



ENQUÊTE VO RH

LES HABITUDES ET MÉTHODES
DE RECRUTEMENT DES
PROFESSIONNELS DE L'AUTOMOBILE

WWW.VO-RH.FR

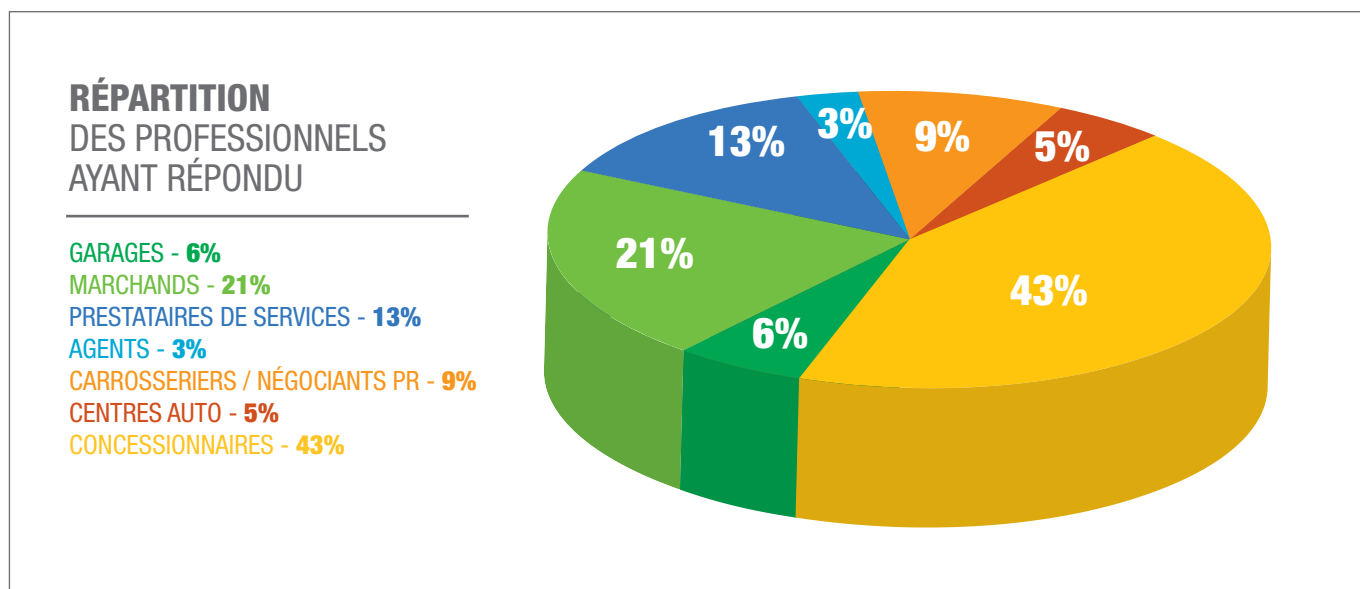
LES HABITUDES ET MÉTHODES DE RECRUTEMENT DES PROFESSIONNELS DE L'AUTOMOBILE SONT-ELLES SATISFAISANTES ?

Depuis la création du site d'offres d'emploi automobile www.vo-rh.fr en mars 2013, nous avons rencontré de nombreux dirigeants insatisfaits du recrutement. Entendu par recrutement le fait de mettre en adéquation un emploi avec une personne qui l'exerce. Face à ces retours nous avons voulu connaître leurs habitudes et méthodes afin de comprendre pourquoi une telle insatisfaction.

À travers cette enquête, VO RH a tenté de quantifier le degré de satisfaction des professionnels vis-à-vis de leurs habitudes de recrutement. C'est-à-dire les difficultés qu'ils peuvent rencontrer tout au long du processus de recrutement, les différentes méthodes employées, les attentes par rapport aux candidats ou encore leur regard sur la formation actuellement.

>> MÉTHODOLOGIE

VO RH a réalisé cette enquête pendant deux mois (de décembre 2014 à janvier 2015) sur le recrutement dans le secteur automobile. 200 professionnels issus de l'ensemble des typologies existantes ont répondu à notre questionnaire ([cliquez-ici](#)) : MRA, agents, carrossiers, concessionnaires mais aussi des prestataires de services type garantisateurs, sociétés de consulting, centres de formation qui emploient des personnes issus de la branche automobile.



>> LES CHIFFRES DE L'EMPLOI AUTOMOBILE

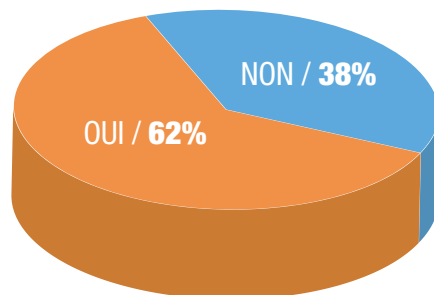
Le secteur de l'automobile est aujourd'hui très important en France : 115 000 entreprises emploient 400 000 salariés pour un total de 140 milliards de chiffre d'affaires sur notre territoire¹. Depuis 2008, la crise a fortement affecté ce secteur, mais en 2014, la tendance revient peu à peu à la normale avec un équilibre sur le marché : il y a presque autant d'embauches que de départs². Au total, ce sont une vingtaine de métiers différents qui sont représentés dans l'automobile : Carrossiers, Concessionnaires, Mécaniciens, Prestataires de services...

¹ Chiffres CNPA

² CNPA, Baromètre de l'automobile 2^{ème} trimestre 2014, Focus sur l'emploi

1 DES DIFFICULTÉS POUR RECRUTER

**AVEZ-VOUS
DES DIFFICULTÉS
À RECRUTER ?**



**LES SECTEURS
LES PLUS CITÉS**

- Mécanique / **36%**
- Vente / **28%**
- Carrosserie / **25%**

À la question « *Avez-vous des difficultés pour recruter ?* » 62% des recruteurs interrogés ont répondu par l'affirmative.

À titre d'exemple, d'après une étude BMO publiée par Pôle Emploi en 2013, tous secteurs confondus 40% des recruteurs anticipaient que le recrutement allait être difficile en France³. Dans le secteur de l'automobile, il y aurait donc plus de difficultés ressenties à recruter que dans les autres secteurs.

Citations tirées de l'enquête

« Le recrutement est compliqué pour les postes de carrossiers et de peintres expérimentés. Nous avons du mal à trouver des profils avec assez d'expérience pour ce genre de poste. »



Le DAF d'un groupe automobile de l'ouest de la France

Les postes les plus couramment recherchés chez nous sont des postes de commerciaux VN, il est difficile de recruter une personne avec assez d'expérience dans la vente de véhicules neufs.



Un concessionnaire Toyota

En 2013, l'automobile et la métallurgie étaient les deux secteurs où le recrutement s'avérait le plus difficile en France⁴. Nous constatons dans toutes les remarques des recruteurs interrogés que les entreprises sont souvent à la recherche de candidats très expérimentés. Des personnes qui sont logiquement dans la plupart des cas déjà en poste dans une autre entreprise. Les difficultés à trouver des profils confirmés sont généralisées dans tous les domaines (Mécanique, carrosserie, vente...) et pas seulement à des postes de managers.

>> POSSIBILITÉ D'ÉVOLUTION, TRAVAIL DE LA MARQUE EMPLOYEUR : AUTANT D' ACTIONS SIMPLES TRÈS PEU MISES EN ŒUVRE DANS L'AUTOMOBILE.

³ Enquête Besoin Main d'Œuvre 2013 réalisée par Pôle Emploi : http://bmo.pole-emploi.org/files_dl/2013/rap_BMO_2013.pdf

⁴ Enquête « Besoins en main-d'œuvre » : croissance ralentie des projets de recrutement des employeurs pour 2013, Repères & Analyses, Statistiques, avril 2013, n° 53

Pour réussir à recruter de telles personnes, il y a plusieurs actions à mener.

Il ne tient qu'aux professionnels d'encourager ou stimuler la mobilité en proposant des salaires attractifs, de la formation ou encore des possibilités d'évolution au sein de l'entreprise dans le but d'attirer les profils expérimentés qu'ils recherchent. On le constate chez VO RH, la fourchette de salaire est très rarement annoncée, les avantages et évolutions possibles non plus. C'est dommage car cela peut déclencher une candidature. Les profils expérimentés ont encore plus besoin de garanties s'ils doivent quitter un poste pour un autre.

Le travail de l'image de l'employeur (autrement appelé marque employeur) est aussi un point fondamental pour devenir séduisant pour un candidat. C'est encore une pratique limitée car elle nécessite du temps et de l'investissement, mais c'est un moyen de faire « briller » une entreprise et d'accroître le volume de candidatures voir même de sourcing CV (réponse à une offre ou candidature spontanée). Présenter son entreprise, son histoire et les valeurs qui l'animent, en introduction d'une offre d'emploi, est déjà une étape de construction de marque employeur.

On s'aperçoit que les difficultés à recruter notamment des profils expérimentés peuvent trouver un début de réponses dans le travail de l'image de l'entreprise et la rédaction des offres. Encore faut-il que les annonces soient visibles des candidats.

2

QUELS MOYENS UTILISEZ-VOUS POUR METTRE EN ŒUVRE VOS RECRUTEMENTS ?

La plupart des professionnels de l'automobile utilisent le bouche à oreille pour recruter leurs employés (64%), mais aussi Pôle Emploi (51%), les cabinets de recrutement (37%) ou encore les sites d'offres d'emploi (34%) comme VO RH, Indeed ou Vivastreet...

Le bouche à oreille est encore majoritairement utilisé dans l'automobile.

Quel(s) moyen(s) utilisez-vous pour recruter ?



Historiquement, c'est un moyen qui a toujours été préféré dans ce secteur afin de bénéficier de la prescription d'un confrère. Le bouche à oreille a des avantages : il est rapide et économique, mais comporte aussi des inconvénients. Le principal étant que les entreprises se privent de candidats, de profils potentiellement intéressants. Cette partie de l'emploi étant invisible, il y a une partie de la population qui n'a pas la possibilité de connaître la disponibilité ou l'ouverture d'un poste. Par ailleurs à force d'utiliser majoritairement le bouche à oreille, les entreprises courent le risque de se retrouver sans ressources localement.

Citations tirées de l'enquête

« Nous voulions recruter un réceptionnaire et avons donc décidé de diffuser une offre d'emploi sur internet. Mais finalement, nous avons trouvé un candidat grâce à une connaissance commune. Il a été embauché sans postuler à l'offre sur internet.»



Un directeur de concession Mercedes

« C'est la première fois qu'on passe par Internet mais on cherche 3 profils et on a déjà testé tout ceux du coin sans succès, on a plus de solution chez nous »



Une Gérante de Carrosserie

Les moyens les plus cités lors de l'enquête sont ensuite Pôle Emploi pourtant largement décrié, les cabinets de recrutement (37%) et les sites d'offres d'emploi spécialisés ou non (34%).

>> DES JOBBARDS ET DES RÉSEAUX SOCIAUX ENCORE TROP PEU UTILISÉS

D'après une étude d'Open Sourcing⁵, en France, 59% des candidats consultent quotidiennement les sites d'emplois alors que 39% seulement des recruteurs les utilisent. Concernant les réseaux sociaux professionnels (Viadeo, LinkedIn principalement), 33% des recruteurs ne les utilisent pas (manque de temps, de budget, de savoir-faire...) alors que plus de la moitié des candidats cherchent un emploi par ce biais. Dans l'automobile, les recruteurs utilisent encore moins les sites d'offres d'emplois (34%) que dans les autres secteurs. Pour les réseaux sociaux, si nous constatons qu'ils sont utilisés : aucune des personnes interrogées ne nous les a cités !

Stéphane Gomez directeur du cabinet de recrutement Auto Consultant témoignait en juin dernier lors de la **Croisade VO** que « 10 % des recrutements dans l'automobile sont entièrement réalisés grâce aux jobboards. C'est un canal parmi d'autres qui permet d'élargir le réseau de candidats potentiels à des personnes mobiles ou des profils atypiques. ». Ainsi, les entreprises vont pouvoir découvrir des candidats qu'elles n'auraient jamais pu trouver avec le bouche à oreille ou les cvthèques.

Chez VO RH nous pensons qu'il faut multiplier la visibilité de son offre d'emploi que ce soit en utilisant le bouche à oreille, pôle emploi ou le média internet. Nous sommes d'ailleurs le seul site d'offre d'emploi automobile agréé par Pôle Emploi. Dans notre stratégie qui mise sur la visibilité maximale des offres d'emploi de nos clients, nous avons choisi de faire de VO RH un site d'emploi automobile qui permet la multidiffusion. Une annonce déposée sur le site vo-rh.fr est ainsi multidiffusée sur de nombreux supports (sites d'offres "classiques", sites automobiles spécifiques comme l'Escra, réseaux sociaux professionnels, réseaux sociaux grand public...) pour pouvoir atteindre tous types de profils, même les plus inattendus et ainsi satisfaire les attentes de nos clients.

⁵ Open Sourcing, Internet et Recrutement en 2014

3

L'AVIS DES PROFESSIONNELS SUR LA FORMATION DES CANDIDATS

40 % des professionnels pensent que la formation des candidats ne correspond pas à la réalité du marché. Le principal reproche est que la formation initiale semble trop théorique. De ce fait, les professionnels estiment que les candidats débutants manquent souvent des connaissances pratiques du métier. Dans certains cas, cette absence de pratique lors de la formation cause un manque d'autonomie et d'expertise qui persistent. Certaines entreprises proposent une formation supplémentaire pour que leurs nouveaux employés soient aptes à travailler efficacement.

Citations tirées de l'enquête

« Pour les profils juniors, un accompagnement terrain est indispensable. Il faut toujours rappeler les fondamentaux du métier »



Directeur Concession Volvo

« La réalité du marché est souvent complexe, quand on recherche des commerciaux avec de l'expérience (en moyenne 5 ans), je m'attends à avoir des candidats sérieux et rempli d'envie. On s'aperçoit très vite des capacités limitées de certain, même lors de l'entretien d'embauche (dans la mise en situation).»



Le chef des ventes VO d'une concession Citroën

L'AVIS D'UN ORGANISME DE FORMATION

Nous avons interrogé Catherine Rajalu, Directrice de la Communication et des Relations publiques du GARAC une école emblématique du secteur, pour connaître sa réaction.

VO RH > Nous avons constaté dans notre enquête que 40 % des professionnels de l'automobile n'étaient pas satisfaits de la formation des candidats. Quelle est votre réaction par rapport à cette tendance ?

CR > Le GARAC ne se reconnaît pas dans cette tendance. Les entreprises travaillant avec le GARAC sont globalement satisfaites au regard des enquêtes que nous menons auprès d'elles (ce qui rejoint les enquêtes menées auprès des familles et des jeunes) dans le cadre de notre certification ISO 9001 depuis déjà 8 ans. Ainsi, au GARAC, 88% des élèves et apprentis sont insérés dans la vie professionnelle au bout de 6 mois, ce qui est particulièrement élevé par rapport aux statistiques nationales. Dans votre enquête, il faut aussi analyser où se situe l'insatisfaction des entreprises. En ce qui nous concerne, nous avons anticipé depuis longtemps la nécessaire élévation des niveaux de qualification et les CAP représentent aujourd'hui moins de 9% de nos effectifs. Le BAC Pro est le niveau de recrutement de base. Nos élèves de BTS sont très demandés. Et pour la formation d'ingénieur en Après-vente Auto, nous avons recensé 30 contrats d'apprentissage pour une section de 18 jeunes. Nous avons ainsi voulu répondre aux entreprises qui sont exigeantes en raison des attentes de plus en plus fortes des clients. Notre modèle éducatif fait que nos exigences sont surtout basées sur le comportement social de l'élève. Nous leur inculquons la rigueur

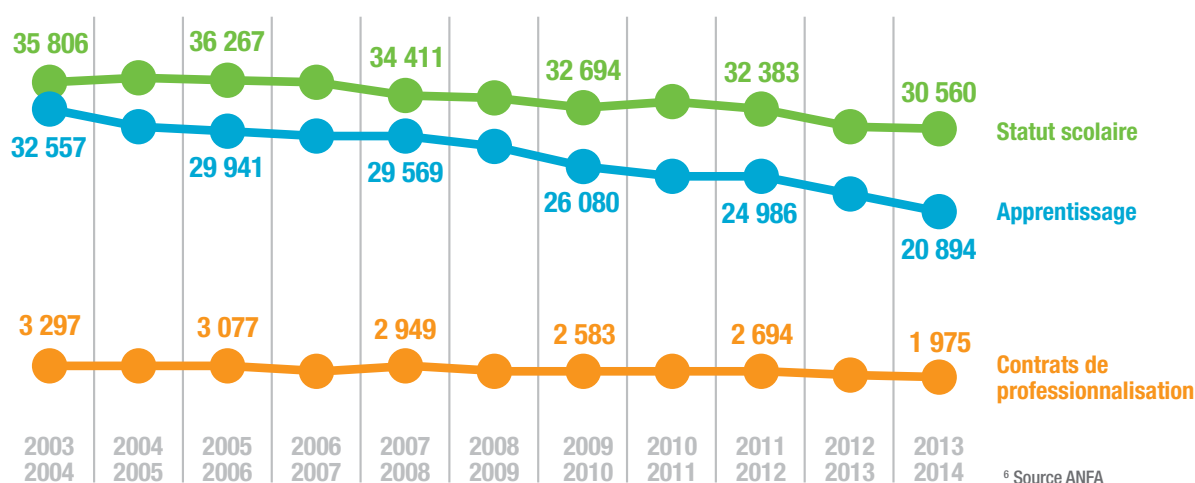
dans le travail (le sérieux, respect des horaires...) pour qu'ils soient assez matures lorsqu'ils arrivent dans une entreprise. De plus, nous travaillons en étroite collaboration avec les professionnels tout au long de la formation de nos jeunes. Les entreprises complètent la formation des jeunes par leur savoir-faire irremplaçable. Elles sont investies à nos côtés dans la formation. Elles sont co-formatrices et sont satisfaites de la formation des candidats à laquelle elles participent.

VO RH > Est-ce qu'il y a un équilibre entre l'offre et la demande de travail sur le marché de l'automobile aujourd'hui ?

CR > Aujourd'hui, le nombre de jeunes formés dans l'automobile avoisine les 55.000. Ce chiffre s'est adapté au fil des années pour correspondre au marché de l'emploi. Les entreprises recherchent des professionnels expérimentés d'un côté, suite aux effets du papy boom, et de l'autre, ils recrutent des jeunes avec des niveaux supérieurs et ont de fortes exigences comportementales.

4

L'UTILISATION DU PERSONNEL EN APPRENTISSAGE DANS LE SECTEUR AUTOMOBILE

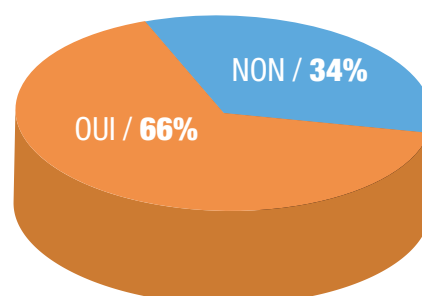


55 000 jeunes étaient en formation en 2014 dont environ 21 000 apprentis. Ce dernier chiffre est en constante baisse depuis une dizaine d'années⁶. Un constat révélateur.

L'apprentissage a toujours fait partie de l'ADN de la distribution et de la réparation automobile. Avant que le statut d'apprenti n'existe, les employés apprenaient le métier dans les garages, le savoir-faire se transmettait de générations en générations.

Notre enquête nous a montré que l'apprentissage est moins choisi aujourd'hui dans ce secteur : 1/3 des professionnels interrogés déclarent ne pas utiliser ce moyen de formation.

RECRUTEZ-VOUS DES APPRENTIS ?



Les professionnels qui recrutent des apprentis le font pour deux raisons :

Pour la première, ils veulent former de jeunes apprentis en vue d'une embauche par la suite dans leur structure. L'entreprise va donc accompagner et participer à la formation de l'apprenti (ce que confirme l'interview de Catherine Rajalu plus haut). Ils peuvent ainsi « avoir le salarié idéal ». Celui qui connaîtra bien la structure, les process de l'entreprise et sera efficace à 100% dès son embauche en tant que salarié classique. C'est donc un moyen très efficace pour les entreprises de former de futurs employés totalement adaptés à l'entreprise.

La seconde raison est pratique et économique, les apprentis répondent à un besoin immédiat de main d'œuvre peu qualifiée dans l'entreprise et ils coûtent moins cher qu'un employé « classique ».

Ceux qui ne recrutent pas d'apprentis avancent les raisons du manque de temps et de moyen. En effet, les apprentis sont inexpérimentés donc les entreprises doivent prendre le temps de les former. Les professionnels justifient aussi un manque de moyens : financiers et humains. Certaines structures n'ont pas les capacités à payer un apprenti en plus des employés, et n'ont pas assez d'effectif pour assurer la formation d'une autre personne.

Citations tirées de l'enquête

« La formation par l'apprentissage nous permet de construire et d'embaucher nos futurs collaborateurs. »

« Trop de charges, trop d'obligations, ce n'est pas à l'entreprise de prendre des risques »



Le directeur des ventes chez un concessionnaire BMW



Agent Renault

Le regard des professionnels sur la formation des candidats reste majoritairement positif (60% vs 40%) mais les exigences ont évolué. En plus du savoir-faire ils demandent aux candidats un meilleur savoir-être, en témoignent les dispositions prises par le GARAC pour former ses élèves.

Heureusement pour le secteur, l'apprentissage est encore majoritairement utilisé dans l'automobile. Les entreprises décident d'investir dans des apprentis qui pourront être leurs futurs employés. Ce qui implique donc une baisse des coûts de recrutement. Mais les professionnels se servent aussi des apprentis comme d'une main d'œuvre classique lorsque la demande et les besoins sont forts. Malgré tout, engager un apprenti a également un coût que certaines entreprises ne sont pas prêtes à assumer par manque de moyens.

CONCLUSION

On constate que les habitudes des professionnels de l'automobile vis-à-vis du recrutement sont encore majoritairement ancrées dans les traditions. Bonne tradition dans le fait de favoriser l'apprentissage. Traditions moins efficaces et plus déconnectées de l'actualité quand on pense aux méthodes utilisées pour recruter.

Le recrutement est une étape fondamentale pour développer la croissance d'une entreprise. C'est une étape qui peut également coûter cher si on se trompe. Recruter n'est pas chose facile. De nombreuses structures automobile n'ont pas en interne de professionnel des ressources humaines qui leur permettraient d'évoluer dans leurs pratiques. Aussi se limitent-elles au bouche à oreille ou à l'utilisation unique de Pôle emploi ; créant ainsi une insatisfaction chronique.

De cette étude il se détache plusieurs grandes tendances pour réduire le degré d'insatisfaction des professionnels de l'automobile.

La course aux profils expérimentés qu'il n'est pas facile de trouver avec comme réponse le travail de la marque employeur, le suivi d'un plan de carrière avec le salarié, les conditions de postes plus attractives et à défaut la formation sur le long terme (apprentissage, choix d'un candidat junior à accompagner...)

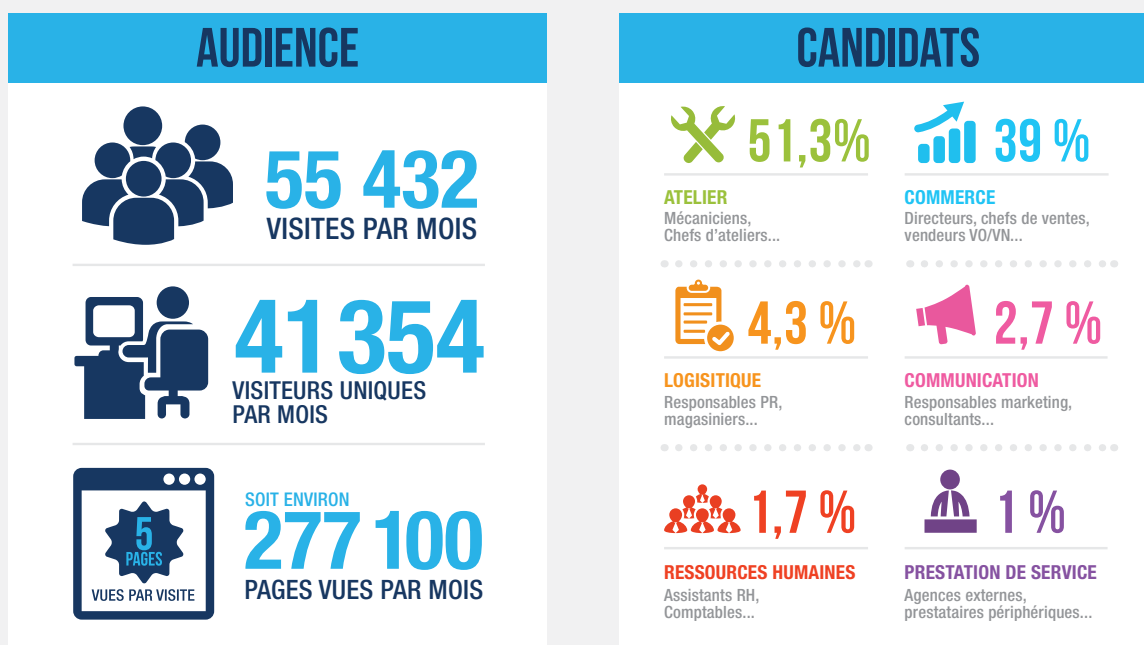
La multiplication des méthodes de diffusion des annonces en misant plus sur les nouvelles technologies dont les candidats sont friands (jobboards, réseaux sociaux...)

La confiance en la jeunesse qu'il faudra certes accompagner, certes former mais qui est aussi porteuse de nouvelles pratiques... qui se formera plus facilement aux nouvelles technologies automobiles (voitures électriques déjà). Même dans un climat économique tendu, les professionnels de l'automobile se doivent de rester passeurs d'expérience. Au-delà des compétences théoriques, la véritable expertise, les tours de main, les secrets du métier ne s'apprennent sans doute qu'en pratiquant.

ANNEXE

www.vo-rh.fr, le site d'emploi spécialisé automobile, propose une solution de multidiffusion. Seul site automobile agréé par Pôle emploi www.vo-rh.fr permet aux entreprises d'optimiser leurs chances de recruter.

SITE EMPLOI AUTO VO-RH.FR



SEUL SITE AUTOMOBILE
PARTENAIRE DE POLE-EMPLOI.FR
ET 15 SITES PARTENAIRES





POUR PLUS DE RENSEIGNEMENTS

CONTACT :

Leslie Dessalle // 06 89 74 76 79

ldessalle@vo-infos.fr

WWW.VO-RH.FR