



BAROMÈTRE RECRUTEMENT

JUIN 2025

INSIGHT 2025 DES ESN

LA MARQUE EMPLOYEUR

Instabilités politiques, incertitude économique, prévisions à la baisse... les ESN font face à une crise discrète, mais persistante. Moins spectaculaire que les précédentes, elle n'en est pas moins profonde et durable.

Le secteur vit un paradoxe : si les budgets IT sont réduits et les projets souvent annulés ou reportés, certains profils techniques restent fortement sollicités dans des domaines de niche comme le cloud, la cybersécurité ou l'IA. En parallèle, les ESN évoluent dans un marché de talents dont les attentes ont profondément changé depuis la crise COVID : équilibre vie pro/perso, flexibilité, culture d'entreprise ...

Dans ce contexte, nous souhaitons analyser la manière dont les ESN s'adaptent pour continuer à créer de la valeur et à se différencier auprès des talents. Les équipes RH et recrutement mobilisent de nombreux leviers et structurent des démarches de marque employeur devenues essentielles à leurs objectifs de croissance. Autre axe abordé dans cette édition : l'intégration progressive de l'intelligence artificielle dans le quotidien des recruteurs, avec des usages et des impacts encore en pleine évolution.

Ce baromètre propose une analyse sans filtre des pratiques RH pour éclairer la manière dont les ESN s'adaptent à un secteur en constante évolution.

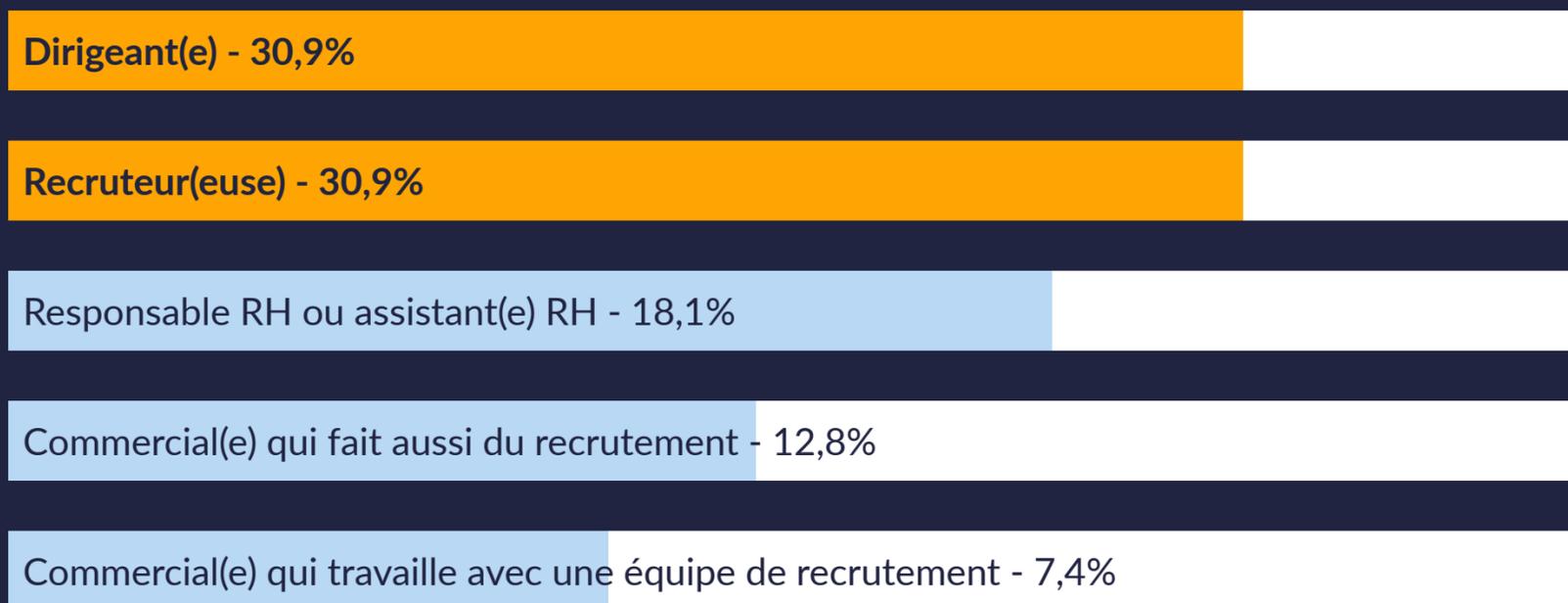


ÉDITO

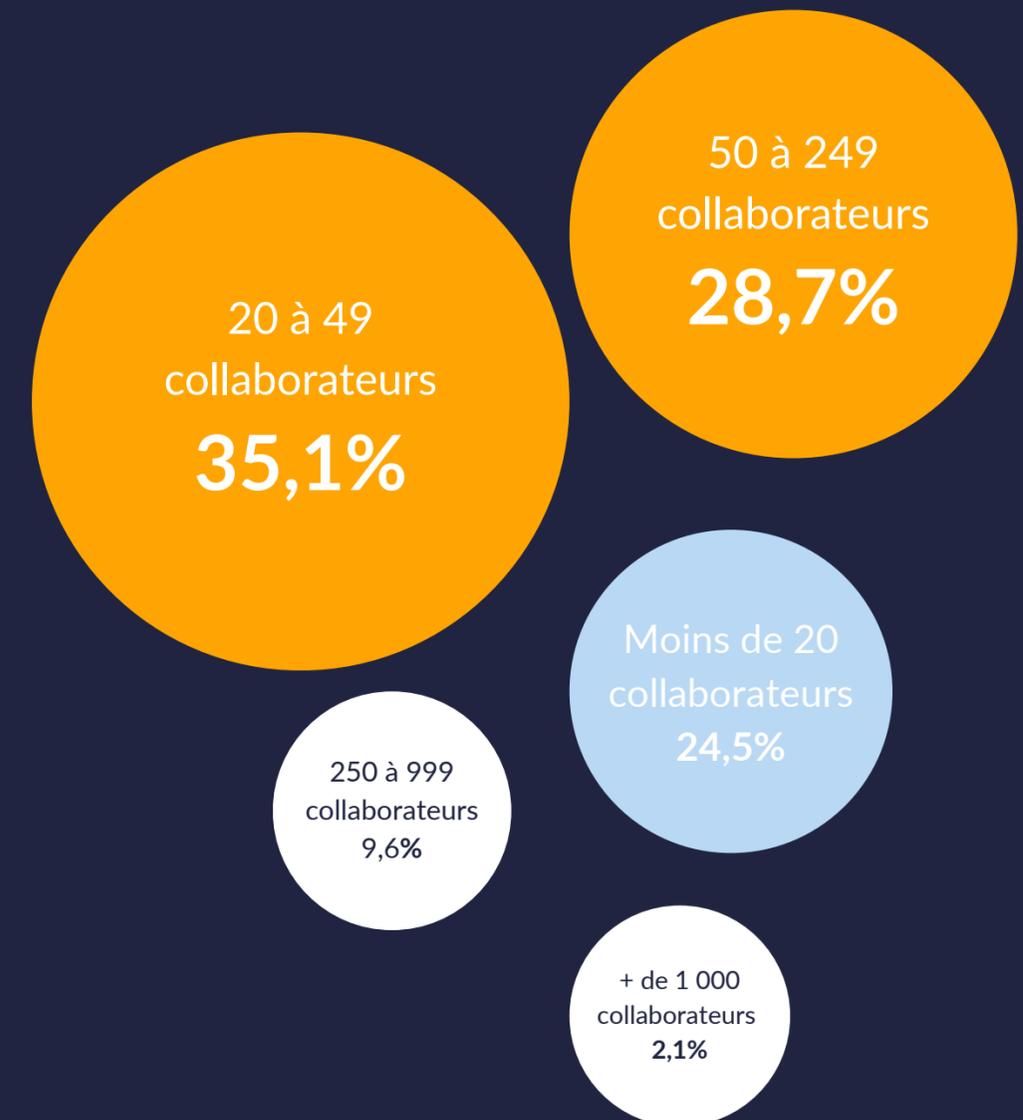


PROFIL DES RÉPONDANTS

Profil et nombre de collaborateurs



Cette enquête a mobilisé **114** répondants.



01



MÉTHODES

DE RECRUTEMENT



TYPE DE RECRUTEMENTS

Sur mission - 45,7%

Sur profil - 17%

Les deux selon les besoins de ma société - 37,2%

Avec des demandes clients en repli, et des coûts RH qui restent élevés, les ESN doivent adapter leur manière de recruter : elles sont 45,7% à intégrer de nouveaux talents sur mission.



TOP 3 - CANAUX DE RECRUTEMENT

Les plus efficaces pour attirer de nouveaux talents



56 %

des répondants positionnent LinkedIn comme canal de recrutement N°1

La co-optation ne vient qu'en 3ème sur le podium, mais promet une belle progression dans les années à venir : rapide et peu coûteux, ce mode de recrutement repose essentiellement sur une marque employeur forte.

IMPORTANCE ACCORDÉE AU CV

Dans le cadre d'une candidature

Très important - 39,4%

Important - 48,9%

Moyennement important - 8,5%

Plutôt peu important - 1,1%

Peu important - 2,1%



Qui a dit que le CV était mort ? Le CV reste un document indispensable au recrutement avec 48,9% des répondants qui le considèrent comme important pour **comprendre le profil des candidats**, et confirment qu'ils l'étudient **systématiquement**.

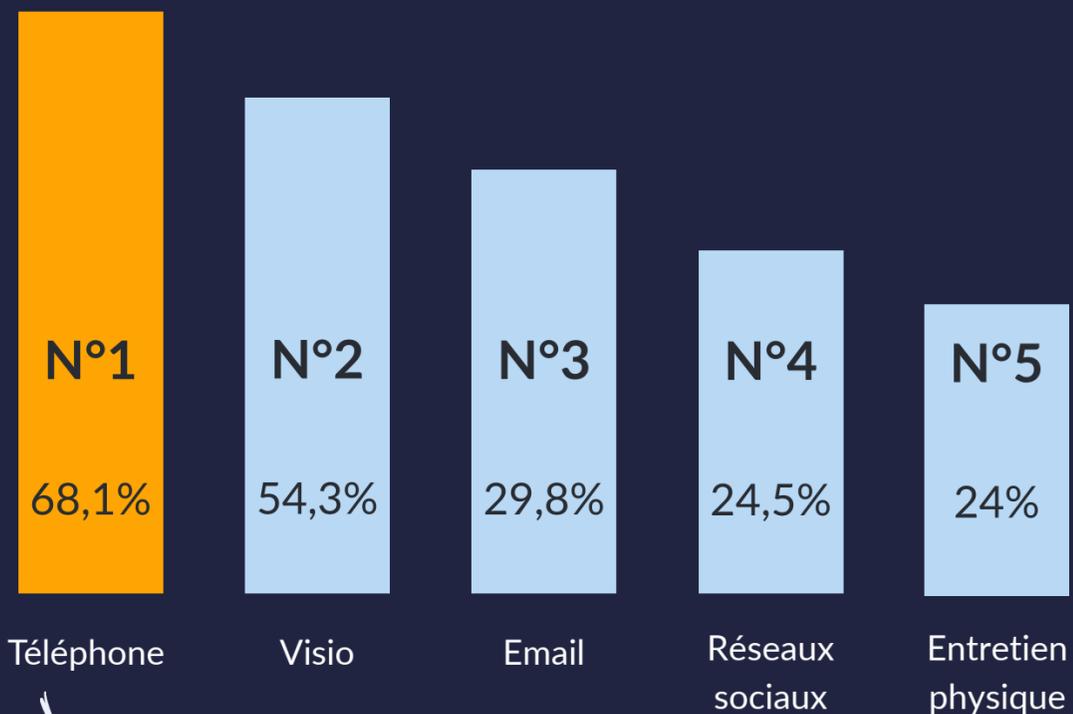
Les candidats adaptent désormais leurs CVs pour en faciliter le traitement par les outils de parsing, devenus incontournables dans les processus de recrutement.

1 240 000

C'est le nombre de CVs analysés sur Boond ces 12 derniers mois.

TOP 5 DES OUTILS

Les plus utilisés au quotidien



Si LinkedIn est le canal de sourcing N°1 des recruteurs, la relation candidat reste essentiellement gérée par téléphone !

DURÉE PARCOURS CANDIDAT

Auto-évaluation sur sa propre société

Très rapide et optimal - 19,1%

Plutôt rapide, mais améliorable - 55,3%

Correct mais un peu long - 21,3%

Plutôt long et pourrait être simplifié - 4,3%

Trop long et souvent un frein pour les candidats - 0%

36 jours

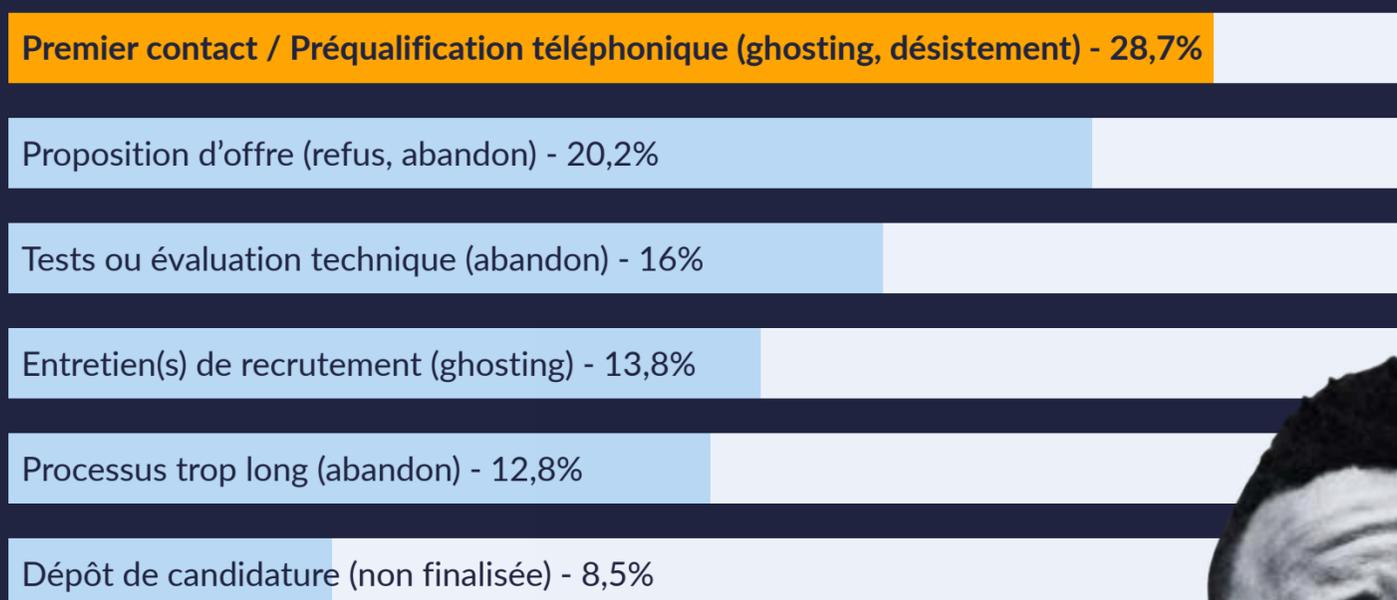
C'est le délai moyen* entre la création d'un candidat et son embauche.

*Moyenne globale sur l'ensemble des données BoondManager



ABANDONS CANDIDATS

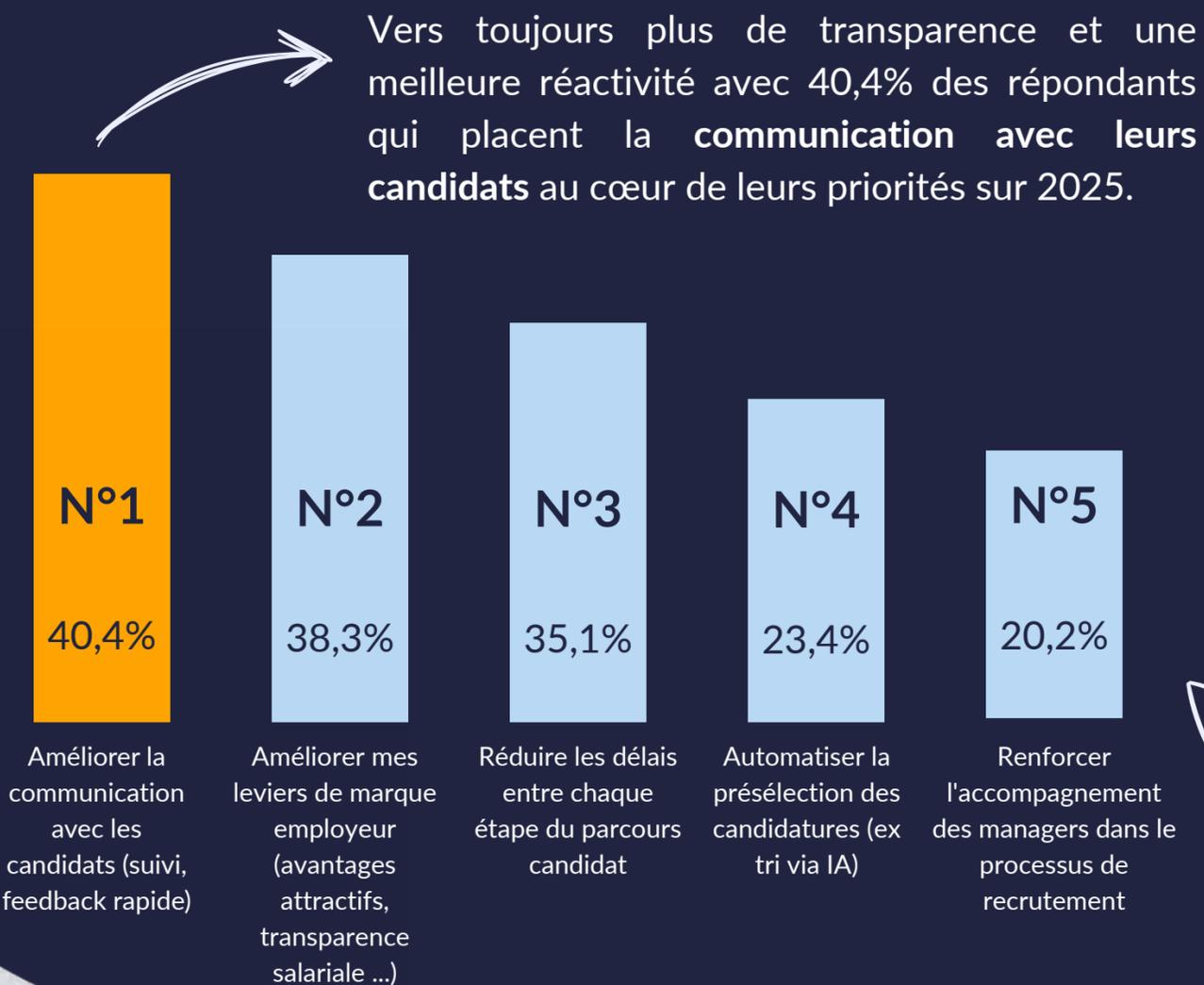
À quelle étape du parcours surviennent-ils le plus souvent ?



La **pré-qualification** reste l'étape la plus délicate pour engager son candidat avec 28,7% d'abandons. Les **tests techniques**, souvent décriés par les profils expérimentés, représentent à eux seuls 16% des abandons.

TOP 5 DES PRIORITÉS 2025

Pour améliorer son parcours candidat



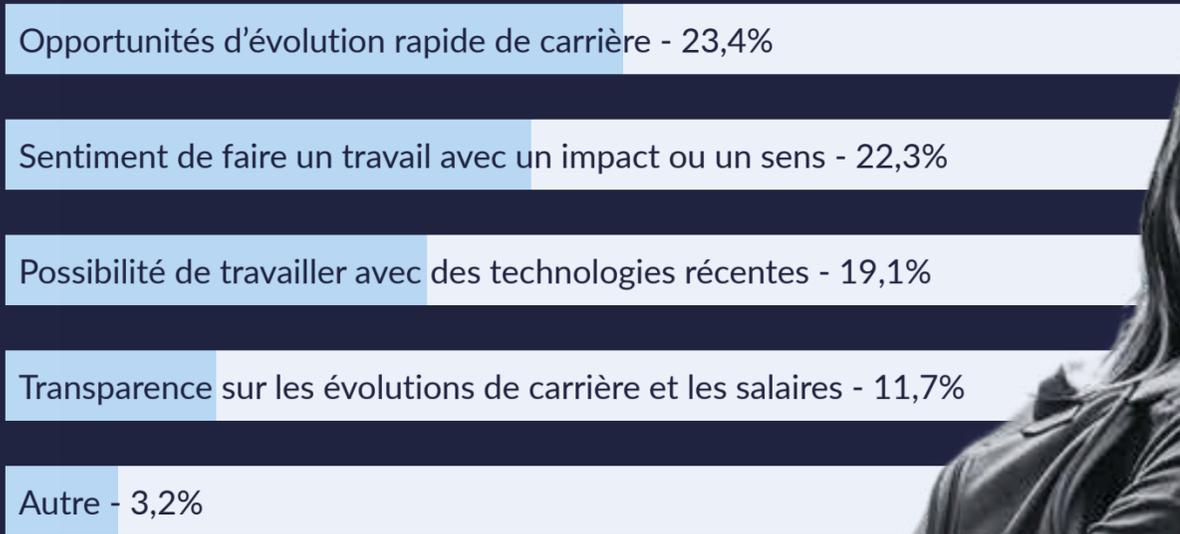
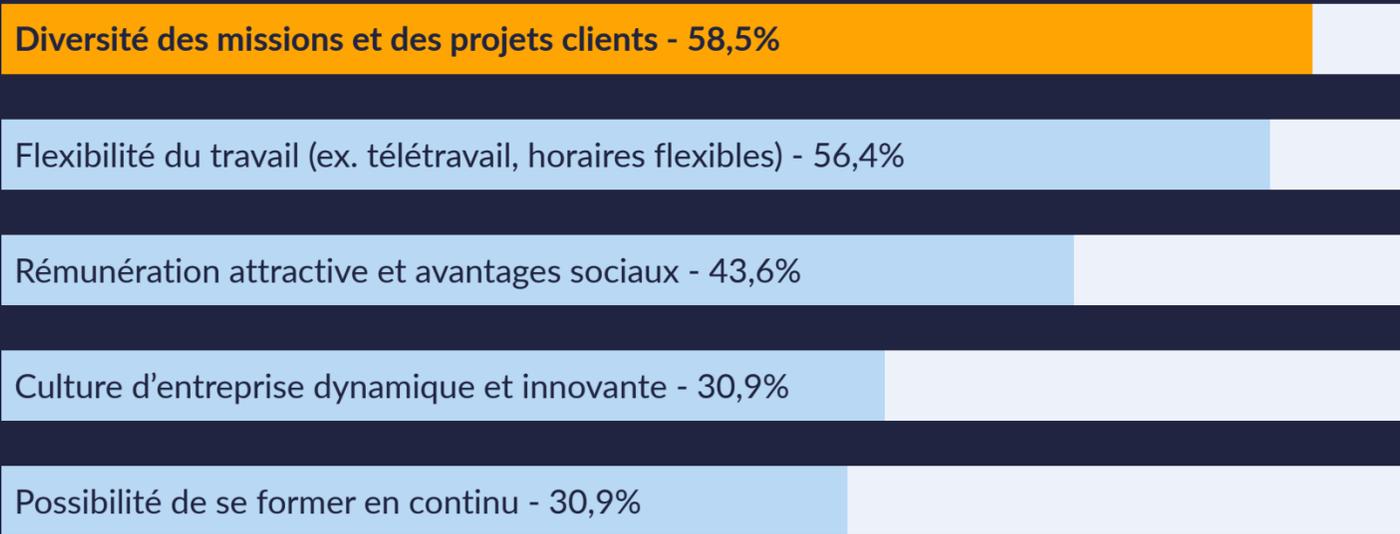
02

ATTRACTIVITÉ DE VOTRE ESN



ATTENTES CANDIDATS

Que recherchent vos candidats ?



Si la rémunération reste un critère de référence pour les candidats, elle est toutefois devancée par des attentes plus fortes en matière de **diversité des missions** (58,5%) et de **flexibilité du travail** (56,4%).

oooooooooooo

PROGRESSION DE CARRIÈRE

Leviers les plus recherchés par les candidats

Choix des missions - 73,4%

Développement de compétences spécifiques - 58,5%

Promotions rapides - 28,7%

Évolution sur des postes de managers - 14,9%

Évolutions transverses (création de postes, reconversions...) - 14%

MODE DE TRAVAIL

Le plus demandé par les candidats

98,9% Hybride

Cette enquête révèle un consensus fort : à peine 1,1 % des candidats expriment une préférence pour le full remote, et aucun pour le 100 % présentiel.



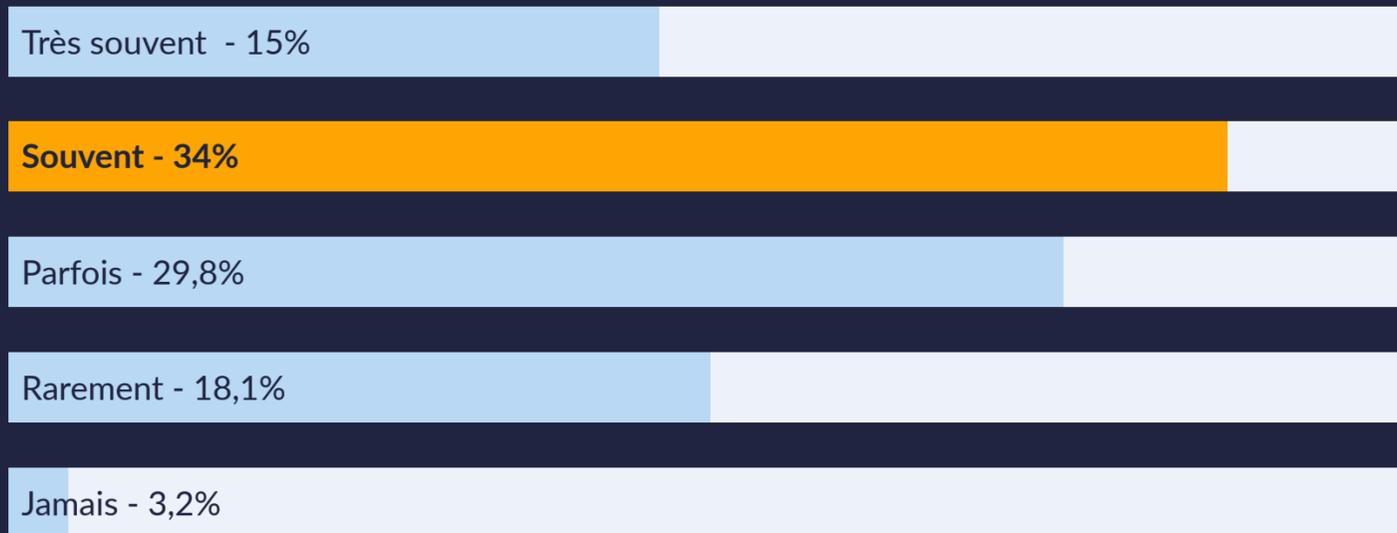
Les ESN représentent pour de nombreux candidats un tremplin de carrière.

Dans ce contexte, elles doivent offrir des opportunités à fort potentiel pour se différencier : gestion de carrière, formation ... ou comment faire de votre ESN un passage incontournable dans le parcours d'un profil tech ?

Le **choix des missions** est le levier de progression de carrière le plus recherché (73,4%) par les candidats, ainsi que le **développement de compétences spécifiques** (58,5%).

CULTURE D'ENTREPRISE

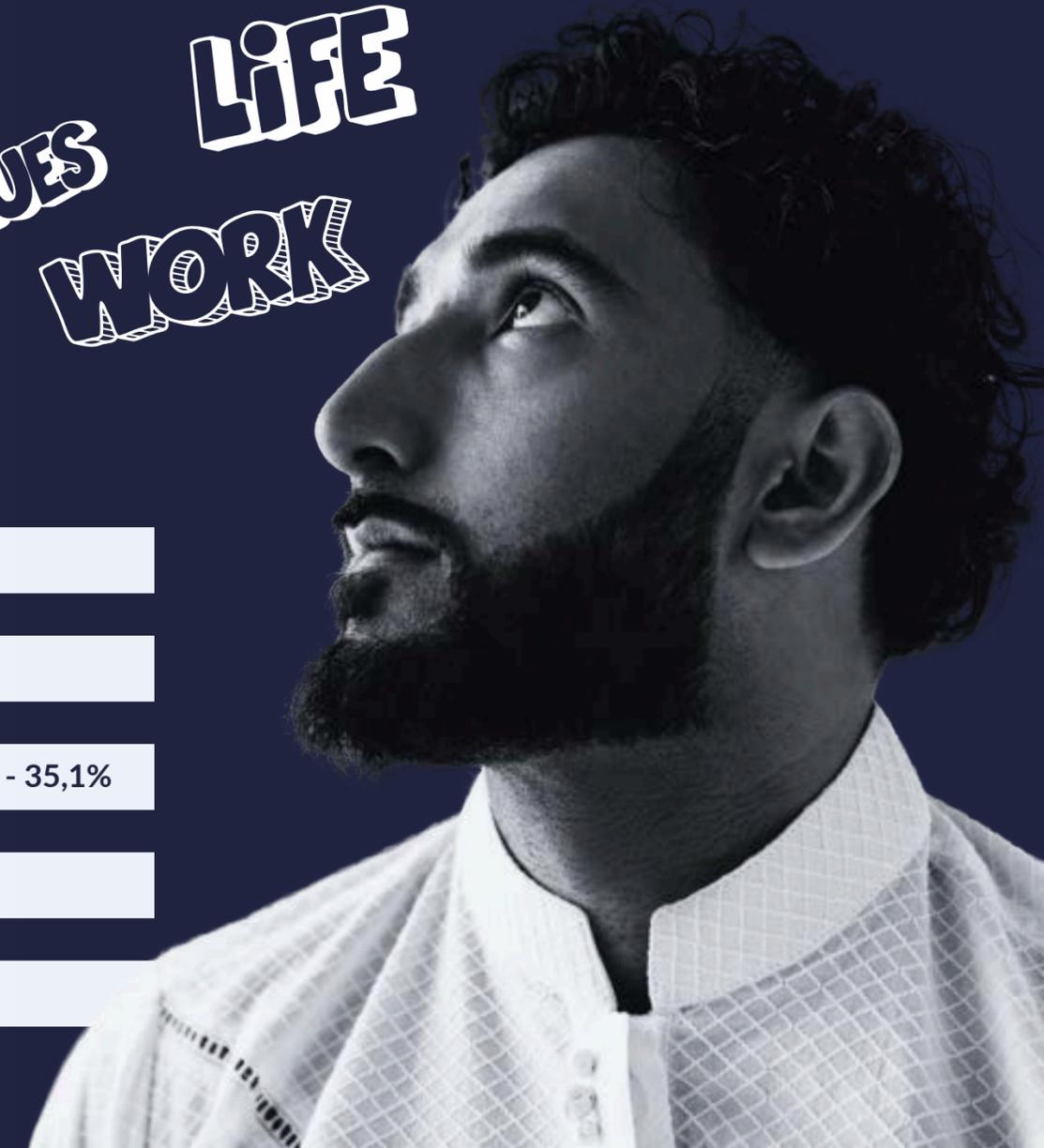
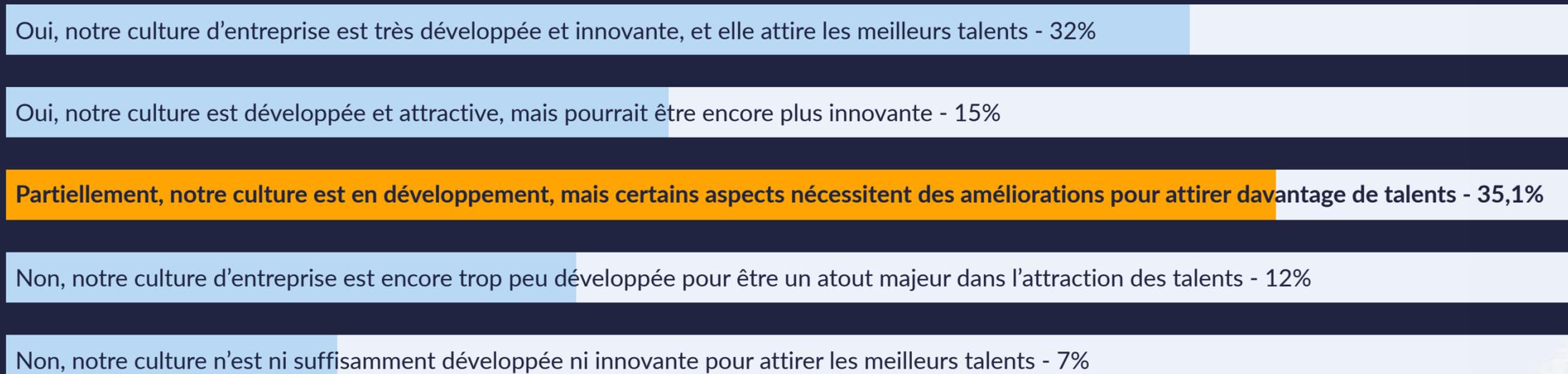
Les candidats en parlent-ils beaucoup ?



Dans une organisation où les équipes évoluent souvent en dehors de vos murs, fédérer vos collaborateurs autour de valeurs communes est un enjeu clé de la marque employeur. Les ESN s'emparent désormais toutes du sujet avec plus ou moins d'avance.

VALUES
LIFE
WORK

Considérez-vous votre culture d'entreprise suffisamment développée et innovante pour attirer les meilleurs talents ?





DIRECTIVE EUROPÉENNE 2026

D'ici 2026, définir une grille de salaires transparente au sein de votre organisation ne sera plus un simple argument de marque employeur, mais une obligation pour toutes les entreprises situées au sein de l'UE. Dans un premier temps, les sociétés de plus de 100 collaborateurs seront aussi tenues de fournir en plus des rapports de transparence salariale (incluant l'écart de rémunération entre les sexes, les écarts dans les primes ...).

Un changement de fond très proche, qui promet de transformer durablement la culture d'entreprise en France, mais qui semble encore timidement investi par nos répondants.

Transparence salariale, votre ESN est-elle prête ?

Oui, nous sommes totalement prêts - 12,8%

Oui, nous avons une bonne base, mais des ajustements sont encore nécessaires - 16%

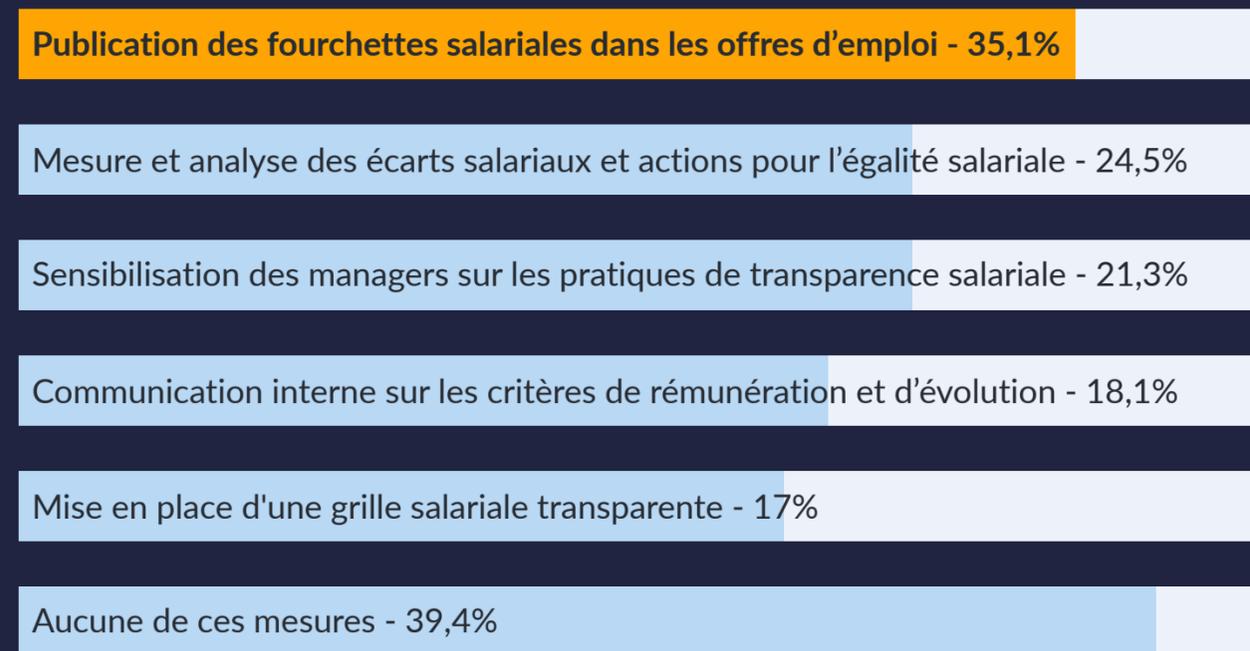
En partie, nous avons commencé à nous préparer mais il reste du travail à faire - 11,7%

Non, nous ne sommes pas encore préparés mais nous prévoyons de nous y atteler - 21,3%

Non, nous ne sommes pas du tout prêts - 38,4%

TRANSPARENCE SALARIALE

Quelles mesures avez-vous déjà mises en place ?



Pour que la rémunération ne soit plus un sujet dans les processus de recrutement, les ESN ont compris depuis quelques années déjà qu'afficher une fourchette salariale dans leurs offres d'emploi leur permettraient de mieux trier leurs candidatures. Mais cette action seule ne suffira pas pour respecter la directive européenne.

Principal défi de cette directive :



03



لغة

IMPACT DE L'IA

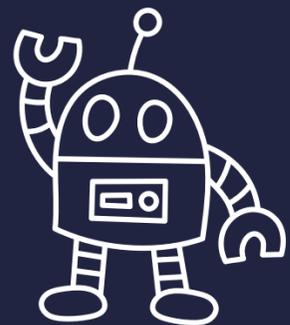
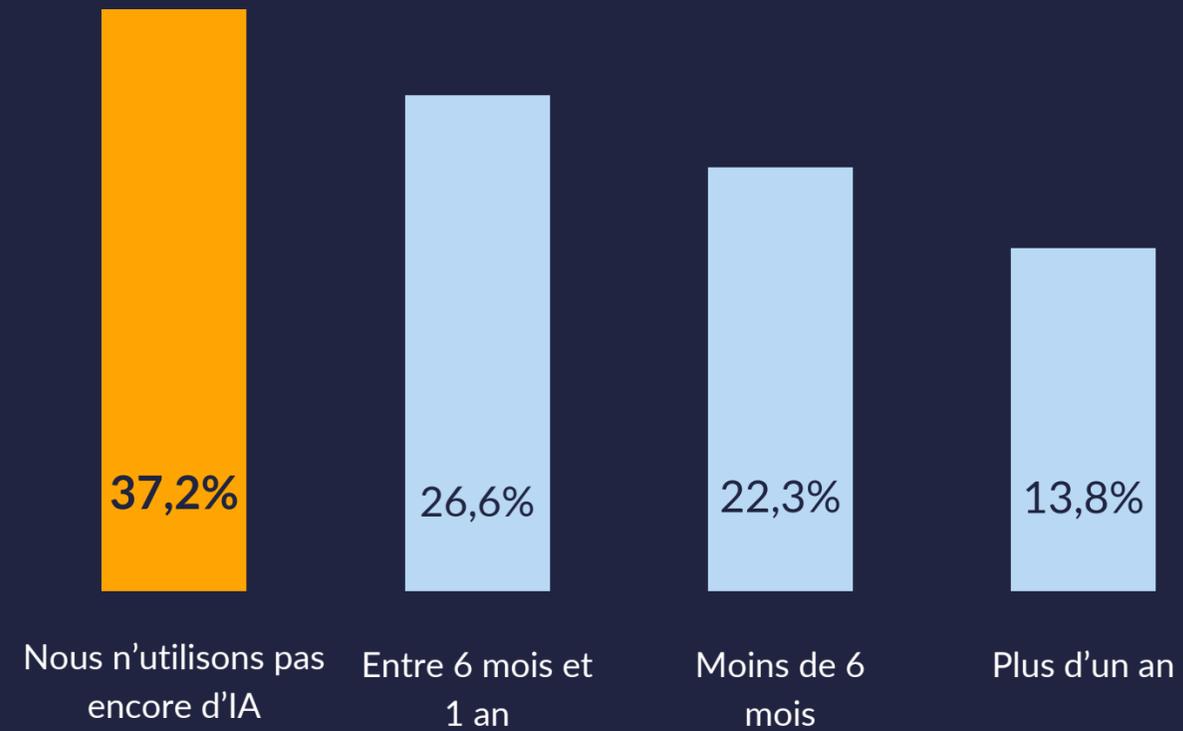
AU QUOTIDIEN

WONDOUS
WONDOUS



L'IA DANS VOS ACTIONS DE RECRUTEMENT

Depuis quand l'avez-vous intégré à vos pratiques ?



Bien qu'identifiée depuis plusieurs années comme un véritable levier de croissance pour les ESN, notamment à travers le développement de nouvelles offres de service, l'intelligence artificielle est toutefois encore récente dans les pratiques quotidiennes des recruteurs.





Les recruteurs se familiarisent peu à peu avec l'IA avec pour objectif de gagner du temps. Elle est utilisée avant tout **comme un assistant**.

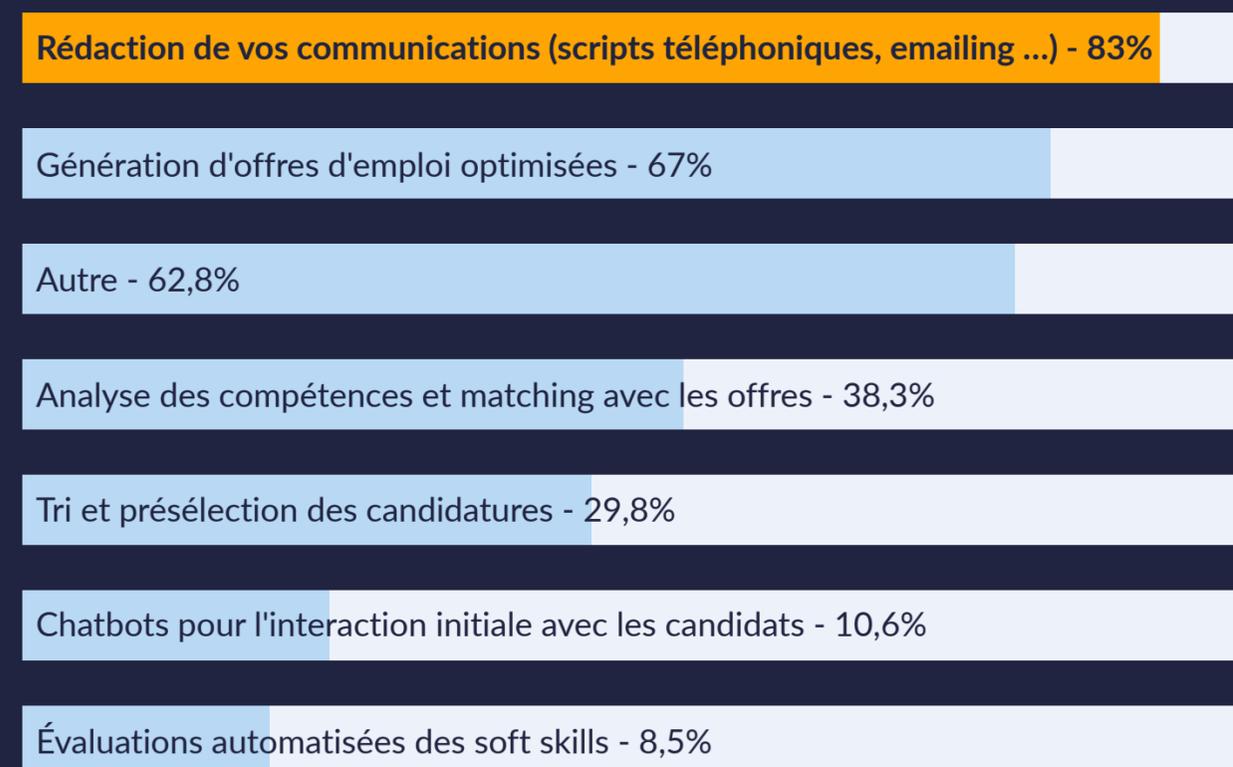
Dans les usages déclarés, 83 % des répondants l'utilisent principalement pour **rédiger leurs communications** : messages candidats, emails de relance ou scripts téléphoniques. Elle devient un allié pour produire plus vite, avec un ton plus soigné et ciblé.

De leur côté, 67 % des recruteurs s'en servent pour générer des **offres d'emploi optimisées**, en travaillant le vocabulaire, la clarté ou encore l'attractivité des intitulés — autant de leviers pour capter l'attention de profils rares.

Des usages encore ponctuels, mais révélateurs d'une dynamique d'adoption en cours.

USAGES IA

Comment l'utilisez-vous au quotidien ?



IMPACT PRINCIPAL DE L'IA

Dans quelle mesure l'IA améliore-t-elle vos actions de recrutement ?

Moyennement - 27,7%

L'IA a contribué de manière modérée à l'efficacité du recrutement, avec des gains perceptibles dans certaines étapes, mais elle n'a pas encore transformé le processus dans son ensemble.

Très peu - 27,7%

L'IA a apporté quelques améliorations mineures, mais elles sont limitées et n'ont pas vraiment modifié le fonctionnement global du processus de recrutement.

Pas du tout - 26,6%

L'IA n'a eu aucun impact notable sur l'efficacité de notre processus de recrutement ; les résultats restent similaires à ceux obtenus sans IA.

De manière significative - 16%

L'IA a nettement amélioré l'efficacité du processus de recrutement, notamment en réduisant le temps de tri des candidatures et en optimisant la présélection des profils.

Très significativement - 2,1%

L'IA transformé notre processus de recrutement, apportant des améliorations substantielles dans plusieurs étapes (présélection, matching, suivi des candidats), et a rendu le processus global plus rapide, précis et efficace.

Gain de temps sur
les tâches à faible
valeur ajoutée

73,4%

Gain de temps dans
la présélection des
candidatures

23,4%

Simplification de la
gestion des données
et des CVs

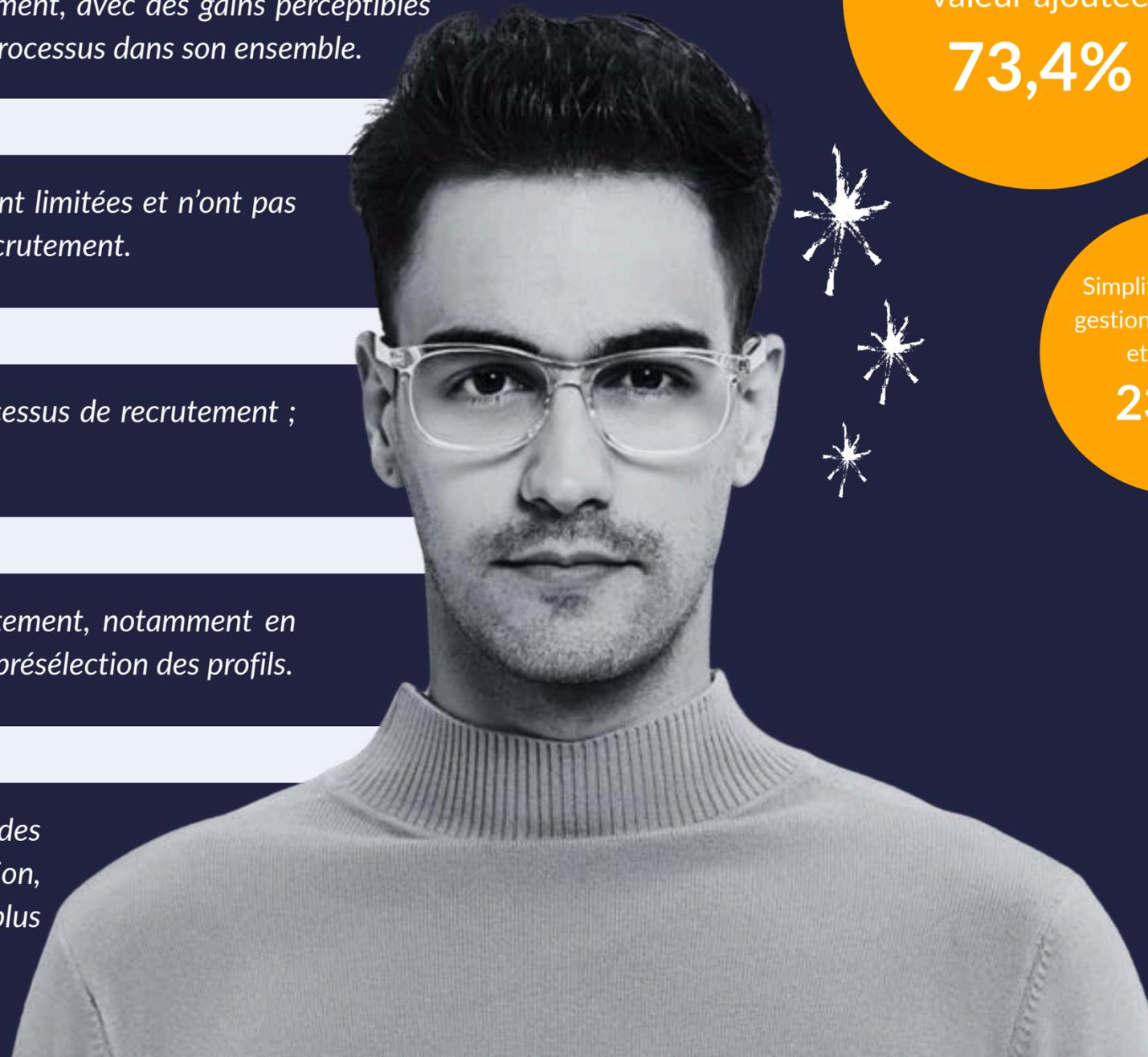
23,4%

Amélioration de la
qualité du matching
candidat-poste

18,1%

Pas d'impact
significatif observé
pour le moment

17%



EN BREF

Les ESN le savent : pour atteindre leurs objectifs de croissance, l'expérience candidat et la marque employeur doivent être au cœur de leur stratégie de recrutement. Mais ce qui change aujourd'hui, ce sont les règles du jeu imposées par un marché de plus en plus exigeant. Les talents attendent de la clarté, de la flexibilité, des opportunités de carrière — et ils le font savoir.

Ce baromètre le montre clairement : les ESN ont compris le message. Elles savent que pour rester attractives, il faut faire évoluer les pratiques, structurer la marque employeur, revisiter les discours et parfois, revoir les priorités. Toutes ne vont pas à la même vitesse, mais toutes avancent dans la bonne direction.

C'est cette capacité d'écoute et d'adaptation qui fera la différence. Le recrutement n'est pas en crise : il est en transformation. Et cette transformation passe aussi, doucement mais sûrement, par l'arrivée de l'intelligence artificielle dans les usages quotidiens des recruteurs — un nouveau levier, à apprivoiser, pour gagner en efficacité sans perdre le lien humain.

Les ESN ont toutes les cartes en main pour faire de cette transition une opportunité durable.

QUI SOMMES-NOUS ?

BoondManager, l'ERP des ESN le plus simple du marché !

2 000 clients purs ESN & ICT

80K utilisateurs à travers le monde

98% de nos clients renouvellent leur abonnement chaque année

