



# LES SALARIÉS FRANÇAIS À L'ÈRE DE LA TRANSFORMATION DIGITALE

HRM DIGITAL LAB  
en partenariat avec Kantar TNS et OpenSourcing  
avec le soutien du CFA-EVE et de l'ANDRH Essonne



OpenSourcing  
CV ciblés & qualifiés

KANTAR TNS



# SOMMAIRE

## PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE

- A. Un dispositif unique et original
- B. Présentation du baromètre et des deux enquêtes constitutifs de l'étude
- C. Caractéristiques des échantillons

## I - IMPACT PERÇU PAR LES SALARIÉS DU NUMÉRIQUE SUR LEUR MÉTIER ET LEURS COMPÉTENCES

1. En bref
2. Les résultats du baromètre HRM DIGITAL LAB – Kantar TNS – CFA EVE
3. Pour aller plus loin, l'enquête HRM DIGITAL LAB – OpenSourcing

## II - PRATIQUES RH NUMÉRIQUES DES SALARIÉS : L'ÉMERGENCE DU « SALARIÉ SELF RH »

1. En bref
2. Les résultats du baromètre HRM DIGITAL LAB – Kantar TNS – CFA EVE
3. Pour aller plus loin, l'enquête HRM DIGITAL LAB – OpenSourcing et l'enquête OpenSourcing – HRM DIGITAL LAB

## III - PERCEPTION DES SALARIÉS DES PRATIQUES RH NUMÉRIQUES DE LEUR ENTREPRISE

1. En bref
2. Les résultats du baromètre HRM DIGITAL LAB – Kantar TNS – CFA EVE

## PRÉSENTATION DES ENTREPRISES ET ORGANISATIONS DU DISPOSITIF DE L'ÉTUDE

# PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE

## A. UN DISPOSITIF UNIQUE ET ORIGINAL

Un dispositif unique et original a été mis en place pour conduire l'étude sur « les salariés français à l'ère de la transformation digitale ».

Telecom Ecole de Management a lancé son HRM DIGITAL LAB, laboratoire d'étude de la transformation numérique du management des ressources humaines. Ce Lab a deux axes principaux d'étude :

- La transformation digitale des fonctions RH au sein des organisations : recrutement digital, digital learning, SIRH, par exemple.
- L'impact du digital sur le management des ressources humaines : évolution des métiers et des compétences, management intergénérationnel, modes d'organisation du travail, par exemple.

Le HRM DIGITAL LAB de TEM s'est associé à deux partenaires, OpenSourcing et Kantar TNS (ex TNS Sofres), pour conduire cette vaste étude en 2016. Un baromètre sur les salariés français à l'ère du digital a été réalisé avec Kantar TNS. Trois enquêtes ont été conduites avec OpenSourcing sur :

- Le recrutement digital (pratiques des candidats et des recruteurs),
- L'impact du digital sur les compétences dans les entreprises et les organisations,
- Le management intergénérationnel.

L'étude a été conduite avec le soutien du CFA EVE et de l'ANDRH Essonne.

Nous remercions l'ensemble des répondants pour le temps qu'ils nous ont consacré.

# PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE

## B. PRÉSENTATION DU BAROMÈTRE ET DES DEUX ENQUÊTES CONSTITUTIFS DE L'ÉTUDE

Le baromètre conduit avec Kantar TNS, avec le soutien du CFA EVE, et les deux enquêtes avec OpenSourcing ont recueilli plus de 1 000 réponses chacun en moyenne. Dans ce livre blanc, sont présentés uniquement le baromètre et les deux enquêtes sur « le recrutement digital » ainsi que « le digital et les compétences ». Les encadrés ci-dessous en présentent les éléments principaux (nombre de questions, nombre de réponses et objectifs).

### Baromètre, les salariés français et le digital

- Conduit avec Kantar TNS
- 13 questions
- 1002 réponses, échantillon représentatif des salariés français
- L'objectif est d'analyser le rapport des salariés français au digital suivant trois axes :
  - L'impact perçu par les salariés sur leurs compétences
  - Les pratiques RH numériques des salariés
  - L'avis des salariés sur les pratiques numériques RH de leur employeur

### Enquête, recrutement digital

- Conduit avec OpenSourcing
- 43 questions
- 997 réponses
- L'objectif de l'enquête est d'analyser les pratiques digitales de candidatures des étudiants, jeunes diplômés et actifs sur :
  - Les sites emploi (jobboard)
  - Les réseaux sociaux
  - Les applications mobiles
  - Les sites carrières

### Enquête, digital et compétences

- Conduit avec OpenSourcing
- 34 questions
- 1130 réponses
- L'objectif est de comprendre l'impact de la transformation digitale sur les compétences et les métiers des salariés en analysant :
  - Les pratiques numériques des salariés au travail
  - L'impact perçu du numérique sur les compétences des salariés
  - La manière dont les salariés développent leurs compétences
  - Le degré de maîtrise perçu des compétences numériques

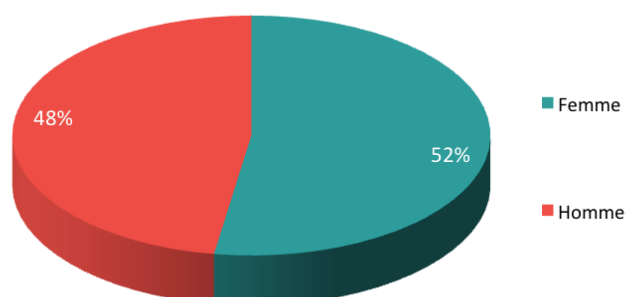
# PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE

## C. CARACTÉRISTIQUES DES ÉCHANTILLONS

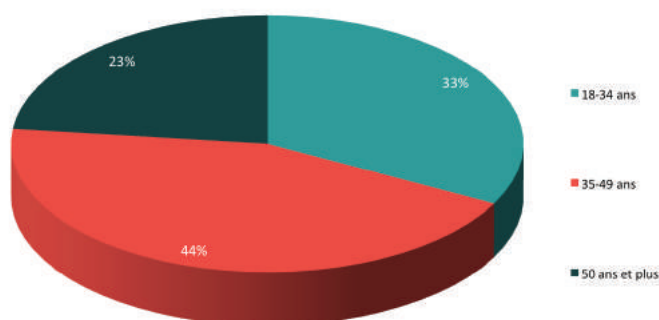
Dans les pages 7,8 et 9 sont présentées les caractéristiques principales du baromètre et des deux enquêtes (sexe, âge et profession des répondants).

### a. Baromètre, les salariés français et le digital

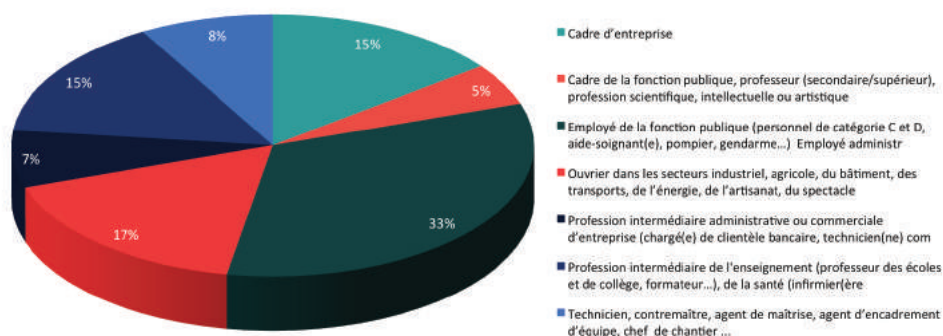
Sexe



Âge



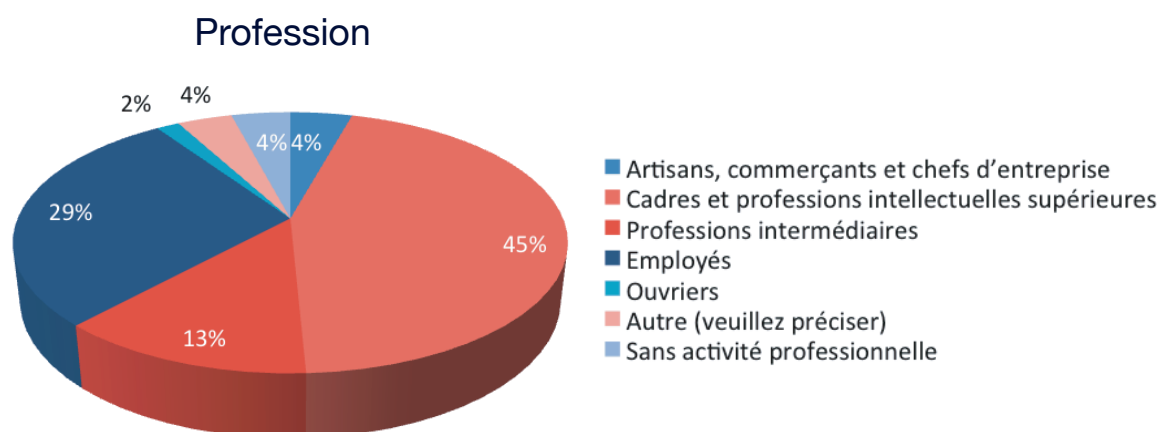
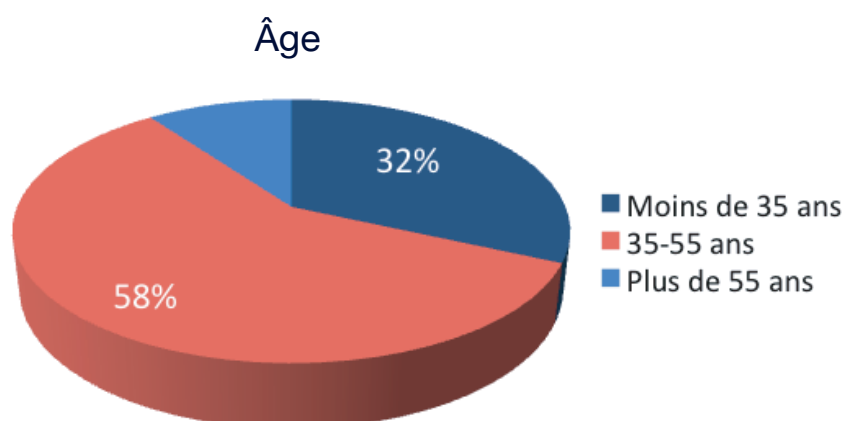
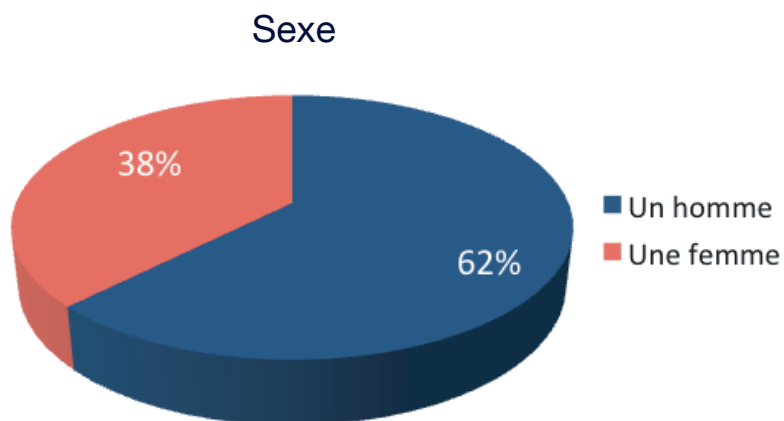
Profession



# PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE

## C. CARACTÉRISTIQUES DES ÉCHANTILLONS

### b. Enquête, recrutement digital

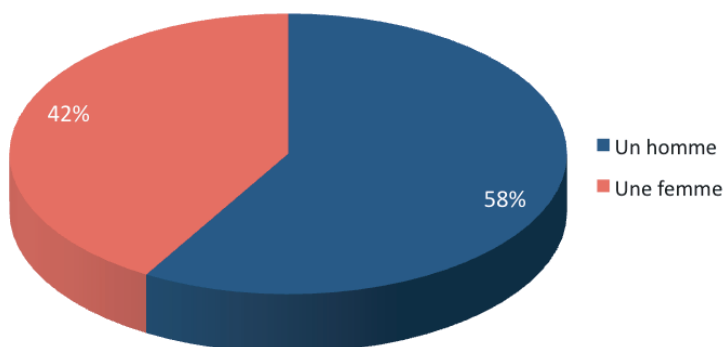


# PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE

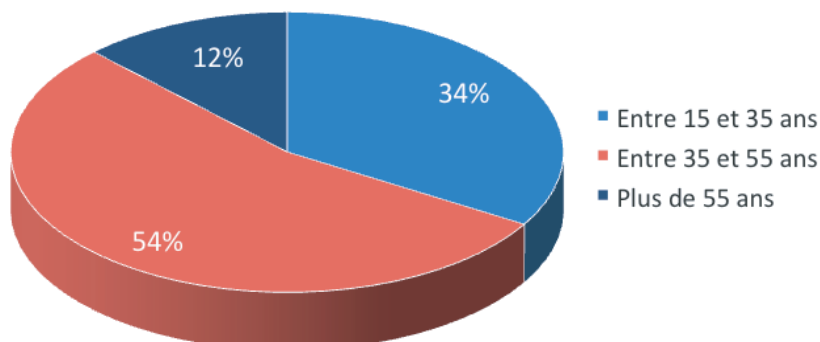
## C. CARACTÉRISTIQUES DES ÉCHANTILLONS

### c. Enquête, digital et compétences

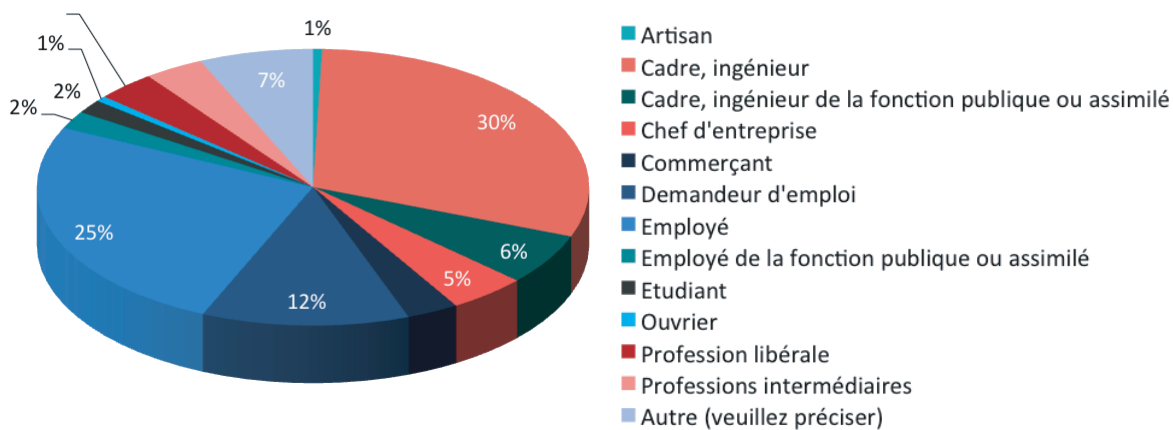
Sexe



Âge



Profession



# L'Impact perçu par les salariés du numérique sur leur métier et leurs compétences

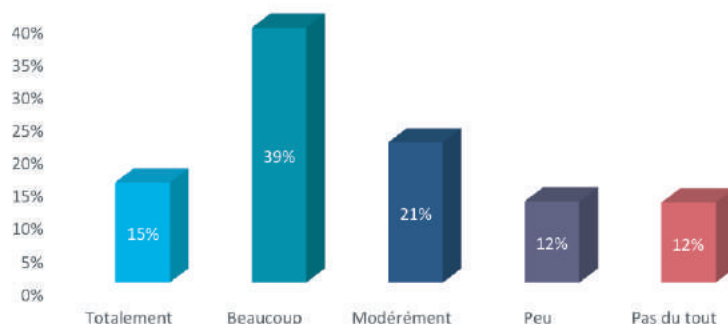
## 1. EN BREF

- Le baromètre HRM DIGITAL LAB – Kantar TNS – CFA EVE a permis de relever un impact fort du numérique sur les métiers des salariés, tel que perçu par ces derniers. Ils sont en effet 88% à déclarer que le numérique a modifié leur métier.
- Le baromètre révèle également que les salariés sont plutôt confiants quant à leur maîtrise du numérique au travail et à l'impact du numérique sur leur métier pour l'avenir.

## 2. LES RÉSULTATS DU BAROMÈTRE HRM DIGITAL LAB – KANTAR TNS – CFA EVE

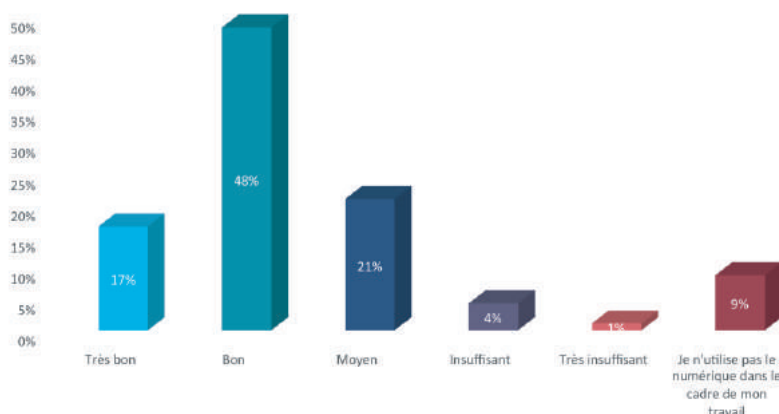
### a. L'impact du numérique sur les métiers

**88%** 88% des salariés déclarent que le numérique impacte leur métier totalement, beaucoup, modérément ou peu. Ils ne sont donc que 12% à ne ressentir aucun impact du numérique sur leur métier. Le graphique ci-contre présente les variations des perceptions en fonction des différentes modalités.



### b. La maîtrise du numérique au travail

**65%** 65% des salariés considèrent avoir une très bonne ou une bonne maîtrise du numérique dans le cadre de leur travail. Ils ne sont que 5% à considérer avoir une maîtrise insuffisante ou très insuffisante. Le graphique ci-contre présente les variations des perceptions en fonction des différentes modalités.



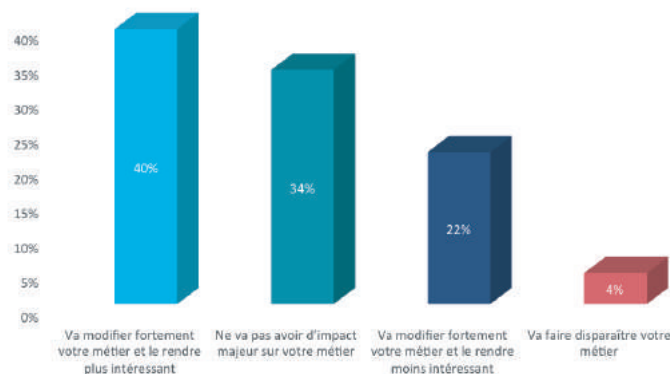


# L'Impact perçu par les salariés du numérique sur leur métier et leurs compétences

## c. Des salariés plutôt confiants sur l'avenir

40%

40% des salariés considèrent que le numérique va modifier leur métier et le rendre plus intéressant dans les années à venir. Ils ne sont que 26% à penser que le numérique va avoir un impact négatif soit en faisant disparaître leur métier (4%) soit en le rendant moins intéressant (22%). Le graphique ci-contre présente les variations des perceptions en fonction des différentes modalités.



## 3. POUR ALLER PLUS LOIN

L'enquête HRM DIGITAL LAB – OpenSourcing sur « le digital et les compétences » a permis de préciser la manière dont les salariés perçoivent leur degré de compétences d'utilisation de certains logiciels ainsi que certaines compétences spécifiques liées au numérique.

### a. Classement du bon degré de maîtrise perçu des logiciels

Les salariés déclarent avoir globalement une bonne maîtrise des moteurs de recherche et de la bureautique. Ils sont un peu moins à l'aise avec les réseaux sociaux professionnels, les sites/applications pour se tenir au courant de l'actualité et les logiciels de visio-conférence. Les deux domaines les plus faibles sont les logiciels/applications pour prendre et organiser des notes ainsi que les logiciels de traitement d'image et/ou vidéo. Le classement ci-dessous présente le classement du degré de maîtrise des logiciels, tel que perçu par les salariés. Le degré exprimé correspond soit à une très bonne maîtrise soit à une bonne maîtrise perçue par les salariés.

- 80% : Moteur de recherche (type Google)
- 68% : Bureautique (word, excel, powerpoint)
- 52% : Réseaux sociaux professionnels (Viadeo, LinkedIn)
- 38% : Site/application pour se tenir au courant de l'actualité (BFM Business, La Matinale)
- 36% : Visio-Conférence (Skype, Polycom, Videochat...)
- 27% : Logiciel/application pour prendre et organiser des notes (Note, Evernote)
- 19% : Logiciel de traitement d'image et/ou vidéo

### b. Classement du bon degré de maîtrise perçu des compétences liées au numérique

Les salariés sont globalement très confiants quant à leurs capacités à rechercher de l'information grâce aux outils numériques, partager des fichiers et des contenus grâce aux outils numériques et communiquer avec des collègues et/ou clients grâce aux outils numériques. Ils se sentent moins à l'aise concernant la rédaction de contenu sur les outils numériques et la prise en compte de la question de la protection des données. Le classement ci-dessous présente le classement du degré de maîtrise des compétences liées au numérique, tel que perçu par les salariés. Le degré exprimé correspond soit à une très bonne maîtrise soit à une bonne maîtrise perçue par les salariés.

- 89% : Recherche d'informations grâce aux outils numériques
- 87% : Partage des fichiers et des contenus grâce aux outils numériques
- 85% : Communication avec des collègues et/ou clients grâce aux outils numériques
- 77% : Priorisation de l'utilisation des différents outils numériques
- 76% : Analyse des informations apportées par les outils numériques
- 73% : Analyse de la validité des informations apportées par les outils numériques
- 67% : Rédaction de contenu sur les outils numériques
- 67% : Prise en compte de la question de la protection des données sur les différents outils numériques

# II Pratiques RH numériques des salariés : l'émergence du « salarié self RH »

## 1. EN BREF

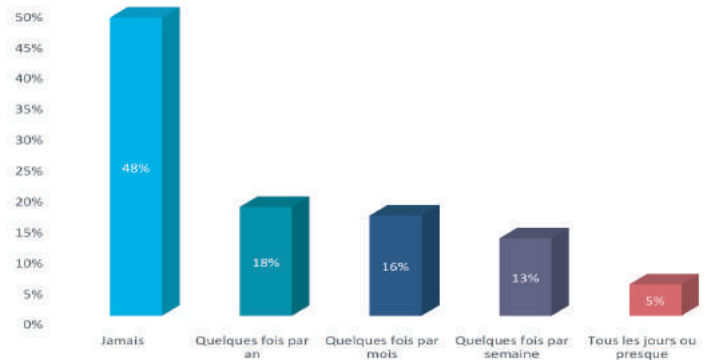
- La notion de « salarié self RH » renvoie aux actions personnelles mises en oeuvre par certains salariés pour développer leurs compétences par l'apprentissage numérique informel (le fait de s'auto-former pour développer ses compétences) et pour les revendre en travaillant leur marque employé (c'est à dire en utilisant le numérique pour se faire connaître d'employeurs potentiels et/ou faire connaître ses compétences/réalisations) et/ou en revendant leurs compétences sur des plateformes, comme leboncoin.fr par exemple.
- Le baromètre HRM DIGITAL LAB – Kantar TNS – CFA EVE, ainsi que les deux enquêtes co-conduites avec OpenSourcing, montrent que la figure du « salarié self RH » est une réalité. Cette figure présente néanmoins des variations avec des pratiques plus poussées, de la part des salariés, sur le développement des compétences (s'autoformer par des MOOC par exemple) que la revente de leurs compétences sur des plateformes (par exemple sur un site comme Leboncoin.fr) et/ou le développement de leur marque employé (par exemple via LinkedIn).

# II Pratiques RH numériques des salariés : l'émergence du « salarié self RH »

## 2. LES RÉSULTATS DU BAROMÈTRE HRM DIGITAL LAB - KANTAR TNS - CFA EVE

### a. L'apprentissage numérique informel

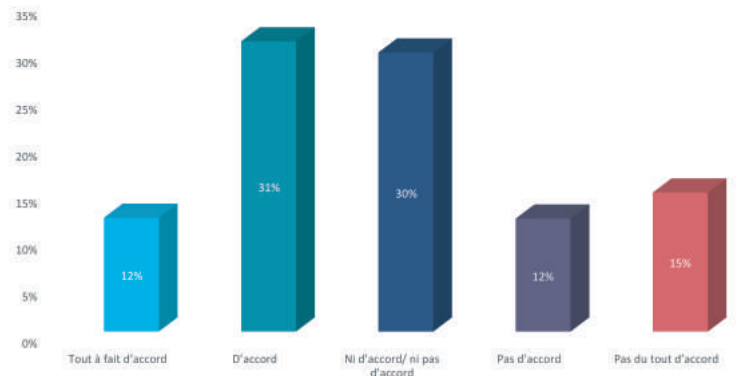
**52%** 52% des salariés déclarent avoir recourt à l'apprentissage numérique informel pour apprendre, tous les jours ou presque, quelques fois par semaine, quelques fois par mois, quelques fois par an. Ils sont 48% à déclarer n'y avoir jamais recourt. Le graphique ci-contre présente les variations des pratiques rapportées en fonction des différentes modalités.



### b. Marque employé

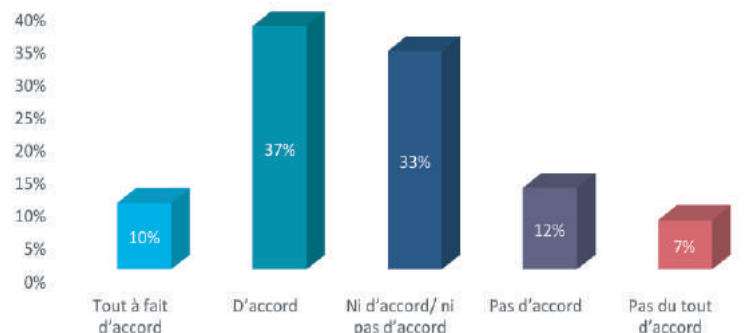
#### Gestion de la réputation numérique professionnelle

**43%** 43% des salariés déclarent qu'il est important de gérer leur réputation numérique professionnelle (items : totalement d'accord et d'accord). Ils sont 27% à ne pas y accorder d'importance (items : pas d'accord, pas du tout d'accord). Le graphique ci-contre présente les variations des perceptions en fonction des différentes modalités.



#### Aisance dans la gestion de la réputation numérique professionnelle

**47%** 47% des salariés déclarent être à l'aise dans la gestion de leur réputation numérique professionnelle (items : totalement d'accord et d'accord). Ils sont 19% à ne pas se sentir à l'aise (items : pas d'accord, pas du tout d'accord). Le graphique ci-contre présente les variations des perceptions en fonction des différentes modalités.



# II Pratiques RH numériques des salariés : l'émergence du « salarié self RH »

## 3. POUR ALLER PLUS LOIN

- L'enquête HRM DIGITAL LAB - OpenSourcing sur « le digital et les compétences » a permis de préciser les pratiques d'apprentissage des salariés ainsi que les modalités d'apprentissage préférées des salariés français.
- L'enquête OpenSourcing - HRM DIGITAL LAB sur « le recrutement digital » a permis de préciser les actions mises en place par les salariés pour gérer leur marque employé ainsi que les médias numériques utilisés par les salariés pour postuler à des emplois.

### a. Classement des méthodes d'apprentissage les plus utilisées

L'apprentissage numérique informel (le fait de s'autoformer grâce au numérique) arrive clairement en tête des méthodes d'apprentissage les plus utilisées, avec le fait d'échanger avec des collègues et/ou des connaissances de son réseau personnel. La formation en entreprise est bien présente mais loin derrière.

- 93% : S'autoformer grâce à internet (via des articles, forums..)
- 84% : Demander à des connaissances personnelles (amis, famille)
- 84% : Demander à un(e) collègue
- 56% : Suivre une formation proposée par son entreprise
- 43% : Suivre une formation en dehors du cadre du travail

### b. Classement des méthodes d'apprentissage les plus appréciées

Paradoxalement au classement précédent, la formation en présentiel reste le moyen d'apprendre préféré des salariés. Les apprentissages grâce aux moyens numériques semblent par ailleurs bien acceptés par les salariés.

- 36% : Formation en présentiel concentrée sur 1 ou 2 jour(s)
- 25% : Formation e-learning que vous pouvez faire quand vous le souhaitez
- 24% : Autoformation (via des articles, forums, groupes...)
- 15% : Formation en présentiel répartie sur plusieurs semaines

# II Pratiques RH numériques des salariés : l'émergence du « salarié self RH »

## c. Classement des actions mises en place par les salariés pour gérer leur marque employé

La mise à jour régulièrement de ses profils sur les réseaux sociaux ainsi que la vérification des résultats relatifs à son nom sur Google et les réseaux sociaux sont les deux actions principales conduites par les salariés pour gérer leur marque employé. De manière moins importante, on retrouve le partage de contenu sur les réseaux sociaux ainsi que la participation à des forums de discussion/groupes d'appartenance.

- 44% : Mise à jour régulière de ses profils sur les réseaux sociaux
- 35% : Vérification des résultats relatifs à son nom sur Google et les réseaux sociaux
- 16% : Partage de contenus sur les réseaux sociaux
- 10% : Participation à des forums de discussion/groupes d'appartenance
- 5% : Autre
- 3% : Mise à jour d'un blog/site
- 1% : Développement de contenus vidéos sur Youtube
- 1% : Mise en ligne de Powerpoints sur Slideshare

## d. Classement des médias numériques utilisés pour postuler

Le site emploi, le site carrière, le site de notation et les réseaux sociaux sont les médias numériques les plus utilisés pour postuler.

- 92% : Site emploi
- 71% : Site carrière
- 69% : Site de notation
- 67% : Réseaux sociaux
- 51% : Application mobile
- 15% : Entretien vidéo différé
- 4% : Serious Game

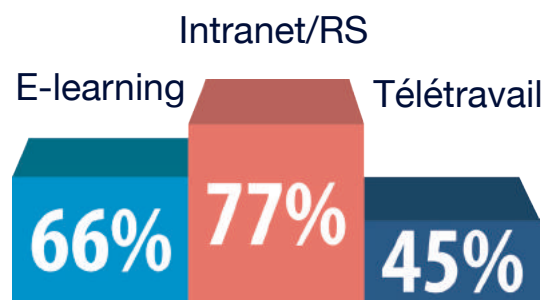
# III Perception des salariés des pratiques RH numériques de leur entreprise

## 1. EN BREF

- Le baromètre HRM DIGITAL LAB – Kantar TNS – CFA EVE permet de relever un recours variable des entreprises aux pratiques RH numériques. Lorsque l'accès aux informations RH par un intranet/un réseau social est une pratique plutôt courante dans les entreprises, le télétravail reste une pratique moins présente.
- Le baromètre permet de relever une perception plutôt positive, par les salariés, des pratiques RH numériques des entreprises quand ces dernières sont présentes.

## 2. LES RÉSULTATS DU BAROMÈTRE HRM DIGITAL LAB - KANTAR TNS - CFA EVE

### a. Une diffusion des pratiques RH numériques différentes

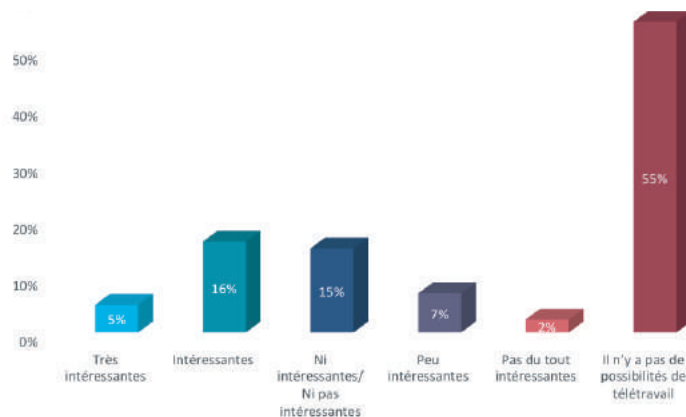


L'accès aux informations RH par un intranet/un réseau social est une pratique plutôt courante dans les entreprises pour 77% des salariés. 66% des salariés accèdent également à des formations e-learning. Ils ne sont plus que 45% à avoir accès au télétravail.

# III Perception des salariés des pratiques RH numériques de leur entreprise

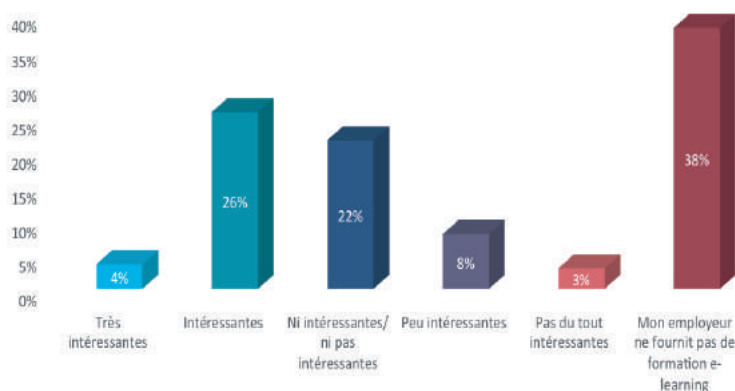
## b. La perception des pratiques RH numériques des entreprises

**21%** 21% des salariés ont une perception positive des pratiques de télétravail dans leur entreprise (items « très intéressantes » et « intéressantes »). Ce résultat reste fort car 55% des salariés déclarent ne pas avoir accès au télétravail dans leur entreprise. Le graphique ci-contre présente les variations de la perception de l'intérêt des pratiques de télétravail en fonction des différentes modalités.



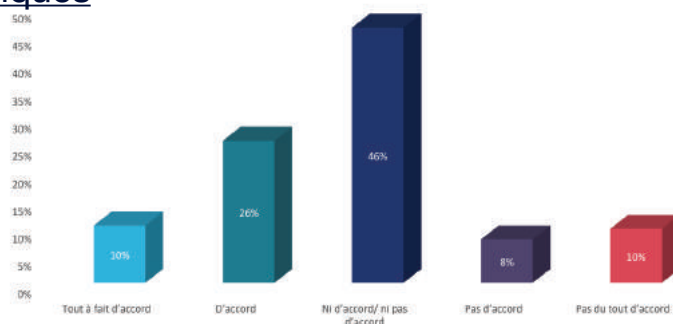
## c. La praticité du e-learning

**29%** 29% des salariés ont une perception positive des pratiques de formation e-learning proposées par leur entreprise (items « très intéressantes » et « intéressantes »). Ce résultat reste fort car 38% des salariés déclarent ne pas avoir accès à des formations e-learning dans leur entreprise. Le graphique ci-contre présente les variations de la perception de l'intérêt des formations e-learning des entreprises en fonction des différentes modalités.



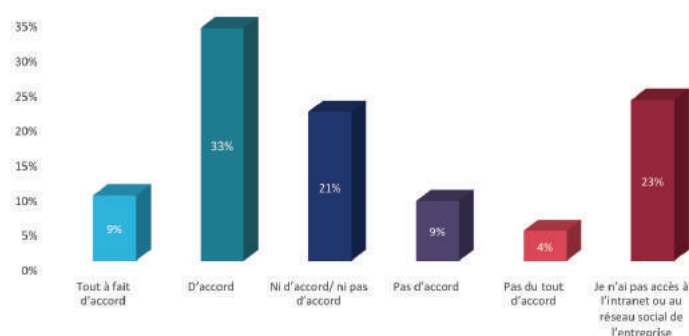
## d. La praticité des processus RH numériques

**36%** 36% des salariés ont une perception positive de la praticité des processus RH numériques de leur entreprise (items « tout à fait d'accord » et « d'accord »). Le graphique ci-contre présente les variations de la perception de la praticité des processus RH numériques en fonction des différentes modalités.



## e. La praticité pour trouver l'information RH sur l'intranet/RS de l'entreprise

**42%** 42% des salariés ont une perception positive quant à la facilité de trouver des informations RH de manière numérique dans leur entreprise (items « tout à fait d'accord » et « d'accord »). Ils sont 23% à ne pas avoir accès de manière numérique à des informations RH dans leur entreprise. Le graphique ci-contre présente les variations de la perception de la facilité de trouver des informations RH en fonction des différentes modalités.





# PARTENAIRES ET ORGANISATIONS DU DISPOSITIF DE L'ÉTUDE

Le HRM DIGITAL LAB est le Lab d'étude de la transformation numérique du management des ressources humaines de Telecom Ecole de Management.

Il étudie deux axes principaux :

- La transformation numérique des fonctions RH au sein des organisations : recrutement numérique, digital learning, SIRH, par exemple.
- L'impact du numérique sur le management des ressources humaines : évolution des métiers et des compétences, management intergénérationnel, modes d'organisation du travail, par exemple.

Kantar TNS est un leader mondial des études marketing présent dans plus de 80 pays. Kantar TNS fournit à ses clients des insights opérationnels pour les aider à prendre les meilleures décisions et les accompagner dans leurs stratégies de croissance.

Fort d'une expérience de plus de 50 ans et de solutions d'études uniques en matière de compréhension des marchés, d'innovation, de gestion de marque et de communication, d'activation shopper et d'expérience client, Kantar TNS identifie, optimise et active les moments de croissance qui rythment le business de ses clients.

Kantar TNS appartient au groupe Kantar, un des plus importants réseaux de veille, d'information et de conseil au monde.

Fondée en 2008, la société OpenSourcing s'est imposée comme le leader dans le monde du recrutement digital. Cette démarche se traduit par un sourcing 3.0 (jobboards, réseaux sociaux, métamoteurs, openweb...) et une présélection des meilleurs candidats. Des équipes spécialement formées à utiliser toutes les ressources possibles et disponibles sur internet pour chasser des talents, parfois indétectables par le biais des méthodes traditionnelles.

Le groupe ANDRH Essonne, constitué de 80 membres, regroupe des professionnels des ressources humaines (DRH, RRH, responsable formation, responsable des relations sociales et consultants) insérés dans l'ensemble des secteurs d'activités du département.

En 1995, l'Université d'Evry Val d'Essonne et l'IUT d'Evry ont créé, en partenariat avec des entreprises et la Région Ile de France, un Centre de Formation Universitaire en Apprentissage : le CFA-EVE. Notre mission majeure consiste à promouvoir, développer et gérer des actions de partenariat entre le monde de l'entreprise et celui de l'enseignement supérieur, ayant pour finalité la formation diplômante par la voie de l'alternance et en particulier dans le cadre de l'apprentissage.

Aujourd'hui, le CFA-EVE forme plus de 1850 apprentis par an et propose une soixantaine de formations en contrat d'apprentissage (certaines formations sont également accessibles en contrat de professionnalisation), du BAC+2 au BAC+5.



**KANTAR TNS**





