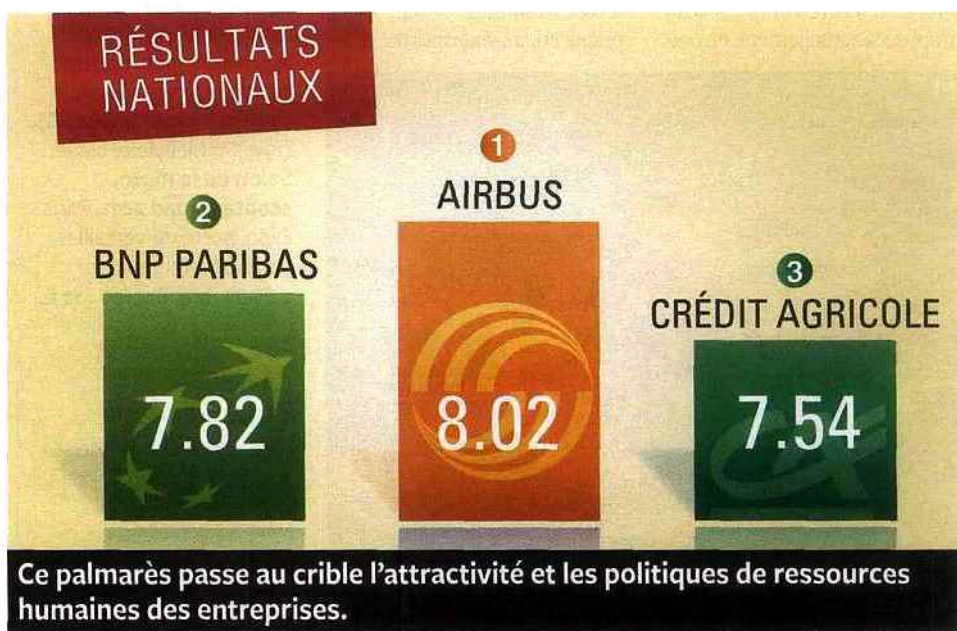


# L'attractivité des entreprises à la loupe

Salariés et candidats sont sensibles à l'aura des employeurs. La force de leur présence régionale est un facteur d'attraction et de fidélisation, comme en témoigne le deuxième Palmarès des employeurs.

Quelles sont les entreprises les plus attractives aux yeux des salariés et des candidats à la recherche d'un emploi ? Et quels sont les critères qui font peser la balance en leur faveur ? Pour la deuxième année consécutive, RegionsJob, l'un des principaux sites sur l'emploi et la formation, vient de livrer les conclusions de son « Palmarès Employeurs », une enquête réalisée en partenariat avec L'Express, l'Association nationale des directeurs des ressources humaines (ANDRH), le *Journal des Entreprises* et sous le contrôle de l'institut OpinionWay.

De mai à juillet 2011, près de 1 000 entreprises ont été évaluées par un panel « représentatif de la population active » de 9 286 internautes – salariés ou en recherche d'emploi – sur la base de 25 critères notés de 1 à 10. Ont été passés au crible, notamment, le respect des employés, la qualité du management et de l'ambiance de travail, la possibilité de développer ses compétences, l'ouverture aux jeunes ou encore la garantie d'un emploi stable. En résulte un palmarès riche d'enseignements sur ce qui séduit les candidats, mais aussi sur leur perception des politiques de



ressources humaines mises en œuvre dans les entreprises.

### La santé économique, un « booster » d'image

Comme l'an dernier, les résultats – fondés sur la moyenne pondérée des notes obtenues pour les six grands critères de l'étude – montrent que la « bonne santé économique » est le principal atout des entreprises en terme d'attractivité. Viennent ensuite leur politique RH – les opportunités offertes au niveau individuel, en

terme d'évolution de carrière, de formation ou de rémunération... – et « la qualité du management et l'engagement sociétal », par exemple les efforts déployés pour l'emploi des handicapés, des seniors et des jeunes...

Au niveau national, ce n'est donc pas une surprise si les premières places sont occupées par de grands groupes aux reins solides : Airbus (première place), BNP Paribas (2<sup>e</sup>), Crédit agricole (3<sup>e</sup>), Bouygues Construction (4<sup>e</sup>), Thales (5<sup>e</sup>), Veolia Environnement (6<sup>e</sup>), SNCF

(7°), Capgemini (8°) et Auchan (9°). De même, si l'on « zoome » au niveau régional, on s'aperçoit que dans les huit zones étudiées, les cadres plébiscitent les entreprises ayant un fort ancrage local. Résultat : Michelin, symbole de l'économie clermontoise, conserve sa place de leader dans le Centre ; Fives Nordon (tuyauterie industrielle) se hisse en première place dans l'Est ; Renault prend la pole position dans le Nord ; Sanofi est en tête en Rhône-Alpes ; Thales arrive au sommet dans le Sud-Ouest ; et les chantiers navals DCNS remportent la première place du palmarès dans l'Ouest et en région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

### L'engagement citoyen récompensé

Autre fait notable cette année : « Le secteur industriel fait un retour remarquable dans la plupart des classements régionaux », observe RegionsJob, tout en soulignant que les banques restent malgré tout très bien représentées sur le podium national. On remarque que « la reprise industrielle a redoré l'image des employeurs historiques des grands bassins d'emplois français », tels Airbus à Toulouse ou PSA Peugeot-Citroën dans l'Est. De même, les secteurs de l'énergie et du BTP sont particulièrement bien notés, notamment sous l'effet de leurs initiatives en faveur du respect de l'environnement.

De plus en plus, l'implication sociale de l'entreprise est inextricablement liée à son image,



Roland Tresca,  
président  
de RegionsJob  
(groupe  
Le Télégramme).

S. ROUBIEX POUR L'EXPRESS

## « REPLACER L'HUMAIN AU CŒUR DE L'ENTREPRISE »

Les entreprises ont intérêt à travailler sur des valeurs de long terme, comme la formation, l'écoute, la protection de l'environnement, la sécurité, l'emploi de personnes handicapées, l'intégration des seniors ou la prise en compte de la diversité... Tout montre que les candidats sont de plus en plus sensibles à ces

objectifs, jugés légitimes par la société dans son ensemble. Il ne faut pas se contenter de le dire mais le faire, en prenant de vrais engagements. Les résultats de ce palmarès, qui varient beaucoup d'une région à l'autre, montrent que les services RH des grands groupes l'ont bien compris. Ils sont souvent en pointe sur les enjeux socié-

taux. Alors qu'elles deviennent de plus en plus grosses, les entreprises tirent bénéfice de leur capacité à rester proches et à l'écoute de leurs collaborateurs. Leur succès dépend de leur capacité à attirer les meilleurs talents et à les faire adhérer à leurs projets. Elles doivent donc replacer l'homme au cœur de leur action. » ●

les candidats et les salariés se montrant toujours plus exigeants sur leurs actions en faveur de la parité homme-femme, de l'intégration des seniors, des jeunes ou des personnes handicapées, par exemple. Des critères essentiels « pour une appréciation positive de la politique RH d'une société », remarque Gwenaëlle Quénaon-Hervé, cofondatrice de RegionsJob.

Les entreprises tirant leur épingle du jeu sont donc celles qui ont pris la mesure de l'importance d'avoir un engagement citoyen. Airbus est certes perçu comme un « acteur économique d'envergure, offrant de nombreux avantages en terme de rémunération, de formation, et une fierté d'appartenance ». Mais il est surtout loué pour son rôle dans la société, notamment en ce qui

## « LES ENTREPRISES DOIVENT TENIR COMPTE D'INTERNET POUR LEUR MARQUE-EMPLOYEUR »

Avec l'essor du Web et des réseaux sociaux, les entreprises vont devoir être beaucoup plus vigilantes en interne sur les relations qu'elles entretiennent avec leurs collaborateurs et la qualité de leur politique de gestion des ressources humaines. Elles peuvent participer à des Salons, organiser toutes sortes

d'actions de communication, cela n'empêchera pas des salariés de se plaindre sur un forum si quelque chose ne va pas ou si certaines personnes ne se sentent pas suffisamment respectées. Le débat sort de plus en plus de l'entreprise avec Internet : les entreprises doivent en tenir compte pour leur marque-employeur. » ●



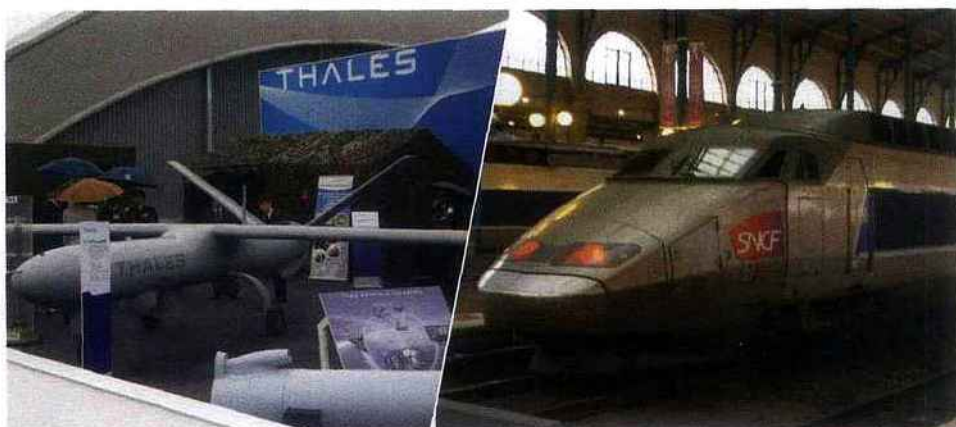
Jean-Christophe Sciberras,  
président  
de l'Association  
nationale  
des DRH.

concerne le respect des employés et l'ouverture aux jeunes générations et aux seniors, et considéré comme l'entreprise la plus « handi-accueillante » du moment.

### Projeter une image positive

Ses challengers les plus proches, les banques BNP Paribas et Crédit agricole, se distinguent sur les opportunités d'évolution, mais aussi sur la parité homme-femme, un critère pour lequel ils arrivent en tête du classement (avec La Poste). Quant à Veolia Environnement et la SNCF, ils sont respectivement perçus comme l'entreprise la plus respectueuse de l'environnement, et celle qui offre le meilleur équilibre entre vie privée et vie professionnelle.

De quoi donner du grain à moudre aux dirigeants qui phosphorent sur des stratégies visant à projeter une image positive de leur groupe, particulièrement auprès des jeunes diplômés. L'attractivité d'une entreprise est affaire de performance économique et de développement d'un capital humain. Et c'est aussi, de plus en plus, un enjeu de société. ● **CHRISTOPHE DUTHEIL**



### COUP DE CŒUR : THALES

Cinquième du classement, Thales est récompensée comme l'entreprise la plus séduisante pour les jeunes diplômés. Une attirance qui devrait se renforcer. Loïc Mahé, vice-président RH, indique en effet miser « sur l'accroissement du recrutement par l'alternance » et promet des rencontres plus fréquentes avec « les futurs talents du groupe sur leur terrain, parfois digital ».



Plus d'interviews  
et de résultats sur  
**Lexpress.fr**  
et sur

**Palmaresemployeurs.com**

### COUP DE CŒUR : SNCF

La SNCF se distingue en particulier sur le respect de l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle. Ce critère est cher à François Nogué, DRH du groupe, qui explique que « les ressources humaines et le management mettent l'accent sur la qualité de vie au travail, une dimension indissociable de la performance industrielle et économique ».



H. GOUSSE - AIRBUS SAS 2009 - PHOTO BY E.M. COMPANY

## Thierry Baril, directeur général RH d'Airbus

### « NOUS ESTIMONS ESSENTIEL DE DONNER DE LA VISIBILITÉ SUR L'AVENIR DE L'ENTREPRISE »

#### Airbus est en première place du Palmarès Employeurs en 2011. Comment interprétez-vous ce résultat ?

► Nous sommes très heureux de ce classement. Nous avons fait beaucoup d'efforts pour

expliquer notre politique RH et nous récoltons aujourd'hui les fruits de ce travail. Il est essentiel pour Airbus d'être perçue comme une entreprise innovante, accueillant des personnes fières de contribuer à l'innovation aéronautique. En matière de ressources humaines, nous avons aussi beaucoup d'activités internes visant à améliorer l'engagement des salariés, le respect et l'écoute ou la diversité. C'est une bonne chose que nous soyons désormais

plus visibles sur ces points à l'extérieur.

#### Quels sont selon vous les critères qui rendent une entreprise « attractive » ?

► L'un des points importants est de donner de la visibilité sur l'avenir. Airbus a beaucoup communiqué sur l'innovation et sur l'évolution continue du métier de développeur et de fabricant d'avion. Nous sommes une entreprise d'avenir et le faisons savoir. L'autre point capital est de se comporter

de façon responsable, notamment en termes de développement durable, de réduction de CO<sub>2</sub>...

#### Sur quels points comptez-vous vous améliorer ?

► Nous voulons renforcer notre engagement citoyen, et par exemple travailler davantage sur la diversité, en accueillant des collaborateurs de différentes origines sociales et nationalités. Cette dimension est, elle aussi, un gage d'attractivité. ●

**PROPOS RECUEILLIS PAR C. D.**