

ZOOM SUR LES DIFFICULTÉS DE RECRUTEMENT

Cette année, l'enquête Tableau de bord AFT apporte un éclairage complémentaire sur les difficultés de recrutement dans la Branche, grâce aux réponses

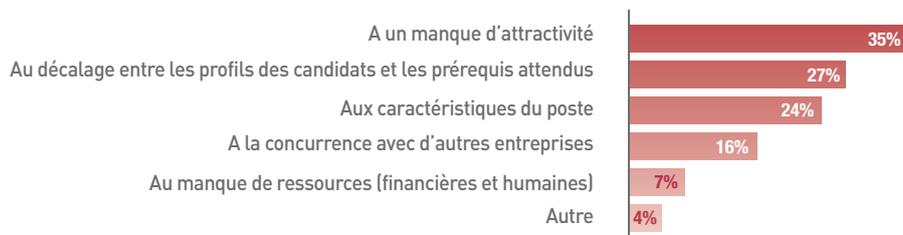
recueillies auprès de 2 607 établissements dont 1 267 établissements rencontrant des difficultés de recrutement.

> UNE PÉNURIE DE CANDIDATS ET UN MANQUE D'ATTRACTIVITÉ

D'après les entreprises de la Branche, la principale raison de leurs difficultés de recrutement est la pénurie

de candidats sur le marché du travail (réponse donnée par 84 % des établissements).

Selon vous, à quoi était due la difficulté à recruter pour le dernier poste à pourvoir ?



Source : Enquête Tableau de bord AFT

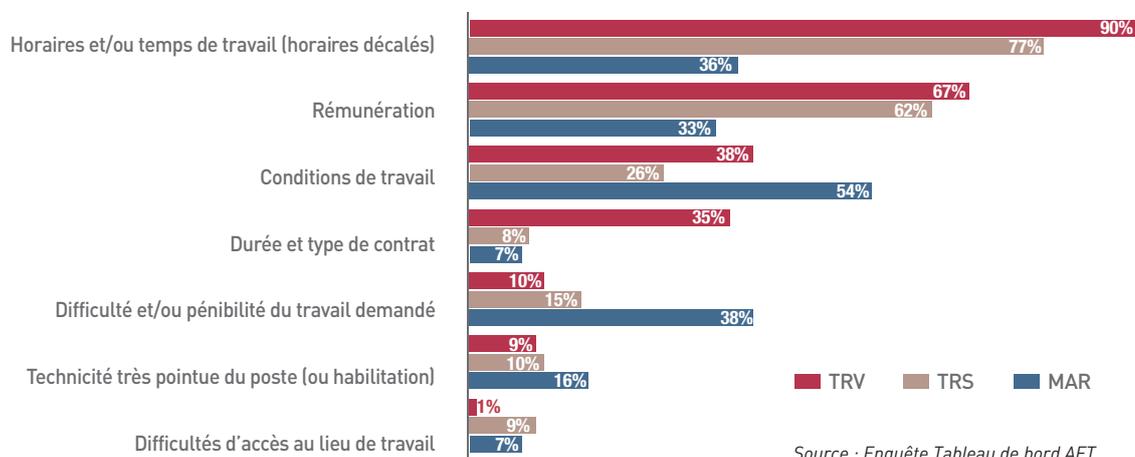
35% des établissements de la Branche expliquent leurs difficultés à recruter par un manque d'attractivité.

Toutefois, dans le transport routier de voyageurs et le transport sanitaire, les caractéristiques des postes proposés sont invoquées respectivement par 48 % et 34 % des établissements. Ce sont alors les horaires et/ou le temps de travail (horaires décalés et temps partiel) qui sont le plus fréquemment mis en cause (cités par 90 % des établissements du transport routier

de voyageurs - et 77 % des établissements du transport sanitaire - qui déclarent que les caractéristiques du poste constituent une difficulté pour recruter), devant la rémunération (citée plus de 3 fois sur 5).

Les conditions de travail, ainsi que la durée et le type de contrat, sont des caractéristiques du poste jugées problématiques par plus d'un tiers des établissements du transport routier de voyageurs.

Caractéristiques du poste qui rendent difficiles les recrutements dans le transport de personnes (en % de réponses)



Source : Enquête Tableau de bord AFT

Pour les établissements qui l'évoquent, ce manque d'attractivité porte à la fois sur les métiers (73 %) et sur le secteur (62 %).

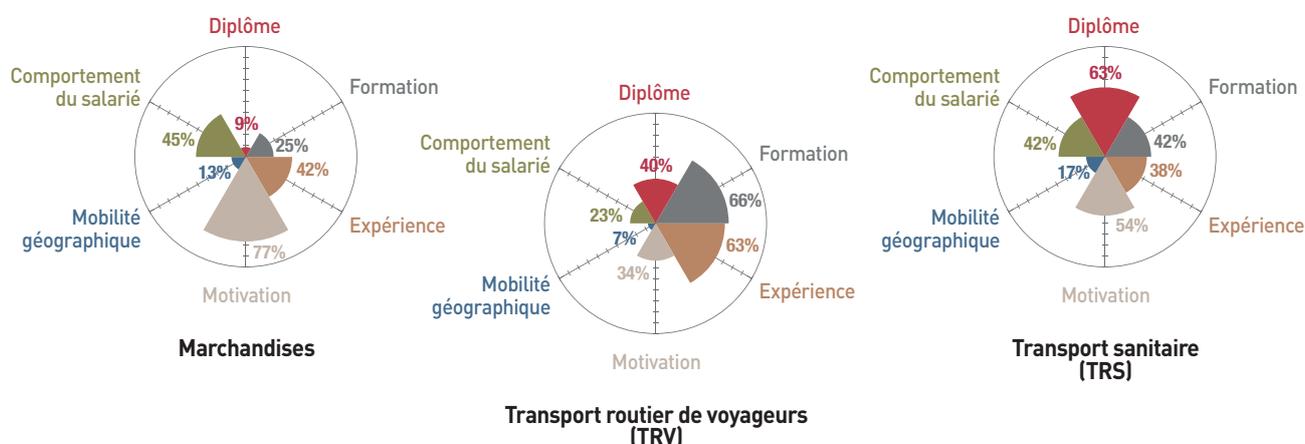


> UNE CAUSE D'INADÉQUATION DES PROFILS DIFFÉRENTE SELON LES ACTIVITÉS

Dans la Branche, plus d'un établissement sur cinq évoque l'inadéquation entre le profil du candidat et les prérequis attendus comme une des raisons de la difficulté à recruter. Parmi ces établissements, la

motivation est la principale source d'inadéquation (71%), devant l'expérience (44%) et le comportement du salarié (43%).

Répartition des causes d'écart entre les profils des candidats et les prérequis attendus (en % de réponses)



Source : Enquête Tableau de bord AFT

Cependant, des disparités s'observent selon les secteurs d'activité. Pour les établissements de l'activité Marchandises, la motivation est bien largement en cause (77%), devant l'expérience (45%) et le comportement du salarié (42%).

En revanche, les établissements du transport routier de voyageurs positionnent la formation (66%) et l'expérience (63%) comme les principaux motifs d'inadéquation des profils. Dans une moindre mesure, le

diplôme (40%) et la motivation (34%) sont des prérequis attendus et non satisfaits par les profils des candidats.

Les établissements du transport sanitaire précisent que l'inadéquation des profils se situe en majorité sur le diplôme (63%, en lien avec les difficultés à recruter des ambulanciers DE) et la motivation (54%). Les prérequis sur le comportement (42%), la formation (42%) et l'expérience (36%) expliquent dans une moindre mesure les insatisfactions dans ce secteur.

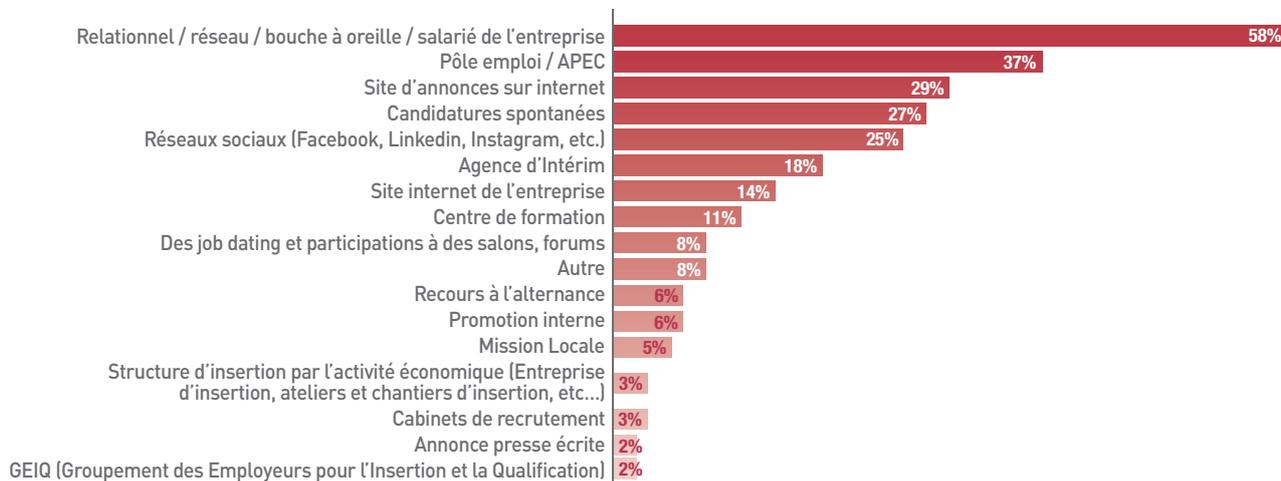
> LE RÉSEAU EST PRIMORDIAL DANS LA BRANCHE

Le canal de recrutement privilégié dans la Branche est le réseau : plus de 3 établissements sur 5 déclarent avoir utilisé leur réseau pour réaliser un recrutement. Ce vecteur est mobilisé par 58% des établissements du transport de marchandises et 60% des établissements du transport sanitaire. Le transport routier de voyageurs y a relativement moins recours (50% des établissements), car il s'adresse en priorité à des acteurs institutionnels du service public de l'emploi tels que Pôle emploi ou l'APEC (62%). Parmi l'ensemble des réponses, les canaux les moins utilisés (7% des réponses) sont les missions locales, les structures

d'insertion par l'activité économique (entreprises d'insertion, ateliers et chantiers d'insertion, etc...), les cabinets de recrutement, les annonces de presse écrite et les GEIQ (groupement d'employeurs pour l'insertion et la qualification).

Parmi les canaux utilisés, le recrutement en ligne prend une place non négligeable. Près de 28% des réponses portent sur des canaux de recrutement en ligne tels que des sites d'annonces sur internet, des réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn, Instagram, etc.), et le site internet de l'entreprise.

Quels moyens avez-vous utilisés pour réaliser le dernier recrutement ?



Source : Enquête Tableau de bord AFT

> LE DÉVELOPPEMENT DE LA MARQUE EMPLOYEUR DANS LA BRANCHE

Pôle Emploi définit la « marque employeur » comme « l'ensemble des problématiques d'image de marque liées à la gestion des ressources humaines et au recrutement d'une entreprise ».

Faire découvrir son entreprise, optimiser ses recrutements et fidéliser ses salariés fondent les 3 axes du développement de la marque employeur. Plus d'un tiers des établissements de la Branche mènent au moins une action dans le cadre du développement de la marque employeur.

Quelles sont les mesures mises en place dans le cadre du développement de la marque employeur ?

Axes	Actions	Part des établissements de la Branche	Répartition des actions par axe
Axe 1 Faire découvrir son entreprise	Accueillir des demandeurs d'emploi en immersion professionnelle	17%	37%
	Accueillir des enseignants, conseillers emploi/insertion	4%	10%
	Accueillir des stages de découverte scolaire	19%	41%
	Participer à des salons d'orientation	6%	13%
	Favoriser la diversité dans l'entreprise (sexe, âge, origine, handicap)	10%	19%
	Favoriser la pluriactivité des salariés à temps partiel	2%	3%
Axe 2 Optimiser ses recrutements	Mettre en place un programme d'intégration (parcours d'intégration, livret d'accueil, parrainage, tutorat, référents) des nouvelles recrues	13%	24%
	Participation à des forums emploi	11%	20%
	Participation à des jurys d'examen	8%	14%
	Formaliser un processus de recrutement (réponses à toute candidature, process d'entretiens...)	10%	19%
	Accompagner les salariés dans leur montée en compétence (formation non obligatoire)	14%	19%
	Agir sur la transmission des savoirs dans l'entreprise	9%	12%
Axe 3 Fidéliser ses salariés	Avoir réduit le nombre d'accidents du travail et risques professionnels (nombre de chutes de manutention manuelles et mécaniques, nombre et de la durée des arrêts maladie...)	7%	10%
	Favoriser la mobilité professionnelle au sein de l'entreprise	7%	10%
	Mettre en place un management participatif (séminaire, boîte à idées...)	6%	8%
	Organiser des événements conviviaux (repas de Noël, journées familles etc)	15%	19%
	Soutenir une démarche individuelle ou collective de VAE (Validation des Acquis de l'Expérience) dans l'entreprise	3%	4%
Mettre en place une politique d'avantages sociaux (CE attractif, mutuelle...)	14%	19%	

Note de lecture : 41% des établissements ayant mis en place au moins une action de l'axe 1 déclarent accueillir des stages de découverte scolaire, cela représente 19% des établissements de la Branche



30 % des établissements de la Branche contribuent ainsi au développement de leur marque employeur en faisant découvrir leur entreprise.

A cet effet, près de 19 % des établissements de la Branche sont prêts à accueillir des demandeurs d'emploi en immersions professionnelles et 17 % des stagiaires de découverte scolaire.

Le développement de la marque employeur passe par l'optimisation du recrutement pour 26 % des établissements de la Branche. Parmi ces établissements, près d'un établissement sur cinq a mis en place un programme d'intégration (parcours d'intégration, livret d'accueil, parrainage, tutorat, référents) des nouvelles recrues. Environ un établissement sur quatre mène des actions pour favoriser la diversité dans l'entreprise (sexe, âge,

origine, handicap), participe à des forums emploi et formalise un processus de recrutement (réponses à toute candidature, process d'entretiens ...).

Dans le cadre du développement de la marque employeur, 29 % des établissements de la Branche agissent pour la fidélisation de leurs salariés. Parmi eux, environ 20 % organisent des événements conviviaux (repas de Noël, journées familles etc.), accompagnent les salariés dans leur montée en compétences (formation non obligatoire) ou mettent en place une politique d'avantages sociaux (CSE attractif, mutuelle...).

Certaines actions restent en revanche peu répandues dans la Branche: la pluriactivité des salariés à temps partiel (2 %), le soutien d'une démarche individuelle ou collective de VAE (3 %), ou encore l'accueil des enseignants, conseillers emploi/insertion.

> LA FIDÉLISATION, UN ENJEU POUR LES MÉTIERS DE LA CONDUITE DE POIDS LOURDS

15 % des établissements de la Branche rencontrent des difficultés de fidélisation. Cette proportion est la plus élevée en transport routier de voyageurs (31 %) et la moins élevée dans l'activité marchandises (13 %). Ces difficultés de fidélisation dans l'activité marchandises concernent largement les métiers de conducteur de véhicule articulé (62 %) et de conducteur

de véhicule porteur (43 %). Dans le transport routier de voyageurs, ces difficultés de fidélisation se focalisent entièrement sur le métier de conducteur d'autocar. Les établissements du transport sanitaire rencontrent davantage de problèmes de fidélisation des ambulanciers DE (95 %) que des auxiliaires ambulanciers (43 %).