|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Réflexion 3 - Identifier les avantages du e-recrutement | | |
| Durée : 15’ | **Homme avec un remplissage uniouDeux hommes avec un remplissage uni** | Source |

**Travail à faire**

Après avoir lu le **document**, répondez aux questions suivantes :

1. Quels sont les principaux sites dédiés à l’emploi sur Internet ?
2. Quelle est la cible principale de France travail (ex. Pôle emploi) et pourquoi ?
3. Quelle est la spécificité du site Qapa ?
4. Qu’est-ce qu’un candidat passif ?
5. Pourquoi les entreprises doivent-elles soigner leur image de marque ?

**Doc.**  **La révolution du recrutement sur internet s’accélère (extrait)**

<http://www.latribune.fr/technos-medias/> - Pierre Manière

Depuis une quinzaine d'années, la Toile a accouché d'une myriade de sites dédiés à l'emploi. Les antiques « offres d'emploi » des journaux ont migré massivement sur la Toile. Tandis que les candidats potentiels affichent leur CV sur doyoubuzz.com, LinkedIn et Viadeo.

**Monster** revendique plus de 200 millions de personnes inscrites sur son réseau et brasse des centaines de milliers d'offres d'emploi. Présent dans plus de 40 pays, il est apparu en France à la fin des années 1990 aux côtés d'autres acteurs historiques comme **l'Apec** (Agence pour l'emploi des cadres), **Cadremploi** ou **Keljob**. **Leboncoin.fr** dispose aussi d'une rubrique emploi. Avec près de 2,1 millions de visiteurs uniques par mois, elle est devenue en quelques années le deuxième site d'emploi de l'Hexagone, derrière France travail (ex. Pôle Emploi).

Jean Bassères, (patron de France travail) explique «*il y a trois ans, on a décidé d'accélérer (…) sur le marché non-cadre. »* D'après lui, le site enregistre 45.000 nouvelles offres par mois. Sa cible ? Les TPE et PME. « *Il n'y a pas d'intérêt à venir chez nous pour trouver un directeur financier. En revanche, on pourra facilement dénicher un* chef de rayon, un employé ou un ouvrier spécialisé », Conscient que, ces dernières années, les sites d'annonces gratuites ont été critiqués, à la suite de la publication d'offres hors la loi ou discriminatoires, il assure qu'ici « 100 % des offres sont modérées ». En gage de qualité, il brandit ses clients prestigieux, « des grands comptes comme Carrefour ou BNP Paribas ».

Fer de lance du recrutement en ligne, le croisement des données extraites des CV des demandeurs d'emploi avec celles des offres des entreprises permet des mises en relation rapides et efficaces. Fondée en 2011, la start-up Qapa a ainsi tout misé sur un « algorithme de matching » pour marier « les bons profils avec les bonnes offres d'emploi ».

## Deux tiers des cadres adepte des réseaux

L'essor du Web collaboratif permet d'aller encore plus loin. Si les sites d'annonces s'adressent d'abord aux demandeurs d'emploi ou aux personnes qui veulent en changer, les réseaux sociaux professionnels comme LinkedIn et Viadeo permettent, eux, d'y agréger une autre population : les personnes en veille. En poste, celles-ci ne sont pas en recherche active, mais pourraient bien se laisser tenter par une offre séduisante. Or, ces « candidats passifs » représentent « environ 80 % de la population active », insiste Pierre Berlin, directeur Talent Solutions pour l'Europe du Sud chez LinkedIn.

## Montés en puissance des étudiants

Certains grands groupes, comme le spécialiste de l'audit Mazars, ont déjà fait des réseaux sociaux professionnels un levier stratégique pour dénicher leurs talents. Reste qu'en France seuls 22 % des recruteurs y recourent, d'après une enquête de l'Apec réalisée en juin dernier. Ceux-ci privilégient encore davantage les candidatures spontanées (62 %), leur propre réseau de contacts (55 %) ou les CVthèques (33 %). Pourtant, les réseaux sociaux professionnels changent petit à petit notre rapport à l'emploi. Un temps chasse gardée des cadres et des professionnels des nouvelles technologies, ils s'ouvrent rapidement à tous les profils et secteurs d'activité. Chez LinkedIn, on compte désormais 39 millions d'étudiants.

Face à des « candidats passifs » qui n'hésitent plus à jeter régulièrement un œil sur les possibilités d'emploi sur les réseaux, les directions des ressources humaines doivent donc soigner leur marque employeur. En vantant leurs conditions de travail ou l'intérêt de les rejoindre, les entreprises ne font pas qu'attirer les talents : elles préservent également les siens, qui pourraient trouver l'herbe plus verte chez un concurrent.

**Réponses :**

1. **Quels sont les principaux sites dédiés à l’emploi sur interne ?**
2. **Quelle est la cible principale de France travail (ex. Pôle emploi) et pourquoi ?**
3. **Quelle est la spécificité du site Qapa ?**
4. **Qu’est-ce qu’un candidat passif ?**
5. **Pourquoi les entreprises doivent-elles soigner leur image de marque ?**