

COMMENT LES CABINETS SE RÉINVENTENT-ILS POUR ATTIRER LES TECHNICIENS ?



Publié le 08/10/2025 par Andrea Devulder

Les cabinets de diagnostic peinent à recruter et surtout à fidéliser leurs techniciens. Alors, certains cabinets cherchent des solutions pour être plus attractifs.

« On essaie de recruter en quasi-permanence », confie David Crépin, dirigeant de FMDC diagnostics. « Souvent, les jeunes fraîchement certifiés découvrent que la réalité du terrain ne correspond pas à ce qu'on leur a vendu pendant la formation. Ils pensaient faire de l'avant-vente, et se retrouvent à gérer de l'amiante avant-travaux. » Selon lui, la profession souffre d'un manque de notoriété et de cursus dédiés. « On ne parle jamais de notre métier aux jeunes. Le DPE nous médiatise, mais souvent de façon négative. » Souad Boukhedenna, project manager chez A+ Diags, confirme la difficulté à trouver des profils : « Nous cherchons un diagnostiqueur qui connaît le terrain, pas un junior, mais pas un senior non plus. L'éthique est primordiale : on veut des gens intègres. Il est hors de question de faire des "clins d'œil à un copain" pour améliorer une note DPE par exemple. » Et malgré les annonces d'emploi diffusées sur les réseaux sociaux ou les plateformes spécialisées, le recrutement reste difficile.

Miser sur la différenciation

Pour séduire les candidats, A+ Diags mise pourtant sur la flexibilité. Pas de bureaux, un planning digitalisé, un scooter de fonction et surtout très peu d'administratif : « Le technicien se concentre sur le terrain. Les rapports sont vérifiés et envoyés par l'équipe au siège. Nous proposons un salaire fixe et un variable lié au chiffre d'affaires, donc il peut en plus maîtriser sa fiche de paie. » Un modèle pensé pour l'efficacité et l'équilibre vie pro-vie perso. De la même manière, FMDC diagnostics tente de valoriser ses atouts : « Un métier 100% digitalisé grâce au télétravail, des missions attribuées en fonction du lieu de résidence du technicien, une grande autonomie en somme. » D'après Jackie Cohen, gérante du cabinet AJC Carrière, certaines structures ont bien compris comment attirer les candidats en misant sur l'innovation sociale : « Un de mes clients a mis en place le home office pour tous les diagnostiqueurs il y a plusieurs années. Résultat : j'ai recruté plus facilement. » Elle observe aussi un effort croissant sur la fidélisation : véhicules électriques, intéressement, primes, jours de congé supplémentaires, évolution vers des postes de chef de projet... autant d'arguments qui font mouche. Selon Jackie Cohen, « les entreprises qui

tirent leur épingle du jeu sont celles qui ont compris que la fidélisation commence dès le recrutement ».

Un contexte différent selon la taille

Les TPE, elles, peinent à rivaliser. « *Elles n'ont pas les moyens des grandes structures* », constate Jackie Cohen, « *mais la plupart montent en gamme sur les salaires pour compenser* ». De manière générale, « *le marché du bâtiment et de l'immobilier s'est ralenti, mais les besoins en compétences restent là. Les entreprises doivent proposer autre chose qu'un salaire pour pallier le manque de bras* ». Propos confirmés par David Crépin : « *Nous mettons aussi l'accent sur les chantiers prestigieux que nous avons menés comme le Grand Palais ou la tour Eiffel. Ce sont des missions exceptionnelles, ça compte dans l'attractivité.* »

[Veille décideurs](#)[Entreprise](#)[Profession](#)[Emploi](#)