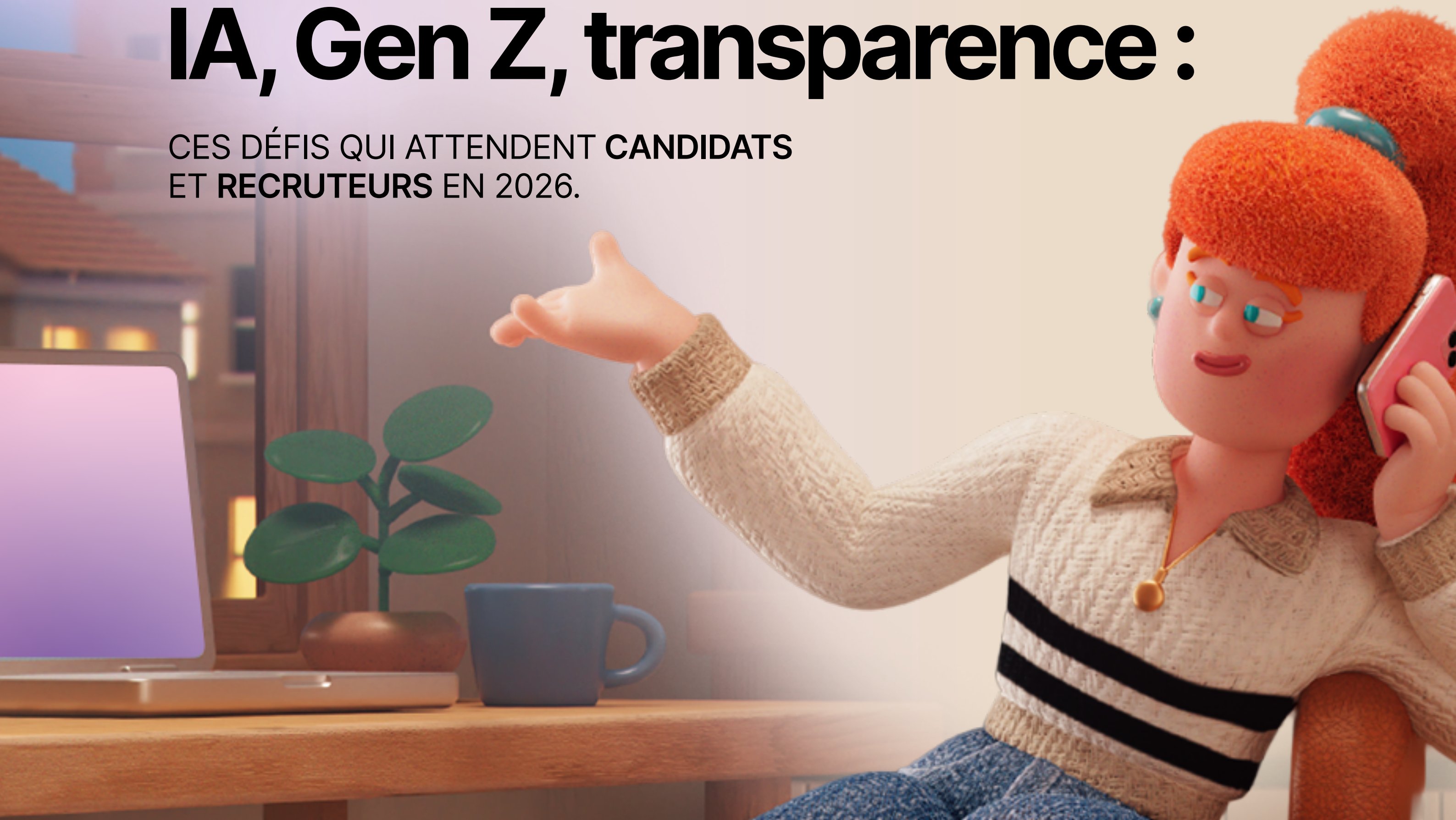


hello
work

IA, Gen Z, transparence :

CES DÉFIS QUI ATTENDENT CANDIDATS
ET RECRUTEURS EN 2026.



Notre enquête Hellowork sur les pratiques des candidats et des recruteurs revient pour une 16^e édition.

Pour cette édition 2025, nous avons notamment regardé en quoi les pratiques de la génération Z sont différentes de celles de ses aînés, que ce soit du côté des candidats ou des recruteurs.

Toutes ces tendances esquissent ce à quoi 2026 va ressembler : quels vont être les défis des recruteurs face à l'usage croissant de l'IA générative ? Comment s'adapter aux nouvelles exigences de la GenZ ? Et quels bénéfices tirer d'un marché du travail plus transparent avec l'entrée en vigueur de la directive européenne sur la transparence des rémunérations en juin prochain ?

Méthodologie de l'étude

2 247 candidats interrogés
(dont 289 âgés de 16 à 29 ans)
et **489 recruteurs** à travers une enquête réalisée en ligne du 7 avril au 21 mai 2025.



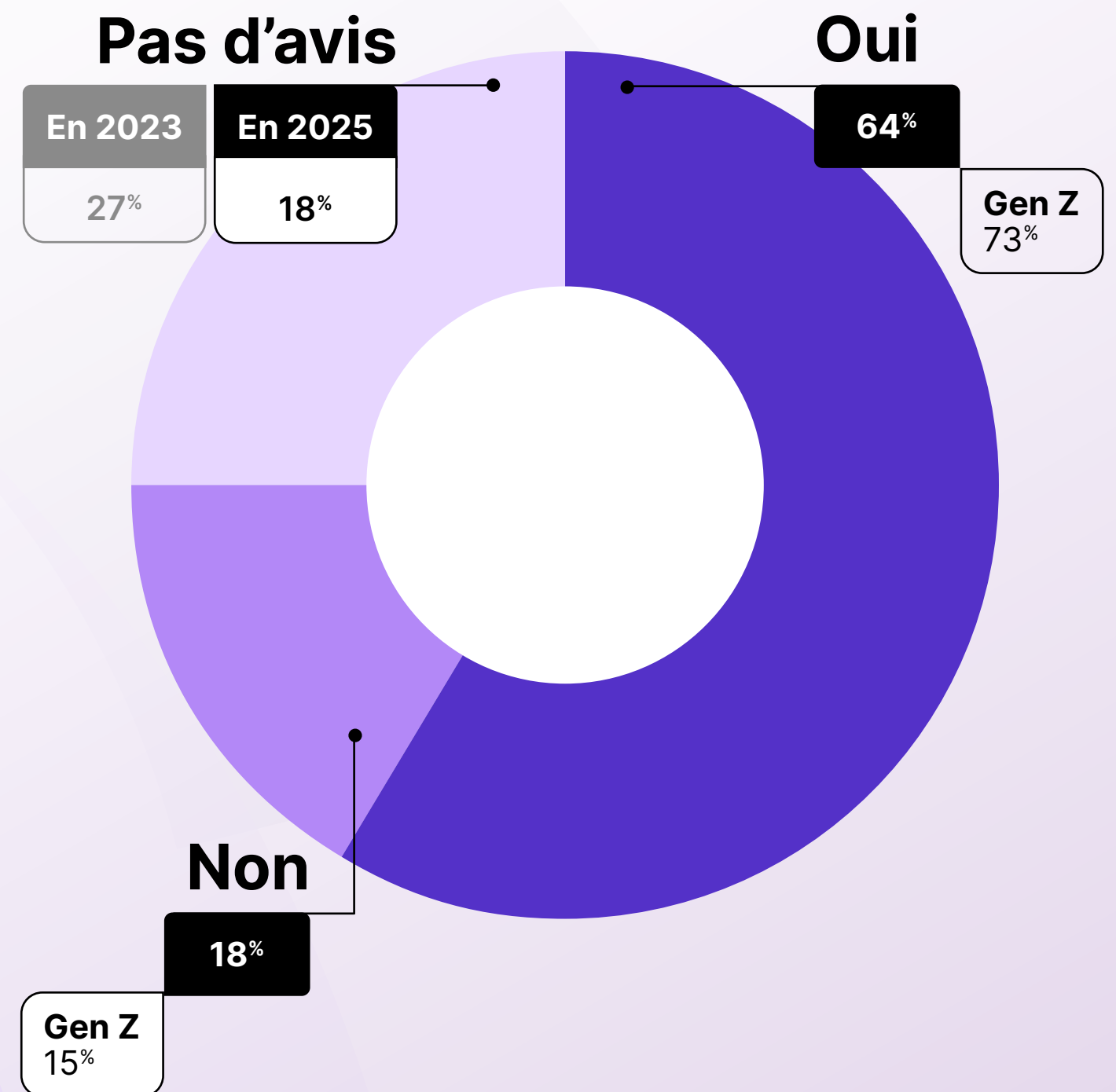
L'IA, nouvelle donne pour la recherche d'emploi et le recrutement

«L'IA GÉNÉRATIVE OUVRE UNE NOUVELLE ÈRE
POUR LE MARCHÉ DE L'EMPLOI, QUE CE SOIT
DU CÔTÉ DES **RECRUTEURS** OU DES **CANDIDATS**»

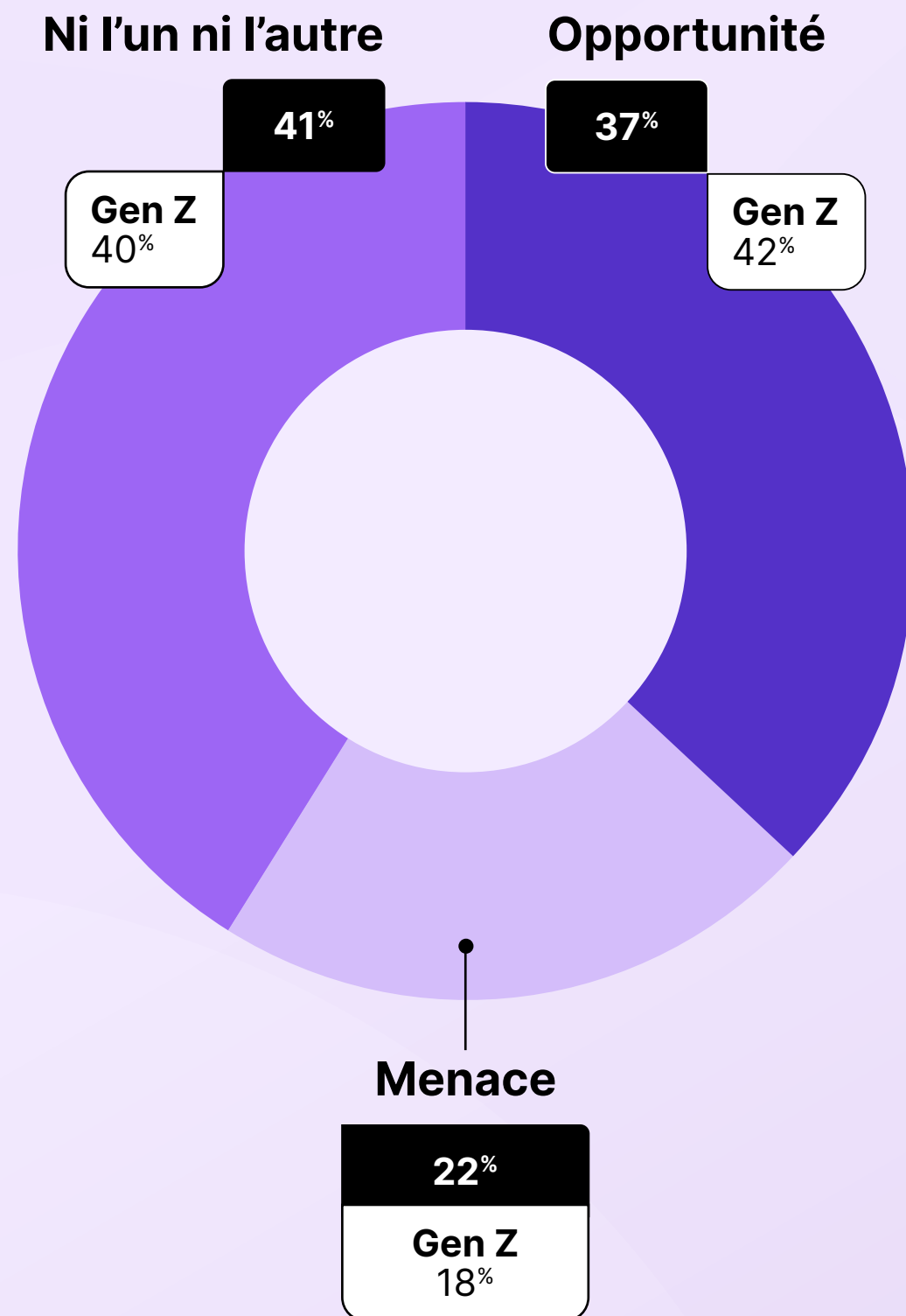
Les candidats convaincus de l'impact de l'IA

EN UN AN, LE RESSENTI
DES CANDIDATS
SUR L'IA A ÉVOLUÉ.

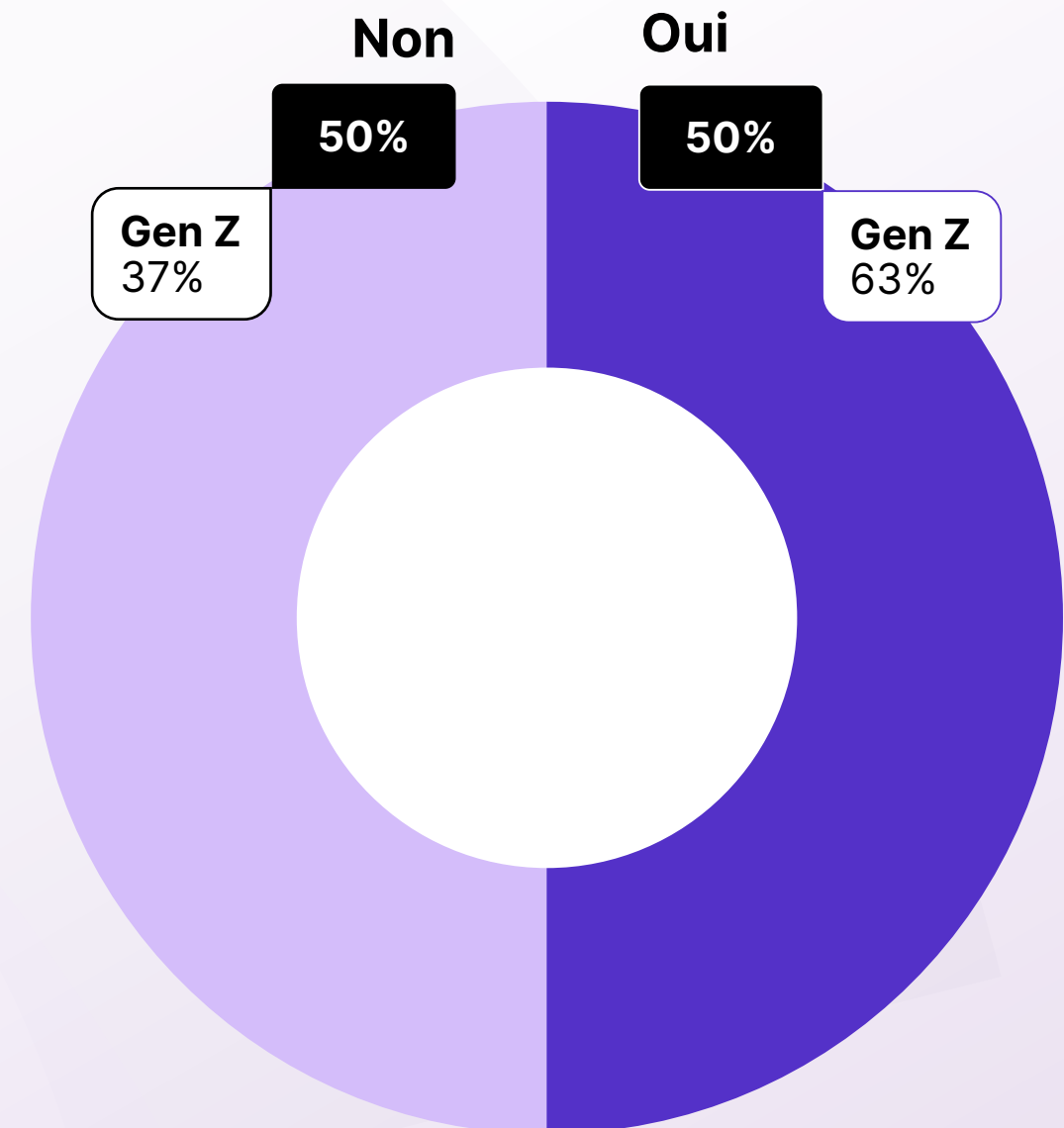
Même si leurs doutes sont encore marqués
sur la manière dont leur vie pro sera impactée,
ils sont une majorité à se dire conscients
que l'IA fait bouger les lignes sur le marché du travail.



L'IA, menace ou opportunité ?



Utilisez-vous l'IA dans votre recherche d'emploi ?



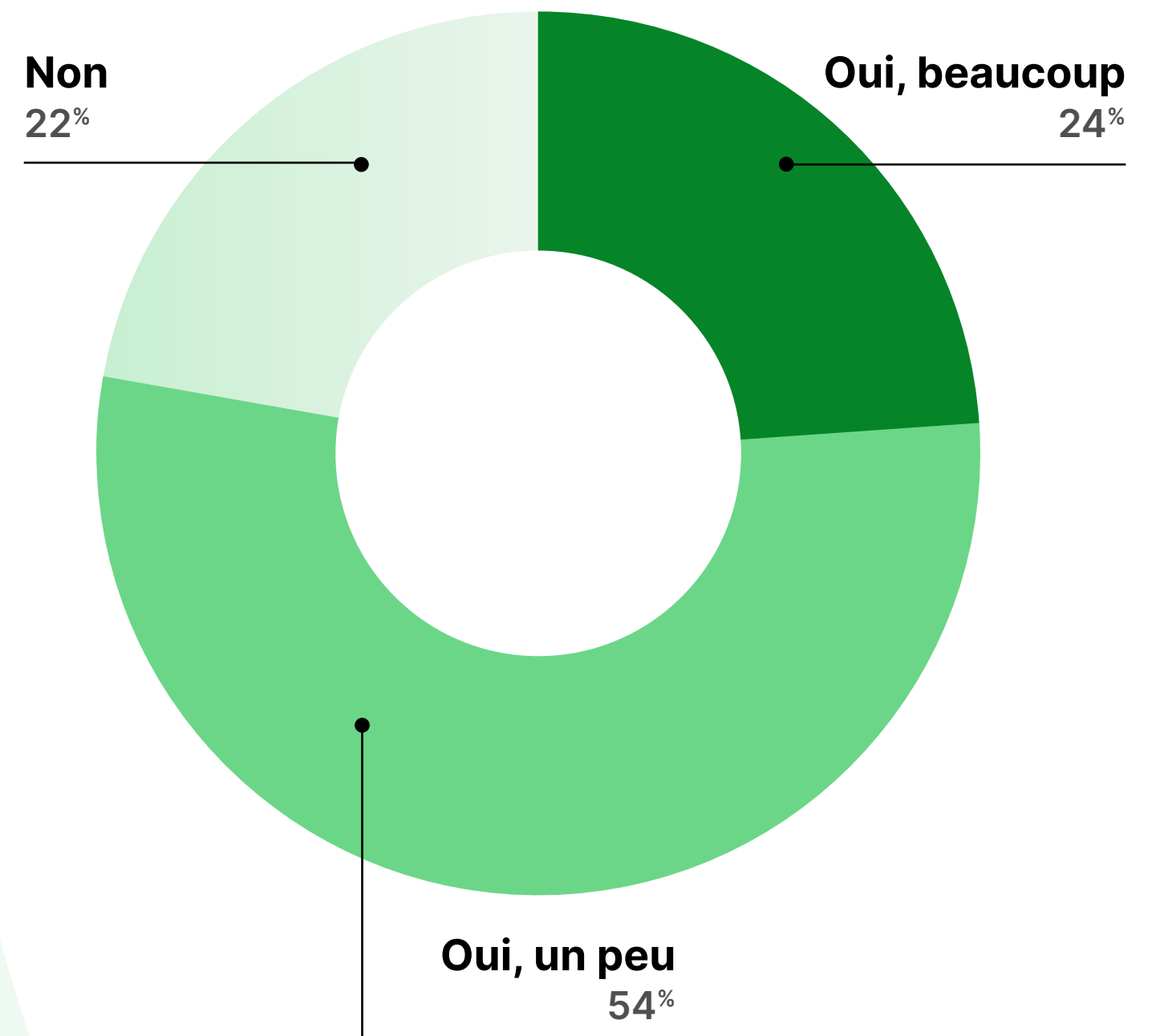
Chez les recruteurs, l'usage de l'IA générative a nettement progressé en un an.

PLUS DE 3 RECRUTEURS SUR 4
UTILISENT DÉSORMAIS L'IA DANS LEURS
PRATIQUES PROFESSIONNELLES.

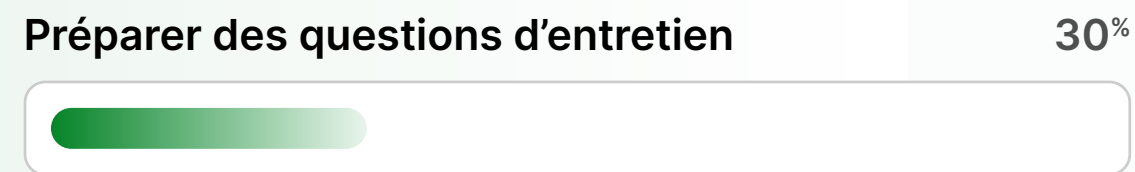
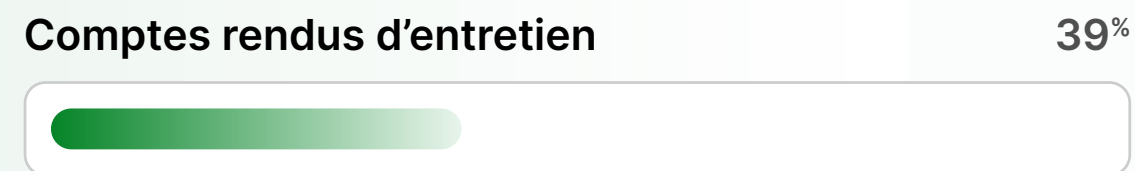
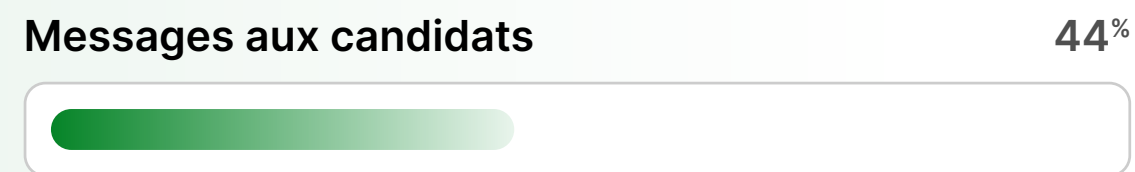
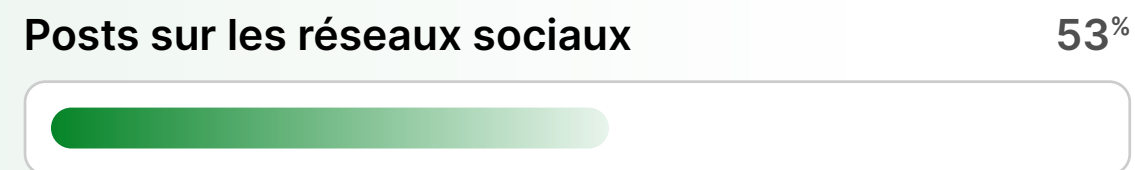
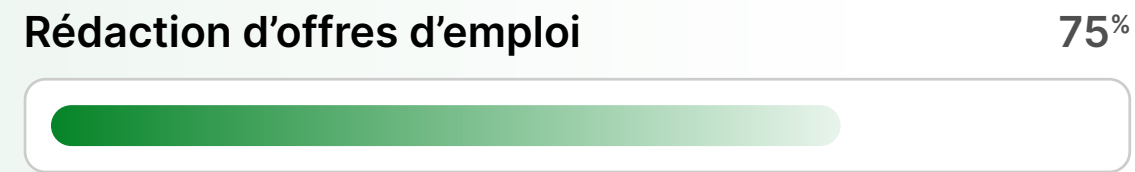
Cet usage a doublé en un an. Celui-ci est légèrement plus marqué
chez les recruteurs issus de la Gen Z (80% vs 78%), surtout pour
ceux qui l'utilisent beaucoup (32% vs 24%).

Les tâches les plus plébiscitées sont celles liées à la génération
de contenu et à l'aide rédactionnelle, que ce soit pour rédiger des
offres, des posts pour les réseaux ou des messages aux candidats.
Au-delà de l'usage, l'IA générative pourrait bien transformer
la fonction RH. 62% des recruteurs pensent qu'elle va jouer un rôle
très important dans le futur de la fonction RH, un chiffre en hausse
de 17 points sur un an.

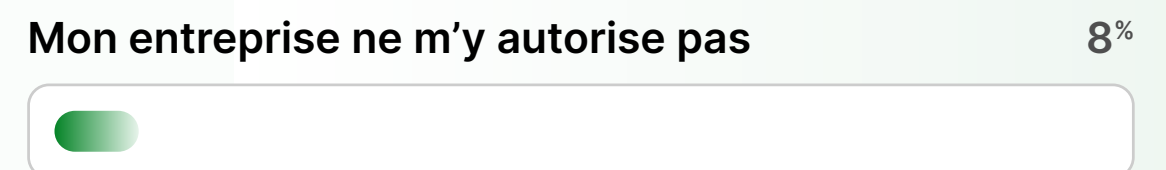
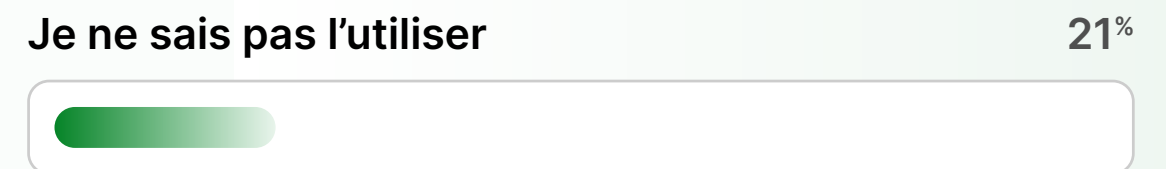
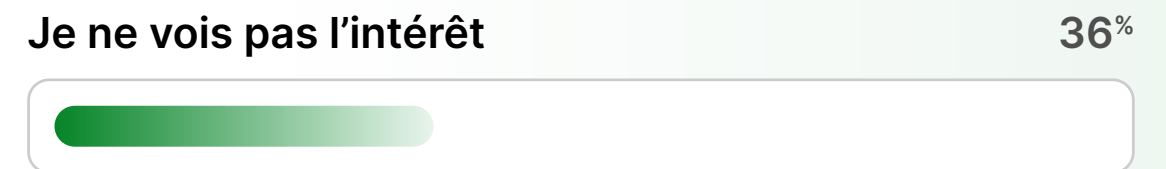
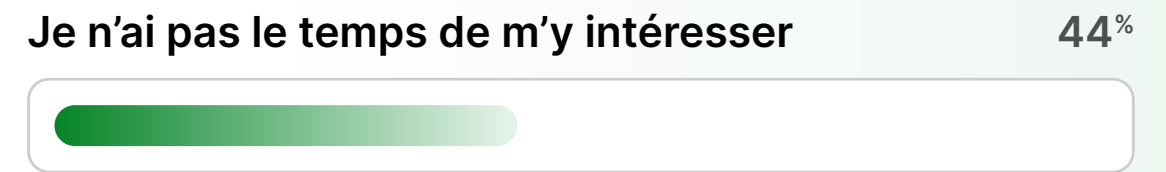
Utilisez-vous l'IA générative
(ChatGPT...) dans certains aspects
de votre métier ?



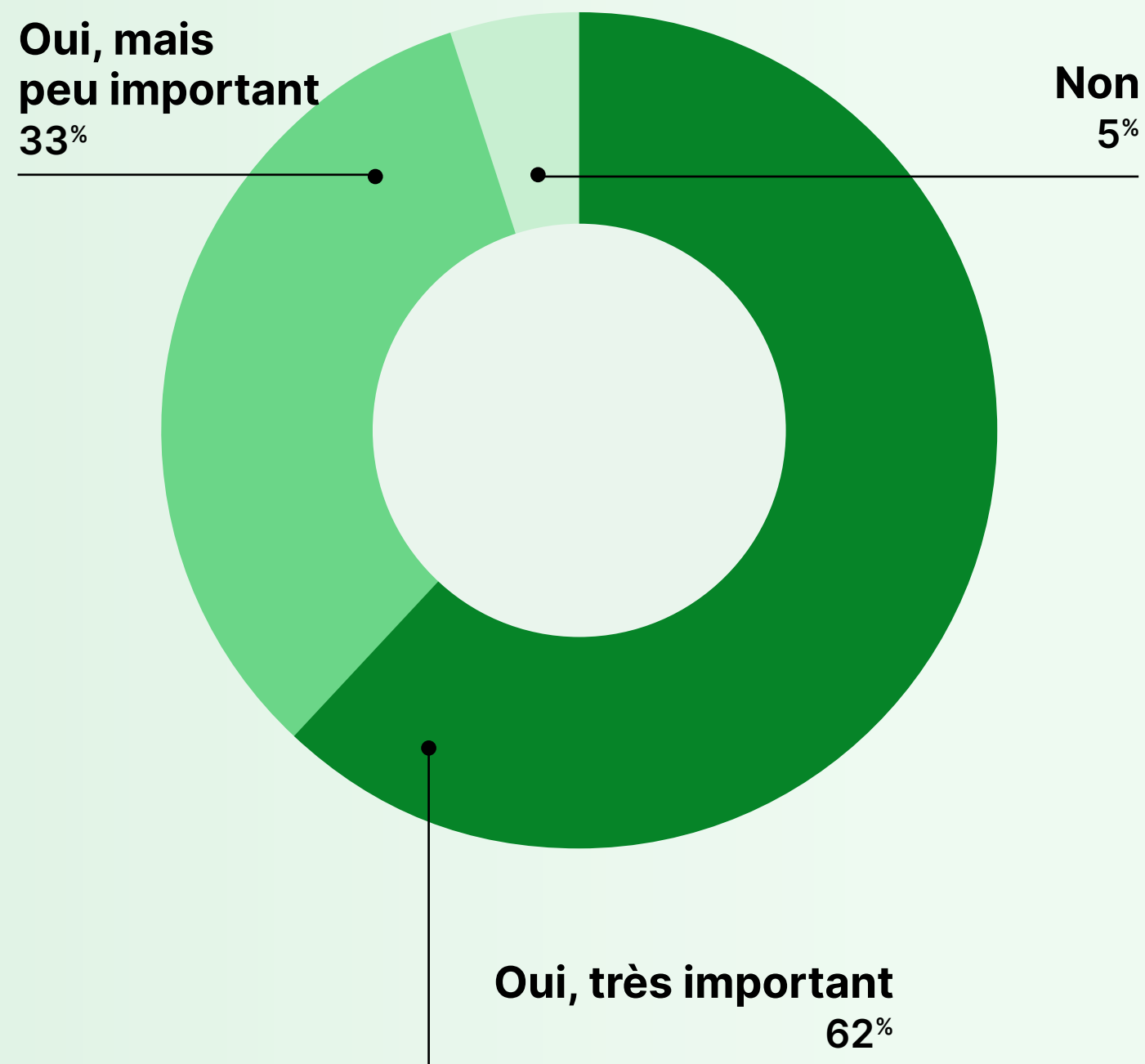
Pour quels usages ?



Pourquoi ne l'utilisez-vous pas ?



Pensez-vous que l'IA générative va jouer un rôle important dans le futur de la fonction RH ?



Comment surmonter vos difficultés de recrutement avec l'IA ?

hell
workplace



Comment surmonter vos difficultés de recrutement avec l'IA ?

Création d'offre, conception de trame d'entretiens, recherche en CVthèque, l'IA accompagne le recruteur à toutes les étapes. Nos conseils pour faire de cette révolution technologique votre meilleur allié.



A chaque étape de votre processus de recrutement, l'IA peut vous faire gagner du temps ! © besjunior/stock adobe.com

Partager l'article



PAR MAÏTÉ HELLIO
PUBLIÉ LE 8 OCTOBRE 2025 À 7H00

Au fil des mois, de plus en plus d'actifs utilisent [l'intelligence artificielle au travail](#), et les recruteurs [ne font pas exception](#). 79% d'entre eux affirment l'utiliser régulièrement, d'après notre enquête Hellowork. Face à ces usages qui s'ancrent dans le quotidien, les solutions de recrutement (ATS, CVthèque..) intègrent de plus en plus de modules IA. « *Toutes ces fonctionnalités IA n'ont pas pour finalité de faire le travail à la place du recruteur mais bien de l'accompagner pour gagner du temps et améliorer ses pratiques* », précise Vincent de Veyrac, Product Manager chez Hellowork.

[Lire l'article](#)



Avec l'IA générative, nous divisons par deux le temps passé par les recruteurs sur certaines tâches.

Loïc Le Terrien

Directeur exécutif Hellowork



En un an, l'usage de l'IA par les recruteurs a doublé : près de quatre professionnels du recrutement sur cinq l'utilisent aujourd'hui, selon notre dernière enquête. Comment cette révolution technologique se matérialise-t-elle chez Hellowork ? Loïc Le Terrien, directeur exécutif, nous éclaire les usages concrets de l'IA au service des recruteurs.

Quelle est la vision de Hellowork sur l'IA générative ?

Notre vision est claire et ambitieuse : l'IA générative ouvre une nouvelle ère pour le marché de l'emploi, que ce soit du côté des recruteurs ou des candidats.

Nous travaillons activement depuis plusieurs années déjà sur l'intégration de nombreuses fonctionnalités, dont un certain nombre a déjà vu le jour. Nous estimons que l'IA générative permet un gain de temps important aux deux parties, tout en leur laissant la main sur les phases importantes de la recherche et du choix. Une recruteuse me disait par exemple récemment que notre outil de génération d'offres par IA lui faisait gagner 60% de temps sur cette tâche, un vrai game changer pour elle !

Et ce n'est qu'un début puisque nos outils, comme les modèles d'IA générative eux-mêmes, vont se perfectionner et s'affiner grâce à l'intégration toujours plus forte de nos données.

Qu'est-ce que l'IA générative change dans les solutions que propose Hellowork ?

Bien avant la naissance de ChatGPT, notre but a toujours été d'utiliser la technologie, et notamment l'IA, pour accompagner les actifs tout au long de leur vie pro et les professionnels du recrutement sur leurs enjeux quotidiens. L'IA générative nous permet de diffuser notre expertise dans des interfaces plus intuitives et de personnaliser encore plus nos conseils en fonction de chaque utilisateur.

L'IA générative va bénéficier à tous les recruteurs, et particulièrement ceux des petites et moyennes entreprises. Grâce à ces outils, celles-ci vont pouvoir rivaliser avec la technicité des recrutements des grandes entreprises. Notre conviction, c'est qu'il faut les aider à s'approprier cette révolution technologique en l'intégrant directement dans les outils que les recruteurs utilisent déjà au quotidien.

En quoi c'est plus pertinent d'intégrer l'IA générative dans l'ATS et la CVthèque Hellowork plutôt que de laisser les recruteurs utiliser ChatGPT ?

Plutôt que de devoir multiplier les licences et les tests de solutions miracles isolées, nous leur proposons d'inscrire ces nouveaux usages au cœur de leurs outils actuels, pour une efficacité et un gain de temps accrus. C'est une vraie force pour nous, tirée de nos 25 années passées à accompagner candidats et recruteurs en France.

Nous connaissons parfaitement la manière dont les candidats recherchent un emploi sur notre plateforme, quels sont les éléments d'une offre qui attirent leur attention, comment ils naviguent d'une offre à l'autre, sur quelles offres ils postulent. Même chose côté recruteurs : nous connaissons le profil des candidats qui entrent dans leur processus de recrutement, ceux qui vont jusqu'au bout, grâce au statut de candidatures. Chaque mois, nous diffusons un million d'offres d'emploi auprès de 4 millions de visiteurs uniques, pour un total de plus de 7 millions de candidatures. Toutes les informations que nous en tirons sont structurées par nos équipes de data science, puis exploitées dans nos algorithmes de recommandation et désormais à travers les outils d'IA générative que nous intégrons.

Parce qu'elles se basent sur les usages réels et les pratiques qui fonctionnent, toutes ces données propriétaires Hellowork apportent de la puissance à notre utilisation de l'IA générative, offrant ainsi à nos utilisateurs un service personnalisé, contextualisé et beaucoup plus pertinent.

Comment cela se traduit-il concrètement dans les outils Hellowork ?

Nous intégrons de l'IA générative dans les produits qui sont les interfaces de travail de nos clients : l'ATS et la CVthèque. Par exemple, parmi les dernières nouveautés de notre ATS Buddi by Hellowork, la génération d'offres d'emploi grâce à l'IA est particulièrement appréciée côté recruteurs. En quelques secondes, un recruteur est capable de générer une offre d'emploi optimisée pour avoir la meilleure diffusion possible sur Hellowork. Il peut également guider la rédaction de son offre pour que le ton corresponde à la culture de l'entreprise, à l'image qu'elle a construite autour de sa marque employeur, tout en ayant une accroche et une structure claires pour attirer les bons candidats.

Plus de 3 000 offres d'emploi sont générées chaque mois grâce à cet outil, pour un impact réel en termes de candidatures. Dans les retours qu'ils nous font, les recruteurs apprécient la rapidité, l'approche, la fiabilité et la personnalisation que permet cette fonctionnalité.

Existe-t-il d'autres exemples ?

Oui, bien sûr. Un aspect crucial que l'IA générative nous permet d'améliorer est aussi la communication avec les candidats ou profils intéressants approchés pendant les phases de sourcing. Dans l'ATS Buddi by Hellowork et dans la CVthèque, nous permettons par exemple aux recruteurs de générer des messages d'approche plus percutants ainsi que des réponses personnalisées qu'ils pourront envoyer aux candidats, par exemple lorsqu'ils ne sont pas retenus. Cela permet un taux de réponse aux candidats plus élevé, et une meilleure qualité des messages envoyés. Cette fonctionnalité permet donc de gagner un temps précieux aux recruteurs tout en améliorant l'expérience candidat. Là aussi, tout le monde est gagnant !

Dans la CVthèque Hellowork, nous proposons aussi aux recruteurs d'effectuer une recherche en langage naturel en décrivant simplement le profil qu'ils recherchent. L'IA générative traduit ensuite la consigne en recherche optimisée. C'est plus rapide et plus accessible que la recherche booléenne. C'est une avancée majeure pour les nombreux recruteurs qui utilisent cet outil, mais aussi pour tous les autres utilisateurs dont le recrutement n'est pas le métier principal.

Ce ne sont que quelques exemples parmi de nombreux autres.

Notre roadmap produit est remplie de nouvelles fonctionnalités qui permettront d'accélérer drastiquement le travail des recruteurs sur l'ensemble du process : génération de scorecards et trames d'entretien, comptes rendus d'entretiens automatisés... Nous allons aussi travailler sur un agent IA à destination des candidats. Je vous conseille de garder un œil sur nos actualités des prochains mois !

L'IA générative va-t-elle remplacer les recruteurs ?

Evidemment, non. L'IA aide à gagner un temps précieux. Pour autant, le choix final restera toujours entre les mains du recruteur. C'est une obligation légale, notamment avec l'IA Act en Europe. Les outils et fonctionnalités doivent l'aider à gagner en rapidité, l'accompagner dans sa sélection, de même qu'ils permettront aux candidats de trouver le poste le plus proche de leurs attentes et de leurs compétences.

Pour moi, le vrai changement, c'est le nécessaire développement de compétences spécifiques pour les recruteurs comme pour les candidats. Tous vont devoir se former en continu, comprendre les possibilités, les usages et les limites de l'IA générative, car elle ouvre de nombreuses opportunités.

Comment recrute-t-on en 2025 ?

OUTILS DE LA RECHERCHE D'EMPLOI ET DU RECRUTEMENT,
SOURCES D'INFORMATION DES CANDIDATS, IMPORTANCE ACCORDÉE
À LA LETTRE DE MOTIVATION... LES PRATIQUES DES CANDIDATS
ET DES RECRUTEURS PASSÉES À LA LOUPE.

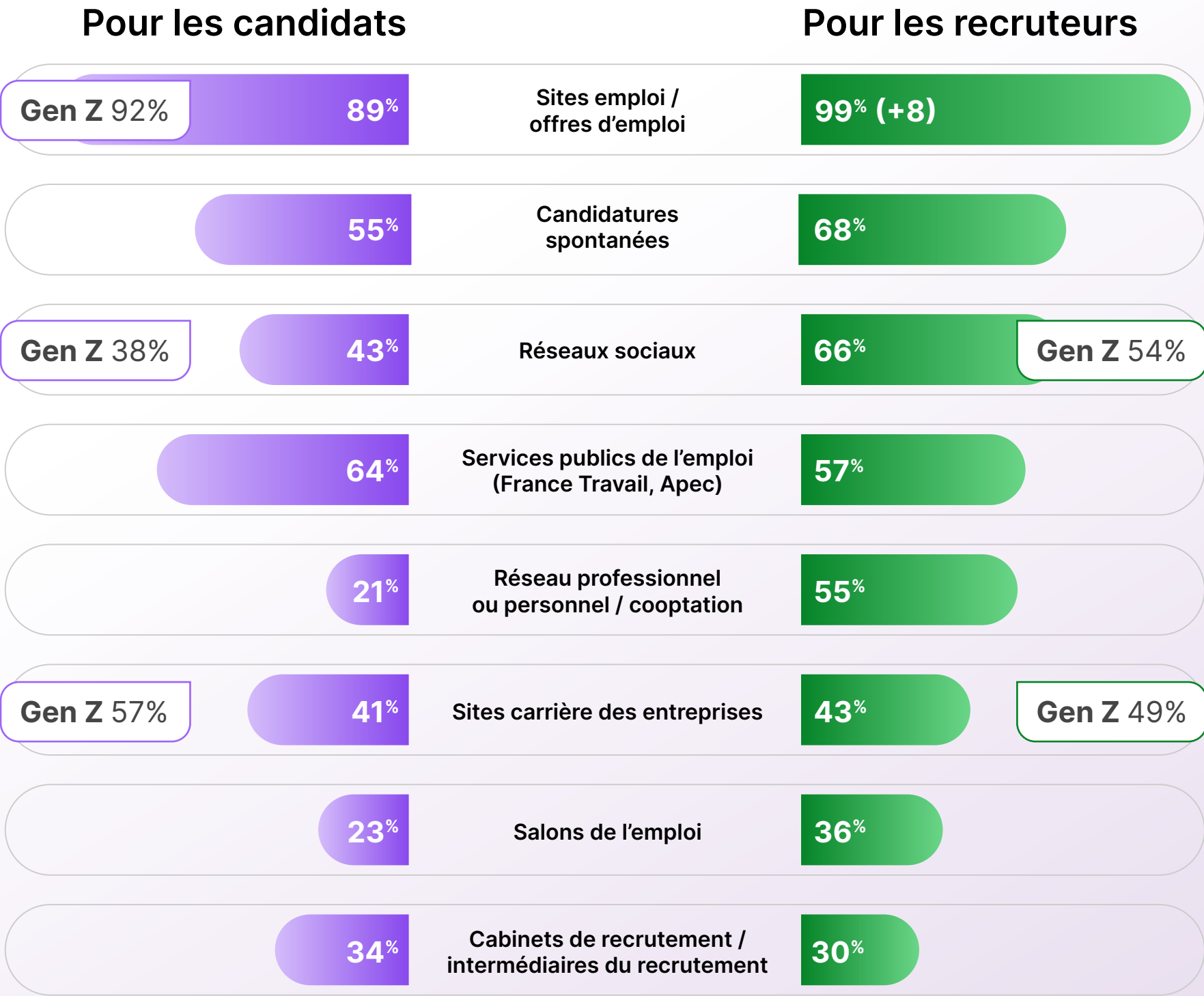
Les plateformes d'emploi en tête des usages

LES PLATEFORMES D'OFFRES D'EMPLOI RESTENT L'OUTIL LE PLUS UTILISÉ PAR LES CANDIDATS COMME PAR LES RECRUTEURS, AVEC UN ÉCART MARQUÉ PAR RAPPORT AUX AUTRES OUTILS, Y COMPRIS CHEZ LA GEN Z.

Côté candidat, les services publics de l'emploi et les candidatures spontanées complètent le podium. Les sites carrière sont en forte progression par rapport à 2024 et sont particulièrement plébiscités par la Gen Z, avec près de 60% des jeunes candidats qui les utilisent dans leurs recherches.

Les recruteurs sont également très attentifs aux candidatures spontanées mais aussi aux réseaux sociaux, dont l'utilisation est étonnamment moins marquée chez la Gen Z.

Les outils de la recherche d'emploi et du recrutement



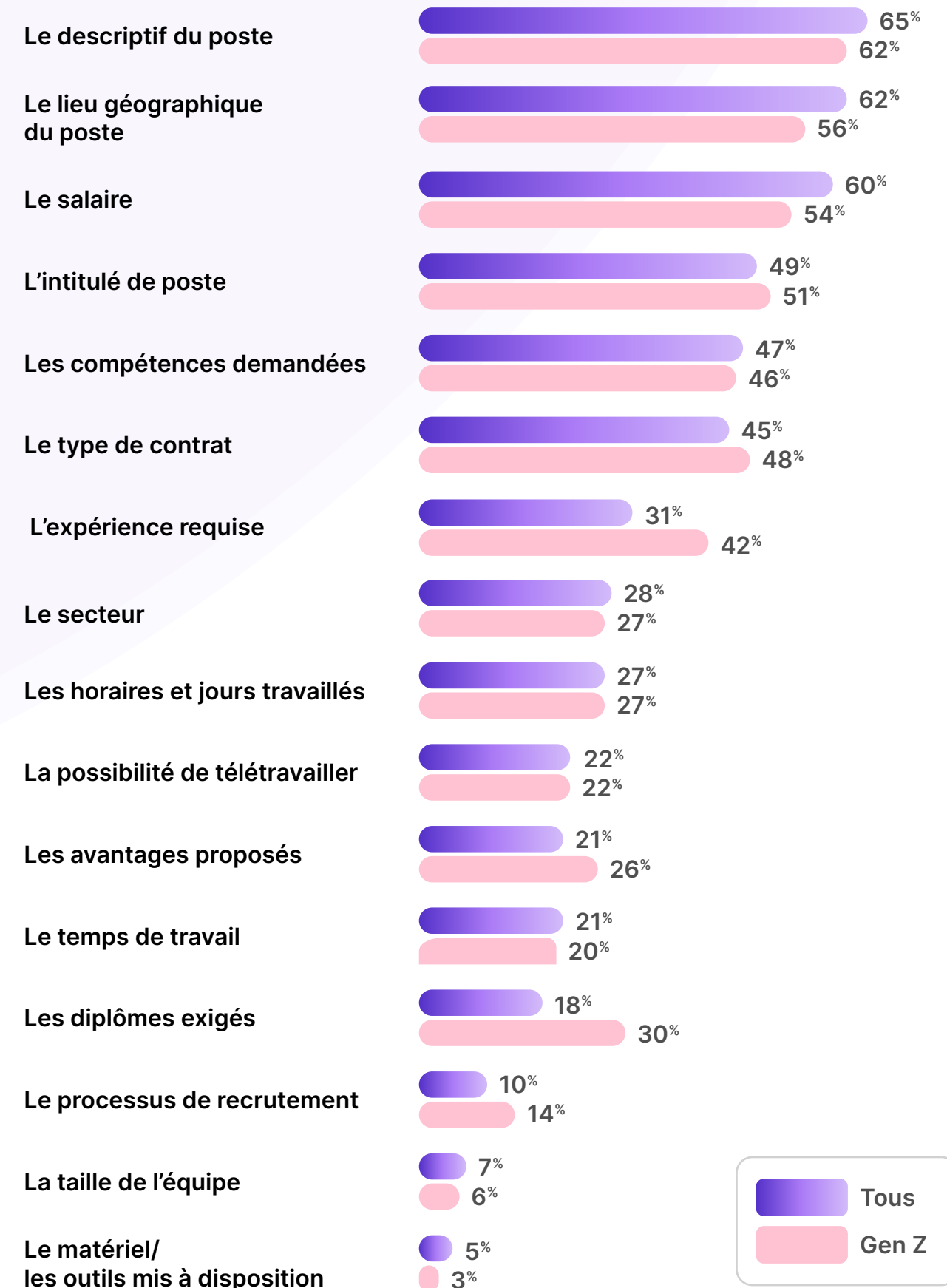
La Gen Z est plus ouverte dans sa recherche d'emploi

L'OFFRE D'EMPLOI RESTE
DONC UN POINT DE CONTACT
INCONTOURNABLE.

Sur quoi les candidats concentrent-ils leur attention quand ils les consultent ? Pragmatiques, ils se penchent avant tout sur le descriptif du poste (65%), sa localisation (62%), et le salaire (60%).

Les répondants issus de la Gen Z ont des attentes un peu différentes de leurs aînés : plus attentifs aux diplômes exigés et à l'expérience requise pour bien cibler les opportunités, ils se montrent aussi plus ouverts sur le salaire ou le lieu géographique du poste.

A quels critères êtes-vous le plus attentif dans une offre ?

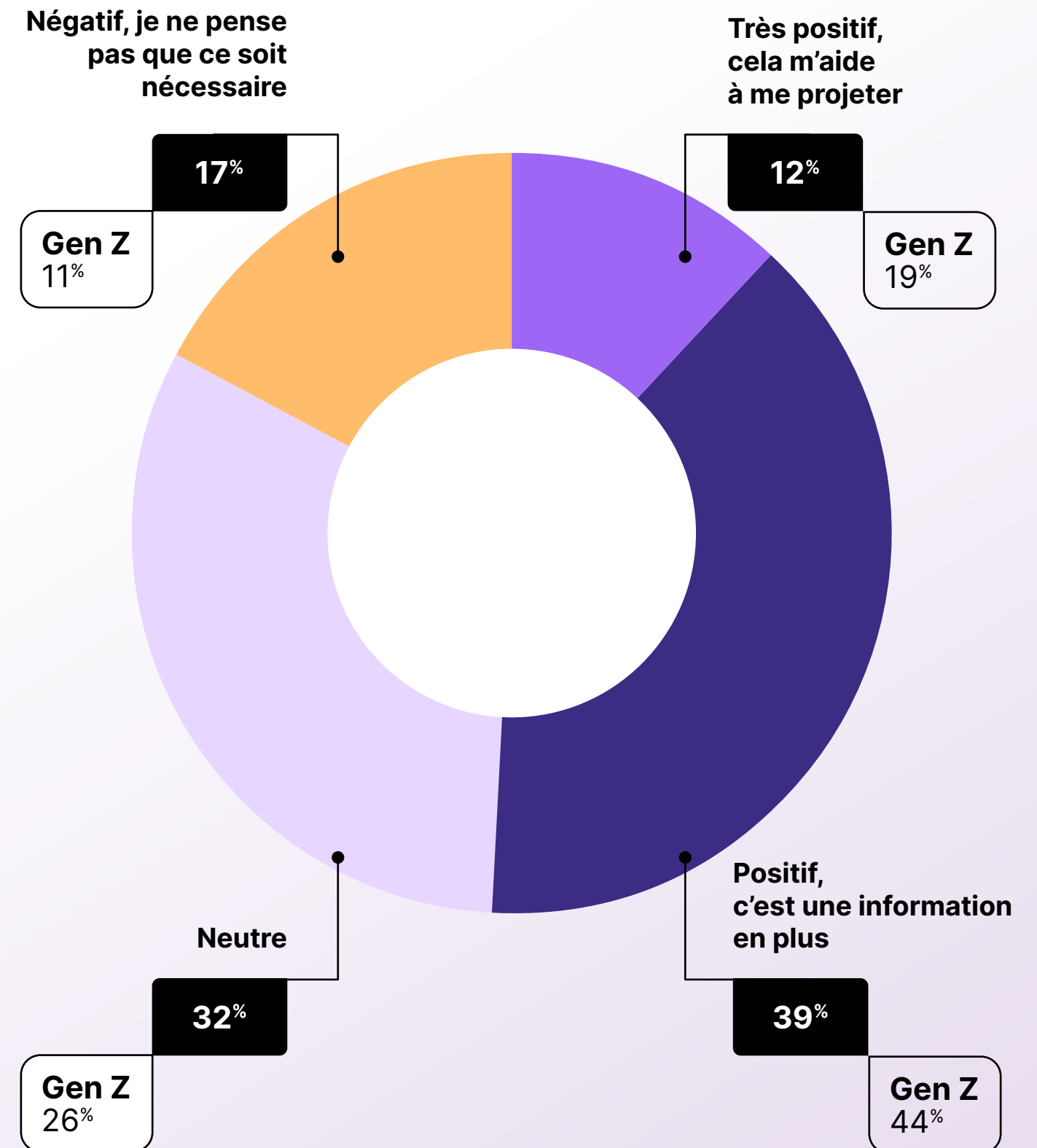


Des offres toujours plus enrichies

LES CANDIDATS
ONT BESOIN DE SE PROJETER
DANS UNE ENTREPRISE AVANT
DE POSTULER À SES OFFRES.

Ce n'est donc pas étonnant qu'un candidat sur deux juge que l'intégration d'avis ou de témoignages dans les offres a un impact positif sur leur expérience. C'est particulièrement vrai pour les répondants issus de la Gen Z.

Quel impact des témoignages dans les offres ?



Des candidats qui s'informent

LA PRISE D'INFORMATIONS
EN AMONT D'UN ENTRETIEN
EST UN FACTEUR CLÉ DE SUCCÈS
POUR LES CANDIDATS.

Pour montrer aux recruteurs qu'ils se sont renseignés sur la structure avant de les rencontrer, les candidats s'appuient avant tout sur le site RH de l'entreprise concernée. Ils vont également consulter les articles en ligne et les réseaux sociaux.

Mais c'est aussi aux recruteurs d'être proactifs pour les accompagner dans le process : une large majorité des candidats estiment important de recevoir un message expliquant les étapes de recrutement et le contenu des entretiens.

Les sources d'informations des candidats



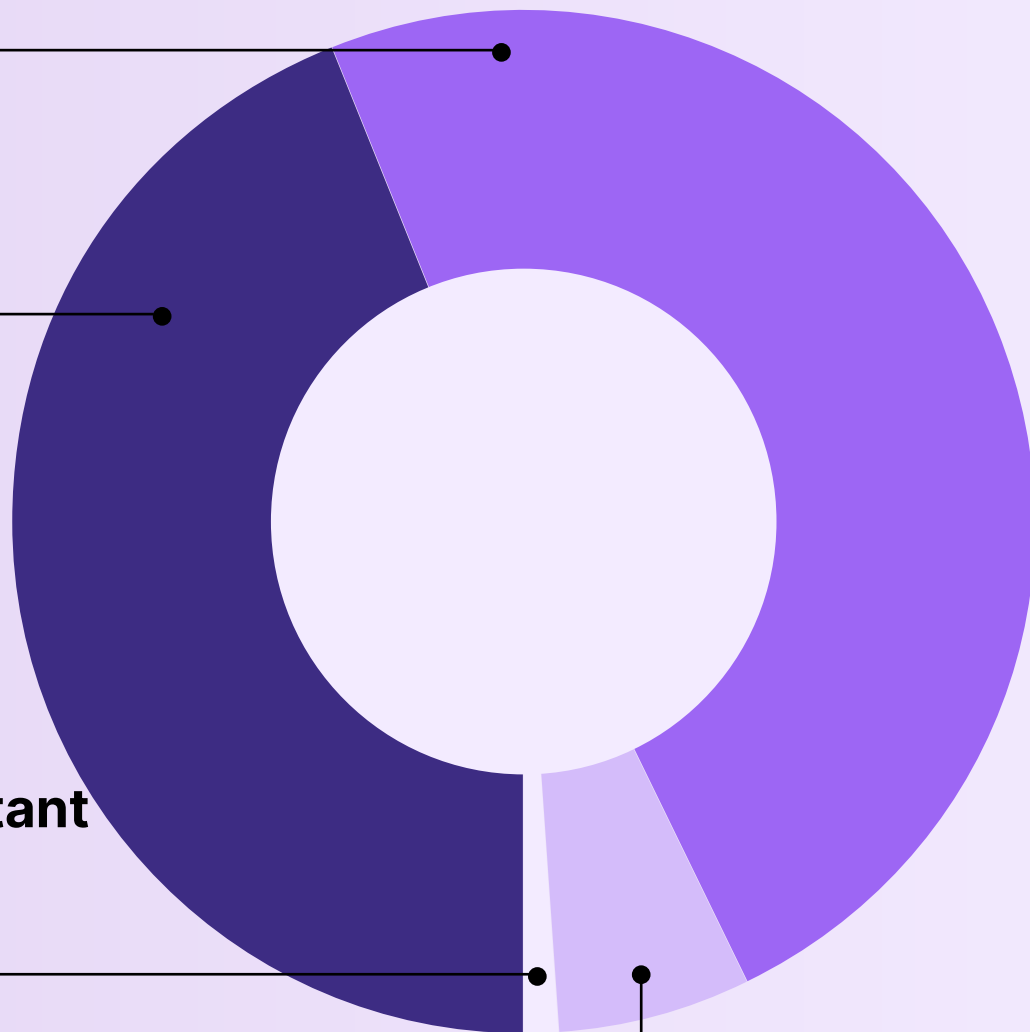
% de candidats qui estiment important d'être informés sur le process

Plutôt important
49%

Très important
44%

Pas important
du tout
1%

Plutôt
pas important
6%



Ce que pensent les candidats des processus de recrutement

hell
workplace

Ressources HumainesRecrutementMarché de l'emploiVie pro

Ce que pensent les candidats des processus de recrutement

Seul un candidat sur trois juge efficaces les processus d'embauche proposés par les entreprises, selon une étude Robert Half.

Partager l'article

PAR **DELPHINE SOULAS**
PUBLIÉ LE 4 AVRIL 2025 À 7H01



63% des salariés estiment qu'un processus de recrutement ne doit pas durer plus de 4 semaines.

En cette année 2025, les actifs ont envie de changement. Selon [l'étude Ce que veulent les candidats*](#), publiée par le cabinet Robert Half le 2 avril, 42% des personnes interrogées sont en recherche active d'emploi ou à l'écoute d'opportunités, un chiffre qui monte à 51% chez les 18-34 ans.

Pour les candidats avec les meilleurs profils, s'ouvre alors la phase de recrutement. Quel regard portent-ils sur celle-ci ? Quels critères sont les plus importants pour eux durant ce processus d'embauche ? Combien de temps celui-ci doit-il durer pour rester attractif ? L'étude Robert Half donne de précieux indices aux recruteurs.

Nombre d'étapes et durée de la phase de recrutement

Globalement, seulement 31% des salariés interrogés jugent efficaces les processus de recrutement proposés par les entreprises actuellement. 36% ne les considèrent pas comme efficaces et 34% ne se prononcent pas.

La grande majorité des candidats estime qu'un nombre limité d'étapes permet de maintenir les processus d'embauche attractifs : 52% fixent ce maximum à 2 étapes, 43% à 3. En termes de durée, 63% estiment qu'un processus de recrutement ne doit pas durer plus de 4 semaines pour rester attractif et/ou efficace. 28% fixent cette durée à 4 à 6 semaines.

La durée du processus d'embauche n'est d'ailleurs pas le critère le plus important dans le

Lire l'article

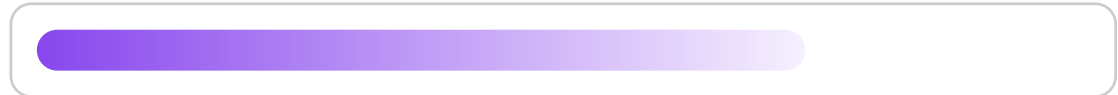
La lettre de motivation de plus en plus discrète

LES RECRUTEURS SONT DE MOINS
EN MOINS NOMBREUX À LA JUGER
IMPORTANTE : ILS SONT À PEINE
1 SUR 5 À LUI ACCORDER
DU CRÉDIT.

Pas étonnant, quand on sait que près de 72% des candidats qui utilisent l'IA dans leurs recherches le font pour rédiger leurs lettres de motivation. Avec une baisse d'usage qui s'accroît depuis de nombreuses années, la question de sa disparition totale est plus que jamais d'actualité.

Comment les candidats utilisent-ils l'IA dans leurs recherches ?

Rédiger leurs lettres de motivation 73%



Se préparer aux entretiens 47%



Réaliser leur CV 37%



Quelle importance les recruteurs accordent-ils à la lettre ou au mail de motivation ?

Pas important du tout 29%



Peu important 27%



Plutôt important 39%



Très important 5%



La cooptation, un levier de recrutement complémentaire efficace

ET SI LES FUTURS COLLABORATEURS D'UNE ENTREPRISE N'ÉTAIENT PAS SI LOIN D'ELLE ?

Si les salariés sont déjà les principaux acteurs de la marque employeur, ils peuvent parfois se transformer en aides précieuses au recrutement. Les recruteurs en semblent convaincus, puisque plus de la moitié utilise la cooptation.

Avec dans la majorité des cas une efficacité avérée, autour de 10% de leurs recrutements étant effectués de cette manière. La démarche reste assez peu structurée, à peine 5% utilisant un portail de cooptation dédié, et la majorité proposant des primes inférieures à 500 euros en cas de succès.

Quel est le processus pour vos collaborateurs qui souhaitent coopter ?

Envoi du CV au manager ou au RH en direct 45%



Envoi du CV à une adresse email dédiée 23%



Aucune, je ne pratique pas la cooptation 19%



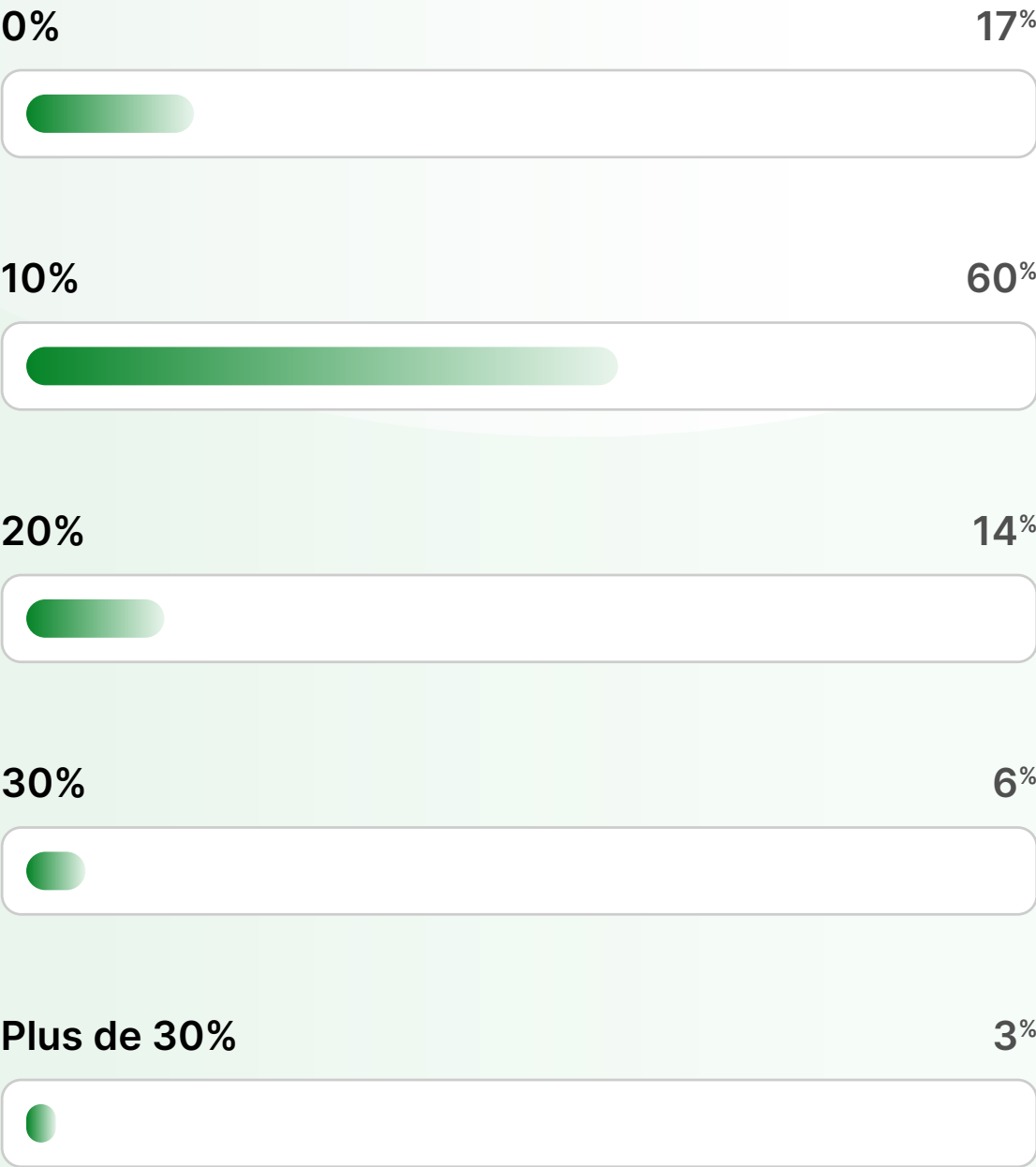
Le collaborateur coopte directement sur l'ATS 8%



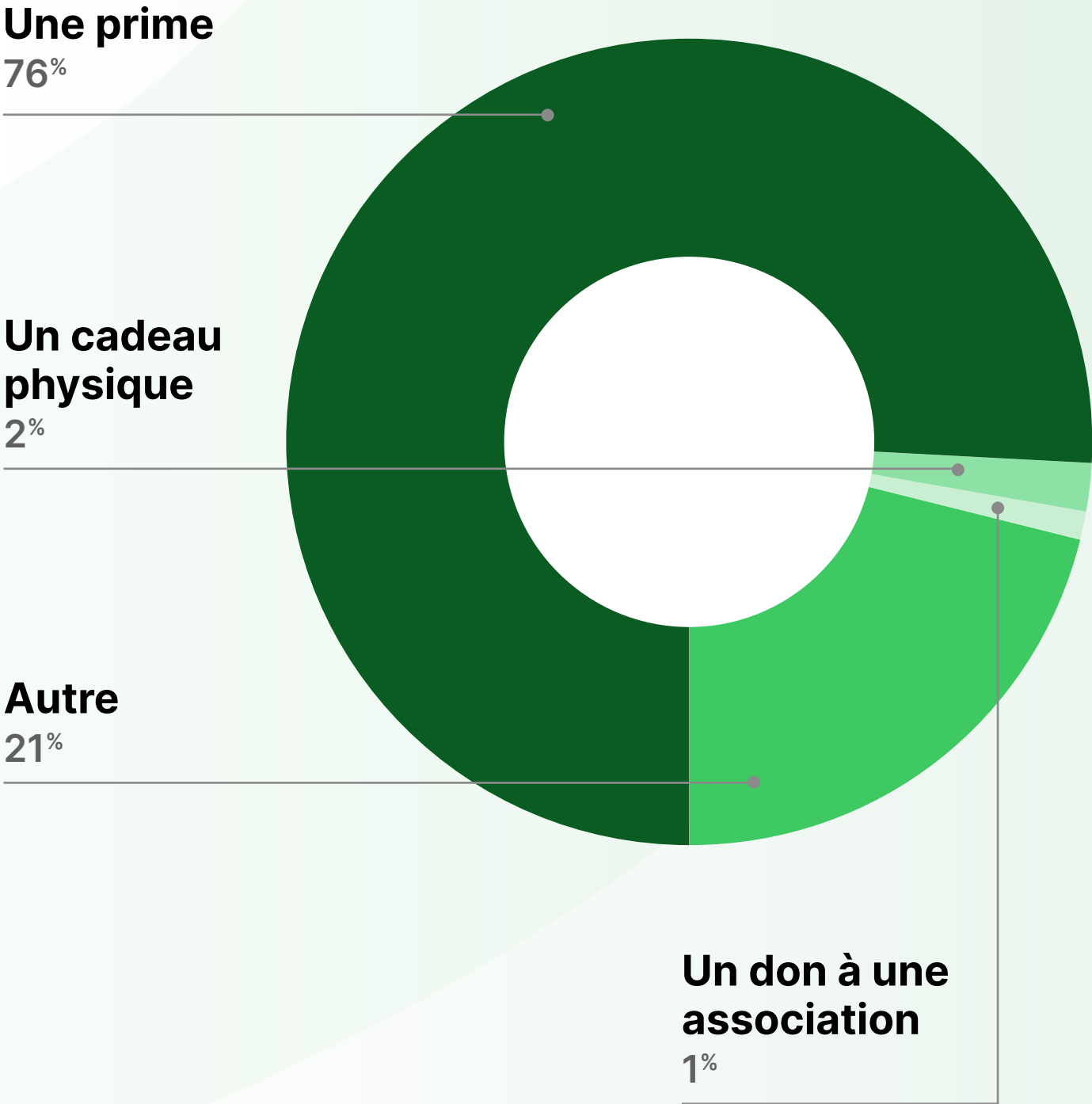
Le collaborateur coopte sur un portail
de cooptation 5%



Quelle part de vos recrutements est effectuée par cooptation ?



De quelle nature est la récompense de la cooptation ?



De quel montant est la prime ?

0 à 200 € 30%



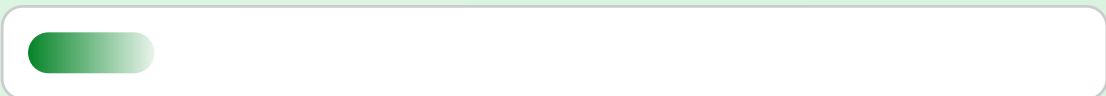
Entre 200 et 500 € 29%



500 à 1 000 € 22%



1 000 à 1 500 € 12%



Plus de 1 500 € 7%



6 cas où la cooptation peut vous aider dans vos recrutements

hellworkplace

Ressources HumainesRecrutementMarché de l'emploiVie pro

6 cas où la cooptation peut vous aider dans vos recrutements

Vous n'utilisez pas encore la cooptation pour recruter ? Voici quelques excellentes raisons de vous y mettre si vous rencontrez des difficultés de recrutement.

Partager l'article

PAR MAÏTÉ HELLIÖ
PUBLIÉ LE 7 JUILLET 2025 À 7H00

19% des candidats cooptés via Basile sont recrutés. © Kalim/stock.adobe.com

Miser sur le réseau professionnel et personnel de ses collaborateurs pour parvenir à recruter est devenu une évidence : selon [une enquête de l'Apec](#), 47% des grandes entreprises et 43% des PME ont recruté au moins un cadre via leur programme de cooptation, en 2024, en France.

« Les raisons de déployer [un programme de cooptation](#) diffèrent en fonction de vos enjeux de recrutement », explique César Recher, Business Unit Manager et cofondateur de la solution de cooptation [Basile by hellowork](#). Voici six situations dans lesquelles un programme de cooptation efficient peut vous aider à surmonter vos difficultés de recrutement.

1. Vous cherchez à attirer des profils pénuriques

Profils IT, professionnels de la finance, électriciens, techniciens de maintenance... De nombreux postes sont difficiles à pourvoir car la main-d'œuvre se fait rare sur le marché : « Ces métiers sont en situation de plein-emploi, donc ça coûte du temps et de l'argent d'aller les chercher, constate César Recher. D'une part, votre équipe Talent Acquisition passe des heures sur LinkedIn à chercher et à approcher des profils déjà sur-sollicités, qui ne leur répondent généralement pas. D'autre part, si vous choisissez d'externaliser votre recrutement via des cabinets de recrutement ou d'intérim, ça vous coûtera très cher sans beaucoup de

[Lire l'article](#)

La transparence **au cœur des attentes des candidats**

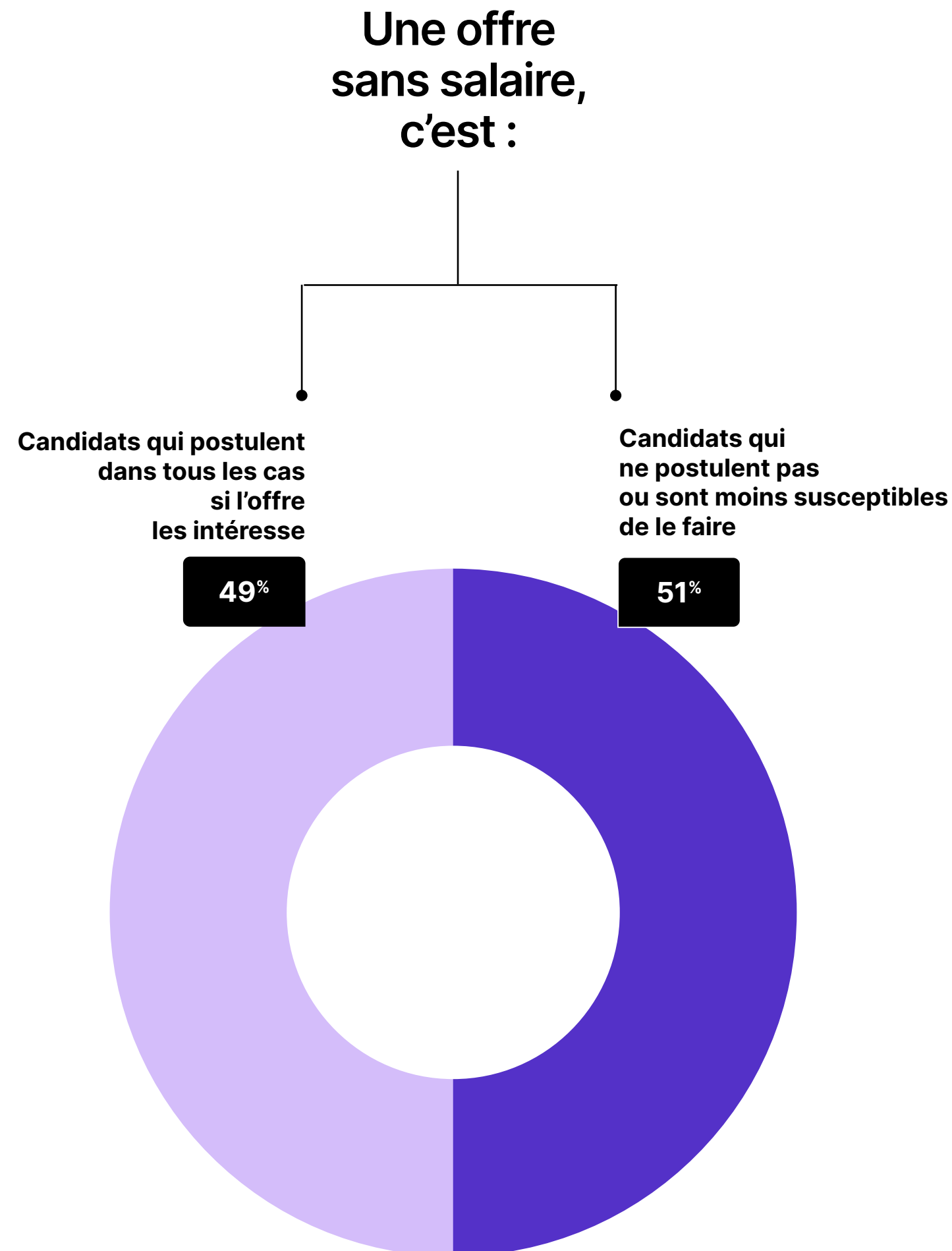
« MENTIONNER LE SALAIRE, CE N'EST PAS
QU'UNE HISTOIRE DE TRANSPARENCE, C'EST AUSSI
UN SUJET INDISSOCIABLE DE LA PERFORMANCE
ET DE L'ATTRACTIVITÉ DES RECRUTEMENTS
D'UNE ENTREPRISE. »

Le salaire sur les offres devient une norme

A MOINS D'UN AN DE L'ENTRÉE EN VIGUEUR DE LA DIRECTIVE EUROPÉENNE SUR LA TRANSPARENCE DES RÉMUNÉRATIONS, L'INDICATION DU SALAIRE SUR LES OFFRES D'EMPLOI, OU A MINIMA D'UNE FOURCHETTE, GAGNE DU TERRAIN.

Les deux tiers des recruteurs déclarent désormais le faire. Les candidats expriment de leur côté clairement leurs attentes, puisque la moitié d'entre eux sont moins susceptibles de postuler, voire ne postulent pas, si ce dernier n'est pas indiqué.

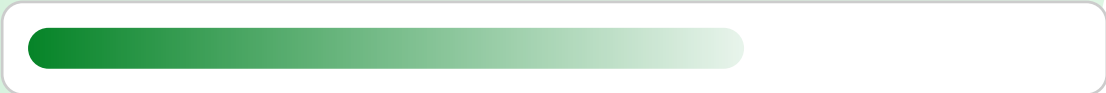
Indiquer le salaire sur les offres est donc un vecteur d'efficacité dans le recrutement, comme le confirment 88% des recruteurs interrogés !



Quels éléments indiquez-vous systématiquement sur l'offre d'emploi ?

Le salaire

68%



hellworkplace

Ressources HumainesRecrutementMarché de l'emploiVie pro

Comment fixer le salaire à indiquer dans vos offres d'emploi ?

Nos astuces pour viser juste alors que la directive européenne sur la transparence des salaires va le rendre obligatoire en 2026.

Partager l'article

PAR MAÏTÉ HELLIO

PUBLIÉ LE 22 AVRIL 2025 À 7H30

Suivez nos conseils pour bien faire vos calculs ! © kues1/stock adobe.com

Comment fixer le salaire à indiquer dans vos offres d'emploi ?

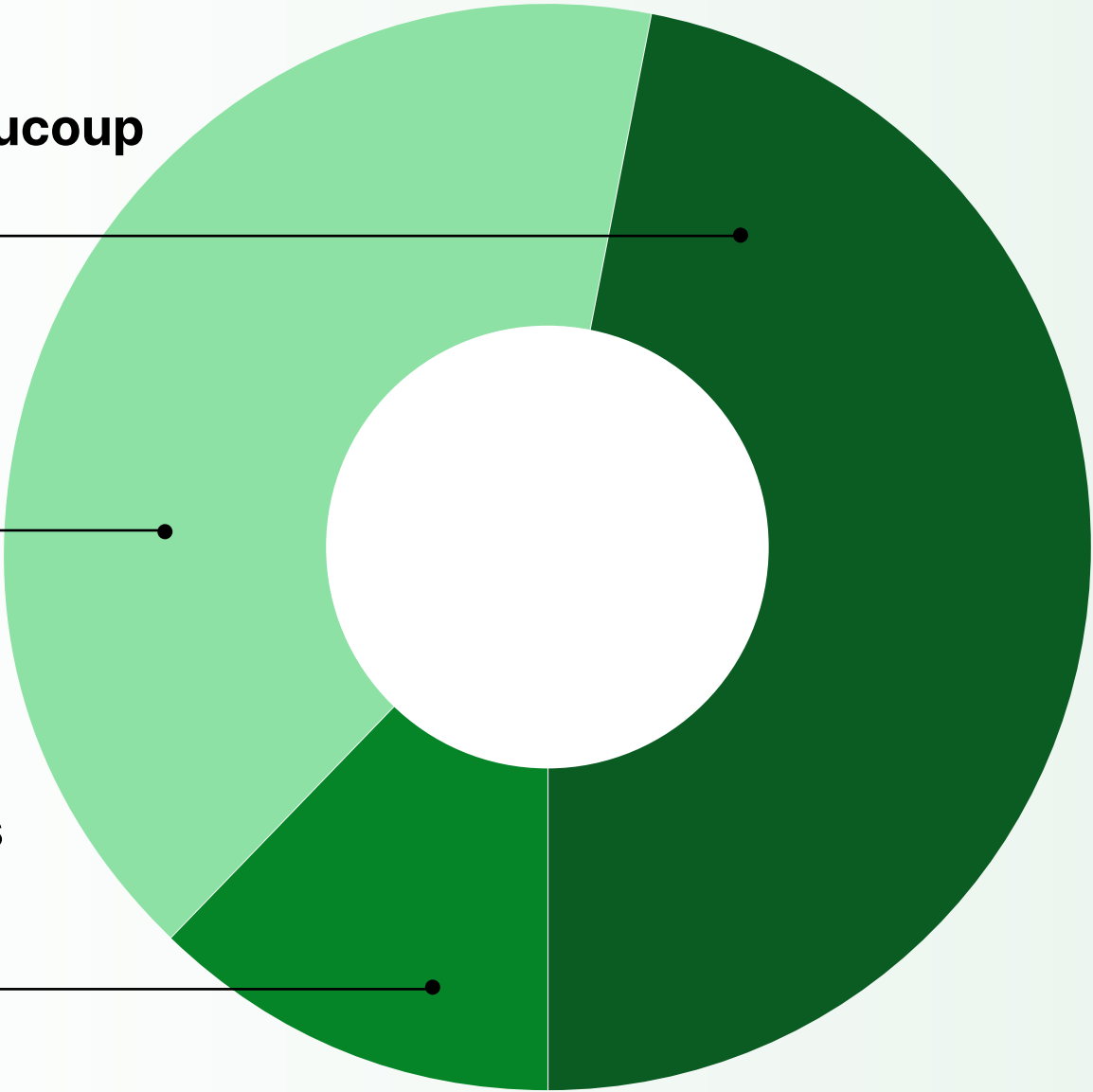
Lire l'article

Trouvez-vous qu'indiquer le salaire sur l'offre d'emploi facilite le recrutement ?

Oui, beaucoup
47%

Oui, un peu
41%

Non, pas du tout
12%



Bon à savoir :

A compter de juin 2026, les entreprises devront non seulement indiquer une fourchette de salaire sur leurs offres d'emploi mais aussi ne plus poser de questions en entretien sur les rémunérations passées ou présentes des candidats.

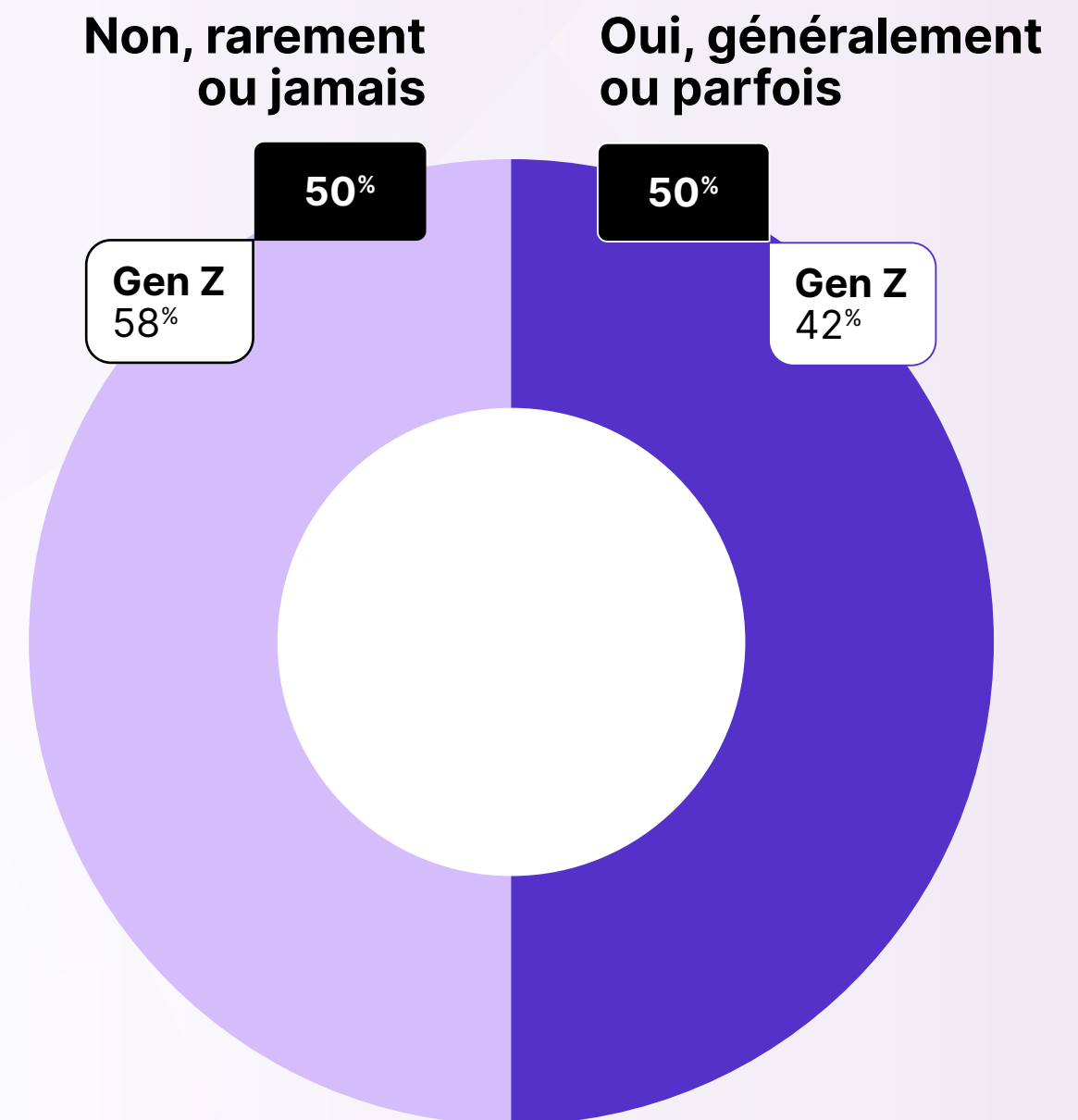
Le suivi des candidatures fait débat

RECEVOIR UNE RÉPONSE
QUAND SA CANDIDATURE N'EST
PAS RETENUE DEVRAIT ÊTRE
SYSTÉMATIQUE, C'EST UNE
ÉVIDENCE POUR TOUT LE MONDE.

Candidats et recruteurs sont pourtant en désaccord quand on leur demande si ces réponses sont faites. Si une écrasante majorité des recruteurs disent le faire pour toutes les candidatures ou au moins pour la majorité, les candidats observent l'inverse.

Une différence de perception qui s'explique très certainement par le type de réponse attendue par les candidats mais que les recruteurs ne prennent pas toujours le temps de leur apporter.

Les recruteurs répondent-ils
à vos candidatures
en cas de refus ?



Un message de refus est-il envoyé aux candidats non retenus ?



8 mauvaises raisons de ne pas répondre à vos candidats

helloworkplace

Ressources HumainesRecrutementMarché de l'emploiVie pro

8 mauvaises raisons de ne pas répondre à vos candidats

Suivez les recommandations de nos experts pour répondre efficacement à tous vos candidats et leur laisser une bonne impression.

Partager l'article

PAR MAÏTÉ HELLIÖ
PUBLIÉ LE 23 JUIN 2025 À 7H00

« Mieux vaut une réponse, quelle qu'elle soit, que pas de réponse du tout. » © gpointstudio/stock adobe.com

Aujourd'hui, moins d'un tiers des candidats dit recevoir une réponse à leurs candidatures*. Pourtant, 95,5% des candidats [souhaitent recevoir un mail](#) ou une notification si leur candidature a été refusée ou si l'offre a été pourvue. Ne pas laisser le candidat dans l'incertitude constitue donc un élément crucial d'une bonne expérience de recrutement. Nos deux experts Hellowork vous accompagnent pour lever vos freins éventuels et trouver des astuces pour vous faciliter la tâche !

1. « Je n'ai pas le temps »

Récolte des besoins de recrutement, rédaction des offres d'emploi, tri des candidatures, entretiens d'embauche... Les recruteurs ont une multitude de tâches à accomplir au quotidien. Et répondre aux candidats refusés n'est généralement pas en haut de leur *to do list*. « *Ce n'est souvent pas une priorité pour les recruteurs, qui ne voient pas toujours l'intérêt d'envoyer ce type de message, et ça peut réellement être chronophage s'ils n'ont pas d'outils qui permettent d'automatiser les réponses ou de mails-types à portée de main* », reconnaît David Goupil, Product Manager chez Hellowork.

Pourquoi c'est une mauvaise raison ? « *Parce qu'en pensant gagner du temps, le recruteur peut en perdre : par exemple, si un candidat dont le profil ne correspond pas à votre entreprise postulent, trois, quatre, cinq fois. Ou si un candidat qui n'a pas de réponse lui*

[Lire l'article](#)

Une réponse en moins d'une semaine attendue par les candidats

UNE AUTRE EXPLICATION SUR LA DIFFÉRENCE DE PERCEPTION SUR LES RÉPONSES AUX CANDIDATURES VIENT SANS DOUTE DES DÉLAIS.

Plus d'un tiers des candidats estiment que le délai acceptable est de maximum une semaine. Les recruteurs sont en majorité dans le bon timing, 85% d'entre eux déclarant traiter les CV dans ce laps de temps.

Quel est le délai acceptable pour qu'un recruteur vous réponde ?

Moins de 3 jours après l'entretien 8%



Entre 3 jours et une semaine 28%



Entre 1 semaine et 2 semaines 47%



Plus de deux semaines 17%



De manière générale, au bout de combien de temps traitez-vous un CV ?

Dans les 3 jours qui suivent la réception 51%



Entre 3 jours et une semaine 34%



Entre 1 semaine et 2 semaines 12%



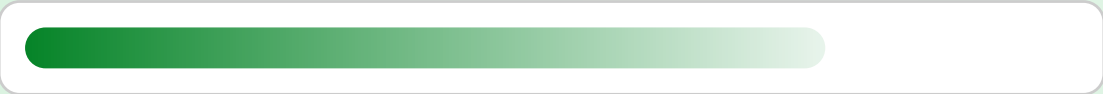
Plus de deux semaines 3%



Pour les aider dans cette tâche, les recruteurs peuvent compter sur leur ATS. La rapidité à diffuser une offre et à traiter les candidatures est d'ailleurs le 2e critère pris en compte dans le choix de cet outil, derrière la simplicité d'utilisation au quotidien.

Quels sont les 3 critères principaux que vous privilégiez dans le choix d'un ATS ?

La simplicité d'utilisation au quotidien 76%



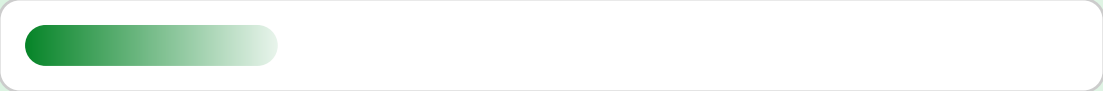
La rapidité à diffuser une offre et traiter les candidatures 60%



L'accès à une CVthèque intégrée 30%



L'automatisation des tâches chronophages 24%



La possibilité de collaborer facilement avec les managers 19%



Comment bien choisir (à coup sûr) votre ATS ?

hello
workplace

Ressources HumainesRecrutementMarché de l'emploiVie pro

Comment bien choisir (à coup sûr) votre ATS

On vous aide à vous poser les bonnes questions pour choisir l'outil de gestion des candidatures le plus adapté à vos besoins !

Partager l'article

PAR **MAÏTÉ HELLIO**
MIS À JOUR LE 1 OCTOBRE 2025 À 8H45, PUBLIÉ EN MAI 2025



« Un bon ATS est un ATS qui vous permet de résoudre vos véritables problèmes, pas uniquement ceux que le marché vous suggère de résoudre. » © SriWidiawati/stock.adobe.com

Centralisation facilitée des candidatures, gain de temps, fluidité du process : les plus de 150 ATS présents sur le marché français font généralement les mêmes promesses aux recruteurs. « En réalité, aucun d'entre eux n'est universel. Chaque entreprise a son organisation, ses contraintes, ses propres enjeux de recrutements, des priorités spécifiques. La bonne question à vous poser n'est donc pas : "Quel est l'ATS le plus populaire ?" mais : "Lequel est le plus pertinent pour moi ?" », suggère Lénéig Berthou, Product Marketing Manager chez Hellowork. Alors, comment viser juste si vous souhaitez tester un nouvel ATS ? Mode d'emploi simple et complet en 4 étapes.

1. Analysez votre propre contexte

« Connais-toi toi-même » : avant de parler technologies et fonctionnalités, un état des lieux s'impose. Voici les questions clés à vous poser avant de vous lancer dans un comparatif des différentes solutions sur le marché.

Quelle est la taille de votre entreprise ?

C'est une bonne porte d'entrée pour prendre conscience de vos besoins réels : « Une TPE aura souvent besoin d'un outil simple, "léger", gratuit ou à bas coût, quand une petite PME de moins de 50 collaborateurs aura besoin d'un ATS qui facilite la centralisation des candidatures et la multidiffusion des offres. Une plus grande PME pourra avoir des enjeux de collaboration RH-managers, de suivi des candidatures ou de vivier de candidats quand un grand groupe voudra également avoir une technologie qui lui permet d'automatiser ses retours aux candidats, de faire du nurturing et du reporting », liste Lénéig Berthou. Attention toutefois de ne pas se fier qu'à votre effectif, avertit-elle, car deux entreprises de même taille peuvent

[Lire l'article](#)



Mentionner le salaire, ce n'est pas qu'une histoire de transparence.

Laure Baumann
VP Product



Les résultats de notre enquête mettent en lumière une attente croissante de transparence de la part des candidats et la nécessité pour les entreprises d'améliorer la performance de leurs recrutements. Laure Baumann, VP Product chez Hellowork, nous explique comment les outils de la plateforme hellowork.com répondent concrètement à ces enjeux pour les recruteurs.

L'affichage du salaire reste un critère incitatif majeur pour les candidats. Concrètement, où en sont les chiffres de la transparence salariale sur la plateforme Hellowork ?

Nous avons fait des progrès rapides et conséquents. Aujourd'hui, quasiment 60 % des offres affichent un salaire réel. Et en incluant nos estimations de salaire, ce chiffre monte à 90 %.

En parallèle, la plateforme héberge notre panorama des salaires qui permet de se situer par rapport à un métier, un niveau d'expérience, une zone géographique. Cet outil n'est pas qu'un outil pour les candidats : les recruteurs peuvent aussi l'utiliser pour se benchmarker par rapport à des entreprises du même secteur ou de la même ville. C'est un levier essentiel pour ajuster leur compétitivité salariale.

Il faut toujours garder en tête qu'un candidat sur deux ne postule pas si le salaire n'est pas affiché dans l'offre. Mentionner le salaire, ce n'est pas qu'une histoire de transparence, c'est aussi un sujet indissociable de la performance et de l'attractivité des recrutements d'une entreprise.

Un candidat sur deux plébiscite les témoignages intégrés aux offres. Comment Hellowork choisit d'intégrer ce volet plus humain dans ses offres ? Quelle vision globale guide ces actions ?

Notre démarche s'inscrit toujours dans la même quête de transparence et de performance. Ce qui compte avant tout, c'est de donner à chaque candidat toutes les informations pour qu'il puisse faire le choix éclairé de postuler ou non à une offre. Pour le recruteur, plus l'offre est riche, plus le candidat est pré-qualifié dans sa décision.

Aujourd'hui, les avis et les témoignages des salariés sont présents sur les pages entreprise de notre plateforme. Nous allons désormais faire apparaître les résumés de ces témoignages sur les offres elles-mêmes, en identifiant les principaux points forts que les salariés mentionnent.

Ces témoignages, tout comme les vidéos déjà présentes sur la plateforme, humanisent la mise en relation entre l'entreprise et le candidat, en même temps qu'ils transmettent de précieuses informations. Si certains profils sont d'abord en attente d'informations factuelles comme le salaire, d'autres sont plus sensibles aux valeurs, au sens au travail, à la culture de management... Nous permettons ainsi aux recruteurs de capter des profils diversifiés en fonction de ce qui compte pour eux.

L'enquête révèle un décalage frappant : neuf recruteurs sur dix affirment répondre à toutes les candidatures, alors que les candidats disent l'inverse. Comment interpréter ce fossé de perception et quelles solutions envisager pour le réduire ?

Il y a plusieurs choses : la première, c'est que les réponses des recruteurs ne sont pas toujours perçues comme de vraies réponses par les candidats. Un mail de confirmation indiquant que «si sous trois semaines, vous n'avez pas de réponse, c'est un refus» n'est tout simplement pas une réponse.

Ensuite, certains candidats attendent une réponse justifiée et pas seulement un message de refus générique. Or les recruteurs sont nombreux à avoir un fort volume de candidatures à traiter : notre combat est d'apporter une réponse claire au candidat, même en l'absence de retour du recruteur.

En parallèle, notre rôle est de fournir des outils efficaces pour les recruteurs, notamment via notre ATS, pour faciliter le traitement des candidatures. À certaines étapes clés, l'intégration de l'IA peut permettre de gagner du

temps, voire d'aller un peu plus loin pour personnaliser ses réponses. On peut par exemple générer des templates de mail associés à un CV et des cas d'usage fréquents (le candidat est refusé car le profil est trop junior par rapport à l'offre ou il lui manque une compétence clé). Le bénéfice est double : une meilleure expérience candidat et un gain de temps considérable pour les équipes de recrutement.

Passé une semaine sans réponse, la moitié des candidats se dit déçue. Qu'est-ce que ce délai implique pour la conception des outils et comment Hellowork aide-t-il concrètement les recruteurs à surmonter ce défi ?

Le principal frein est bien le manque de temps face au volume de candidatures à traiter. Chez Hellowork, nous partons du principe que le recruteur doit avant tout se concentrer sur les échanges avec les candidats. Nous sommes là pour apporter des outils qui le rendent plus efficace et minimiser les tâches chronophages.

Notre plateforme est conçue pour fluidifier et accélérer le processus de recrutement avec plusieurs axes de travail :

- **Réduction des délais internes** : nos outils, comme notre ATS, permettent de centraliser l'information et de simplifier la collaboration avec les managers pour obtenir un avis rapide sur un CV, levant ainsi un frein majeur à la réactivité.
- **Gestion facilitée des refus** : nous aidons les recruteurs à automatiser les réponses aux candidatures non retenues, transformant ce qui est perçu comme coûteux en temps en une action rapide et qui valorise l'image de l'entreprise auprès des candidats. Loin des craintes infondées, les candidats préfèrent de loin une réponse claire et rapide, même négative, à un silence.
- **Priorisation des profils clés** : sur les métiers très recherchés, la réactivité est cruciale. Plus on contacte tôt le candidat, plus on se donne de chances de le recruter. Nos outils permettent aux recruteurs de mettre en place les bonnes pratiques d'un process de recrutement optimal.

En résumé, nous fournissons aux recruteurs les moyens de gagner en efficacité, d'améliorer leur marque employeur et de sécuriser le recrutement des talents les plus convoités.

Selon leur profil, les candidats ont des critères de recherche qui peuvent varier. Comment Hellowork personnalise l'expérience utilisateur pour tenir compte de cette diversité de priorités ?

Certains candidats vont être attentifs à des critères très factuels, d'autres vont vouloir se projeter sur leur environnement, les locaux, leurs potentiels collègues, la vision ou les valeurs de l'entreprise. Plus ce qu'on propose est riche, plus un utilisateur, quelle que soit sa génération, peut faire un choix éclairé au moment de postuler.

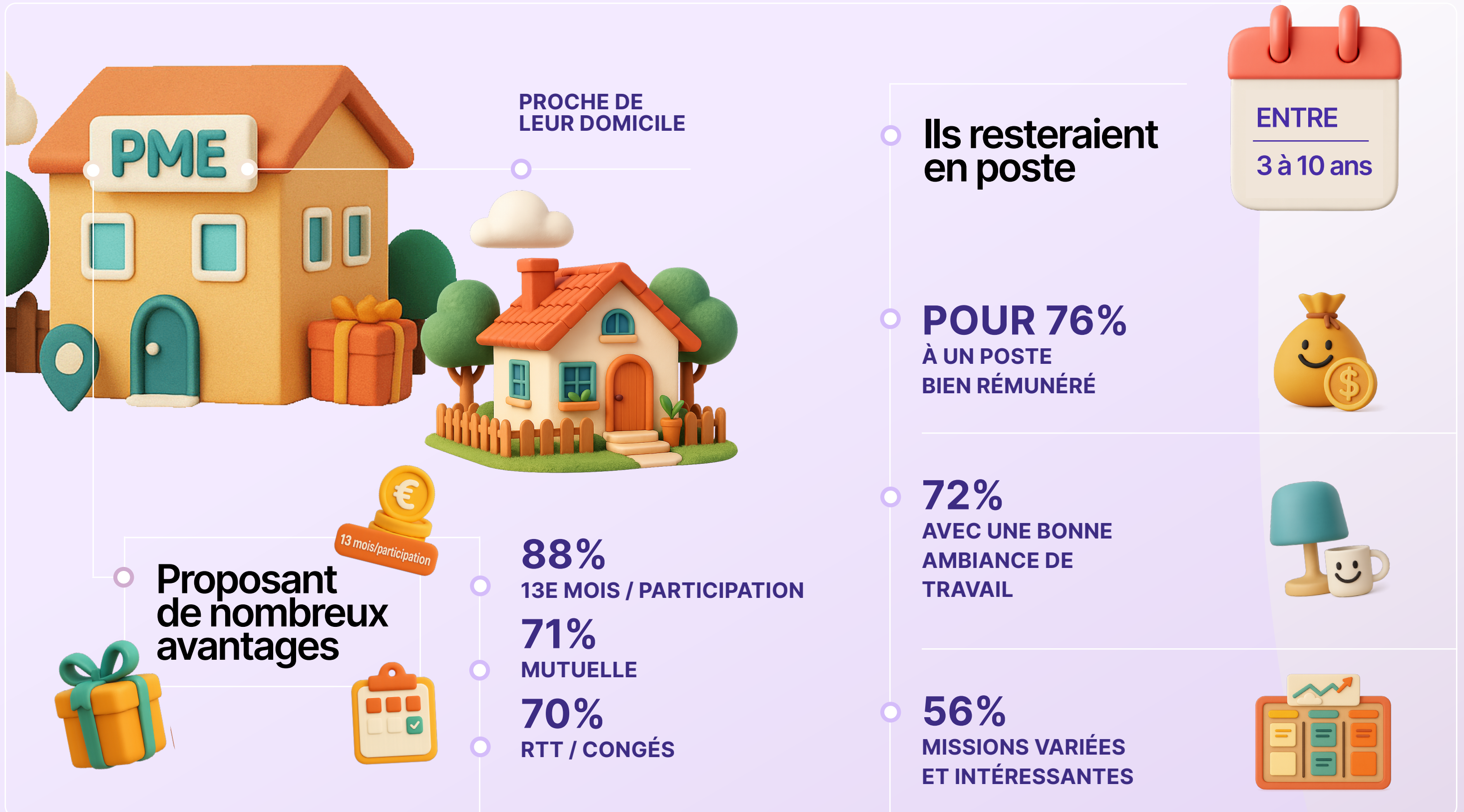
L'entrée par l'offre (avec des filtres pour le métier, la localité) fonctionne très bien pour l'ensemble des candidats. Pour la Gen Z, nous testons plutôt une approche par l'entreprise : est-ce que je veux plutôt travailler dans une petite ou grosse entreprise ? Est-ce que je cherche une entreprise labellisée RSE ? Un secteur en particulier ? Cela permet aux entreprises de valoriser leur culture et leurs engagements pour attirer cette génération.

Très bientôt, l'IA en mode conversationnel permettra aussi une entrée hyper personnalisée. La technologie est particulièrement adaptée pour guider des profils qui ont certaines attentes, mais ne savent pas comment les exprimer dans une recherche. C'est une façon supplémentaire d'assurer que les entreprises trouvent les candidats qui sont réellement en phase avec elles.

L'entreprise **idéale**

GRANDE ENTREPRISE OU PME, VALEURS AFFICHÉES PAR
L'ENTREPRISE OU SALAIRE... CE QUE LES CANDIDATS
REGARDENT EN PRIORITÉ AVANT DE CHOISIR LEUR
PROCHAIN EMPLOYEUR.

À quoi ressemble l'entreprise idéale pour les candidats ?



La PME, employeur idéal ?

SI LA PME EST
GLOBALEMENT PLÉBISCITÉE
PAR LES RÉPONDANTS.

On note chez la génération Z une préférence plus marquée pour les grandes entreprises (12% vs 7%) et le secteur public (11% vs 7%), mais moins d'appétences pour les TPE et le secteur associatif. Une manière de privilégier les perspectives d'évolution et la sécurité de l'emploi ?

Quelle taille d'entreprise pour travailler ?



Des carrières moins linéaires

LES RÉPONDANTS À L'ENQUÊTE CONSIDÈRENT QUE LA DURÉE IDÉALE À UN POSTE EST D'ENVIRON 4 À 5 ANS.

La Gen Z affiche clairement une préférence pour des expériences plus courtes : un sur trois ne se projette pas plus de deux ans à une même fonction.

Cette mobilité professionnelle accrue chez les plus jeunes semble être un marqueur fort d'identité.

La durée idéale à un même poste

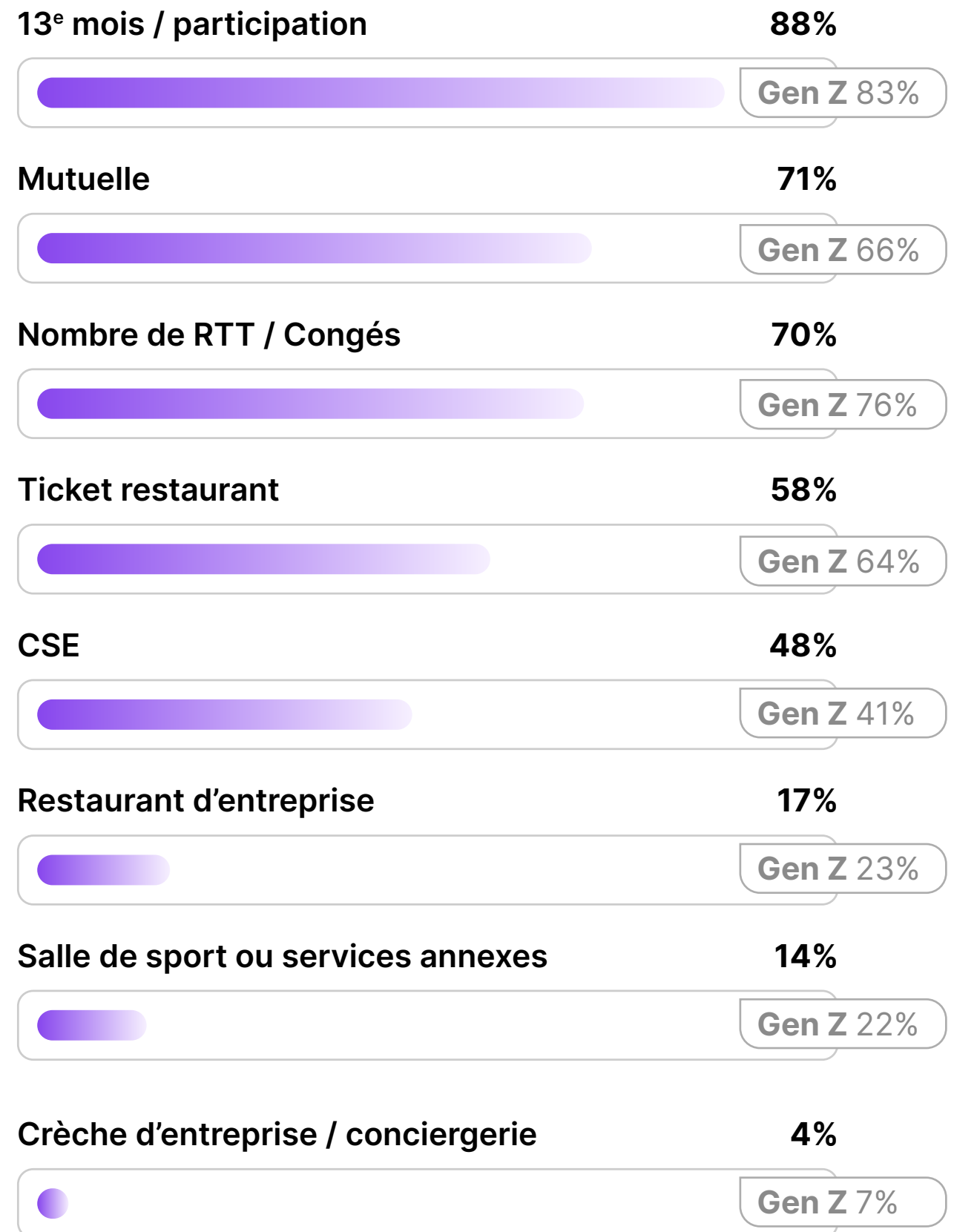


La Gen Z veut une vie épanouissante au sein de l'entreprise

LA NOUVELLE GÉNÉRATION EST PLUS ATTENTIVE QUE SES AINÉS AUX LEVIERS DE BIEN-ÊTRE QUE LUI PROPOSE UNE ENTREPRISE.

Plus que les autres générations, elle dit oui aux congés, pense à ses futurs déjeuners et veut faire du sport. Elle est moins attirée que le reste du panel par le 13^e mois ou la mutuelle.

Les avantages sociaux et financiers qui comptent

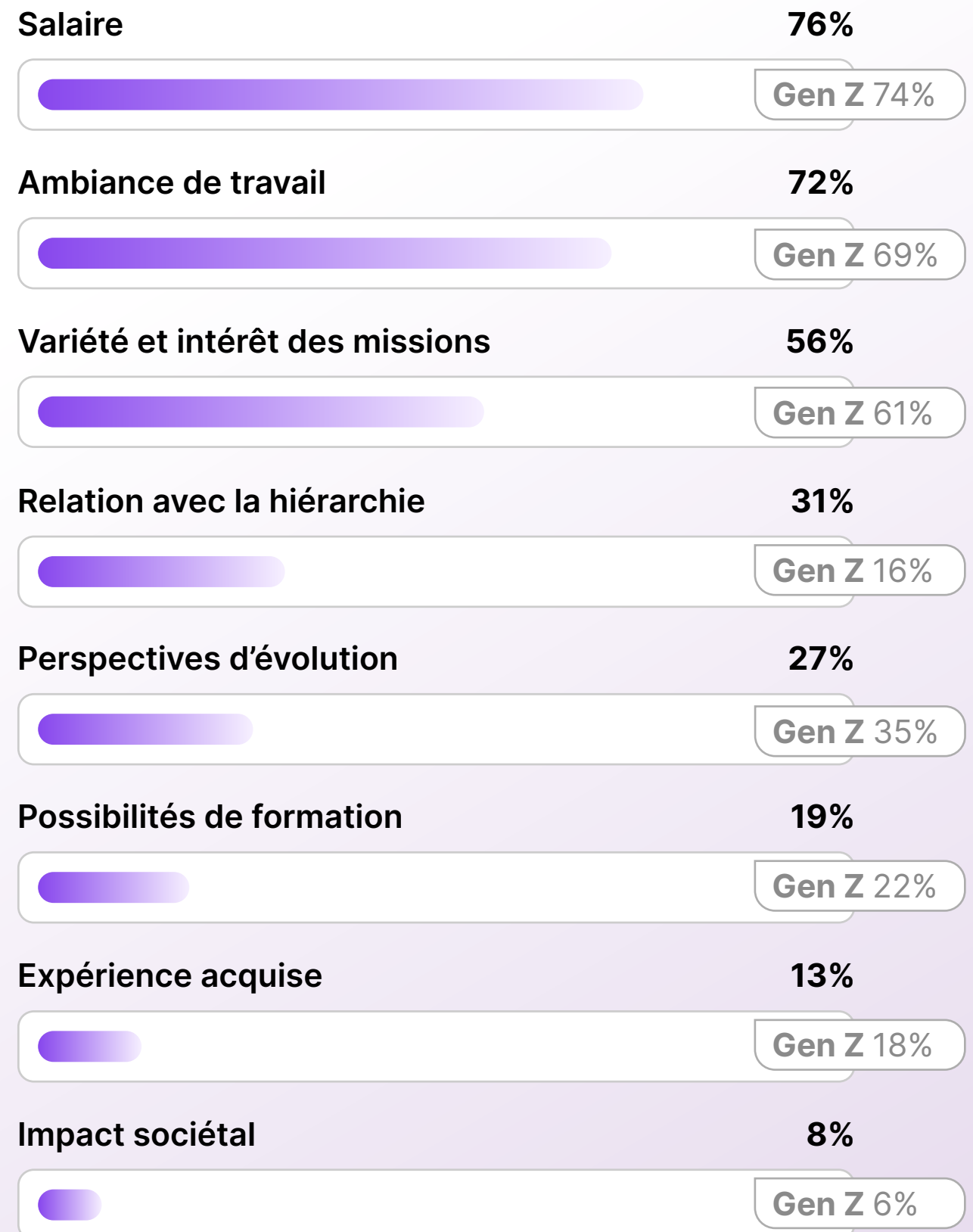


Le salaire en tête des préoccupations

QUAND ON S'INTÉRESSE
AUX CRITÈRES LES PLUS
IMPORTANTES POUR CHOISIR
UN JOB, LE DUO COMPOSÉ
DU SALAIRE ET DE L'AMBIANCE
AU TRAVAIL RETIENT L'ATTENTION
DE L'ENSEMBLE DES CANDIDATS.

Logiquement, les plus jeunes candidats se préoccupent plus de leur avenir que leurs aînés : les perspectives d'évolution et la possibilité de se former sont donc plus importants pour eux que pour les autres générations.

Les 3 critères les plus importants dans le choix de votre futur emploi



Les défis du recrutement pour 2026

« LES ENTREPRISES ONT BESOIN DE CONFIANCE ET DE
VISIBILITÉ POUR RECRUTER. AUJOURD'HUI, ELLES SONT
DANS LE BROUILLARD. »

Un rapport de force incertain

CANDIDATS ET RECRUTEURS N'ONT PAS LA MÊME VISION DU RAPPORT DE FORCE QUI EXISTE DANS LE CADRE D'UN RECRUTEMENT.

41% des candidats pensent que ce sont les recruteurs qui sont en position de force lors d'un entretien d'embauche, un chiffre qui monte à 50% pour la Gen Z.

A contrario, seulement 10% des recruteurs estiment être en position de force. Ils estiment beaucoup plus que les candidats (61% vs 41%) que le rapport entre les parties est plutôt équilibré.

D'après vous, qui est en position de force lors de l'entretien d'embauche, le **candidat** ou le **recruteur** ?

Pour les **candidats**

Pour les **recruteurs**

41%

Le recruteur

10%

10%

Le candidat

21%

41%

Ni l'un ni, l'autre

61%

8%

Pas d'avis

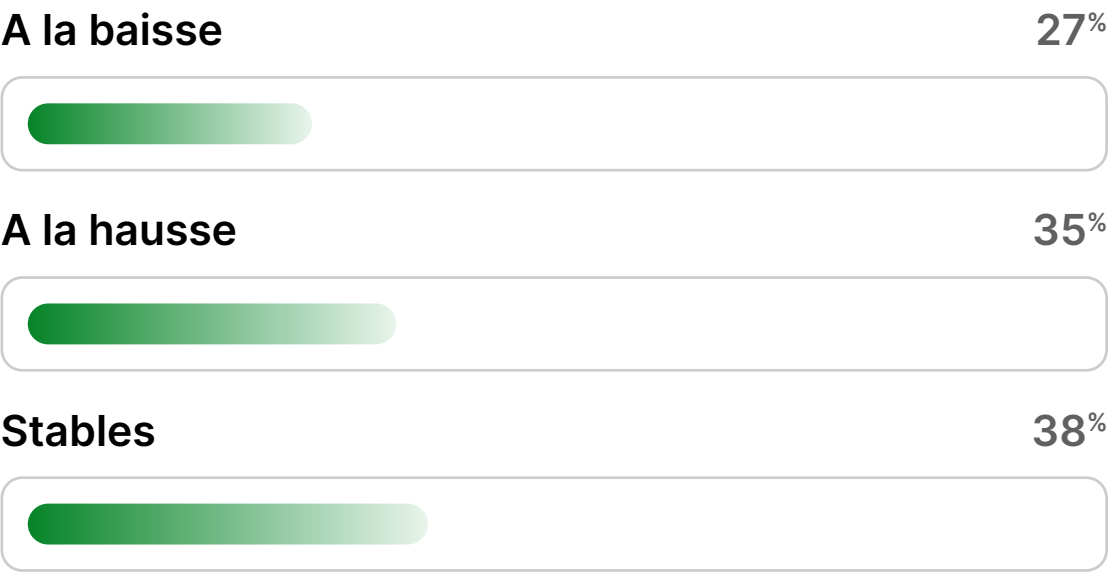
8%

Des perspectives de recrutement hétérogènes selon les entreprises

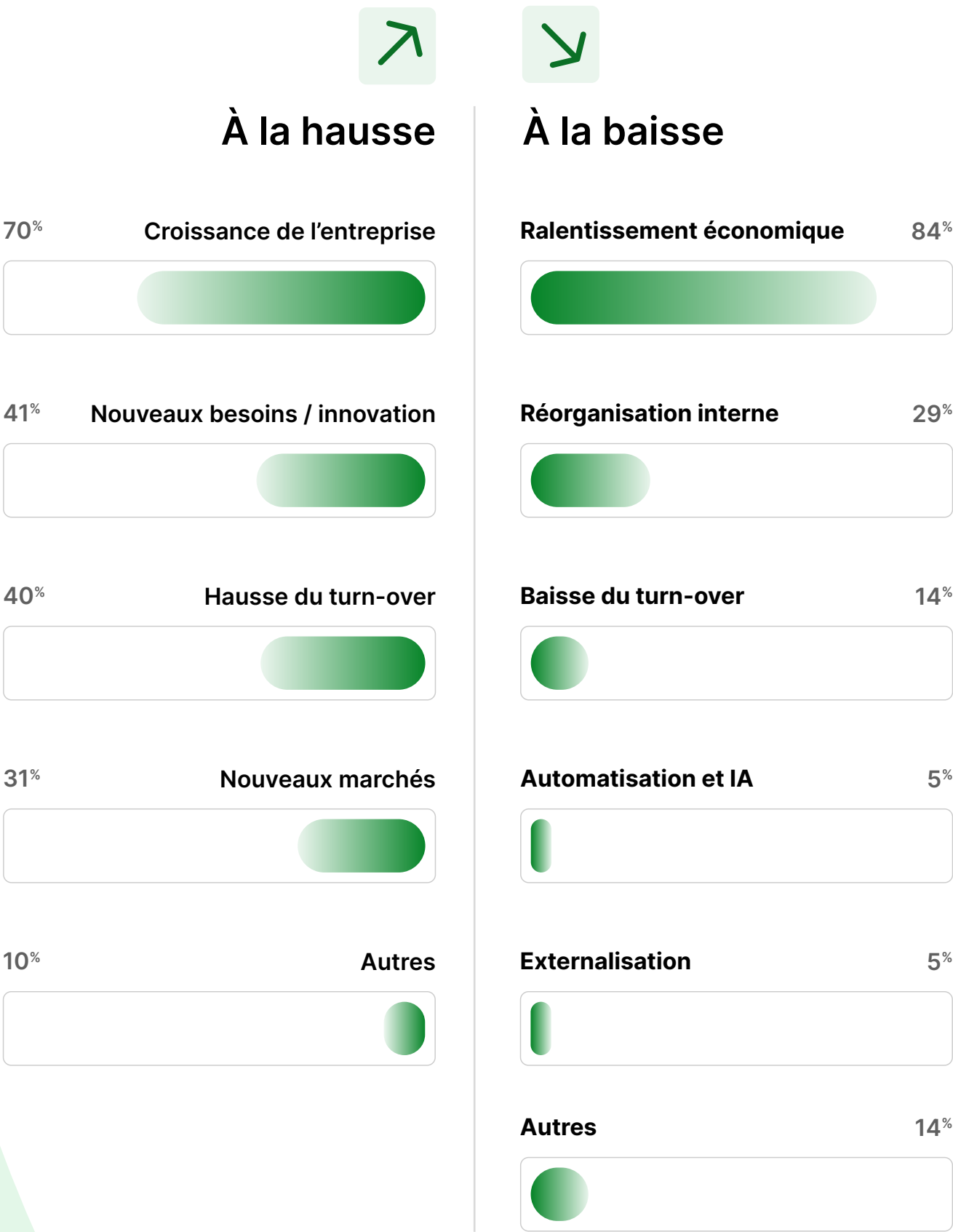
INSTABILITÉ GÉOPOLITIQUE, INCERTITUDES ÉCONOMIQUES ET POLITIQUES... IL N'EST PAS SIMPLE POUR LES ENTREPRISES DE SE PROJETER DÈS MAINTENANT SUR LES RECRUTEMENTS 2026.

Après le repli observé cet automne sur le marché de l'emploi, les perspectives sont partagées en trois groupes presque équivalents, à la baisse, stables ou à la hausse. Le ralentissement économique est le principal facteur qui explique les baisses, tandis que la croissance justifie dans la majorité des cas une hausse.

Quelles sont vos perspectives de recrutement d'ici la fin 2025 ?



Quelles raisons expliquent ces évolutions ?



L'intégration de la Gen Z dans les entreprises

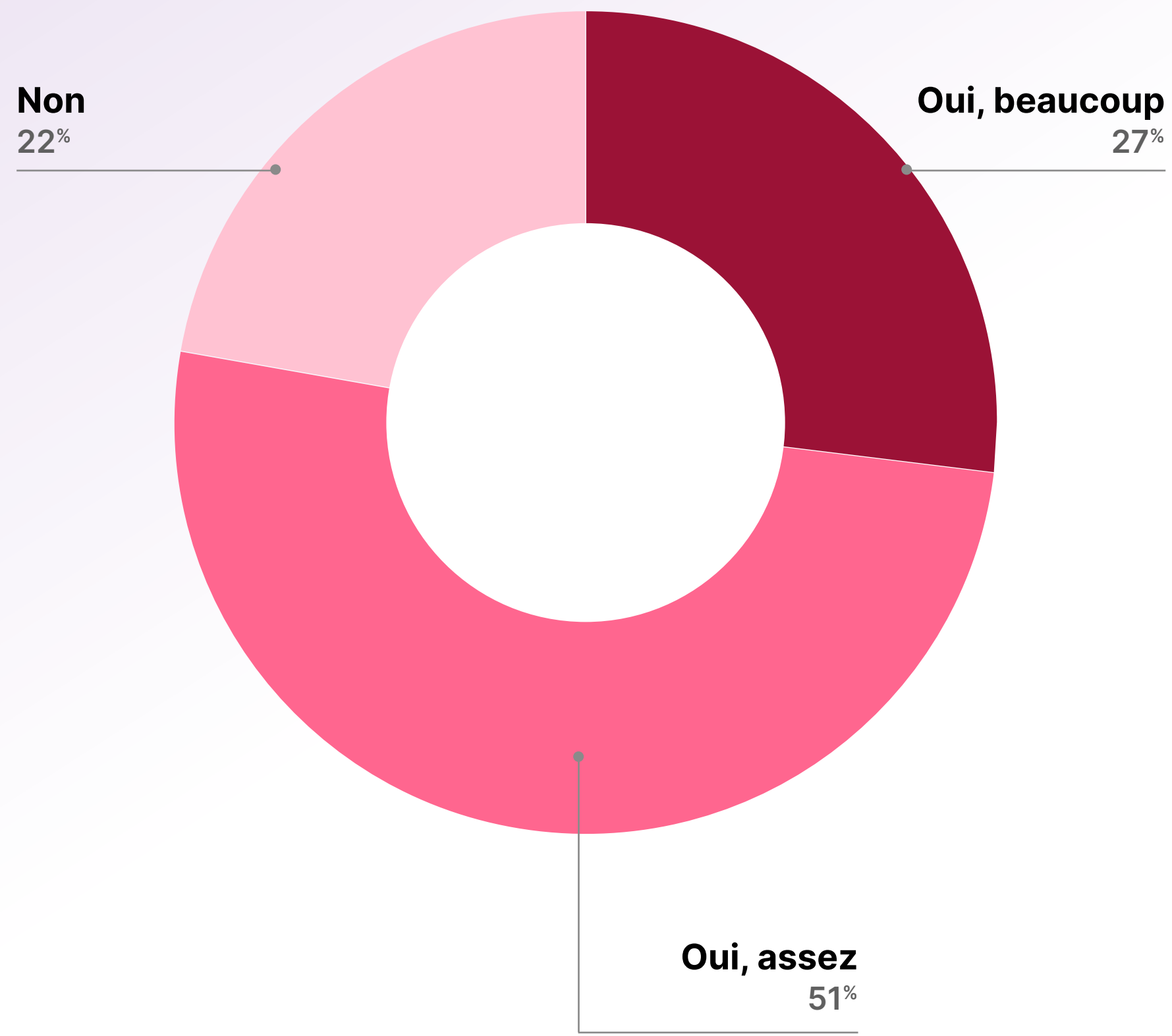
D'ICI LA FIN 2025,
LA GEN Z REPRÉSENTERA
25% DE LA POPULATION
ACTIVE EN FRANCE.

Les principaux défis relevés pour réussir à les recruter malgré des exigences jugées plus fortes est de les convaincre du projet de l'entreprise, de répondre à leurs demandes en matière de salaire et de leur apporter de la transparence. Pour les candidats issus de la Gen Z, l'engagement environnemental semble jouer également un rôle important dans le choix d'une entreprise.

Pour recruter des candidats issus de la Gen Z, quels sont vos principaux défis ?



L'engagement environnemental
est-il un critère important
dans le choix d'une entreprise
par la Gen Z ?



Les grands défis des recruteurs

AU-DELÀ DE LA GEN Z,
LES RECRUTEURS DOIVENT
FAIRE FACE À DE NOMBREUX
CHALLENGES.

Le principal semble être double : faire face à une main d'œuvre de plus en plus pénurique, tout en réussissant à trouver les bons profils. Un sacré défi pour 2026 !

Quel est votre plus gros défi en tant que recruteur en 2025 ?

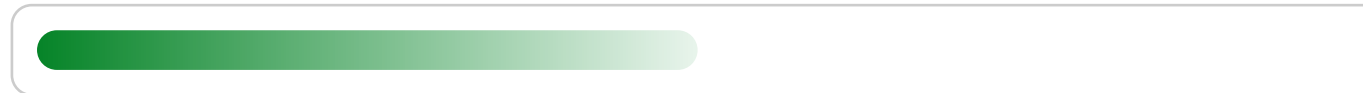
Faire face à la pénurie de main d'œuvre 39%



Réussir à sourcer les bons profils 37%



Répondre à tous les candidats 12%



Vous mettre en conformité avec la directive sur la transparence des salaires en publiant des fourchettes de salaire sur toutes vos offres d'emploi 8%



Parvenir à intégrer l'IA dans vos processus de recrutement 3%



Autre 2%



Les grands enjeux du recrutement en 2026



François Leverger
CEO de Hellowork

EN 2026, LE RECRUTEMENT ENTRE DANS UNE NOUVELLE ÈRE.

L'intelligence artificielle s'impose dans le quotidien des recruteurs, la transparence devient la norme, et la relation candidat-entreprise se réinvente sous l'effet de la technologie et des attentes sociétales.

Ces évolutions dessinent un marché de l'emploi plus exigeant, mais aussi plus mature. François Leverger, CEO de Hellowork, décrypte les quatre tendances majeures qui redéfiniront le recrutement en 2026.

L'IA devient un assistant opérationnel

En 2026, l'intelligence artificielle n'est plus un gadget. Elle s'impose comme un assistant du quotidien, capable par exemple de rédiger des offres, structurer des entretiens ou proposer des scorecards... On peut comparer cela à de la bureautique avancée du recrutement. L'IA libère les recruteurs des tâches répétitives pour leur redonner du temps sur leur cœur de métier : l'évaluation.

Côté candidats, elle aide à adapter leur CV, identifier les offres pertinentes ou mieux comprendre un poste. Cela leur permet d'être plus efficaces dans leur recherche d'emploi et de mieux se préparer aux entretiens.

Chez Hellowork, nous expérimentons ces usages au service de l'efficacité réelle, pas du "bling-bling" technologique : une IA qui aide à poser les bonnes questions, à écrire les bonnes offres, à mieux comprendre les candidats et les recruteurs. Et ce n'est qu'un début. Grâce au langage naturel, le dialogue entre candidat et plateforme devient plus riche : au-delà des CV, nous captons des signaux d'expérience, d'intention, de valeurs. L'IA ne remplace pas la relation, elle l'amplifie et la simplifie.

Plus largement et au-delà de ce que permet l'IA générative, l'IA est un mouvement de fond qui pourrait bien changer la façon de faire les choses. Nous avons été pionniers sur l'IA dans le recrutement en créant notre Datalab et nos premiers systèmes de recommandation dès 2013 qui n'ont cessé d'évoluer depuis plus de 10 ans.

Aujourd'hui, nous lançons notre modèle d'IA propriétaire, basé sur nos données (recruteurs, entreprises, offres, candidats, statuts...) exclusives à plus de 90%, avec pour objectif d'apporter plus de pertinence, de se rapprocher du « Perfect match ».

2

Le suivi de candidature devient un standard d'expérience.

La bonne nouvelle de l'édition 2025 de notre étude, c'est que candidats et recruteurs sont d'accord pour dire que la réponse à tous ceux qui postulent est essentielle. Il y a enfin un consensus sur le sujet.

Pourtant, il y a une distorsion de perception (90% des recruteurs disent répondre et seuls 50% des candidats disent avoir une réponse). Celle-ci vient de deux facteurs, selon moi. D'abord, notre ATS montre qu'une grande partie des candidatures sont laissées sans réponse. Cela ne veut pas dire que les recruteurs sont de mauvaise foi. Mais quand ils affirment répondre à tous, ils parlent souvent des candidats déjà engagés dans le processus. Or parfois, les offres restent en ligne alors que le process est très engagé. Il y a donc un problème à régler d'un point de vue technologique. C'est à nous d'inventer des outils qui permettent, par exemple, d'arrêter d'envoyer des candidats ou d'exposer des offres quand on voit qu'un certain nombre de candidatures ne sont plus ouvertes.

Le deuxième point, c'est un problème de canal. J'ai la conviction que le mail n'est plus le bon canal pour une grande partie des candidats. L'information doit être concentrée en un point alors qu'elle est trop diluée aujourd'hui, noyée dans un flux d'informations qui fait qu'elle n'est pas visible. Pour cette raison, il nous faudra utiliser demain des outils qui permettent de communiquer beaucoup plus simplement entre candidats et recruteurs. L'échange devra se faire à travers des messageries beaucoup plus instantanées, au sein des applis par exemple. Le mail n'est plus adapté à la population que l'on touche.

3

La transparence salariale devient un non-sujet

En juin 2026, la directive européenne sur la transparence des rémunérations imposera l'affichage des salaires. Ce qui était un tabou deviendra une évidence.

Chez Hellowork, nous sommes déjà prêts : 90 % des offres affichent une rémunération donnée par le recruteur ou une estimation.

Les entreprises qui résistent ne manquent pas d'outils, mais souvent de cohérence interne. La directive va leur demander un gros travail d'harmonisation de leurs grilles et d'assumer des écarts parfois importants entre l'interne et le marché.

Les outils IA pourront justement les aider à bâtir des politiques salariales justes et lisibles, comme nous l'avons fait chez Hellowork, avec des career paths clairs et des critères objectivés.

Demain, afficher son salaire ne sera plus une prise de risque, mais un signe de maturité et de confiance.

4

La pénurie de talents s'installe durablement

C'est mathématique : il y a moins de personnes qui rentrent sur le marché du travail que de gens qui en sortent. Sur le moyen et le long terme, la pénurie de main d'œuvre est partie pour s'installer. L'IA permettra peut-être de gommer, au moins en partie ou dans certains secteurs, ce besoin en main d'œuvre. Mais un certain nombre de métiers pénuriques, notamment manuels, ne seront pas remplaçables par l'IA.

A court terme, la conjoncture économique et le climat géopolitique ajoutent de l'incertitude. Les entreprises ont besoin de confiance et de visibilité pour recruter. Aujourd'hui, elles sont dans le brouillard. Ce qui est sûr, c'est qu'en 2026, il va falloir que tout le monde apprenne à naviguer dans l'incertitude. En bon marin, il va falloir s'adapter aux conditions pour continuer à avancer malgré le brouillard. L'instabilité ne doit plus être une variable, c'est quelque chose qui est présent, qu'il faut intégrer. A nous de nous adapter.

Avec Hellowork recruteur, utilisez le meilleur de la tech RH pour vos recrutements.

1^e ACTEUR DIGITAL FRANÇAIS DU RECRUTEMENT

7 000 contrats de travail signés chaque jour après une mise en relation via Hellowork

+ de 80 000 professionnels utilisent nos solutions chaque mois

[En savoir plus](#)

hellowork

Notre job, s'arrête là
où commence le vôtre.

