



## Enquête nationale de Golden Bees sur les attentes des candidats en 2023

Alors que 73% des sondés envisagent de changer de job en 2023, Golden Bees s'attèle à comprendre leur ressenti et leurs attentes sur le marché de l'emploi. Parce que connaître les attentes des candidats, c'est disposer de données tangibles pour faire rencontrer l'offre et la demande.

Paris, le 1er février 2023 - [Golden Bees](#), accélérateur des stratégies digitales et publicitaires RH depuis 2015, délivre aujourd'hui les résultats de son enquête nationale sur les ressentis et attentes des candidats en 2023.

Une récente étude de Golden Bees révélait que 58% des recrutements sont jugés difficiles par les entreprises. Preuve en est, une offre d'emploi appelle en moyenne seulement 0,88 candidature. Fort de ce constat, Golden Bees a mené une enquête approfondie afin de mieux cerner l'état d'esprit des candidats, et de mieux comprendre en quoi ils pourraient ou non se retrouver dans la proposition de valeur des entreprises.

Pour Nolwenn Pigault, Chief Marketing Officer de Golden Bees :

*“En 2023 il n'est assurément plus possible d'envisager attirer des candidats sans les connaître parfaitement : leurs aspirations, leurs ressentis ou leurs attentes. Grâce à notre département “Insight”, qui oeuvre à comprendre les mutations des candidats, nous disposons de données tangibles qui ne laissent plus de place à des généralités qui ne sauraient aider les entreprises à adapter leur stratégie de recrutement.*

*Notre nouvelle étude a pour objectif de dépasser les biais cognitifs sur les attentes des candidats. Bien que le sujet soit largement documenté et vécu par les recruteurs, il n'est pas toujours aisé pour les entreprises d'y répondre et ces dernières peuvent adopter une posture de travail imprécise. Pourtant, une partie de la réponse réside simplement dans l'acceptation de casser les idées préconçues et les mauvaises pratiques qui bloquent le potentiel de rencontre au niveau individuel.”*

### 73% des répondants envisagent de changer de job en 2023

Avec une hausse de 72% du volume d'offres d'emploi et une baisse de près de 50% des candidatures, la tension sur le marché de l'emploi s'est accentuée en 2022. Et pourtant, les intentions de mobilité sont encourageantes : près de 3 candidats sur 4 envisagent de changer d'emploi au cours de l'année 2023. De belles perspectives pour les recruteurs, qui



ont déjà en leur possession tous les outils pour répondre à leurs enjeux. La clé : travailler la marque employeur à bon escient en s'assurant de l'alignement de la promesse et de la réalité, tout en prenant en compte le ressenti et les attentes des candidats.

## Les candidats et leur job actuel

73% des répondants envisagent de changer de job cette année, dont 69% en externe. Les principales motivations, au-delà du salaire, ont trait à la reconnaissance : la considération, la recherche d'impact positif et de plus de responsabilités.

- 41% des sondés sont en recherche active d'un nouveau job. 28% ont amorcé les recherches et 17% envisagent une recherche à moyen/long terme
- Ceux qui sont en phase de mobilité évoquent à 44% la recherche d'un meilleur salaire, 33% une meilleure considération, 30% sont en recherche de meilleures conditions de travail et 26% évoquent la recherche d'un meilleur impact environnemental et sociétal

## L'état d'esprit des candidats face aux offres d'emploi

Les candidats considèrent majoritairement (73%) qu'il est difficile pour eux de candidater à une offre d'emploi.

- 40% des candidats considèrent qu'il est difficile de candidater à une offre d'emploi car les offres sont très strictes sur les profils recherchés
- 22% car ils ne trouvent pas d'offres correspondant (profil/secteur). Seuls 20% ne perçoivent pas cette difficulté car ils disent savoir s'adapter pour trouver le bon job

## Les freins à leur recherche d'emploi

Donnée intéressante et peut-être contraire à ce que les recruteurs peuvent clamer : 55% des répondants estiment que le rapport de force est en faveur du recruteur.

Parmi les freins à la candidature : des salaires peu adaptés aux compétences attendues, un manque d'offres et parfois une incohérence entre le discours de l'entreprise et la réalité.

- pour 41%, le décalage entre les salaires et les compétences attendues sont le premier frein à leur recherche d'emploi
- pour 30% la raison évoquée est le faible nombre d'offres correspondant à la recherche
- Une incohérence entre le discours de l'entreprise et son processus de recrutement est évoquée par 27% des répondants

## Le rapport des candidats au travail

La majorité des candidats ont un rapport apaisé au travail : il prend une place importante dans leur vie, sans prendre le pas sur leur vie personnelle. Le triptyque missions, salaire et équilibre vie professionnelle/vie personnelle est sans surprise décisif dans le choix d'un emploi.



**GoldenBees**  
HR Tech & Data Partner

- 42% des sondés estiment leur job comme important mais pas central. ils recherchent avant tout le confort dans leur vie personnelle. Seuls 11% considèrent que leur travail prend le pas sur leur vie personnelle.
- Les 3 critères de choix d'un emploi sont les missions (50%), le salaire (47%) et en troisième position seulement l'équilibre vie pro/perso (28%)

## **Les attentes des candidats vis-à-vis des entreprises et des recruteurs en 2023**

- Les candidats sont attentifs à la réputation des entreprises qu'ils évaluent (51%), mais pas nécessairement à leur prestige. 75% des candidats accordent de l'importance à la marque employeur, mais ils sont nombreux à juger qu'elle est parfois en décalage avec la réalité de l'entreprise et sont globalement peu satisfaits de leur dernière expérience candidat (5.6/10, c'est la note moyenne attribuée par les répondants à leur dernière expérience candidat.

### Méthodologie de l'étude :

Questionnaire auto-administré basé sur un échantillon de +1900 répondants du 2 au 9 janvier 2023.

### A propos de Golden Bees

Accélérateur des stratégies digitales et publicitaires RH depuis 2015, Golden Bees, filiale de Figaro Classifieds, œuvre à mettre les RH au cœur de la performance de l'entreprise.

Nous permettons aux recruteurs d'améliorer la performance de leur stratégie de communication marque employeur et de sourcing, grâce à notre expertise tech, data et média, quels que soient leurs partenaires actuels ou futurs.

Notre mission est simple et pourtant essentielle :

favoriser la rencontre sur le marché de l'emploi en connectant notre data et connaissance du marché RH à la dimension publicitaire.

<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