



# Baromètre des grandes tendances de l'emploi 1er trimestre 2022

Eclairages et tendances à retenir sur l'emploi en ligne : les secteurs, les métiers, les régions et les contrats plébiscités ou en tension en France

Paris, le 16 Juin 2022 - [Golden Bees](#), première agence de marketing programmatique RH en Europe, délivre aujourd'hui les données clés de son baromètre trimestriel dédié aux grandes tendances de l'emploi en ligne. Un constat sans appel : le nombre d'offres d'emploi publié est en constante augmentation, tandis que les candidatures sont en baisse.

## Informations clés de l'enquête :

- **+60% de hausse du volume d'offres publiées**
  - +213% pour le secteur Hôtellerie-restauration / tourisme / loisirs / animation
  - +212% pour le secteur Service à la personne / à la collectivité
- **-54% c'est en revanche la baisse des candidatures**, causant un déficit d'attractivité global pour les offres d'emploi
- **+6 points pour le contrat CDI par rapport au T1 2021**. Ce qui dénote d'une confiance en l'avenir moyen et long-terme des entreprises. La part du CDD ainsi que celle de l'intérim et du libéral sont en légère baisse.
- **Les catégories les plus attractives :**
  - Le Support à l'entreprise rassemble, comme en 2021, la majorité des candidatures : 35% au T1 2022.
  - Communication / Média / Multimédia 2,3 candidatures par offre (versus 8,2 candidatures par offre à la même période en 2021)
  - Transport / Logistique 1,8 candidatures par offre (versus 6 candidatures par offre à la même période en 2021)
- **58% des employeurs anticipent des projets de recrutement "difficiles"**
- **L'Île-de-France demeure le plus gros pourvoyeur d'emploi**, avec un peu plus de 20% des offres. Cependant en dépit de sa position dans le classement, l'attractivité de la région IDF semble en baisse



## Analyse de Golden Bees

Parmi les grands objectifs d'Emmanuel Macron pour son nouveau quinquennat : le retour au plein emploi en 5 ans. Un objectif ambitieux lorsqu'on s'attache aux données du marché de l'emploi : les offres sont certes plus nombreuses mais le volume de candidatures est en baisse continue après un pic en T4 2020 (-63% à date, par rapport à ce pic).

Pour Nolwenn Pigault, Chief Marketing Officer chez Golden Bees, il s'agit avant tout de se questionner sur les façons d'atteindre le plein emploi : parle-t-on d'assurer de la stabilité professionnelle, d'une continuité de remplacement des collaborateurs ? D'atteindre un équilibre parfait entre offre et demande ?

*“Qui représente l'offre, et qui représente la demande ? Selon le métier, le secteur et l'entreprise, ce rapport offre/demande peut être inversé entre candidats et entreprises. Rappelons-le toutefois : quel que soit le cas de figure, c'est l'entreprise et sa capacité à recruter qui vont conditionner le potentiel de rencontre effective. Les entreprises ont donc un rôle clé dans la dynamique qui tend vers le plein emploi”* explique Nolwenn.

Il s'agit pour les entreprises de créer de nouvelles opportunités d'emploi, mais aussi et surtout de rendre possible leur concrétisation. Il faut donc anticiper ses besoins business, notamment sur des métiers qui n'existent pas encore, au travers de formations dédiées ou en tissant des liens avec les grands acteurs de l'éducation par exemple. Cela demande par ailleurs de changer sa perception des flux de personnes, des départs, des arrivées, des évolutions... Les entreprises doivent accepter le changement perpétuel et l'inclure dans leur vision comme dans leur approche managériale.

Sur la partie recrutement, l'entreprise doit également définir son positionnement en tant qu'employeur.

- En premier lieu, travailler en interne pour créer les conditions d'engagement et fidéliser les collaborateurs dans le temps. En d'autres mots, capitaliser sur ses investissements et son capital humain pour créer un cercle vertueux et attirer de potentielles recrues.
- En second lieu, le travail de la communication RH externe. D'abord, en partant du candidat : il s'agit avant tout d'adapter son offre employeur à la réalité de ses attentes. Plutôt que de se placer dans une posture attentiste, le recruteur doit s'interroger sur ses candidats cibles pour comprendre leurs attentes, les approcher de manière pertinente et personnalisée et piloter sa stratégie d'engagement et d'acquisition de façon maîtrisée. Un travail d'autant plus important lorsqu'on se positionne sur des typologies de métiers fortement concurrentielles telles que l'IT, le magasinage et la préparation de commandes, la comptabilité, les opérations



**GoldenBees**  
HR Tech & Data Partner

manuelles d'assemblage, le tri ou l'emballage, ou encore l'installation et la maintenance d'équipements industriels et d'exploitation (\*typologies de métiers les plus recherchées par les recruteurs, Nov.2021 - Avril 2022, Golden Bees).

Le travail de visibilité des métiers est lui aussi essentiel : certains sont méconnus, d'autres souffrent de préjugés. Le recruteur devra travailler sa communication RH pour susciter l'intérêt du candidat, qu'il s'agisse de faire de la pédagogie, de proposer une découverte des métiers (par exemple au travers de l'ambassadorat) ou de déconstruire des idées reçues.

Enfin, il semble essentiel de bien se connaître en tant qu'entreprise et surtout de savoir se positionner et se différencier au sein de son écosystème sectoriel et métier de façon à porter à la connaissance des candidats l'ensemble des opportunités, quitte à bousculer des idées reçues : un travail en profondeur, qui doit prendre sa source au-delà de la sphère RH.



**GoldenBees**  
HR Tech & Data Partner

## Marché de l'emploi en ligne : l'embellie se poursuit

On observe depuis déjà plusieurs trimestres un regain d'offres d'emploi, et le 1er trimestre 2022 ne fait pas exception : on note une hausse globale du volume d'offres entre T1 2021 et T1 2022 avec +60%. Une embellie confirmée par Pôle Emploi, qui prévoit pour l'année 2022 une augmentation historique de 12% du volume de recrutements par rapport à l'année précédente. Cette hausse apportera, sans aucun doute, son lot de difficultés : 58% des employeurs anticipent déjà des projets de recrutement "difficiles".

L'embellie concerne de nombreuses catégories, parmi lesquelles :

- La catégorie **Hôtellerie - restauration / tourisme / loisirs / animation** dont le redémarrage se poursuit avec **+ 213%** en volume d'offres
- La catégorie **Service à la personne / à la collectivité** avec **+121%** volume d'offres
- La catégorie **Commerce / Vente / Grande distribution** avec **+98%** d'offres
- La catégorie **Transport / Logistique** avec **+87%** d'offres
- La catégorie **Support à l'entreprise** avec **+66%** d'offres
- La catégorie **Industrie** avec **+54%** d'offres
- La catégorie **Construction / Bâtiment Travaux publics** avec **+45%** d'offres

**Les candidatures subissent en revanche une baisse importante (-54%), causant un déficit d'attractivité global pour les offres d'emploi.** Les catégories les plus attractives :

- La catégorie **Communication / Média / Multimédia** 2,3 candidatures par offre (*versus 8,2 candidatures par offre à la même période en 2021*)
- La catégorie **Transport / Logistique** 1,8 candidatures par offre (*versus 6 candidatures par offre à la même période en 2021*)
- La catégorie **Commerce / Vente / Grande distribution** 1,6 candidatures par offre (*versus 5,5 candidatures par offre à la même période en 2021*)
- La catégorie **Support à l'entreprise** 1,6 candidatures par offre (*versus 5,9 candidatures par offre à la même période en 2021*)



**GoldenBees**  
HR Tech & Data Partner

## Les contrats les plus recherchés par les entreprises

En % par rapport au volume global des offres

T1 2021	T4 2021	T1 2022
CDI : 35%	CDI : 40%	CDI : 41%
Intérim : 32%	Intérim : 33%	Intérim : 34%
CDD : 5%	CDD : 9%	CDD : 7%
Libéral : 2%	Libéral : 4%	Libéral : 3%

On note un classement similaire à l'année précédente; toutefois, la hausse de 6 points pour le contrat CDI par rapport au T1 2021 dénote d'une confiance en l'avenir moyen et long-terme des entreprises. La part du CDD ainsi que celle de l'intérim et du libéral sont en légère baisse.

## Les catégories avec le plus de candidatures

En % par rapport au volume global des candidatures

T1 2021	T4 2021	T1 2022
Support à l'entreprise : 35%	Support à l'entreprise : 28%	Support à l'entreprise : 31%
Commerce/vente/grande distribution : 17%	Commerce/vente/grande distribution : 20%	Commerce/vente/grande distribution : 18%
Transport/logistique : 12%	Transport/logistique : 14%	Transport/logistique : 15%
Industrie : 9%	Industrie : 10%	Industrie : 9%
Services à la personne/collectivité : 6%	Services à la personne/collectivité : 8%	Services à la personne/collectivité : 6%

Le Support à l'entreprise rassemble, comme en 2021, la majorité des candidatures : 35% au T1 2022. On retrouve le même classement qu'au trimestre précédent, avec une légère augmentation de la catégorie Support à l'entreprise (+3 points) et de la catégorie Transport / Logistique (+1 point).

On retrouve parmi les métiers recevant le plus de candidatures :

- **Support à l'entreprise** : les offres en comptabilité (assistant comptable, comptable, gestionnaire paie...), et en stratégie commerciale, marketing et supervision des ventes (chargé/responsable marketing, responsable commercial, manager marketing...) sont celles qui reçoivent le plus de candidatures pour cette catégorie
- **Commerce / Vente / Grande distribution** : les offres de l'assistantat commercial (assistant commercial, assistant administration des ventes, assistant administratif, assistant service clients...) regroupent à elles seules 32% des candidatures de cette catégorie



**GoldenBees**  
HR Tech & Data Partner

- **Transport / logistique** : les offres de magasinage et préparation de commandes (préparateur de commandes, cariste magasinier, magasinier, agent logistique...) représentent 46% des candidatures de cette catégorie

## Les catégories avec le plus d'offres d'emploi diffusées

T1 2021	T4 2021	T1 2022
Support à l'entreprise : 18%	Support à l'entreprise : 19%	Support à l'entreprise : 19%
Industrie : 15%	Industrie : 14%	Industrie : 15%
Construction / Bâtiment Travaux Publics : 14%	Construction / Bâtiment Travaux Publics : 13%	Construction / Bâtiment Travaux Publics : 13%
Installation / Maintenance : 12%	Transport / Logistique : 11%	Commerce / Vente / Grande distribution : 11%
Transport / Logistique : 9%	Commerce / Vente / Grande distribution : 11%	Transport / Logistique : 11%

Un podium similaire à l'année précédente. Parmi les évolutions à noter : le **recrutement en hausse d'un point** sur la catégorie Support à l'entreprise et de **2 points** sur la catégorie **Transport / Logistique** par rapport à au T1 2021.

La catégorie Support à l'entreprise, celle Commerce / Vente / Grande Distribution et celle du Transport / Logistique occupent comme souvent les premières places du classement. Parmi les profils les plus recherchés :

- **Support à l'entreprise** : les postes liés à la comptabilité (comptable, assistant comptable, gestionnaire paie...) ainsi que les postes liés aux études et au développement informatique (développeur, lead tech, responsable informatique, ingénieur devops...) figurent parmi les plus recherchés dans cette catégorie
- **Industrie** : la majeure partie des offres (20%) concerne des métiers liés aux opérations manuelles d'assemblage, de tri ou d'emballage (agent production, opératrice, agent fabrication, agent conditionnement...)
- **Construction / Bâtiment / Travaux Publics** : on retrouve dans cette catégorie des métiers du second oeuvre (12%), de la Direction de chantier BTP (12%) et de l'ingénierie & études du BTP (11%)



**GoldenBees**  
HR Tech & Data Partner

## Régions qui recrutent le plus

T1 2021	T4 2021	T1 2022
Ile-de-France : 19%	Ile-de-France : 20%	Ile-de-France : 20%
Auvergne-Rhône-Alpes : 14%	Auvergne-Rhône-Alpes : 14%	Auvergne-Rhône-Alpes : 14%
Nouvelle-Aquitaine : 9%	Nouvelle-Aquitaine : 8%	Nouvelle-Aquitaine : 9%

Un top 3 inchangé par rapport au trimestre précédent. **L'Île-de-France demeure le plus gros pourvoyeur d'emploi**, avec un peu plus de 20% des offres, tandis que la Nouvelle-Aquitaine progresse d'un point.

A noter : en dépit de sa position dans le classement, l'attractivité de la région IDF semble en baisse. On comptait 8 candidatures par offre d'emploi au T1 2021, contre 2 candidatures par offre en T1 2022. En cause, la hausse importante du volume d'offres (+67%) qui n'a pas été amortie par le volume de candidatures (en baisse de 54% entre T1 2021 et T1 2022).

### Méthodologie de l'enquête :

Cette étude a été conduite sur la base de 1 309 758 offres d'emploi diffusées entre le 1er janvier et le 31 mars 2022 en France et permet de décrypter les grandes tendances de l'emploi pour le 1er trimestre 2022.

**Le baromètre de Golden Bees est disponible [ici](#)**

### A propos de Golden Bees

À la croisée du conseil et de la tech, Golden Bees - filiale de Figaro Classifieds - est la première agence de marketing programmatique RH en Europe. Créée en 2015, Golden Bees œuvre à mettre les RH au cœur de la performance de l'entreprise, et intervient sur le conseil média, technologique ou encore l'analyse de données RH. Golden Bees optimise la digitalisation et l'organisation de la chaîne du recrutement des entreprises, pour permettre aux recruteurs d'améliorer la performance de leur stratégie de communication RH et de sourcing, quels que soient leurs partenaires actuels ou futurs. Notre mission est simple et pourtant essentielle : apporter un ROI mesurable et pertinent aux entreprises. <https://www.goldenbees.fr/>

Sophie Artonne : [sophie@sophieartonneconsulting.com](mailto:sophie@sophieartonneconsulting.com) - 07 81 33 29 83

Nathalie Merle : [nmerle@nmc-communication.com](mailto:nmerle@nmc-communication.com) - 06 14 19 96 29