

# Jeunes et Recherche d'Emploi

**youth**<sup>®</sup>  
FOREVER

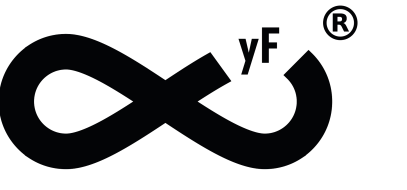
  
**AWAYKE**  
Mieux se connaître pour trouver sa voie

## Chapitre 2

**Comprendre les critères des jeunes  
en phase de recherche d'emploi :  
canaux, candidature et acceptation  
d'une offre d'emploi**

13/02/2024





# Avant-propos

## L'historique

Un an après la publication de la [Fresque Parcours Jeunes](#) et l'enquête associée, l'équipe de l'observatoire de Youth Forever a souhaité aller plus loin pour mieux cerner les attentes, les biais et les freins de ceux·celles qui arrivent sur le marché du travail et mieux comprendre les rouages de cette phase de rencontre entre l'entreprise et ses futurs salarié·e·s. Plus précisément, nous souhaitons décortiquer le paradoxe suivant :



## Paradoxe

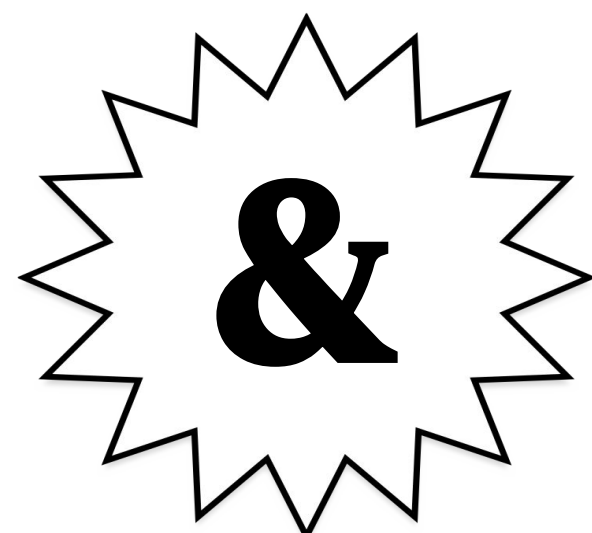
**D'un côté, de nombreux·euses jeunes témoignent de leur difficulté à trouver un premier emploi. De l'autre, de nombreuses entreprises mettent en avant leur difficulté à recruter.** La rencontre ne s'opère pas, pourquoi ? Et de quels jeunes parle-t-on ? De quelles entreprises ou de quels secteurs ? Les difficultés sont-elles les mêmes pour tout le monde ?



Pour aborder ces problématiques, Youth Forever part sur un nouveau format : **une enquête découpée en une série de chapitres** sur le sujet de la recherche d'emploi **en partenariat avec des acteur·rice·s du terrain (associations, écoles, entreprises)**. Pour lancer l'enquête, **un premier chapitre a été publié en décembre 2023** pour faire l'état des lieux des ressources phares sur le sujet, vulgariser et centraliser ces données déjà existantes !

## Le second chapitre, fruit d'un partenariat entre

**youth**  
FOREVER



  
**AWAYKE**  
Mieux se connaître pour trouver sa voie

Pour comprendre les canaux de recherche d'emploi des jeunes, ce qui les pousse à postuler à une offre ou à l'accepter et les critères recherchés dans un poste, Youth Forever et Awayke se sont associés pour mener l'enquête ! Youth Forever, un observatoire de la jeunesse et son rapport au travail, avec la force de déploiement terrain d'Awayke, ont comme objectif commun ici de comprendre les jeunes. Trois questions rapides, diffusées auprès des participant·e·s aux ateliers Awayke en fin de sessions. Sur 2 mois (fin 2023) ce sont près de 6000 réponses collectées ! Un travail qui vient nourrir et enrichir nos réflexions sur les jeunes au travail, avec une insertion professionnelle qui commence dès le parcours scolaire.

# Les auteurs de l'enquête



Youth Forever est une association fondée pour mobiliser les employeurs pour la jeunesse et mettre l'intergénérationnel au travail au service des transitions.

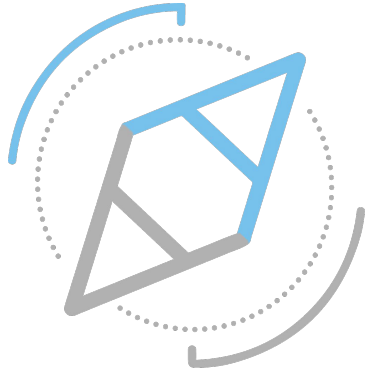
## Nous travaillons à...

- Soutenir les entreprises à comprendre la jeunesse pour lui permettre d'en faire un levier de transition,
- Accompagner la jeunesse au sein des organisations pour lui permettre de mener les grandes transitions à venir,
- Réconcilier les acteurs privés, publics et associatifs autour de projets et d'événements sur les sujets de jeunesse et d'intergénérationnel.

## Concrètement, Youth Forever c'est...

- Un observatoire qui produit des études et des articles pour décrypter et analyser une jeunesse plurielle,
- Des actions de plaidoyer via des conférences, table-rondes, ateliers pour sensibiliser les entreprises et pour les mettre en mouvement à l'égard de la jeunesse,
- Des événements pour rassembler jeunesse et entreprise et mettre en avant l'engagement au service du bien commun,
- Des outils à destination des entreprises et des formations à destination des jeunes.

Découvrez Youth Forever narrée par Emmanuelle Duez, présidente de l'association.



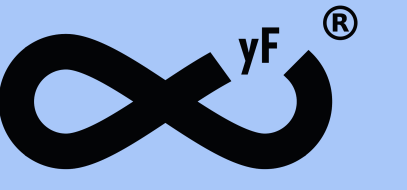
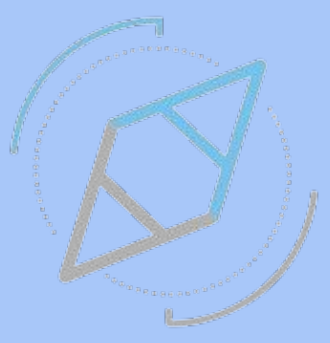
Awayke est une entreprise sociale, qui a pour vision une société dans laquelle chaque jeune trouve sa juste place, un métier qui lui correspond, et dans lequel il s'engage, trouve du sens et révèle ses potentialités.

## Nous travaillons à...

- Aider les établissements d'enseignement dans leurs formations des savoir être et savoir devenir,
- Nous accompagnons les équipes pédagogiques dans leurs postures pédagogiques auprès des jeunes,
- Former une communauté d'awaykers, passionnés de connaissance de soi, dynamiques et inspirants pour donner aux jeunes l'envie de se poser des questions, pour mieux se connaître afin de libérer leur potentiel et trouver leur voie !

## Concrètement, Awayke c'est...

- Une entreprise sociale, avec une mission : aider les jeunes à mieux se connaître pour libérer leur potentiel et trouver leur voie. Depuis 2018 nous concevons et animons des ateliers soft-skills clé en main.
  - **Pour les Jeunes** : nous intervenons aussi bien dans les Grandes Écoles, dans les lycées professionnels, qu'en Missions Locales. Notre force est notre communauté de facilitateurs, l'adaptabilité de nos parcours et notre pédagogie expérientielle.
  - **Pour les Enseignants / accompagnants** : des modules de formation pour les équipes pédagogiques sur la posture d'animation, l'intégration de l'IA dans leur pratique.
  - **Pour les Entreprises** : des parcours onboarding pour les entreprises, des conférences sur les jeunes générations.
- Du contenu pour rester au top de la connaissance de soi :
  - Des conférences sur l'innovation pédagogique tous les trimestres
  - Un podcast sur la quête de sens : *Le sens au carré*



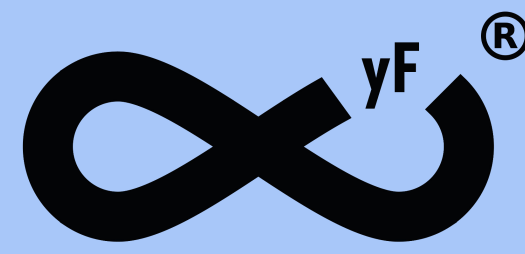
# L'équipe contributrice



**Raphaëlle Imbach**  
Responsable  
partenariats



**Lou Aubay**  
Responsable des  
opérations



**Elliott Prigent**  
Observatoire &  
Communication



**Clara Dorczynski**  
Cheffe de projet  
communication



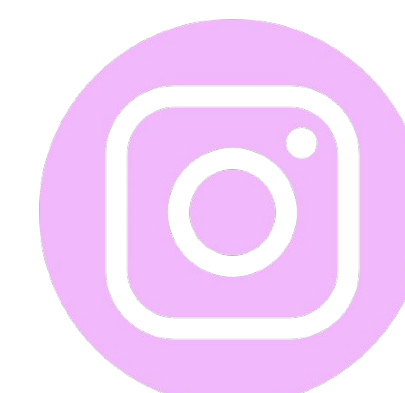
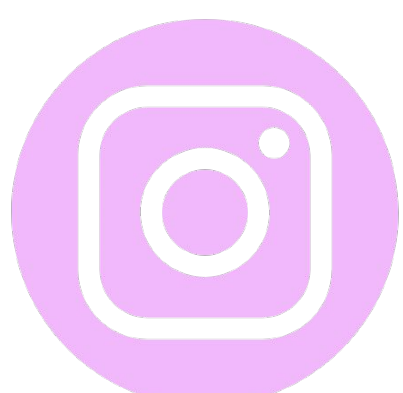
**Lydia Joer**  
City Manager  
Île-de-France

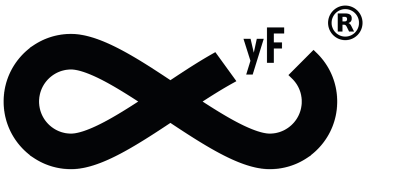


**Lucie Mourer**  
Responsable  
Digitale

## Nous rencontrer

Écrivez-nous à [lucie.mourer@awayke.org](mailto:lucie.mourer@awayke.org) et [contact@youth-forever.com](mailto:contact@youth-forever.com)  
ou retrouvez-nous sur les réseaux sociaux :





# Sommaire

## **Avant propos p7**

### **Méthodologie**

💡 Le nombre de répondant·e·s et l'analyse de notre panel de répondant·e·s

## **Partie 1 - p11**

### **Quels canaux de recherche pour les jeunes en recherche d'emploi ?**

💡 Un zoom sur le choix des canaux de recherche des jeunes. Analyse au regard de plusieurs éléments : âge, genre, situation géographique. Quelques recommandations pour les employeurs !

## **Partie 2 - p18**

### **Qu'est-ce qui pousse à postuler ?**

💡 Un zoom sur les critères prioritaires lors de la candidature d'un-e jeune. Analyse au regard de plusieurs éléments : âge, genre, situation géographique. Quelques recommandations pour les employeurs !

## **Partie 3 - p28**

### **Qu'est-ce qui pousse à accepter une offre ?**

💡 Un zoom sur les critères prioritaires lors de l'acceptation d'une offre par un-e jeune. Analyse au regard de plusieurs éléments : âge, genre, situation géographique. Quelques recommandations pour les employeurs !

## **Conclusion - p32**

## **Les sources - p33**





# Les messages clés à retenir

1

Les modes de communication sont multiples et la recherche d'emploi n'y fait pas exception. Les jeunes utilisent **différents types de canaux** pour trouver leur premier emploi (bouche à oreille, site d'offre d'emploi, réseaux sociaux..).

2

**Le bouche à oreille est le canal le plus plébiscité par les jeunes.** Les moins de 19 ans ont peu d'alternative au bouche à oreille : c'est un problème pour l'égalité des chances.

3

Les critères fondamentaux pour postuler à une offre sont les **tâches** et la **rémunération** d'un poste. À ce propos, les jeunes privilégient les organisations transparentes dès la communication de l'offre.

4

Quand il s'agit d'accepter une offre, l'équipe et la sympathie du·de la recruteur·euse sont déterminants. **La qualité des relations humaines reste au cœur du processus de décision d'intégrer une entreprise.**

5

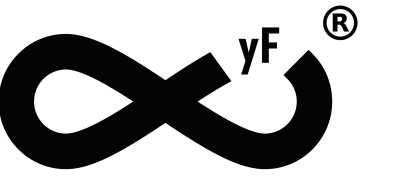
Contrairement aux idées reçues, **le télétravail ou l'équilibre entre la vie professionnelle et la vie personnelle ne sont pas les critères les plus déterminants pour les jeunes.**

6

**Les plus jeunes valorisent plus fortement la rémunération.** À mesure que l'âge augmente, les jeunes intègrent une multitude de facteurs à leur réflexion concernant une offre d'emploi et recherchent **une forme d'harmonie intégrant ces critères** (impact, valeurs, équipe, équilibre vie pro / vie perso...).

7

Les jeunes recherchent de la **cohérence**, de la **transparence**, et donnent de l'importance aux **relations d'équipe**.



# La méthodologie





# Le questionnaire et la diffusion

Youth Forever & Awayke ont co-construit un questionnaire comprenant 3 questions fermées (avec possibilité de répondre par "autre"), diffusé auprès des participants aux ateliers Awayke à la fin de leur atelier, entre septembre et octobre 2023. Tous les répondant·e·s ont déjà été confronté·e·s à une recherche d'emploi (stage, alternance, CDD, CDI...). Nous avons également récolté les données suivantes : âge, genre, secteur scolaire et localisation.

## Question 1

Lors de ta recherche de stage, alternance ou emploi, quels canaux as-tu utilisé ? *(Plusieurs réponses possibles)*

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Réseaux sociaux (Instagram, Facebook, Twitter, TikTok)   | <input type="checkbox"/> Site d'offres d'emploi (Indeed, Monster, Jobijoba, Pôle Emploi, Cadremploi, APEC, Welcome To The Jungle etc.) |
| <input type="checkbox"/> LinkedIn   | <input type="checkbox"/> Bouche à oreille  |
| <input type="checkbox"/> Le site direct de l'organisation (ex: <a href="http://www.carrefour.fr">www.carrefour.fr</a> ) | <input type="checkbox"/> Autre, préciser   |

## Question 2

Lors de cette recherche, quels ont été les éléments déclencheurs qui t'ont poussé à postuler ? *(Plusieurs réponses possibles)*

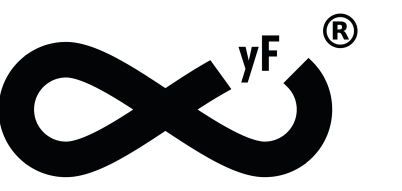
- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> La rémunération  | <input type="checkbox"/> Les tâches   |
| <input type="checkbox"/> Le sens : impact et alignement des missions de l'entreprise avec mes valeurs | <input type="checkbox"/> Les évaluations positives sur des sites extérieurs (Glassdoor, LinkedIn ...) |
| <input type="checkbox"/> La notoriété de l'entreprise : le fait qu'elle soit connue                   | <input type="checkbox"/> Le cadre (bureaux, matériel) ...   |
| <input type="checkbox"/> L'équipe   | <input type="checkbox"/> La possibilité de postuler en 1 clic   |
|   | <input type="checkbox"/> Autre, préciser  |

## Question 3

Lors de cette recherche, quels ont été les éléments déclencheurs qui t'ont poussé à accepter l'offre ? *(Plusieurs réponses possibles)*

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> La rémunération  | <input type="checkbox"/> La possibilité de faire du télétravail   |
| <input type="checkbox"/> Le sens : impact et alignement des missions de l'entreprise avec mes valeurs | <input type="checkbox"/> Les possibilités d'évolution de carrière   |
| <input type="checkbox"/> La notoriété de l'entreprise : le fait qu'elle soit connue                   | <input type="checkbox"/> Les évaluations positives sur des sites extérieurs (Glassdoor, LinkedIn ...)                   |
| <input type="checkbox"/> La sympathie du recruteur  | <input type="checkbox"/> L'équilibre vie pro-perso proposé  |
| <input type="checkbox"/> L'équipe   | <input type="checkbox"/> L'offre de programme de formations continues   |
| <input type="checkbox"/> L'incarnation des valeurs de l'entreprise par le recruteur                   | <input type="checkbox"/> Le cadre (bureaux, matériel) ...   |
| <input type="checkbox"/> Les tâches   | <input type="checkbox"/> Je n'ai pas eu le choix car peu de recruteurs m'ont contacté suite à l'envoi de ma candidature |
|   | <input type="checkbox"/> Autre, préciser  |



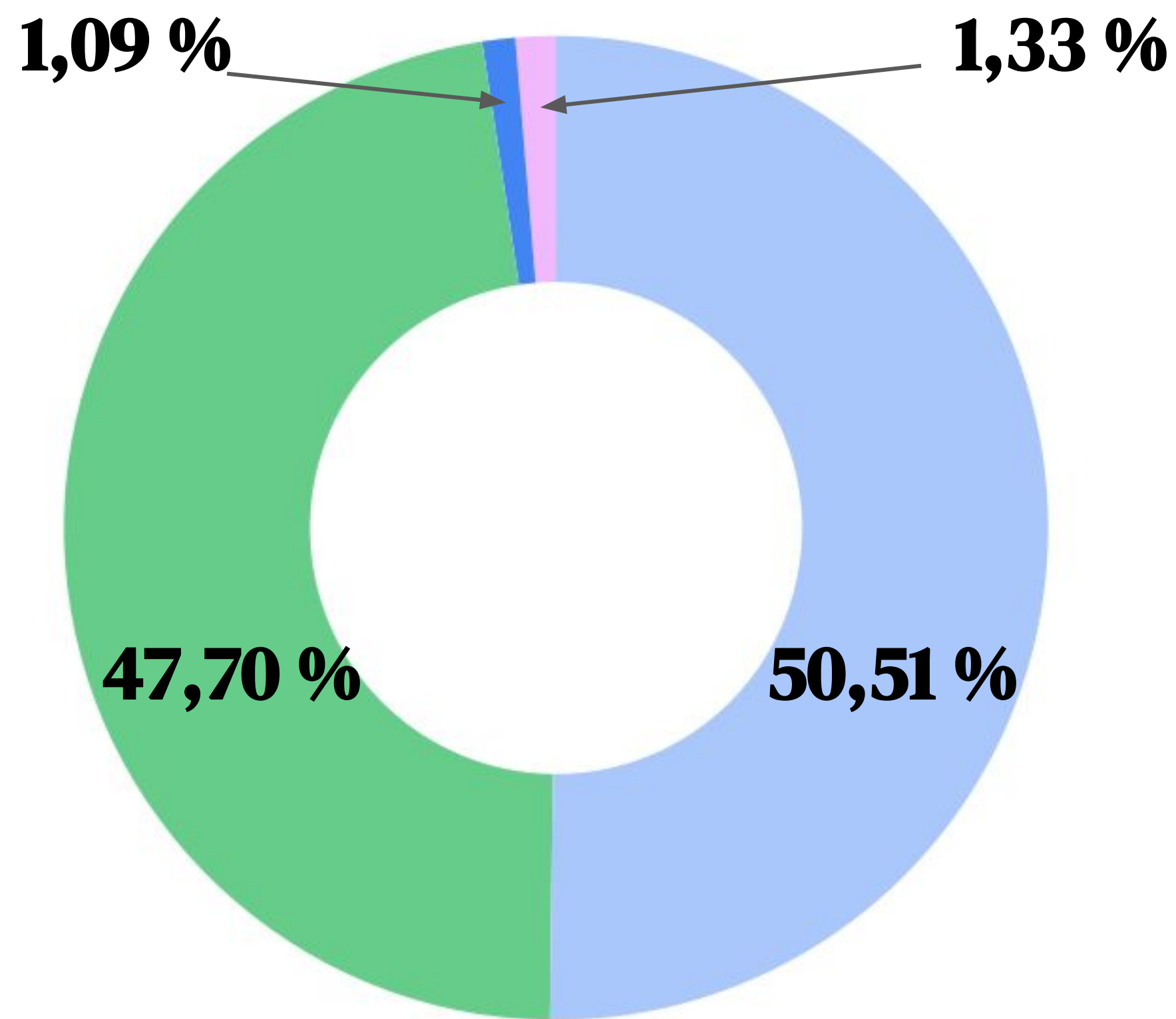


# L'échantillon 1/2

5959

Répondant·e·s

## Le genre

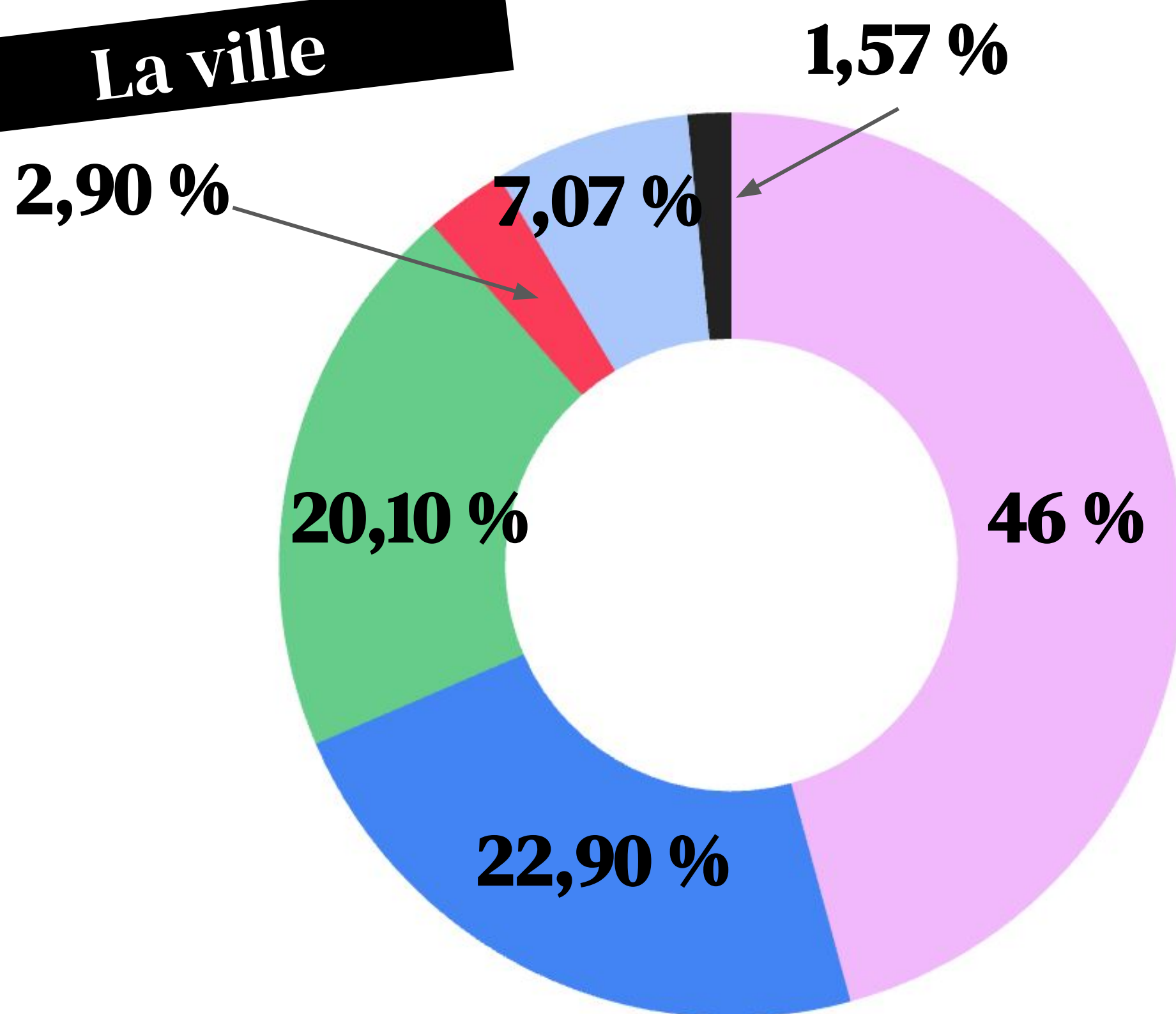


Femmes Hommes Non-binaire Préfère ne pas préciser

### Notre échantillon est-il représentatif ?

L'échantillon est équilibré en proportion d'hommes et de femmes. En revanche, des conclusions ne pourront pas être tirées concernant les personnes non-binaire puisqu'elles représentent un échantillon trop petit qui n'est pas représentatif.

## La ville



Lyon Paris Lille Bordeaux Grande villes et villes moyenne Nantes

### Comprendre l'échantillon

Les grandes villes et villes moyennes (entre 20 et 200 000 habitant·e·s) sont : Amiens, Aix-en-Provence, Angers, Annecy, Auxerre, Bayonne, Clermont-Ferrand, Dijon, Grenoble, Le Mans, Nancy, Saint-Etienne.

### Notre échantillon est-il représentatif ?

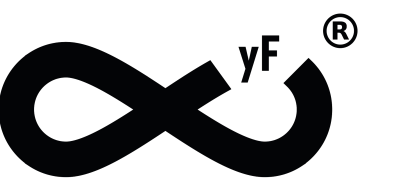
Notre échantillon n'est pas complètement représentatif, notamment car nous y avons une surreprésentation des habitant·e·s de Lyon. Nous n'avons aussi pas de répondant·e·s issu·e·s de zones rurales.

### Quelle analyse pour les villes ?

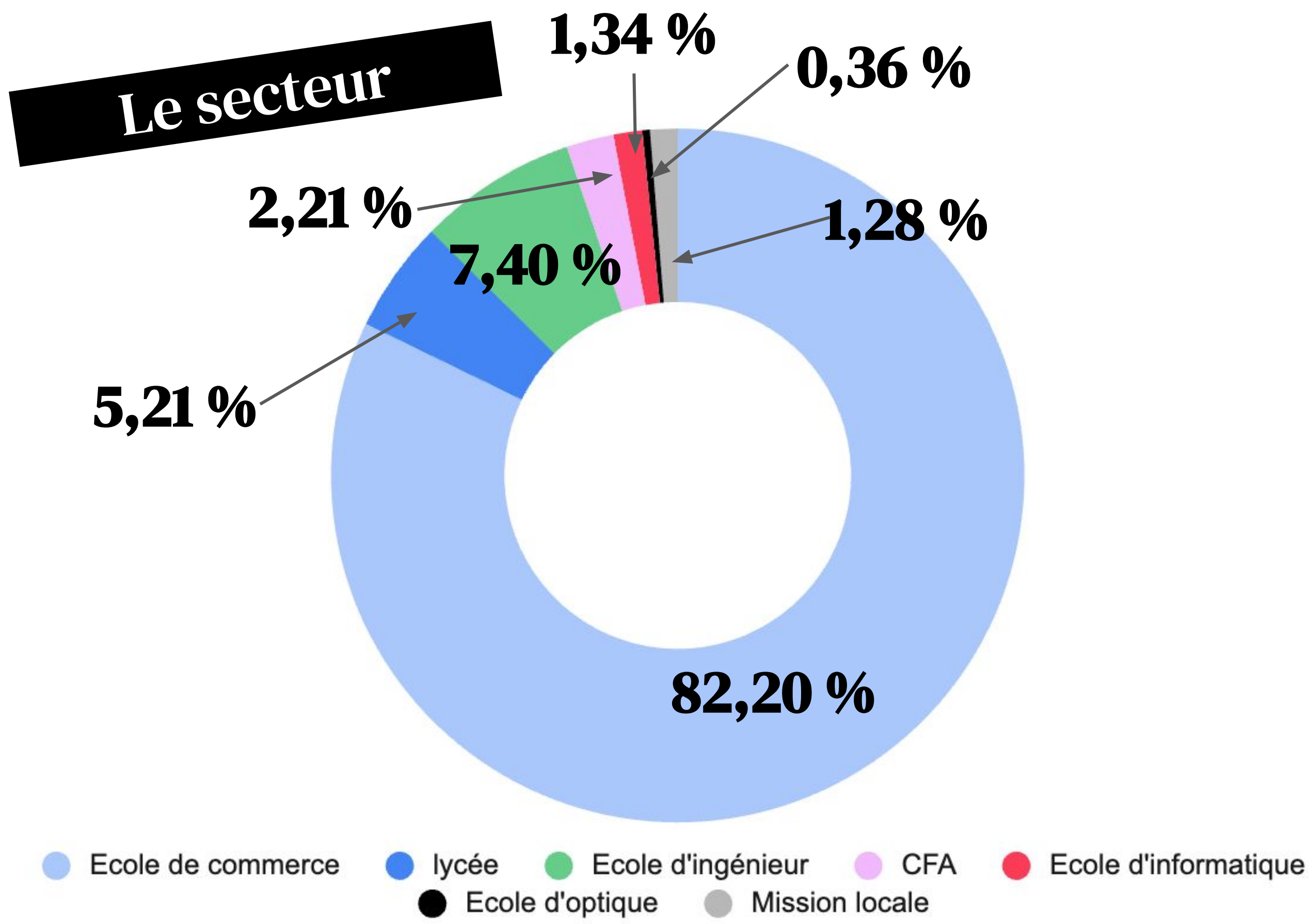
Afin d'avoir des résultats parlants, nous avons fait le choix d'étudier les données récoltées en observant la différence entre les métropoles (Lyon, Paris, Lille, Bordeaux et Nantes) et les grandes villes et villes moyennes. Ce parallèle est intéressant, car les jeunes vivants en métropole ont souvent plus de capital économique, social et culturel. Le chercheur Olivier Boubas-Olga a notamment travaillé sur la réparation des classes en fonction des territoires. On constate dans son travail la forte concentration de cadres dans les grands centres urbains.

	Grands centres urbains	Centres urbains intermédiaires	Petites villes	Ceintures urbaines	Bourgs ruraux	Rural à habitat dispersé	Rural à habitat très dispersé	Total
Agriculteurs exploitants	2.2	3.7	3.9	4.4	21.6	43.7	20.6	100.0
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise	31.5	11.0	6.6	11.1	17.3	19.0	3.5	100.0
Cadres et professions intellectuelles supérieures	56.5	9.1	4.1	10.3	10.1	9.0	1.1	100.0
Professions Intermédiaires	38.8	11.9	5.6	11.4	15.4	15.0	1.9	100.0
Employés	37.4	13.3	6.0	10.2	15.8	15.1	2.2	100.0
Ouvriers	28.4	13.5	6.6	9.4	19.0	20.0	3.0	100.0
Ensemble	38.6	11.9	5.7	10.3	15.5	15.6	2.4	100.0

Localisation (à la résidence) des actifs occupés selon la grille de densité à 7 niveaux % en 2020. (Boubas-Olga, 2023)



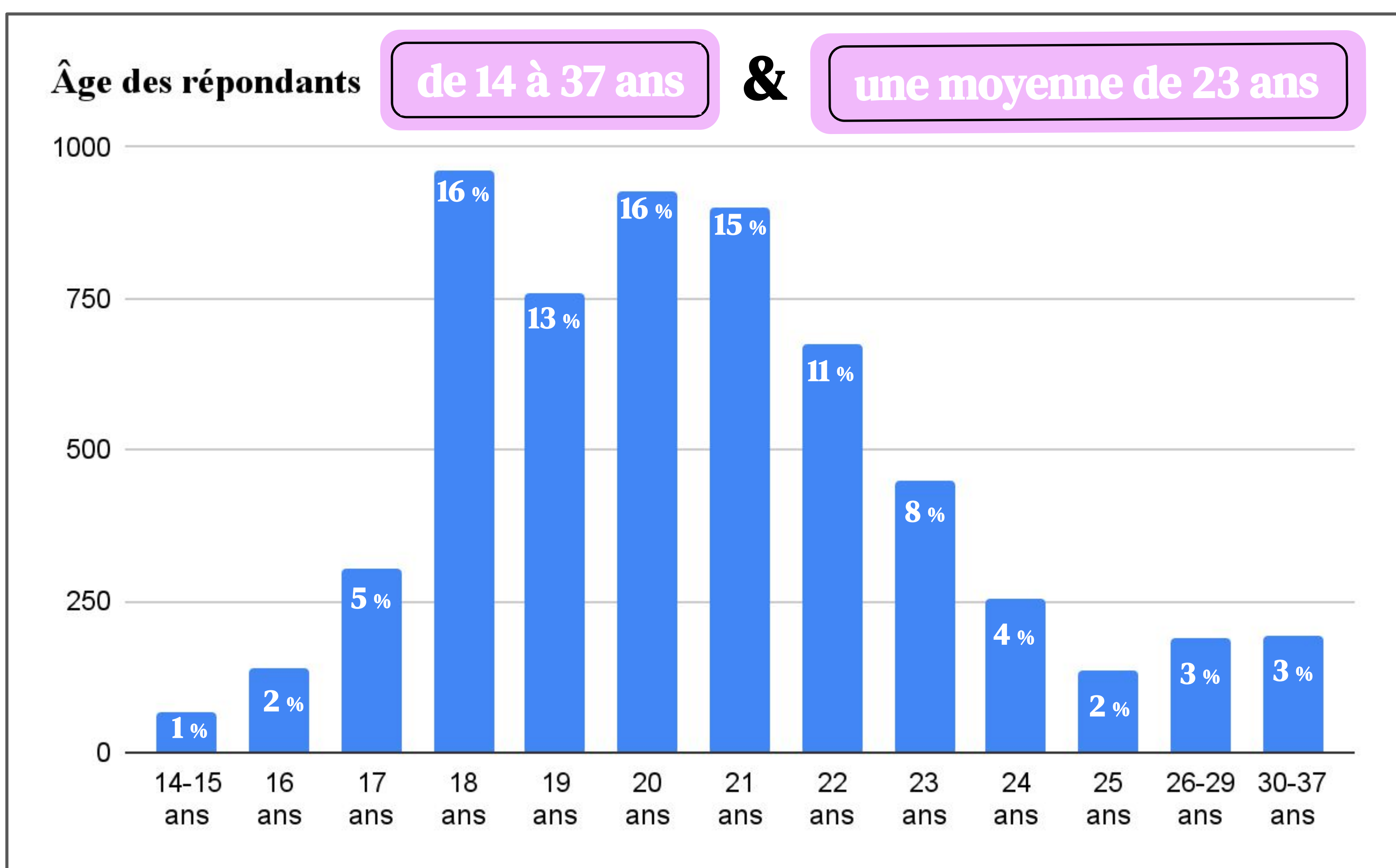
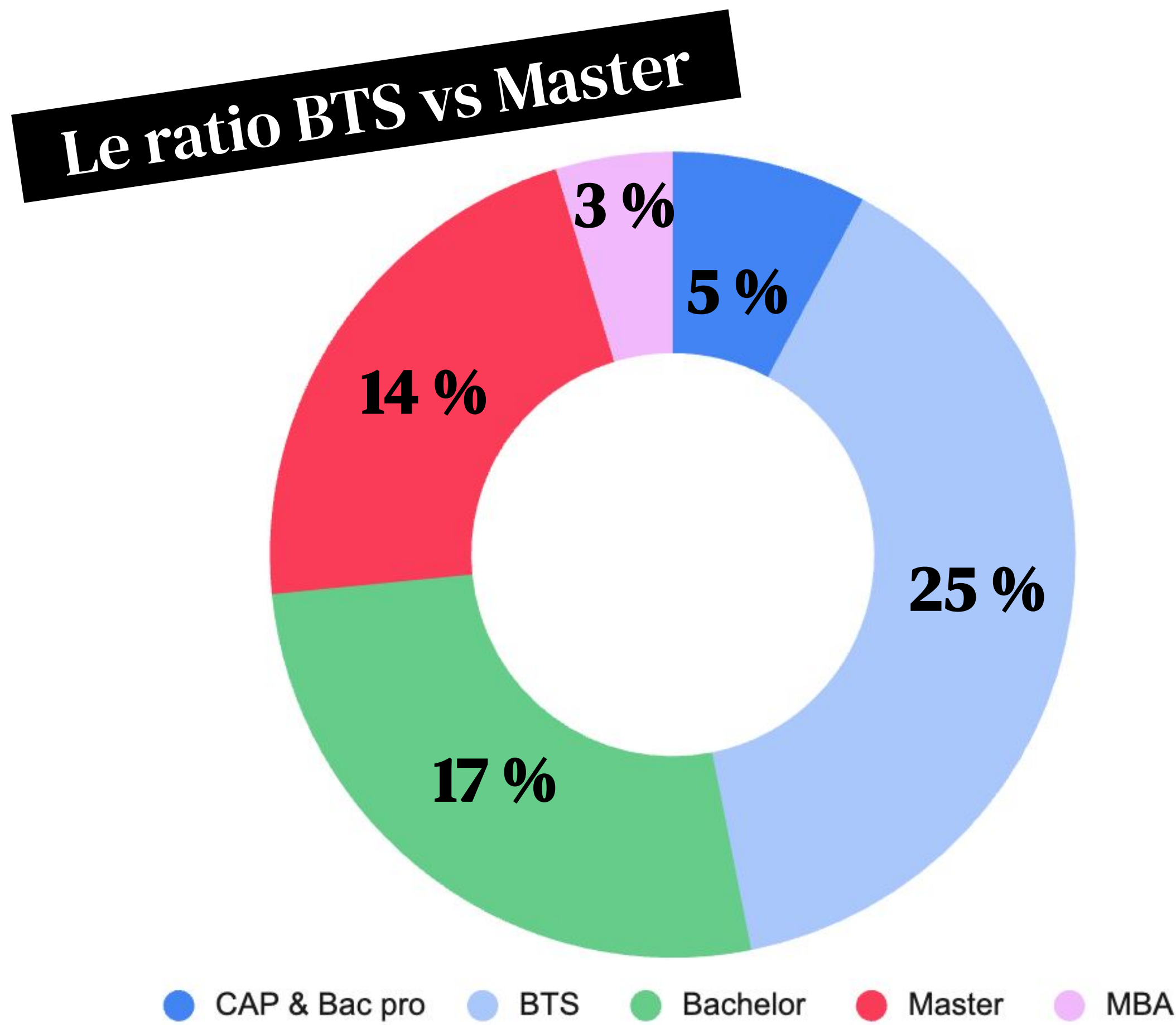
# L'échantillon 2/2



**Une école de commerce c'est :**

- Des BTS et Bachelor en Vente, Gestion, RH, communication, Management, Marketing ou Événementiel
- Des masters Management, Marketing, Vente, Gestion, RH, Communication, Finance
- Des Licences et Alternances qui misent sur les compétences humaines

Les écoles de la catégorie "école de commerce" sont surreprésentées.





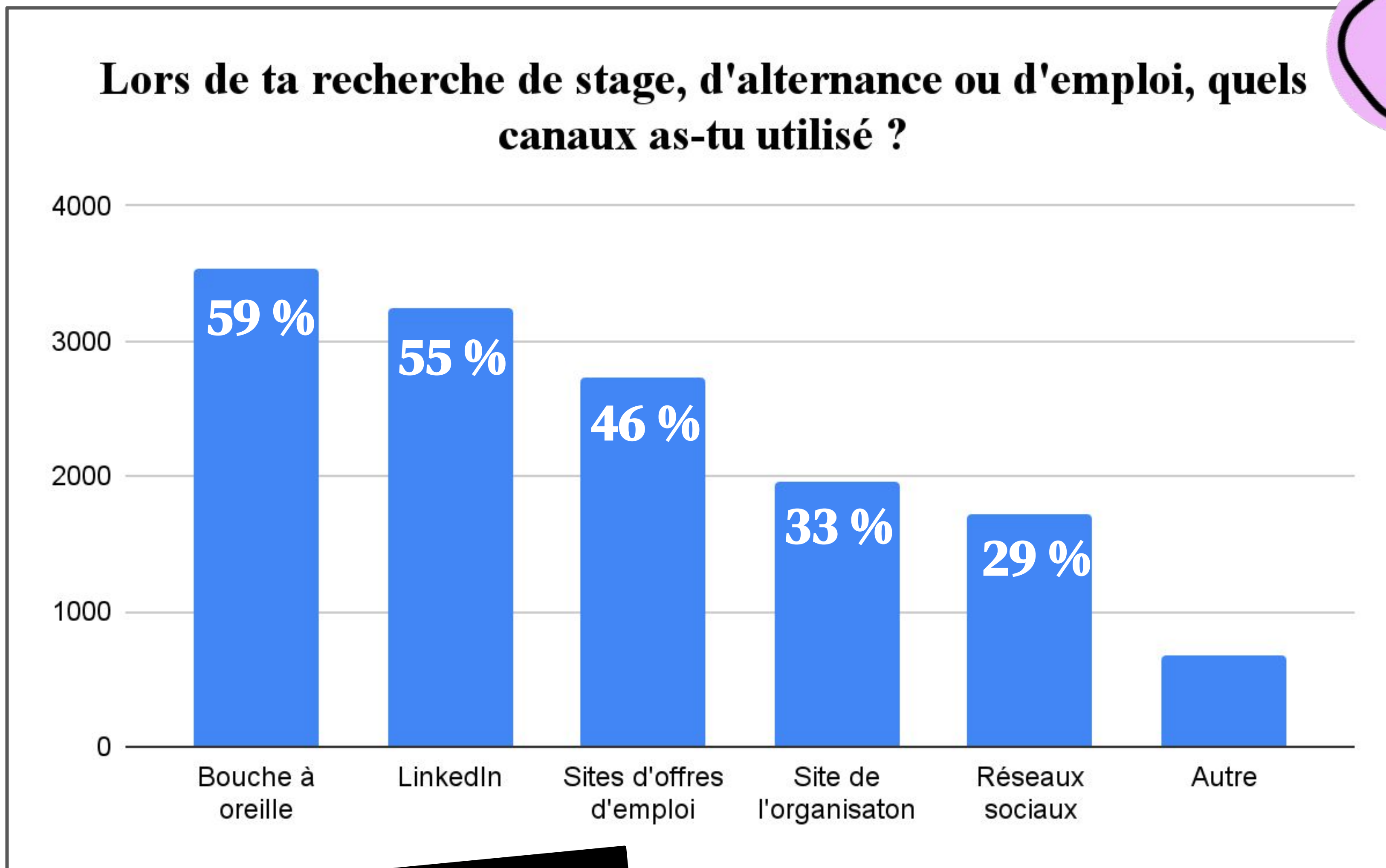
**1**

# Quels canaux de recherche pour les jeunes en recherche d'emploi ?





# Que dit le panel global ?



## Que disent les chiffres ?

Le bouche-à-oreille, l'entourage et le réseau (59 %) constituent le premier canal de recherche des jeunes. L'importance du bouche à oreille qui entretient l'entre-soi et limite la diversité est un premier frein à la rencontre jeunes et employeurs.

LinkedIn est une des plateformes de référence pour chercher un emploi. Facebook, Instagram et TikTok sont perçus comme étant des réseaux sociaux privés, avec une utilisation personnelle, là où LinkedIn se démarque dans la sphère professionnelle. C'est ce que peut observer Awayke lors de l'animation de ses ateliers auprès des jeunes.

Les sites d'offres d'emplois (46 %) sont davantage utilisés que les sites des organisations (33 %). Pour autant, les sites des organisations restent un canal de recherche pour 1/3 des répondant·e·s.

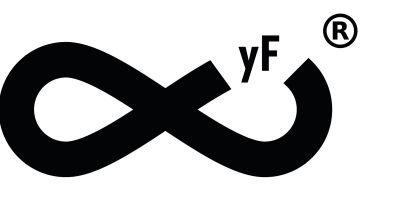
Moins d'1/3 des répondant·e·s utilisent les réseaux sociaux comme un canal de recherche. Néanmoins, ces derniers aident à diffuser et à faire connaître les entreprises et les offres d'emploi. Ces plateformes permettent aussi de cibler des jeunes qui ne sont pas en recherche active.

**Zoom sur les réponses autres :**

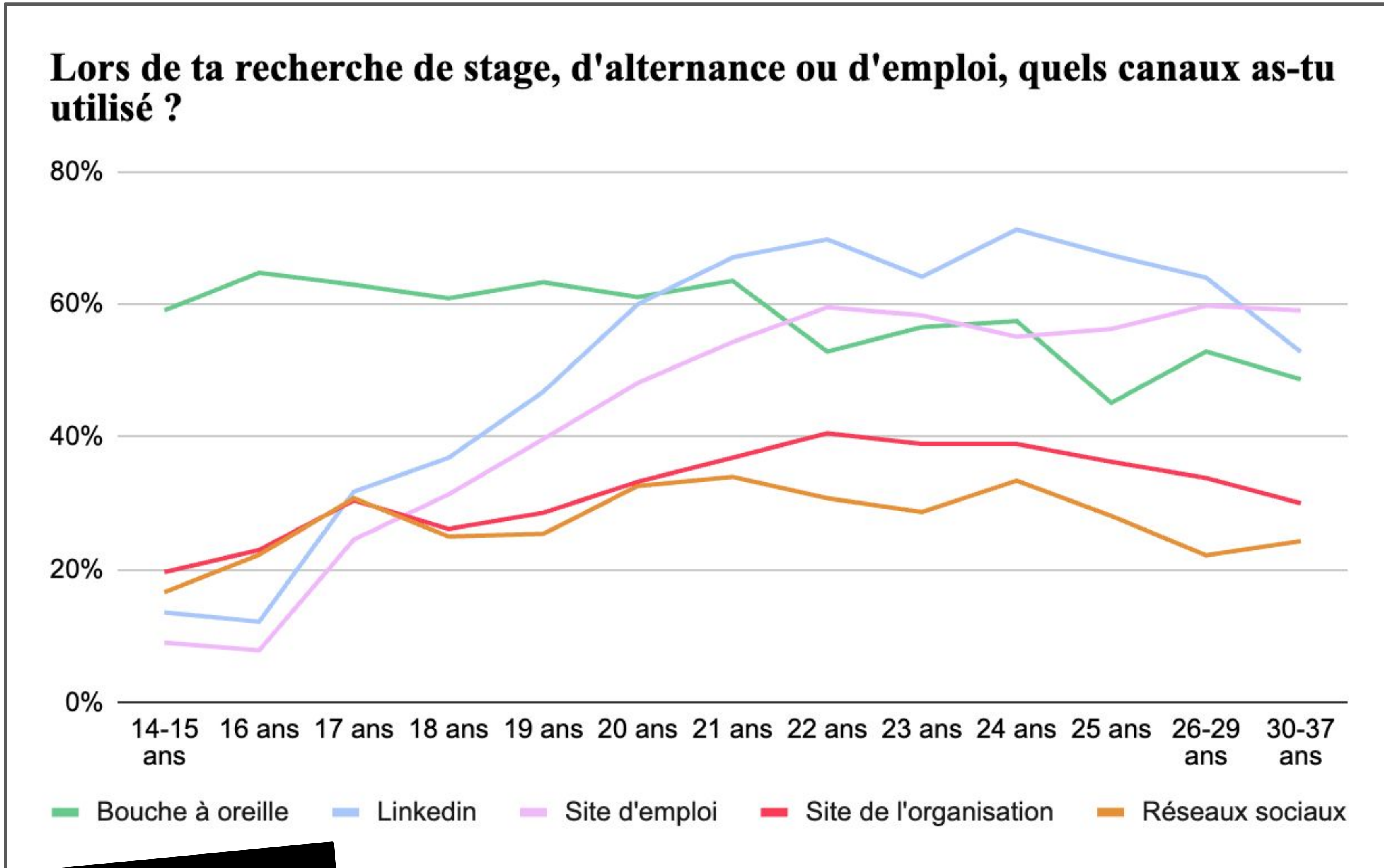
- 149 personnes ont répondu le porte-à-porte/ le fait de se déplacer
- 104 personnes ont répondu le réseau
- 92 personnes ont répondu l'école

- De nombreux jeunes se déplacent encore sur place
- Le nombre de réponses "réseau" renforce l'importance du soutien de son entourage
- L'école joue un rôle, même s'il reste encore insuffisant





# L'impact de l'âge



## Que disent les chiffres ?

Plus les répondant·e·s sont jeunes, plus iels dépendent du bouche-à-oreille. Celui-ci prend une très grande place pour les 14-19 ans. Il passe au 2ème plan pour les 20 ans et plus et au 3ème plan après 21 ans. Ces chiffres démontrent bien la dépendance et l'importance des proches et du réseau, notamment lors des toutes premières recherches, lorsque le-la candidat·e a peu d'expérience à valoriser.

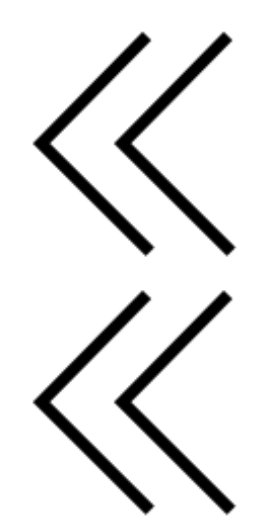
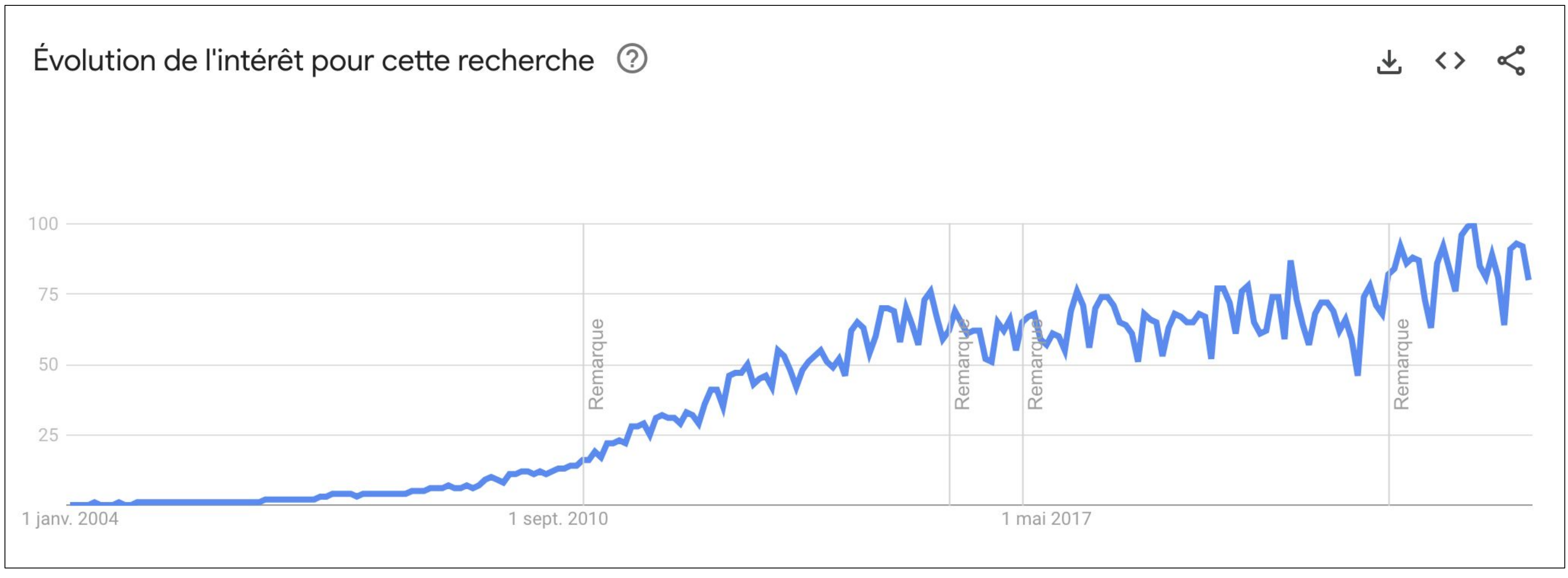
## Le manque de réseau

**3ème**

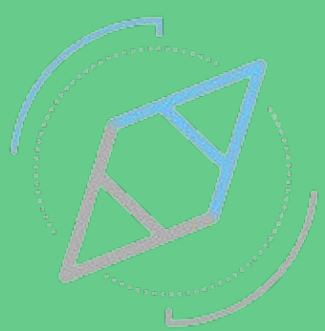
obstacle des 18-24 ans, après le manque d'expérience et la discriminaton. (Monster & YouGov, 2022)

**Dans le contexte de l'implémentation du stage de seconde, comment permettre à chacun·e d'avoir les mêmes opportunités ?**

LinkedIn s'impose comme le premier canal de recherche pour les 21 ans et plus. LinkedIn a pris une ampleur considérable depuis sa création en 2004 comme le démontre l'évolution du volume de recherches Google associées au mot "LinkedIn" (Google Trends) :

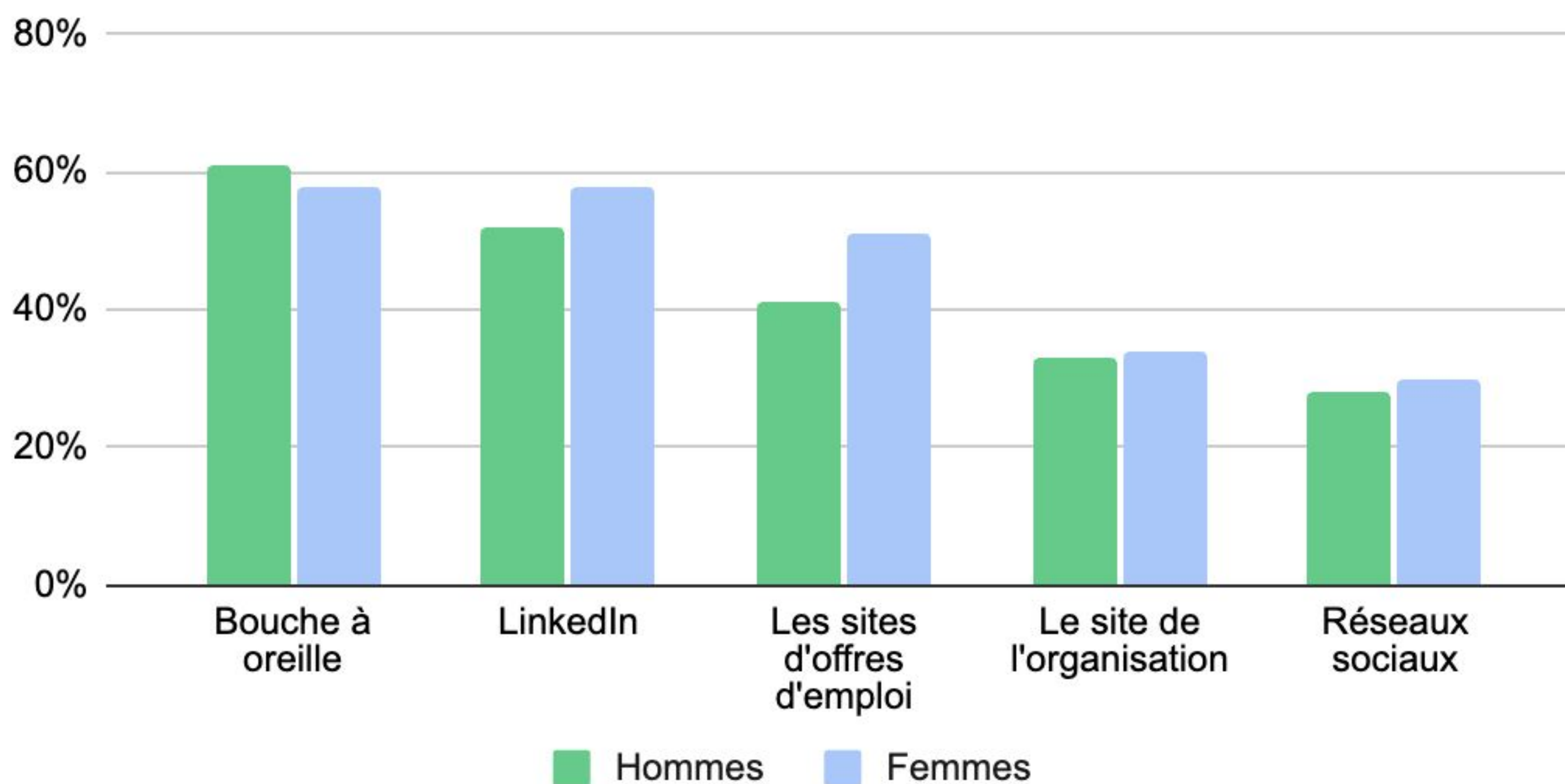


Les réseaux sociaux, quel que soit l'âge, restent les derniers canaux de recherche.



# L'impact du genre

**Lors de ta recherche de stage, d'alternance ou d'emploi, quels canaux as-tu utilisé ?**



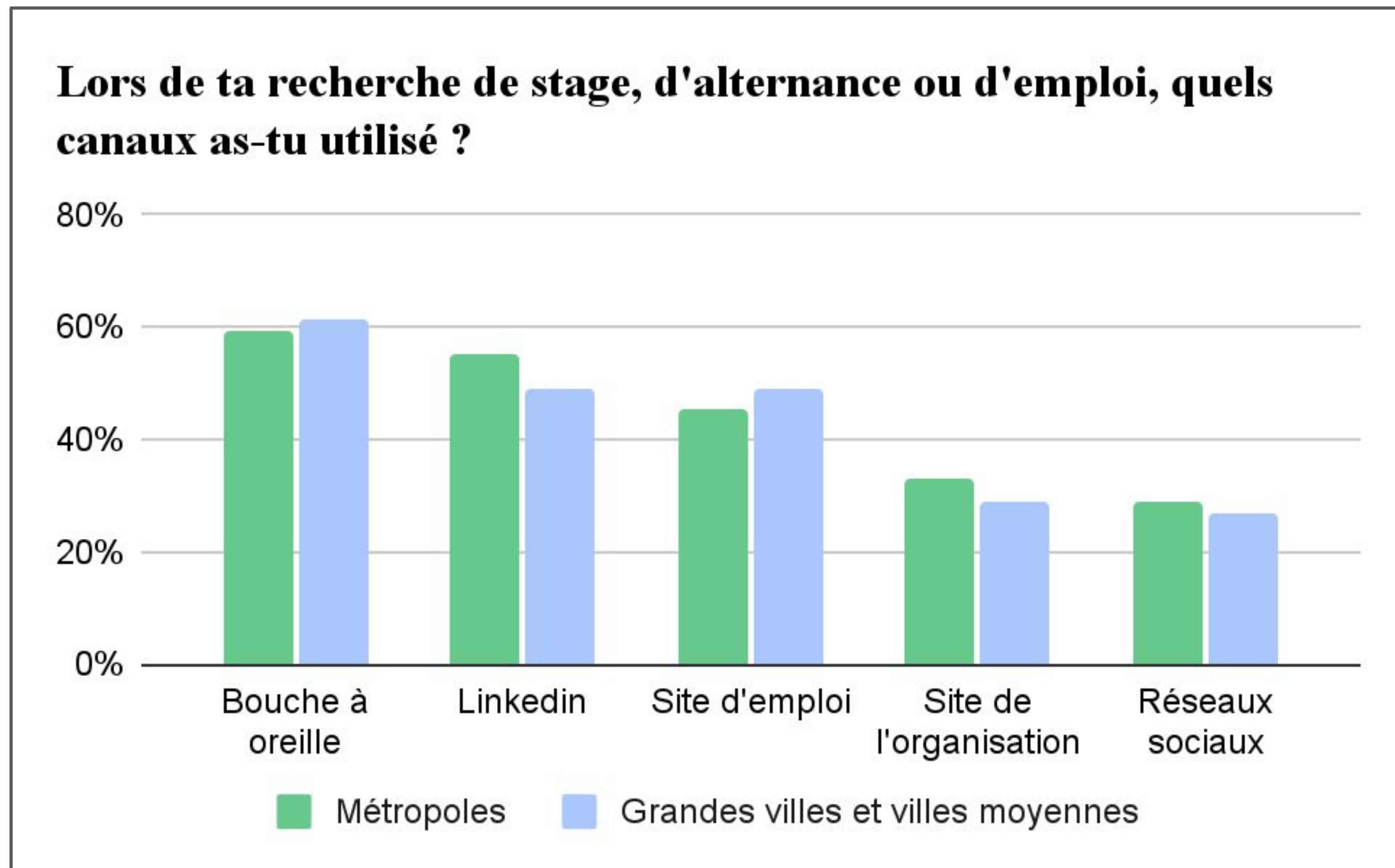
## Que disent les chiffres ?

En ce qui concerne les canaux de recherche, nous n'observons pas de différence flagrante entre les genres. L'ordre des réponses est le même que celui du panel global, le bouche à oreille arrive en tête et les réseaux sociaux en dernier. Une légère différence se dessine pour LinkedIn et les sites d'offres d'emploi dont l'utilisation est plus prononcée chez les femmes.





# L'impact de la situation géographique



## Que disent les chiffres ?

On observe des dynamiques similaires dans les métropoles et les grandes villes et villes moyennes.

Le **bouche à oreille** est le premier canal de recherche, peu importe la situation géographique.

LinkedIn est légèrement plus utilisé dans les métropoles que dans les grandes villes et villes moyennes. Pour les sites d'offres d'emploi, c'est l'inverse : ils sont légèrement plus utilisés dans les grandes villes et villes moyennes que dans les métropoles.





# Recommandations employeur

## Miser sur une stratégie multicanale

Aujourd'hui, les canaux utilisés par les jeunes pour trouver un emploi sont multiples. Les employeurs doivent assurer leur présence sur tous ces canaux pour multiplier leurs chances de toucher les jeunes qui arrivent sur le marché du travail et ne passer à côté d'aucun·e candidat·e.

### Miser sur le bouche à oreille et des salariés ambassadeur·rice·s

Au regard des résultats de ce chapitre, l'employeur ne peut pas faire l'impasse sur le bouche à oreille et le réseau pour faire connaître ses offres d'emploi. Les employeurs peuvent ainsi miser sur les salarié·e·s (même quand iels sont parti·e·s) et faire de ces derniers de véritables ambassadeur·rice·s de l'organisation (par exemple via des systèmes comme la cooptation). Pour ce faire, les employeurs doivent être bons sur l'ensemble du parcours RH et peuvent accompagner les salarié·e·s ambassadeur·rice·s et les inciter à recruter via le bouche à oreille. [Cet article en parle !](#)

Attention cependant à prendre en compte les limites du bouche à oreille, qui peut restreindre la diversité et favoriser un recrutement d'entre soi, à rebrousse chemin des volontés de diversification et d'inclusivité de nombreuses entreprises.

### Soigner sa présence sur LinkedIn

LinkedIn est un incontournable en matière de recrutement : plus d'une personne sur deux ayant répondu au questionnaire consulte les offres d'emploi via cette plateforme. Les employeurs ont donc tout intérêt à développer leur présence sur le réseau pour faire connaître leur organisation et leurs offres d'emploi au plus grand nombre. Pour faire le lien avec l'importance du bouche à oreille et des salarié·e·s ambassadeur·rice·s, il serait pertinent pour l'employeur d'inciter ses salarié·e·s à publier sur LinkedIn au nom de son entreprise. Les publications individuelles ont plus de visibilité que celles des entreprises.

### Avoir un site qui permet d'identifier les offres et de postuler facilement

Bien qu'il ne soit pas en première position, le site de l'organisation est encore consulté par 1/3 des répondant·e·s pour chercher un emploi. C'est un canal à ne pas négliger. Il est notamment important d'avoir un site clair qui permette en quelques clics d'accéder aux offres et d'y candidater.

### Accroître sa visibilité grâce aux réseaux sociaux

Les réseaux sociaux ne constituent pas le premier canal lors d'une recherche d'emploi, mais ils peuvent améliorer la découvrabilité des organisations et de leurs offres d'emploi. À ne pas négliger pour améliorer la transparence et le positionnement digital d'une entreprise.

## Adapter sa communication en fonction des canaux

Les réseaux sociaux et LinkedIn fonctionnent grâce à des algorithmes et impliquent d'adopter une communication adaptée, ayant pour but de sensibiliser et d'améliorer la découvrabilité des offres d'emploi. Les sites d'organisations et sites d'offres permettent aux organisations d'entrer davantage dans le détail des offres, de présenter l'entreprise et d'explicitier le processus de candidature.



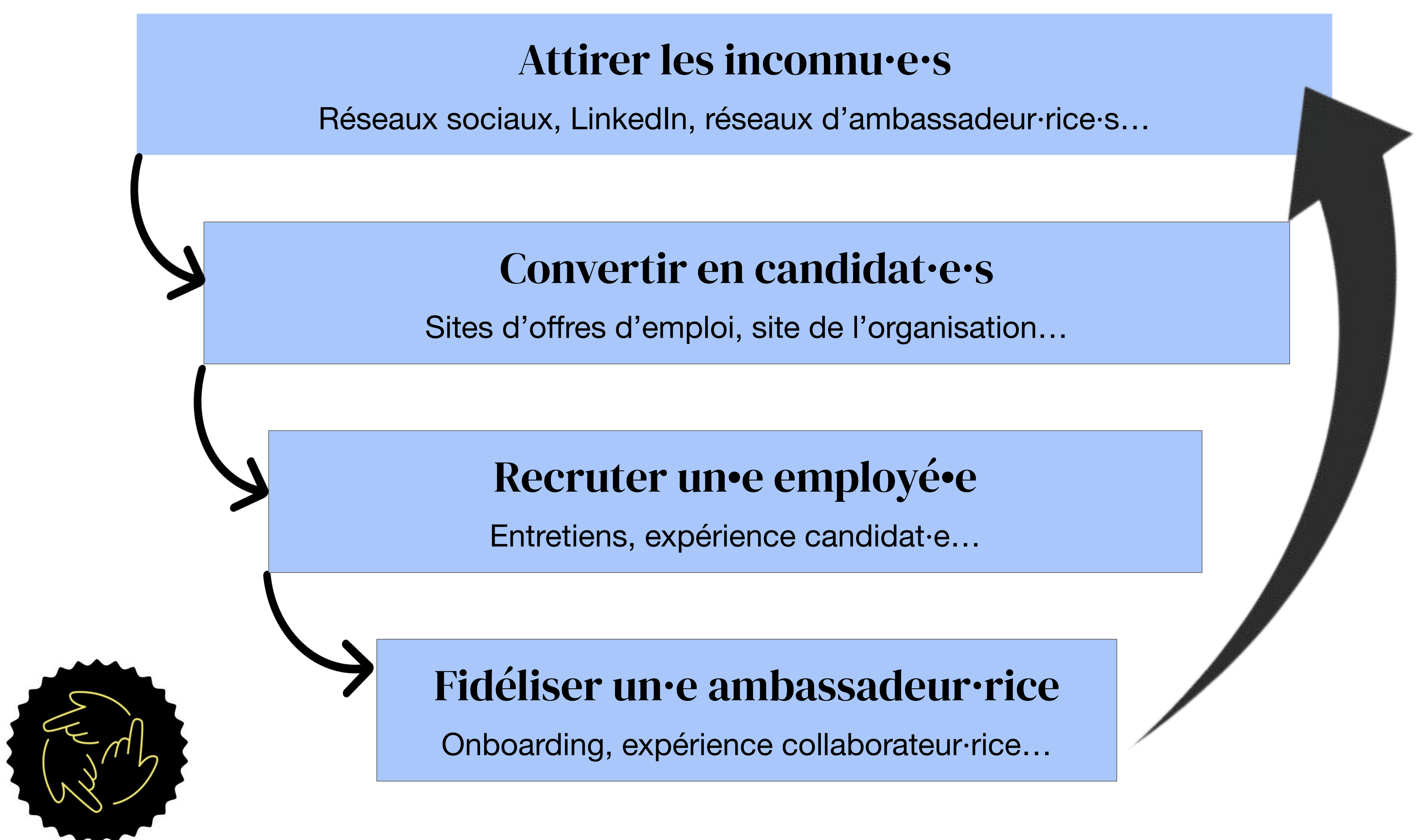


# La minute théorie : l'entonnoir de recrutement

Pour attirer les candidat·e·s, les organisations doivent donc désormais communiquer sur une multitude de canaux. Mais une telle présence peut être difficile à organiser : chaque canal a ses propres codes, les attentes des candidat·e·s ne sont pas forcément les mêmes selon les plateformes. Pour appréhender et développer une stratégie de recrutement cohérente au milieu de tous ces canaux, l'entonnoir de recrutement apporte une vision d'ensemble intéressante.

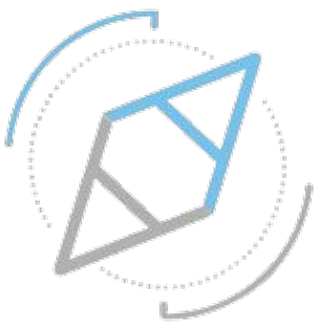
## Définition

L'entonnoir de recrutement (appelé en anglais recruiting funnel) permet de schématiser le parcours du·de la candidat·e depuis sa découverte de l'entreprise jusqu'à sa conversion en employé·e et sa fidélisation en tant qu'ambassadeur·rice.



## Pourquoi penser sa stratégie via les étapes de l'entonnoir de recrutement ?

- **Adopter une vision sur-mesure par canaux pour faire connaître ses offres d'emploi.** Par exemple, l'offre communiquée sur LinkedIn (objectif d'attraction) ne peut pas être la même que l'offre du site de l'organisation (objectif de conversion). Ainsi, pour que la publication Instagram ait de la visibilité et attire des inconnus, elle doit correspondre aux codes de la plateforme (concision, ton moins formel...).
- **Renforcer la satisfaction du parcours de recrutement :** le découpage des étapes du parcours collaborateur·rice ainsi que l'analyse du taux de conversion d'une étape à l'autre permet d'améliorer le parcours. C'est une nécessité pour attirer, fidéliser et faire de ses salariés des ambassadeur·rice·s.
- **Filter les candidat·e·s de manière intelligente :** chaque étape du processus de recrutement permet une sélection des candidat·e·s les plus pertinents en fonction du poste visé, réduisant ainsi le risque d'erreurs de recrutement.



2

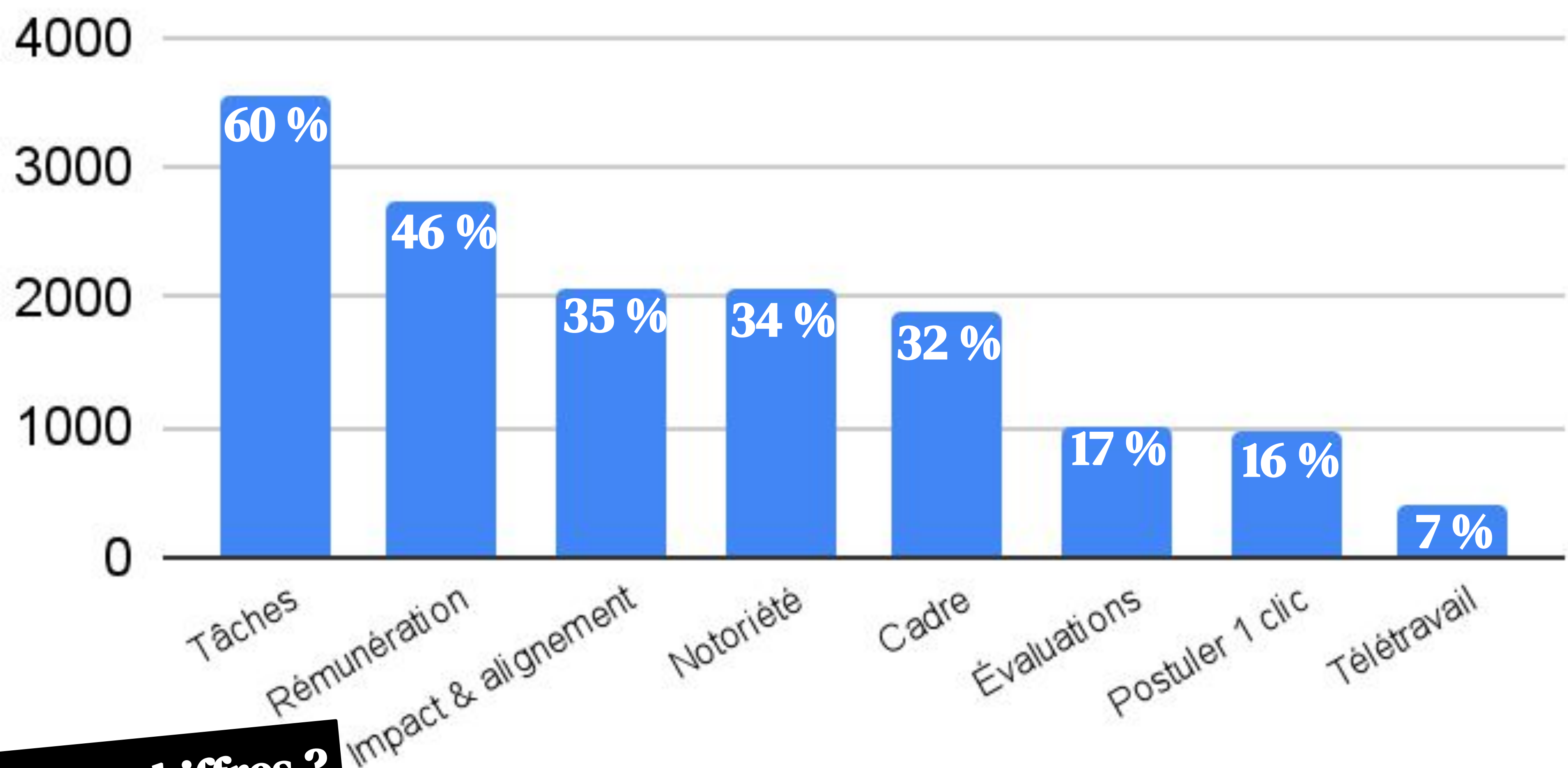
# Qu'est-ce qui pousse à postuler ?





# Que dit le panel global ?

Lors de cette recherche, quels ont été les éléments déclencheurs qui t'ont poussé à postuler ?



**Que disent les chiffres ?**

## Top 1

**Les tâches** qui animent le quotidien dominent quand il s'agit de postuler à une offre. Les jeunes en recherche d'emploi se demandent avant tout à quoi ressemblera leur journée type, d'où l'importance d'être sur une projection du quotidien quand on pense l'orientation professionnelle.

## Top 2

La rémunération est le 2ème critère et reste prioritaire, dans la lignée du [premier chapitre](#) : « 64 % des jeunes interrogés ne sont pas prêts à faire des concessions sur leurs prestations salariales et n'accepteraient pas de revoir le salaire recherché à la baisse. » (Monster & YouGov, 2022).

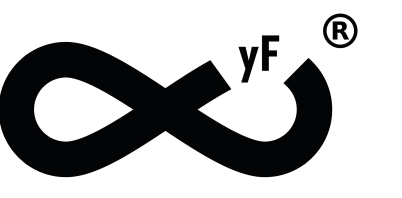
La notoriété de l'entreprise a presque autant de poids que l'impact & l'alignement avec ses valeurs (34% vs 35%).

Les jeunes sont peu nombreux à regarder les sites évaluations (17%). De même, la possibilité de postuler en un clic n'est pas un facteur suffisant pour pousser à candidater à une offre (16%).

**Le télétravail, un faux critère ?**  
Contrairement aux idées reçues, le télétravail n'est pas un critère déterminant dans le choix de postuler ou non à une offre (critère plébiscité par seulement 7 % des répondant.e-s).

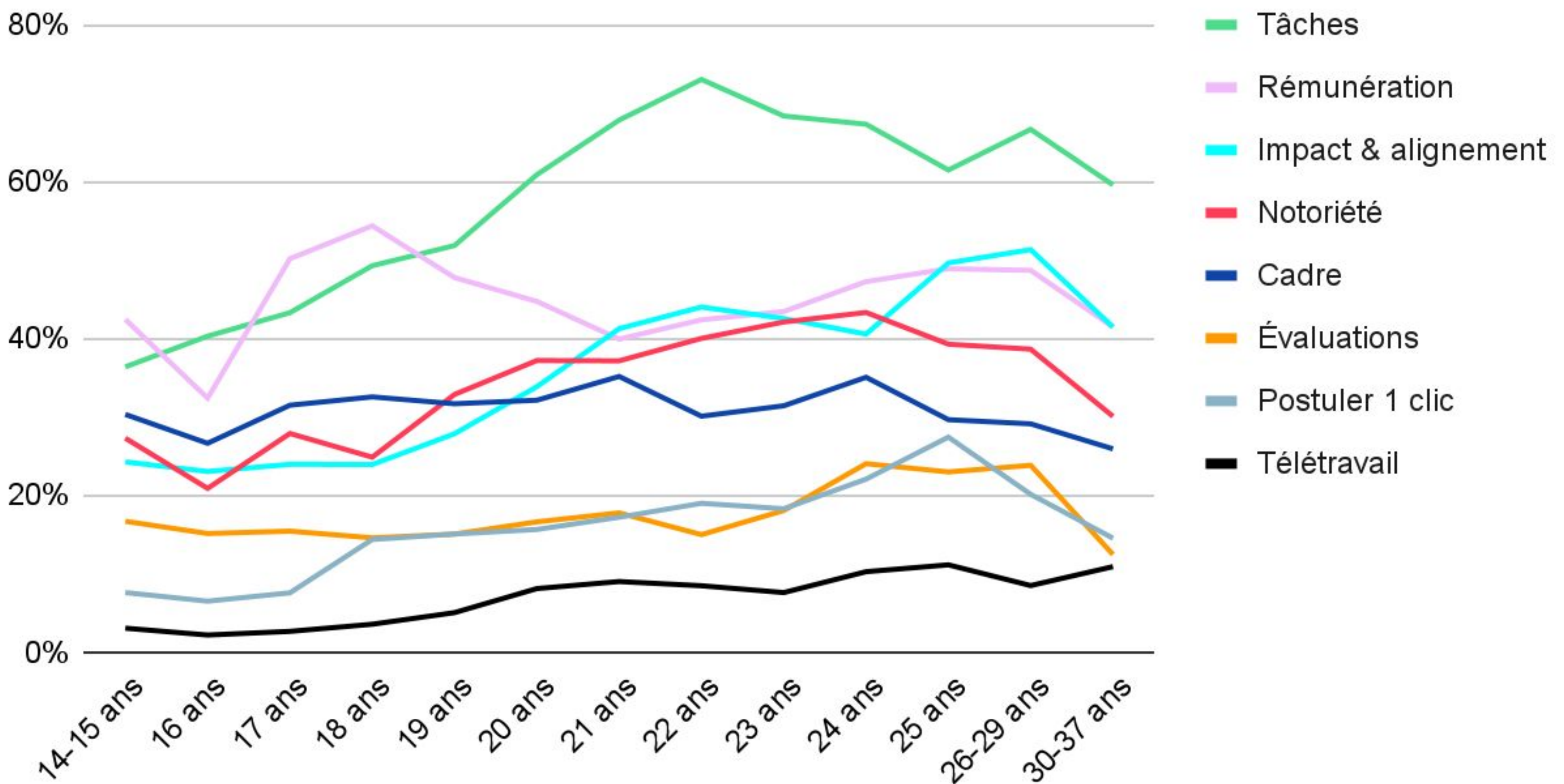
### Zoom sur les réponses autres :

- ★ 79 personnes ont indiqué l'obligation d'avoir une expérience professionnelle pour valider leur diplôme.
- ★ La proximité géographique a été mentionnée 58 fois. Nous n'avons pas anticipé ce critère qui peut avoir un fort impact sur le quotidien.
- ★ L'envie d'apprendre & d'allier théorie et pratique a été mentionnée 52 fois.



# L'impact de l'âge

**Lors de cette recherche, quels ont été les éléments déclencheurs qui t'ont poussé à postuler ?**



## Que disent les chiffres ?

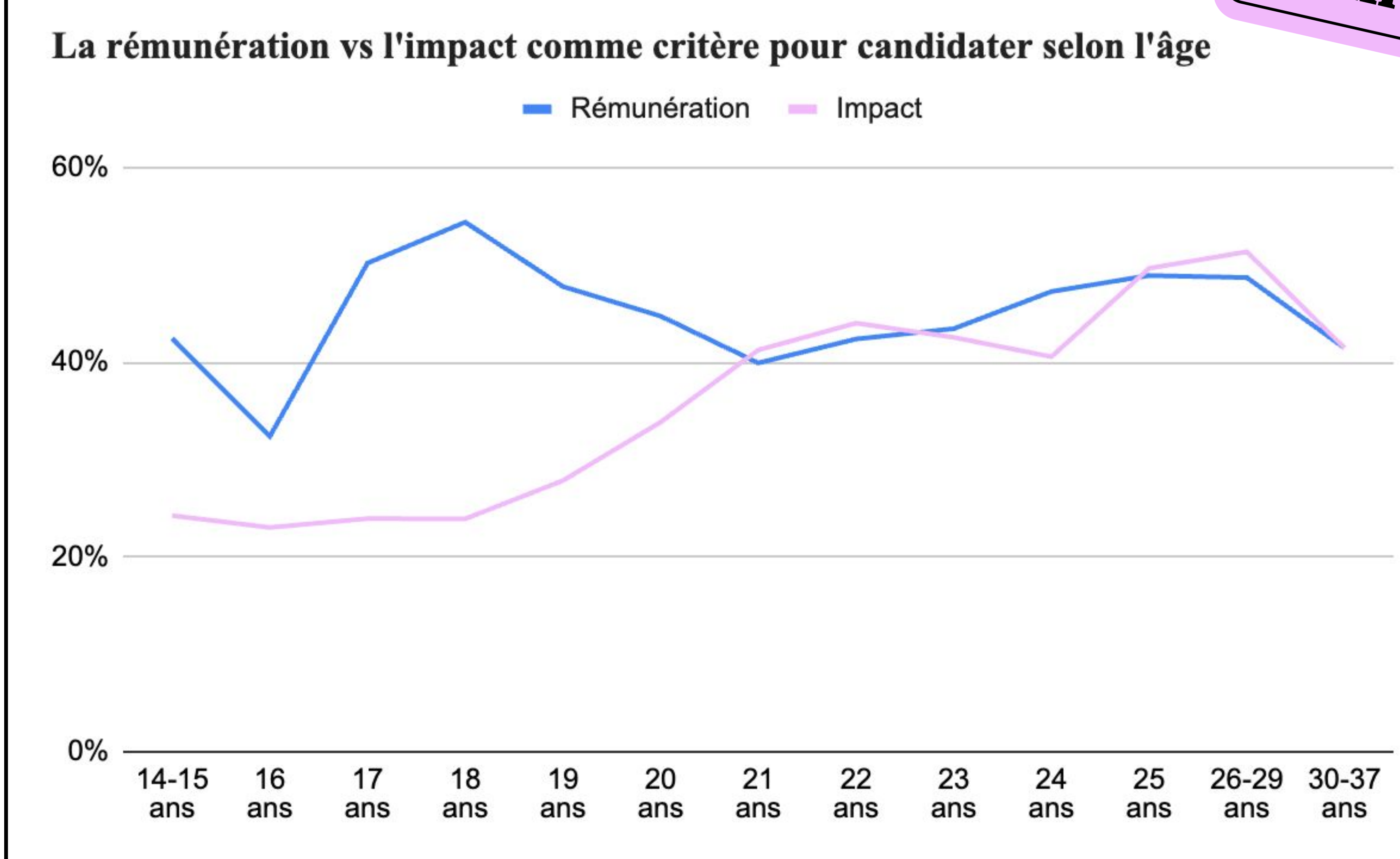
La rémunération est le premier critère pour les plus jeunes (<18 ans). À partir de 19 ans, les tâches prennent la tête de la liste des critères de candidature. Il existe un écart important entre les tâches et le reste des critères, notamment vers 21-23 ans, âge charnière où ont souvent lieu les premières expériences professionnelles. Avec l'âge, l'importance de la rémunération diminue légèrement pour se trouver au même niveau que l'impact et l'alignement avec ses valeurs. Cela peut être lié à l'hypothèse suivante : en étant très jeune, le travail peut plus souvent être associé au fait de gagner sa vie, et en grandissant vient une meilleure compréhension des enjeux du travail, d'où la réflexion via-à-vis des tâches, du sens et de l'alignement personnel.

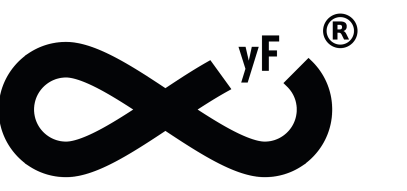
Le cadre et la notoriété : des critères qui ont leur importance et qui évoluent peu avec l'âge.

Les évaluations et le fait de postuler en un clic n'ont pas beaucoup d'influence sur la candidature.

Le télétravail est le dernier critère, quel que soit l'âge.

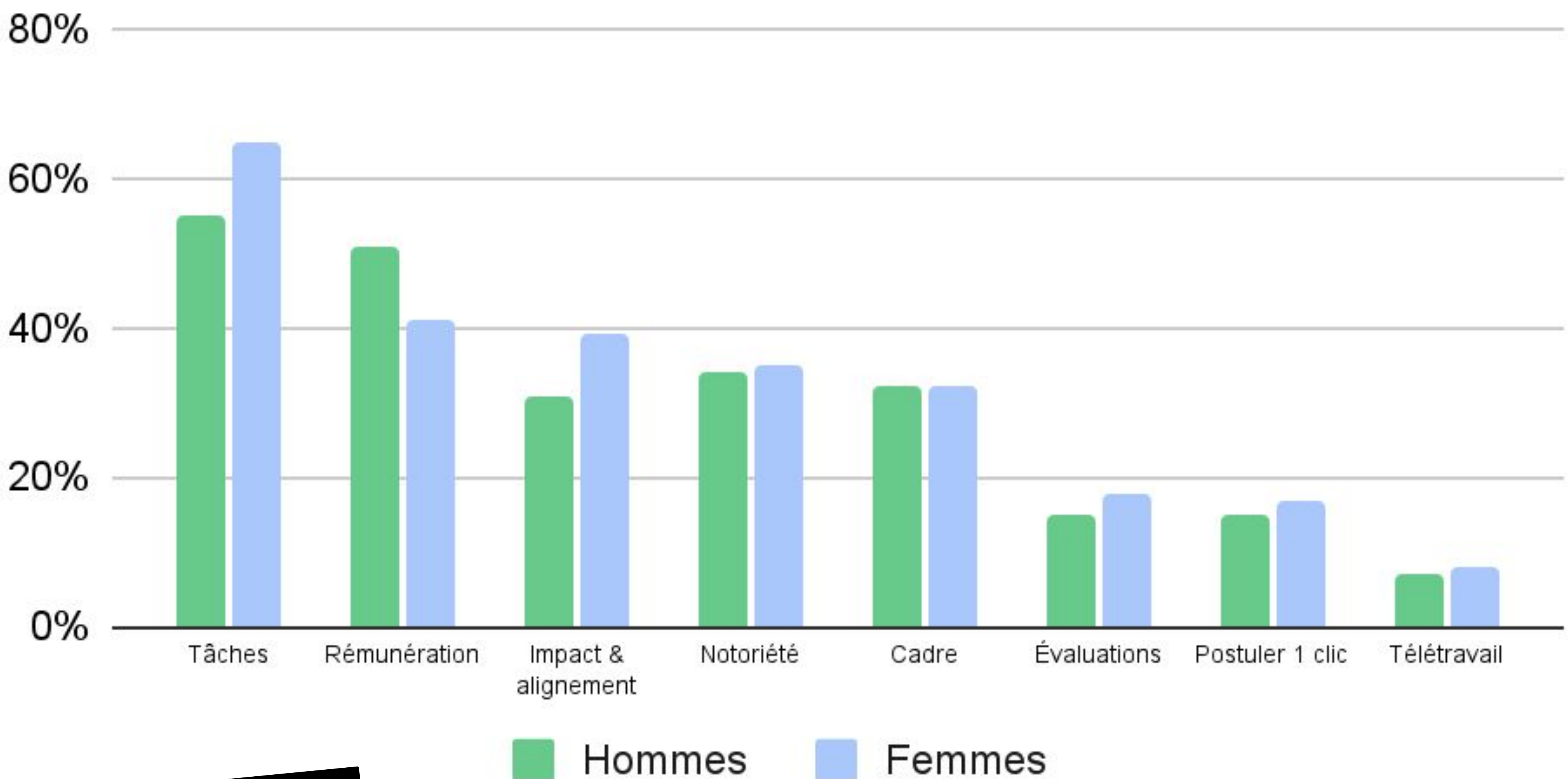
## Zoom sur





# L'impact du genre

Lors de cette recherche, quels ont été les éléments déclencheurs qui t'ont poussé à postuler ?



## Que disent les chiffres ?



Lorsqu'il s'agit de candidater à une offre, les femmes valorisent les tâches (65 %) avant le reste et ensuite la rémunération (41 %) quasiment autant que l'impact & l'alignement avec ses valeurs (39 %). La notoriété de l'entreprise (35 %) compte presque autant que le cadre (32 %). Les évaluations (18 %), la possibilité de postuler en un clic (17 %) et la possibilité de faire du télétravail (8 %) sont en bas du classement.

Au moment de candidater à une offre, les hommes regardent en priorité les tâches (55 %) et la rémunération (45 %). La notoriété (35 %) et le cadre (32 %) sont deux critères qui se valent et qui sont plus importants que l'impact et l'alignement avec ses valeurs (31 %). Les évaluations (15 %), la possibilité de postuler en un clic (15 %) et la possibilité de faire du télétravail (7 %) sont des critères moins importants.



## Quelle similitude et différence entre les hommes et les femmes ?

- Les tâches et la rémunération sont les deux facteurs les plus importants, pour les hommes comme pour les femmes.
- L'impact et l'alignement avec ses valeurs est un sujet qui touche plus les femmes.
- La notoriété et le cadre ont autant d'importance pour les hommes et les femmes.
- Le cadre, la candidature en un clic et le télétravail ont peu d'influence lors de la candidature, hommes et femmes confondus.

Pour rappel

47 %

VS

38 %

Des femmes

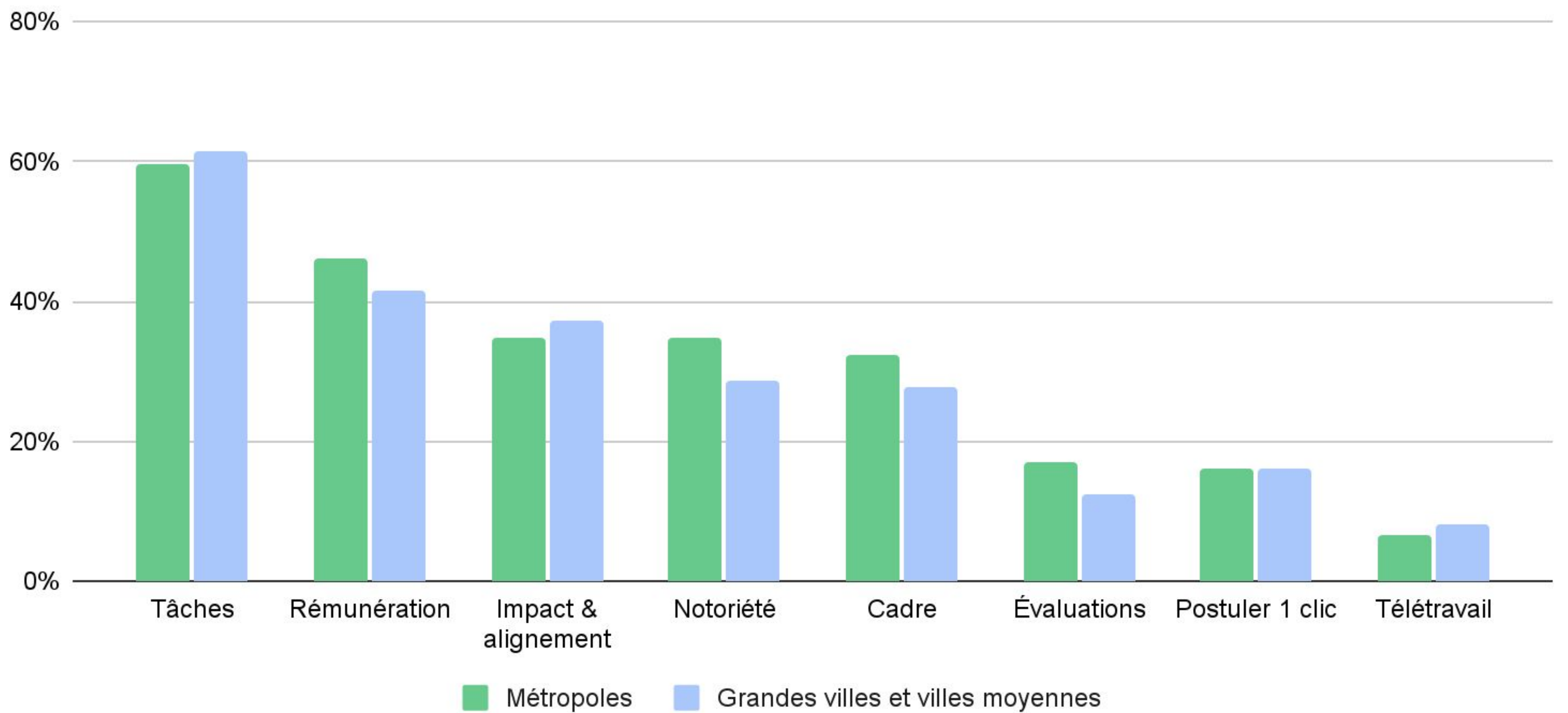
Des hommes

privilégient le critère de la passion sur tout autre critère. (Duport, 2022) (Apec, 2022a)



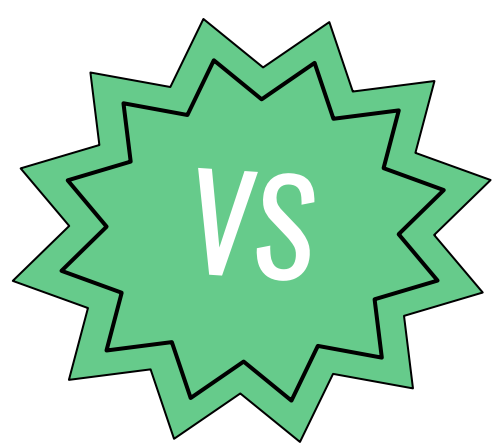
# L'impact de la situation géographique

Lors de cette recherche, quels ont été les éléments déclencheurs qui t'ont poussé à postuler ?



**Que disent les chiffres ?**

**Les métropoles**



**Les grandes et moyennes villes**

Il y a quelques petites différences entre les métropoles et les grandes et moyennes villes. L'ordre des critères est le même à un critère près (les évaluations sont en 6ème position en métropole et en 7ème position dans les grandes et moyennes villes). Parmi les différences, on peut observer sans surprise que la rémunération est un critère un peu plus important dans les métropoles (46 % vs 42 %), dû au coût de la vie plus élevé. Au delà de la question du salaire, les quelques différences sont concentrées sur les critères suivants : notoriété (6 points d'écart), le cadre (4 points d'écart) et les évaluations (4 points d'écart).



**Zoom sur**

La mobilité (accessibilité, permis de conduire) fait partie des nombreux freins périphériques qui impactent la recherche d'emploi des jeunes. Celle-ci impacte notamment 10 % des 16-29 ans. (Boisson-Cohen et al., 2017)



# Recommandations employeur

#1

## Présenter clairement les différentes tâches quotidiennes du poste

Lorsqu'il s'agit de candidater à une offre, les jeunes vont d'abord regarder les tâches proposées. Il est donc primordial d'être précis et exhaustif dans la description des missions. Cela peut inclure :

- ❖ L'indication dans l'offre d'emploi des pourcentages associés à chaque tâche en fonction du temps que celle-ci représente dans le quotidien du poste en question ;
- ❖ L'intégration au processus de recrutement d'entretiens avec l'équipe métier en plus de l'équipe RH et prendre le temps de décrire les missions, le quotidien et le fonctionnement de l'équipe. Pendant le processus de recrutement, le·la candidat·e doit pouvoir se projeter dans le quotidien du métier : "mon travail va-t-il demander beaucoup de réunions en équipe, de compte rendus, d'interventions sur le terrain, de relation client ?" ;
- ❖ L'inclusion à la fin du parcours de recrutement (lors du choix entre 2 candidat·e-s par exemple) d'une journée d'immersion (vis ma vie) pour rencontrer l'équipe, afin que le jeune puisse se projeter facilement dans son futur poste.

## Faire apparaître la rémunération dans l'offre d'emploi

#2

La rémunération est le second critère pour postuler ou non à une offre, d'où l'importance de faire apparaître le salaire sur l'offre. Les jeunes valorisent la transparence sur ce sujet.

Pour rappel,

37 %

des jeunes pointent le fait ne pas divulguer le salaire proposé comme le principal signal d'alarme dans les offres d'emploi. (Bordeleau, 2023)

#3

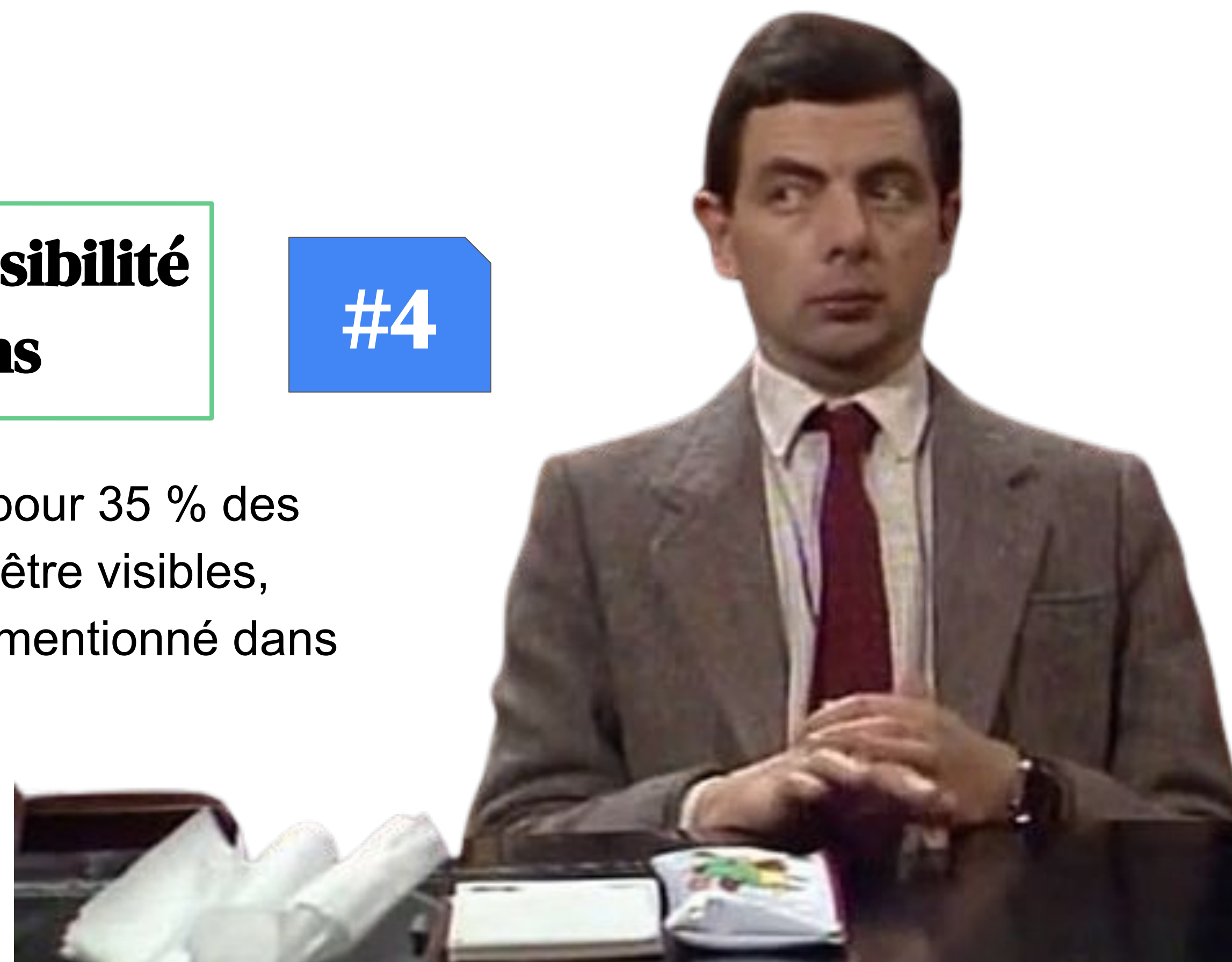
## Assurer la cohérence entre ce qui est affiché sur l'offre, ce qui est dit en entretien et l'arrivée en entreprise

Il convient d'être transparent à chaque étape du processus de recrutement, et ce, dès l'offre, sur le quotidien de l'organisation (intégration, ambiance, accompagnement...), pour réduire l'écart entre attentes et réalité. Cela permet aussi de limiter la dissonance entre ce que le jeune imagine et la réalité du poste. Nous l'avons vu lors de notre premier chapitre : 46 % des jeunes restent moins d'un an en poste (Duport, 2020).

## Travailler sur sa marque employeur et sa visibilité pour être connu des jeunes générations

#4

La notoriété de l'entreprise est un critère prépondérant (pour 35 % des répondant·e-s). Les organisations ont donc tout intérêt à être visibles, notamment sur les réseaux sociaux & LinkedIn, comme mentionné dans la minute théorie de la partie précédente !





**3**

# Qu'est-ce qui pousse à accepter une offre ?

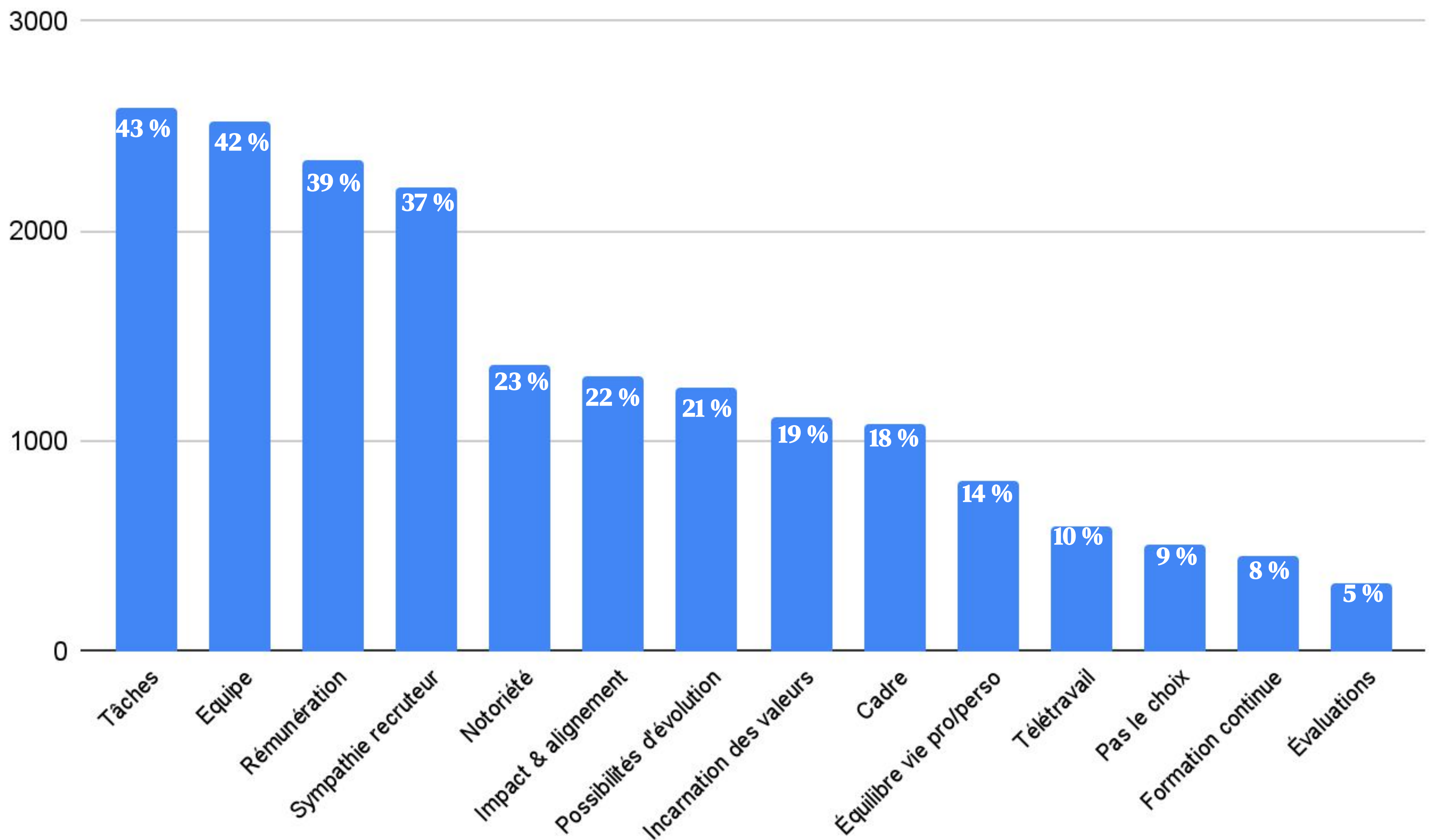






# Que dit le panel global ?

**Lors de cette recherche, quels ont été les éléments déclencheurs qui t'ont poussé à accepter l'offre ?**



## Que disent les chiffres ?

**Top 1** **Les tâches** restent le critère numéro un pour accepter une offre (même si en proportion moins grande que pour postuler à une offre : 43 % comme critère de candidature vs 60 % comme critère d'acceptation de l'offre).

**Top 2** **L'équipe** est le deuxième critère (42 %) quand il s'agit d'accepter une offre. L'humain passe avant le salaire une fois les processus de recrutements engagés.

## Pour rappel,

Le premier levier de fidélisation est l'esprit d'équipe sur la base d'une étude menée auprès de 2300 jeunes Français de 15 à 22 ans, étudiant·e-s et lycéen·ne-s. (Bene, 2019)

**46 %**

des répondant·e-s considèrent que les relations entre collègues sont très importantes. (Bene, 2019)



### Top 3

**La rémunération** (39 %) complète le top 3 et demeure donc un critère indispensable. Sans surprise, le salaire proposé par un emploi reste un critère très important.

### Top 4

**La sympathie du recruteur** est le 4ème critère (37 %). Ce critère est très lié à celui de l'équipe. À eux deux, ces critères démontrent l'importance du lien humain. Les relations humaines font la différence quand il s'agit de se démarquer par rapport aux autres organisations.

### Moins de 25 %

**La notoriété** (23 %), **l'impact et l'alignement avec ses valeurs** (22 %) et **la possibilité d'évoluer** (21 %) sont secondaires mais pris en compte par plus d'un 1/5 des répondant·e·s.

**L'incarnation des valeurs** (19 %) et **le cadre** (18 %) proposés par l'entreprise (bureau, matériel etc) ont une importance pour presque 1/5 des répondant·e·s.

Alors que **l'équilibre entre la vie professionnelle et la vie personnelle** semblait être un critère de taille dans ce que nous avons lu et mis en avant dans le premier chapitre, il n'arrive qu'en 10ème position (14 %) ici. Une explication possible : ce critère peut être davantage demandé avec l'âge et l'expérience en poste.



9 % des répondant·e·s n'ont **pas eu le choix**. Ce chiffre rappelle l'inégalité d'accès à l'emploi. L'analyse des 209 personnes qui ont répondu uniquement "je n'ai pas eu le choix" montre que les personnes concernées sont plutôt très jeunes (moyenne d'âge 20 ans), avec presque autant de femmes que d'hommes (109 vs 100).

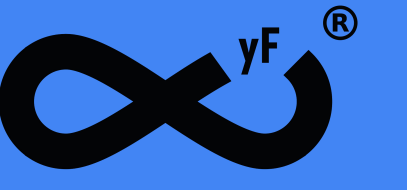
### Moins de 10 %

**Le télétravail** est un critère pour 10 % des répondant·e·s seulement. C'est 3 points de plus que lors de la candidature, mais ce n'est pas un critère de taille quand il s'agit d'accepter ou non une offre.

**La formation en continu** (8 %) n'est pas un critère fondamental pour convaincre un·e candidat·e d'accepter une offre. Les formations proposées par l'entreprise constituent davantage un enjeu de fidélisation des salarié·e·s déjà en poste.

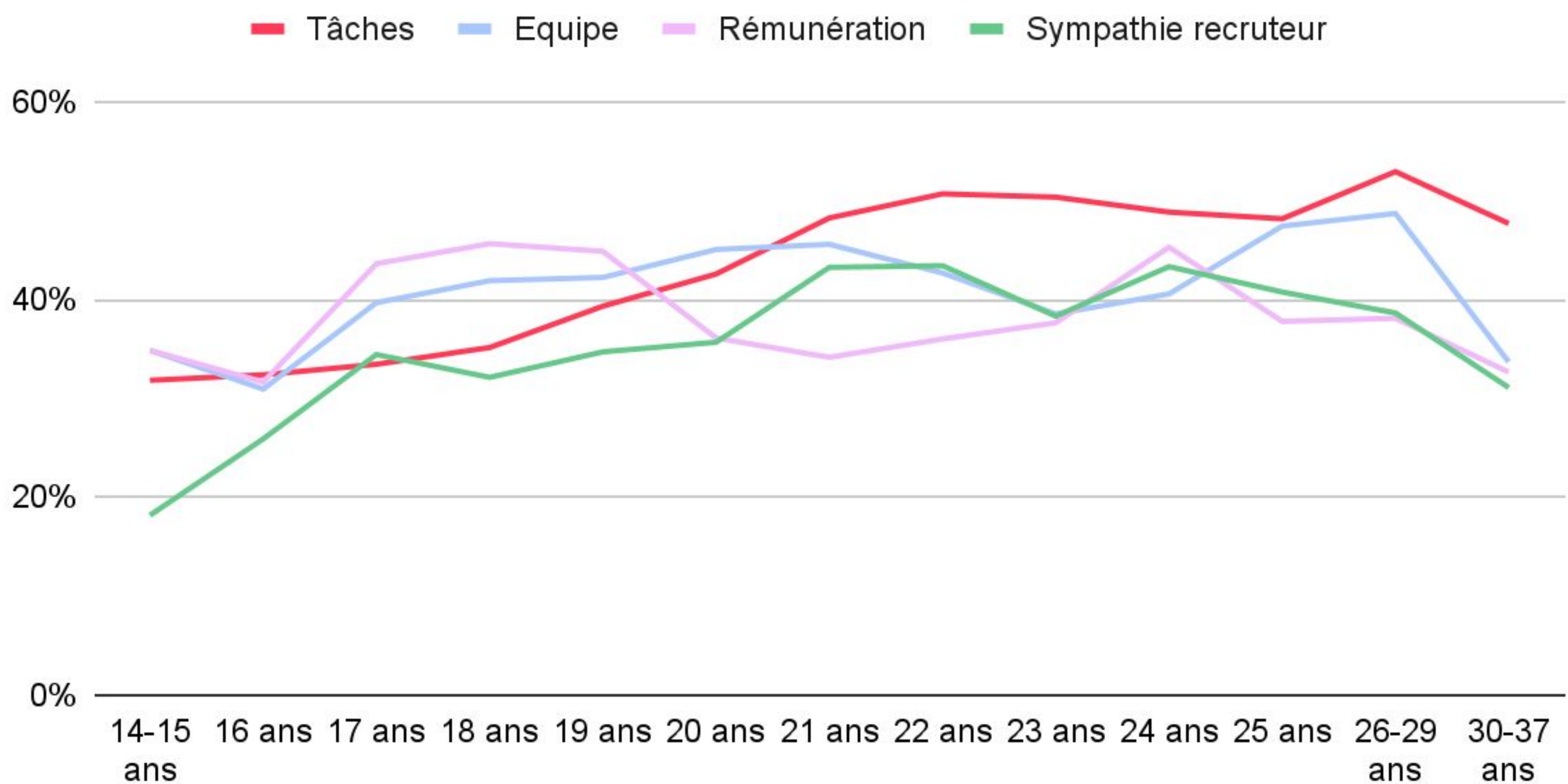


**Les évaluations** externes (Glassdoor etc) sont un sujet pour 5 % des répondant·e·s. Il y a 12 points d'écart pour ce critère par rapport à la question 2. Naturellement, les évaluations sont plus prises en compte lors de la candidature. Lorsqu'il s'agit d'accepter une offre, les candidat·e·s ont potentiellement pu se faire un avis sur l'entreprise lors du processus de recrutement.



# L'impact de l'âge 1/2

**Lors de cette recherche, quels ont été les éléments déclencheurs qui t'ont poussé à accepter l'offre ?**



## Le quatuor gagnant

Le top 4 est le même tout âge confondu

Rémunération

Tâches

Équipe

&

Sympathie du recruteur

Lors de la candidature et de l'acceptation de l'offre, le critère principal reste la rémunération pour les plus jeunes. L'importance de ce critère diminue légèrement à mesure que l'âge augmente.

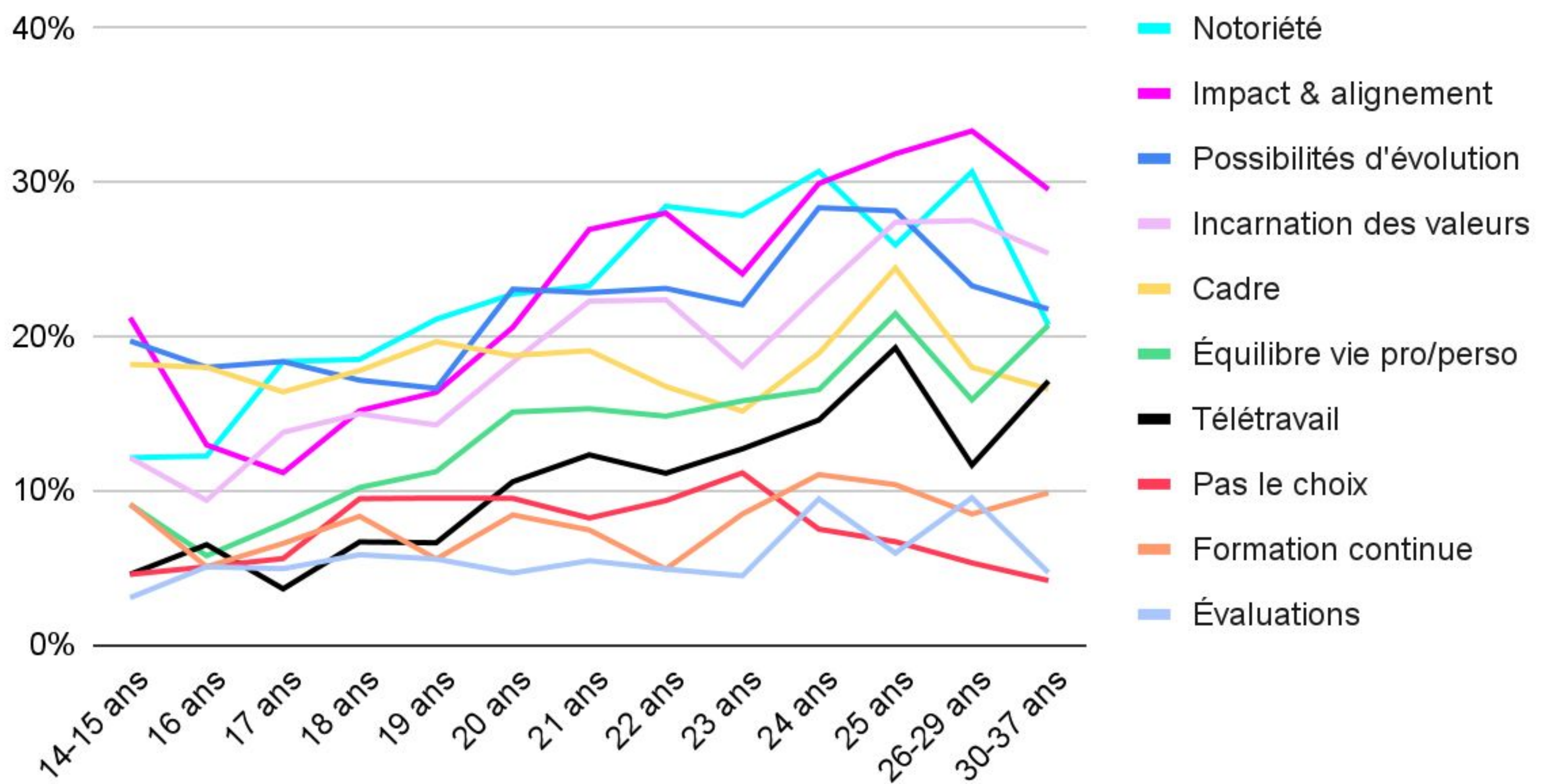
À l'inverse, les tâches et la sympathie du recruteur prennent de plus en plus d'importance à mesure que l'âge augmente. Ces résultats font écho aux résultats de la question précédente.





# L'impact de l'âge 2/2

**Lors de cette recherche, quels ont été les éléments déclencheurs qui t'ont poussé à accepter l'offre ?**



## Que disent les chiffres ?

Le **télétravail**, un facteur qui augmente avec l'âge. Est-il possible de corréliser le non-intérêt des jeunes pour le télétravail à leur expérience de l'école en ligne pendant le COVID ? Après avoir eu plusieurs semaines voire semestres de cours en ligne, le besoin de lien humain est potentiellement plus important pour eux.

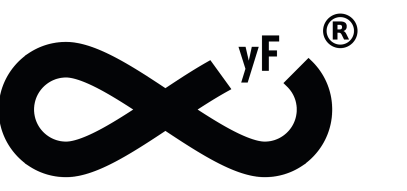
Nous avons observé dans notre premier chapitre que l'**équilibre** entre la vie professionnelle et la vie personnelle revenait souvent. Les chiffres montrent que ce critère prend de l'importance avec l'âge et l'expérience, comme le télétravail. Certains choix de vie (avoir des enfants, devenir aidant d'un parent proche) peuvent remettre en question cet équilibre.

Par ailleurs, nous l'avons vu dans le premier chapitre : le travail reste important pour 80 % des jeunes. C'est un facteur de construction identitaire. (Bersani, Vice France, 2020)

Les critères **impact et alignement** et **incarnation des valeurs** ont des courbes similaires, qui augmentent continuellement avec l'âge. Nous pouvons tenter d'expliquer cela par l'expérience d'un ou plusieurs métiers qui amènent un potentiel questionnement sur l'utilité de son propre emploi.

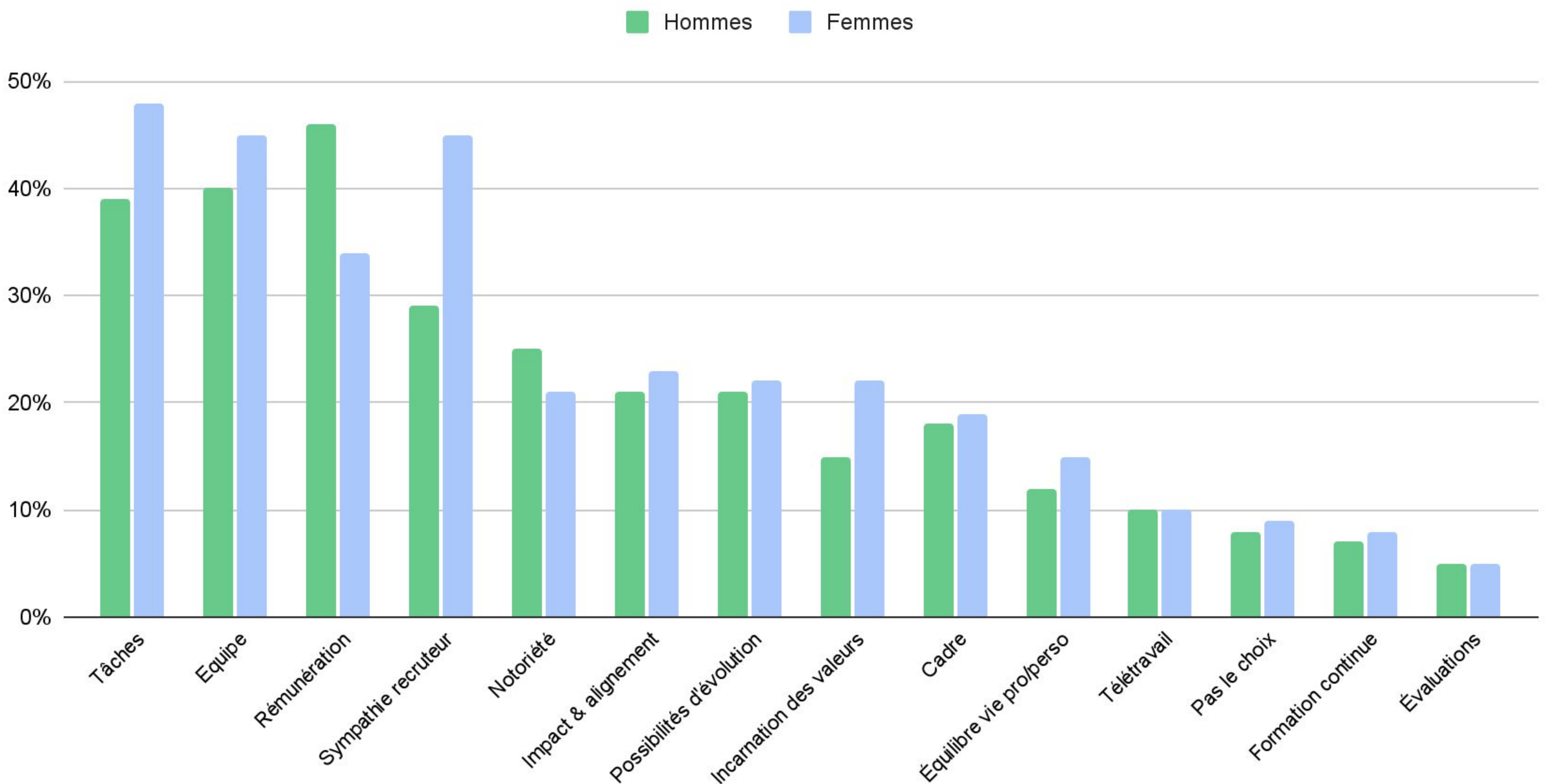
Les **évaluations** positives sur des sites extérieurs et la formation continue ne sont pas des critères déterminants dans le choix d'accepter ou non une offre.

*D'autres critères deviennent aussi plus importants à mesure que l'âge augmente : l'impact, les valeurs de l'entreprise ou encore l'équilibre entre la vie professionnelle et la vie personnelle.*



# L'impact du genre

Lors de cette recherche, quels ont été les éléments déclencheurs qui t'ont poussé à accepter l'offre ?



## Que disent les chiffres ?

Les hommes et femmes ont le même top 4 (mais pas dans le même ordre) :

Rémunération

Équipe

Sympathie du recruteur

Tâches

Quand il s'agit d'accepter une offre, la rémunération est le top critère pour les hommes (46 %), alors qu'il est en 4ème position pour les femmes (34 %).

À l'inverse, les femmes donnent davantage d'importance que les hommes à la nature des tâches (48 %), à l'équipe (45 %), à la sympathie du recruteur (45 %) et à l'impact et l'alignement (23 %).

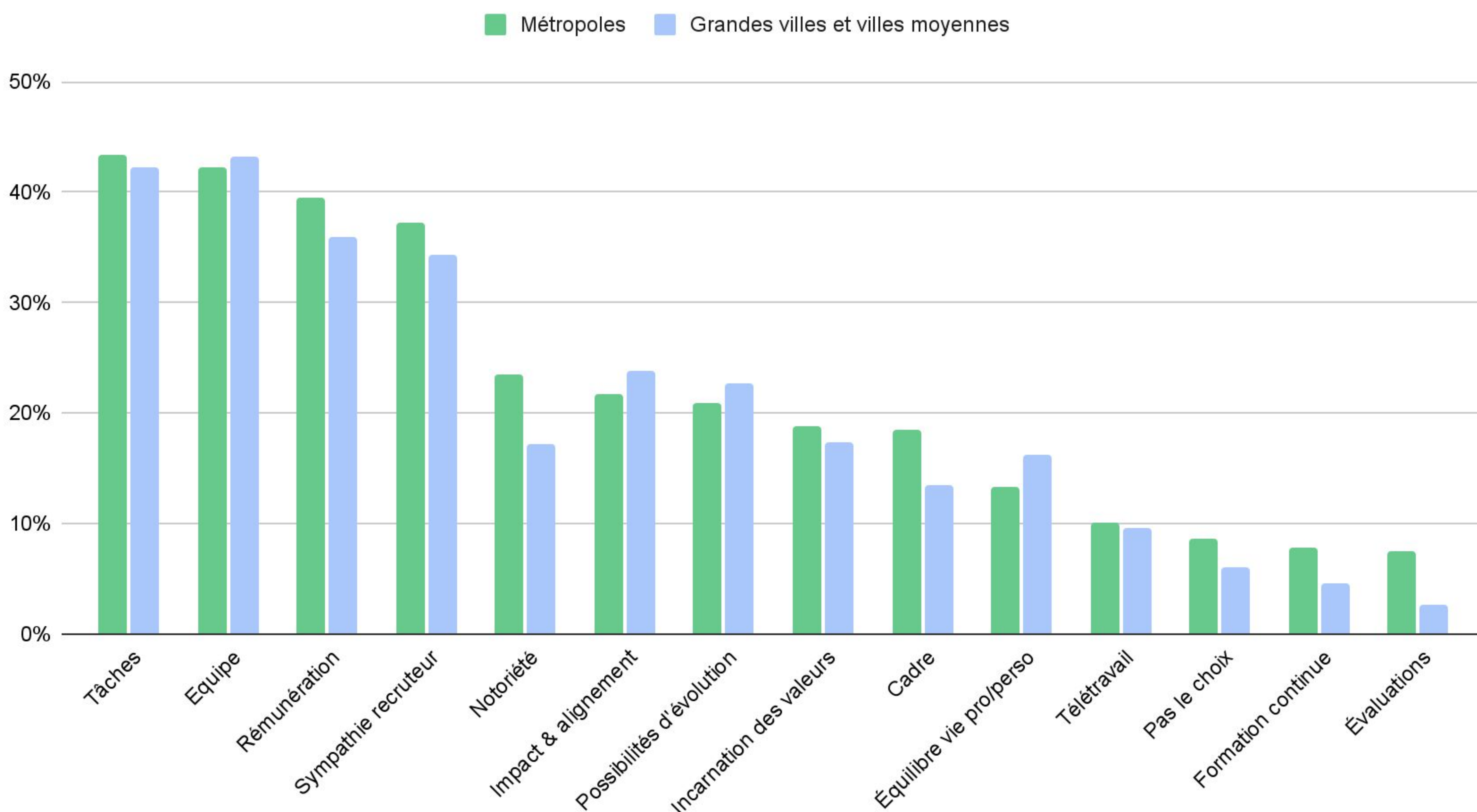
Nous observons ici de plus gros écarts en fonction du genre que pour la question 2. Ces écarts sont notamment marqués pour les critères suivants : sympathie du recruteur (16 points d'écart), puis rémunération (12 points d'écart) et enfin les tâches (9 points d'écart).





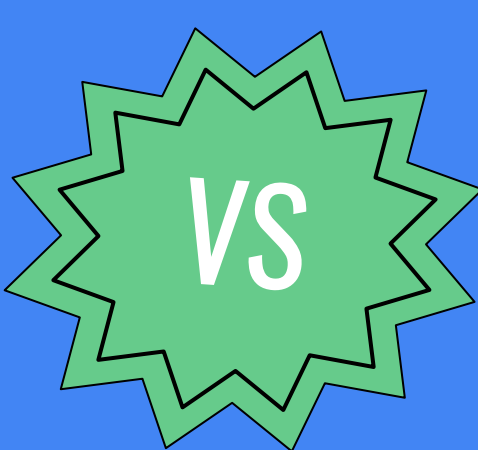
# L'impact de la situation géographique

Lors de cette recherche, quels ont été les éléments déclencheurs qui t'ont poussé à accepter l'offre ?



## Que disent les chiffres ?

Les métropoles



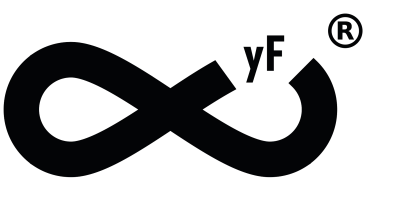
Les grandes et moyennes villes

Il y a quelques petites différences entre les métropoles et les grandes et moyennes villes.

La rémunération, la notoriété de l'entreprise, la sympathie du recruteur et le cadre sont plus importants dans les métropoles que dans les grandes villes et moyennes villes, comme observé sur la question précédente.

À l'inverse, l'impact, les possibilités d'évolution et l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle sont des éléments déclencheurs plus souvent important dans les grandes et moyennes villes que dans les métropoles.





# Recommandations employeur

## Garantir les fondamentaux du travail

Les résultats de ce chapitre montrent que les fondamentaux du travail (les tâches, l'équipe, le lien humain et la rémunération) priment sur les autres critères et sont déterminants pour les candidats lorsqu'ils acceptent une offre (et pour qu'ils restent dans une structure). Ainsi, il convient de ne pas négliger les liens humains, le salaire à l'entrée et la possible évolution (et donc projection). En ce qui concerne les tâches, il est important de comprendre quel types de tâche recherche son·sa salarié·e.

### Définir et prendre le temps de mettre en place un processus d'intégration

L'intégration est un moment clé du parcours collaborateur. Les ateliers menés par Youth Forever sur le terrain montrent que l'intégration est souvent faite dans l'urgence et sans processus très défini. Pourtant, un accueil réussi fait réellement la différence. Il permet de créer du lien, une confiance mutuelle et de valoriser le·la collaborateur·rice qui a choisi d'intégrer cette entreprise. À contrario, si l'intégration est négligée, l'impact peut être très négatif pour le·la collaborateur·rice qui peut vite se sentir seul·e. Dans certains cas, l'intégration peut être décisive et peut dégoûter le·la nouvel·le arrivant·e.

À ce sujet, des choses simples peuvent faire la différence pendant la phase d'accueil :

- Formaliser un processus d'intégration qui soit connu de toutes,
- Prévenir l'ensemble de l'équipe/entreprise de l'arrivée d'une nouvelle personne (ça paraît évident, mais ce n'est pas systématique, nous avons recueilli plusieurs témoignages de ce type),
- Attribuer à l'arrivée un binôme/mentor/parrain,
- Anticiper les accès, habilitations et le matériel dont le·la collaborateur·rice aura besoin,
- Prévoir un Welcome Kit et une FAQ, avec notamment les éléments informels que le·la collaborateur·rice n'osera pas toujours demander,
- Prévoir une journée d'intégration si le nombre d'intégrations en simultané le justifie,
- Mettre en place un planning d'intégration qui alterne : la rencontre avec ses collègues, des modules de formation (e-learning et présentiel), des actions pratiques en binôme (exemple : un rendez-vous),
- Laisser le temps aux nouveaux·elles d'absorber les informations.



## Créer l'espace pour permettre aux salarié·e·s de s'exprimer et assurer un suivi

Les résultats démontrent que les besoins et envies des collaborateur·rice·s évoluent avec l'âge, autant sur le besoin d'impact que sur le besoin d'équilibre entre la vie personnelle et la vie professionnelle. Il est donc essentiel de régulièrement prendre le pouls des besoins de ses salarié·e·s et d'organiser des temps d'échanges individuels pour évoquer ces sujets.

### Favoriser la cohésion d'équipe

Comme vu dans les questions 2 et 3, l'équipe est un paramètre qui influe fortement sur la décision de rejoindre ou non une entreprise. S'il est important d'expliquer pendant le processus de recrutement comment fonctionne l'équipe et les temps de cohésion, il est encore plus important de contribuer à la cohésion d'équipe en tant qu'employeur en organisant des temps dédiés à la cohésion d'équipe. À ce sujet, des témoignages terrain **d'ateliers Awayke en entreprise** mettent en lumière l'envie des salarié·e·s de sortir des classiques activités teambuilding qui permettent certes de partager des moments divertissants, mais ne permettent pas toujours de mieux connaître les membres de l'équipe et leurs modes de fonctionnement au travail. Cette dernière approche peut être utile car elle contribue à améliorer la vie d'équipe au long terme.



# Conclusion

## La suite

S'orienter, chercher, trouver le poste qui nous permettra de nous épanouir... Le chemin n'est pas simple pour les jeunes adultes qui découvrent parfois tout du monde de l'entreprise.

Le premier chapitre de l'enquête *Jeunesses et Recherche d'Emploi*, publié en décembre 2023, avait permis de mettre en lumière différents sujets, notamment la difficulté à s'orienter à la sortie de son parcours académique et les différentes attentes des jeunes qui arrivent sur le marché du travail. Pour ce deuxième chapitre en partenariat avec Awayke, nous avons voulu creuser ce que nous avons lu et analysé lors de notre revue de littérature. Plus précisément, nous avons cherché à savoir par quels canaux passent les jeunes en recherche d'emploi, mais aussi ce qui les attire et les convainc de candidater à une offre et d'intégrer une entreprise.

L'enquête quantitative que nous avons menée pour ce chapitre a permis de sonder les jeunes et de comprendre où et pourquoi ils candidatent. Les résultats nous permettent d'en tirer des recommandations employeurs, dans l'objectif de permettre et favoriser cette rencontre qui trop de fois n'a pas lieu, ou démarre sur une mauvaise note.

#1

→ Les canaux de recherche d'emploi des jeunes sont multiples, d'où l'importance d'un point de vue employeur d'avoir une stratégie de diffusion qui prennent en compte tous les canaux avec une communication adaptée. Le bouche-à-oreille prédomine lorsqu'on cherche un premier emploi et notamment chez les plus jeunes. L'importance du réseau pour l'insertion pose des sérieuses questions d'égalité des chances.

#2

→ Pour ce qui est de candidater à une offre, il s'agit avant tout de proposer des tâches qui correspondent aux candidat·e·s. Le détail des missions permet une première rencontre transparente qui évite la déception par la suite. Le salaire (qui apporte sécurité et stabilité) est une forte attente des jeunes, même si le besoin de se sentir utile, l'alignement avec les valeurs de l'entreprise et la notoriété de l'entreprise sont au cœur des préoccupations des répondant·e·s.

#3

→ Les jeunes acceptent une offre en lien avec un salaire suffisant, des tâches qui correspondent à leurs envies dans le monde professionnel et l'équipe. Les liens et rencontres en entreprise permettent de pérenniser la confiance entre salarié·e·s et employeurs. Pour favoriser cette confiance dès le démarrage, d'un point de vue manager, il est utile de se rappeler sa propre intégration, pour mettre en place un processus d'intégration qui inclut les fondamentaux de l'accueil.

Pour revenir à nos questions initiales : pourquoi la rencontre n'a-t-elle pas lieu ? Que faire pour qu'elle ait lieu dans des bonnes conditions ?

## Des premiers éléments de réponses :

- Les canaux de recherche d'emploi des jeunes sont multiples. Pour ne perdre personne, les employeurs doivent multiplier leur présence sur les canaux de diffusion, avec les codes adaptés.
- Plus de la moitié des moins de 22 ans (59 %) s'appuient sur le bouche à oreille pour leur première expérience professionnelle. Pour contourner la force du réseau, les entreprises peuvent multiplier les liens avec les écoles et nommer une équipe en charge des relations écoles pour communiquer en proximité auprès des étudiant·e·s.
- La clarté, la précision et la transparence (missions, salaire, rituels d'équipes...) ou non d'une offre d'emploi sont des critères de choix sur la décision du·de la candidat·e à postuler.
- Le processus de recrutement est crucial pour bien démarrer une collaboration. La recette pour donner envie à des candidat·e·s d'intégrer sa structure : une bonne communication, du lien humain et du temps pris pour expliquer les missions, la vie d'équipe et une vue d'ensemble de l'entreprise.

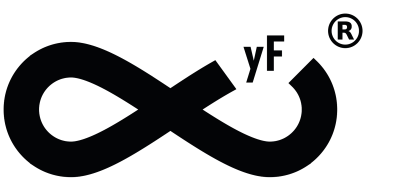




# Annexe

# Les sources





# Sources

Apec. (2022, avril). *Baromètre 2022 de l'insertion des jeunes diplômé.e.s.*

<https://corporate.apec.fr/home/nos-etudes/toutes-nos-etudes/barometre-2022-de-linsertion-des-jeunes-diplomees.html>

Bene, J. (2019, juin). *Les jeunes face au travail : un regard ambivalent, reflet de disparités* - INJEP - Julie Bene. INJEP.

<https://injep.fr/publication/les-jeunes-face-au-travail-un-regard-ambivalent-reflet-de-disparites/>

Bersani, G. (2020, décembre). Opinion | La génération Z, en quête et apporteuse de sens. *Les Echos*.

<https://www.lesechos.fr/idees-debats/cercle/opinion-la-generation-z-en-quete-et-apporteuse-de-sens-1273859>

Boisson-Cohen, M., Garner, H., & Zamora, P. (2017, janvier). *L'insertion professionnelle des jeunes*. DARES.

<https://dares.travail-emploi.gouv.fr/publications/l-insertion-professionnelle-des-jeunes>

Bordeleau, J. (2023, avril). *Embaucher la génération Z, mode d'emploi*. *Le Devoir*.

<https://www.ledevoir.com/economie/789881/embaucher-la-generation-z-mode-d-emploi>

Bouba-Olga, O. (2023, septembre). *Composition sociale des territoires : où vivent les catégories populaires ?* | Olivier Bouba-Olga.

<https://blogs.univ-poitiers.fr/o-bouba-olga/2023/09/20/composition-sociale-des-territoires-ou-vivent-les-categories-populaires/>

BPifrance Création. (2023, janvier). *Utiliser les réseaux sociaux pour communiquer*.

<https://bpifrance-creation.fr/encyclopedie/developper-lactivite-son-entreprise/vendre-grace-au-digital/utiliser-reseaux-sociaux-0>

Chrétien, F. (2023, septembre). *La vidéo : l'atout d'une communication réussie auprès des jeunes*. Figaro Etudiant Pro.

<https://pro.etudiant.lefigaro.fr/article/la-vidéo-latout-dune-communication-reussie-aupres-des-jeunes/#:~:text=La%20vid%C3%A9o%20le%20format%20de,ailleurs%20devenue%20le%20contenu%20roi>

Duport, P. (2020, janvier). *Les jeunes se disent mal préparés à la recherche d'un emploi*. *Franceinfo*.

[https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/c-est-mon-boulot/les-jeunes-se-disent-mal-prepares-a-la-recherche-d-un-emploi\\_3786489.html](https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/c-est-mon-boulot/les-jeunes-se-disent-mal-prepares-a-la-recherche-d-un-emploi_3786489.html)

Duport, P. (2022, février). *Pour le premier emploi, les jeunes Français misent sur l'intérêt du poste avant le salaire*. *Franceinfo*.

[https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/c-est-mon-boulot/pour-le-premier-emploi-les-jeunes-francais-misent-sur-l-interet-du-poste-avant-le-salaire\\_4927629.html](https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/c-est-mon-boulot/pour-le-premier-emploi-les-jeunes-francais-misent-sur-l-interet-du-poste-avant-le-salaire_4927629.html)

Google Trends - LinkedIn. (s. d.). Google Trends. <https://trends.google.fr/trends/explore?date=all&geo=FR&q=linkedin&hl=fr>

Hunteed le Blog. (2022, octobre). *L'entonnoir de recrutement : ce que c'est et comment l'utiliser ?*

<https://blog.hunteed.com/entonnoir-recrutement-ce-que-c-est-et-comment-utiliser>

Monster & YouGov. (2022, mars). *Monster X Etude YouGov : Jeunes et 1er emploi*. Monster.fr.

<https://www.monster.fr/recruter/ressources-rh/actu-rh/marche-de-l-emploi-et-tendances-rh/monster-x-etude-yougov-jeunes-et-1er-emploi/>

Welcome to the jungle. (s. d.). *Back to Basics : L'Employee Advocacy*.

<https://solutions.welcometothejungle.com/back-to-basics-employee-advocacy>

Youth Forever. (2023, décembre). *Jeunesses et Recherche d'Emploi : État des lieux des différences, freins et attentes*. *Youth Forever*.