évolution aux étudiants qui entrent ainsi sur le marché du travail avec plusieurs outils en poche. Comme le rappelle Manuelle Malot, **« les entreprises recherchent des diplômés polyvalents, avec une double compétence, puisque cela représente un atout indéniable. C'est une tendance très marquée parmi les chefs d'entreprise. Cependant, à l'heure actuelle, même si de nombreux établissements proposent ce type de formation, le flux de diplômés sortis de l'école n'est pas encore assez important pour répondre aux besoins. Il faudra encore attendre deux ou trois ans pour que ces profils soient accessibles. »**

toujours plus d'ampleur, puisque l'on atteint, en mai, les 30 % d'intentions d'embauche à l'étranger, principalement en zones limitrophes.

À fin mai, les perspectives de recrutement repartent à la hausse, provoquant « un effet de rattrapage »

traduisent d'ailleurs ces évolutions. On ne recrute que si l'on a un besoin ». Cela permet de créer un lien constant, l'école répondant à la demande spécifique d'un secteur professionnel, en formant, en temps réel les étudiants.

Gagnant-gagnant

Une entente constante et équilibrée, entre sociétés et écoles, reste le meilleur pari à tenir et c'est un constat que font les entreprises, à plus de 97%. *« Cette relation est de plus en plus forte. Les entreprises recrutent aujourd'hui moins en amont, mais plutôt selon un modèle de flux tendu. Les différences que l'on constate d'un trimestre à l'autre*

« Il faut pouvoir mobiliser la bonne ressource à recruter et ce, rapidement, sans avoir à anticiper ». La réactivité est donc le nouveau mot d'ordre et chaque partie y trouve son compte : l'entreprise sait qu'elle pourra trouver les diplômés justement formés et les écoles savent que leur vivier d'étudiants sera sollicité. ♦

75%

d'intentions de recrutement pour les trois prochains mois

22%

de recrutements dans les fonctions RH

24%

de recrutements dans les fonctions achats - approvisionnement - logistique



La confiance est revenue sur le marché de l'emploi. Un regain d'optimisme qui se traduit par de nouvelles vagues de recrutements, dans des secteurs en lien direct avec l'activité et la productivité directe des entreprises. *« Lorsqu'une entreprise est en bonne santé, les fonctions achat et logistique tournent forcément à plein régime. Un effet identique pour des postes au sein des ressources humaines puisque les besoins en masse salariale évoluent »,* analyse Murielle Malot.

Étudiants, diplômés : quelles entreprises attirent les jeunes ?

Google, Airbus Group et Facebook occupent cette année le podium réalisé par 4ventsgroup, auprès de jeunes diplômés et étudiants de grandes écoles et universités.

Par Aurélia Lasorsa



Le classement général est sensiblement identique à celui de 2016 et les différences ne se jouent en réalité que dans un mouchoir de poche. Toujours attirés par le monde du luxe et du conseil, les 20/30 ans sont majoritairement plutôt satisfaits de la façon dont leurs études les ont préparés à exercer un métier, et 54% jugent plutôt bien faites les actions menées en école par les employeurs. Seul bémol, le manque d'originalité en la matière (toutes les entreprises font un peu les mêmes actions).

Plus de la moitié des jeunes interrogés souhaitent débiter leur carrière dans une grande entreprise française, bien

implantée à l'international, ou dans une grande entreprise internationale (pour 47%). Selon eux, ils doivent faire la preuve de la qualité de leurs expériences professionnelles, de la cote de leur diplôme et de leur polyvalence.

Pour atteindre leurs objectifs et intégrer les entreprises dont ils rêvent, ils sont 57% à compter sur l'intranet de leur établissement de formation et sur les réseaux d'alumni, 51% misent sur les conseils d'une relation, et 47% espèrent intégrer le monde professionnel au moyen des *jobboards*. Notons au passage que les réseaux sociaux progressent, mais sans écraser les autres canaux, puisque 38% des jeunes diplômés et étudiants leur font aujourd'hui confiance, contre 27% en 2015.

C'est quoi « travailler beaucoup » ?

Pour 49% des personnes interrogées, la notion de travailler beaucoup consiste à travailler entre 40 et 45 heures par semaine. 27% mettent le curseur un peu plus haut, et parlent de 45 à 50 heures par semaine. Néanmoins, cela ne semble pas être un frein à leur acceptation de poste, dès lors que le travail s'avère intéressant (84%) et qu'il est rémunérateur (82%). Parmi les autres critères déterminants dans leur choix de « travailler plus », on note pour 73% la montée en compétences et pour 46% la possibilité d'évolution au poste de manager. Pour briser l'idée selon laquelle les jeunes travaillent moins, notons que seuls 3% des répondants ne sont pas prêts à travailler beaucoup, quelles que soient les contreparties envisagées.

Méthodologie

Pour la quatrième édition de son classement, l'agence 4ventsgroup a mené une étude, en ligne, en mars et avril 2017 auprès d'étudiants en écoles de management et d'ingénieurs, en universités, en BTS, DUT, Bachelor, toutes années confondues, mais également auprès d'anciens élèves de ces établissements, tous ayant moins de 7 années d'ancienneté. 9 355 réponses ont été obtenues, dont 5 880 utilisées pour constituer le groupe de référence des répondants « Grandes écoles », représentatif des effectifs des écoles selon leur catégorie (A/B/C), après redressement.

Pour le classement des entreprises, les répondants pouvaient faire leur choix parmi une liste fermée de 147 entreprises, avec deux niveaux de questions : quels employeurs de référence je pourrais recommander ? Dans quelle entreprise je voudrais travailler, personnellement ? ♦



Les 50 employeurs de référence

selon les étudiants et jeunes diplômés
des grandes écoles, universités et Bac +2/3

1	Google	26	Deloitte
2	Airbus Group	27	Heineken
3	Facebook	28	EY
4	L'Oréal	29	Canal +
5	Microsoft	30	Michelin
6	Danone	31	Air Liquide
7	Thales	32	SNCF
8	Nestlé	33	Unilever
9	Déathlon	34	Vinci
10	LVMH	35	Orange
11	EDF	36	KPMG
12	Ubisoft	37	Saint-Gobain
13	Dassault Systèmes	38	Société Générale
14	Coca-Cola	39	Disneyland Paris
15	Air France-KLM	40	AccorHotels
16	Total	41	Véolia
17	Amazon	42	P&G
18	Hermès	43	PwC
19	BNP Paribas	44	Capgemini
20	Safran	45	Carrefour
21	IBM	46	Pernod-Ricard
22	Dassault Aviation	47	HSBC
23	Chanel	48	Schneider Electric
24	PSA Peugeot Citroën	49	Engie
25	Renault	50	Alstom

Classement

Une vraie stabilité

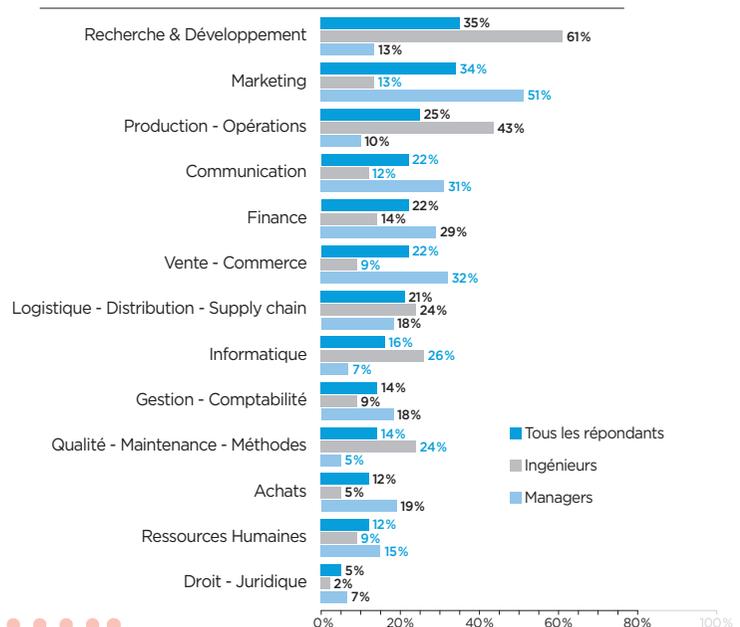
- Malgré quelques mouvements, le classement demeure stable par rapport à 2016 (Google toujours en tête) et révèle des tendances de fond déjà pressenties auparavant, comme le recul des grands noms de l'énergie et la remontée des professionnels de l'audit et du conseil.
- Les grands groupes industriels, comme Airbus, Dassault Aviation et Thales, ayant réussi leur internationalisation, sont perçus comme des leaders mondiaux et se classent dans le peloton de tête.
- On note également une très grande stabilité au classement des acteurs de la grande consommation (Danone, Nestlé, etc.), attractifs notamment grâce à leur excellence en marketing.
- Le panel interrogé a également mis en avant son intérêt pour les politiques de marque employeur forte, à l'image de Decathlon.

Les fonctions qui séduisent

- Là encore, il n'y a pas de gros changements en vue, puisque le trio de tête demeure la R&D, le marketing et la production.
- La fonction marketing continue à progresser, tandis que la communication remonte significativement. Cela démontre un mouvement de fond réellement palpable : les jeunes sont indéniablement attirés par ce qui touche à l'image.
- La production, quoique bien placée, attire un peu moins les ingénieurs, ceux-ci désirant moins qu'autrefois intégrer des usines de production.
- Une fois encore, les fonctions RH occupent le bas du tableau, tout comme le droit et le juridique.

Fonctions

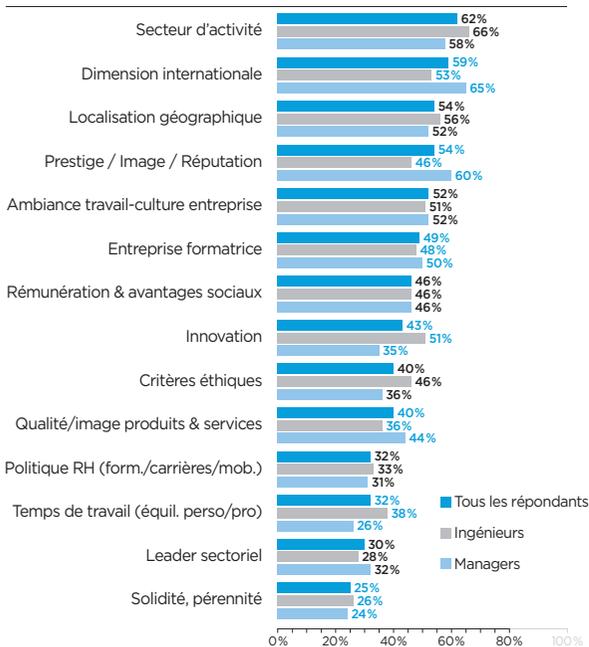
les plus attractives (Grandes Écoles)



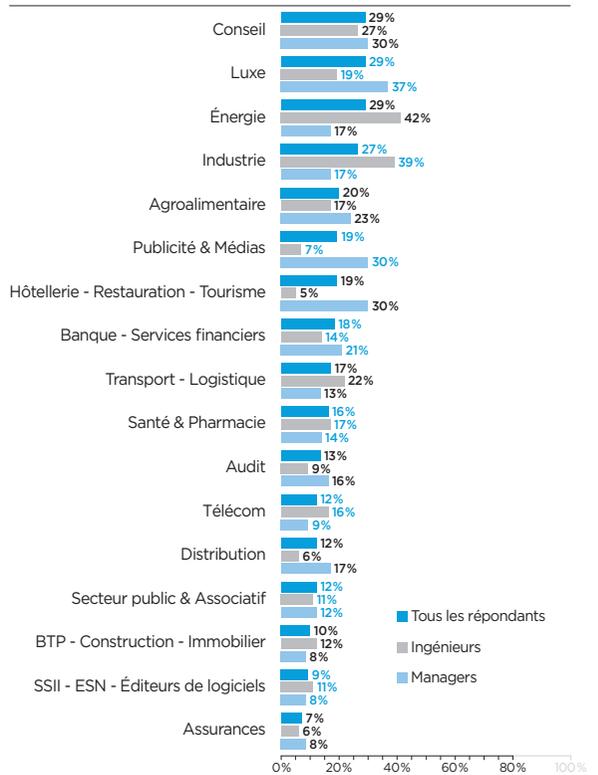
Les secteurs qui attirent

- Le conseil est considéré, par 29% des personnes interrogées, comme le secteur le plus attractif actuellement. Une tendance plutôt stable de ces dernières années.
- L'univers du luxe poursuit sur sa bonne lancée. Selon Eric Matarasso, ceci s'explique de deux façons : « d'une part, il s'agit d'un secteur qui affiche de bons résultats, et d'autre part ce sont des métiers qui associent marketing et communication, deux fonctions qui attirent les jeunes ».
- L'industrie est en pleine révolution, et les choses avancent dans le bon sens, avec les nouvelles technologies et le virage 4.0 pris par le secteur. « Je suis persuadé que la situation de l'industrie est bien meilleure qu'il y a quelques années, explique Eric Matarasso. Le secteur recrute près de 100000 personnes par an, ce qui est révélateur de sa bonne marche. »
- En bas de tableau, le recrutement et les RH font figure de bons derniers. « Il s'agit malheureusement de secteurs qui recrutent mais qui ont beaucoup de difficultés à trouver des candidats. Tout comme les ESN (Entreprises de services du numérique) : ils ont besoin d'un changement d'image globale, ce qui prend du temps ».

Critères de choix (Grandes Écoles)



Secteurs les plus attractifs (Grandes Écoles)



Les critères d'attractivité

- Le principal critère demeure encore et toujours le secteur d'activité. « On constate cela chaque jour, ajoute Eric Matarasso, lorsque l'on interroge les étudiants sur leur avenir. Ils ne répondent pas en termes de culture ou de taille d'entreprise, mais vraiment en termes de secteurs. »
- La dimension internationale d'un poste fait également partie du trio de tête. Mais attention, sauf dans le cas de fonction pénurique, les jeunes diplômés et étudiants ne veulent pas forcément quitter la France, ils souhaitent juste obtenir un emploi leur permettant de travailler dans un contexte international.
- Comme depuis quelques années, on note que les critères éthiques, bien que n'étant pas les plus importants, progressent dans le tableau des critères de sélection. Ils sont aujourd'hui considérés comme importants par 40% des 20-30 ans.
- On note également que les jeunes souhaitent travailler pour une entreprise qui partage leurs valeurs. Les critères « ambiance de travail et culture d'entreprise » ont fait leur entrée au classement à la demande des entreprises, conscientes qu'il s'agit là encore d'une des préoccupations des plus jeunes.
- Enfin, l'équilibre vie professionnelle / vie personnelle n'est un critère de choix que pour 32% des personnes interrogées « un chiffre honorable, mais bien loin des clichés véhiculés par certains articles », conclut Eric Matarasso.



**LAURE
MAGREZ**

Directrice déléguée
au développement
RH - Lagardère.

« En un coup d'œil, le recruteur RH et le manager opérationnel peuvent vérifier qu'il correspond au profil recherché »

À l'heure du tout numérique, le CV et la lettre de motivation sont-ils des outils dépassés ?

Non. Un CV permet au candidat de résumer ses diplômes et son parcours professionnel, en donnant aussi des informations annexes sur ses centres d'intérêt. En un coup d'œil, le recruteur RH et le manager opérationnel peuvent vérifier qu'il correspond au profil recherché, selon les critères définis en amont. Dans sa lettre de motivation, le candidat précisera ensuite pourquoi il est intéressé par le poste : ce n'est pas un simple courrier d'accompagnement.

Dans ces outils, y a-t-il déjà des points qui peuvent faire la différence ?

Il faut faire attention à la structure d'un CV : il faut qu'il soit clair, cohérent et sans faute d'orthographe. C'est aussi le cas pour la lettre de motivation. Un recruteur a besoin de les informations lui sautant aux yeux. Les formes originales peuvent être acceptées, selon le poste visé. Certains de ces postes font appel à la créativité : dès le CV, il est important qu'elle soit perceptible, par le biais d'une mise en page particulière, par exemple. Tout est question de dosage : en fait, il faut se mettre à la place du recruteur et s'adapter.

Faut-il adresser sa candidature au chef du service que l'on souhaite intégrer ? Ou à un intermédiaire autre ?

Cela dépend du contexte. Si vous répondez à une offre, sur une plateforme donnée, c'est souvent un RH qui opère une sélection pour le recruteur. L'important est de suivre le parcours de réponse mentionné dans l'annonce. En revanche, pour une candidature spontanée, rien n'empêche d'envoyer un CV et une lettre de motivation à une personne déterminée. L'audace peut toujours payer ! Je conseille toutefois de la doubler auprès du service RH.

Avis d'experts

OUTILS DE CANDIDATURE

Les technologies numériques n'y changent rien : les recruteurs accordent encore beaucoup d'importance aux CV et aux lettres de motivation. Conseils d'experts pour les réussir.

Propos recueillis
par Martin de Kerimel



**ANNE
MORNET**

Directrice Emploi
et Diversité.
Generali France.

« Faire sentir au recruteur que c'est à lui seul et à son entreprise que l'on s'adresse »

Une part d'originalité, voire de fantaisie, est-elle admise au moment de présenter son CV ou sa lettre de motivation ?

Oui. Mais ces éléments sont le premier reflet du professionnel qu'est le candidat, il est donc important de s'adapter en fonction de l'entreprise et surtout du poste visés. Par exemple, le recruteur sera sans doute plus ouvert à une certaine fantaisie pour un poste en marketing ou communication que pour un emploi de contrôleur de gestion. Mais la forme peut permettre de se démarquer. Generali reçoit 30 000 candidatures par an, la première lecture d'un CV prend quelques secondes, un élément différenciant peut donc être un plus. Attention toutefois à ne pas rendre son CV illisible ou à trop d'excentricité !

Faut-il faire preuve d'esprit de synthèse ?

Les jeunes diplômés doivent en effet se limiter à une page pour leur CV et à une page aussi pour la lettre de motivation, avec trois ou quatre paragraphes maximum, concis mais convaincants. Il est préférable de donner moins d'informations que trop d'éléments détaillés qui pourraient « tuer » l'envie du recruteur de rencontrer le candidat pour en savoir plus. Autre conseil : ne pas faire de la lettre une répétition de son CV ou un chapelet de ses qualités. Plutôt que de ne parler que de soi, il faut l'utiliser pour mettre en avant sa motivation et sa valeur ajoutée, en lien avec les besoins exprimés par l'entreprise.

Est-il conseillé d'adresser sa candidature à une personne déterminée ?

Oui, c'est préférable. De manière générale, personnaliser sa candidature, en particulier en fonction du poste et de l'entreprise, est un bon moyen de prouver son intérêt et sa motivation, mais aussi son sérieux voire, quand il s'agit de trouver le bon interlocuteur, sa persévérance ! Faire sentir au recruteur que c'est à lui seul et à son entreprise que l'on s'adresse, fait souvent la différence, d'autant plus entre des étudiants qui ont parfois des CV très proches.



Interview

ÉRIC MATARASSO

Directeur associé à 4ventsgroup.

Pourquoi avez-vous créé un tel classement ?

Initialement, nous faisons ce type d'études à la demande de nos clients.

Nous avons ensuite souhaité publier les résultats obtenus car nous avons jugé qu'ils pouvaient intéresser beaucoup de monde. Mais il ne s'agit pas d'un simple classement comme il en existe déjà beaucoup. Nous allons plus loin, d'abord en interrogeant des universitaires ou des étudiants en Bac+2 et Bac+3, et aussi en permettant une plus grande compréhension de l'attitude et du comportement des jeunes, diplômés ou étudiants. Les entreprises qui le souhaitent peuvent obtenir gratuitement, sur simple demande, une restitution personnalisée de l'étude, afin d'affiner les réponses et de travailler au regard des conclusions établies.

Quelles sont les attentes liées à cette étude ?

L'idée est de penser l'entreprise comme une entité qui s'adapte au marché des jeunes. Qu'attendent-ils d'une entreprise ? Et donc, comment faire pour attirer ces jeunes talents ? Nous nous adressons ici aux équipes RH afin de leur donner des outils pour adapter leur vocabulaire et leurs arguments. On leur parle ainsi des caractéristiques qui auront un impact sur leur attractivité, en dressant une articulation entre l'offre et les attentes du marché.

Y'a-t-il eu des grosses surprises dans cette édition 2017 ?

Non, pas de réelle surprise, mais des tendances de fond qui se précisent : les entreprises de l'énergie perdent peu à peu de leur attractivité, une bonne présence des groupes industriels qui ont su se renouveler pour à nouveau attirer les jeunes diplômés, et la confrontation de l'attractivité solide des entreprises de grandes consommation et de l'univers du luxe. On note ainsi que ce n'est pas aussi facile de faire bouger les lignes, que cela prend du temps. Il faut donc de la patience et beaucoup d'écoute.

Certains critères d'attractivité comme la culture d'entreprise fait son entrée, et la rémunération n'apparaît pas comme le critère principal : assiste-t-on à un changement profond des mentalités ?

Effectivement, la rémunération n'est pas le premier critère de sélection. Mais de façon générale, on observe une certaine stabilité

de ces derniers. Par exemple, le choix du secteur est déterminant. C'est ce qui revient en premier lors des nombreuses discussions et échanges menés auprès du panel de personnes interrogées. On constate aussi que les critères d'éthique et les politiques RSE sont présents, mais pas déterminants. Donc, pas mal d'idées reçues sont challengées, et c'est très bien de remettre les choses à leur vraie place.

Étudiants et jeunes diplômés semblent attendre plus de la part des entreprises dans les actions qu'elles mènent auprès des écoles. Les professionnels intègrent-ils cette information ?

Nous arrivons aujourd'hui à une évolution intéressante de ce point de vue. Certaines entreprises ont développé, il y a quelques années, ce que l'on appelle la marque employeur. Une initiative qui a séduit et trouvé son public. Mais aujourd'hui, presque tout le monde déploie des actions dans les écoles. Les jeunes se sont habitués et demandent davantage aux entreprises. Ils aimeraient qu'elles viennent leur parler des métiers, de l'ambiance de travail au sein de leur structure. Le seul aspect ludique ne séduit plus. Les entreprises doivent impérativement renouveler leur relation aux écoles, et elles en ont parfaitement conscience. D'ailleurs elles travaillent aujourd'hui à mettre en place des techniques plus fines, mais cela prend du temps.

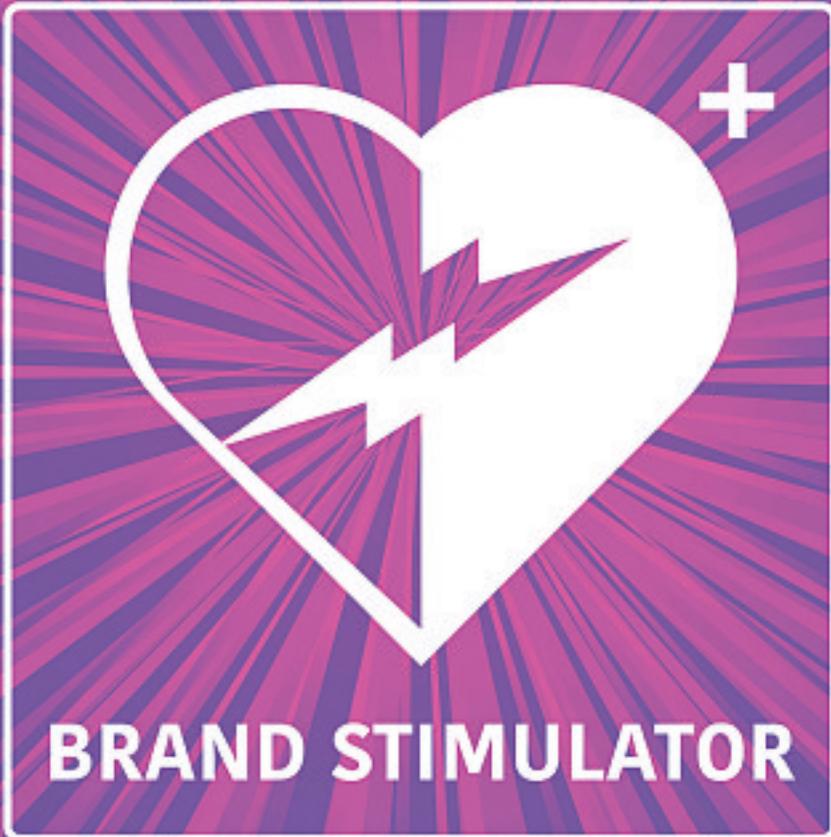
Comment ce classement est-il perçu et appréhendé par les entreprises ?

Comme pour tout classement, il y a une attente naturelle. Mais les entreprises présentes dans le top 10 reçoivent entre 500 000 et 1 million de candidatures chaque année. Un succès qui a un coût puisqu'il nécessite des réponses à la hauteur des attentes des candidats. De façon générale, les entreprises doivent avant tout se demander si leur classement correspond à leurs besoins. Si oui, alors tout va bien. Si non, il va falloir travailler sur des actions à mener pour évoluer. Je tiens malgré tout à préciser que certaines entreprises très belles mais peu connues, ne figurent pas au classement, ce qui ne les empêche pas d'être de très bons employeurs ! À chaque fois que nous le pouvons, nous expliquons aux entreprises l'importance de la nuance : est-ce que ce classement est cohérent avec vos objectifs et avec vos valeurs ?

« Nous allons plus loin en permettant une plus grande compréhension de l'attitude et du comportement des jeunes, diplômés ou étudiants »



4ventsgroup.com



4ventsgroup

Communication RH, Corporate & B2B

Marque Employeur • Handicap & Diversité • Relations Écoles • Communication Interne
Change • Conseil et Stratégie • Image de Marque • Génération de Leads • Plans de Com B2B

Secteur : un choix déterminant

Au fur et à mesure de son cursus, l'étudiant se forge une idée du poste qu'il occupera une fois diplômé. Mais sait-il seulement vers quel secteur il devra se tourner ?
Éléments de réponse. **Par Aurélie Lasorsa**

Selon la dernière enquête Insertion éditée par la Conférence des grandes écoles, les nouveaux diplômés d'écoles d'ingénieurs intègrent majoritairement (17%) les sociétés de conseils, bureaux d'études et ingénierie. Derrière, arrivent l'industrie automobile, aéronautique, navale et ferroviaire (13%), puis les activités informatiques et services d'information (12%). Du côté des écoles de commerce, ce sont les activités financières et assurances qui recrutent le plus grand nombre de jeunes diplômés (19%), puis viennent les sociétés de conseil, bureaux d'études et ingénierie (15%) et le commerce (10%). Pour aider les étudiants et jeunes diplômés à valider leur choix, l'analyse des secteurs qui recrutent est incontournable.

Les tendances 2017

En février dernier, le CIDJ (Centre d'information et de documentation jeunesse) s'est appuyé sur des travaux documentaires et différents observatoires pour son guide traitant des secteurs qui recrutent le plus en 2017. Au regard de cette étude, il est possible de faire ressortir des tendances en matière de perspectives d'employabilité. On note ainsi que l'économie sociale et solidaire envisage pour 2017 le recrutement de 112 000 personnes dans quatre principaux domaines que sont l'action sociale, la formation et l'enseignement, la santé et les activités financières et d'assurance. Certes les postes d'éducateurs, d'aides à domicile et d'assistantes maternelles sont parmi les plus courus, mais l'ESS prévoit également l'embauche de conseillers en mobilité et de chargés de missions. Banques et assurances sont également à envisager, d'autant qu'aujourd'hui, les recrutements se font hors cœur de métier : profils marketing et fonctions support ont la cote et près



de la moitié des recrutements concernent des moins de 30 ans. Même cas de figure dans l'audit et le conseil, secteur qui envisage près de 4 000 recrutements cette année, et qui, en plus des consultants, recherche des cadres administratifs, comptables et financiers.

Luxe et industrie toujours présents

Le luxe à la française fait encore recette... et recrute ! Du fait des nombreux départs à la retraite dans les métiers de savoir-faire, des embauches sont attendues sur des postes techniques de la mode (monteuse, etc.) et de la joaillerie (sertisseur ou polisseur notamment). Parallèlement à cela, les fonctions vente et marketing ont toujours le vent en poupe. Dans l'industrie, des compétences spécifiques sont attendues dans les secteurs comme l'aéronautique, la micro-optique ou encore la co-robotique. De quoi faire vivre la nouvelle révolution industrielle et sa cohorte de machines de pointe. ♦

Le numérique, un gros porteur de l'emploi

Le Syntec numérique prévoit 36 000 créations d'emploi d'ici 2018, tous métiers confondus.

Avec le boom de la mobilité, des objets connectés et du Big Data, les promesses en matière de nouvelles technologies sont nombreuses. Et les jeunes candidats sont les plus attendus. Dans les activités de programmation, par exemple, un tiers des salariés ont moins de 34 ans. 70% des postes qui seront à pourvoir dans les mois qui viennent sont de niveau cadre et pour 69% des recrutements, **ce sont les jeunes diplômés et ceux qui ont moins de 5 ans d'expérience qui sont dans le viseur des recruteurs.**



BLANDINE JAMIN

Directrice du pôle Développement RH et Gestion des dirigeants. Groupe BPCE.

« Avec nos marques commerciales, nous sommes très présents sur les réseaux sociaux »

Quelles sont les perspectives de recrutement de BPCE ?

En 2017, nous prévoyons 3 000 à 3 500 recrutements en CDI, et à peu près autant en alternance. Nous sommes également très pourvoyeurs de stages. Nous recherchons des profils bac +3, bac +5 ou grandes écoles. Nos recrutements concernent avant tout des commerciaux, avec beaucoup de chargés d'affaires (entreprises, gestion de patrimoine, professionnels). Ensuite, nous recrutons également sur les fonctions support, finance, marketing, risque et conformité, et à l'inspection générale. Enfin, avec la transformation de nos métiers, nous recrutons aussi des profils liés au digital et aux nouvelles technologies.

Quelle est votre politique de diversité ?

La politique de diversité est dans l'ADN du Groupe BPCE qui travaille sur trois axes majeurs. D'abord la mixité, avec une proportion de femmes cadres en forte progression : 41,7% aujourd'hui, et un objectif à 45%. Nous sommes également très impliqués en matière de handicap. Il y a actuellement 4,3% de collaborateurs en situation de handicap dans le groupe, et 5,3% pour la branche Caisse d'Épargne, en progression significative. Enfin, nous accompagnons de nombreux jeunes dans l'élaboration de leur projet professionnel, avec une place toute particulière pour l'insertion des jeunes issus des quartiers.

Comment travaillez-vous votre marque auprès des jeunes diplômés ?

Avec nos marques commerciales, nous sommes très présents sur les réseaux sociaux, en particulier LinkedIn et Twitter. Nous venons également de lancer une campagne de recrutement ciblée sur Snapchat et une autre sur Facebook. Nous avons aussi initié un programme ambassadeur avec quelques entreprises du groupe : l'idée est de laisser la parole à nos collaborateurs, qui sont les plus convaincants pour parler de leur métier et de leur entreprise. Ça fonctionne très bien, et nous le vérifions déjà dans le trafic de notre site BPCE Recrutement !



VIRGINIE CHEVILLARD

Directrice du recrutement. Atos France.

« Notre groupe a recruté 30 000 personnes en trois ans ! On peut y faire une carrière passionnante »

Quelles sont vos perspectives de recrutement ?

Atos France recrute près de 1 300 CDI chaque année, ainsi qu'un peu plus de 1 000 stagiaires et alternants. La moitié de ce total concerne de jeunes diplômés. La plupart de nos stagiaires sont en fin d'études ou en année de césure. Les alternants, eux, sont recrutés de bac +2 et à bac +5. De nos candidats, au-delà des compétences techniques, nous attendons d'excellentes compétences relationnelles et une passion pour les nouvelles technologies. Même chez ceux qui sont issus d'une école de management !

Comment présenter vos politiques de diversité ?

Avec un programme mondial sur le sujet, nous venons, en France, de signer la Charte de la diversité. Nous avons une Mission handicap, pour adapter les postes de travail et sensibiliser nos équipes. Nous prenons des initiatives pour l'égalité hommes/femmes. Leadership for women, par exemple, permet de distinguer des parcours et des réussites. Troisième volet : une approche intergénérationnelle, avec l'organisation de tutorats, internes et externes. Enfin, les collaborateurs travaillent au quotidien dans un environnement multiculturel, entre entités du groupe ou avec nos clients.

Quelle image souhaitez-vous donner aux jeunes diplômés ?

Notre groupe a recruté 30 000 personnes en trois ans ! On peut y faire une carrière passionnante, Atos étant le seul acteur en Europe à couvrir l'ensemble de la chaîne de valeurs IT. Notre politique de mobilité et de promotion favorise les contrats longs, en France et à l'international, avec une présence dans 72 pays. Les passerelles-métiers sont très nombreuses, du conseil à l'intégration de systèmes, en passant par le big data et la cybersécurité. Par ailleurs, nous comptons sept centres de R&D dans le monde, dont trois en France.

Avis d'experts

RECRUTEMENT

Les grandes entreprises françaises recrutent chaque année des dizaines de milliers de nouveaux collaborateurs. Deux d'entre elles exposent leur politique à l'égard des jeunes diplômés.

Propos recueillis par Martin de Kerimel et François Stagnaro



Interview

CHRISTIAN GRAPIN

Directeur de TREMPLIN Études-Handicap-Entreprises

« Si le contexte de la faible employabilité des personnes peu diplômées touche tous les jeunes, il touche plus durement ceux en situation de handicap, moins diplômés que les autres »

Quelle est la mission de TREMPLIN vis à vis des jeunes diplômés ?

Notre mission première est de faire en sorte que les jeunes en situation de handicap deviennent des diplômés de l'enseignement supérieur. Entre 2004 et 2014, le nombre de jeunes handicapés dans un parcours de formation est sans contestation en croissance. Mais seuls 7% des jeunes handicapés atteignent les études supérieures (contre 18% pour l'ensemble des jeunes), et seul 1% est en Bac+5. Le rôle de TREMPLIN est de faire bouger les lignes.

En quoi consiste l'accompagnement proposé par TREMPLIN ?

Nous assurons auprès des 500 jeunes handicapés que nous suivons un accompagnement individuel inscrit dans la durée. Nous les aidons à construire un projet académique et professionnel à la hauteur de leurs réelles capacités, encore limitées par l'autocensure des jeunes et de leurs parents. La plupart craint un échec. Avec nos entreprises ils s'immergent dans des univers professionnels au travers de stages, de jobs d'été ou étudiants, d'alternance. Si le contexte de la faible employabilité des personnes peu diplômées touche tous les jeunes, il touche plus durement ceux en situation de handicap, moins diplômés que les autres. Huit travailleurs handicapés sur 10 ont un niveau inférieur ou égal au Bac.

Existe-t-il des secteurs plus propices à l'embauche de personnes en situation de handicap ?

Non, si le niveau et le domaine d'études sont au rendez-vous.

Les entreprises recherchent avant tout des compétences et des qualifications. C'est la raison pour laquelle il faut agir en amont de l'emploi. En 2014, sur les 20550 étudiants handicapés présents dans le supérieur, 92% étaient inscrits à l'université. Ils étaient : plus de 36% dans un parcours Lettres et Sciences Humaines, 23% en Droit, Sciences Eco et Gestion, et 18% en Sciences (hors médecine). Si le niveau d'études est un sésame pour entrer dans l'emploi, la filière choisie l'est tout autant. C'est vrai pour tous les jeunes, est encore plus pour les jeunes handicapés.

En 2017, TREMPLIN souhaite inciter les grandes entreprises à accompagner les PME/PMI pour qu'elles deviennent partie prenante du parcours des jeunes en situation de handicap. Qu'en est-il ?

Notre réseau est composé de près de 200 entreprises, dont une large majorité de grandes compagnies. Notre prochain objectif est de mobiliser la capacité d'intégration des PME/PMI pour multiplier les opportunités des jeunes. Dans ce but nous inciterons, sur un territoire, les grandes entreprises à être des ambassadrices auprès d'elles. Des expérimentations

sont prévues à Montpellier, Lyon, Toulouse, Nantes ou Lille. En fédérant la grande, la moyenne et la petite entreprise, en y associant les acteurs académiques, nous voulons créer une chaîne de valeurs pour l'accompagnement des jeunes handicapés. Ce n'est qu'ensemble, toutes parties prenantes réunies, que nous réussirons à leur offrir des perspectives d'avenir académiques et professionnelles.

TREMPLIN Études-Handicap-Entreprises

Créée en 1992, à l'initiative de quatre grands groupes (Total, Rhône-Poulenc, IBM et Elf) confrontés à la faible qualification des personnes en situation de handicap, TREMPLIN est une association passerelle entre le monde des études et de la formation, et celui du travail. Elle accompagne à la fois les jeunes en situation de handicap, tout au long de leur scolarité, mais elle assiste aussi les entreprises dans leurs actions d'intégration.

AVEC TREMLIN,
FAITES RIMER HANDICAP AVEC ...



FUN



SPORT

tremplin

études • handicap • entreprises

RECRUTEMENT

TOUS ENSEMBLE,
CHANGEONS NOTRE REGARD SUR LE HANDICAP !



www.tremplin-handicap.fr



Quel type d'entreprise choisir ?

ETI, PME, grands groupes ou start-ups... La question s'avère cruciale lorsqu'il s'agit de postuler. Ateliers et services dédiés accompagnent les futurs professionnels dans leur décision.

Par Aurélia Lasorsa

Que l'on sorte d'école de commerce, d'ingénieur ou d'autres établissements spécialisés, l'interrogation est légitime : dans quel type de structure doit-on débiter sa carrière ? Si les grandes entreprises ont longtemps eu les faveurs du plus grand nombre, considérées comme un tremplin de choix, ETI et structures plus petites tirent aujourd'hui leur épingle du jeu. Selon l'Enquête insertion des jeunes diplômés de la CGE (juin 2016), 39% des diplômés de 2015 travaillent aujourd'hui dans une entreprise de moins de 250 salariés, et 8% des jeunes diplômés intègrent des micro-entreprises (moins de dix salariés). Comment savoir vers quelle entreprise se tourner ? Une question à laquelle les grandes écoles répondent au moyen d'outils et d'événements dédiés. « Nous organisons différents ateliers, au service Carrières de SciencesPo, destinés à la construction du projet

professionnel de l'étudiant, explique Julia Lindbom, chargée de mission Carrières et Relations Employeurs à SciencesPo. *On lui propose d'apprendre à mieux se connaître dans un environnement professionnel. À l'issue, les étudiants savent s'ils sont fait pour travailler dans un bureau ou en extérieur, s'ils ont besoin de contact dans leur quotidien professionnel, s'ils sont en quête de polyvalence, etc. »* Car si la très grande partie des élèves de grandes écoles ont déjà une idée précise de ce qu'ils souhaitent faire, certains en revanche sont un peu perdus et ont du mal à faire des choix. « Nous incitons nos étudiants à s'inspirer de la diversité des offres, poursuit Julia Lindbom. En plus des ateliers proposés par le service Carrières, nous leur permettons également d'accéder aux offres d'emplois et de stages afin qu'ils puissent avoir une vision d'ensemble des différentes missions proposées dans les entreprises, qu'elles soient grandes ou petites. »

De l'importance des réseaux d'anciens

À chaque école son réseau d'alumni. Les anciens élèves sont en effet non seulement la vitrine flatteuse d'un établissement, mais aussi un réseau à activer pour favoriser l'insertion professionnelle. **À SciencesPo, les étudiants sont « encouragés à consulter les parcours des anciens pour savoir où ils en sont aujourd'hui et quel a été leur parcours au préalable ».** Les témoignages obtenus sont aussi intéressants pour se projeter et les échanges réalisés dans le cadre de ces réseaux permettent de lever le voile sur certaines interrogations légitimes pour des jeunes diplômés ou étudiants, sans réelle expérience. **Un outil supplémentaire pour mieux cerner vers quel type d'entreprise se tourner.**

Informations à privilégier

Ceux qui rêvent d'international se tourneront plutôt vers les grandes entreprises étrangères ou bien les grands groupes français implantés aussi hors de nos frontières. À la différence d'une start-up ou d'une PME, ces structures sont très compartimentées et hiérarchisées, les missions plus précises et plus spécifiques, ce qui permet d'approfondir une spécialisation. Les jeunes en quête d'indépendance et d'autonomie auront tout intérêt à regarder du côté des petites structures. Nécessitant une vraie polyvalence, elles sont une force pour les jeunes qui hésitent entre différentes missions. Autrefois plutôt laissées pour compte par les grandes écoles, elles sont aujourd'hui observées avec grand intérêt et intégrées aux partenariats entre établissement scolaire et monde professionnel. Seul bémol, l'aspect trop « généraliste » qu'elles peuvent apposer sur un CV. ♦



DAVID SANKAR

Responsable du sourcing et de l'image employeur. Renault France.

« Les réseaux sociaux peuvent être un outil très efficace pour les candidats »

Quelle importance votre entreprise accorde-t-elle aux réseaux sociaux dans ses processus de recrutement ?

Nous les utilisons en complément des outils «classiques», pour amplifier la portée de nos offres d'emploi et les faire connaître aux candidats intéressants. Et, dans certains cas, pour approcher directement certains professionnels. Au-delà du recrutement, ils sont d'excellents outils pour faire connaître sa marque employeur, en évoquant l'expérience que vivent les employés du Groupe.

Quels conseils d'utilisation donneriez-vous à un candidat ?

Je dirais que, paradoxalement, il ne faut pas utiliser les réseaux sociaux pour chercher un emploi... ou pas seulement ! Répondre à une annonce postée par ce biais ne suffit pas : pour se différencier de manière efficace, il faut chercher des informations précises sur l'entreprise, ses produits, sa culture ou le poste, et poser des questions. En ce sens, les réseaux sociaux peuvent être un outil très efficace pour les candidats.

Quelles sont les informations que Renault diffuse sur ces réseaux ?

En plus des produits, nous tâchons davantage de dévoiler les coulisses de l'entreprise. Les candidats auront un aperçu du travail pour le groupe Renault. L'idée est qu'ils puissent faire un choix informé, après avoir vérifié que notre culture d'entreprise leur convient. Nous avons également pris acte du volume croissant de candidatures par smartphone. Pour être informé le plus rapidement de nos offres d'emploi, le mieux reste de créer un lien durable avec nous, notamment en créant un profil sur notre site carrières.

Les réseaux sociaux ne sont pas la seule voie pour postuler chez vous...

Non. Et les candidatures sont toutes redirigées sur notre site carrières ! Il permet d'assurer une égalité de traitement entre les candidats.

Avis d'experts

RÉSEAUX SOCIAUX

Au-delà des rencontres physiques, un usage intelligent des réseaux sociaux est une bonne carte à jouer pour s'intégrer dans la vie professionnelle. Deux cadres d'entreprise expliquent pourquoi.

Propos recueillis par Martin de Kerimel



MICHEL BERNAT

Directeur Emploi et Parcours - Groupe Public Ferroviaire (SNCF, SNCF Réseau et SCNF Mobilités).

« Le côté instantané de l'outil nous pousse à être très présents et, dans le même temps, très professionnels dans les réponses apportées »

Les réseaux sociaux sont-ils un outil important pour les jeunes diplômés qui souhaiteraient rejoindre votre groupe ?

Bien sûr. Nous devons être là où sont les candidats. Nous sommes très présents sur les réseaux sociaux depuis 2012, et nos pages continuent de connaître une croissance forte, notamment en termes d'acquisition d'abonnés : en 2016, +120% sur Facebook, +65% sur Twitter ou encore +35% sur LinkedIn. Sur ces réseaux, une équipe d'ambassadeurs métier ou recrutement échange quotidiennement avec les candidats potentiels afin de leur permettre de mieux connaître nos métiers.

Peut-on également utiliser un réseau social pour poser sa candidature pour rejoindre la SNCF ?

Toutes nos offres sont publiées sur notre site carrière, sur lequel les candidats peuvent déposer leur candidature. Nous sommes très présents sur le digital. Les réseaux sociaux nous offrent une façon moderne et ludique de présenter nos métiers et les coulisses de l'entreprise aux candidats potentiels, ainsi que de répondre aux quelque 1500 questions que ces derniers nous envoient chaque mois sur les sujets recrutement. Le côté instantané de l'outil nous pousse à être très présents et, dans le même temps, très professionnels dans les réponses apportées.

Le candidat doit-il, lui aussi, veiller à la bonne image qu'il va donner de lui-même sur les réseaux sociaux ?

Ce qui est important, c'est que les réseaux sociaux reposent sur le principe de la libre expression : pour nous, il n'est pas question, donc, de poser un quelconque cadre. Il est intéressant et fructueux que le dialogue puisse aller dans les deux sens.

Partir ou rester ?

Évoluer dans un grand groupe sur le territoire ou tenter sa chance à des milliers de kilomètres de la France ? Au sortir des grandes écoles, les jeunes diplômés font face à plusieurs choix professionnels.

Par Aurélia Lasorsa

Loin des idées reçues sur la fuite des cerveaux vers des contrées plus « accueillantes » professionnellement parlant que l'Hexagone, la dernière enquête insertion de la CGE montre au contraire que le nombre de diplômés expatriés est en diminution, passant de 17,6% en 2015 à 16,6% en 2016. Pour autant, dans un contexte général de mondialisation, les liens entre les grandes écoles françaises et l'étranger ne sont pas rompus. En effet, avec 90 campus à l'étranger et 5 000 accords de doubles diplômes, la CGE mise sur l'ouverture, offrant ainsi à ses étudiants l'embarras du choix.

Une décision qui s'impose naturellement

Qu'ils soient ingénieurs ou qu'ils sortent d'école de commerce, les étudiants français sont particulièrement bien vus à l'étranger, qui leur fait souvent les yeux doux notamment grâce à une rémunération attractive. Mais faire le choix de partir est bien souvent une décision plus personnelle qu'il n'y paraît. « Nous préparons l'ensemble de nos étudiants à l'insertion internationale et au contexte pluriculturel actuel, précise Caroline Thiery, responsable de la mobilité



sortante aux Mines Nancy. *Nous recevons chaque inscrit individuellement pour l'accompagner dans ses choix, et nous constatons que la décision de faire carrière à l'étranger se fait plutôt rapidement. Pour certains étudiants, il s'agit même d'une relation passionnelle avec une nation et une culture.* » La plupart des pays imposant une « préférence nationale », les grandes écoles tissent donc des liens avec leurs homologues étrangères afin de permettre un échange aisé. « Nous incitons les jeunes à poursuivre jusqu'au doctorat, car cela leur garantit une employabilité plus importante encore », poursuit Ulrike Braun, responsable de l'insertion professionnelle et de l'accompagnement individuel.

Une fois la prise de poste à l'international effective, les étudiants des différentes écoles peuvent toujours compter sur le soutien des réseaux d'alumni, présents dans de nombreux pays. « Bien que préparés au départ grâce au stage obligatoire à effectuer lors de leur cursus, nos étudiants sont ravis de savoir que sur place, ils pourront faire appel à d'anciens élèves qui ont un parcours identique au leur », explique Caroline Thiery.

Reste que plus de 80% des jeunes diplômés issus des grandes écoles et des universités françaises souhaitent réaliser leurs premiers pas dans la vie active, en France. Pour 20%* d'entre eux, les grandes entreprises françaises, à condition d'être bien implantées à l'international, sont idéales pour débiter, apprendre et progresser dans la vie active. « Une grande majorité des jeunes diplômés, en effet, n'a pas dans l'idée de partir. Seul compte le contexte international dans lequel ils pourront évoluer », confirme Eric Matarasso, directeur associé 4ventsgroup. ♦

Le VIE, un test grandeur nature

Accessible aux 18/28 ans, le Volontariat international en entreprise (VIE) se présente comme une alternative sécurisante. **Il consiste en effet à exercer une mission dans une entreprise française implantée à l'étranger, pour une durée maximum de 24 mois.** Parmi les postes les plus recherchés, on note le contrôle de gestion, le commerce international, la mécanique, le génie civil, l'informatique, etc. D'après les dernières études menées sur le VIE, 44% des missions étaient menées en Europe (Royaume-Uni, Allemagne, Belgique,...), 19% en Asie et 13% en Amérique du nord. **En étant engagé dans un VIE, le jeune diplômé bénéficie de la législation française et est sous la responsabilité du réseau diplomatique.** Des premiers pas à l'international qui jouissent, donc, de sérieuses garanties.

*Étude Employeurs de référence, Entreprises où je voudrais travailler - 2017. 4Vents group, Cadremploi, le Figaro Etudiant et Meanings.



DANIEL DREUX

Vice-président RH.
Groupe
Eurodisney.

« **Notre groupe promeut l'excellence dans sa gestion des ressources humaines** »

Comment Disneyland Paris intègre-t-il ses nouveaux collaborateurs ?

Quel que soit son niveau hiérarchique, chacun suit trois jours de parcours d'intégration. C'est l'occasion de mieux connaître Walt Disney Company, son histoire, ses valeurs et sa culture. Le deuxième jour permet d'aborder tous les sujets relatifs aux métiers, à l'organisation et à la sécurité au travail. Pour finir, le salarié découvre son nouvel environnement. Il pourra également, pendant cette phase, régler toutes les questions administratives et effectuer les formations nécessaires à sa prise de poste, pouvant aller d'une à plusieurs semaines de formations métier.

En quoi votre société est-elle attractive pour les jeunes diplômés ?

D'abord parce que la Walt Disney Company est connue dans le monde entier. Notre groupe promeut l'excellence dans sa gestion des ressources humaines. La diversité est une réalité : sur 500 métiers, nous regroupons des collaborateurs d'environ 120 nationalités et d'une vingtaine de langues différentes. Grâce à l'alternance et aux stages, nous mettons le pied à l'étrier à de jeunes diplômés, qui ont parfois du mal à trouver un premier emploi. Tous les ans, nous proposons également entre 600 et 800 CDI pour essentiellement les week-ends et jours fériés.

Quelles perspectives d'évolution de carrière pouvez-vous proposer aux collaborateurs de Disneyland Paris ?

Grâce à nos formations métiers, nos collaborateurs peuvent être formés dans leur sphère-métier ou acquérir d'autres compétences, ce qui permet de renforcer leur employabilité et de promouvoir la mobilité interne. Chaque année, le groupe permet à certains d'entre eux de rejoindre notre *resort* de Floride, pour six, douze ou dix-huit mois. Quand un nouveau parc ouvre, comme à Shanghai en 2016, certains salariés des sites existants peuvent rejoindre une *task force*, en fonction des besoins.

Avis d'experts

INTÉGRATION

Le premier pas dans une nouvelle entreprise est souvent un moment crucial dans une carrière professionnelle. Deux cadres expliquent la manière dont il peut se passer au sein de leur propre société.

Propos recueillis
par Martin de Kerimel



CÉCILE DELESTRE

Directrice Attraction
et Développement
des talents.
Nestlé France.

« **Nous offrons une large palette de métiers et de business, dans un contexte international** »

Comment se passe l'intégration d'un nouveau collaborateur chez Nestlé France ?

Son manager et son responsable RH définissent et planifient son intégration. Il va rencontrer les personnes avec lesquelles il travaillera : équiipers, clients ou prestataires de service internes, partenaires externes. Des présentations business et des formations (produits et outils) sont prévues, afin qu'il connaisse nos produits et comprenne sa mission et ses enjeux. Nous organisons chaque année, pour les nouveaux cadres en France, un séminaire d'intégration. De plus, les Business organisent des *workshops* européens ou mondiaux qui permettent aux nouveaux de connaître leurs interlocuteurs internationaux et d'être connus des équipes *corporate* au siège.

En quoi Nestlé France est-elle une société attractive pour les jeunes diplômés ?

Nous offrons une large palette de métiers et de business, dans un contexte international. Nestlé a renouvelé sa raison d'être, par le biais d'engagements sociétaux importants. Les *Millenials* sont attachés à l'impact social et environnemental de l'entreprise. Nous affirmons notre responsabilité sur toute la chaîne de valeurs, pour être à la hauteur de notre réputation et fiers de notre réussite.

Quelles perspectives d'évolution de carrière et de mobilité internationale pouvez-vous offrir ?

Chaque collaborateur bénéficie d'opportunités de mobilité fonctionnelle et géographique au sein de sa zone de marché. Une bourse à l'emploi nous permet d'afficher les postes vacants et de prioriser les ressources internes. Le groupe est transparent sur les postes ouverts à l'international. Notre investissement formation favorise de riches parcours de carrière aux collaborateurs. Nous encourageons par ailleurs les échanges avec les experts ou référents métier et l'expérience par la pratique, pour ancrer les compétences professionnelles nouvellement acquises.



Salariat ou entrepreneuriat ?

Jeunes diplômés, c'est désormais l'heure du choix. Pour réussir sa première expérience, faut-il opter pour le salariat ou l'entrepreneuriat ? Les deux se défendent, mais de nombreux éléments sont à prendre en compte.

Par Aurélia Lasorsa

Selon une étude de la Conférence des Grandes Écoles, en 2016, 4,1% des diplômés étaient en création d'entreprise. Des chiffres nettement moins élevés que ceux du salariat, mais qui prouvent l'intérêt de ces jeunes pour le statut d'indépendant. Il faut reconnaître que le moment peut paraître propice : « À cet instant, la prise de risque est mesurée, confie Hubert Dalstein, co-fondateur de 1Year 1Book. Il n'y a en effet pas grand chose à perdre en termes de famille, de crédit logement, etc. Il ne faut donc pas hésiter à se lancer très tôt. » Reste à savoir si l'on possède la fibre entrepreneuriale. « On ne naît pas chef d'entreprise, poursuit Hubert Dalstein. Néanmoins, il y a des traits de caractère communs, comme le goût des responsabilités, le fait de ne pas craindre certaines prises de décisions et de supporter la pression financière. L'idée, c'est d'être soutenu et bien entouré. » Pour mieux saisir les tenants et aboutissants de l'entrepreneuriat, il existe le statut d'étudiant-entrepreneur. Destiné aux moins de 28 ans, titulaires d'un baccalauréat ou équivalent, et porteurs d'un

projet, ce statut permet de poursuivre ses études tout en bénéficiant d'un soutien pour mener à bien son projet. L'étudiant doit pour cela passer devant un comité PÉPITE qui jugera de la faisabilité du concept et permettra ainsi la mise en place de mesures d'accompagnement. Certaines grandes écoles proposent également d'accompagner leurs étudiants porteurs d'un projet au travers de services dédiés.

La sécurité, grande gagnante ?

A contrario, les raisons de devenir salarié sont nombreuses. Encadrement permanent, formations régulières, rémunération et avantages sociaux résonnent comme autant d'avantages. Quant à la sécurité d'être en emploi dans les mois qui suivent l'obtention du diplôme, il s'agit d'un élément majeur. Toujours selon la CGE, le taux net d'emploi à 6 mois est de 83,1 %, soit une hausse de 2,5 points par rapport à 2015. Pour 76,9 % d'entre eux, il s'agit d'un CDI, avec des salaires moyens de 31 à 37 K€. Des arguments à étudier avec attention, à l'heure du choix. ♦



JEAN-MICHEL LEDRU

Directeur de Edhec Young Entrepreneurs (EYE)

Pourquoi avoir créé un incubateur interne ?

EYE a été créé en 2010. Nous avons alors une forte demande de la part des étudiants et des diplômés en quête d'une structure pour les accompagner dans leur processus de création.

À quel moment intervenez-vous ?

Dès lors que l'idée existe ! L'accompagnement débute par une étude objective du projet : on essaie de voir ce que cela implique humainement, mais aussi en termes de besoins financiers. L'idée est de se confronter aux réalités de l'entreprise, de savoir quels seront les étapes et éventuels obstacles à franchir, et s'ils sont franchissables. Une fois que le projet est validé, il faut compter une phase d'incubation comprise entre 3 mois et un an

(neuf mois en moyenne). On aide le porteur de projet de façon individuelle, on met un programme à sa disposition et on l'accompagne dans son étude des clients, des prix, du plan marketing, etc. Il passe ensuite en commission de validation et s'il est nommé lauréat de l'incubateur, il bénéficie d'un coaching et d'un mentoring pendant 3 ans. Un hébergement en coworking est aussi proposé.

Peut-on dire que la jeune génération a le goût de l'entrepreneuriat ?

On note effectivement une vraie appétence pour l'entrepreneuriat. Aujourd'hui, 60 à 70 % des jeunes souhaitent se lancer. Fort de ce constat, nous présentons aux étudiants qui souhaitent intégrer l'école nos compétences entrepreneuriales.

« Aujourd'hui, 60 à 70 % des jeunes souhaitent se lancer »



Le meilleur site de rencontre avec votre avenir.

LE FIGARO · *fr*
étudiant

ACTUALITÉS & VIE ÉTUDIANTE | ORIENTATION | PALMARÈS INÉDITS | OFFRES D'EMPLOI & STAGES

etudiant.lefigaro.fr sur   

Indispensables réseaux

Trouver un premier job sera probablement votre priorité une fois vos études terminées. Vos démarches seront largement facilitées si vous avez déjà pensé à constituer un premier réseau professionnel. Explications.

Par **Martin de Kerimel**

Mieux vaut ne pas attendre. C'est même avant de chercher à s'insérer durablement dans la vie active que l'on a tout intérêt à bâtir et développer son réseau. Marlène Gaudefroy, responsable du recrutement France au sein du groupe Hays, le confirme : « D'une manière générale, les jeunes diplômés et étudiants sont de mieux en mieux préparés à la vie professionnelle. Ils ont déjà une amorce de réseau. Cela dit, beaucoup pensent que c'est au moment de chercher un emploi qu'il faut commencer à se soucier de cette question. »

Développer « son capital relationnel »

Évidemment, à l'issue de leur formation, nombreux sont ceux qui sollicitent leur entourage, relancent l'employeur qui les a accueillis en stage ou tentent leur chance auprès de contacts informels rencontrés au cours de leur vie étudiante. Aucune piste n'est à négliger : « Un réseau, c'est un capital relationnel, estime Anne-Sophie Duchamp, directrice de Skema Alumni, l'association des anciens de la grande école de commerce. Pour le constituer, il faut partir d'une base simple, en commençant par l'entourage proche : famille, amis, anciens professeurs ou rencontres effectuées dans le milieu associatif. Un bon réseau répond à un objectif particulier. Il convient donc de construire le sien sur les bases d'un projet professionnel déterminé. » Entrer en contact avec autrui et attendre de lui quelque chose de concret nécessite aussi d'être prêt à lui rendre la pareille. Même quand on pense n'avoir encore que peu de choses à apporter, il faut savoir mettre en avant certaines qualités d'écoute et de



comportement. Anne-Sophie Duchamp juge que « c'est une question de posture : adopter une attitude professionnelle en toutes occasions consiste à respecter ses engagements, à répondre également aux sollicitations, à rester toujours courtois et aimable. C'est ainsi que l'on participe à sa propre réputation, ce qui peut pousser nos interlocuteurs à être nos prescripteurs dans leurs propres réseaux. »

Un réseau... ou des réseaux ?

Autre aspect capital, voire décisif, de la construction d'un réseau : l'image renvoyée à autrui. Marlène >>>

Internet : une image à construire

Vous avez un compte sur un réseaux social ?

Ou même plusieurs ? Très bien. Mais avant de partir à la pêche aux contacts sur ces sites, attention à l'image que vous y donnez !

Il se peut qu'un recruteur que vous aurez sollicité aille immédiatement vérifier ce que vous mettez en ligne. Il importe donc que votre image numérique soit conforme à l'image de sérieux que vous souhaitez donner. Il faut rester soi-même, en évitant déclarations intempestives et photos désavantageuses. À l'inverse, **tout ce qui valorisera vos compétences ou expériences peut être mentionné, en veillant à adapter le contenu au support utilisé.** Vous pouvez vous inspirer du profil des personnes ou entreprises que vous ciblez.

Agenda21



Développement durable,
le sport s'engage

16/17 SEPTEMBRE
2017

30^e



TRIATHLON

AUDENCIALABAULE

9 COURSES DE TOUS ÂGES ET TOUS NIVEAUX



#TRIALB

TRIATHLON-AUDENCIALABAULE.COM



Audencia
BUSINESS SCHOOL



>> Gaudefroy insiste sur la notion de cohérence. Celle qui apparaît sur les réseaux sociaux, par exemple, doit rester conforme à celle que l'on donne « dans la vraie vie ». « Il faut verrouiller toutes les informations et images que l'on communique, quitte à s'appuyer pour cela sur deux réseaux, l'un privé, l'autre exclusivement professionnel. » Anne-Sophie Duchamp ajoute : « Il faut être le plus naturel et authentique possible avec les autres. Il y a certes un décalage entre la réalité de ce que l'on est et ce que l'on veut mettre en avant, mais il faut faire ressortir les

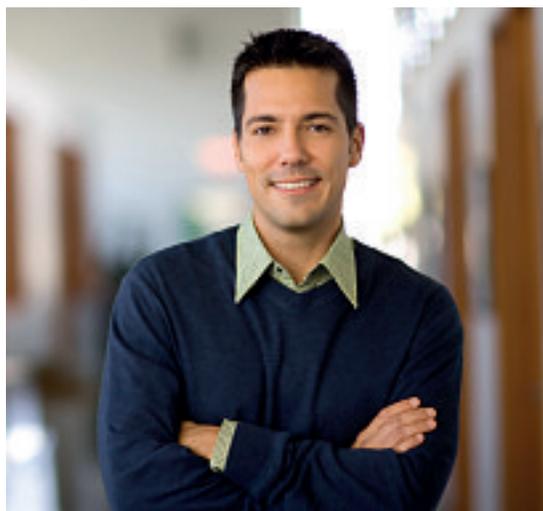
meilleures choses et ne pas mentir, en trouvant un juste milieu. Cela demande des efforts. » Pour les étudiants et jeunes diplômés, un réseautage efficace passe aussi par un usage de sites spécialisés. « C'est difficile aujourd'hui de développer un réseau professionnel sans passer par la digitalisation », confirme Marlène Gaudefroy. Reste une question : celle du maintien de ses différents réseaux, une fois que l'on est embauché dans une entreprise donnée. « En poste, il faut toujours être en veille, curieux et attentif à ce qui peut se passer en-dehors de sa propre entreprise, suggère Anne-Sophie Duchamp. Aller à la rencontre d'autres professionnels et rester au fait des tendances nécessite un travail sur la durée. Cela permet de rester connecté à son secteur d'activités, son métier et son marché. » ♦

L'intérêt de parler une autre langue

Faut-il forcément être polyglotte pour constituer un réseau professionnel digne de ce nom ?

La réponse dépend en partie de votre objectif de carrière. Publiée il y a deux ans, une grande enquête « Langues et employabilité » conduite par les ministères de l'Éducation nationale et de l'Enseignement supérieur a conclu qu'une entreprise française sur deux est à la recherche d'une compétence en langue étrangère chez ses possibles futures recrues. **Sur le terrain, l'anglais reste de loin la langue la plus utilisée (76 %), devant l'allemand (39 %) et l'espagnol (35 %).**

La première langue hors-Europe est l'arabe (5 %), qui précède le chinois. Autant le savoir avant vos démarches de réseautage : pour évaluer un candidat, une entreprise sur deux prend en compte l'expérience de mobilité internationale.



Interview



CHRISTELLE KILANI

Directrice des ressources humaines à la Caisse d'Épargne Île-de-France.

La Caisse d'Épargne Île-de-France (455 agences et 5 000 salariés) recrute chaque année plus de 400 nouveaux collaborateurs, parmi lesquels une grande partie de jeunes diplômés à qui elle offre des perspectives d'évolution nombreuses et variées.

« Nous avons revu nos process d'animation de la mobilité afin d'améliorer les possibilités de passerelles, intégré les différents trajectoires possibles pour offrir à chaque collaborateur une visibilité sur ses perspectives d'évolution professionnelle »

Comment se définit la politique de recrutement de la Caisse d'Épargne Île-de-France ?

Comme depuis trois ou quatre ans, nous recrutons cette année entre 350 et 400 nouveaux collaborateurs (en CDI et CDD, hors stages et alternance). Le plan 2014-2017 (en cours jusqu'à la fin de l'année) prévoit un axe de développement basé sur la conquête commerciale et la qualité du service client. Au regard de cette orientation stratégique, nous avons identifié les profils à recruter. Aujourd'hui, nous recherchons en grande majorité des Bac +3 Licence bancaire, mais également, dans une moindre mesure, d'autres profils (Bac +2 ou Bac +5). Pour trouver nos futurs collaborateurs, nous veillons à ce qu'ils possèdent des compétences bancaires, une appétence pour le digital et un sens réel de la satisfaction clientèle.

Quelle est votre principale source de recrutement ?

90% des recrutements se font via les réseaux sociaux. Nous avons également de très bons retours de notre dispositif de cooptation, des partenariats avec les écoles et des contrats d'alternance. En fonction des profils recherchés, nous adaptons notre stratégie et les sites sur lesquels nous communiquons.

Depuis 2015, la Caisse d'Épargne Île-de-France a lancé la campagne « Je veux ce job ». Où en est-elle ?

C'est une campagne qui a très bien fonctionné, pour laquelle nous avons reçu le TopCom d'Or de la communication RH en février dernier. Sa force ? Nous communiquons peu sur la CEIDF, mais nous axons notre communication sur les attentes des candidats, et parmi elles, sur celles qui engendraient des a priori (peut-on changer de job ? Est-on digital ? L'utilité du job de banquier dans le financement de l'économie locale, etc.). L'objectif est d'assumer certaines prises de position et de contrecarrer les idées reçues concernant la banque.

Vous avez également créé les journées Spot...

Oui, toujours dans une quête de modernité, les opérations Spot se déroulent trois ou quatre fois par an. Le principe est de pré-qualifier, par téléphone, des profils potentiellement intéressants, de les diriger ensuite vers un test en ligne avant de leur faire une présentation de l'entreprise suivi d'un entretien avec un binôme composé d'une personne des RH et d'un professionnel réseau. Si tout se passe bien, le candidat peut repartir avec une promesse d'embauche. Nous réduisons ainsi les délais des phases de recrutement et prouvons, par la même occasion, notre réactivité. Les candidats apprécient de pouvoir échanger avec des professionnels qui viennent du terrain et occupent le poste visé. Nous l'avons vérifié sur ce type d'opérations.

Quelles sont les perspectives de trajectoire professionnelle pour un jeune diplômé qui intègre la CEIDF ?

La Caisse d'Épargne Île-de-France affiche un bon niveau de formation. En outre, elle dispose de salariés fidèles, avec un turnover naturel qui ouvre de belles perspectives. Chez nous, conseiller commercial est un métier d'entrée, les collaborateurs sont destinés à évoluer, après 18 mois environ, en tant que conseiller financier particulier puis vers le marché des professionnels ou de la gestion patrimoniale. La Caisse d'Épargne Île-de-France offre de nombreuses perspectives, tant au travers de ses 455 agences que par son appartenance au groupe BPCE et ses filiales. Nous avons revu nos process d'animation de la mobilité afin d'améliorer les possibilités de passerelles, intégré les différents trajectoires possibles pour offrir à chaque salarié une visibilité sur ses perspectives d'évolution professionnelle. Des attitudes proactives qui ouvrent un cycle d'évolution intéressant. Aujourd'hui, nos nominations, par exemple, à des postes de directeur d'agences, concernent des collaborateurs ayant entre 35 et 38 ans.



Outils de candidature : une étape essentielle

Rares sont les postes à ne nécessiter ni outil de candidature ni entretien d'embauche. Pour éviter les faux pas lors de la rédaction des classiques CV et lettre de motivation, quelques impératifs s'imposent.

Par Aurélia Lasorsa

Diplôme en poche, les ex-étudiants doivent se lancer sur la piste aux entretiens. Pour ce faire, ils devront en amont maîtriser l'art de la candidature tout en sachant se vendre à la perfection. Les grandes écoles sont de plus en plus nombreuses à accompagner les étudiants, et ce tout au long de leur cursus, afin de les former aussi à l'acte de candidature. « *L'accompagnement des élèves au sein de l'école, de leur intégration à leur diplomation, est un besoin manifeste, et plus encore ces dernières années où le marché du travail est de plus en plus concurrentiel*, explique Delphine Conqueret, responsable du Career Centre de Kedge Business School. *L'étudiant recherche cet accompagnement en face à face.* »

Conseils, en bref

CV classique ou original ? Si vous hésitez entre les deux, c'est qu'il vaut mieux opter pour un modèle standard. Plus apprécié dans les secteurs du graphisme, du marketing ou encore de la communication, le curriculum atypique ne convient en revanche pas au secteur de la finance ou de la comptabilité. S'il est adressé à un cabinet de recrutement, même pour un poste de directeur artistique, le CV classique permettra une lecture plus rapide, simplifiera le *sourcing* et l'envoi par mail (car moins lourd). Enfin, mieux vaut consacrer quelques précieuses minutes à une ultime lecture, avant l'envoi. **Les fautes d'orthographe et coquilles sont totalement rédhibitoires, plus encore lorsque le poste demande une certaine aisance à l'écrit.**



Une première sélection incontournable

Car, à l'heure du numérique, la rédaction d'un curriculum vitae est encore d'actualité. Certes, la forme a évolué, reléguant l'envoi papier loin derrière les jobboards ou la présence sur les réseaux professionnels, mais le fond demeure. La lettre de motivation, elle, a vécu, devenant plutôt aujourd'hui, une lettre d'accompagnement, envoyée via internet dans la très grande majorité des cas. « *Quel que soit le poste visé, nous conseillons aux étudiants de privilégier le fond*, poursuit Delphine Conqueret. *Bien entendu, il est important de mentionner en premier lieu les diplômes obtenus qui permettront notamment aux entreprises de se positionner par rapport au candidat, tant en termes de fonction que de rémunération. En outre, les jeunes diplômés ne doivent pas hésiter à valoriser leurs expériences, aussi infimes soient-elles. Le recruteur est conscient qu'un candidat de 20 ans ne peut afficher le même parcours qu'une personne de 40 ans. Néanmoins, chaque expérience peut démontrer ses compétences.* »

Contrairement aux idées reçues, se présenter en quelques lignes via un CV n'est pas forcément chose aisée, même pour quelqu'un qui suit de grandes études. « *Nous constatons une forte demande dans le cadre du Career Centre / SOS Coaching. Dans la plupart des cas, un consultant RH indépendant, externe à Kedge Business School, intervient en one-to-one pour aider les jeunes dans leurs démarches, corriger leurs outils de candidature, etc. Ces ateliers sont accessibles en présentiel ou à distance, ce qui facilite la démarche à ceux qui sont loin de l'école.* »

CV vidéo : doit faire ses preuves

Quant à ceux qui hésitent encore à se lancer dans la réalisation d'un CV vidéo, il est quelques notions à prendre en



compte. Car, bien que considéré comme l'avenir du CV dit classique, il semble ne pas encore avoir trouvé ses marques. «*Nous sensibilisons les étudiants au CV vidéo lors de nos ateliers, conclut Delphine Conqueret, mais il semble ne pas*

encore avoir fait ses preuves sur le terrain.» Stockage trop lourd, difficulté à le conserver, cet outil est encore loin de faire l'unanimité, du côté des recruteurs comme de celui des candidats. ♦



TIPHAINE COCHELIN

Responsable des ressources humaines chez Cap Gemini &

MICHAËL MOYAL

Responsable recrutement chez Cap Gemini

« Il est primordial que garder en tête que tout ce qui est mentionné sur un CV peut être sujet à discussion »

Quel est l'élément que vous regardez en premier sur le CV d'un jeune diplômé ?

Avant même de parler des éléments à mettre en avant, il faut veiller au champ lexical utilisé qui permettra au CV d'atteindre le recruteur et de se trouver en haut de la pile. Il faut aussi garder en tête que tous les CV sont regardés, il est donc important, qu'au premier regard le recruteur puisse trouver les principaux éléments que sont le titre, la thématique qui attire le candidat et éventuellement la durée du contrat s'il s'agit d'un stage ou d'une alternance. La photo n'est ni obligatoire ni déterminante, néanmoins, elle simplifie le quotidien du recruteur qui peut mettre un visage sur un profil. La présentation du CV doit être soignée, pragmatique et agréable. C'est une vitrine qui

informe sur la personnalité d'un candidat. Nous sommes d'autant plus exigeants en termes de présentation avec les générations Y et Z qu'il s'agit de jeunes gens nés avec les outils informatiques.

Quelles sont les principales erreurs à éviter ?

Le CV d'un jeune diplômé ne doit pas faire plus d'une page et ne doit pas être dense. Mieux vaut une présentation sous forme de bullet points qu'un texte courant. Ensuite, il est primordial que garder en tête que tout ce qui est mentionné sur un CV peut être sujet à discussion lors d'un entretien, des expériences aux hobbies. Ces derniers doivent donc être sélectionnés avec soin et idéalement faire le lien avec le profil recherché.

Quelles sont les tendances actuelles en termes d'outils de candidature ?

Le CV vidéo est un outil particulièrement adapté aux profils sans réelle expérience, mais qui nécessite d'être bref (1 minute maximum), de maîtriser l'expression orale et surtout d'être envoyé via un lien pour faire gagner du temps au recruteur. Il s'agit sans doute de l'avenir de la lettre de motivation, devenue obsolète. Les jobboards et les réseaux professionnels sont le premier vecteur de recrutement, il doivent en cela être mis à jour régulièrement. C'est la vitrine du candidat, elle doit être cohérente avec le CV. Dans un secteur comme le nôtre, il est plus que nécessaire d'être actif sur les outils digitaux, c'est un moyen de montrer son implication.

Faire mouche en entretien

Une fois les premières étapes de sélection passées, place à la dernière partie du recrutement. Incontournable, l'entretien en face à face fait désormais bon ménage avec des méthodes un peu plus atypiques.

Par Aurélia Lasorsa

Qu'il soit téléphonique, de visu, ou via un écran d'ordinateur, l'entretien est un passage obligé que le candidat doit préparer avec soin. Un échange téléphonique, par exemple, nécessite de savoir être concis et de se présenter en un minimum de temps. Attention toutefois à ne pas confondre vitesse et précipitation : il est nécessaire de laisser parler son interlocuteur, sans l'assaillir d'informations. Pour être dans des conditions optimales, veiller à être dans un lieu calme paraît indispensable. Il en va de même pour les entretiens passés via Skype qui nécessitent, en plus, de se situer dans un endroit neutre, l'arrière-plan étant visible. Soigner sa tenue, être ponctuel et avoir, à portée de mains, tous les documents nécessaires à sa présentation sont des actes à garder en tête. Mais là encore, ces



étapes ne dispensent pas d'entretien en face-à-face. Lors de celui-ci, outre tous les conseils précédemment cités, il faut garder en tête de nombreux éléments concernant l'entreprise et le poste proposé, mais aussi savoir présenter l'ensemble de ses expériences tout en mettant en avant les points forts qui ressortent de chacune. Il est fort probable que le recruteur pousse le candidat à sortir de sa zone de confort en posant des questions déstabilisantes, du type : pourquoi vous ? Que savez-vous de nous ? Etc. Un training précis et efficace est donc de rigueur.

Aujourd'hui, de plus en plus de recruteurs prêtent une attention particulière au *soft skills*. Ces qualités humaines sont un parfait indicateur de la personnalité du candidat. Des notions qui viennent en complément du savoir, des diplômes et de l'expérience.

De l'importance des *soft skills*

Intelligence émotionnelle, esprit d'initiative, rigueur... Autant d'éléments difficiles à juger au cours d'un entretien, mais qui ont toute leur importance dans l'attribution d'un poste. Dans les Hauts-de-France, la société L4M spécialisée dans le recrutement et la formation, propose des sessions d'Escape Game Recrut. « Nous avons choisi d'associer recrutement et jeu d'évasion, en élaborant une animation détournée, explique Anne-Sophie Fournier, responsable communication de L4M. Les candidats sont pré-sélectionnés en amont, afin de s'assurer que les besoins des entreprises correspondent au CV. Le jour J, cinq candidats et un recruteur (incognito) sont rassemblés dans une même salle. Bien qu'informés >>>





**SANDRINE
ANTIGNAT-
GAUTIER**

Directrice de
communication,
Groupe Alten.

« Aujourd'hui, un outil comme Skype est également souvent utilisé pour les échanges à distance »

Comment se passent vos processus de recrutement ?

Chez nous, les jeunes diplômés ont deux entretiens, au maximum : après un premier échange au téléphone avec un chargé de recrutement, un autre rendez-vous est prévu, nos équipes opérationnelles prenant alors le relais. Nous maîtrisons l'ensemble du processus, recevons 35 000 candidats par an et en recrutons 3 000. Pour nos managers commerciaux, nous expérimentons une nouvelle pratique : nous les testons via des mises en situation, sur une plateforme en ligne. Aujourd'hui, un outil comme Skype est également souvent utilisé pour les échanges à distance.

Lors d'un entretien d'embauche, y a-t-il des pièges à éviter ?

Certains jeunes diplômés passent en effet à côté ! La première des choses que le candidat doit faire, c'est de bien identifier ce que l'entreprise attend. Au cours de l'entretien, il doit dès lors écouter et noter ce qui lui est dit. Certains craignent de ne pas avoir assez d'expérience et ont donc tendance à lister tout ce qu'il ont pu faire. L'important, c'est de « coller » aux attendus et de soigner son expression orale, en restant synthétique ! En fin d'entretien, je trouve intéressant que le candidat résume ce qui ferait de lui une bonne recrue et les raisons de son intérêt pour l'entreprise.

Que dites-vous à un candidat de la manière dont sa candidature est perçue ?

En règle générale, s'il doit passer un autre entretien, il le saura rapidement. Pour les candidats ingénieurs, nous avons deux types de processus d'embauche. Nous pouvons « vendre » un projet à un futur collaborateur : dans ce cas, il pourra intégrer Alten pour une mission déjà déterminée. Sinon, il nous arrive d'expliquer à un candidat qu'il a le profil, en ajoutant que nous n'avons pas de projet pour lui. Il sera rappelé quand nous aurons une mission à lui confier.

Avis d'experts

ENTRETIEN

Le face à face du candidat avec le représentant de l'entreprise qu'il souhaite rejoindre est toujours le moment crucial d'un processus de recrutement. Deux spécialistes livrent quelques clés pour en faire un succès.

Propos recueillis
par Martin de Kerimel



**JENNIFER
KEMPF**

Responsable
recrutement,
Lidl France.

« Nous attendons des profils particulièrement dynamiques, avec une vraie capacité à se remettre en cause et à rebondir »

Comment les nouveaux collaborateurs sont-ils recrutés chez Lidl ?

Nous tenons à recruter le plus objectivement possible. Notre site Internet permet notamment aux candidats de répondre d'abord à un petit questionnaire factuel. S'ensuit une pré-qualification téléphonique. Ensuite, depuis deux ans maintenant, nous misons beaucoup sur les *Assessment Centres* : le candidat est mis en situation, à deux ou trois reprises. L'occasion de vérifier qu'il a les compétences requises pour le poste ou de savoir quel type de formation sera nécessaire. L'exercice est certes un peu stressant, mais les candidats l'apprécient : il leur permet de se projeter.

Certaines attitudes ou déclarations aideront-elles le candidat à sortir du lot ?

Nous savons bien qu'aux jeunes diplômés, il faut apporter une compétence technique. Rien d'impossible : dans la grande distribution, tout s'apprend. C'est donc la personnalité même du candidat qui, au cours d'un processus de recrutement, va le plus compter. Nous attendons des profils particulièrement dynamiques, avec une vraie capacité à se remettre en cause et à rebondir. C'est la nature même de notre secteur d'activité !

Que dites-vous à un candidat de la manière dont sa candidature est perçue ?

Cela dépend. Lors de nos recrutements, certains opérationnels se montrent plus démonstratifs que d'autres. Ils savent en tout cas expliquer nos métiers au quotidien. Les candidats, eux, font face à deux recruteurs : nous pouvons parfois assurer un débriefing d'évaluation, mais, en général, ils n'ont pas de réponse immédiate. En revanche, après la demi-journée de sélection, une réponse leur parvient, au maximum dans les huit jours. Certains seront alors conviés à un dernier entretien classique. Ceux qui n'ont pas été retenus peuvent nous appeler : nous leur expliquerons les raisons de notre refus.

>> de la présence d'un recruteur parmi eux, les candidats oublient très vite le contexte pour se consacrer aux énigmes. Du coup, cela permet d'observer certains traits de la personnalité : comment ils réagissent au stress, à l'échec, à la pression... L'exercice est particulièrement révélateur du savoir-être du candidat. » Grâce à cette forme de recrutement plus originale, le recruteur perçoit rapidement les *soft skills* d'une éventuelle future recrue : des éléments déterminants et de plus en plus observés de la part des employeurs. « *L'Escape Game Recrut est un événement qui vient en complément d'un recrutement plus classique, poursuit Anne-Sophie Fournier, mais qui change la donne puisque recruteurs et candidats ont déjà brisé la glace. Ainsi, lors du passage en face à face, les choses sont souvent plus simples.* » À ce jour, l'exercice est surtout assumé par de grandes entreprises, des leaders de la grande distribution ou des professionnels des métiers de la banque et de l'assurance. « *Ce sont principalement*



les fonctions commerciales qui peuvent être recrutées de cette manière, car les capacités mises en avant vont plutôt dans ce sens », conclut la responsable communication de L4M. ♦



QUENTIN PITZ

Chargé de recrutement Groupama Paris Val de Loire

« L'escape game offre une approche différente puisque la première rencontre entre candidat et recruteur se fait autour d'un jeu »

Pourquoi avoir choisi Escape Game Recrut ?

Nous souhaitons être innovants dans notre manière d'attirer de nouveaux talents, de leur faire connaître les métiers de l'assurance. L'aspect ludique de l'escape game nous a paru intéressant pour rencontrer des personnes qui le sont tout autant.

Quel a été votre ressenti ?

Cela a été très positif. Au départ, l'exercice est un peu déstabilisant, même pour le recruteur. Cela permet d'observer le candidat en temps réel, le voir interagir avec les autres joueurs et réagir aux différentes sollicitations. Pour le

recruteur, la difficulté réside dans le fait de garder en tête la raison de sa présence dans le jeu, il doit prendre du recul. Chez Groupama, nous avons décidé de nous faire connaître dès le départ, mais les candidats ont vite mis l'information de côté pour résoudre les énigmes.

Quels sont les plus par rapport à un recrutement classique ?

Renouvellerez-vous l'expérience ? L'escape game offre une approche différente puisque la première rencontre entre candidat et recruteur se fait autour d'un jeu. Il permet en outre de capter les personnalités des candidats qui ne

peuvent pas jouer un rôle pendant une heure, c'est notamment valable pour les profils commerciaux qui savent ce qu'attendent les recruteurs et répondent dans leur sens. C'est également bénéfique en termes d'image de l'entreprise, cela casse les a priori inhérents à notre secteur d'activité. Nous avons déjà renouvelé l'expérience et nous le referons prochainement.

Quelle est l'importance des *soft skills* dans vos choix de recrutement ?

Ils permettent surtout de « départager » des profils équivalents. Les *soft skills* révèlent le caractère de chacun. En cela, l'Escape Game Recrut est un vrai plus.

SKEMA BUSINESS SCHOOL

DESIGN YOUR FUTURE *

LE PROGRAMME
GRANDE ÉCOLE
C'EST UN PARCOURS

► **INTERNATIONAL ET
MULTICULTUREL**

6 campus et près de 100
partenaires dans le monde

► **UNIQUE**

Près de 40 spécialisations
et doubles compétences

► **INTERCONNECTÉ**

Un réseau de 37 000 diplômés et
2500 entreprises partenaires

► **RECONNU**

Dans le top 10 des classements
français et 26^e mondial

► **RECHERCHÉ**

Taux d'insertion net : 84 %
92 % des étudiants ont un job
dans les 4 mois après leur diplôme

contact : info-ge@skema.edu

skema
BUSINESS SCHOOL



WWW.SKEMA-BS.FR

ADN SKEMA
#ADNSKEMA

* Concevez votre avenir.

Faire du sport... pour trouver un job !

La formule confirme son succès : le 10 juin, quelque 7 000 étudiants sont attendus au stade Charléty (Paris) pour la neuvième édition du Challenge du « Monde des Grandes Écoles et Universités ». L'occasion de participer à une compétition sportive et de rencontrer des représentants d'entreprise.

Par Martin de Kerimel

On ne change pas une équipe qui gagne ! La formule préférée des entraîneurs sportifs s'applique parfaitement au Challenge du « Monde des Grandes Écoles et Universités ».

Unique en Europe, ce grand rendez-vous rassemble des jeunes diplômés et étudiants venus de 250 établissements répartis sur l'ensemble du territoire français. Le principe de cet événement exceptionnel est aussi simple qu'efficace : tous participent à une grande compétition sportive et, au même moment, ont l'opportunité de rencontrer de nombreux représentants d'entreprises et des recruteurs potentiels. Douze sociétés ont répondu à l'appel : déjà présentes l'année dernière, Atos, Décathlon, Disneyland Paris, Generali, Lagardère, Nestlé, Alten, Groupe Renault et la SNCF sont rejoints par BDO, le groupe BPCB et Lidl.



« Nous faisons en sorte que les jeunes présents le 10 juin puissent rencontrer des entreprises issues de secteurs d'activité les plus diversifiés possible, indique Laurence Chavot-Villette, cofondatrice et directrice générale de l'agence 4ventsgroup et coordinatrice du Challenge. Nous tenons à rester sur un nombre raisonnable de sociétés (une quinzaine environ) : cela nous permet de garantir à chacune une visibilité optimale dans l'enceinte du stade, avec également une notion d'exclusivité sectorielle. »

Une formule rodée... et des surprises !

Certaines entreprises viennent avec d'importants besoins en recrutement. D'autres s'appuient sur le Challenge pour renforcer leur marque employeur. Le 10 juin s'inscrit pour toutes dans un vaste plan de communication multicanal,



Handicap : une démarche inclusive

Le Challenge du « Monde des Grandes Écoles et Universités » reste fidèle à ses valeurs. Comme chaque année depuis 2009, date de la toute première édition, **la manifestation est ouverte aux jeunes en situation de handicap, accueillis au même titre que les valides**. Ils peuvent donc participer à l'ensemble de la journée, en rencontrant les représentants des entreprises lors du Forum métiers et des conférences et en participant aux épreuves sportives. **L'association Tremplin Études-Entreprises-Handicap sera également présente le jour J : elle accompagne 500 jeunes, depuis leur entrée au collège et jusqu'à l'insertion professionnelle**. Elle travaille aussi avec 200 entreprises, pour favoriser l'intégration de salariés en situation de handicap.



marqué également par d'autres temps forts en cours d'année civile. « *Ce rendez-vous, nous tâchons qu'il ressemble à ceux des années précédentes, car c'est aussi ce que l'on attend de nous, souligne Laurence Chavot-Villette. À chaque fois, nous y ajoutons également des idées nouvelles. Par exemple, après une première en 2016, nous pourrions reconduire cette année la Course des Légendes, grâce à la participation des anciennes stars de l'athlétisme Christine Arron, Muriel Hurtis et Ronald Pognon. Elles seront aussi rejointes par une star encore en devenir, Kévin Mayer, médaille d'argent du décathlon aux Jeux olympiques de Rio l'année dernière.* » Plusieurs autres surprises sont également prévues.



STÉPHANE DIAGANA

Parrain du Challenge du Monde des Grandes Écoles et Universités

« Aujourd'hui, il me semble plus complexe qu'avant de s'orienter et de trouver sa voie. D'où l'intérêt de multiplier les rencontres entre le monde académique et celui des entreprises. »

Vous êtes, cette année encore, le parrain du Challenge. Comment l'avez-vous vu grandir ?

Dès le début, j'ai trouvé sympathique et intéressante cette démarche de relier le monde étudiant, celui des entreprises et l'univers sportif. J'ai noué des contacts avec les organisateurs, au-delà même de l'événement. C'est vrai que, tout de suite, le Challenge a été une manifestation importante et a bien fonctionné. Sans doute était-ce une bonne chose de commencer immédiatement avec un format assez important.

Est-ce que la manifestation vous permet, à vous aussi, de nouer des contacts professionnels intéressants ?

Oui. D'ailleurs, dès que l'on a des projets qui impliquent des entreprises, des écoles et des étudiants, c'est toujours intéressant de pouvoir partager. Pour ma part, notamment, j'ai un temps eu à travailler avec un universitaire de Toulouse sur la question du sport à l'université. Le Challenge m'a permis aussi de me pencher sur cette question.

Décontraction de rigueur

Aucune raison de « se prendre la tête » : pour les jeunes inscrits, un simple équipement sportif et quelques CV suffisent amplement pour participer efficacement au Challenge. Jeans et baskets sont de mise pour aborder les recruteurs, lesquels se présentent aussi en tenue décontractée pour favoriser des échanges francs, directs et constructifs. Christophe Lasserre a pris part à la création du Challenge : il dirige Étudiant Sup Conseil, une structure chargée d'aider des lycéens dans leur orientation vers l'enseignement supérieur. Il défend résolument l'image d'une manifestation qui assume son identité première, mais qui sait aussi se renouveler constamment : « *Notre ADN ne se modifie pas fondamentalement, mais nous testons beaucoup de nouveaux concepts, nous efforçant ensuite de retenir les meilleurs. Puisqu'elles ne sont pas placées en situation de concurrence directe, la manifestation permet aussi aux entreprises d'échanger sur les bonnes pratiques dont elles sont fières.* » Difficile d'en savoir plus pour le moment, mais le Challenge devrait encore connaître d'autres évolutions en 2018. Il fêtera alors ses dix ans ! ♦

Vous êtes passé sur les bancs de l'université, puis sur ceux d'une grande école. Quel regard portez-vous sur les étudiants ?

Aujourd'hui, il me semble plus complexe qu'avant de s'orienter et de trouver sa voie. D'où l'intérêt de multiplier les rencontres entre le monde académique et celui des entreprises. Leur interaction permet aux jeunes de se projeter un peu et d'anticiper, face à des environnements qui évoluent rapidement, en lien avec l'apparition constante de nouveaux métiers et de nouvelles technologies.

Un mot sur l'aspect sportif de la manifestation et la participation de Kévin Mayer ?

Sans faire offense aux « vieux », dont je fais partie, c'est bien de pouvoir compter sur un athlète actuel, de la génération des étudiants présents. De par l'ambiance de fête, je suis sûr qu'il sera parfaitement dans son élément !

Questions d'ambiance et de rémunération

Si le salaire, les avantages divers et la culture d'entreprise ne sont pas des éléments prioritaires dans le choix d'une entreprise, il s'agit tout de même de sujets à aborder en amont.

Par Aurélia Lasorsa



Grands groupes et start-ups : même combat ?

En matière d'ambiance de travail, les structures de différentes tailles sont-elles égales ? À cette question, la réponse de Patrick Dumoulin est sans détour : oui ! **« À condition qu'à tous les niveaux, et plus encore au sommet, ce soit une préoccupation prioritaire. Ce n'est pas tant une question de taille ou de secteur d'activité, mais plutôt de volonté affichée de faire bouger les choses. »** Ainsi, certaines entreprises, bien classées au palmarès *Great Place To Work* attirent les talents de tous horizons.

Selon l'étude réalisée par 4ventsgroup sur les attentes et les comportements des jeunes diplômés et étudiants des grandes écoles et universités, l'ambiance au travail et la culture d'entreprise récoltent 52 % des suffrages lorsque l'on aborde la question des critères de choix, tandis que la rémunération et les avantages sociaux se placent en 7^e position, avec 46 %. Loin derrière le secteur d'activité et ses 62 %, ou la dimension internationale et ses 59 %. Alors certes, ambiance et salaires ne sont pas au centre des préoccupations des futurs employés, reste que ces sujets peuvent malgré tout être abordés en entretien. Sachant que l'un comme l'autre ne sont généralement pas mentionnés dans les annonces et fiches de poste.

Pour la rémunération, une enquête personnelle effectuée au préalable auprès de diverses sources devrait permettre de lever les incertitudes concernant notamment les salaires pratiqués par l'entreprise et les autres avantages à envisager (voir interview page 38). Il faudra ensuite savoir se démarquer lors de l'entretien en mettant en avant non seulement ses compétences et expériences personnelles, mais également sa parfaite connaissance de la structure. Du point de vue du bien-être au travail, là encore, une petite enquête basée sur des études et palmarès sérieux permet de mieux savoir où l'on va potentiellement mettre les pieds.

« Les jeunes diplômés attendent de leur entreprise qu'elle sache les accueillir, bien sûr, mais surtout qu'elle soit capable de les accompagner dans leur développement professionnel et personnel, précise Patrick Dumoulin, directeur général de Great Place to Work Institute France. À cet égard, Décathlon et Davidson Consulting sont des entreprises exemplaires. » Conscientes de l'importance des enjeux du bien-être au travail, les structures sont de plus en plus nombreuses à se pencher sur le >>



NATHAN ZELANY

Directeur communication, marketing et marque employeur. BDO France.

« Nous sommes une structure à taille humaine : une singularité que nous tenons à préserver »

Comment négocie-t-on sa rémunération chez BDO France ?

Nous fonctionnons de façon assez homogène : au cours de l'entretien, nous indiquons au candidat des fourchettes de rémunération. Clarté et transparence sont de mise.

BDO s'affiche comme l'une des « entreprises préférées des étudiants ». Que mettez-vous en avant ?

Des parcours ambitieux, en France et à l'international, dans un réseau mondial intégré. Un important développement professionnel, avec des formations régulières, dès la première semaine. La mobilité, géographique avec nos 40 bureaux en France et une présence dans 150 pays, et entre nos métiers. Un auditeur peut aller vers le conseil, un consultant vers l'expertise-comptable... tout cela est attractif. J'ajoute que nous sommes une structure à taille humaine : une singularité que nous tenons à préserver.

Est-ce aussi une attente de vos jeunes recrutés ?

Leur première attente est d'avoir un métier intéressant et utile pour la suite de leur parcours. Elles insistent sur le sens donné à leur travail et veulent être reconnues en tant que « contributeurs ». Nos circuits de décision sont courts : cette proximité correspond à l'attente des candidats. Ils ne veulent ni d'une trop grosse structure, ni d'une start-up pas assez structurée.

Certaines entreprises offrent à leurs salariés des avantages en nature ou les font bénéficier d'horaires aménagés... est-ce le cas de BDO ?

Quand nos collaborateurs ne sont pas en clientèle, le *home office* fait partie de la pratique. Tout dépend de la taille du bureau considéré. Pour celui qui va ouvrir en septembre à Paris avec 300 collaborateurs, ce type de services a vocation à être mis en place : salle de détente, salle de fitness, conciergerie et autres solutions, étudiées au cas par cas. Toutes ces actions font partie de notre politique RSE, qui est un axe important de notre stratégie.

Avis d'experts

RÉMUNÉRATION / BIEN-ÊTRE

Et si le salaire n'était que l'un des éléments de motivation du personnel ? C'est le pari de certaines entreprises, qui font en outre le choix de favoriser le plaisir au travail. Exemples.

Propos recueillis par Martin de Kerimel



XAVIER RIVOIRE

Responsable communication marque employeur / recrutement. Décathlon France.

« Nous sommes dans une logique d'accompagnement et de partage »

Quelle est la politique de rémunération du groupe Décathlon ?

Nous avons défini des grilles claires et lisibles, dans une logique d'équité. Un intéressement et une participation légale s'ajoutent au salaire de base. Pour 2016, un responsable de rayon a été payé sur 15,8 mois. Cela l'amène à près de 2300 euros nets par mois et 28000 euros nets sur une année. Notez que nos 24000 collaborateurs en France ne sont plus commissionnés sur la seule base des performances économiques, mais aussi via un critère de relation-client.

Quelles prises d'initiatives attendez-vous de vos collaborateurs ?

Chaque responsable de rayon a son propre compte d'exploitation, qu'il gère comme il l'entend, en lien avec son responsable de magasin. Nous avons deux indicateurs concrets pour la prise d'initiative : le chiffre d'affaires généré, que nous retenons désormais par pratique sportive, et l'animation d'une communauté sportive locale. Nous sommes dans une logique d'accompagnement et de partage. Plus personne ne se rend en magasin pour simplement acheter un produit !

Décathlon promeut aussi la mobilité de ses salariés...

En effet. En interne, il existe de très nombreuses passerelles pour évoluer de l'une des marques à l'enseigne principale (ou inversement). En termes de développement international, nous devrions être dans une cinquantaine de pays d'ici fin 2018.

Comment envisagez-vous la notion de bien-être au travail ?

Nous disposons de baromètres internes et d'enquêtes de satisfaction client. Grâce à *Great place to work*, chaque collaborateur est aussi libre d'évoquer ce qu'il vit en magasin, des éléments complétés par les bonnes pratiques que nous présentons. Cette année, nous visions le podium des entreprises de plus de 5000 salariés. Nous sommes montés sur la plus haute marche !

>> sujet. « Cela commence par le recrutement, avec, comme chez Extia, le « d'abord qui » et « ensuite quoi », poursuit Patrick Dumoulin. C'est la personnalité qui va compter avant les compétences ou l'éventuelle expérience. Ensuite l'accueil et l'accompagnement, où, dès le premier jour, comme chez NetApp ou Méritis, le nouvel arrivé va se sentir attendu et ensuite accompagné pour guider ses premiers mois dans l'entreprise. Ensuite cela va être aussi une proximité et une disponibilité managériales qui vont aider les nouveaux embauchés à bien s'intégrer. »

Clés pour aborder le sujet

Ne pas tourner autour du pot et aller à l'essentiel. Voilà sans aucun doute la seule chose à garder en tête lorsqu'il s'agit d'aborder des questions parfois délicates de la rémunération et du bien-être au travail. « La plupart des entreprises lauréates du Palmarès Great Place to Work® nous confirment que de façon systématique les jeunes diplômés abordent ce sujet et n'hésitent pas à mettre en avant que, rejoindre une Great Place to Work® est un



élément important dans leur choix. C'est un sujet que l'on peut parfaitement aborder en demandant à son futur employeur ce que fait concrètement l'entreprise pour développer le bien-être de ses salariés », conclut Patrick Dumoulin. ♦



SÉBASTIEN SANCHEZ

Directeur exécutif senior chez Page Personnel

Comment parler rémunération lorsque l'on est jeune diplômé ?

L'idée est de bien se renseigner en amont auprès de diverses sources que sont les organismes scolaires, les associations d'alumni, les associations professionnelles et les organismes de recrutement. Page Personnel publie chaque année des études de rémunération. Le but est de multiplier les points de vue pour être au plus près de ce qui se fait en la matière.

Quels leviers de négociation peut-on envisager ?

Il faut aujourd'hui penser en termes de package : fixe, variable, objectifs, véhicule de fonction, participation, intéressement, compte épargne-temps, etc. Mais il faut aussi aller plus loin, en envisageant par exemple les possibilités de parcours interne (passer du siège au réseau, par

exemple, ou être muté à l'international). Enfin, il faut garder en tête les offres de formation possibles, permettant de développer son employabilité future.

Le bien-être au travail est un argument de plus en plus présent dans l'esprit des jeunes diplômés. Les entreprises, petites et grandes, travaillent-elles sur le sujet ?

Certaines entreprises y font très attention, mais cela a toujours existé ! Leur but est de créer un écosystème car bien-être et rémunération sont des outils de « rétention » des salariés. On constate aujourd'hui, pour certaines fonctions, que les outils informatiques et la dématérialisation permettent de sortir du présentisme. Nous vivons dans une époque qui permet des changements organisationnels, et ouvre donc de nouvelles opportunités.

« Multiplier les points de vue pour être au plus près de ce qui se fait en matière de rémunération »

TOGETHER WE ARE PROUD TO BE ATTRACTIVE*

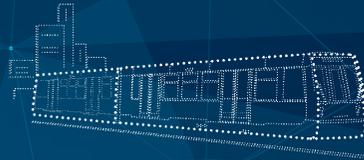
thalesgroup.com/careers



AÉRONAUTIQUE



ESPACE



TRANSPORT



DÉFENSE

SÉCURITÉ



GRÂCE À VOUS, THALES EST ENCORE SUR LE PODIUM DES ENTREPRISES PRÉFÉRÉES DES ÉTUDIANTS ET JEUNES DIPLÔMÉS DES GRANDES ÉCOLES D'INGÉNIEURS - MERCI !

Avec plus de 64 000 collaborateurs, Thales est un groupe mondial qui opère dans 56 pays. Ensemble, nous innovons avec nos clients pour créer des systèmes toujours plus efficaces afin de protéger les populations, les biens et les données. À chaque instant, partout dans le monde, quand sûreté et sécurité sont en jeu, nous sommes présents.

Vous avez envie de nous rejoindre ? Venez nous rencontrer lors des différents forums et salons de recrutement auxquels nous participons. Vous aurez l'occasion de vivre l'expérience Thales et d'échanger avec nos Campus Managers et nos responsables Ressources Humaines !

*Ensemble nous sommes fiers d'être attractifs

THALES
Together • Safer • Everywhere

(*) : étude réalisée par 4ventsgroup aux mois de mars et avril 2017 auprès de 9 355 étudiants et jeunes diplômés.

**CHALLENGE
DU MONDE**
DES GRANDES ÉCOLES
ET UNIVERSITÉS 10 ANS 2007

Année 2017 • LIDL ROS Strasbourg 343 262 622 • Sauf erreurs typographiques • Imprimé en U.E. • Photos non contractuelles



**NOUS AVONS TROUVÉ L'ENTREPRISE
QUI TIENT TOUTES SES PROMESSES.**

Et vous ?

emplois.lidl.fr

