



# JobCloud Market Insights

Etude comportementale sur le marché de l'emploi en Suisse,  
menée par la société JobCloud en collaboration avec  
la Haute Ecole des Sciences Appliquées de Zurich (ZHAW).

Janvier 2017



JobCloud  
**Market Insights**

[jobcloud.ch/fr/market-insights](https://jobcloud.ch/fr/market-insights)

## Sommaire

5	Introduction
6	Auteurs
7	Résumé
8	Secteurs d'activité
14	Domaines d'activité
16	Niveaux hiérarchiques - Type de contrat
20	Taux d'activité
22	Démographie
28	Moments de la journée/de la semaine
31	Offres d'emploi anonymes
34	Smartphone, tablette ou ordinateur
36	Top 15 des emplois
39	Méthodologie de l'étude

# Introduction

Chères lectrices, chers lecteurs,

Leader sur le marché de l'emploi digital, JobCloud dispose d'un très grand volume de données et nous réfléchissons constamment à la meilleure façon de mettre ces données à disposition du public. Cette année, nous avons décidé d'ouvrir notre « coffre au trésor » grâce à l'étude **JobCloud Market Insights**, en collaboration avec la Haute Ecole des Sciences Appliquées de Zurich (ZHAW).

Cette première édition offre un regard unique sur le marché de l'emploi en Suisse. A la différence des sondages, qui souffrent toujours d'un certain flou, nos données sont fondées sur les comportements réels que nous avons pu observer lors de la recherche d'emploi sur nos plateformes n° 1, jobs.ch et jobup.ch. Grâce à cette étude de comportement, nous avons rendu possible la comparaison directe entre l'offre (les annonces) et la demande (les clics enregistrés).

Nous avons le plaisir de vous présenter les résultats de cette étude, que nous répéterons et élargirons dans de prochaines éditions, afin de pouvoir tirer de plus amples conclusions.

Nous vous souhaitons une bonne lecture,



**Renato Profico**  
CEO JobCloud SA

## Auteurs de l'étude



**Rebekka Hänggi**  
**Responsable de projet**  
JobCloud AG  
Content & Online  
Marketing Manager



**Prof. Dr. Frank Hannich**  
**Steering Committee**  
ZHAW  
Directeur suppléant de l'Institute  
of Marketing Management/  
chief directeur du service CRM



**Dr. Nicoline Scheidegger**  
**Experte RH**  
ZHAW  
Chargée d'enseignement  
au Center for  
Human Capital Management



**Patrick Bissig**  
**Directeur de projet**  
ZHAW  
Chercheur et collaborateur  
à l'Institute of  
Marketing Management



**Fanny Comba**  
**Membre du projet**  
JobCloud AG  
Content & Online  
Marketing Manager



**Mara Pasquali**  
**Steering Committee**  
JobCloud AG  
Chief Marketing Officer



**Rafael Domeisen**  
**Data Analyst**  
ZHAW  
Assistant de recherche  
à l'Institute of  
Marketing Management



**Dr. Roger Seiler**  
**Data Scientist**  
ZHAW  
Chargé d'enseignement  
à l'Institute of  
Marketing Management

## Résumé

Grâce aux nombreuses données récoltées, [l'étude JobCloud Market Insights](#) fournit un aperçu unique du marché de l'emploi en Suisse. Pour la première fois, une comparaison entre le comportement des personnes en recherche d'emploi et celui des recruteurs suisses peut être réalisée. Les résultats se basent sur les offres d'emploi publiées sur [jobs.ch](#) et [jobup.ch](#), le nombre de clics enregistrés et sur les profils de plus de 800'000 chercheurs d'emploi anonymes. A travers cette étude, menée en collaboration avec les experts RH de la Haute Ecole des Sciences Appliquées de Zurich (ZHAW) et économie suisse, JobCloud propose une vision nouvelle sur le marché de l'emploi.

En comparant les annonces publiées, c'est-à-dire l'offre, avec les clics, la demande, une pénurie de compétences dans

les secteurs de la construction, de l'ingénierie et de l'IT devient notable. En Suisse allemande, l'offre excède largement la demande dans **les secteurs de la santé, de l'IT et des télécommunications**. La même image se dégage en Suisse romande dans le secteur de la construction et de l'ingénierie. Dans les deux régions par contre, les postes dans **le commerce de détail/de gros** ainsi que dans **l'éducation** font face à une demande élevée. En comparant les groupes de métiers, un manque accru de personnel est observé en Suisse allemande dans **le domaine de la médecine et des soins** et en Suisse romande dans **celui de la construction et de l'ingénierie**. Les postes à temps partiel sont très convoités à partir d'un taux d'activité de 40%. Pour les postes de management, le rapport entre le nombre d'annonces et de clics est le même à temps plein qu'à temps partiel.

Par ailleurs, l'étude montre que ce sont les personnes entre 31 et 40 ans qui sont les plus actives dans la recherche d'emploi et que les hommes créent plus facilement des profils, ce qui leur apporte généralement plus de visibilité auprès des recruteurs.

Quand et comment les annonces sont publiées/recherchées montre les différences entre ce que font les personnes en recherche d'emploi et ce que font les recruteurs. Une part importante de la recherche d'emploi s'effectue pendant les heures de travail, depuis un smartphone pour une vue d'ensemble et depuis un ordinateur pour regarder les annonces plus en détail.

Cette étude permet de confirmer par des faits de nombreuses hypothèses au sujet du marché de l'emploi suisse, ainsi que de découvrir de nouveaux éléments.

## Tous les secteurs ne profitent pas du même intérêt

Durant la période étudiée, plus de 22'000 annonces et plus de 13 millions de clics ont été traités pour la Suisse allemande (graphiques p. 8-9). En Suisse romande (graphiques p. 10-11), où l'on compte plus de clics par rapport à l'offre, plus de 8'000 annonces et 11 millions de clics ont été étudiés.

Les graphiques suivants comparent le nombre d'annonces par secteur d'activité au nombre total d'annonces publiées et

le nombre de clics par secteur au nombre total de clics. Si le nombre d'annonces excède le nombre de clics dans un secteur, cela indique un manque de personnel.

### Suisse allemande

- Annonces (offre)
- Clics (demande)



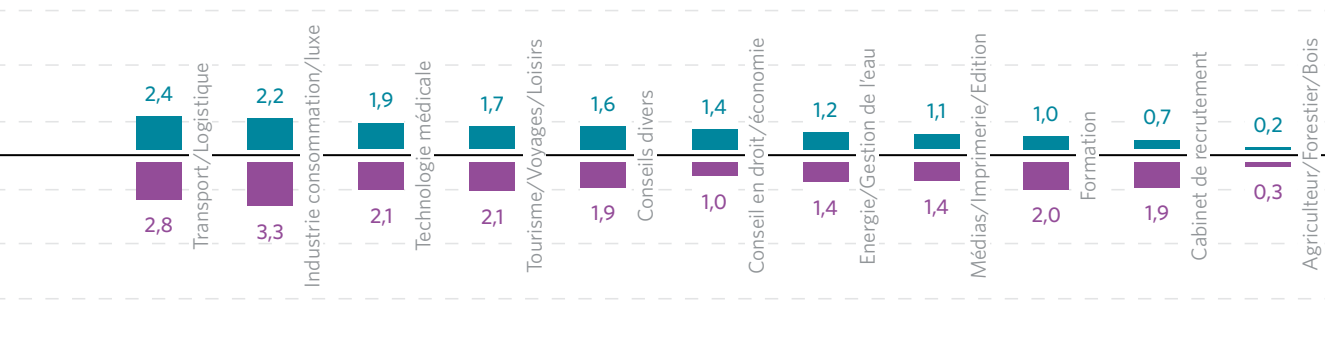
nb annonces: 22'646 | nb clics: 13'079'883 | juin 2016, Suisse allemande



L'industrie, la construction et le secteur des services représentent la plus grande partie du marché du travail.

## Suisse allemande

■ Annonces (offre)  
■ Clics (demande)



nb annonces: 22'646 | nb clics: 13'079'883 | juin 2016, Suisse allemande

Tous les secteurs ne sont pas autant appréciés. Si le nombre d'annonces et de clics est à peu près le même dans de nombreux secteurs, d'autres enregistrent de très nettes différences.

En Suisse allemande et en Suisse romande, le commerce de détail/de gros ainsi que le secteur de l'éducation sont caractérisés par un fort intérêt et démontrent un nombre plus élevé de clics. En Suisse allemande, les industries de la

consommation et du luxe profitent également d'une grande attention. En Suisse romande, c'est également le cas pour l'administration publique et le secteur des services.

## Suisse romande

■ Annonces (offre)  
■ Clics (demande)

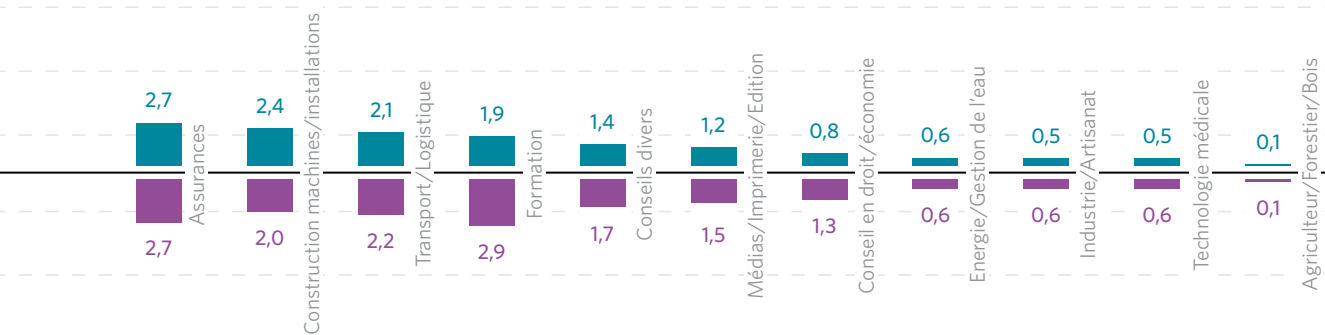


nb annonces : 8'053 | nb clics : 11'014'922 | juin 2016, Suisse romande

On observe exactement l'inverse dans d'autres secteurs, où l'offre excède la demande, ce qui indique un manque de main-d'œuvre. Sont concernés **les secteurs de la santé et des télécommunications/IT** en Suisse allemande et le secteur de la construction en Suisse romande.

## Suisse romande

■ Annonces (offre)  
■ Clics (demande)



nb annonces: 8'053 | nb clics: 11'014'922 | juin 2016, Suisse romande

**« Un résultat intéressant de l'étude est que la recherche d'emploi et le comportement de clics des candidats ne correspondent pas forcément au taux de chômage officiel. Par exemple, dans le secteur de la formation, qui est peu touché par le chômage, les postes ouverts sont fortement demandés et attirent beaucoup l'attention. »**

**« Les raisons qui expliquent ce grand déséquilibre entre offre et demande dans certains secteurs, comme le commerce de détail/de gros, sont complexes et résident dans la nature même du secteur. Par exemple, une majorité du personnel actif dans le commerce de détail/de gros a suivi un apprentissage après l'école secondaire ou a simplement fini l'école obligatoire.\* Les exigences dans ce secteur sont donc relativement modérées, ce qui attire plus de personnes en recherche d'emploi. En outre, ce secteur offre plus de possibilités de travail à temps partiel ou de réinsertion professionnelle. »**

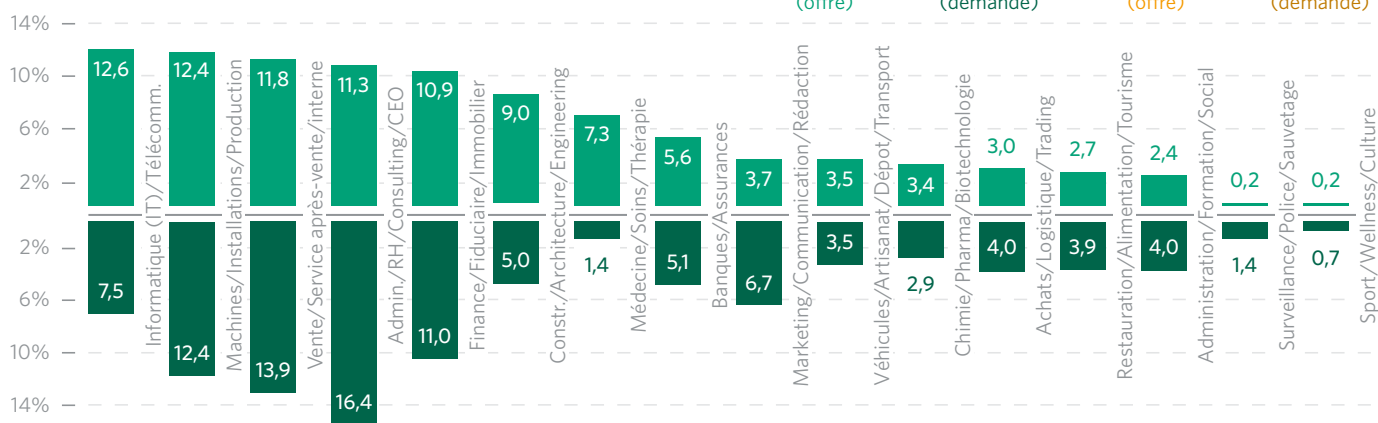
Renato Profico, JobCloud SA

\* Enquête suisse sur la population active

## Manque de personnel dans les domaines de l'information, de la construction et de l'ingénierie

Dans toute la Suisse, les différents domaines sont caractérisés par une différence marquée entre le nombre d'annonces et de clics. En Suisse allemande, on trouve le plus d'annonces dans les domaines de l'informatique et des télécommunications, mais l'on enregistre relativement peu de clics. En Suisse allemande, on observe un manque de personnel dans ces domaines, ainsi que dans celui de la construction/de l'ingénierie

et de la médecine et des soins. En Suisse romande comme en Suisse allemande, les postes dans l'administration/les RH/la direction enregistrent proportionnellement le plus de clics.



nb annonces: 19'896 | nb clics: 16'118'997 | juin 2016, Suisse allemande

Ceci s'explique en partie car ce sont des métiers très représentés sur le marché du travail. En Suisse romande, les postes dans les domaines Machines/Installations/Production ainsi que dans l'Administration/RH/Consulting/CEO comptent proportionnellement le plus grand nombre d'annonces. On observe une offre élevée de postes confrontée à un nombre proportionnellement plus restreint de clics dans les domaines

des Machines/Installations/Production ainsi que dans la Construction/Ingénierie, ce qui indique un manque de personnel.



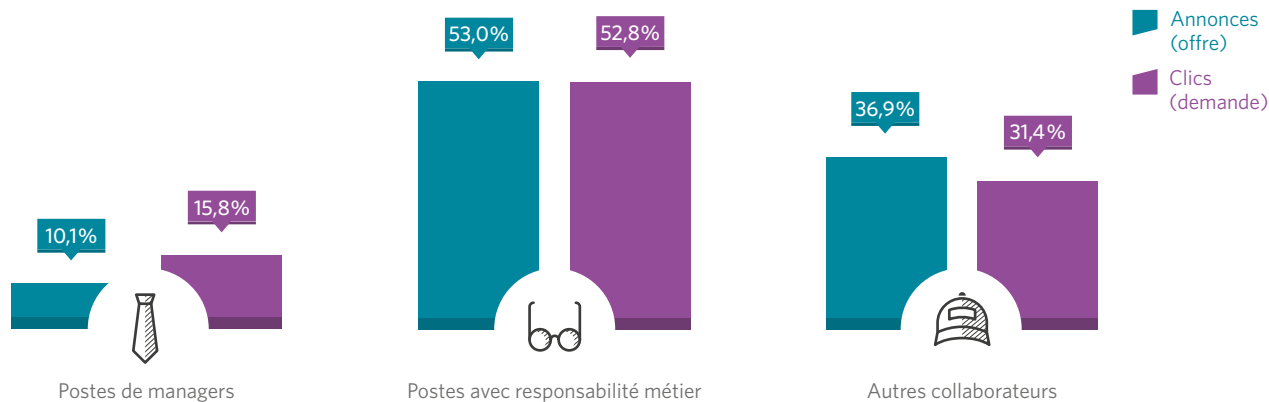
nb annonces: 11'232 | nb clics: 17'079'146 | juin 2016, Suisse

## Plus d'intérêt pour les postes de managers

Une majorité des annonces étudiées propose une **activité avec responsabilité**. Le nombre d'annonces et de clics sont pour ainsi dire identiques avec un peu plus de 50%.

Un peu plus d'une annonce sur dix concerne un poste avec responsabilité de management.

Les personnes en recherche d'emploi souhaitent évoluer hiérarchiquement : au moment de changer de poste, elles convoitent des postes de managers. Ces derniers comptent d'ailleurs plus de clics par rapport aux annonces mises en ligne. Ainsi, les postes **sans responsabilité métier ou de gestion** ont moins de considération par rapport à l'offre totale.



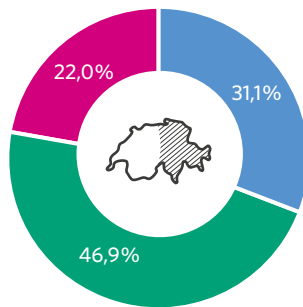


## Postes de managers : une majorité de clics suisses

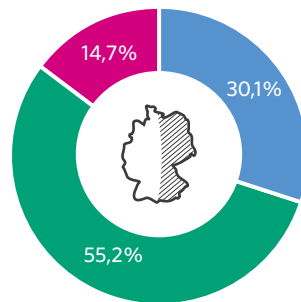
En Suisse, on clique proportionnellement plus sur des annonces de postes de managers qu'à l'étranger.

En Suisse, 22% des clics concernent ce type de postes. Moins de 15% des clics en Allemagne et moins de 12% dans les autres pays concernent des postes de managers. Cependant, la

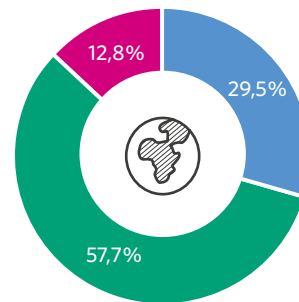
demande pour des postes de spécialistes est plus élevée à l'étranger, ce qui convient à la Suisse, où règne encore une politique de « migration attirée ». Les étrangers viennent en Suisse parce que l'économie a besoin d'eux. C'est particulièrement le cas pour les emplois de spécialistes.\*






Suisse



Allemagne



Autres

-  Postes de managers
-  Postes avec responsabilité métier
-  Autres collaborateurs

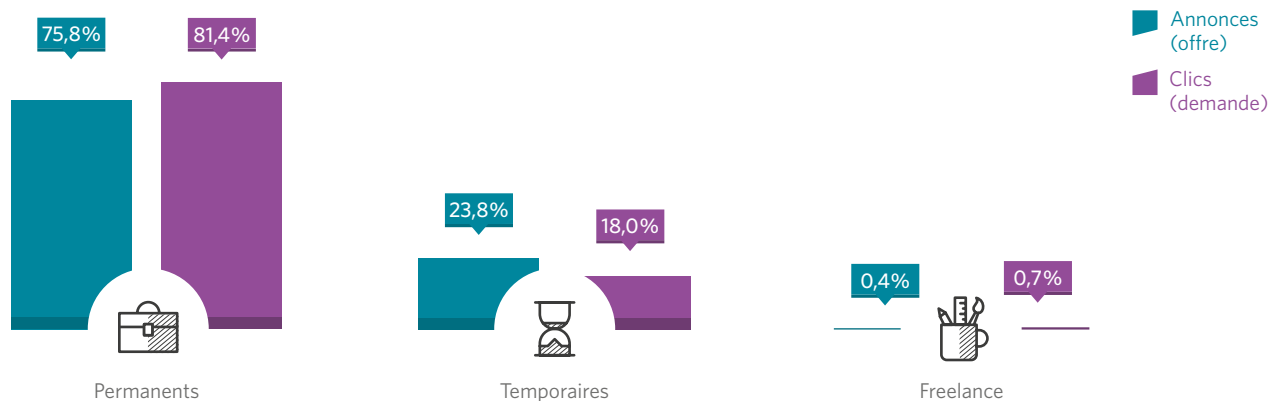
nb clics : 2'688'534 | juin 2016, Suisse allemande

\* Avenir Suisse, 2016

## Les postes temporaires ne reçoivent qu'une attention limitée

Les personnes en recherche d'emploi préfèrent un poste avec un contrat à durée indéterminée. La plupart des annonces offrent majoritairement ce type de postes. Pourtant, la demande en postes permanents excède proportionnellement l'offre. Plus de 23% des annonces proposent des postes temporaires. L'intérêt pour ces emplois temporaires est plus limité avec à

peine 18% de clics. En comparaison : En Suisse, un employé sur huit (13,6%) occupe une place temporaire.\* Durant la période étudiée, on compte proportionnellement plus d'annonces pour des postes temporaires que de clics, ce qui pourrait indiquer une incertitude de la part des entreprises liée aux événements politiques récents.



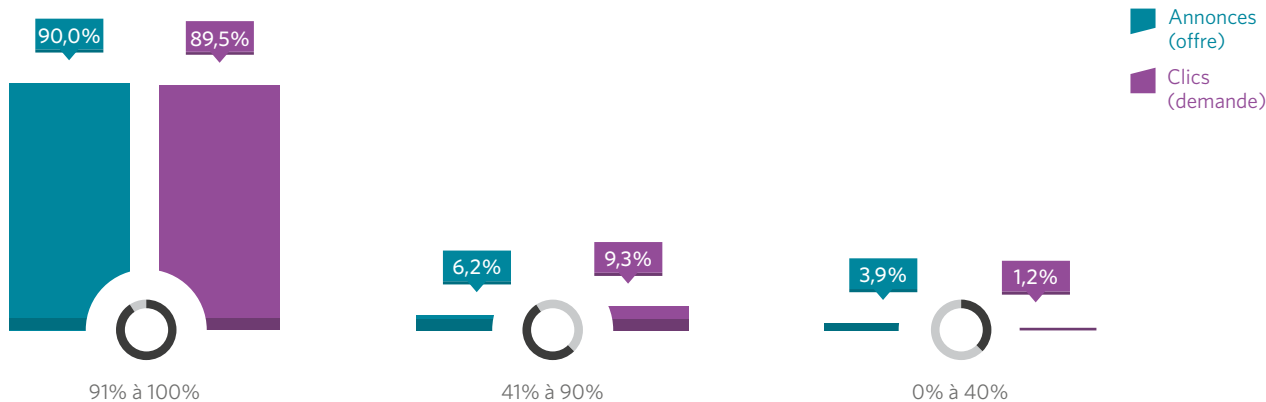
nb annonces: 7'964 | nb clics: 10'649'201 | juin 2016, Suisse romande

**« Grâce à cette étude, JobCloud nous a permis de regarder de plus près cette collection de données unique en Suisse. Pour la première fois, une comparaison entre le comportement des personnes en recherche d'emploi et celui des recruteurs suisses peut être réalisée. Une étude comportementale telle que celle-ci est plus précise qu'un sondage, qui lui se base sur la mémoire des personnes interrogées. »**

## Les postes à temps partiel sont convoités à partir de 40%

La plupart des annonces proposent des postes à temps plein. Durant la période d'observation de cette étude, le nombre d'annonces pour un poste à temps plein était plus élevé que le nombre de travailleurs effectivement employés à temps plein (63,7% d'employés à temps plein au total, dont 83,6% d'hommes et 41,3% de femmes\*). Ce phénomène pourrait s'expliquer par le fait que les travailleurs à temps partiel sont souvent recrutés sans

publier d'annonces. Les postes avec un taux d'activité entre 41% et 90%, en particulier, profitent d'un intérêt élevé: le nombre de clics dépasse l'offre restreinte. A l'inverse, les annonces pour un poste avec un taux d'activité inférieur à 40% enregistrent peu de clics. Durant la période étudiée, très peu d'annonces pour des postes à temps partiel ont été publiées. Pourtant, 24,5% des femmes et 6,1% des hommes ont un emploi à moins de 50% en Suisse.\*



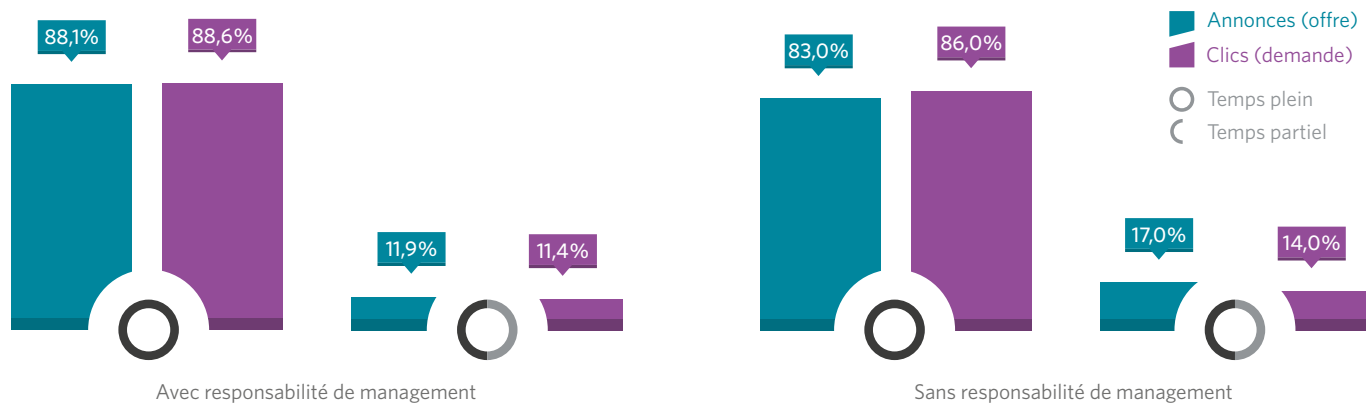
nb annonces : 8'397 | nb clics : 11'180'601 | juin 2016, Suisse romande

\* Enquête suisse sur la population active 2016

## Peu de temps partiel pour des postes de management

Les cadres travaillent-ils tous à temps plein ou le temps partiel prend-il du terrain ? A peine 12% des annonces pour des postes de managers proposent du temps partiel. Par contre, on compte toujours plus de postes à temps partiel pour les postes sans responsabilité de management.

Pour les postes de cadre, le rapport entre le nombre d'annonces et de clics est le même à temps plein qu'à temps partiel. Pour les postes sans responsabilité de management, la demande en postes à temps partiel était proportionnellement plus élevée que l'offre durant la période d'observation.



Avec resp. de cadre: nb annonces: 3'661 | nb clics: 7'582'753 | Sans resp. de cadre: nb annonces: 3'877 | nb clics: 7'852'842 | juillet 2015 - juin 2016, Suisse romande

## Les profils des hommes retiennent plus l'attention des recruteurs

Les hommes en recherche d'emploi ont plus souvent un profil enregistré que les femmes: 56% des profils appartiennent à des hommes, contre un peu plus de 44% pour les femmes. Pourtant, les femmes recherchent plus souvent un emploi sur les plateformes en ligne: 55% des visites sont effectuées par des femmes contre 45% pour les hommes.\* Du côté des recruteurs, on observe une nette préférence pour les profils masculins.

En effet, ceux-ci enregistrent en moyenne 31 clics par profil contre seulement 16 pour ceux des femmes. Les raisons peuvent varier: soit les compétences, l'expérience et la formation des hommes correspondent mieux aux postes, soit les secteurs où les recruteurs font du Direct Search sont des domaines masculins. Finalement, facteur non négligeable, la crainte d'un congé maternité joue toujours un rôle important.

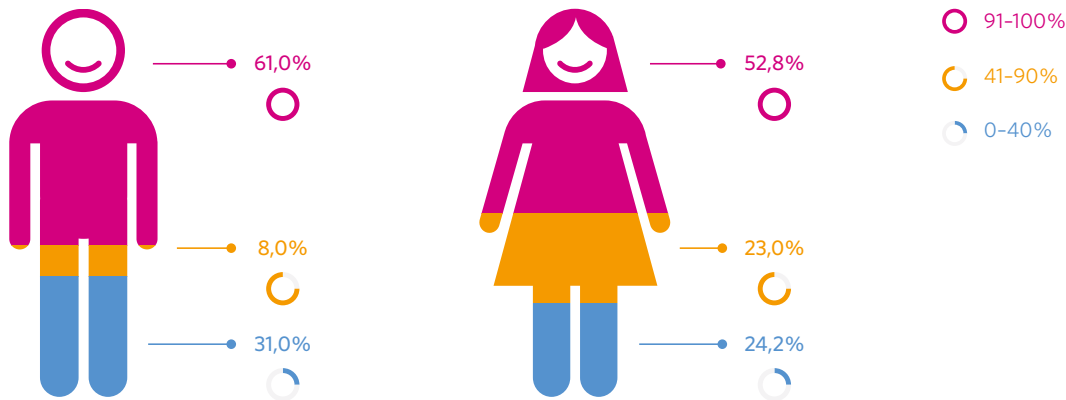


Nombre de clics moyen par profil: nb femmes: 59'810 | nb hommes: 75'468 | juin 2016, Suisse romande

## Plus d'une femme sur deux cherche un poste à temps plein

En créant un profil, les personnes peuvent choisir le **taux d'activité** qu'elles recherchent. Les hommes recherchent majoritairement un poste à temps plein - ou alors au contraire un poste avec un taux d'activité très peu élevé.

Plus d'une femme sur deux recherche un poste à temps plein. Les postes à temps partiel avec un taux d'activité compris entre 41% et 90% sont recherchés majoritairement par des femmes.



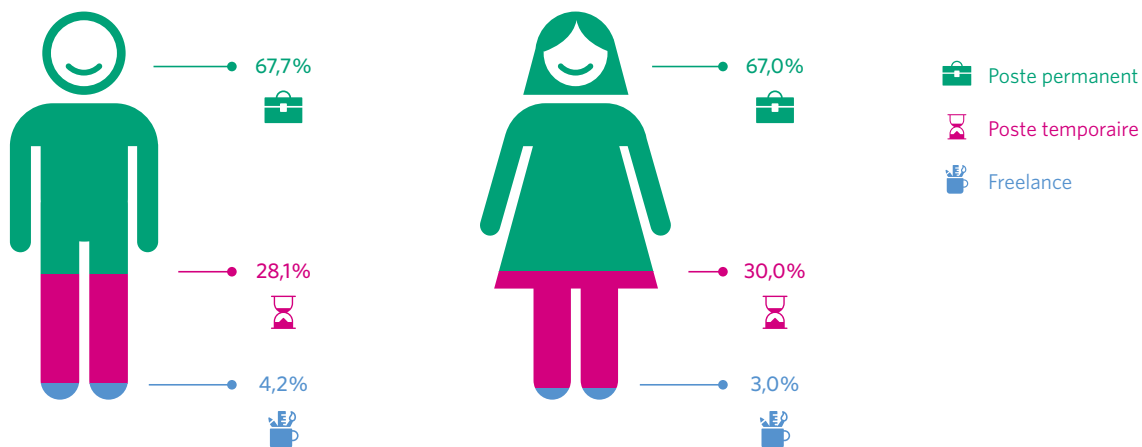
Profils: nb femmes: 102'010 | nb hommes: 156'373 | juin 2016, Suisse romande

## Pour les hommes comme pour les femmes : un contrat à durée déterminée, c'est non merci!

En créant leur profil, les personnes peuvent mentionner le **type de contrat** qu'elles recherchent. Les hommes comme les femmes sont plus intéressés par un poste permanent que temporaire.

Les hommes s'imaginent plus facilement se lancer en freelance que les femmes.

Les femmes considèrent plus souvent la possibilité d'un poste temporaire que les hommes.





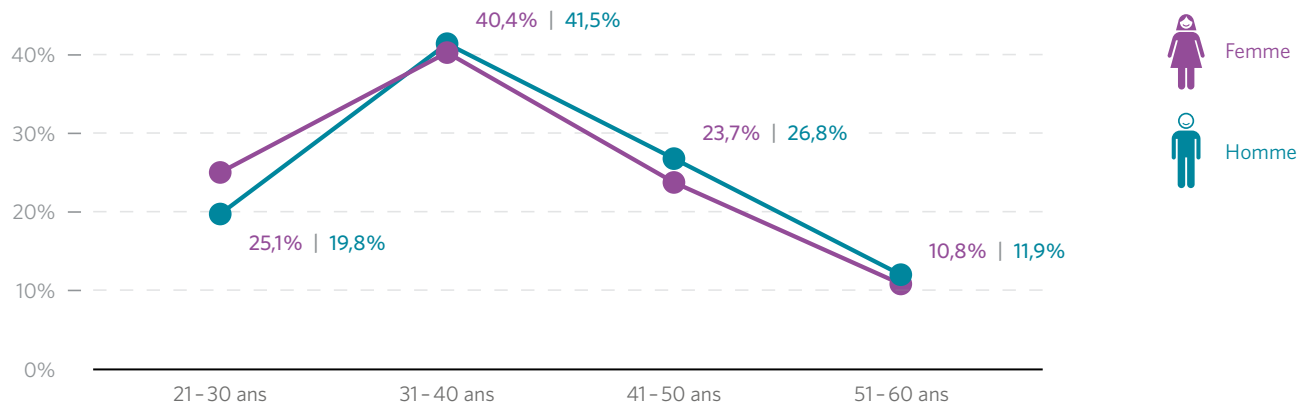
**« Cette étude est un exemple intéressant de ce qu'on peut découvrir à partir d'une grande base de données. De plus, la saisie anonyme de chaque utilisateur qui accède à la plateforme permet d'avoir un aperçu détaillé sur les utilisateurs pendant la période d'enquête. »**

## Recherche d'emploi très active entre 31 et 40 ans

La plupart des profils sont créés par des personnes **entre 31 et 40 ans**, néanmoins cette tranche d'âge ne représente qu'une petite partie de la population active. Cela prouve l'application de cette tranche de la population pour trouver un nouveau poste et de nouveaux défis professionnels. Chez les 21-30 ans, ce sont les femmes qui sont les plus actives: elles créent plus souvent un profil que les hommes.

Marché du travail suisse (ESPA, 2<sup>e</sup> trimestre 2016):  
Participation au marché du travail par tranche d'âge

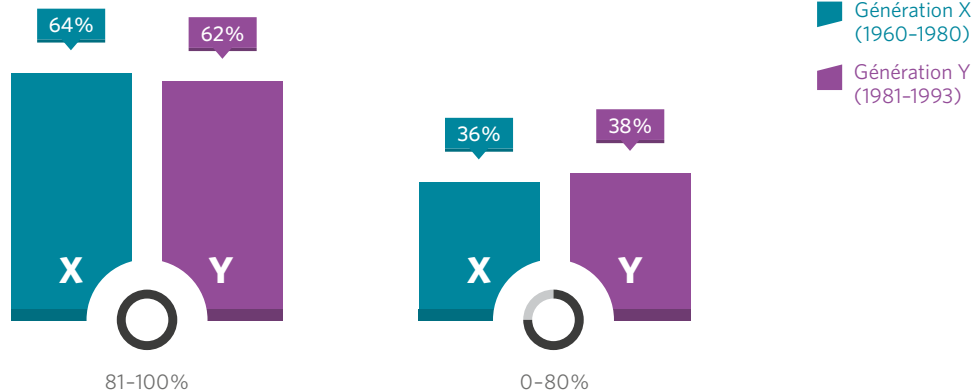
- 15-24 ans: 12% (6% femmes, 6% hommes)
- 25-39 ans: 32% (15% femmes, 17% hommes)
- 40-54 ans: 35,6% (16,4% femmes, 19,2% hommes)
- 55-64 ans: 16,4% (7,5% femmes, 8,9% hommes)



Profilés: nb femmes: 63'355 | nb hommes: 78'761 | juin 2016, Suisse romande

## Work-Life-Balance pour la génération Y? - FAUX

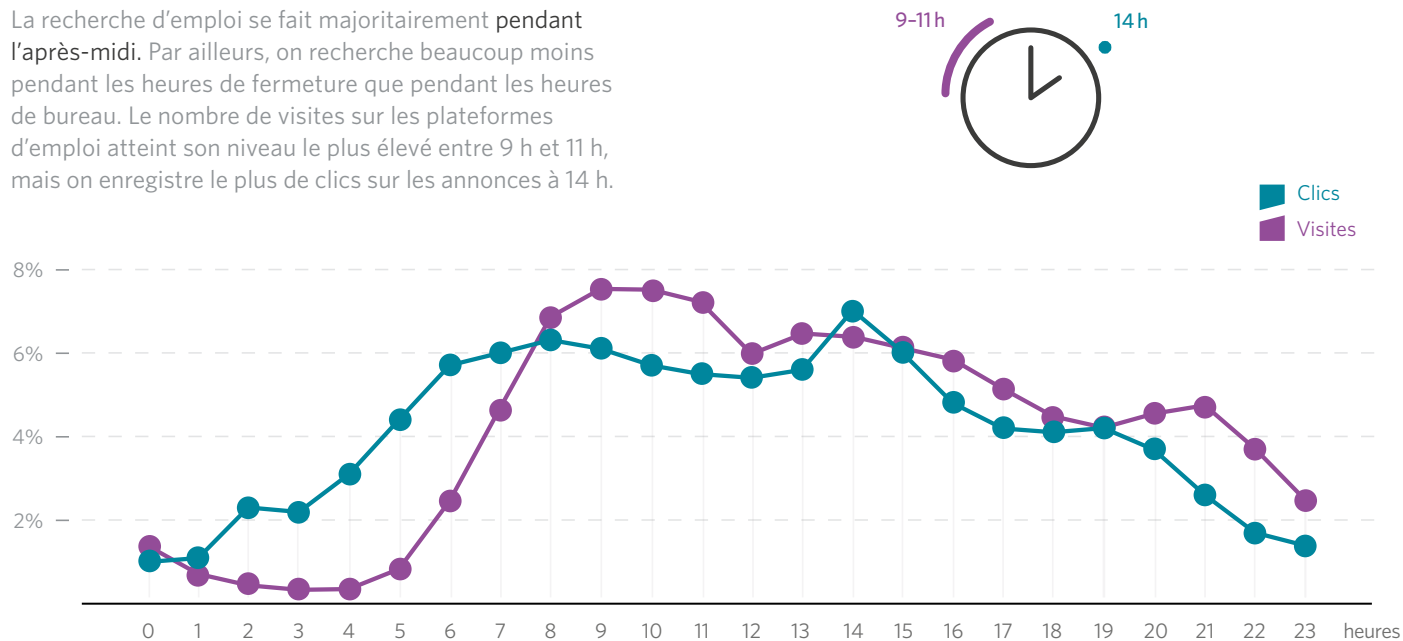
Les travailleurs de la **génération Y** ne recherchent pas plus un poste à temps partiel que ceux de la **génération X**. Une majorité d'entre eux recherche même un poste à temps plein.



Profil: nb génY: 426'284 | n génX: 378'062 | juin 2016, Suisse romande

## L'après-midi plus propice à la recherche

La recherche d'emploi se fait majoritairement pendant l'après-midi. Par ailleurs, on recherche beaucoup moins pendant les heures de fermeture que pendant les heures de bureau. Le nombre de visites sur les plateformes d'emploi atteint son niveau le plus élevé entre 9 h et 11 h, mais on enregistre le plus de clics sur les annonces à 14 h.



nb clics : 13'246'658 | n visites : 2,5 millions | juin 2016, Suisse allemande

**« Le matin, la recherche d'emploi commence dès le début des heures de bureau. En effet, le nombre de visites atteint son point le plus élevé dans la matinée. Après la pause de midi, on observe un deuxième pic avec le plus de clics sur les annonces. Pendant le week-end, le nombre de visites baisse de nouveau.**

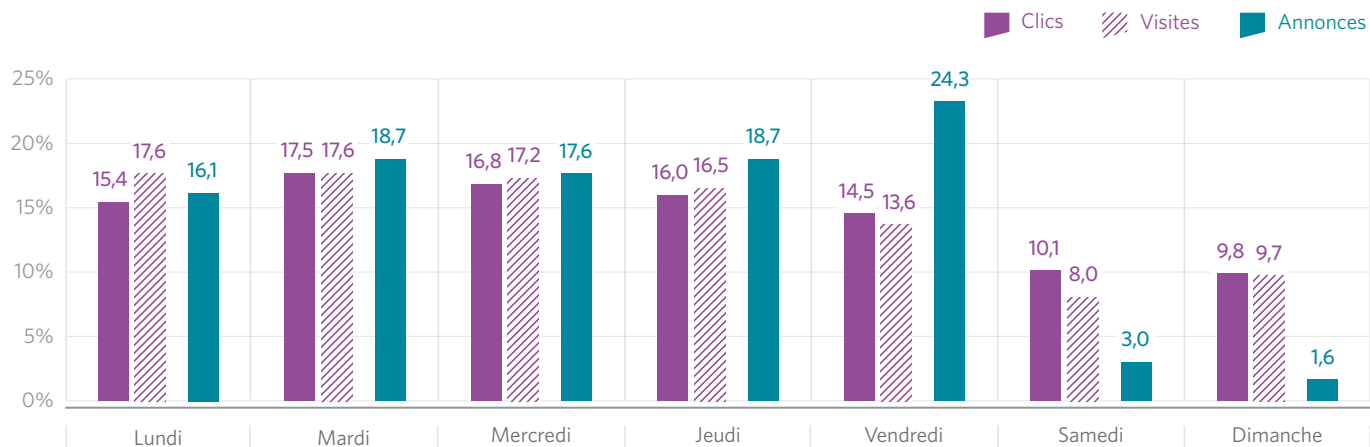
**La recherche d'un nouvel emploi pendant le travail est très courante, alors que cela ne semble plus si urgent pendant le temps libre. »**

## Publication le vendredi, clics le mardi

L'analyse par jour montre que la recherche d'emploi a lieu pendant la semaine et non pendant le week-end et le temps libre. On enregistre le plus de visites le lundi et le mardi, le mardi ayant également le plus de clics sur les annonces. Le besoin d'être actif dans sa recherche se fait donc plus ressentir ce jour-là.

Quant aux recruteurs, ils publient le plus d'annonces d'offres d'emploi le vendredi.

En comparaison avec l'offre restreinte de nouvelles annonces, les clics excèdent très largement l'offre pendant le week-end.

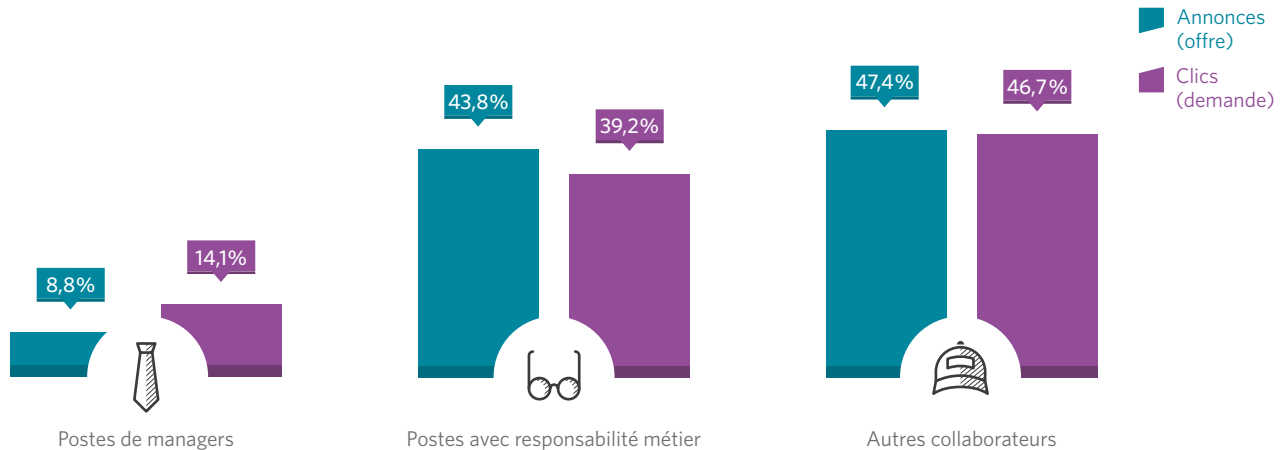


nb annonces : 30'388 | nb clics : 11'404'547 | nb visites : 2,5 millions | juin 2016, Suisse allemande

## Les entreprises ne se cachent pas pour recruter des managers

Les entreprises ne publient pas de façon anonyme les annonces pour des postes de cadre, mais celles pour des postes sans responsabilité de gestion. 47% des annonces anonymes offrent des postes d'« employé sans responsabilité de gestion », contre seulement 9% de « postes de managers ».

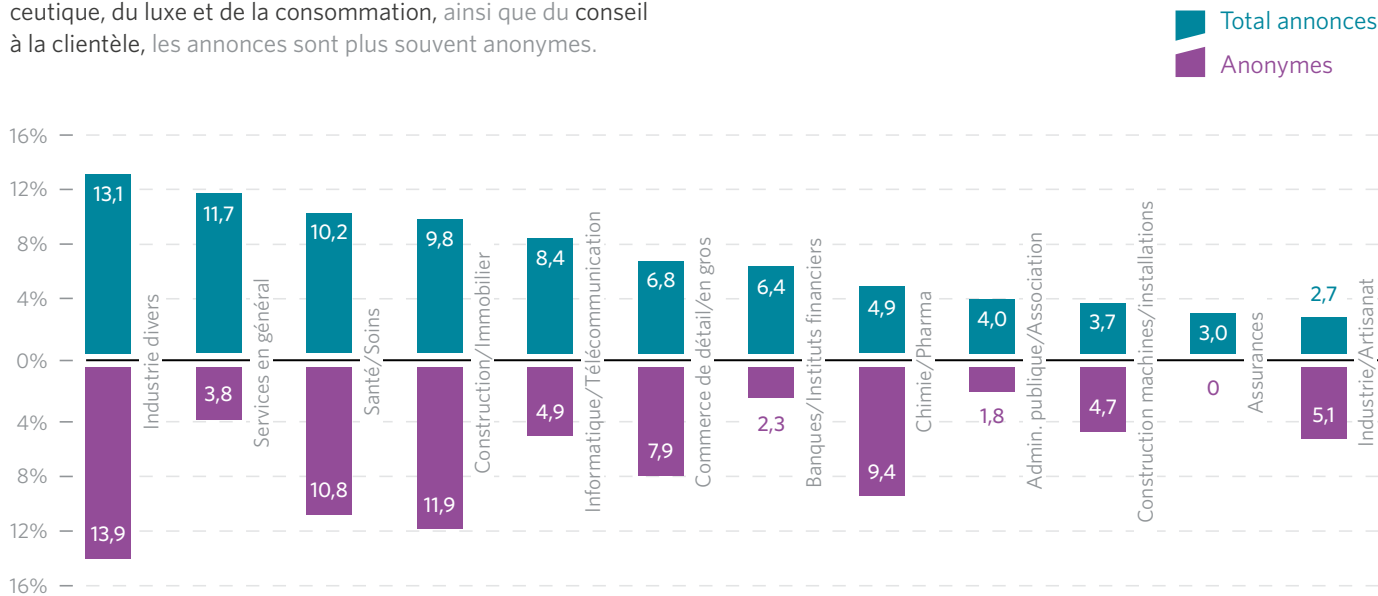
En comparaison, les managers (ou les personnes qui aimeraient le devenir) cliquent plus souvent sur des annonces pour des postes de dirigeant.



nb annonces: chiffre: 445 | nb clics: 98'692 | juin 2016, Suisse allemande

## Les secteurs de la chimie/pharmaceutique et du luxe/ de la consommation publient des offres d'emploi anonymement

Seule une petite partie (2%) des annonces sont publiées de manière anonyme. Dans les secteurs de la chimie/pharmaceutique, du luxe et de la consommation, ainsi que du conseil à la clientèle, les annonces sont plus souvent anonymes.

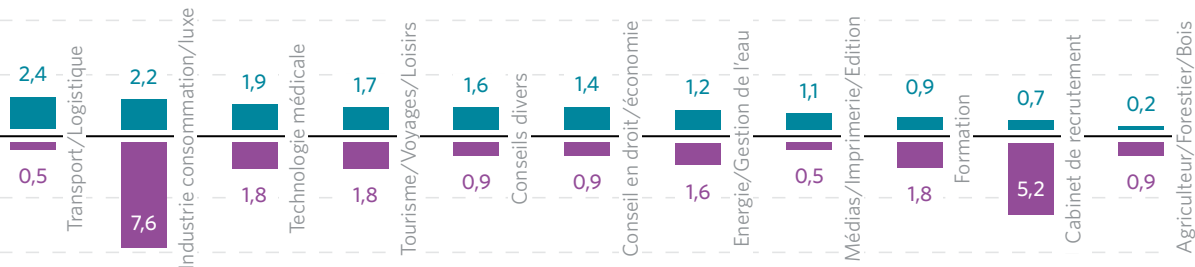


nb total d'annonces : 22'646 | nb d'annonces anonymes : 445 | juin 2016, Suisse allemande



Dans les secteurs des services, de l'informatique/des télécommunications et des banques/instituts financiers, les annonces ne sont que très rarement anonymes. Selon les observations, le domaine des assurances ne publie jamais d'offres d'emploi de manière anonyme.

■ Total annonces  
■ Anonymes

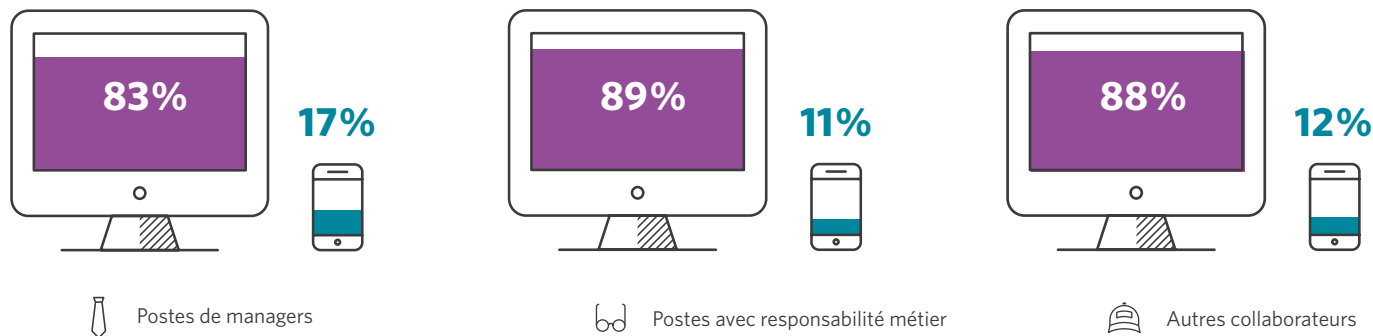


nb total d'annonces : 22'646 | nb d'annonces anonymes : 445 | juin 2016, Suisse allemande

## On consulte depuis un mobile, on clique depuis un ordinateur

Une personne sur deux ouvre les sites jobs.ch et jobup.ch depuis un smartphone ou une tablette.\* Cependant, les utilisateurs cliquent sur les annonces majoritairement depuis un ordinateur – pendant les heures de travail. Les dirigeants cliquent plus souvent sur les annonces depuis

un smartphone ou une tablette que les collaborateurs à d'autres niveaux hiérarchiques. Le graphique ci-dessous montre le taux d'ouverture des sites et le nombre de clics (depuis un mobile et un ordinateur), hors applications.

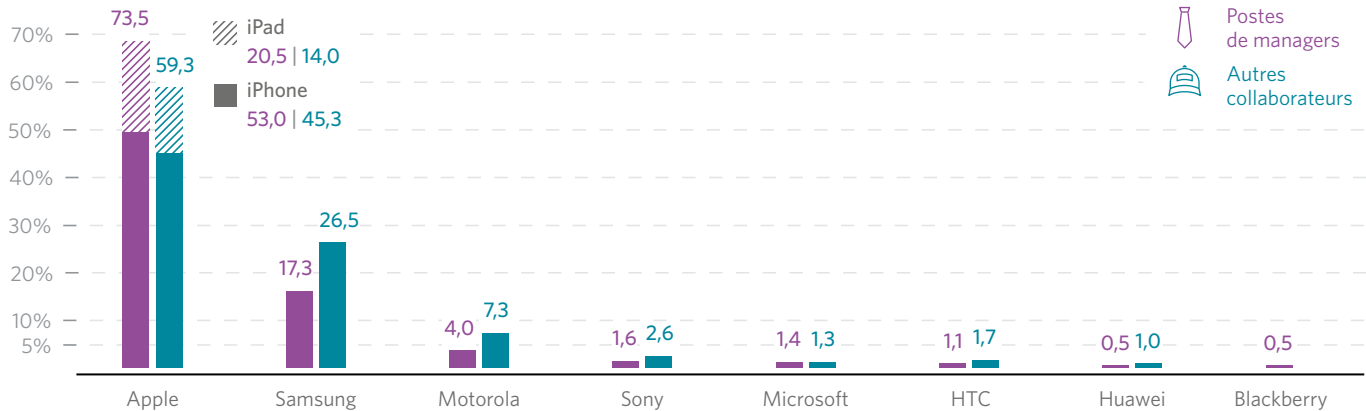


nb clics postes de dirigeants: 560'910 | nb postes avec responsabilité: 1'875'555 | nb autres collaborateurs: 1'104'072 | juin 2016, Suisse allemande

## Smartphones : les managers misent sur Apple

Les managers ou les personnes cherchant un poste de direction utilisent des **appareils Apple**, tant qu'ils recherchent un emploi depuis mobile. Plus de 50% utilisent un iPhone et plus de 20% un iPad. Les cadres utilisent plus d'appareils Apple que la moyenne. Pour leur recherche d'emploi, les collaborateurs sans

responsabilité de management utilisent surtout un Samsung, en deuxième place juste après l'iPhone. Le Blackberry tend à disparaître. La Suisse reste un pays Apple. En 2016, la vente de systèmes d'exploitation mobiles se répartit entre iOS (Apple) à 60% et Android à 37%.\*



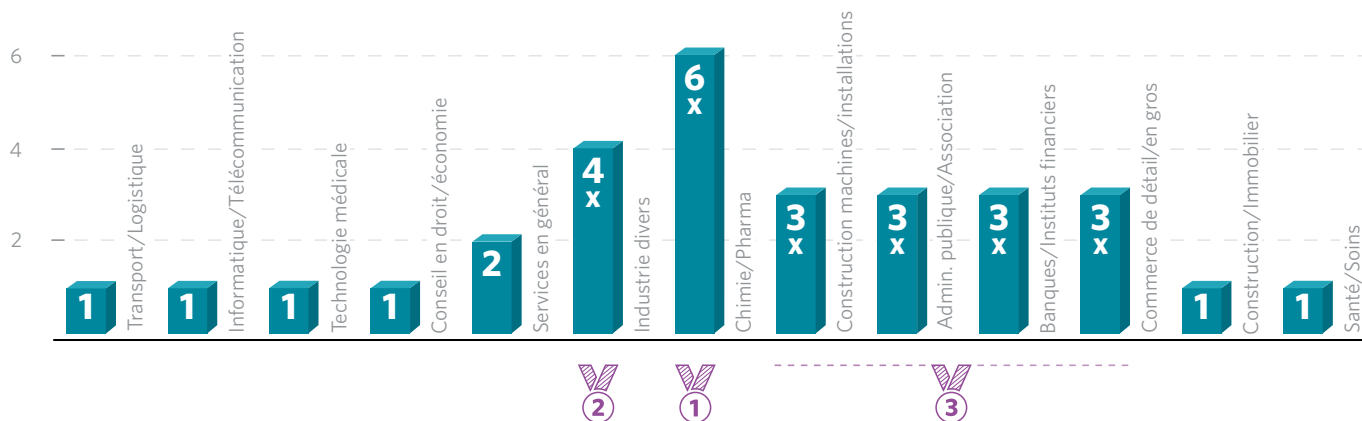
nb clics postes de dirigeants : 74'988 | nb sans responsabilité de gestion : 2'979'627 | juin 2016, Suisse allemande

\* [statista.com/infografik/5731/verbreitung-mobiler-betriebssysteme-schweiz](http://statista.com/infografik/5731/verbreitung-mobiler-betriebssysteme-schweiz)

## Le secteur chimie/pharmaceutique propose les emplois préférés

Avec six annonces, le secteur chimie/pharmaceutique est en tête du classement des 30 annonces préférées en Suisse romande et en Suisse alémanique. Si l'on compare tous les secteurs selon le nombre de clics qu'ils reçoivent, le secteur **chimie/pharmaceutique** se démarque en se classant 8<sup>e</sup> en

Suisse allemande et 12<sup>e</sup> en Suisse romande (parmi 23 secteurs). Le secteur de **l'industrie** figure également dans le top 15 avec quatre annonces. Dès le début de notre étude, ce secteur enregistre proportionnellement le plus de clics, autant en Suisse romande qu'en Suisse alémanique.



nb clics Suisse allemande : 13'246'658 | nb clics Suisse romande : 11'014'922 | juin 2016, Suisse allemande/Suisse romande

**« Le fait de «surfer» depuis un smartphone ou une tablette et de cliquer depuis un ordinateur est un phénomène que l'on observe également pour les annonces automobiles ou immobilières. De la même façon, on parcourt les shops en ligne depuis un mobile, mais souvent on achète depuis un ordinateur. »**

## Le recruteur n'a pas besoin d'être visible pour que l'on clique sur ses annonces

### Suisse allemande

9 employeurs sur 15 ne sont pas visibles immédiatement – c.-à-d. ne figurent pas sur la liste de résultats –, pourtant on enregistre des clics sur leurs offres d'emploi. Si les recruteurs ne sont pas visibles directement, c'est parce qu'ils passent par des agences de placement ou qu'ils publient des annonces anonymement.



**9 / 15**  
employeurs anonymes

### Suisse romande

En Suisse romande, seuls 6 des 15 employeurs ne sont pas visibles, mais l'on enregistre tout de même des clics sur leurs annonces.



**6 / 15**  
employeurs anonymes

## Méthodologie de l'étude

L'étude ci-après se base sur des données récoltées par JobCloud SA. Le regroupement des données obtenues sur les deux plateformes n°1 en Suisse allemande et en Suisse romande, jobs.ch et jobup.ch, permet de couvrir une partie considérable du marché de l'emploi numérique en Suisse, que ce soit du point de vue de l'offre ou de la demande.

Cette étude fait office de précurseur en matière d'étude observationnelle en Suisse. Nous avons étudié non pas les opinions ou les intentions, mais bien les comportements réels lors de la recherche d'emploi et de la publication d'offres, et ainsi confronté l'offre à la demande. Selon les principes du marketing RH, la demande est représentée par les personnes en recherche d'emploi, leurs recherches et

leurs clics, et l'offre par les annonces d'offres d'emploi. Les valeurs ont été relevées pendant la période d'observation, soit le mois de juin 2016, qui correspond à une très grande quantité de données.

Le but de cette étude n'est pas de tirer des conclusions sur des entreprises ou des personnes en particulier, c'est pourquoi les données des entreprises et des privés ont été rendues anonymes avant le traitement et l'analyse des données - pour autant que les données n'étaient pas anonymes dès le départ.

Voici le détail des données considérées dans l'étude:

### Annonces d'offres d'emploi en juin 2016

nb = Suisse allemande	24'040
Suisse romande	8'053

### Nombre de clics sur les offres d'emploi en juin 2016

nb = Suisse allemande	13'246'658
Suisse romande	11'014'922

### Profils de recherche en juin 2016

nb = Suisse allemande	aucune
Suisse romande	804'346

Les données d'observation ont été traitées, analysées et interprétées par l'équipe d'auteurs constituée des membres du Human Capital Management et Marketing, ainsi que de quelques experts de JobCloud SA.

**JobCloud AG**

Carmenstrasse 28  
8032 Zürich

**+41 44 254 69 00**  
info@jobcloud.ch

**JobCloud SA**

Rue Eugène-Marziano 25  
1227 Les Acacias

**+41 22 707 14 00**  
client@jobcloud.ch



**[www.jobcloud.ch](http://www.jobcloud.ch)**

Der direkte Weg zu passenden Mitarbeitenden  
L'accès direct à vos futurs collaborateurs