



Randstad Award 2013

étude consacrée à la qualité de la marque d'employeur
des plus grandes entreprises en Belgique



table des matières

1	l'importance d'une marque d'employeur forte	3
2	la méthode	5
3	les résultats	7
3.1	les fondements qui déterminent l'attractivité d'un employeur ...7	
3.1.1	pourquoi choisit-on une entreprise en particulier ?	7
3.1.2	pourquoi les travailleurs restent-ils dans une entreprise ?.....	10
3.2	quels sont les secteurs les plus attractifs?	11
3.2.1	le secteur pharmaceutique à nouveau le secteur le plus attractif.....	11
3.2.2	attractivité du secteur privé selon les sous-groupes.....	13
3.2.3	quels sont les facteurs d'(in)attractivité du secteur privé.....	14
3.2.4	quels sont les facteurs d'(in)attractivité du secteur public	15
3.2.5	quels sont les fondements qui enregistrent les scores les plus élevés dans le secteur public et le secteur privé ?.....	16
3.3	quels sont les employeurs les plus attractifs?	17
3.3.1	la notoriété des employeurs privés.....	17
3.3.2	la notoriété des employeurs publics.....	17
3.3.3	l'attractivité relative des employeurs privés.....	18
3.3.4	l'attractivité relative des employeurs publics.....	22
3.3.5	l'attractivité relative de toutes les entreprises ensemble.....	24
3.3.6	l'attractivité absolue des employeurs privés.....	26
3.3.7	l'attractivité absolue des employeurs publics.....	27
3	les principales conclusions.....	29
 annexes		
	liste des employeurs privés participants.....	32
	liste des services publics.....	37

1. l'importance d'une marque d'employeur forte

Prestataire de services en ressources humaines et leader du marché dans le segment du travail intérimaire, Randstad ressent chaque jour l'importance d'une marque d'employeur forte. De manière générale, il n'en est pas autrement en cette période de ralentissement de la croissance économique.

Une marque d'employeur forte ne permet pas seulement aux entreprises d'engager plus facilement du personnel, mais également de les garder plus longtemps. En outre, une marque d'employeur forte influence positivement l'engagement de collaborateurs. Les candidats s'identifient plus facilement à une marque d'employeur forte. Ils consentent en outre plus facilement à s'investir davantage. Il importe que les entreprises développent une vision d'avenir sur le long terme quant à leur marque d'employeur. On ne travaille pas à la marque d'employeur qu'en temps de haute conjoncture seulement. L'image et la réputation se construisent au fil des ans. S'y mettre seulement quand l'économie reprend cause un retard irrémédiable.

Fondamentalement, l'idée de décerner le Randstad Award s'explique par le fait que la manière dont les collaborateurs potentiels apprécient une entreprise, n'est pas inspirée de circonstances fortuites, tel qu'un bon article de presse, un CEO charismatique et enthousiasmant. Cette perception repose en large mesure sur des critères factuels et durables. L'image d'une entreprise n'est déterminée que très partiellement par sa communication. L'opinion que le public se fait d'une entreprise sera surtout influencée par les faits, actes et initiatives, bref la manière dont cette entreprise opère. Toute entreprise a donc, dans une certaine mesure, un impact sur sa propre marque d'employeur.

C'est dans un souci d'assister les entreprises désireuses d'améliorer leur marque d'employeur que Randstad a mis en place une vaste enquête qualitative pour déterminer l'attractivité des plus grands employeurs en Belgique. L'étude et la remise du Randstad Award qui en découlent ont évolué jusqu'à devenir une référence. Le message est partagé par de nombreux acteurs du marché du travail: le recrutement et la rétention de personnel de qualité ne seront garantis au XXI^e siècle que si les entreprises investissent dans une marque d'employeur attractive.

Le comment et le pourquoi de cet Award ...

En quoi le Randstad Award se différencie-t-il d'autres initiatives à première vue analogues?

- Le Randstad Award se fonde exclusivement sur l'opinion publique. Toute personne âgée de 18 à 65 ans, qu'elle soit au travail ou non, peut être interrogée dans le cadre de cette étude. D'autres enquêtes comparables se fondent souvent sur des questionnaires à remplir par le département des ressources humaines ou sur l'opinion du personnel ou celle d'experts.
- Cette étude porte sur la marque d'employeur des entreprises, en d'autres termes l'image d'une entreprise en tant qu'employeur. La question posée est celle-ci: comment le monde extérieur perçoit-il cette entreprise ? L'étude ne traite pas de l'identité de l'entreprise. Là, la question principale est de savoir quelle vision l'entreprise a d'elle-même. Il va de soi que l'identité et l'image d'une entreprise sont deux aspects bien distincts. Toutefois il est clair que ces deux aspects ont une forte influence l'un sur l'autre.
- Cette étude concerne tous les grands employeurs privés disposant de plus de 1.000 collaborateurs. Les organisations concernées ne doivent prendre aucune initiative. Elles sont d'office reprises dans l'étude. Toutes les grandes entreprises opérant en Belgique sont prises en considération. Cette année, 29 services publics ont été étudiés parallèlement aux entreprises privées. La liste des services repris a été constituée en collaboration avec le Selor.

- Cet Award est décerné sur la base d'une enquête auprès de 14.000 personnes. Depuis 2010, elle est réalisée par Internet. Cette nouvelle méthode permet un contrôle de la composition du groupe de répondants encore meilleur qu'avant.

Que pouvez-vous attendre de ce rapport?

Dans les pages qui suivent, nous répondrons aux questions suivantes:

- Quels critères jouent un rôle dans le choix d'un employeur?
- Quels critères motivent un travailleur à rester chez un employeur?
- Quels sont les secteurs les plus attractifs et pourquoi?
- Quelles entreprises individuelles sont les plus attractives et pourquoi?
- Comment se comportent le secteur public et le secteur privé en termes de marque d'employeur?
- Quelles sont les grandes tendances quand on compare les résultats de cette étude à ceux des études précédentes?

Nous vous souhaitons une bonne lecture.

2. la méthode

Pour la treizième fois consécutive, Randstad a recueilli au cours des mois d'août, septembre et octobre 2012, en collaboration avec ICMA International, l'opinion de 14.000 personnes (étudiants, travailleurs, chercheurs d'emploi, femmes au foyer, ...) âgées de 18 à 65 ans. Comme ces deux dernières années, cette enquête s'est effectuée par Internet.

Les répondants se sont exprimés sur le degré d'attractivité de la marque d'employeur des principaux employeurs en Belgique.

Sur la base d'une série de critères de sélection, 180 entreprises du secteur privé ont été retenues. Il s'agit d'entreprises qui opèrent en Belgique et emploient plus de 1.000 personnes sous un même nom (ou partie d'un même nom)¹. 29 services publics ont également été retenus. En ce qui concerne le secteur public, la sélection a été effectuée en collaboration avec le Selor. La liste de ces employeurs / services peut être consultée en annexe.

Tableau 1: les répondants

sexe	hommes	49%
	femmes	51%
langue	francophones	47%
	néerlandophones	53%
âge	18-24 ans	34%
	25-39 ans	33%
	40-65 ans	33%
niveau d'études	master	21%
	bachelor	39%
	secondaire et inférieur	40%

Tout comme les années précédentes, le nombre de jeunes est intentionnellement surreprésenté par rapport à la population totale. Les jeunes sont en effet plus mobiles dans le marché du travail. En outre, cela permet de compenser leur moins bonne connaissance du monde des affaires et nous obtenons des résultats significatifs pour un groupe cible très important dans le contexte de cette étude. Comme le nombre de jeunes est surreprésenté, la proportion de personnes hautement qualifiées est également plus élevée que la normale.

¹ Ainsi un holding regroupant plusieurs milliers de personnes en Belgique dans plusieurs entreprises de noms différents pourra ne pas être repris. En revanche, des entreprises comme Unilin, Pfizer opérant sous différents numéros de TVA (recouvrant chacun moins de 1.000 personnes) seront intégrées dans la liste. Diverses sources d'information ont été utilisées afin de rendre la liste la plus exhaustive possible. Si malgré toute l'attention accordée à la constitution de cette liste, nous avons omis une entreprise répondant à ces critères, elle peut nous le faire savoir et sera incluse lors de notre prochain sondage.

L'objectif de cette étude est double. D'une part, elle consiste à savoir quelles sont les entreprises perçues comme étant les employeurs les plus attractifs en Belgique. Pour ce faire, il est demandé aux personnes interrogées d'indiquer dans quelle mesure elles auraient envie ou non de travailler pour les entreprises qu'elles connaissent et qui figurent sur la liste. Cela nous permet d'avoir une bonne compréhension du degré d'attractivité globale d'une entreprise en tant qu'employeur.

D'autre part, cette étude se concentre sur les critères expliquant l'attractivité de ces entreprises. Est-ce lié aux salaires attractifs payés par cette entreprise ou plutôt à l'ambiance agréable? Dans la pratique, il s'agit toujours d'un mélange de critères. Nous les appelons les fondements de la marque d'employeur. Nous prenons en considération 17 fondements distincts. Cette liste a été légèrement adaptée l'année dernière en fonction des possibilités de comparaisons internationales.

Dans un premier temps, nous vérifions l'importance attribuée aux différents fondements. Les répondants répartissent 1.000 points sur ces différents fondements:

- **Package salarial** compétitif (salaire, avantages extra-légaux)
- **Sécurité d'emploi** à long terme
- **Santé financière**
- **Ambiance de travail** agréable
- **Contenu de la fonction** intéressant
- **Perspectives d'avenir** / opportunités de carrière
- Opportunités de **carrière internationale**
- **Formations** de qualité
- Qualité du **management**
- **Equilibre vie privée / professionnelle**
- **Conditions de travail** flexibles
- **Localisation** de l'entreprise
- Souci de l'**environnement** et de la **société**
- Encourage une politique de **diversité**
- Les **services** et **produits** de qualité
- **Valeurs** fortes
- Nouvelles technologies / **capacités d'innovation**

Par mesure de facilité, nous utiliserons une terminologie abrégée de ces fondements.

En plus, chacune des 180 entreprises retenues est évaluée par rapport à dix de ces 17 fondements.

- Package salarial
- Perspectives d'avenir
- Ambiance de travail
- Sécurité d'emploi
- Santé financière
- Contenu de la fonction
- Formations
- Management
- Vie privée / professionnelle
- Environnement et société

Cela permet aux entreprises de connaître non seulement leur degré d'attractivité, mais aussi le pourquoi.

L'analyse des fondements est, cette année, sensiblement plus poussée. Parallèlement à la motivation lors du choix d'un employeur, nous avons également étudié les raisons qui poussent un travailleur à rester chez son employeur.

3. les résultats

3.1. les fondements qui déterminent l'attractivité d'un employeur

3.1.1. pourquoi choisit-on une entreprise en particulier?

Mais qu'est-ce qui rend un employeur attractif aux yeux du grand public ? Sur quels fondements un travailleur se base-t-il pour décider s'il veut travailler dans une entreprise ou non ? Pour répondre à cette question, nous entrons dans le détail des fondements d'une marque d'employeur (voir chapitre 2).

Nous avons pu constater par le passé que l'importance des différents fondements d'une marque d'employeur sont plutôt stables, mais avec le temps, quelques changements se produisent parfois. Souvent cette variation suit le rythme de la conjoncture économique. Nous constatons déjà que l'aspect de la sécurité d'emploi gagne en importance durant les années de conjoncture difficile et inversement. Des changements structurels ou des événements spécifiques peuvent aussi jouer un rôle. En raison de l'évolution que subit l'importance des fondements au fil du temps, nous suivons ces évolutions de près depuis dix ans déjà. Etant donné que la liste des fondements a légèrement évolué, tout comme dans certains cas, leur dénomination, voici deux ans, nous ne pouvons que comparer avec les résultats de l'année dernière (tableau 2).

A première vue il y a, cette année, peu de surprises (graphique 1). Les mêmes fondements constituent le top 5. Toutefois, pour la plupart, la position change. Tout comme les années précédentes, la sécurité d'emploi est le fondement le plus important. Bien que la santé financière gagne un peu en importance, elle doit céder sa place au package salarial. Pour la première fois cette année, le contenu de la fonction prend la quatrième place au détriment de l'ambiance de travail. L'équilibre travail/vie privée maintient sa sixième place. La localisation de l'entreprise poursuit son avancée et atteint, pour la première fois, la septième position. Grande première, les perspectives d'avenir qu'un travailleur a dans une entreprise quitte le top 7.

Graphique 1: quels sont les fondements qui influencent votre choix de travailler pour un certain employeur?

	2013		2012
sécurité d'emploi	15	▼	15.5
package salarial	12.7	▲	10.9
santé financière	12.4	▲	11.3
contenu de la fonction	9.6	▲	8.8
ambiance de travail	9.3	▼	10
équilibre travail/vie privée	6.5	▼	7.1
localisation	6.1	▲	5.5
perspectives d'avenir	5.9	▼	6.3
formations	4.6	▲	4.3
travail flexible	4.2	▼	4.7
management	2.4	▲	2.1
produits/services	2.2	▼	2.7
opportunités de carrière	2.1	▲	1.9
environnement/société	2.1	▼	2.6
diversité	1.7	▼	2.1
valeurs	1.6	▼	1.9
capacité d'innovation	1.4	▼	1.7

Nous avons également demandé cette année aux répondants ce qu'ils entendent exactement par une bonne ambiance de travail et une fonction intéressante. D'après les réponses il ressort déjà que ces notions peuvent comprendre des réalités fortement divergentes.

Graphique 2: critères les plus importants qui déterminent l'ambiance de travail

Critères qui déterminent l'ambiance de travail	total
je suis respecté par les collègues	60
communication ouverte et honnête	54
je fais partie d'une équipe	50
reconnaissance du travail bien fait	46
plaisir et bonne humeur au travail	33
j'ai appris à connaître les collègues de manière informelle	19
tout le monde partage un fort sentiment d'engagement	16
j'ai des amis au travail	16
l'entreprise fête ses réussites	6

Le fait de se sentir respecté par les collègues est le critère le plus important qui contribue à une bonne ambiance de travail. Il est suivi par une communication honnête ainsi qu'un bon esprit d'équipe. La reconnaissance du travail effectué obtient également des résultats élevés. L'amitié entre collègues et les sorties informelles sont moins souvent mentionnées.

Graphique 3: critères qui contribuent le plus au contenu de la fonction

critères qui déterminent le plus la fonction	total
je peux mettre mes aptitudes en pratique	48
mon job offre suffisamment de variété	41
je peux exercer mon travail de manière autonome	36
les idées sont appréciées	35
je peux acquérir de nouvelles aptitudes	34
je développe des aptitudes fonctionnelles	26
la créativité est encouragée	23
savoir partagé avec les collègues	18
je me sens challengé dans ma fonction actuelle	18
responsabilités permettant d'exercer un contrôle	15
possibilité de rencontrer des professionnels	8

Un job intéressant semble donc aller fortement de pair avec la possibilité de mettre en pratique (de manière autonome) ses propres aptitudes ainsi que la variété dans la fonction.

Tableau 2: aperçu par sous-groupes

	Total	ho. vs fe.	master vs secondaire	ouvrier vs cadre	18-24 vs 50+
sécurité d'emploi	15,0%	-1,1%	-5,6%	2,6%	-5,9%
package salarial	12,7%	0,3%	-0,5%	-1,6%	-2,2%
santé financière	12,4%	4,6%	-3,1%	3,9%	-2,9%
contenu de la fonction	9,6%	-1,8%	4,9%	-3,1%	0,6%
ambiance de travail	9,3%	-2,8%	-0,3%	0,9%	0,8%
travail/vie privée	6,5%	-2,1%	1,6%	-1,4%	-0,2%
localisation	6,1%	-0,8%	-0,4%	1,2%	0,4%
perspectives d'avenir	5,9%	0,8%	1,7%	-1,9%	1,6%
formations	4,6%	0,7%	-0,2%	0,1%	2,2%
travail flexible	4,2%	-1,1%	0,0%	-0,2%	0,1%
management	2,4%	0,5%	0,2%	-0,7%	0,1%
produits / services	2,2%	0,3%	0,4%	-0,7%	0,2%
opp. de carrière	2,1%	1,0%	1,2%	-0,3%	2,5%
environnement/société	2,1%	0,2%	0,1%	0,3%	0,5%
diversité	1,7%	0,1%	-0,3%	1,5%	0,9%
valeurs fortes	1,6%	0,1%	0,3%	-0,4%	0,9%
capacités d'innovation	1,4%	0,7%	0,3%	-0,3%	0,7%

Résultats par sous-groupes

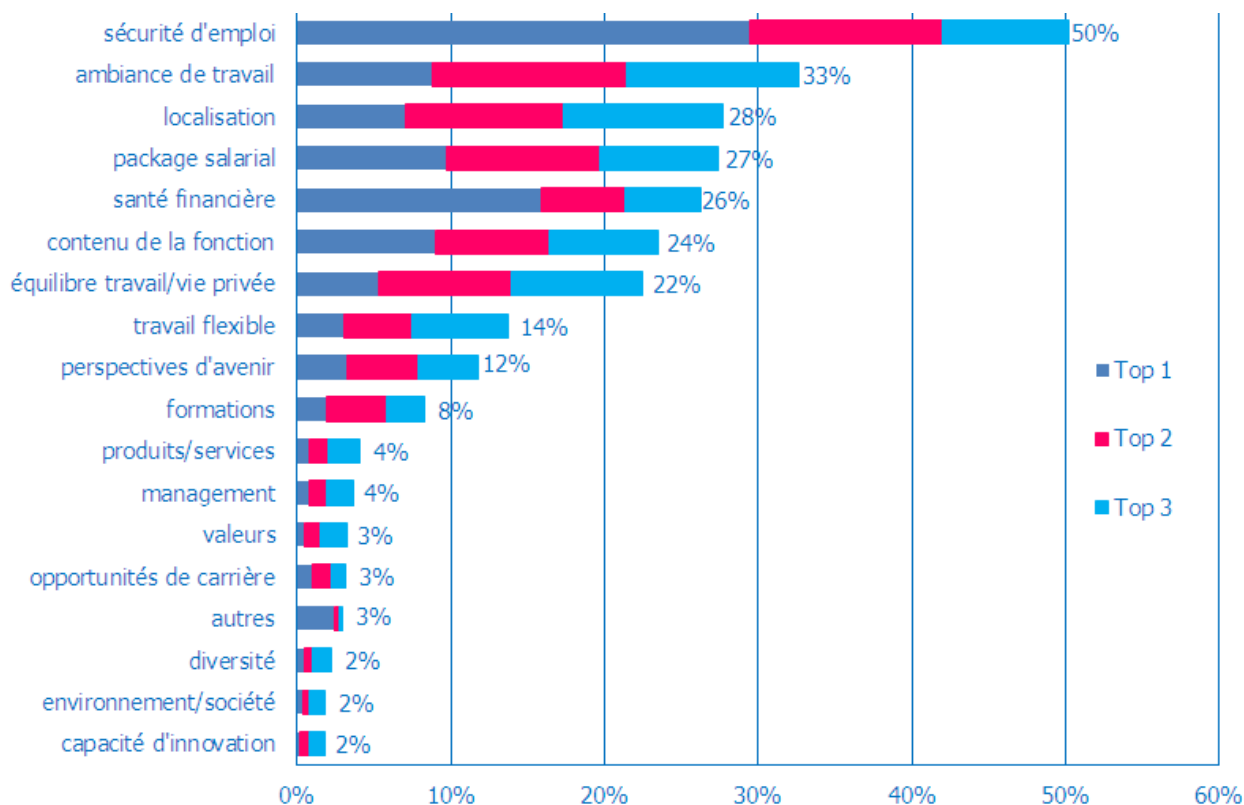
Le marché du travail ne représente pas un groupe homogène. Plusieurs groupes opèrent sur ce marché. Les différents fondements ne sont pas tous perçus de la même manière par ces différents groupes. Les différentes appréciations des sous-groupes pour les différents fondements changent très peu au fil du temps. Néanmoins, une nouvelle tendance apparaît.

- Si nous comparons les hommes et les femmes, nous constatons que ces dernières accordent plus d'importance à: l'ambiance de travail, équilibre travail / vie privée, la localisation de l'entreprise et le contenu de la fonction. Les hommes pour leur part accordent plus d'importance à la santé financière et aux perspectives d'avenir au sein de l'entreprise. Tout comme l'année dernière, sur le plan du package salarial, il n'y a plus de différences alors qu'auparavant, les hommes y attachaient clairement plus d'importance que les femmes. Bien qu'il soit important, c'est le seul changement remarqué.
- Les travailleurs disposant d'un master se montrent plus attirés par le contenu de la fonction, les perspectives d'avenir, les opportunités de carrière internationale et l'équilibre travail/vie privée. Tandis que ceux qui disposent tout au plus d'un diplôme de l'enseignement secondaire sont plus sensibles à la sécurité d'emploi et la santé financière. L'intérêt porté au package salarial compétitif est semblable dans les deux sous-groupes.
- Les conclusions précitées sont également valables lorsque l'on compare les ouvriers et les cadres.
- Comparés aux moins de 25 ans, les 50+ se focalisent plus sur la sécurité d'emploi, la santé financière ainsi qu'un package salarial compétitif. Les opportunités de carrière (y compris internationale), une formation de qualité et les perspectives d'avenir inspirent plus les jeunes.

3.1.2. pourquoi les travailleurs restent-ils dans une entreprise?

Cette année, nous avons présenté aux répondants une question complémentaire. Pourquoi continuent-ils de travailler pour la même entreprise? C'est une manière pour nous d'étudier si les divers fondements jouent le même rôle dans la rétention que dans le recrutement.

Graphique 4 : quels sont les fondements qui motivent à rester chez un employeur ?



Le fondement le plus important qui motive à rester chez un employeur est identique à celui qui pousse à postuler, c'est donc la sécurité d'emploi. En deuxième place, on retrouve une bonne ambiance de travail et, étonnamment, la bonne localisation de l'entreprise est le troisième critère. En cinquième et sixième position, nous avons le package salarial compétitif et la santé financière de l'entreprise. A première vue, le classement des fondements pour la rétention ne diffère pas beaucoup de celui pour le recrutement.

Pour avoir une vue précise des différences entre rétention et recrutement, nous avons comparé les informations provenant du graphique 1 avec celles du graphique 4².

² L'importance des fondements qui comptent pour le recrutement a été mesurée différemment dans ce graphique. Alors que le graphique 1 reprenait un pourcentage global, il s'agit ici du pourcentage de répondants qui ont évalué ces fondements comme l'un des trois fondements les plus importants.

Tableau 3: différence en importance des fondements en termes de recrutement et de rétention

fondements	recrutement	rétention	différence
sécurité d'emploi	53,8% ³	50,2%	3,6%
ambiance de travail	35,6%	32,6%	3,0%
localisation	16,5%	27,7%	-11,2%
package salarial	36,0%	27,4%	8,6%
santé financière	33,2%	26,3%	7,0%
contenu de la fonction	36,6%	23,5%	13,1%
travail / vie privée	19,9%	22,5%	-2,6%
travail flexible	10,2%	13,7%	-3,6%
perspectives d'avenir	21,1%	11,8%	9,3%
formations	12,9%	8,3%	4,6%
produits et services	4,1%	4,1%	0,0%
management	4,2%	3,6%	0,6%
valeurs	3,0%	3,3%	-0,3%
opp. de carrière	5,6%	3,1%	2,5%
diversité	2,6%	2,2%	0,4%
env. / société	3,0%	1,8%	1,2%
capacité d'innovation	1,5%	1,8%	-0,3%

Quelques fondements pèsent plus ou moins en cas de rétention ou de recrutement. La santé financière, les perspectives d'avenir / opportunité de carrière comptent plus lors du recrutement que pour la rétention. En fait, concernant la rétention, il n'y a qu'un seul fondement qui gagne nettement en importance par rapport au recrutement: la localisation de l'entreprise.

3.2 quels sont les secteurs⁽⁴⁾ les plus attractifs ?

3.2.1 le secteur pharmaceutique à nouveau le plus attractif

Le classement par secteur connaît cette année quelques changements notables (Cf. tableau 5). Le top 6 reste très stable. Le secteur pharmaceutique est à nouveau gagnant malgré une attractivité moyenne en baisse de 5%. Cette diminution est plus grande que la moyenne du secteur privé. Cette victoire n'est cependant pas surprenante. A part en 2009, le secteur pharmaceutique s'est classé à chaque fois en première position. La deuxième place du classement 2013 est occupée par les médias. Le secteur public prend la troisième place devant l'informatique-consultance. Ces secteurs perdent également respectivement 4 et 5 points de pourcentage en termes d'attractivité. Il n'en reste pas moins que 5 points de pourcentage séparent le 4^{ème} du 5^{ème}. Une 5^{ème} place occupée par le secteur électronique qui reprend la 5^{ème} place à l'aéronautique.

Nous observons un premier changement à la 7^{ème} position: le Fast Moving Consumer Goods (non-food). Ce secteur pointait encore à la 11^{ème} place l'année dernière. Ce secteur d'activité doit cette remontée au classement à une perte limitée à 2 points de pourcentage de son score d'attractivité.

³ 53,8% des répondants placent la sécurité d'emploi parmi les trois motifs qui motivent le plus à travailler pour un employeur.

⁴ Par secteur d'activité, il ne faut pas voir ici les traditionnels secteurs économiques. Toutes les entreprises sélectionnées pour cette étude ont été classées en 24 secteurs. La performance d'un secteur spécifique est en réalité la moyenne des performances des entreprises regroupées dans ce secteur.

A l'inverse, le secteur de la chimie doit faire une croix sur le gain engrangé l'année dernière. Il accuse un recul de pas moins de 5 points de pourcentage et retombe à la 10^{ème} place.

Plus loin dans le classement, c'est surtout la chute du secteur financier qui interpelle. Ce secteur d'activité perd non seulement 5 points de pourcentage, mais quitte également le top 10 pour la première fois. Il se situe à présent en milieu de classement. Le temps où ce secteur atteignait aisément le top 3 semble bien loin.

En bas de classement, les contact centers améliorent quelque peu leur position car c'est le seul secteur qui maintient son niveau d'attractivité (si bas fut-il). Ceux qui ferment la marche cette année sont la métallurgie et, pour la première fois, le textile. Ce dernier accuse même un recul de 7 points de pourcentage.

Tableau 4: attractivité des secteurs 2012 vs 2013⁵

		2013	2012
1.	Pharmaceutique	40,2%	44,4%
2.	Médias	37,0%	39,2%
3.	Secteur public	35,9%	40,4%
4.	Informatique-consultance	34,3%	39,1%
5.	Electronique	29,7%	31,8%
6.	Aéronautique	29,2%	32,0%
7.	FMCG ⁶ /non-food	27,0%	29,1%
8.	FMCG/food	26,8%	30,3%
9.	Construction-installation-énergie	26,2%	30,3%
10.	Chimie	26,1%	30,5%
11.	Automobile	25,7%	27,1%
12.	Non-métal	25,2%	23,9%
13.	Horeca-tourisme	25,1%	25,8%
14.	Banques-assurances	24,2%	29,4%
15.	Retail (textile, meubles, ...)	22,8%	25,9%
16.	Ressources humaines	22,5%	24,5%
17.	Télécom	21,8%	24,8%
18.	Métallurgie	20,6%	24,0%
19.	Pièces détachées (véhicules)	20,5%	23,1%
20.	Contact Centers	20,3%	19,7%
21.	Transport-logistique	19,9%	21,7%
22.	Distribution	18,6%	20,3%
23.	Nettoyage industriel – environnement – sécurité	17,1%	18,7%
24.	Sidérurgie	16,0%	20,0%
25.	Textile	15,2%	22,0%

⁵ % répondants qui ont donné 4 ou 5 sur une échelle de 5

⁶ Fast Moving Consumer Goods

3.2.2 attractivité du secteur privé selon les sous-groupes

L'hégémonie du top 3 du secteur privé se fait sentir au sein des différents sous-groupes. Pour la plupart des sous-groupes, il s'agit aussi des trois secteurs les plus attractifs. Il n'y a qu'un seul autre secteur privé, qui s'immisce dans le top 3: l'électronique. Ce secteur est le plus attractif auprès des ouvriers et obtient la 3^{ème} place auprès des 25-39 ans. Le secteur pharmaceutique est le plus attractif pour la quasi-totalité des sous-groupes. Seuls l'électronique (ouvriers) et les médias (auprès des répondants disposant tout au plus d'un diplôme de l'enseignement secondaire) brisent le quasi-monopole en remportant une première place chacun. Pour la première fois depuis longtemps, le secteur des médias n'est plus le plus attractif auprès des jeunes et des étudiants. Pour le reste l'aéronautique est le seul en mesure de perturber ce top 3 avec une deuxième place auprès des cadres.

Tableau 5: top 3 des secteurs dans les sous-groupes

	N°1	N°2	N°3
total	Pharmaceutique	Médias	Informatique-consultance
étudiants	Pharmaceutique	Informatique-consultance	Médias
hommes	Pharmaceutique	Informatique-consultance	Médias
femmes	Pharmaceutique	Médias	Informatique-consultance
18-24 ans	Pharmaceutique	Informatique-consultance	Médias
25-39 ans	Pharmaceutique	Médias	Electronique
40-65 ans	Pharmaceutique	Médias	Informatique-consultance
master	Pharmaceutique	Médias	Informatique-consultance
bachelor	Pharmaceutique	Médias	Informatique-consultance
secondaire et inf.	Médias	Pharmaceutique	Informatique-consultance
ouvriers	Electronique	Médias	Informatique-consultance
employés	Pharmaceutique	Médias	Informatique-consultance
cadres	Pharmaceutique	Aéronautique	Informatique-consultance
francophones	Pharmaceutique	Médias	Informatique-consultance
néerlandophones	Pharmaceutique	Médias	Informatique-consultance

Le secteur public obtient cette année encore un excellent score qui lui permet d'accéder à la 3^{ème} place du classement global. Qu'en est-il dans les différents sous-groupes? Alors que l'année dernière ce secteur était encore le plus attractif auprès de quatre sous-groupes, il ne séduit cette année que deux groupes-cibles : les répondants disposant tout au plus d'un diplôme de l'enseignement secondaire et les employés. Il obtient néanmoins une deuxième place auprès de cinq sous-groupes : les femmes, les personnes entre 25 et 40 ans, les 40+, les travailleurs et les néerlandophones. Pour les francophones, le secteur public est « seulement » le troisième plus attractif. Auprès des jeunes, des étudiants, des hommes, des cadres et des répondants disposant d'un master, ce secteur est absent du top 3 des secteurs les plus attractifs.

Tableau 6: top 3 des secteurs, y compris le secteur public, dans les sous-groupes interrogés

	N°1	N°2	N°3
total	Pharmaceutique	Médias	Secteur public
étudiants	Pharmaceutique	Informatique-consultance	Médias
hommes	Pharmaceutique	Informatique-consultance	Médias
femmes	Pharmaceutique	Secteur public	Médias
18-24 ans	Pharmaceutique	Informatique-consultance	Médias
25-39 ans	Pharmaceutique	Secteur public	Médias
40-65 ans	Pharmaceutique	Secteur public	Médias
master	Pharmaceutique	Médias	Informatique-consultance
bachelor	Pharmaceutique	Médias	Secteur public
secondaire et inf.	Secteur public	Médias	Pharmaceutique
ouvriers	Electronique	Secteur public	Médias
employés	Secteur public	Pharmaceutique	Médias
cadres	Pharmaceutique	Aéronautique	Informatique-consultance
francophones	Pharmaceutique	Médias	Secteur public
néerlandophones	Pharmaceutique	Secteur public	Médias

3.2.3 quels sont les facteurs d'(in)attractivité dans le secteur privé?

L'attractivité est liée à une combinaison de plusieurs fondements. Il ne suffit pas d'être fort dans l'un ou l'autre fondement pour atteindre les sommets de la hiérarchie.

On ne s'étonnera donc pas de voir que les secteurs les plus attractifs du classement n'obtiennent pas seulement les meilleurs scores sur l'un ou l'autre fondement, mais qu'ils recueillent souvent de manière générale de très bons scores pour l'ensemble des dix fondements étudiés. Le secteur pharmaceutique se trouve en première position pour neuf des dix fondements. Seule l'ambiance de travail lui échappe. Dans cette matière, le secteur échoue à la 2^{ème} place. La situation des médias est tout à fait différente. Comme de coutume, l'attractivité de ce secteur ne repose que sur quelques fondements. Cette année encore, les médias occupent la première marche du podium en matière d'ambiance de travail. Ensuite, ils se hissent dans le top 3 pour le contenu de la fonction, les perspectives d'avenir et le souci de l'environnement et de la société. Comme les années précédentes, le numéro 3 du classement sectoriel, informatique – consultance, fait partie du top 3 pour huit des dix fondements. C'est à nouveau dans l'équilibre travail/vie privée et le souci pour l'environnement et pour la société que ce secteur enregistre de moins bons scores. Cette année encore, quand on analyse les fondements, ce secteur fait mieux que les médias.

Six autres secteurs (en dehors du top 3 traditionnel) obtiennent une place dans le top 3 pour l'un ou l'autre des fondements. Il est particulièrement remarquable que les banques et assurances perdent leur traditionnelle première place pour l'équilibre travail/vie privée. Ce secteur ne figure même plus dans le top 3.

Tableau 7: quels sont les trois secteurs privés qui enregistrent les scores les plus élevés pour les différents fondements?

	N°1	N°2	N°3
package salarial	Pharmaceutique	Informatique-consultance	Chimie
perspectives d'avenir	Pharmaceutique	Informatique-consultance	Médias
ambiance de travail	Médias	Pharmaceutique	Informatique-consultance
sécurité d'emploi	Pharmaceutique	Informatique-consultance	Const-Installation-Energie
santé financière	Pharmaceutique	Informatique-consultance	FMCG/food
contenu de la fonction	Pharmaceutique	Médias	Informatique-consultance
formations	Pharmaceutique	Informatique-consultance	Electronique
management	Pharmaceutique	Informatique-consultance	FMCG/non-food
travail/vie privée	Pharmaceutique	FMCG/food	Ressources humaines
envir./ société	Pharmaceutique	Informatique-consultance	Médias

3.2.4 quels sont les facteurs d'(in)attractivité dans le secteur public?

De manière générale, le secteur public est le troisième secteur le plus attractif. Est-ce également valable pour les différents fondements d'une marque d'employeur (tableau 8)? Le secteur public est à nouveau le plus attractif pour trois fondements: la sécurité d'emploi, l'équilibre travail/vie privée et le souci de l'environnement et de la société. Le secteur public se place également dans le top 3 en termes de santé financière et de formation.

En ce qui concerne les fondements, le secteur pharmaceutique présente un meilleur bulletin que le secteur public avec six premières places et quatre deuxièmes places. Comparé au secteur public, le pharmaceutique ne présente aucune réelle faiblesse. Dans sept fondements sur dix, le secteur pharmaceutique devance le secteur public. Seuls l'équilibre travail/vie privée, la sécurité d'emploi et le souci de l'environnement et de la société échappent à la règle.

Tableau 8: quels sont les trois secteurs, en ce compris le secteur public, qui enregistrent les scores les plus élevés pour les différents fondements?

	N°1	N°2	N°3
package salarial	Pharmaceutique	Informatique-consultance	Chimie
perspectives d'avenir	Pharmaceutique	Informatique-consultance	Médias
ambiance de travail	Médias	Pharmaceutique	Informatique-consultance
sécurité d'emploi	Secteur public	Pharmaceutique	Informatique-consultance
santé financière	Pharmaceutique	Informatique-consultance	Secteur public
contenu de la fonction	Pharmaceutique	Médias	Informatique-consultance
formation	Pharmaceutique	Informatique-consultance	Secteur public
management	Pharmaceutique	Informatique-consultance	FMCG/non-food
travail / vie privée	Secteur public	Pharmaceutique	FMCG/food
envir. / société	Secteur public	Pharmaceutique	Informatique-consultance

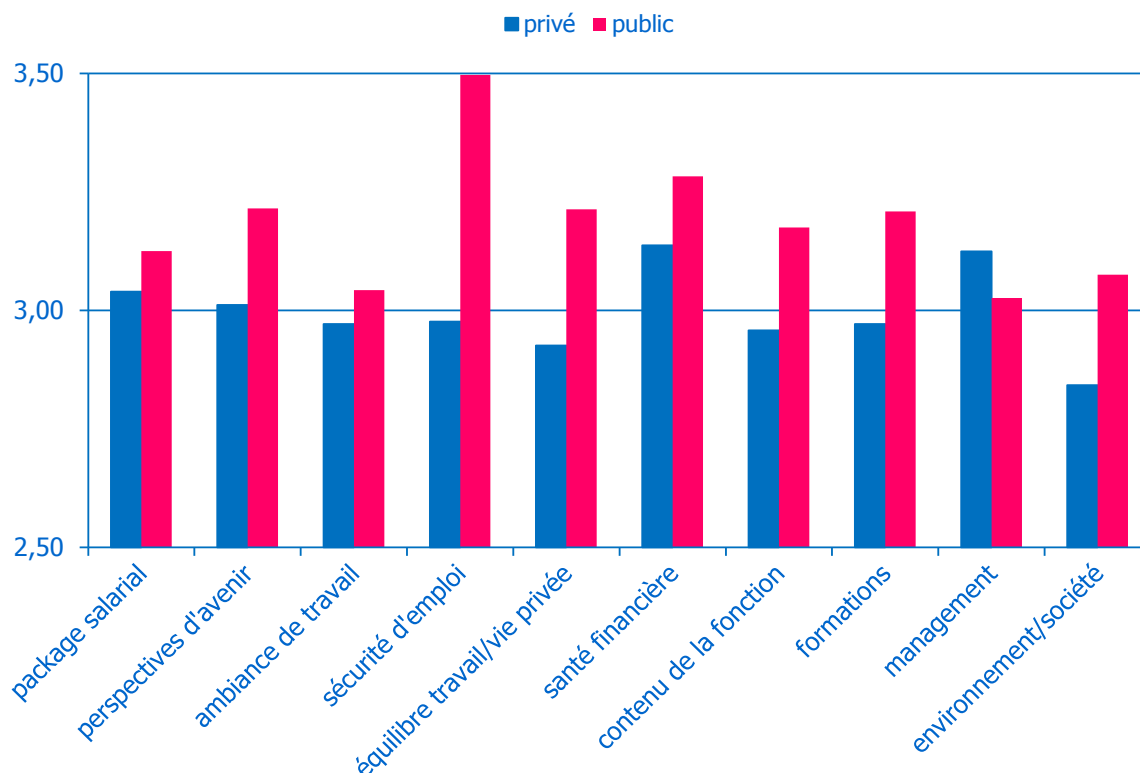
3.2.5 Quels sont les fondements qui enregistrent les scores les plus élevés auprès du secteur public et du secteur privé?

Comme dans la plupart des cas, le secteur privé réserve peu de surprises. Cette année encore, ce sont la santé financière et la qualité du management qui signent les meilleurs scores. Pas de changements non plus pour les plus mauvais résultats qui concernent toujours le souci de l'environnement et de la société ainsi que l'équilibre travail/vie privée. Il est par contre frappant de constater que les fondements qualitatifs les plus forts (management et santé financière) sont ceux qui perdent le plus en attractivité. Les fondements les plus faibles restent quasiment stables.

Pour le secteur public, le classement de l'appréciation des fondements est quelque peu différent. Le fondement qui réalise la meilleure prestation est ici la sécurité d'emploi, suivi par la santé financière et l'équilibre travail/vie privée. A première vue, cela contraste avec la dette de l'Etat historiquement élevée et toujours en forte croissance ces dernières années. Apparemment, le citoyen ne semble pas vraiment s'en soucier. Contrairement au secteur privé, le secteur public n'a jamais (encore) connu de cas de licenciements collectifs. Les fondements les moins bons dans le secteur public sont la qualité du management et (tout comme pour le secteur privé) le souci de l'environnement et de la société. Egalement comparable au privé, l'ambiance de travail enregistre un faible score. Tout comme dans le secteur privé (dans son ensemble), ce sont les fondements les plus importants qui perdent le plus en attractivité (sécurité d'emploi et équilibre travail/vie privée).

Lorsque nous comparons l'appréciation pour les fondements des secteurs publics et des secteurs privés, la balance penche, tout comme l'année dernière, nettement en faveur du secteur public. Le seul fondement dans lequel le privé obtient de meilleurs résultats est la qualité du management. En ce qui concerne la santé financière, les deux secteurs font à peu de chose près jeu égal. Pour tous les autres fondements le secteur public marque clairement plus de points. Les plus grandes différences sont enregistrées dans la sécurité d'emploi, l'équilibre travail/vie privée et les formations.

Graphique 5: comparaison de l'attractivité des fondements entre le secteur public et le secteur privé



3.3 quels sont les employeurs les plus attractifs?

Pour déterminer l'employeur le plus attractif, nous faisons comme chaque année la distinction entre l'attractivité 'relative' et l'attractivité 'absolue' d'une entreprise. L'attractivité absolue d'une entreprise représente le pourcentage des répondants qui souhaitent travailler pour cette entreprise. Cet indicateur est fortement influencé par la notoriété de l'entreprise. On ne peut en effet pas savoir si l'on veut travailler pour une entreprise quand on ne la connaît pas.

C'est la raison pour laquelle nous avons également introduit le concept d'attractivité relative: le pourcentage de personnes souhaitant travailler pour une entreprise parmi celles qui la connaissent effectivement. L'attractivité relative est donc indépendante de la notoriété. Une entreprise peut en effet être méconnue mais appréciée par les gens qui la connaissent, et inversement. Pour pouvoir mesurer cette attractivité relative, nous devons donc passer par la mesure d'un indicateur intermédiaire: la notoriété.

3.3.1 notoriété des employeurs privés

Au niveau des entreprises, le premier élément étudié est celui de la notoriété⁽⁷⁾. Comme il a déjà été signalé ci-dessus, ce paramètre sert uniquement d'indicateur intermédiaire permettant de calculer l'attractivité absolue. Ikea, Delhaize, Carrefour et Colruyt sont actuellement les employeurs les plus connus du pays, suivis par Coca-Cola, Belgacom et Mobistar.

Tableau 9 : top 10 des employeurs privés les plus connus de Belgique

1.	IKEA	86,0%
2.	Delhaize	85,8%
3.	Carrefour	85,7%
4.	Colruyt	85,5%
5.	Coca-Cola	85,3%
6.	Belgacom	84,8%
7.	Mobistar	83,8%
8.	Aldi	83,0%
9.	Electrabel	82,4%
10.	H&M	81,2%

3.3.2 notoriété des services publics

La notoriété des plus grands employeurs privés varie de plus de 86% à tout au plus quelques pourcents. Auprès des différents services publics les écarts sont plus réduits. Tout comme l'an dernier, c'est la Police Fédérale (80%) qui dispose de la plus grande notoriété, suivie par l'ONEM (70%) et l'ONSS (63%). Les SPF occupent seulement une septième place en termes de notoriété moyenne.

⁷ Le terme « notoriété » ne doit être compris comme la notion marketing du même nom. Il s'agit ici du pourcentage de répondants qui connaissent l'entreprise suffisamment bien pour savoir s'ils voulaient y travailler ou non. Cela comprend aussi une connaissance suffisante pour lui attribuer un score pour les différents critères qui déterminent l'attractivité.

Tableau 10: top 10 notoriété des services publics en Belgique

1.	Police Fédérale	80,4%
2.	ONEM	70,5%
3.	ONSS	63,4%
4.	Défense	55,6%
5.	INAMI	54,5%
6.	VDAB	52,7%
7.	SPF	48,9%
8.	L'Autorité flamande	46,3%
9.	Kind & Gezin	45,9%
10.	ONP	40,4%

3.3.3 l'attractivité relative des employeurs privés

L'attractivité relative des entreprises (le pourcentage de personnes qui souhaiteraient y travailler parmi celles qui la connaissent) et les raisons justifiant ce choix constituent toujours le deuxième thème de cette étude.

Comme on pouvait attendre dans un environnement économique défavorable, les scores d'attractivité des employeurs privés sont en baisse cette année. En moyenne, on note une baisse d'environ deux %. (L'an dernier, on notait encore une hausse de deux %.)

Parmi les 180 employeurs privés sondés, c'est la société Techspace Aero qui a été élue au rang de l'employeur le plus attractif du pays. 49,9% des répondants connaissant l'entreprise, confirment également leur désir d'y travailler⁸. C'est la troisième fois que le constructeur de moteurs aéronautiques liégeois remporte le Randstad Award. L'entreprise partage donc ce record avec Janssen Pharmaceutica. L'entreprise triomphe car, contrairement à ses concurrents, elle a réalisé un score d'attractivité identique à celui de l'an dernier. Toutes les autres entreprises du top 10 enregistrent une baisse parfois forte. Deme, le vainqueur de l'an dernier, doit se contenter cette année d'une deuxième place avec un score de 48,7%, représentant une forte baisse en comparaison avec son score exceptionnellement élevé de l'an dernier.

En troisième position, on retrouve la VRT. C'est la neuvième fois que la chaîne publique flamande fait partie du top 10. Elle occupe ainsi sa deuxième meilleure position dans le classement. Cela fait dix ans qu'elle n'avait plus atteint le top 3. GlaxoSmithKline (GSK) se classe quatrième et remporte tout comme l'année dernière la lutte intense qui règne dans le secteur pharmaceutique. Cette prestation permet à l'entreprise de poursuivre sa solide série dans l'histoire du Randstad Award. GSK a déjà empoché deux fois le Randstad Award et a figuré à sept reprises dans le top 3. Sur les 13 éditions du Randstad Award, seul Janssen Pharmaceutica a réalisé un meilleur parcours.

À la cinquième place, on retrouve également un ancien lauréat du Randstad Award: Pfizer. Jan De Nul, le vainqueur d'il y a trois ans, maintient le statu quo avec sa sixième position. De Nul a remporté deux éditions du Randstad Award mais a dû lever le pied les deux dernières années. La septième place est pour Janssen Pharmaceutica. Les 7 entreprises précédemment citées composaient déjà le top 7 les deux dernières années. Les seuls changements concernent leur classement. Les nouvelles entreprises intègrent le top 10 seulement à partir de la huitième place.

⁸ Ce score de 49,97% représente le nombre de personnes ayant donné un score de 4 sur 5 (sur une échelle de 5) à la question 'désirez-vous travailler pour cette entreprise?'

Pour la première fois dans l'histoire du Randstad Award, Coca-Cola intègre le top 10. Depuis de nombreuses années, l'entreprise est au sommet du classement de l'attractivité absolue, mais en termes d'attractivité relative elle était toujours placée entre la 11^e et la 20^e position. Après quelques années d'absence, la société pharmaceutique Baxter se classe neuvième. Ce qui en fait la quatrième entreprise du secteur pharmaceutique du top 10. Parmi toutes les entreprises de ce top 10, c'est Baxter qui a le mieux progressé. L'année dernière l'entreprise figurait en 25^e position. IBM complète le top 10 et poursuit ainsi son très joli come-back. IBM avait remporté le premier Randstad Award en 2001, mais s'était enfoncé de plus en plus dans le classement au fil des 10 années qui ont suivi. Il a montré des premiers signes de relance voici deux ans et l'an dernier, l'entreprise est réapparue dans le top 20. Le bond le plus spectaculaire dans le top 20 est réalisé par Baxter qui gagne 10 places. Ainsi, le top 10 compte sept des huit vainqueurs du Randstad Award du secteur privé, preuve marquante de la solidité intrinsèque de leur marque.

Le top 20 compte cinq entreprises qui ne s'y trouvaient pas l'an dernier: Baxter (9) déjà cité, Procter & Gamble (13) - entreprise qui, dans le passé, avait déjà intégré le top 10 à plusieurs reprises -, SD Worx (14), SGS (15) et la RTBF (16). Thomas Cook, qui avait réalisé une belle percée dans le classement du top 20, n'est pas parvenu à confirmer et piétine en 12^e position.

Au regard du classement, il apparaît clairement que le secteur pharmaceutique est le plus attractif. Le top 10 dénombre quatre entreprises pharmaceutiques. La cinquième entreprise pharmaceutique, UCB, se classe onzième. Partageant l'affiche avec le secteur pharmaceutique, il n'y a qu'un seul secteur d'activités qui place deux représentants dans le top 10: construction-installation-énergie avec Deme et Jan De Nul. Les secteurs des médias et de l'informatique-consultance ne comptent qu'un seul représentant.

Tableau 11: top 20 attractivité relative des employeurs privés en Belgique

		2013	2012
1.	Techspace Aero	49,9%	48,7%
2.	Deme	48,7%	57,1%
3.	VRT	43,7%	44,6%
4.	GSK	43,3%	49,6%
5.	Pfizer	43,1%	47,3%
6.	Jan De Nul	41,3%	46,7%
7.	Janssen Pharmaceutica	40,3%	47,8%
8.	Coca-Cola	38,2%	40,1%
9.	Baxter	38,0%	37,4%
10.	IBM	37,2%	40,0%
11.	UCB	37,1%	40,2%
12.	Thomas Cook	37,0%	41,6%
13.	P&G	36,9%	36,6%
14.	SD Worx	36,6%	34,7%
15.	SGS	35,9%	37,8%
16.	RTBF	35,5%	35,8%
17.	PWC	35,5%	43,9%
18.	Brussels Airlines	35,5%	43,6%
19.	Multipharma	35,1%	41,9%
20.	Mercedes-Benz	35,1%	38,2%

Qu'est-ce qui rend Techspace Aero si attractif? Comme en témoigne le tableau 6, l'entreprise obtient des résultats nettement meilleurs que la moyenne dans presque tous les fondements. Uniquement pour les fondements "vie privée/professionnelle" et "sécurité de l'emploi", Techspace Aero se situe dans la moyenne globale. Tout comme il y a deux ans, l'excellent score global de Techspace Aero ne se traduit pas tout à fait dans le classement général de tous les fondements. L'entreprise n'occupe jamais la tête des classements par fondement et figure seulement deux fois dans le top 3 : ambiance de travail et contenu de la fonction. Le tableau 12 met également en évidence que De Nul excelle dans six des dix fondements : package salarial, perspectives d'avenir, ambiance de travail, sécurité de l'emploi, santé financière et management. Depuis le début, l'entreprise totalise donc 21 victoires dans les fondements. Janssen Pharmaceutica est actuellement le seul à faire mieux avec 25 victoires. Son concurrent Deme, qui avait non seulement remporté le Randstad Award l'an dernier, mais qui se profilait également comme meilleure entreprise dans six des dix fondements, doit se contenter cette année d'une seule victoire (contenu de la fonction) et voit son compteur bloqué à 13. Dans sept des dix fondements, l'entreprise remporte une place dans le top 3 et réalise donc à nouveau une solide performance. Les autres victoires sont remportées par PWC (formations), par Multipharma, qui surprend, dans le fondement travail/vie privée et par Colruyt, premier du fondement environnement/société pour la quatrième fois déjà. Colruyt rejoint aussi le top 3 dans trois autres fondements : sécurité de l'emploi, santé financière et travail/vie privée. Pour finir, il y a quatre autres entreprises qui ont atteint le top 3 dans un des fondements. La VRT pour l'ambiance du travail, Coca-Cola pour la qualité du management, SD Worx à nouveau pour l'équilibre travail/vie privée et en fin de compte Ikea pour environnement/société.

Graphique 6 : scores des fondements Techspace Aero vs scores moyens du secteur privé

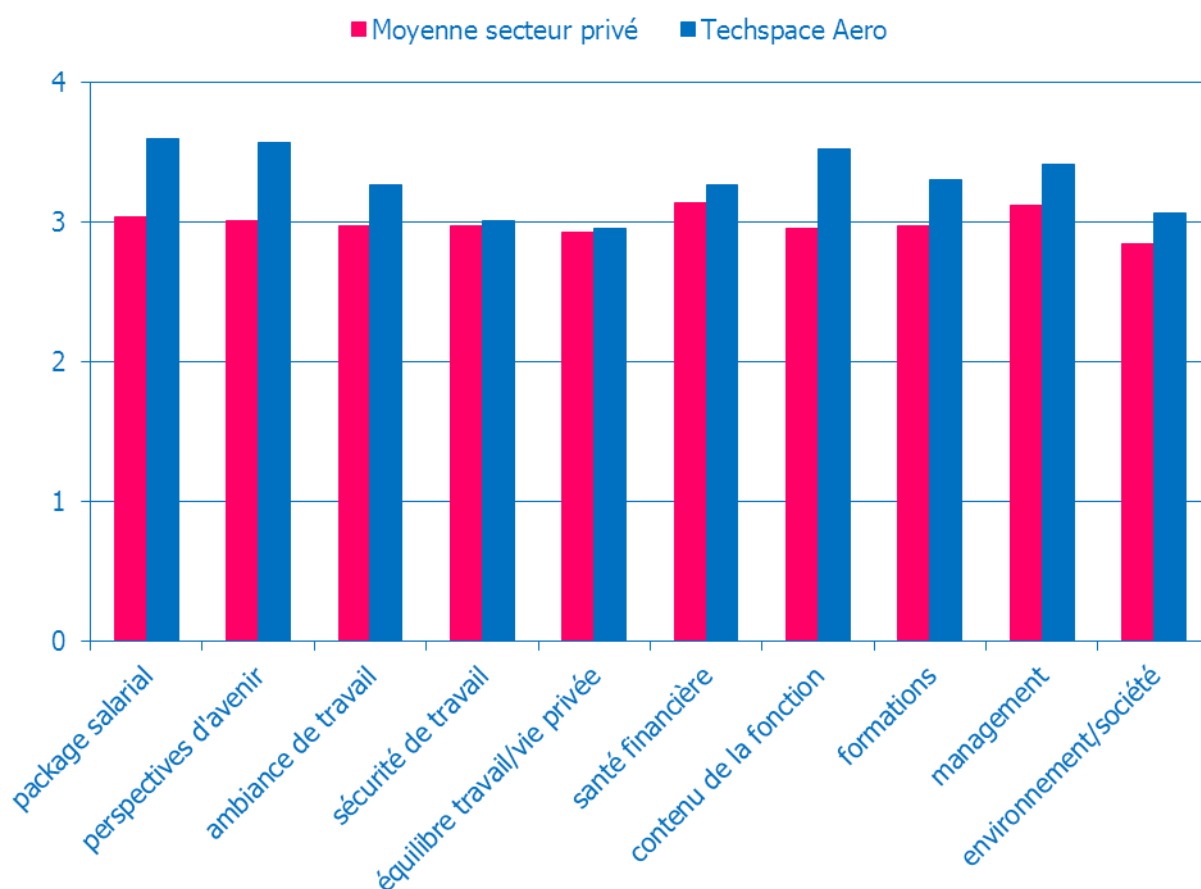


Tableau 12 : employeurs privés les plus attractifs par fondement?

fondement	1^e place	2^e place	3^e place
package salarial	Jan De Nul	Deme	PWC
perspectives d'avenir	Jan De Nul	PWC	Deme
ambiance de travail	Jan De Nul	VRT	Techspace Aero
sécurité de l'emploi	Jan De Nul	Deme	Colruyt
santé financière	Jan De Nul	Deme	Colruyt
contenu de la fonction	Deme	Jan De Nul	Techspace Aero
formation	PWC	Jan De Nul	Deme
management	Jan De Nul	Deme	Coca-Cola
travail/vie privée	Multipharma	SD Worx	Colruyt
environnement/société	Colruyt	IKEA	Jan De Nul

La société de dragage Jan De Nul est le grand vainqueur par fondement, remportant pas moins de six fondements. La société y ajoute encore deux deuxièmes places et une troisième place. Elle obtient un score nettement meilleur dans les fondements séparés qu'en matière d'attractivité globale. Les autres vainqueurs sont Deme (contenu de la fonction), PWC (formation), Multipharma (travail/vie privée) et Colruyt (environnement/société).

Tableau 13 : employeurs privés les plus attractifs par sous-groupes?

	N°1	N°2	N°3
total	Techspace Aero	Deme	VRT
hommes	Deme	Jan De Nul	Techspace Aero
femmes	GSK	VRT	Pfizer
18-24 ans	VRT	Baxter	GSK
25-39 ans	VRT	Pfizer	P&G
40-65 ans	Deme	GSK	Jan De Nul
master	Techspace Aero	VRT	Pfizer
bachelor	GSK	VRT	Pfizer
secondaire et inf.	Jan De Nul	Coca-Cola	VRT
francophones	Techspace Aero	Pfizer	RTBF
néerlandophones	VRT	Deme	GSK

Les différents sous-groupes semblent avoir des préférences plutôt divergentes. Tout comme l'an dernier, nous totalisons pas moins de 5 vainqueurs différents. De Nul remporte la première place dans le groupe de répondants qui détiennent tout au plus un diplôme de l'enseignement secondaire. Deme est l'employeur le plus attractif auprès des hommes et des 40+. Comme l'an dernier, GSK est le premier auprès des femmes et des bacheliers. Techspace Aero est à son tour le meilleur auprès des détenteurs d'un master et des francophones. Mais c'est la VRT qui remporte le plus de victoires : auprès des 18-24 ans, des 25-39 ans et des néerlandophones.

3.3.4 attractivité relative des services publics

Depuis l'an dernier, nous réalisons également un classement de l'attractivité des services publics. L'organisation qui en sort vainqueur remporte également un Randstad Award. L'Autorité flamande réalise le meilleur résultat suivi par les SPF. L'Autorité flamande est le seul service public qui a su améliorer son score d'attractivité par rapport à l'an dernier. À l'instar du secteur privé, les scores d'attractivité de presque tous les services publics sont en baisse. Il en est de même pour les Services Publics fédéraux. Mais ils s'accrochent en deuxième position. L'Agence Fédérale pour la Sécurité de la Chaîne Alimentaire (AFSCA) confirme sa troisième place. Elle est suivie par la Vlaamse Milieumaatschappij (VMM), l'Office de la Naissance et de l'Enfance (O.N.E.), Kind en Gezin, l'Office National de la Sécurité Sociale (ONSS), la Fédération Wallonie-Bruxelles, l'Office National des Pensions (ONP) et l'Institut National de l'Assurance Maladie Invalidité (INAMI). Le score d'attractivité du vainqueur de cette année, le L'Autorité flamande, est plus élevé que celui de l'entreprise privée lauréate.

Tableau 14 : top 10 attractivité relative des services publics en Belgique

		2013	2012
1.	l'Autorité flamande	54,1%	51,4%
2.	SPF	46,3%	51,5%
3.	AFSCA	42,7%	49,7%
4.	VMM	41,1%	-
5.	O.N.E.	40,9%	49,5%
6.	Kind & Gezin	37,4%	37,4%
7.	ONSS	36,0%	40,8%
8.	Fédération Wallonie-Bruxelles	35,7%	43,2%
9.	ONP	35,7%	37,4%
10.	INAMI	35,0%	36,4%

L'Autorité flamande ajoute le panache à sa victoire globale en remportant la première place dans pas moins de 8 fondements : package salarial, perspectives d'avenir, contenu de la fonction, formation, management, équilibre travail/vie privée, sécurité de l'emploi et santé financière. Cette prestation est d'autant plus remarquable que l'an dernier ils n'avaient remporté aucune victoire dans les fondements. Le fondement de l'ambiance de travail est gagné par Kind en Gezin, suivi par son homologue francophone l'O.N.E. La VMM remporte le fondement du souci de l'environnement et de la société devant l'AFSCA et la VMW. Les SPF ne remportent aucune victoire cette année, mais réalisent une belle deuxième place dans plusieurs fondements.

Tableau 15 : employeurs publics les plus attractifs par fondement?

fondement	1^e place	2^e place	3^e place
package salarial	l'Autorité flamande	SPF	Défense
perspectives d'avenir	l'Autorité flamande	Défense	Police Fédérale
ambiance de travail	Kind & Gezin	O.N.E.	l'Autorité flamande
sécurité de l'emploi	l'Autorité flamande	SPF	Défense
santé financière	l'Autorité flamande	SPF	AFSCA
contenu de la fonction	l'Autorité flamande	SPF	Défense
formation	l'Autorité flamande	Défense	Police Fédérale
management	l'Autorité flamande	Kind & Gezin	AFSCA
travail/vie privée	l'Autorité flamande	SPF	Kind & Gezin
environnement/société	VMM	AFSCA	VMW

Quels sont les résultats enregistrés par les services publics dans les différents sous-groupes ? L'an dernier, il y avait cinq vainqueurs différents, comme dans le secteur privé. Cette fois-ci, il n'y en a que deux. C'est l'Autorité flamande qui remporte le plus de victoires, comme l'an dernier. À la différence près que sa supériorité est maximale car il remporte tous les sous-groupes à l'exception, bien évidemment, du sous-groupe des répondants francophones, remporté par les SPF. Dans les autres sous-groupes, les SPF se classent le plus souvent en deuxième place.

Tableau 16 : employeurs publics les plus attractifs par sous-groupe?

	N°1	N°2	N°3
total	l'Autorité flamande	SPF	AFSCA
hommes	l'Autorité flamande	SPF	AFSCA
femmes	l'Autorité flamande	O.N.E.	Kind & Gezin
18-24 ans	l'Autorité flamande	SPF	ONSS
25-39 ans	l'Autorité flamande	SPF	AFSCA
40-65 ans	l'Autorité flamande	SPF	VMM
master	l'Autorité flamande	O.N.E.	SPF
bachelor	l'Autorité flamande	O.N.E.	SPF
secondaire et inf.	l'Autorité flamande	SPF	AFSCA
francophones	SPF	AFSCA	Fédération Wallonie-Bruxelles
néerlandophones	l'Autorité flamande	SPF	VMM

Tout comme l'an dernier, une distinction a été opérée entre les différents Services Publics Fédéraux. Dans la pratique, chaque service public essaie également de se distinguer en tant qu'employeur. Reste à savoir si cela fonctionne. C'est le cas, mais seulement dans une certaine mesure. On enregistre une différence de 8 points de pourcentage entre le SPF le plus attractif (Santé Publique, Sécurité de la Chaîne Alimentaire et Environnement) et le moins attractif (Mobilité et Transport). Deux constats s'imposent : d'une part, le citoyen moyen ne considère plus les SPF comme une machine lourde et amorphe, en outre les différents SPF commencent à se différencier les uns des autres. D'autre part, l'écart n'est finalement pas grand. Entre la première et la sixième place il n'y a qu'une différence de deux points de pourcentage. Il existe aussi une différence en termes de notoriété des SPF. Le SPF le plus connu est le SPF Finances, Affaires étrangères étant le moins connu. La différence atteint 9 points de pourcentage. Le tableau 17 présente le classement des différents SPF en termes d'attractivité relative. Le SPF Santé Publique, Sécurité de la chaîne alimentaire est le SPF le plus attractif pour la deuxième fois consécutive. Le SPF Mobilité et Transport est de nouveau en bas du classement. Le SPF le moins attractif réalise quand même un score de 41%. Un tel résultat lui attribuerait la 7^e place du classement des employeurs privés. Quant au SPF vainqueur il occuperait, ni plus ni moins, la 3^e place du classement total (public et privé) juste derrière l'Autorité flamande et Techspace Aero.

Tableau 17 : top 9 attractivité relative des différents SPF

1.	Santé Publique, Sécurité de la chaîne alimentaire et Environnement	49,4%
2.	Intérieur	48,8%
3.	Justice	48,5%
4.	Emploi, Travail et Concertation sociale	48,3%
5.	Affaires étrangères	47,7%
6.	Économie, P.M.E., Classes moyennes et Énergie	47,0%
7.	Sécurité Sociale	43,3%
8.	Finances	43,2%
9.	Mobilité et Transports	41,2%

3.3.5 attractivité relative de tous les employeurs

A quoi ressemblerait le classement si nous regroupions toutes les entreprises ensemble ?

Tableau 18 : top 10 attractivité relative des employeurs publics et privés

1.	l'Autorité flamande	54,1%
2.	Techspace Aero	49,9%
3.	Deme	48,7%
4.	SPF	46,3%
5.	VRT	43,7%
6.	GSK	43,3%
7.	Pfizer	43,1%
8.	AFSCA	42,7%
9.	Jan De Nul	41,3%
10.	VMM	41,1%

Dans l'ensemble, l'Autorité flamande est l'employeur le plus attractif de ce pays, suivi par Techspace Aero et Deme. Les SPF ratent le podium de justesse. Le top 10 est composé de 6 employeurs privés et 4 employeurs publics. Si on considérait les SPF comme des entités distinctes, la proportion serait de 7 publics contre 3 privés. Dans ce cas-là, le top 10 compterait pas moins de 6 SPF différents.

Quelles sont les meilleures entreprises par fondement si nous groupons public et privé ? Le secteur privé en sort gagnant dans 7 des 10 fondements. De Nul est le vainqueur absolu en s'imposant dans 5 fondements : package salarial, perspectives d'avenir, santé financière, ambiance de travail et management. Les deux autres vainqueurs sont Deme (contenu de la fonction) et PWC (formation). L'Autorité flamande est vainqueur dans la sécurité de l'emploi et l'équilibre travail/vie privée. La VMM dans le souci de l'environnement et de la société.

Quelle entreprise est la plus attractive par sous-groupe si nous rassemblons le secteur public et le privé ? L'an dernier, la lutte entre le privé et le public était indécise. Cette année, le secteur public remporte une victoire claire grâce à l'Autorité flamande qui se classe premier dans 7 des 10 sous-groupes. Techspace Aero (pour les masters et francophones) et la VRT (pour les 18-24 ans) sont les seuls à pouvoir rompre cette hégémonie.

Tableau 19 : top 3 employeurs par fondement, en ce compris les services publics

fondement	1^e place	2^e place	3^e place
package salarial	Jan De Nul	Deme	PWC
perspectives d'avenir	Jan De Nul	PWC	Deme
ambiance de travail	Jan De Nul	VRT	Kind & Gezin
sécurité de l'emploi	l'Autorité flamande	SPF	Défense
santé financière	Jan De Nul	Deme	Colruyt
contenu de la fonction	Deme	Jan De Nul	Techspace Aero
formation	PWC	Jan De Nul	Deme
management	Jan De Nul	Deme	Coca-Cola
vie privée / professionnelle	l'Autorité flamande	SPF	Kind & Gezin
environnement/société	VMM	AFSCA	VMW

Tableau 20 : top 3 employeurs par sous-groupes, en ce compris les services publics

	N°1	N°2	N°3
total	l'Autorité flamande	Techspace Aero	Deme
hommes	l'Autorité flamande	Deme	Jan De Nul
femmes	l'Autorité flamande	O.N.E.	Kind & Gezin
18-24 ans	VRT	l'Autorité flamande	Baxter
25-39 ans	l'Autorité flamande	SPF	VRT
40-65 ans	l'Autorité flamande	Deme	SPF
master	Techspace Aero	VRT	Pfizer
bachelor	l'Autorité flamande	O.N.E.	SPF
secondaire et inf.	l'Autorité flamande	SPF	AFSCA
francophones	Techspace Aero	Pfizer	RTBF
néerlandophones	l'Autorité flamande	VRT	Deme

3.3.6 attractivité absolue des employeurs privés

Parmi les entreprises privées les plus attractives, on retrouve une série d'entreprises connues, mais également quelques-unes qui le sont moins. C'est bien la raison pour laquelle nous proposons donc également un second indicateur d'attractivité. Un indicateur que nous obtenons en croisant la notoriété et l'attractivité relative. Cet indicateur, baptisé attractivité absolue, augmentera de pair avec la notoriété et l'attractivité relative. Les résultats seront aussi, en quelque sorte, le reflet du potentiel théorique global de recrutement de l'entreprise.

L'attractivité 'absolue' d'une entreprise est surtout déterminée par sa notoriété, c'est ce qui explique que les variations dans le temps sont généralement moins importantes que celles de l'attractivité relative. Coca-Cola occupe à nouveau la première place. Après avoir été couronné trois fois employeur le plus attractif en valeur absolue entre 2002 et 2004, Coca-Cola a dû céder sa place cinq années consécutives à une autre entreprise. En 2010, l'entreprise a renoué avec le succès. Une prestation rééditée les dernières années. Avec cette nouvelle victoire, Coca-Cola est pour la 7^e fois vainqueur en attractivité absolue.

Coca-Cola est suivi de près par Colruyt, Philips, Thomas Cook et Brussels Airlines. Coca-Cola et la VRT sont les seules entreprises à se classer dans le top 10 de l'attractivité absolue et de l'attractivité relative. À l'image de l'attractivité relative, l'attractivité absolue est également en baisse cette année. Aucune entreprise du top 10 n'a réussi à maintenir son score de l'an dernier.

Tableau 21 : top 20 attractivité absolue des employeurs privés en Belgique

1.	Coca-Cola	32,6%
2.	Colruyt	27,1%
3.	Philips	26,9%
4.	Thomas Cook	26,8%
5.	Brussels Airlines	26,6%
6.	IKEA	25,7%
7.	Mercedes-Benz	25,3%
8.	ING	24,2%
9.	RTBF	24,1%
10.	VRT	22,9%
11.	Siemens	22,2%
12.	Center Parcs	21,5%
13.	Nike	21,5%
14.	Delhaize	21,4%
15.	Electrabel	20,9%
16.	BNP Paribas Fortis	20,9%
17.	SNCB	20,8%
18.	Belgacom	20,4%
19.	IBM	20,1%
20.	H&M	20,0%

3.3.7 attractivité absolue des services publics

Tout comme pour les employeurs privés, le top 10 en terme d'attractivité absolue ne ressemble en rien à celui qui mesure l'attractivité relative. L'employeur public avec la plus grande attractivité absolue est la Police Fédérale, suivie par l'Autorité flamande qui l'avait remporté l'an dernier. L'ONSS, les SPF et l'ONEM complètent le top 5.

Tableau 22 : top 10 attractivité absolue des services publics en Belgique

1.	Police Fédérale	26,2%
2.	l'Autorité flamande	25,0%
3.	ONSS	22,8%
4.	SPF	22,7%
5.	ONEM	21,9%
6.	INAMI	19,1%
7.	Défense	17,6%
8.	Kind & Gezin	17,2%
9.	VDAB	15,8%
10.	ONP	14,4%

Si nous établissions un classement commun public/privé en terme d'attractivité absolue, les cinq premières places reviendraient à des entreprises privées. Leur plus grande notoriété est décisive. La Police Fédérale est le premier service public et occupe la 6^e place. Dans le top 10 on retrouve d'ailleurs seulement deux services publics avec la Police Fédérale en 6^e position et l'Autorité flamande en 9^e position.

Tableau 23 : top 10 attractivité absolue des employeurs publics et privés

1.	Coca-Cola	32,6%
2.	Colruyt	27,1%
3.	Philips	26,9%
4.	Thomas Cook	26,8%
5.	Brussels Airlines	26,6%
6.	Police Fédérale	26,2%
7.	IKEA	25,7%
8.	Mercedes-Benz	25,3%
9.	l'Autorité flamande	25,0%
10.	ING	24,2%

4. les principales conclusions

- Touchée par la crise, la marque d'employeur des entreprises privées a perdu de sa valeur cette année. Ce n'est pas vraiment une nouvelle surprenante. Ce recul est en moyenne de deux points de pourcentage. La marque d'employeur des prestataires de services publics fait également un pas en arrière. Cette baisse s'élève même à quatre points de pourcentage.
- Quels sont les fondements sur lesquels se basent les gens pour choisir une certaine entreprise ? La sécurité d'emploi est à nouveau le fondement le plus important. La santé financière de l'entreprise perd sa deuxième place au profit du package salarial. Pour la première fois dans l'histoire du Randstad Award, le contenu de la fonction se trouve en quatrième position, au détriment de l'ambiance de travail qui se retrouve en cinquième place.
- Quels sont les fondements sur lesquels se basent les gens pour rester dans l'entreprise où ils travaillent ? Tout comme pour le choix de l'entreprise, la sécurité de l'emploi est le fondement principal. Globalement, il y a peu de différences significatives entre les critères qui comptent pour le recrutement et ceux qui motivent à rester chez un employeur. Quelques fondements pèsent moins lourd pour la rétention que lors du recrutement : la santé financière, les perspectives d'avenir et le package salarial. Pour la rétention, il n'y a qu'un seul fondement qui gagne fortement en importance : la localisation de l'entreprise.
- Cette année, le secteur pharmaceutique est une fois de plus le secteur le plus attractif, mais perd plus que la moyenne en terme d'attractivité (respectivement quatre et deux points de pourcentage). Le secteur des médias se classe deuxième et le secteur public se trouve en troisième position. Le recul le plus remarquable est enregistré par le secteur financier qui dégringole encore plus cette année et ne figure même plus parmi le top 10 des secteurs les plus attractifs.
- Cette année, le secteur public est en moyenne plus attractif que le secteur privé dans son ensemble. La différence en terme d'attractivité atteint toujours 11 points de pourcentage (respectivement 36 et 25%). Cet écart est moins grand que les 13 points de pourcentage de l'an dernier.
- La force du secteur public se manifeste clairement lors de la comparaison des fondements. A une exception près, le secteur public obtient de meilleurs résultats pour chaque fondement que le secteur privé dans son ensemble. Il n'est pas surprenant que la sécurité d'emploi et l'équilibre travail/vie privée soient les points forts du secteur public. Que ce soit aussi le cas pour le contenu de la fonction, la formation, les perspectives d'avenir et même le package salarial, cela en surprendra plus d'un. Même en ce qui concerne la santé financière, le secteur public fait en moyenne mieux que le privé. Les citoyens ne sont pas encore inquiétés par la détérioration des finances publiques. Il n'y a qu'un seul fondement dans lequel le secteur public se laisse devancer : la qualité du management.
- En matière d'attractivité globale, le secteur pharmaceutique s'impose devant le secteur public. Au niveau des fondements la différence est plus marquante. Dans pas moins de 6 fondements sur 10, le secteur pharmaceutique est le plus attractif. Pour les autres fondements, le secteur se classe deuxième. Le secteur public doit se contenter de la première place dans 3 fondements : la sécurité d'emploi, l'équilibre travail/vie privée et le souci de l'environnement et de la société. Il est absent du top 3 dans plusieurs autres fondements. Dans quelques fondements, le secteur public signe même des résultats moyens à très faibles (qualité du management).
- Techspace Aero est l'employeur privé le plus attractif et remporte son troisième Randstad Award. L'entreprise partage donc ce record avec Janssen Pharmaceutica. Techspace Aero devance Deme, le lauréat de l'année dernière, et la VRT. Dans le secteur public, l'Autorité flamande gagne largement devant l'ensemble des Services Publics Fédéraux. L'Autorité flamande remporte son premier Award. Sur l'ensemble de toutes les entreprises (publiques et privées), l'Autorité flamande sort vainqueur.

- Dans 7 des 10 fondements, les entreprises privées sont les plus attractives. De Nul est l'employeur le plus attractif (secteur public inclus) dans 5 des 10 fondements, et se classe aussi deux fois deuxième, une des meilleures prestations de l'histoire du Randstad Award. Son concurrent Deme réalise également un score excellent et remporte la première place dans un fondement (contenu de la fonction) et cinq places au top 3. PWC, autre entreprise privée, se classe aussi première dans un fondement (formation). Pour les trois autres fondements, ce sont les services publics qui l'emportent: l'Autorité flamande dans la sécurité de l'emploi et l'équilibre travail/vie privée, la VMM dans le souci de l'environnement et de la société.
- Quelle entreprise est la plus attractive par sous-groupe ? Le service public obtient gain de cause dans 7 des 10 sous-groupes grâce à l'Autorité flamande. L'Autorité flamande attire plus les hommes, les femmes, les bacheliers, les personnes qui disposent tout au plus d'un diplôme de l'enseignement secondaire, les 25-39 ans et les 40-65 ans. Chez les néerlandophones, l'Autorité flamande est plus attractif que la VRT et Deme. Les vainqueurs privés sont la VRT pour le sous-groupe des jeunes et Techspace Aero pour les sous-groupes des masters et des francophones.

Annexe: liste des employeurs privés participants

Société	Secteur
Accenture	Informatique-consultance
Accor	Horeca-tourisme
Adecco	Human resources
AG Insurance	Banques-assurances
AGC	Non-métal
Agfa	Chimie
Alcatel-Lucent Bell	Electronique
Alcon Couvreur	Pharmaceutique
ALDI	Distribution
Alstom	Construction-installation-énergie
Aperam Stainless	Métallurgie
ArcelorMittal	Sidérurgie
Atlas Copco	Métallurgie
Atos	Informatique-consultance
Audi Brussels	Véhicules
Aviapartner	Aéronautique
AXA	Banques-assurances
Balta	Textile
Barco	Electronique
BASF	Chimie
Baxter	Pharmaceutique
Bayer	Chimie
Bekaert	Métallurgie
Belfius	Banques-assurances
Belgacom	Télécom
Blokker	Retail (textile, meubles, ...)
BNB	Banques-assurances
BNP Paribas Fortis	Banques-assurances
bpost	Transport-logistique
Brico	Retail (textile, meubles, ...)
Brussels Airlines	Aéronautique
C & A	Retail (textile, meubles, ...)
C.M.I.	Métallurgie
CARE	Nettoyage industriel-environnement-sécurité
Carrefour	Distribution
Caterpillar	Véhicules
CBC	Banques-assurances
Cegelec	Construction-installation-énergie

Société	Secteur
Center Parcs	Horeca-tourisme
Ceva	Transport-logistique
CFE	Construction-installation-énergie
Cleaning Masters	Nettoyage industriel-environnement-sécurité
CNH Belgium	Véhicules
Cobelguard	Nettoyage industriel-environnement-sécurité
Coca-Cola	FMCG/food
Cofely	Construction-installation-énergie
Colruyt	Distribution
Compass	Horeca-tourisme
Cora	Distribution
DAF Trucks	Véhicules
Daikin	Métallurgie
Dalkia	Construction-installation-énergie
De Lijn	Transport-logistique
Decathlon	Retail (textile, meubles, ...)
Delhaize	Distribution
Deloitte	Informatique-consultance
Delta Lloyd	Banques-assurances
DEME	Construction-installation-énergie
DHL	Transport-logistique
D'Ieteren	Véhicules
DSV	Transport-logistique
DuPont	Chimie
Eandis	Construction-installation-énergie
EDF Luminus	Construction-installation-énergie
Electrabel	Construction-installation-énergie
Elia	Construction-installation-énergie
Ernst & Young	Informatique-consultance
Esprit	Retail (textile, meubles, ...)
Esso (ExxonMobil)	Chimie
Estée Lauder	FMCG/non food
Ethias	Banques-assurances
Euroclean	Nettoyage industriel-environnement-sécurité
Euroclear	Banques-assurances
Evonik	Chimie
F.N. Herstal	Métallurgie
Fabricom	Construction-installation-énergie
Flightcare	Aéronautique
Fluxys	Construction-installation-énergie

Société	Secteur
Ford	Véhicules
FrieslandCampina	FMCG/food
G.O.M.	Nettoyage industriel-environnement-sécurité
G4S	Nettoyage industriel-environnement-sécurité
Galère	Construction-installation-énergie
GSK	Pharmaceutique
H & M	Retail (textile, meubles, ...)
H. Essers	Transport-logistique
HP	Informatique-consultance
IBM	Informatique-consultance
ICI PARIS XL	Retail (textile, meubles, ...)
Ikea	Retail (textile, meubles, ...)
Imtech	Construction-installation-énergie
InBev Belgium	FMCG/food
Ineos	Chimie
ING	Banques-assurances
Initial	Nettoyage industriel-environnement-sécurité
Inno	Retail (textile, meubles, ...)
IRIS	Nettoyage industriel-environnement-sécurité
ISS	Nettoyage industriel-environnement-sécurité
Jan De Nul	Construction-installation-énergie
Janssen Pharmaceutica	Pharmaceutique
Johnson Controls	Pièces détachées (voitures)
KBC	Banques-assurances
Kraft Foods	FMCG/food
Krēfel	Retail (textile, meubles, ...)
Kruidvat	Retail (textile, meubles, ...)
LANXESS	Chimie
Laurenty	Nettoyage industriel-environnement-sécurité
Lidl	Distribution
Logistics (Nivelles, Kontich, ...)	Transport-logistique
Lunch Garden	Horeca-tourisme
Makro	Distribution
Match	Distribution
McBride	FMCG/non food
Media Markt	Retail (textile, meubles, ...)
Mercedes-Benz	Véhicules
Mestdagh	Distribution
Mobistar	Télécom
Multipharma	Retail (textile, meubles, ...)

Société	Secteur
N-ALLO	Contact centers
Nexans	Métallurgie
Nike	FMCG/non food
NLMK (Duferco)	Sidérurgie
Okay	Distribution
ONE group	Nettoyage industriel-environnement-sécurité
ORES	Construction-installation-énergie
P&G	FMCG/non food
Partena	Human resources
Pfizer	Pharmaceutique
Philips	Electronique
Pizza Belgium	Horeca-tourisme
PWC	Informatique-consultance
Quality Meat Renmans	Distribution
Randstad	Human resources
RealDolmen	Informatique-consultance
Recticel	Chimie
Robert Bosch	Pièces détachées (voitures)
Roularta	Médias
RTBF	Médias
Saint-Gobain	Non-métal
SD Worx	Human resources
Securitas	Nettoyage industriel-environnement-sécurité
SERIS	Nettoyage industriel-environnement-sécurité
SGS	Informatique-consultance
Sibelga	Construction-installation-énergie
Siemens	Electronique
Sita	Nettoyage industriel-environnement-sécurité
SNCB GROUPE	Transport-logistique
Sodexo	Horeca-tourisme
Solvay	Chimie
SONACA	Aéronautique
SPIE	Construction-installation-énergie
Start People	Human resources
STIB	Transport-logistique
TEC	Transport-logistique
Techspace Aero (Safran)	Aéronautique
Tecteo	Télécom
Telenet	Télécom
Tempo-Team	Human resources

Société	Secteur
Tenneco Automotive	Pièces détachées (voitures)
Tessengerlo Chemie	Chimie
Thomas & Piron	Construction-installation-énergie
Thomas Cook	Horeca-tourisme
TNT	Transport-logistique
Total	Chimie
Toyota	Véhicules
Tractebel	Construction-installation-énergie
TVH	Véhicules
Tyco	Electronique
UCB	Pharmaceutique
Umicore	Chimie
UNILIN	Non-métal
Van Gansewinkel	Nettoyage industriel-environnement-sécurité
Van Hool	Véhicules
Vanden Borre	Retail (textile, meubles, ...)
Volvo Cars	Véhicules
Volvo Group Belgium	Véhicules
VRT	Médias
Wienerberger	Non-métal
Zara	Retail (textile, meubles, ...)
Zeeman	Retail (textile, meubles, ...)

Annexe: liste des services publics

AFSCA (Agence Fédérale pour la Sécurité de la Chaîne Alimentaire)
Fédération Wallonie-Bruxelles
FOREM
INAMI
Kind & Gezin
l'Autorité flamande (Vlaamse overheid)
La Défense
La Régie des Bâtiments
O.N.E. (Office de la Naissance et de l'Enfance)
ONEM (Office National de l'Emploi)
ONP (Office National des Pensions)
ONSS (Office Nationale de Sécurité Sociale)
Police fédérale
Service Public Fédéral (SPF)
SPF Affaires étrangères
SPF Economie, PME, Classes moyennes et Energie
SPF Emploi, Travail et Concertation sociale
SPF Finances
SPF Intérieur
SPF Justice
SPF Mobilité et Transport
SPF Santé publique, Sécurité de la chaîne alimentaire et Environnement
SPF Sécurité sociale et Institutions publiques de Sécurité sociale
Service Public de Wallonie (SPW)
Société Wallonne des Eaux (SWDE)
VDAB
VIVAQUA
VMM (Vlaamse Milieumaatschappij)
VMW (Vlaamse Maatschappij voor Watervoorziening)

La sélection des services du secteur public a été effectuée en concertation avec le Selor. Tout comme pour les employeurs privés un seuil de minimum 1000 collaborateurs en Belgique a été fixé. En outre, il convenait de tenir compte de quelques restrictions. C'est pourquoi tous les pouvoirs publics locaux, ainsi que les grandes villes, les grands hôpitaux locaux et autres n'ont pas été retenus. Nous n'avons pas non plus tenu compte des grands services et organismes internationaux tels que l'OTAN ou l'Union Européenne. Les grandes entreprises publiques qui, d'ailleurs ont été complètement ou en partie privatisées n'ont pas été intégrées à la liste du secteur public, mais bien dans celle du secteur privé (comme c'était déjà le cas auparavant). Au final, ce sont 29 services/organismes qui ont été retenus. Le Service Public Fédéral a également fait l'objet d'une scission en neuf SPF distincts.

Notes

A series of horizontal dotted lines for writing notes, spanning the width of the page.