

# La crise a rapproché les stratégies de recrutement des scaleups de celles des corporates

*Alors que les startups privilégiaient de loin le recrutement externe à la mobilité interne, la crise les a forcées à considérer les choses différemment.*

Temps de lecture : minute

---

8 juillet 2020

La crise a poussé les scaleups à revoir leurs process : commerciaux, opérationnels mais aussi RH. Et, contre toute attente, elle a rapproché leurs pratiques de celles... des grands comptes ! C'est ce que dévoile une étude réalisée par Payfit auprès des scaleups du Next 40 et des entreprises du CAC 40. Les deux typologies d'entreprises n'ont pourtant pas les mêmes problématiques. Alors que de nombreux grands groupes ont annoncé des plans de départs volontaires concernant parfois plusieurs milliers de personnes, la startup nation, elle, continue de recruter. 94,8% des entreprises du Next 40 disent ainsi maintenir au moins partiellement leurs prévisions de recrutements - 42,1% maintiennent même tous les recrutements prévus.

Mais des logiques différentes peuvent converger vers une même stratégie. Du côté des grands comptes, la crise a exacerbé l'idée de faire monter en compétences et de pouvoir compter sur les salariés déjà présents dans le groupe. Avec des recrutements limités voire stoppés, les grandes entreprises ne vont pouvoir compter que sur leur vivier interne de talents. Du côté des scaleups, la crise a accentué la guerre des talents : de nombreux collaborateurs qualifiés vont se retrouver par la force des choses en recherche d'emploi et la quête de sens pousse les salariés à

questionner leur appartenance à leur entreprise. Les scaleups cherchent donc de nouveaux leviers pour retenir leurs talents.

C'est pourquoi scaleups du Next 40 comme groupes du CAC 40 s'accordent désormais sur un point : la mobilité interne et la montée en compétences des salariés deviennent cruciales, beaucoup plus qu'auparavant. Un paramètre que les corporates ont intégré de longue date, puisque 75% d'entre eux privilégiaient déjà l'offre interne au recrutement externe avant la crise. Mais ils sont désormais... 100% à le faire ! Du côté des scaleups, le changement est notable : alors que près de 3 scaleups sur 4 (73,7%) privilégiaient l'externe avant la crise, elles sont moins de 6 sur 10 (57,9%) désormais. Un bond de 16 points qui témoigne d'un véritable changement de politique RH au sein de ces startups installées dans l'écosystème.

## De nouveaux leviers de rétention des talents

En parallèle, les leviers de rétention des talents ont eux aussi évolué dans les scaleups pendant la crise. Si la responsabilisation et les perspectives d'évolution constituent toujours le principal levier de motivation des troupes, et ont d'ailleurs été renforcés durant la crise (cités par 31,5% des entreprises avant la crise et par 36,8% après), la surprise vient de l'évolution salariale, deuxième levier le plus cité avant la crise qui chute à la sixième place après. Désormais, les entreprises privilégient l'ouverture du capital aux salariés et la revalorisation du sens de la mission pour les motiver et les garder dans leurs rangs.

L'aspect financier n'a donc pas totalement disparu de l'équation. Mais il s'est déplacé de la rémunération vers un mécanisme d'intéressement permettant *in fine* de corréliser la rémunération du collaborateur à son implication dans la reprise et la réussite de l'entreprise. *"La plupart des rémunérations a été gelée. Dans l'actualité, certaines entreprises ont même demandé à leurs employés de baisser leur salaire. L'ouverture du*

*capital est donc une piste de réflexion très intéressante à la fois pour faire évoluer les rémunérations, mais aussi pour inciter le salarié à participer à la reprise économique et accroître son engagement" , note ainsi l'étude.*

Pour répondre à la quête de sens de leurs équipes, les entreprises semblent prêtes à se poser les bonnes questions. Et considèrent avec attention le statut d'entreprise à mission. *"Si seulement 36,8% du Next 40 a actuellement inclus une raison d'être dans son statut d'entreprise, 55,6% travaillent ou prévoient de travailler dessus" , précise ainsi l'étude. Le tout sous l'impulsion des services RH puisqu'ils sont 16% à "penser que définir la mission de l'entreprise, pour donner davantage de sens au travail, constitue un des leviers qui permettra de retenir davantage les salariés" .*

---

Article écrit par Geraldine Russell