

randstad employer brand research 2019

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

04.2019

avec, cette année encore,
l'analyse de la marque d'employeur
dans le secteur public



randstad
research

index

01

l'importance d'une
marque d'employeur forte 4

02

randstad employer
brand research 6

03

la méthode 10

04

les résultats 13

4.1 les critères instrumentaux
qui déterminent l'attrac-
tivité d'un employeur 14

4.2 résultats des
sous-groupes 15

4.3 quels critères jouent
dans la décision de rester
chez un employeur ? 16

05

quels secteurs sont
les employeurs les
plus attractifs ? 18

5.1 le pharma à nouveau
classé secteur privé
le plus attractif 19

5.2 pourquoi les secteurs
privés sont-ils attractifs
(ou non) ? 20

5.3 l'attractivité des secteurs
privés selon les sous-
groupes 21

06

dans quels critères de
la marque d'employeur
les entreprises privées
obtiennent-elles les
meilleurs scores ? 22

07

dans quelle mesure le secteur public est-il attractif ? 24

- 7.1 pourquoi le secteur public est-il attractif ? 26
- 7.2 attractivité du secteur public selon les sous-groupes 28

09

quelles organisations publiques sont les employeurs les plus attractifs ? 37

- 9.1 l'attractivité relative des organisations publiques 38
- 9.2 pourquoi l'autorité flamande est-elle l'employeur le plus attractif ? 39
- 9.3 l'attractivité absolue des employeurs publics 43

11

les principales conclusions 46

08

quelles entreprises sont les employeurs les plus attractifs ? 30

- 8.1 attractivité relative des employeurs privés 32
- 8.2 pourquoi deme est-elle l'employeur le plus attractif ? 33
- 8.3 l'attractivité absolue des employeurs privés 35

10

la valeur de la sécurité d'emploi 44

annexe

employeurs privés et publics 50

01

l'importance
d'une marque
d'employeur
forte

Randstad, le plus grand prestataire de services en ressources humaines de Belgique, mesure chaque jour l'importance d'une marque d'employeur forte.

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

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

La manière dont les collaborateurs potentiels apprécient une entreprise ne dépend pas de circonstances fortuites. Un article de presse

entretenir correctement son image d'employeur permet d'absorber les chocs et offre à l'entreprise un avantage concurrentiel sur le marché du travail. Que la conjoncture soit bonne ou mauvaise.

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

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

02

randstad
employer brand
research

En quoi la randstad employer brand research se différencie-t-elle des études qui, à première vue, paraissent similaires ?

Les études actuelles dédiées à la marque d'employeur peuvent se diviser en plusieurs catégories. Certaines enquêtes, comme la présente, se concentrent sur l'image des entreprises en tant qu'employeurs. Les répondants sont des

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

externes. D'autres enquêtes évaluent l'identité des employeurs et interrogent dès lors les (ex-) travailleurs. La méthode de collecte des données montre

également de grandes différences. Certaines enquêtes s'appuient sur le big data recueilli en permanence. D'autres (comme celle de Randstad) recourent à des panels interrogés à intervalles périodiques (généralement chaque année). Enfin, la plupart des enquêtes (dont celle réalisée par Randstad) se basent sur l'opinion des répondants. LinkedIn, au

contraire, recueille et utilise également les données relatives à des comportements factuels, comme par exemple le taux de réaction effectif aux offres d'emploi.

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

La figure suivante récapitule les différentes formes d'enquêtes.

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

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

figure 1

les différentes formes d'enquêtes

| | big data | panel/échantillon |
|------------------------------|---------------------------------|--|
| identité ((ex-)travailleurs) | glassdoor (opinion) | great place to work (opinion + jury externe) |
| image (externes) | linkedin (comportement factuel) | randstad (opinion) universum (opinion) |

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

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

La représentativité de l'étude de Randstad constitue également un grand atout. Randstad analyse toutes les grandes entreprises privées d'un pays. La définition de « grand » diffère néanmoins d'un pays à l'autre. Plus le pays est étendu, plus importante est en principe la limite critique pour en faire partie. Glassdoor, LinkedIn et Universum peuvent également prétendre à une telle représentativité dans leur

randstad analyse toutes les grandes entreprises privées d'un pays. La définition de « grand » diffère néanmoins d'un pays à l'autre.

étude, ce qui n'est pas du tout le cas de Great place to work. Dans cette étude, les entreprises doivent se manifester elles-mêmes pour être incluses (contre paiement) dans l'étude. L'échantillon d'entreprises étudiées chaque année n'est certainement pas représentatif de l'ensemble des entreprises. C'est surtout pour les entreprises participantes que l'étude de Great place to work se révèle importante.

En ce qui concerne la représentativité des répondants, l'étude de Randstad se place incontestablement en tête. Les répondants reflètent la population âgée de 18 à 65 ans, ce qui n'est pas le cas des autres prestataires.

Universum limite ses répondants aux dernières années de Masters. Glassdoor et LinkedIn ne prétendent pas non plus à la représentativité. Il est tout à fait raisonnable de penser que le groupe qui se sent appelé à poster une évaluation de son ex-employeur n'est pas représentatif de tous les travailleurs qui quittent l'entreprise. La manière dont Glassdoor réagit aux pratiques frauduleuses qui consistent pour les entreprises à encourager activement leurs propres travailleurs à poster

des évaluations, n'est pas claire non plus. Pour sa part, LinkedIn se positionne fortement dans le segment supérieur du marché du travail, ce qui implique que les haut qualifiés sont surreprésentés parmi les répondants. Il en va de même pour Glassdoor. En termes de représentativité globale côté offre et côté demande, l'étude de Randstad est donc unique.

Enfin, nous insistons encore sur le fait que l'étude de Randstad n'est ni manipulable, ni sélective. Cette année, Glassdoor a fait l'objet d'une attention médiatique suite à des indications selon lesquelles certaines entreprises avaient manipulé les données présentes sur son site. La manière dont Glassdoor collecte

pour randstad, comme il s'agit de répondants anonymes qui n'ont aucun lien avec l'entreprise qu'ils évaluent, toute influence, voire manipulation, est proprement impossible.

les données laisse la porte ouverte à la fraude. Il en va de même – quoique dans une moindre mesure – pour Great Place To

Work où, selon plusieurs rumeurs, certaines entreprises auraient tenté d'influencer la collecte des données en interne. Pour Randstad, comme il s'agit de répondants anonymes qui n'ont aucun lien avec l'entreprise qu'ils évaluent, toute influence, voire manipulation, est proprement impossible.

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

Cette enquête concerne comme toujours l'ensemble des grands employeurs privés occupant plus de 1.000 personnes. Toutes les grandes entreprises opérant en Belgique sont prises en considération dans cette étude.

Cette année, on en compte 183. L'étude s'est par ailleurs penchée sur le secteur public. C'est la première fois que le secteur public apparaît dans l'étude en période de haute conjoncture. La grande question qui se pose est dès lors de savoir si, en période de conjoncture positive, le secteur public peut se targuer de meilleures marques d'employeur que le secteur privé.

que pouvez-vous attendre de ce rapport ?

Vous y trouverez des réponses aux questions suivantes :

- Quels critères entrent en ligne de compte dans le choix d'un employeur ?
- Quels critères entrent en ligne de compte dans la décision de rester chez son employeur ?
- Quels secteurs comptent les employeurs les plus attractifs et pourquoi ?
- Quelles entreprises privées sont les employeurs les plus attractifs et pourquoi ?
- Quelles organisations et entreprises du secteur public sont les plus attractives et pourquoi ?
- Comment se positionne globalement le secteur public par rapport aux divers secteurs privés et au secteur privé dans son ensemble ?

Nous vous souhaitons une excellente lecture.

03

la méthode

Pour la dix-neuvième fois consécutive, Randstad a recueilli au cours du mois de janvier 2019, en collaboration avec TNS, l'opinion de 14.000 personnes (étudiants, travailleurs, demandeurs d'emploi, hommes et femmes au foyer, etc.) âgées de 18 à 65 ans. Comme les huit années précédentes, les participants ont répondu au questionnaire par Internet.

Randstad leur a demandé d'exprimer leur avis sur l'attractivité de la marque d'employeur des principaux employeurs en Belgique. Sur la base d'une série de critères de sélection, nous avons retenu 183 entreprises du secteur privé. Il s'agit de sociétés qui opèrent en Belgique et occupent plus de 1.000 personnes sous un même nom (ou partie d'un même nom). La liste des employeurs participants peut être consultée en annexe.

Cette étude poursuit un double objectif.

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

sur la base d'une série de critères de sélection, nous avons retenu 183 entreprises du secteur privé.

D'autre part, cette étude s'attache aux facteurs qui justifient l'attractivité de ces entreprises. Est-ce une question de salaires intéressants ou l'ambiance de travail agréable est-elle prédominante ? Concrètement, il s'agit toujours d'un mélange de facteurs. Ces facteurs, nous les appelons les critères, ou critères de la marque d'employeur. Nous en distinguons 16. Dans un premier temps, nous vérifions l'importance globale de ces 16 critères dans le choix d'un employeur.

- salaire et avantages attractifs
- sécurité d'emploi
- santé financière
- ambiance de travail agréable
- contenu intéressant de la fonction
- perspectives d'avenir
- formations de qualité
- qualité du management et de la direction
- bon équilibre travail-vie privée
- conditions de travail flexibles
- accessibilité de l'entreprise
- souci de l'environnement et de la société (RSE)
- promotion de la diversité et de l'inclusion
- produits/services de qualité
- bonne réputation
- nouvelles technologies

les entreprises n'apprennent non seulement dans quelle mesure elles sont attractives en tant qu'employeur, mais également pourquoi.

Dans la suite du texte, ces critères seront autant que possible utilisés sous une forme abrégée. Par rapport à l'année dernière, nous avons à nouveau remplacé les critères « travail stimulant et riche en défis » et « promotion de l'esprit d'entreprise » par le critère « contenu intéressant de la fonction ». Le critère « possibilités de carrière à l'international » a quant à lui été supprimé de la liste.

Par ailleurs, les répondants évaluent chacune des entreprises retenues par rapport à 10 de ces 16 critères.

- perspectives d'avenir
- ambiance de travail
- sécurité d'emploi
- santé financière
- contenu intéressant de la fonction
- bonne réputation
- nouvelles technologies
- équilibre travail-vie privée
- environnement et société (rse)
- salaire et avantages attractifs

Ainsi les entreprises n'apprennent non seulement dans quelle mesure elles sont attractives en tant qu'employeur, mais également pourquoi.

les répondants

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

tableau 1

les répondants

| | |
|-----------------------|-----|
| hommes | 49% |
| femmes | 51% |
| francophones | 43% |
| néerlandophones | 57% |
| 18-24 ans | 23% |
| 25-34 ans | 21% |
| 35-54 ans | 37% |
| 55-64 ans | 19% |
| enseignement primaire | 8% |
| secondaire | 49% |
| supérieur | 43% |

04

les résultats

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

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

Nous avons pu constater par le passé que l'importance des différents critères d'une marque d'employeur reste globalement très stable. Cependant, certaines variations ap-

sur quels critères un travailleur se base-t-il pour décider s'il veut travailler ou non dans une entreprise ? Pour répondre à cette question, entrons dans le détail des critères d'une marque d'employeur.

paraissent parfois au fil des années. Ces variations limitées sont généralement liées à la conjoncture. Ainsi, la sécurité d'emploi gagne en importance pendant les années de

conjoncture difficile. Le package salarial pèse en revanche davantage lorsque la conjoncture est positive. Des changements structurels ou des événements spécifiques peuvent aussi jouer un rôle.

Les répondants devaient sélectionner leur top 5 parmi ces 16 critères.

tableau 2

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

| | 2019 |
|---------------------------------------|------|
| salaire et avantages | 63% |
| ambiance de travail | 53% |
| sécurité d'emploi | 53% |
| équilibre travail-vie privée | 48% |
| conditions de travail flexibles | 36% |
| perspectives d'avenir | 37% |
| accessibilité de l'entreprise | 33% |
| santé financière | 29% |
| contenu intéressant de la fonction | 27% |
| formations | 24% |
| bonne réputation | 17% |
| rse | 19% |
| produits/services de qualité | 15% |
| qualité du management/de la direction | 12% |
| diversité/inclusion | 12% |
| nouvelles technologies | 10% |

% de répondants à avoir repris ce critère dans leur top 5

Quels sont les critères les plus importants en 2019 ? Comme toujours, il y a peu de surprises. Salaire et avantages caracole en tête des critères et maintient son avance historique sur l'ambiance de travail et la sécurité d'emploi. Le critère de l'équilibre travail-vie privée demeure en quatrième place, celui des conditions de travail flexibles en cinquième.

près d'un répondant sur cinq inscrit la RSE dans le top 5 des critères déterminants pour l'attractivité d'un employeur.

Bien que la continuité soit toujours à l'ordre du jour, un critère sort systématiquement du lot. Cette année, il s'agit de la RSE, c.-à-d. l'attention portée à l'environnement et à la société. Avec un score de 19% (donc quasiment un travailleur sur cinq qui l'inscrit dans son top 5), c'est le plus haut score jamais récolté par ce critère dans l'histoire de la randstad employer brand research. Comme l'étude a eu lieu début 2019, il est parfaitement possible que les manifestations pour le climat menées par les jeunes y soient pour quelque chose. Chez les jeunes (-25 ans), ce critère atteint même les 25%, un score donc nettement plus élevé que celui des tranches d'âge supérieures, et à la fois le plus élevé jamais enregistré. Il est encore trop tôt pour conclure à l'amorce d'une réelle tendance. Ce critère avait déjà connu quelques soubresauts dans le passé, quoique moins marqués. Mais il s'agissait en général de pics ponctuels qui ne se confirmaient pas l'année suivante. Rendez-vous donc en 2020.

4.2 résultats des sous-groupes

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

D'une manière générale, les femmes accordent plus d'importance à l'ambiance de travail, à l'équilibre entre travail et vie privée, aux conditions de travail flexibles et à la localisation de l'entreprise. Pour ces critères, la différence se confirme et ne semble pas montrer de tendance à s'estomper. Pour la première fois, le critère salaire et avantages s'y ajoute cette année. Jusqu'il y a quelques années, les hommes accordaient davantage d'importance à ce critère que les femmes. Ces dernières années, cette différence avait disparu. Et cette année, les femmes y attachent visiblement plus d'importance encore que les hommes (resp. 61% et 66%). Soyons clairs : les hommes aussi placent ce critère nettement

en tête. Mais ces derniers accordent plus de poids que leurs homologues féminines à la santé financière de l'entreprise, l'utilisation des nouvelles technologies et la réputation de l'entreprise. En matière de sécurité d'emploi, nous n'observons quasiment aucune différence.

Les travailleurs diplômés de l'enseignement supérieur attachent une plus grande importance au contenu de la fonction et aux conditions de travail flexibles. Les travailleurs disposant tout au plus d'un diplôme de l'enseignement secondaire sont plus sensibles à la sécurité d'emploi. Pour tous les autres critères, les différences sont particulièrement ténues.

C'est entre les diverses tranches d'âge que les différences relatives sont les plus marquées. Le salaire et la sécurité d'emploi augmentent en importance à mesure que l'âge avance. La

le salaire et la sécurité d'emploi augmentent en importance à mesure que l'âge avance. La tendance inverse s'observe pour le critère de l'ambiance de travail.

tendance inverse s'observe pour le critère de l'ambiance de travail, dont l'importance s'atténue avec l'âge. Mais ni l'augmentation des critères salaire et sé-

curité d'emploi, ni la baisse du critère ambiance de travail n'ont grand effet sur le classement des critères concernés. Les jeunes aussi placent le critère salaire et avantages en haut du classement, quoique d'un cheveu au-dessus de l'ambiance de travail. Chez les plus de 55 ans, l'ambiance de travail maintient sa troisième place.

Nous remarquons une fois de plus que les jeunes n'attachent pas plus d'importance que la moyenne à l'équilibre travail-vie privée

(comme expression d'une tendance sociale). C'est l'inverse. Comme chaque année, ce critère affiche le score le plus faible chez les moins de 25 ans et le plus élevé chez les 35-54 ans. Il ne reperd du poids que passé l'âge de 55 ans.

C'est évidemment chez les moins de 25 ans que les perspectives d'avenir ont le plus la cote, avant de perdre en importance (surtout après 35 ans). Les conditions de travail flexibles et l'accessibilité de l'entreprise suivent le même schéma que l'équilibre travail-vie privée. Nous avons déjà souligné l'importance accrue de la RSE chez les jeunes. On observe le même phénomène pour la diversité.

4.3 quels critères jouent dans la décision de rester chez un employeur ?

Traditionnellement, nous demandons aux répondants quels sont les critères qui leur semblent déterminants pour choisir tel employeur. Cette question analyse la fonction recruteuse de la marque d'employeur. En revanche, nous en savons nettement moins sur sa fonction rétentrice – l'impact d'une marque d'employeur sur le choix de continuer à travailler chez un employeur, et même presque rien sur sa fonction engageante – l'impact d'une marque d'employeur sur l'engagement et l'implication des travailleurs. Les questions sporadiques posées dans le passé à propos de la rétention présentaient en outre l'inconvénient de ne pas être entièrement comparables. Cette année, nous avons élaboré pour la première fois un questionnaire dans lequel

la liste des critères instrumentaux se prête parfaitement à la comparaison, tant pour le recrutement que pour la rétention.

Quels critères jouent dans la décision de rester chez un employeur (rétention) comparés à ceux qui guident le choix d'un employeur (recrutement) ?

tableau 3

quels critères déterminent la rétention et le recrutement?

| | rétention | recrutement |
|---|-----------|-------------|
| sécurité d'emploi | 51 | 53 |
| salaire et avantages | 50 | 63 |
| équilibre travail-vie privée | 42 | 48 |
| accessibilité de l'entreprise | 39 | 33 |
| ambiance de travail | 45 | 53 |
| conditions de travail flexibles | 32 | 36 |
| santé financière | 30 | 29 |
| contenu du travail | 30 | 27 |
| perspectives d'avenir | 31 | 37 |
| formations | 23 | 24 |
| bonne réputation | 19 | 17 |
| qualité des produits et services | 17 | 15 |
| RSE | 18 | 19 |
| diversité/inclusion | 14 | 12 |
| qualité du management / de la direction | 15 | 14 |
| nouvelles technologies | 12 | 10 |

% de répondants à avoir repris ce critère dans leur top 5

le principal constat réside dans le rôle globalement assez comparable des critères instrumentaux dans le recrutement et la rétention.

Le principal constat réside dans le rôle globalement assez comparable des critères instrumentaux dans le recrutement et la rétention. Dans les deux cas, le classement global est fortement similaire. De quoi relativiser les indications antérieures selon lesquelles les marques d'employeur fonctionneraient parfois autrement pour la rétention que pour le recrutement. Ce qui est somme toute une bonne nouvelle.

Certaines divergences n'en demeurent pas moins intéressantes. Si le salaire reste un critère de poids dans la rétention, son importance diminue malgré tout, confirmant ce que les études précédentes avaient déjà suggéré. On remarque aussi que le critère ambiance de travail s'estompe quelque peu. La moindre importance des perspectives d'avenir confirme les conclusions antérieures. Le contenu de la fonction gagne quant à lui du terrain, mais de façon globalement limitée. Le critère qui gagne le plus de poids dans la rétention est l'accessibilité de l'entreprise.

05

quels secteurs
sont les
employeurs
les plus attractifs ?

5.1 le pharma à nouveau classé secteur privé le plus attractif

Traditionnellement, le classement des secteurs connaît peu de changements. L'année dernière par exemple, le top 5 était exactement identique à celui de l'année précédente. Cette année, on observe un peu plus de mouvement.

Le secteur pharmaceutique s'érige à nouveau en vainqueur et creuse encore son écart avec le numéro deux. Après les pertes d'attractivité de ces dernières années, le secteur reprend globalement du poil de la bête cette année, et de façon marquée. À la deuxième place, nous retrouvons, pour la première fois dans l'histoire, le secteur de l'aéronautique. Malgré une légère hausse d'attractivité, le secteur médiatique doit se contenter d'une troisième place. Le high tech (nouvelle dénomination de l'ancien secteur de l'électronique) réalise un fameux bon en avant, brisant ainsi son record dans le classement. L'informatique-consultance cède une place pour aboutir en cinquième position.

Plus loin dans le classement, le secteur des banques-assurances ne parvient pas à rattraper son recul de l'an dernier, qui l'avait vu disparaître du top 10 des secteurs les plus attractifs. Il se voit ainsi devancé par la chimie, les ressources humaines et les véhicules (production). Les banques et assurances ne jouent plus dans la cour des dix secteurs les plus attractifs. Comme l'an dernier, le secteur du transport des personnes ferme la marche. Ce n'est pas la première fois que ce secteur s'avère moins attractif que celui du transport de marchandises.

le secteur pharmaceutique s'érige à nouveau en vainqueur et creuse encore son écart avec le numéro deux.

tableau 4

classement des secteurs selon leur attractivité 2018-2019 (en %)

| | 2019 | 2018 |
|---|------|------|
| pharmaceutique | 44,8 | 41,2 |
| aéronautique | 41,9 | 36,3 |
| médias | 41,2 | 40,4 |
| high tech | 39,5 | 32,0 |
| informatique & consultance | 38,4 | 32,7 |
| véhicules (production) | 36,4 | 30,5 |
| construction & installation | 36,3 | 31,9 |
| horeca & tourisme | 35,5 | 28,3 |
| alimentation | 34,8 | 30,7 |
| chimie | 34,4 | 31,8 |
| véhicules (retail) | 33,3 | 29,3 |
| ressources humaines | 32,7 | 29,8 |
| banques & assurances | 32,7 | 28,4 |
| énergie | 31,9 | 28,3 |
| transport (marchandises) & logistique | 31,5 | 27,6 |
| non-métal | 31,3 | 27,3 |
| nettoyage industriel & environnement & sécurité | 31,2 | 25,1 |
| métallurgie & sidérurgie | 30,2 | 27,0 |
| télécom & contact centers | 30,1 | 26,8 |
| retail (textile, meubles,...) | 30,0 | 27,8 |
| distribution | 29,8 | 26,8 |
| transport (personnes) | 28,9 | 24,6 |

5.2 pourquoi les secteurs privés sont-ils attractifs (ou non) ?

L'attractivité d'un employeur est liée à une combinaison de plusieurs critères. Il ne suffit pas d'être fort dans l'un ou l'autre critère pour atteindre les sommets du classement. On ne s'étonnera donc pas de voir que les secteurs les plus attractifs du classement n'obtiennent pas seulement les meilleurs scores pour l'un ou l'autre critère, mais qu'ils recueillent de manière générale de très bons scores pour l'ensemble des critères étudiés. Ainsi, on ne s'étonnera pas de voir le secteur pharmaceutique remporter à nouveau la palme de l'attractivité pour la majorité des critères. Ce secteur affiche à nouveau la meilleure attractivité pour six des dix critères étudiés : salaire et avantages, perspectives d'avenir, équilibre travail-privé, santé financière, réputation et contenu de la fonction. L'année dernière, ce secteur était encore numéro un pour huit critères. Cette année, le secteur pharmaceu-

tique doit céder sa place à celui du transport des personnes pour ce qui est de la sécurité d'emploi, et à celui du high tech pour le critère des nouvelles technologies. Comme chaque année ou presque, le secteur médiatique fait figure de champion en termes d'ambiance de travail. Un secteur qui se positionne par ailleurs dans le top 3

le deuxième secteur globalement le plus attractif, celui de l'aéronautique, n'arrive en tête pour aucun des critères, mais rejoint à trois reprises le top 3.

en matière de contenu de la fonction et de souci de l'environnement et de la société.

Le deuxième secteur globalement le plus attractif, celui de l'aéronautique, n'arrive en tête pour aucun des critères, mais rejoint à trois reprises le top 3 : contenu de la fonction, nouvelles technologies et salaire et avantages. Comme l'an dernier, le nettoyage industriel remporte la palme dans la catégorie « impact sur l'environnement et la société ». Fait surprenant cette année : le secteur automobile (retail) s'inscrit trois fois dans le top 3 : santé financière, réputation et nouvelles technologies.

tableau 5

top 3 des secteurs privés les plus attractifs par critère

| | 1 | 2 | 3 |
|-------------------------|-----------------------|----------------------------|----------------------|
| perspectives d'avenir | pharmaceutique | informatique & consultance | high tech |
| ambiance de travail | médias | horeca & tourisme | pharmaceutique |
| sécurité d'emploi | transport (personnes) | pharmaceutique | énergie |
| équilibre travail-privé | pharmaceutique | ressources humaines | banques & assurances |
| santé financière | pharmaceutique | informatique & consultance | véhicules (retail) |
| nouvelles technologies | high tech | aéronautique | véhicules (retail) |
| contenu de la fonction | pharmaceutique | médias | aéronautique |
| RSE | nettoyage industriel | énergie | médias |
| bonne réputation | pharmaceutique | informatique & consultance | véhicules (retail) |
| salaire et avantages | pharmaceutique | informatique & consultance | aéronautique |

le secteur pharmaceutique doit céder sa place aux médias chez les femmes et les francophones.

5.3 l'attractivité des secteurs privés selon les sous-groupes

À l'instar des années précédentes, la position de leader du secteur pharmaceutique en termes d'attractivité globale n'est pas absolue dans tous les sous-groupes. Ce secteur doit céder sa place aux médias chez les femmes, les francophones et les moyennement qualifiés, et même à l'aéronautique dans ce dernier groupe. Contrairement à l'an dernier, les trois secteurs les plus attractifs ne figurent pas dans le top 3 de tous les sous-groupes. Cette année, les ressources humaines (chez les femmes) et le high tech (chez les haut qualifiés) viennent briser cette hégémonie.

tableau 6

top 3 des secteurs privés selon les sous-groupes

| | 1 | 2 | 2 |
|-----------------|----------------|----------------|----------------------------|
| hommes | aéronautique | high tech | pharmaceutique |
| femmes | pharmaceutique | médias | informatique & consultance |
| secondaire | médias | pharmaceutique | horeca & tourisme |
| supérieur | pharmaceutique | aéronautique | médias |
| 18-30 | médias | pharmaceutique | it & consultancy |
| 31-50 | pharmaceutique | high tech | médias |
| 51-65 | pharmaceutique | aéronautique | médias |
| néerlandophones | pharmaceutique | aéronautique | informatique & consultance |
| francophones | pharmaceutique | aéronautique | high tech |

06

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

comme les années précédentes, c'est la santé financière des entreprises qui affiche le meilleur score.

L'évaluation de certains critères de la marque d'employeur est un volet traditionnel du questionnaire. Généralement, les entreprises privées récoltent de bons scores en termes de santé financière et de qualité du management, et de mauvaises notes en matière de RSE, d'ambiance de travail et d'équilibre travail-vie privée.

tableau 7

attractivité des différents critères (score moyen sur une échelle de 5)

| | | |
|-----|-------------------------------|------|
| 1. | santé financière | 3,61 |
| 2. | nouvelles technologies | 3,40 |
| 3. | bonne réputation | 3,36 |
| 4. | sécurité d'emploi | 3,31 |
| 5. | salaire et avantages | 3,31 |
| 6. | perspectives d'avenir | 3,20 |
| 7. | contenu de la fonction | 3,13 |
| 8. | ambiance de travail | 3,10 |
| 9. | équilibre travail /vie privée | 3,10 |
| 10. | RSE | 2,92 |

Comme les années précédentes, c'est la santé financière des entreprises qui affiche le meilleur score, suivie par l'utilisation des nouvelles technologies. L'ambiance de travail, l'équilibre travail-vie privée et la RSE sont généralement les critères les plus faibles. Ce classement respectif des critères se vérifie dans presque tous les secteurs. Un phénomène que l'on constate dans le monde entier. Si l'on établit une comparaison avec le classement des différents critères selon l'importance que les travailleurs y accordent, le plus grand écart se situe clairement au niveau de l'équilibre travail-privé et de l'ambiance de travail. Ce sont des critères jugés importants par les travailleurs pour le choix d'un employeur, mais dans lesquels les grandes entreprises ne brillent pas particulièrement. C'est également le cas, dans une moindre mesure, pour le salaire et la sécurité d'emploi, critères très prisés par les demandeurs d'emploi mais dans lesquels les grandes entreprises n'affichent « que » des performances moyennes. La RSE ne fait en revanche apparaître aucun décalage. Si les grandes entreprises affichent des scores médiocres en matière de RSE, les demandeurs d'emploi n'y attachent guère d'importance non plus. Bien qu'un certain changement se dessine cette année sur ce point.

07

dans quelle
mesure le
secteur public
est-il attractif ?

Chaque année, en plus d'étudier le secteur privé, nous nous penchons sur un secteur en particulier. Les études précédentes se sont ainsi attardées sur le secteur public, le secteur non marchand, les organisations internationales, les marques disruptives et les entreprises régionales les plus attractives. Il est maintes fois apparu que plusieurs entreprises/organisations pouvaient très aisément concurrencer les grandes entreprises privées. En tant que secteur particulier, les organisations internationales se sont révélées, comme prévu, plus attractives que tous les autres secteurs privés. Le secteur public, le non-marchand et les marques disruptives ont également abouti au sommet du classement.

Cette année, nous avons à nouveau choisi d'étudier l'attractivité du secteur public en tant qu'employeur. C'est la première fois que nous étudions le secteur public en période de haute conjoncture. La grande question est de savoir si la position confortable du secteur public en termes d'attractivité se manifeste dans la même mesure à l'heure où la pénurie règne globalement sur le marché du travail et où il est en principe relativement facile pour de nombreux travailleurs de retrouver du travail. Si l'on en croit l'étude de l'an dernier, on peut supputer que le secteur public maintiendra globalement sa marque d'employeur forte. Nous avons alors étudié l'attractivité des administrations locales. Avec une attractivité moyenne de 43,7%, celles-ci avaient remporté en 2018 le titre de secteur le plus attractif, devant le secteur pharmaceutique (41,2%) et les médias (40,4%). La différence avec l'ensemble du secteur privé se chiffrait à quelque 13,5 points de pourcentage.

La grande attractivité du secteur public en tant qu'employeur ressort clairement des chiffres. Transposé en secteur distinct, avec une attractivité de 42,1%, le secteur public se positionne en deuxième place, juste après le secteur pharmaceutique. Il améliore même ses performances par rapport à 2015, lorsqu'il avait atteint la troisième place derrière le secteur pharmaceutique et les médias. La question d'une éventuelle baisse de l'attractivité du secteur public en temps de haute conjoncture trouve ainsi directement une réponse. Même en période de conjoncture favorable, le secteur public reste globalement très attractif pour les travailleurs. Rien n'indique que cette attractivité est susceptible de baisser.

tableau 8

attractivité des secteurs

| | |
|--|------|
| pharmaceutique | 44,8 |
| secteur public | 42,1 |
| aéronautique | 41,9 |
| médias | 41,2 |
| high tech | 39,5 |
| informatique & consultance | 38,4 |
| véhicules (production) | 36,4 |
| construction & installation | 36,3 |
| horeca & tourisme | 35,5 |
| alimentation | 34,8 |
| chimie | 34,4 |
| véhicules (retail) | 33,2 |
| ressources humaines | 32,7 |
| banques & assurances | 32,7 |
| énergie | 31,9 |
| transport (marchandises) & logistique | 31,5 |
| non-métal | 31,3 |
| nettoyage industriel, environnement & sécurité | 31,2 |
| métallurgie & sidérurgie | 30,2 |
| télécom & contact centers | 30,1 |
| retail (textile, meubles,...) | 30,0 |
| distribution | 29,8 |
| transport (personnes) | 28,9 |

Si l'on compare le secteur public avec l'ensemble du secteur privé, l'écart, même en temps de haute conjoncture, demeure très important. Le secteur public obtient un score d'attractivité moyen de 42,1%, contre 34% pour le secteur privé. Si l'on y inclut les différents SPF en tant qu'organisations distinctes, l'attractivité du secteur public grimpe même jusqu'à 44,4%, se démarquant ainsi encore davantage du secteur privé.

tableau 9

top 3 des secteurs les plus attractifs par critère (y compris le secteur public)

| | 1 | 2 | 3 |
|-----------------------------|----------------|----------------------------|---------------------|
| perspectives d'avenir | pharmaceutique | informatique & consultance | secteur public |
| ambiance de travail | médias | horeca & tourisme | pharmaceutique |
| sécurité d'emploi | secteur public | transport (personnes) | pharmaceutique |
| équilibre travail-privé | secteur public | pharmaceutique | ressources humaines |
| santé financière | pharmaceutique | informatique & consultance | véhicules (retail) |
| nouvelles technologies | high tech | aéronautique | véhicules (retail) |
| contenu de la fonction | pharmaceutique | aéronautique | médias |
| environnement/société (RSE) | secteur public | nettoyage industriel | énergie |
| bonne réputation | pharmaceutique | informatique & consultance | véhicules (retail) |
| salaires et avantages | pharmaceutique | informatique & consultance | aéronautique |

7.1 pourquoi le secteur public est-il attractif ?

L'attractivité du secteur public apparaît très clairement dans 4 des 10 critères : la sécurité d'emploi, l'équilibre travail-vie privée, les perspectives d'avenir et la RSE. Pour ces critères, le secteur occupe systématiquement le top 3. Et même la première marche du podium à trois reprises. Un constat qui n'a rien de surprenant pour ce qui est de l'équilibre travail-privé et de la sécurité d'emploi. Vu le poids de ces critères pour les marques d'employeur, il est

en fait, il n'y a qu'un seul critère pour lequel le secteur public obtient de piètres résultats : les nouvelles technologies. En ce qui concerne le contenu de la fonction, le secteur se classe juste en dehors du top 3.

clair que les belles performances du secteur public y ont largement contribué. Mais pas entièrement. En fait, il n'y a qu'un seul critère pour lequel le

secteur public obtient de piètres résultats : les nouvelles technologies (avant-avant-dernière place). En ce qui concerne le contenu de la fonction, le secteur se classe juste en dehors du top 3 (numéro 5).

pour sept critères, le secteur public obtient de meilleurs scores que le secteur privé: la sécurité d'emploi et l'équilibre travail-privé, les perspectives d'avenir, l'ambiance de travail, le contenu de la fonction, la RSE et le salaire et avantages.

Le tableau suivant fournit la comparaison complète entre secteur public et secteur privé.

tableau 10

comparaison des scores des caractéristiques entre secteur public et secteur privé

| | secteur public | secteur privé |
|-----------------------------|----------------|---------------|
| perspectives d'avenir | 3,41 | 3,20 |
| ambiance de travail | 3,17 | 3,10 |
| sécurité d'emploi | 3,82 | 3,31 |
| équilibre travail-privé | 3,39 | 3,10 |
| santé financière | 3,61 | 3,61 |
| nouvelles technologies | 3,15 | 3,40 |
| contenu de la fonction | 3,37 | 3,13 |
| environnement/société (RSE) | 3,26 | 2,92 |
| bonne réputation | 3,36 | 3,35 |
| salaire et avantages | 3,31 | 3,22 |

Pour sept critères, le secteur public de meilleurs scores que le secteur privé. C'est le cas pour la sécurité d'emploi et l'équilibre travail-privé, mais aussi pour les perspectives d'avenir, l'ambiance de travail, le contenu de la fonction, la RSE et – fait a priori surprenant – le salaire et avantages. Seul un critère fait apparaître un net avantage du secteur privé

par rapport au secteur public : le recours aux nouvelles technologies. Pour deux critères, les deux secteurs se valent à peu près (santé financière et réputation). On n'observe pas de nouvelles évolutions de ce point de vue. Les critères qui avaient également été étudiés précédemment reflétaient les mêmes proportions.

chez les femmes, le secteur public est le deuxième secteur le plus attractif après le pharma.

7.2 attractivité du secteur public selon les sous-groupes

L'excellente performance du secteur public s'étend aisément au niveau des sous-groupes. Chez les femmes, le secteur public est le deuxième secteur le plus attractif après le pharma. Chez les hommes, il aboutit en troisième place.

S'il est le secteur le plus attractif chez les diplômés du secondaire, il affiche aussi une très belle attractivité chez les diplômés du supérieur, où les secteurs pharmaceutique et aéronautiques sont les seuls à le dominer.

De même, la différence est assez ténue d'un régime linguistique à l'autre. Le secteur public

remporte la palme chez les néerlandophones. Côté francophone, il cède la première place au secteur pharmaceutique.

La jeune population (<30) est la seule à ne pas inclure le secteur public dans le top 3 des secteurs les plus attractifs. Mais avec une septième place, ce secteur ne s'en tire pas mal non plus dans cette tranche d'âge.

tableau 11

top 3 des secteurs les plus attractifs par sous-groupe (y compris le secteur public)

| | 1 | 2 | 3 |
|-----------------|----------------|----------------|----------------------------|
| hommes | aéronautique | high tech | secteur public |
| femmes | pharma | secteur public | médias |
| secondaire | secteur public | médias | pharma |
| supérieur | pharma | aéronautique | secteur public |
| 18-30 | médias | pharma | informatique & consultance |
| 31-50 | secteur public | pharma | high tech |
| 51-65 | secteur public | pharma | aéronautique |
| néerlandophones | secteur public | pharma | aéronautique |
| francophones | pharma | secteur public | aéronautique |

Pour terminer, nous avons opéré une comparaison plus systématique entre secteur public et secteur privé.

Même en période de conjoncture favorable, le secteur public fait figure d'employeur plus attractif que le secteur privé. La différence s'élève à 8 points de pourcentage. Si l'on y intégrait les différents SPF comme entités distinctes, l'écart passerait même à plus de 10 points de pourcentage.

Le même constat reste valable lorsque nous incluons les différents sous-groupes dans l'analyse. Les hommes jugent certes le secteur privé un peu plus attractif et le secteur public un peu moins attractif que les femmes, mais

ces différences restent très limitées. Chez les femmes, l'écart en faveur du secteur public dépasse les 9%, chez les hommes il est de plus de 6 points de pourcentage.

On s'étonnera de ne pas voir les jeunes réellement pencher en faveur du secteur public. Chez ces derniers, la balance penche même légèrement du côté privé (resp. 33,3 et 34,9%).

Chez les demandeurs d'emploi, la différence d'attractivité entre public et privé est aussi nettement moins criante. Les demandeurs d'emploi ont en effet une perception plus positive des entreprises privées que la population active.

tableau 12

comparatif entre le secteur public (avec les SPF comme une seule entité et comme entités distinctes) et le secteur privé

| | secteur public (SPF comme entités multiples) | secteur public (SPF comme une seule entité) | secteur privé |
|-----------------------------------|---|--|---------------|
| globalement | 44,38 | 42,11 | 33,95 |
| hommes | 43,61 | 41,44 | 34,90 |
| femmes | 44,74 | 42,24 | 32,79 |
| 18-24 | 35,60 | 33,30 | 34,92 |
| 25-34 | 47,42 | 46,46 | 36,77 |
| 35-54 | 45,31 | 42,64 | 33,16 |
| 55-64 | 46,38 | 43,73 | 30,51 |
| primaire | na | na | na |
| secondaire | 44,65 | 43,01 | 32,60 |
| supérieur | 44,96 | 42,04 | 34,37 |
| néerlandophones | 42,72 | 39,75 | 31,49 |
| francophones | 44,50 | 41,41 | 36,25 |
| actifs | 45,45 | 43,24 | 34,38 |
| chômeurs (et demandeurs d'emploi) | 41,99 | 42,11 | 38,17 |
| étudiants | 32,70 | 30,90 | 32,84 |
| pensionnés | na | na | 31,46 |

08

quelles entreprises
sont les employeurs
les plus attractifs ?

Pour déterminer l'employeur le plus attractif, nous faisons comme chaque année la distinction entre l'attractivité relative et l'attractivité absolue d'une entreprise. L'attractivité absolue d'une entreprise représente le pourcentage des répondants qui souhaitent travailler pour cette entreprise.

Cet indicateur est fortement influencé par la notoriété de l'entreprise. On ne peut pas, en toute logique, vouloir travailler pour une entreprise si on ne la connaît pas. C'est la raison pour laquelle nous avons également introduit le concept d'attractivité relative d'une entreprise. C'est-à-dire le pourcentage de

l'attractivité est indépendante de la notoriété. Une entreprise peut en effet être méconnue mais appréciée par les gens qui la connaissent, et inversement.

personnes souhaitant travailler pour une entreprise parmi celles qui la connaissent effectivement. L'attractivité est donc indépendante de la notoriété.

Une entreprise peut en effet être méconnue mais appréciée par les gens qui la connaissent, et inversement. Pour ce concept, nous devons passer par la mesure d'un indicateur intermédiaire : la notoriété.

La notoriété¹ des entreprises est le premier élément que nous avons mesuré. Ce paramètre sert uniquement d'indicateur intermédiaire permettant de calculer l'attractivité absolue.

Traditionnellement, le classement des employeurs privés les plus connus varie peu d'une année à l'autre. Il n'en va pas autrement cette année.

Cette année, c'est bpost qui décroche pour la première fois depuis longtemps le titre d'employeur le plus connu. Durant la décennie précédente, cette entreprise avait déjà partagé avec Ikea le statut d'employeur le plus connu, lorsqu'elle s'appelait encore La Poste. Mais suite à son changement de nom (pourtant peu spectaculaire), elle s'est vu éjectée du top 10. Il faudra attendre 2015 pour que bpost réintègre le groupe des dix entreprises les plus connues. Les multiples problèmes auxquels la société fut confrontée en 2018, ainsi que l'attention médiatique qui en a découlé, ont sans doute contribué à cette notoriété accrue. Pour le reste, ce sont essentiellement les noms habituels qui reviennent.

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

tableau 13

top 10 des employeurs les plus connus en belgique (notoriété en %)

| | |
|-------------|------|
| bpost | 92,4 |
| carrefour | 90,5 |
| proximus | 90,4 |
| coca-cola | 90,4 |
| ikea | 90,0 |
| lidl | 89,7 |
| delhaize | 89,0 |
| engie | 88,7 |
| snbc | 88,6 |
| media markt | 88,3 |

8.1 attractivité relative des employeurs privés¹

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

Cette année encore, le top 10 – et par extension le top 20 – a été fortement bousculé. Quoi qu'il en soit, les scores d'attractivité sont relativement proches les uns des autres. Ce qui veut dire que même des changements non significatifs en termes de score d'attractivité peuvent entraîner pas mal de glissements dans le classement.

tableau 14

top 20 des employeurs les plus attractifs

| | | |
|----|-------------------------|------|
| 1 | deme ² | 55,9 |
| 2 | janssen pharmaceutica | 53,8 |
| 3 | jan de nul | 53,7 |
| 4 | gsk | 50,9 |
| 5 | mediahuis | 50,4 |
| 6 | multipharma | 47,5 |
| 7 | colruyt group | 47,4 |
| 8 | tui | 47,3 |
| 9 | banque degroof petercam | 47,0 |
| 10 | coca-cola | 46,3 |
| 11 | pwc | 45,6 |
| 12 | vrt | 45,2 |
| 13 | brussels airlines | 45,0 |
| 14 | barry callebaut | 45,0 |
| 15 | audi brussels | 45,0 |
| 16 | capgemini | 44,6 |
| 17 | nike | 44,1 |
| 18 | bayer | 43,7 |
| 19 | p&g | 43,7 |
| 20 | kpmg | 43,3 |

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

2 Le score de 55,9% représente le nombre de personnes à avoir donné un score de 4 ou 5 (sur une échelle de 5) à la question « souhaitez-vous travailler pour cette entreprise ? »

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

8.2 pourquoi deme est-elle l'employeur le plus attractif ?

L'année dernière, Janssen Pharmaceutica affichait sur tous les critères un score supérieur à la moyenne du secteur privé. Cela prouve, comme on peut traditionnellement s'y attendre de la part du lauréat, les fondations très solides de sa marque d'employeur.

Après avoir ouvert la marche pour pas moins de cinq critères en 2017, l'entreprise fait encore mieux cette année. Elle remporte la victoire pour six des dix critères (sécurité d'emploi, perspectives d'avenir, contenu de la fonction, ambiance de travail, nouvelles technologies et

salaire et avantages. Les autres lauréats sont Coca-Cola (santé financière), Colruyt Group (RSE), Jan De Nul (réputation) et Janssen Pharmaceutica (équilibre travail-privé). Janssen Pharmaceutica affiche également un excellent bulletin. Outre sa victoire pour l'équilibre travail-vie privée, l'entreprise conquiert le top 3 à quatre autres reprises. Jan De Nul surpasse encore cette performance avec, en plus de sa première place pour le critère réputation, cinq positionnements au top 3.

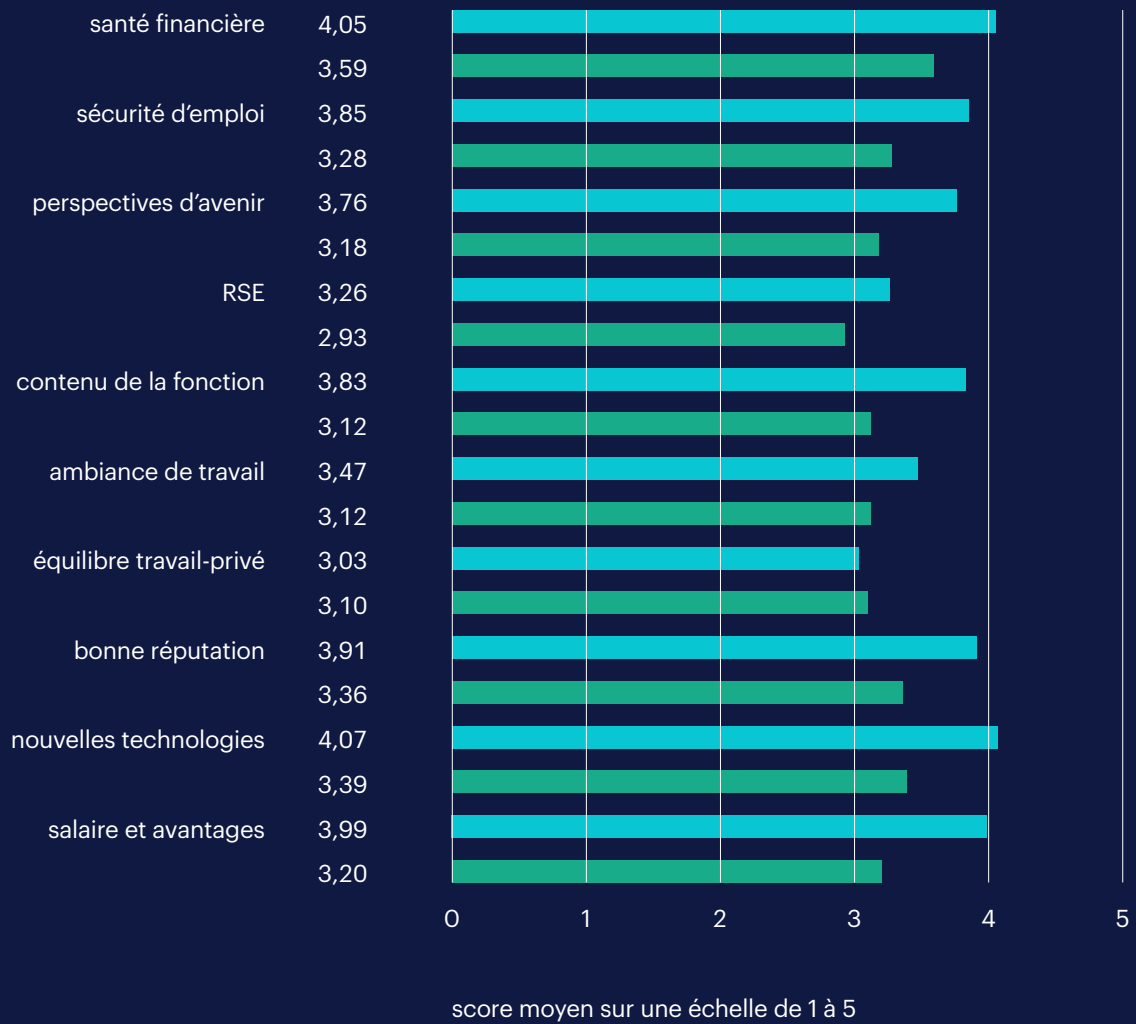
tableau 15

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

| | 1 | 2 | 3 |
|------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| santé financière | coca-cola | janssen pharmaceutica | jan de nul |
| sécurité d'emploi | deme | jan de nul | colruyt group |
| perspectives d'avenir | deme | janssen pharmaceutica | kpmg |
| RSE | colruyt group | deme | ikea |
| contenu de la fonction | deme | janssen pharmaceutica | jan de nul |
| ambiance de travail | deme | mediahuis | jan de nul |
| travail/privé | janssen pharmaceutica | multipharma | ores |
| réputation | jan de nul | deme | colruyt group |
| nouvelles technologies | deme | hp | ibm |
| salaire et avantages | deme | jan de nul | janssen pharmaceutica |

figure 2

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



■ deme
■ moyenne globale

tableau 16

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

| | 1 | 2 | 3 |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| hommes | jan de nul | deme | janssen pharmaceutica |
| femmes | capgemini | gsk | multipharma |
| 18-30 | gsk | nike | banque degroof |
| 31-50 | mediahuis | jan de nul | janssen pharmaceutica |
| 51-65 | multipharma | janssen pharmaceutica | jan de nul |
| secondaire | deme | mercedes benz | jan de nul |
| supérieur | gsk | janssen pharmaceutica | jan de nul |
| néerlandophones | janssen pharmaceutica | deme | jan de nul |
| francophones | rtbf | gsk | tui |

Comme chaque année, plusieurs vainqueurs se démarquent dans les sous-groupes. Cette année, ils sont au nombre de huit. Glaxo-SmithKline (GSK) est le seul à remporter la victoire dans plus d'un sous-groupe. Janssen Pharmaceutica et Jan De Nul sont les entreprises les plus représentées dans le top 3. Janssen s'y hisse à cinq reprises, Jan De Nul à six reprises. Deme, vainqueur global, doit se contenter de trois positionnements au top 3. Sa faible notoriété lui joue quelquefois des tours à cet égard.

8.3 l'attractivité absolue des employeurs privés

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

L'attractivité absolue d'une entreprise est surtout déterminée par sa notoriété. C'est ce qui explique que les variations dans le temps sont généralement moins importantes que celles de l'attractivité relative. Depuis 2010, la victoire était l'apanage d'une seule et même entreprise : Coca-Cola, qui a terminé gagnante à dix reprises depuis la création de cette étude. Les autres victoires sont revenues à BNP Paribas Fortis (quatre fois), Proximus, Ikea et Colruyt (chacune une fois). Il y a deux ans, après 7 victoires consécutives, Coca-Cola a dû céder pour la première fois cet honneur à Colruyt, avant de récupérer sa position de tête l'année dernière.

Cette année, c'est Coca-Cola qui conquiert le titre d'employeur le plus attractif au sens absolu. L'entreprise vole de justesse la vedette à Colruyt. De façon exceptionnelle, ces deux

l'attractivité absolue d'une entreprise est surtout déterminée par sa notoriété.

entreprises se classent aussi bien dans le top 10 de l'attractivité relative que dans celui de l'attractivité absolue.

Une performance partagée par TUI (numéro 8). Comme chaque année, les changements sont plutôt ténus. À noter que deux des trois grandes banques qui figuraient dans le top 20 l'année dernière doivent s'incliner cette année (Belfius et ING). Heureusement, BNP Paribas Fortis réintègre le top 20 pour la première fois depuis longtemps.

tableau 17

top 20 de l'attractivité absolue en belgique (en %)

| | | |
|-----|--------------------|------|
| 1. | coca-cola | 41,8 |
| 2. | colruyt group | 41,4 |
| 3. | brussels airlines | 37,8 |
| 4. | nike | 36,6 |
| 5. | ikea | 35,5 |
| 6. | decathlon | 34,5 |
| 7. | bpost | 34,0 |
| 8. | tui | 33,2 |
| 9. | delhaize | 32,6 |
| 10. | media markt | 32,2 |
| 11. | proximus | 32,2 |
| 12. | philips | 32,0 |
| 13. | bnp paribas fortis | 31,1 |
| 14. | fnac vandenborre | 31,0 |
| 15. | engie | 30,6 |
| 16. | kbc | 30,5 |
| 17. | center parcs | 29,5 |
| 18. | nmbs | 29,3 |
| 19. | ici paris xl | 29,2 |
| 20. | carrefour | 29,1 |

09

quelles organisations
publiques sont les
employeurs les plus
attractifs ?

Comme pour les entreprises privées, nous opérons une distinction entre la notoriété et l'attractivité absolue et relative des organisations publiques en tant qu'employeurs.

tableau 18

top 10 des employeurs publics les plus connus (en %)

| | | |
|----|-------------------|------|
| 1 | la police | 87,0 |
| 2 | onem | 72,1 |
| 3 | onss | 66,3 |
| 4 | la défense | 58,8 |
| 5 | autorité flamande | 56,5 |
| 6 | vdab | 56,2 |
| 7 | inami | 53,1 |
| 8 | autorité wallonne | 53,1 |
| 9 | spf | 52,6 |
| 10 | kind & gezin | 47,7 |

Les employeurs publics jouissent traditionnellement d'une notoriété inférieure à celle des employeurs privés. Seule la Police, employeur public le plus connu, aboutirait dans le top 20 des employeurs privés, avec un score de 87%. Pour le reste, comme il fallait s'y attendre, le classement ne nous réserve pas de surprises par rapport à l'an dernier. Ce sont plus ou moins les mêmes employeurs qui apparaissent dans le classement.

les employeurs publics jouissent traditionnellement d'une notoriété inférieure à celle des employeurs privés.

9.1 top 10 des organisations publiques les plus attractives

tableau 19

top 10 des organisations publiques les plus attractives (en %)

| | | |
|----|---|------|
| 1 | autorité flamande | 55,2 |
| 2 | office de la naissance et de l'enfance (o.n.e.) | 50,9 |
| 3 | spf | 50,4 |
| 4 | vlaamse milieu maatschappij (vmm) | 47,8 |
| 5 | fédération wallonie-bruxelles | 47,1 |
| 6 | office national des pensions (onp) | 44,7 |
| 7 | société wallonne des eaux (swde) | 44,0 |
| 8 | autorité wallonne | 42,8 |
| 9 | kind & gezin | 42,7 |
| 10 | agence fédérale pour la sécurité de la chaîne alimentaire (afsca) | 42,2 |

L'Autorité flamande remporte pour la deuxième fois le titre d'organisation publique la plus attractive. Une victoire qu'elle avait déjà conquise en 2013. Pas moins de 55% de ceux qui connaissent l'organisation y travailleraient volontiers, voire très volontiers.

L'Autorité flamande l'emporte de façon relativement marquée sur l'O.N.E. (encore élue organisation publique la plus attractive en 2015) et les Services Publics Fédéraux (SPF) qui avaient raflé le titre d'employeur public le plus attractif en 2012.

Tant l'Autorité flamande que les SPF obtiennent à peu près les mêmes scores d'attractivité qu'en 2015 (resp. 55% et 49% à l'époque). C'est également le cas de la Fédération Wallonie-Bruxelles (45%). L'Autorité wallonne (le Service Public de Wallonie) légèrement par rapport à 2015.

Ces scores démontrent clairement que les organisations publiques n'ont assurément rien perdu de leur attractivité. L'actuelle conjoncture favorable joue un rôle insignifiant dans ces résultats.

9.2 pourquoi l'autorité flamande est-elle l'employeur le plus attractif ?

Nous avons pour tradition de comparer les scores du vainqueur en termes d'attractivité relative avec ceux des autres employeurs publics. Il s'avère presque toujours que le vainqueur pour la plupart des critères affiche un meilleur score, et parfois même sensiblement meilleur que la moyenne. L'Autorité flamande déroge à cette règle. L'Autorité flamande ne dépasse le score moyen « que » pour cinq critères : sécurité d'emploi, salaire et avantages, contenu de la fonction, perspectives d'avenir et équilibre travail-privé. Précisons tout de même que trois des quatre principaux critères s'y retrouvent (salaire, sécurité d'emploi et équilibre travail-privé). Et dans les cas où l'Autorité flamande affiche un moins bon score, la différence est ténue.

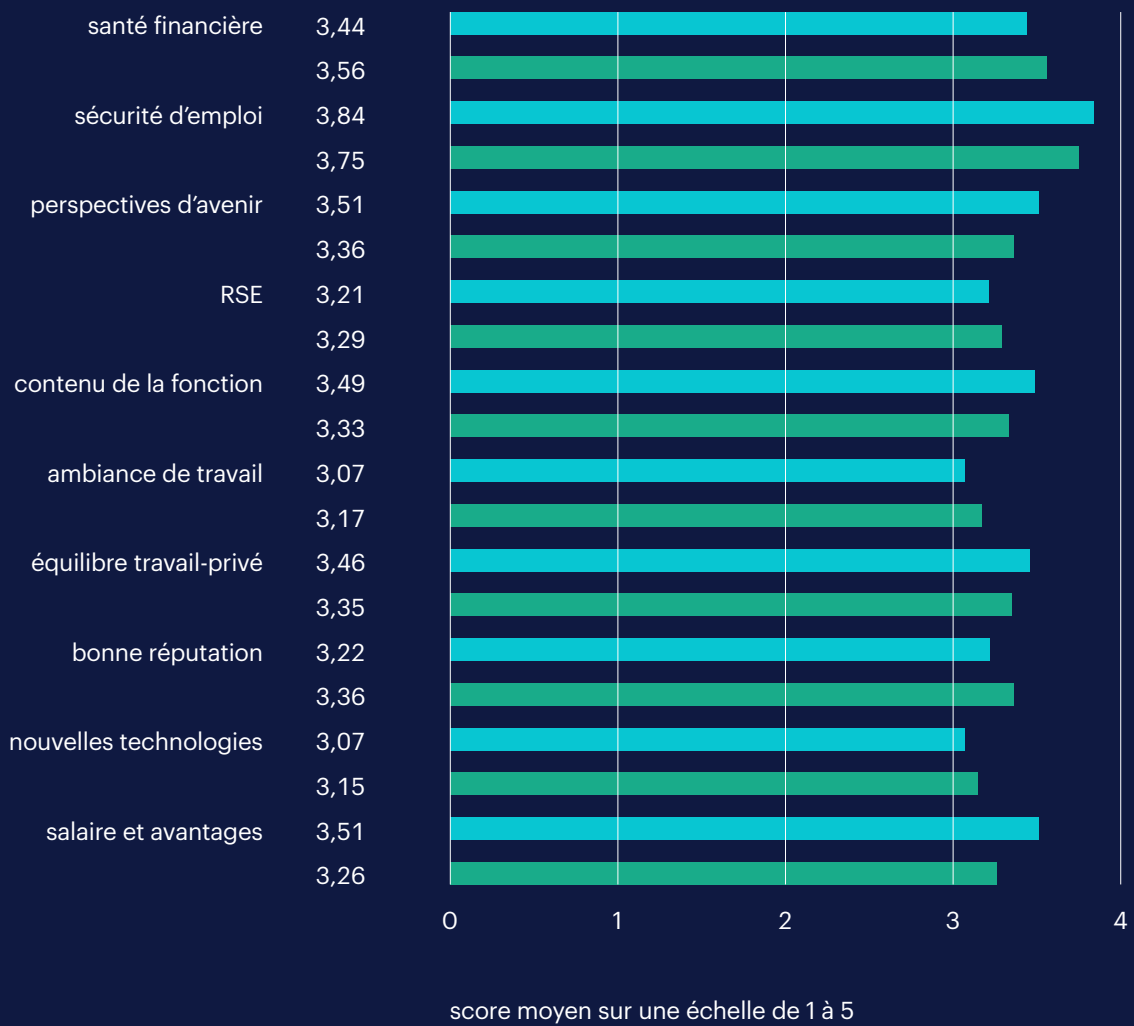
tableau 20

quels sont les trois employeurs publics récoltant les scores les plus élevés pour les différents critères ?

| | 1 | 2 | 3 |
|-------------------------|-------------------------------|-------------------|-------------------------------|
| santé financière | watergroep | vmm | afsca |
| sécurité d'emploi | la police | la défense | spf |
| perspectives d'avenir | la police | la défense | spf |
| RSE | vmm | watergroep | afsca |
| contenu de la fonction | la police | vmm | fédération wallonie-bruxelles |
| ambiance de travail | o.n.e. | vmm | kind & gezin |
| équilibre travail-privé | fédération wallonie-bruxelles | forem | onp |
| réputation | o.n.e. | vmm | kind & gezin |
| nouvelles technologies | vmm | aquafin | la défense |
| salaire et avantages | la défense | autorité flamande | spf |

figure 3

pourquoi l'autorité flamande est-elle l'employeur public le plus attractif ?



■ autorité flamande
■ employeurs publics

la police s'arroge le plus beau palmarès avec trois victoires (sécurité d'emploi, perspectives d'avenir et contenu de la fonction).

tableau 21

quels sont les trois employeurs publics récoltant les scores les plus élevés dans les sous-groupes étudiés ?

| | 1 | 2 | 3 |
|-----------------|-------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| hommes | autorité flamande | spf | fédération wallonie-bruxelles |
| femmes | o.ne. | autorité flamande | kind & gezin |
| 18-30 | o.n.e. | autorité flamande | kind & gezin |
| 31-50 | autorité flamande | fédération wallonie-bruxelles | spf |
| 51-65 | vmm | autorité flamande | spf |
| secondaire | autorité flamande | o.n.e. | afsca |
| supérieur | autorité flamande | spf | o.n.e. |
| néerlandophones | autorité flamande | spf | vmm |
| francophones | autorité wallonne | fédération wallonie-bruxelles | spf |

Pas moins de six employeurs publics différents sont les plus attractifs pour au moins un critère.

La Police s'arroge le plus beau palmarès avec trois victoires (sécurité d'emploi, perspectives d'avenir et contenu de la fonction). La VMM et l'O.N.E. peuvent également se targuer d'une victoire pour deux critères. Les autres lauréats sont Watergroep pour la santé financière, la Défense pour le salaire et avantages et la Fédération Wallonie-Bruxelles pour l'équilibre travail-privé. L'Autorité flamande – l'employeur globalement le plus attractif – ne rejoint qu'une seule fois le top 3.

Au niveau des sous-groupes, c'est l'Autorité flamande qui récolte le plus de suffrages (hommes, 31-50 ans, enseignement secondaire et supérieur et néerlandophones). L'O.N.E. est l'employeur le plus attractif auprès des femmes et des jeunes. Côté francophone, ce sont – sans grande surprise – les propres institutions qui ont la cote.

les SPF les plus attractifs

Nous avons regroupé les différents SPF pour les besoins de l'analyse globale. Mais il est bien sûr également intéressant de voir si des différences d'attractivité se dessinent également d'un SPF à l'autre. L'étude précédente avait bel et bien confirmé cette hypothèse.

tableau 22

top 10 de l'attractivité relative et de la notoriété des différents SPF (en %)

| | | |
|-----|--|------|
| 1. | affaires étrangères | 54,9 |
| 2. | santé publique | 54,4 |
| 3. | intérieur | 52,3 |
| 4. | emploi, travail et concertation sociale | 51,0 |
| 5. | personnel et organisation | 50,3 |
| 6. | justice | 50,1 |
| 7. | économie, pme, classes moyennes et énergie | 49,3 |
| 8. | finances | 47,7 |
| 9. | sécurité sociale | 45,8 |
| 10. | mobilité et transport | 43,6 |

L'attractivité des différents SPF montre en effet quelques divergences. D'autant que l'écart entre le plus attractif et le moins attractif des SPF semble augmenter. En 2013, il était de 8%, alors qu'aujourd'hui, il atteint 11%. Avec 54,9%, le SPF le plus attractif – celui des Affaires étrangères – aurait terminé juste derrière

l'Autorité flamande. Avec 43,6%, le moins attractif – le SPF Mobilité – décrocherait toujours la huitième place. L'ordre de classement des différents SPF n'évolue guère. Globalement, ce sont les mêmes SPF que l'on retrouve en haut et en bas du classement.

tableau 23

top 10 des employeurs les plus attractifs de belgique, publics et privés confondus (en %)

| | | |
|-----|-----------------------|------|
| 1. | deme | 55,9 |
| 2. | autorité flamande | 55,2 |
| 3. | janssen pharmaceutica | 53,8 |
| 4. | jan de nul | 53,7 |
| 5. | gsk | 50,9 |
| 6. | o.n.e. | 50,9 |
| 7. | mediahuis | 50,4 |
| 8. | spf | 50,4 |
| 9. | vmm | 47,8 |
| 10. | multipharma | 47,5 |

Lorsque l'Autorité flamande avait raflé la victoire en 2013, elle s'était également classée au sommet de l'attractivité globale. Cette fois, elle doit céder de justesse la première place à Deme. Traditionnellement, ce top 10 mixte montre une composition relativement équilibrée, avec 6 entreprises privées et 4 publiques.

9.3 l'attractivité absolue des employeurs publics

Comme pour les employeurs privés, le classement de l'attractivité absolue des employeurs publics montre une autre configuration que celle de leur attractivité relative. Cela s'explique par le rôle important joué ici par la notoriété de l'organisation. Étant donné la plus faible notoriété des employeurs publics.

tableau 24

top 10 de l'attractivité absolue des employeurs publics en belgique

| | | |
|-----|-------------------------------|------|
| 1. | la police | 36,3 |
| 2. | autorité flamande | 31,2 |
| 3. | onem | 29,9 |
| 4. | onss | 27,8 |
| 5. | spf | 26,3 |
| 6. | la défense | 23,4 |
| 7. | vdab | 23,3 |
| 8. | autorité wallonne | 22,7 |
| 9. | fédération wallonie-bruxelles | 20,9 |
| 10. | kind & gezin | 20,4 |

10

la valeur de
la sécurité
d'emploi

Il va sans dire que la sécurité d'emploi revêt de l'importance pour les personnes actives. C'est même le critère le plus important dans le choix d'une entreprise en temps de récession. Lorsque l'économie va mieux, la sécurité d'emploi demeure résolument dans le top 3 des critères (après le salaire, en lice pour la deuxième place avec l'ambiance de travail).

Reste à savoir si la valeur financière de la sécurité d'emploi est quantifiable. Nous avons demandé aux répondants quel pourcentage de leur salaire ils étaient prêts à céder au profit d'un emploi sûr, l'option 0% étant évidemment possible.

tableau 25

quel pourcentage de votre salaire seriez-vous prêt(e) à sacrifier au profit de la sécurité d'emploi ?

| | |
|--------|------|
| 0% | 36,1 |
| 1-5% | 27,0 |
| 6-10% | 19,1 |
| 11-15% | 8,0 |
| 16-20% | 5,3 |
| 20%+ | 4,4 |

N = 5.914

Ce tableau nous fournit quelques indications intéressantes.

Comme on pouvait le supposer, la majorité des répondants sont prêts à troquer une partie de leur salaire contre la sécurité d'emploi. Ceux qui ne souhaitent rien céder de leur salaire sont sans doute essentiellement des

travailleurs ayant une solide position sur le marché du travail, et donc bon espoir de retrouver facilement un emploi s'ils devaient perdre le leur.

Mais en moyenne, la part de salaire que l'on veut bien sacrifier est limitée. Chez 27% des répondants, elle ne dépasse pas les 5%. Seuls 4% sont prêts à céder au moins un cinquième de leur rétribution. En moyenne, les travailleurs sont disposés à troquer 6% de leur salaire contre un emploi sûr.

Plus on avance en âge, moins on est prêt à céder une part de salaire. L'affirmation selon laquelle les jeunes d'aujourd'hui ne céderaient plus rien au profit de la sécurité d'emploi – la nouvelle génération, vous savez – est ici une fois de plus démentie. La vérité, c'est que les jeunes y sont les plus sensibles, avec un pourcentage de 8%. Même constat pour le groupe d'âge supérieur (25-34 ans). Ensuite, le pourcentage diminue. Les plus de 55 ne lâcheraient plus que 4% de leur salaire.

Les différences entre hommes et femmes sont assez minimes, voire inexistantes sur ce plan. Les hommes sont prêts à céder en moyenne 7%, les femmes 6%. On ne s'étonnera guère de voir que les moins qualifiés accepteraient de céder davantage que leurs homologues plus qualifiés. Mais la différence entre ces deux sous-groupes est étonnamment faible. En moyenne, les diplômés du primaire sont prêts à sacrifier 9%, contre 6% pour les diplômés du supérieur. Curieusement, les diplômés du secondaire ne veulent pas céder davantage que les diplômés du supérieur.

Moralité : le travailleur moyen accorde certes de la valeur à la sécurité d'emploi, mais pas de façon exagérée. Sans doute la haute conjoncture n'y est-elle pas étrangère et cette valeur est-elle susceptible d'augmenter en temps de récession. C'est ce que les futures études s'emploieront à examiner.

11

les principales conclusions

- Pourquoi choisit-on un employeur plutôt qu'un autre ? Traditionnellement, les motifs varient peu d'une année à l'autre. Le critère salaire et avantages reste la motivation principale, devant la sécurité d'emploi et l'ambiance de travail, qui se disputent la deuxième place, suivis à nouveau de l'équilibre travail-vie privée.
- Plus loin dans le classement, épinglons le score du critère souci de l'environnement et de la société. Ce critère récolte habituellement un score avoisinant les 15%. En obtenant 19%, il affiche son plus haut score jamais enregistré. Chez les jeunes, son importance passe même à 25%. L'avenir nous dira si l'on peut véritablement conclure à une nouvelle tendance.
- Pas moins de deux répondants sur trois sont prêts à raboter leur salaire en échange d'un emploi sûr. En moyenne, c'est 6% du salaire que l'on veut bien sacrifier. Et même 8% du côté des jeunes.
- Le secteur pharma s'illustre à nouveau comme étant le secteur le plus attractif. Une victoire encore plus flagrante cette année. Le secteur de l'aéronautique chasse le secteur médiatique de la deuxième place. High tech et informatique & consultance complètent le top 5. Le secteur des banques & assurances ne parvient pas davantage cette année à se hisser au top 10 des secteurs les plus attractifs. Il aboutit en treizième position.

le critère salaire et avantages reste la motivation principale, devant la sécurité d'emploi et l'ambiance de travail.

- Traditionnellement, le secteur pharma est aussi le secteur le plus attractif pour la plupart des critères de la marque d'employeur. Cette année, c'est le cas pour six des critères. Il ne s'incline devant d'autres secteurs que pour l'ambiance de travail, la RSE, la sécurité d'emploi et les nouvelles technologies. Exception faite de la RSE et des nouvelles technologies, ce secteur occupe partout le top 3. Les autres lauréats sont le secteur des médias (comme chaque année, le secteur le plus attractif en termes d'ambiance de travail), le secteur du transport des personnes pour la sécurité d'emploi, le high tech pour les nouvelles technologies et le nettoyage industriel pour la RSE.
- Le secteur public, étudié en tant que secteur distinct cette année, gravit la seconde marche du podium des secteurs les plus attractifs. Seul le secteur pharmaceutique le devance. Si l'on compare l'ensemble du secteur privé avec le secteur public, on note une différence de quelque 8 points de pourcentage (resp. 42,1% et 34%). Aucun doute n'est donc permis. Même en période de conjoncture favorable, le secteur public demeure plus attractif que le secteur privé.

- L'attractivité du secteur se traduit également dans les différents critères. Tant pour la sécurité d'emploi que pour l'équilibre travail-vie privée et la RSE, le secteur public conquiert le statut de secteur le plus attractif. Même en termes de perspectives d'avenir, il s'inscrit dans le top 3. Si l'on compare l'ensemble du secteur privé avec le secteur public, le plus grand écart s'observe pour la sécurité d'emploi. Mais l'équilibre travail-privé, le contenu de la fonction, la RSE et les perspectives d'avenir font également apparaître une différence relativement importante en faveur du secteur public. Ce n'est que pour les nouvelles technologies que la balance penche nettement en faveur du secteur privé. Pour ce qui est de la santé financière et de la réputation, la différence est nulle. Enfin, on observe une différence minime en termes d'ambiance de travail et de salaire et avantages (quoique toujours en faveur du secteur public).
- L'ADN de la marque d'employeur d'une entreprise privée diffère de celui d'une organisation publique. Mais on dégage aussi des similitudes. Les points forts du secteur privé sont la santé financière et le recours aux nouvelles technologies. Les points faibles concernent traditionnellement l'ambiance de travail, l'équilibre travail-privé et le souci de l'environnement et de la société. Dans le secteur public, la sécurité d'emploi et la santé financière sont pointées comme étant les critères positifs, alors que les nouvelles technologies et l'ambiance de travail sont taxées de points faibles.

deme décroche pour la troisième fois la palme de l'employeur privé le plus attractif de Belgique. L'entreprise devance ainsi Janssen Pharmaceutica. Jan De Nul se classe troisième.

par d'anciens lauréats du Randstad Award. En cinquième position, nous trouvons la première entreprise à ne pas être un ex-lauréat : Mediahuis. Plus

- Cette année, pour la première fois depuis longtemps, bpost est à nouveau l'employeur privé le plus connu, devant Carrefour, Proximus, Coca-Cola et Ikea.

- Cette année, Deme décroche pour la troisième fois la palme de l'employeur privé le plus attractif de Belgique. L'entreprise devance ainsi Janssen Pharmaceutica, vainqueur de l'année dernière. Jan De Nul, éternel rival de Deme, se classe troisième, suivi en quatrième place de GlaxoSmithKline. Les quatre premières places sont donc occupées

loin dans le top 10, deux surprises nous attendent. En numéro sept, nous trouvons Colruyt Group, qui brise un nouveau record personnel. Banque Degroof Petercam devient quant à elle numéro neuf. C'est la première fois depuis la crise financière qu'une banque se hisse au top 10. Pour autant, il ne faut pas voir dans la performance de Banque Degroof Petercam le signe d'une renaissance du secteur dans son ensemble. Avec un résultat de sept sur dix, la présence des entreprises belges au sommet du classement est une fois de plus importante.

Coca-Cola est à nouveau l'employeur le plus attractif en termes absolus. C'est sa 12ème victoire sur 19 participations.

- Comme toujours, le lauréat de l'attractivité globale présente aussi un bon bulletin pour les critères distincts. Il n'en va pas autrement pour Deme. L'entreprise surpasse la moyenne globale dans tous les critères. Aucune faiblesse ne se manifeste à ce niveau. Il n'y a que pour l'équilibre travail-vie privée que l'entreprise se classe juste en deçà de la moyenne.
- Deme consolide encore sa victoire globale par six victoires dans les différents critères (sécurité d'emploi, perspectives d'avenir, contenu de la fonction, ambiance de travail, nouvelles technologies et salaire et avantages). Les autres gagnants sont Coca-Cola (santé financière), Colruyt Group (RSE), Janssen Pharmaceutica (équilibre travail-privé) et Jan De Nul (réputation). Cette dernière entreprise atteint six fois le top 3.
- Au niveau des organisations publiques, c'est l'Autorité flamande qui rafle le titre d'employeur le plus attractif. Ce qui lui vaut de remporter pour la deuxième fois celui d'employeur public le plus attractif. L'Autorité flamande devance de façon relativement marquée l'O.N.E. et les SPF, deux organisations qui avaient chacune décroché une fois ce titre dans le passé.
- Au sein des SPF, nous remarquons des différences relatives entre le plus attractif et le moins attractif des employeurs. À ceci près que le moins attractif enregistre toujours plus de 40% d'attractivité. Les Affaires étrangères se révèlent le SPF le plus attractif avec 54,9%, un score encore tout juste inférieur à celui de l'Autorité flamande. Les SPF Sécurité sociale (45,8%) et Mobilité et Transport (43,6%) sont les moins attractifs.
- Toutes entreprises et organisations confondues, le top 10 des employeurs les plus attractifs se compose de six employeurs privés et quatre employeurs publics. DEME l'emporte de justesse sur l'Autorité flamande.
- Coca-Cola est à nouveau l'employeur le plus attractif en termes absolus. C'est sa 12ème victoire sur 19 participations. Coca-Cola domine ainsi de justesse Colruyt. Brussels Airlines, Nike et Ikea complètent le top 5. Non contentes de figurer dans le top 10 de l'attractivité relative, Coca-Cola et Colruyt se hissent donc également dans celui de l'attractivité absolue. Une performance partagée par TUI, qui se classe huitième. Avec 41,8%, Coca-Cola enregistre en outre un score historiquement élevé, n'ayant surpassé cette performance qu'une seule fois dans l'histoire.

annexe

employeurs
privés et
publics

employeurs privés

| | |
|------------------------------------|--|
| (aib) vincotte | informatique & consultance |
| ab inbev – anheuser busch inbev | alimentation |
| accenture | informatique & consultance |
| action | retail (textile, meubles,...) |
| ag insurance | banques & assurances |
| agc | non-métal |
| agfa | informatique & consultance |
| ahold (albert heijn) | distribution |
| alcatel-lucent bell | high tech |
| alcon couvreur | pharmaceutique |
| aldi | distribution |
| aperam stainless | métallurgie & sidérurgie |
| arcelor mittal | métallurgie & sidérurgie |
| atlas copco | métallurgie & sidérurgie |
| audi | véhicules (production) |
| aviapartner | transport (marchandises) & logistique |
| axa | banques & assurances |
| baloise | banques & assurances |
| balta | non-métal |
| bank degroof petercam | banques & assurances |
| barco | high tech |
| barry callebaut | alimentation |
| basf | chimie |
| baxter | pharmaceutique |
| bayer | pharmaceutique |
| bekaert | métallurgie & sidérurgie |
| belfius | banques & assurances |
| belgacom | télécom & contact centers |
| bnb | banques & assurances |
| bnp paribas | banques & assurances |
| borealis | chimie |
| bosch group | véhicules (production) |

| | |
|----------------------------------|--|
| bpost | transport (marchandises) & logistique |
| brico | retail (textile, meubles,...) |
| brussels airlines | aéronautique |
| c&a | retail (textile, meubles,...) |
| c.b.r cementbedrijven | non-métal |
| capgemini | informatique & consultance |
| cargill | alimentation |
| carrefour | distribution |
| cbc | banques & assurances |
| cegeka | informatique & consultance |
| cegelec | construction & installation |
| center parcs | horeca & tourisme |
| cleaning masters | nettoyage industriel & environnement & sécurité |
| cnh | véhicules (production) |
| coca-cola | alimentation |
| cofely | construction & installation |
| cola | construction & installation |
| colruyt | distribution |
| compass group | horeca & tourisme |
| cora | distribution |
| corelio | médias |
| daf trucks | véhicules (production) |
| daikin | métallurgie & sidérurgie |
| de lijn | transport (personnes) |
| decathlon | retail (textile, meubles,...) |
| delhaize | distribution |
| deloitte | informatique & consultance |
| deme (dredging international) | construction & installation |
| dhl (deutsche post) | transport (marchandises) & logistique |
| d'ijeteren | véhicules (retail/services) |

| | |
|--|---|
| dsv | transport (marchandises) & logistique |
| electrabel | énergie |
| elia | énergie |
| ernst & young (ey) | informatique & consultance |
| esso (exxonmobil) | chimie |
| estée lauder | non-métal |
| ethias | banques & assurances |
| euroclean | nettoyage industriel & environnement & sécurité |
| euroclear | banques & assurances |
| evonik degussa | chimie |
| f.n. herstal | métallurgie & sidérurgie |
| fabricom | construction & installation |
| febelco | transport (marchandises) & logistique |
| fluvius system operator (eandis, infrax) | énergie |
| friesland campina | alimentation |
| g.o.m. | nettoyage industriel & environnement & sécurité |
| g4s | nettoyage industriel & environnement & sécurité |
| general services antwerp | transport (marchandises) & logistique |
| group s | ressources humaines |
| gsk – glaxosmithkline | pharmaceutique |
| h&m – hennes & mauritz | retail (textile, meubles,...) |
| h.essers | transport (marchandises) & logistique |
| hr rail | transport (personnes) |
| ibm | informatique & consultance |
| ici paris xl | retail (textile, meubles,...) |
| ikea | retail (textile, meubles,...) |
| imtech | construction & installation |
| ineos | chimie |
| infrabel | transport (personnes) |
| ing | banques & assurances |
| inno | retail (textile, meubles,...) |
| ip globalnet | télécom & contact centers |
| iris (cleaning) | nettoyage industriel & environnement & sécurité |

| | |
|------------------------------------|---|
| iss facility services | nettoyage industriel & environnement & sécurité |
| jan de nul | construction & installation |
| jetair | horeca & tourisme |
| janssen pharmaceutica | pharmaceutique |
| kbc | banques & assurances |
| kpmg | informatique & consultance |
| krefel | retail (textile, meubles,...) |
| kruidvat | retail (textile, meubles,...) |
| la lorraine bakery group | alimentation |
| laurenty | nettoyage industriel & environnement & sécurité |
| lidl | distribution |
| lunch garden | horeca & tourisme |
| makro | distribution |
| match | distribution |
| mcbride | non-métal |
| médias markt | retail (textile, meubles,...) |
| mestdagh (champion) | distribution |
| mivb | transport (personnes) |
| mobistar | télécom & contact centers |
| mondelez | alimentation |
| multipharma | pharmaceutique |
| nexans | métallurgie & sidérurgie |
| nike | transport (marchandises) & logistique |
| nlmk | métallurgie & sidérurgie |
| nmbs groep | transport (personnes) |
| okay | distribution |
| ontex | non-métal |
| ores | énergie |
| p&g – procter & gamble | non-métal |
| p&v assurances – p&v verzekeringen | banques & assurances |
| partena | ressources humaines |
| pfizer | pharmaceutique |
| philips | high tech |
| pinguin / scana noliko | alimentation |
| pizza hut | horeca & tourisme |
| primark | retail (textile, meubles,...) |

| | |
|---|---|
| punch powertrain | véhicules (production) |
| puratos | alimentation |
| pwc – pricewaterhouse-coopers | informatique & consultance |
| quality meat renmans | distribution |
| randstad | ressources humaines |
| realdolmen | informatique & consultance |
| recticel | chimie |
| renewi | nettoyage industriel & environnement & sécurité |
| roularta | médias |
| rtbf – radio télévision belge francophone | médias |
| saint-gobain | non-métal |
| sd worx | ressources humaines |
| securex | ressources humaines |
| securitas | nettoyage industriel & environnement & sécurité |
| seris | nettoyage industriel & environnement & sécurité |
| sgs | informatique & consultance |
| sibelga – brussels network operations (bno) | énergie |
| siemens | high tech |
| sita | nettoyage industriel & environnement & sécurité |
| sodexo | horeca & tourisme |
| solvay | chimie |
| sonaca | aéronautique |
| spie | construction & installation |
| swift | informatique & consultance |
| swissport international | transport (marchandises) & logistique |
| tec | transport (personnes) |
| techspace aero (safran) | aéronautique |
| telenet | télécom & contact centers |
| tenneco automotive | véhicules (production) |
| thomas & piron | construction & installation |
| tnt | transport (marchandises) & logistique |
| total | chimie |
| toyota motor corporation | véhicules (retail/services) |

| | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|
| tractebel | construction & installation |
| tvh forklift parts | véhicules (production) |
| ucb – union chimique belge | pharmaceutique |
| umicore | chimie |
| unilin | non-métal |
| ups – united parcel service | transport (marchandises) & logistique |
| valeo | véhicules (production) |
| van hool | véhicules (production) |
| van marcke | retail (textile, meubles,...) |
| vandemoortele | alimentation |
| vanden borre | retail (textile, meubles,...) |
| veolia | construction & installation |
| volvo car corporation | véhicules (production) |
| volvo group belgium (trucks & parts) | véhicules (production) |
| vrt | médias |
| westvlees | alimentation |
| wienerberger | non-métal |
| zara | retail (textile, meubles,...) |
| zeeman | retail (textile, meubles,...) |

employeurs secteur public

actiris

agence fédérale pour la sécurité de la chaîne alimentaire (afsca)

aquafin

autorité flamande

autorité wallonne (service public de wallonie)

de watergroep (vmw)

fédération wallonie-bruxelles

forem

inami

kind & gezin

la défense

la police

o.n.e. (office de la naissance et de l'enfance)

onem

onp

onss

régie des bâtiments

spf affaires étrangères

spf économie, kmo, middenstand en énergie

spf emploi, travail et concertation sociale

spf finances

spf intérieur

spf justice

spf mobilité et transport

spf personnel et organisation

spf santé publique

spf sécurité sociale

swde (société wallonne des eaux)

vdab

vivaqua

vmm (vlaamse milieumaatschappij)

randstad.be



randstad
research