

L'E-RECRUTEMENT : LE POINT DE VUE DES CANDIDATS A L'EMPLOI

Yvan BAREL

CRGNA-Lagon, Université de Nantes

Pour faire face aux départs des salariés ainsi qu'à l'évolution des compétences requises en raison notamment de la mondialisation, des stratégies de développement des entreprises ou de la profusion des nouvelles technologies, les employeurs ont besoin de trouver au plus vite la solution adéquate sur le marché du travail. Le recrutement en ligne semble précisément s'inscrire dans cette logique de réduction des délais, Internet permettant de communiquer avec un champ étendu de candidats potentiels.

Concrètement, l'entreprise dispose de trois solutions pour recruter sur le Net : utiliser son propre site, confier cette mission à un cabinet de recrutement spécialisé ou surfer sur les bases de données de CV (*curriculum vitae*). Certes, le secteur ne représente aujourd'hui en France que 5 % des recrutements. Mais aux États-Unis, la moitié des embauches se fait par le Web (il est vrai que 50 % de la population nord-américaine est connectée, alors que 10 % seulement des français le sont). En outre, le nombre de français utilisant Internet ne cesse d'augmenter, tout comme les points d'accès (cybercafés, ANPE...) et le nombre de sites Internet dédiés à l'emploi. Le marché est donc prometteur.

Il reste que l'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) n'est pas neutre (Henriet B. et Imbert M., 2002). Nombre de travaux en ressources humaines soulignent le renforcement des exigences se manifestant chez les utilisateurs des NTIC (Roch L. et Sadowsky J., 2000 ; Petit M. et Picq T., 1999 ; Germain M., 1998). Par ailleurs, si l'on se réfère aux études sur le commerce électronique, il est une notion récurrente qui est présentée comme jouant un rôle clé dans ce domaine : la confiance (Kludze H. et Rowe WG., 2002).

Qu'en est-il sur le plan du recrutement en ligne ? La question qui se pose est de savoir dans quelle mesure les e-recruteurs ont su s'adapter aux comportements rendus possibles par l'émergence des technologies modernes. On observe une surprenante absence de littérature académique sur le sujet. Les études, essentiellement parues dans la presse professionnelle, se sont jusqu'à présent plutôt orientées sur l'offre proposée par les sites d'emplois et sur l'opinion des DRH ou consultants utilisateurs du e-recrutement (voir par exemple *Entreprise & Carrières*, 2001, 2000a, 2000b ; *L'entreprise*, 2001, 2000 ; *Courrier cadres*, 2000 ; *Liaisons sociales*, 2001 ; Sutter P.E., 2001).

Une récente étude menée par J.L. Cerdin et J.M. Peretti (2002) s'est intéressée à la façon dont les futurs jeunes diplômés perçoivent les différentes approches du recrutement et en particulier l'e-recrutement. Mais le point de vue des individus réellement à la recherche d'un emploi, qu'ils s'agissent de salariés en activité ou de salariés ayant déjà été en activité par le passé, n'est pas abordé.

Les caractéristiques des internautes de l'emploi, leurs motivations à utiliser un tel procédé ainsi que leurs attentes demeurent par conséquent relativement flous. L'objet de cette recherche exploratoire est précisément de contribuer à combler ce manque. L'enjeu est d'apporter aux recruteurs des informations leur permettant de mieux cerner les spécificités et les exigences du e-recrutement. Après une présentation du cadre de notre enquête, nous présenterons les résultats obtenus.

1. Le cadre de l'enquête

Nous commencerons par synthétiser les résultats de quelques études menées sur les internautes de l'emploi avant d'indiquer la méthodologie utilisée pour mener à bien notre propre enquête.

1.1 Le profil des chercheurs d'emploi sur le Net d'après les enquêtes déjà menées

L'analyse du profil des internautes de l'emploi soulève au moins trois questions portant successivement sur leurs caractéristiques, leurs motivations et leurs éventuelles critiques à l'égard du nouveau mode de recrutement.

1.1.1 Qui sont les internautes chercheurs d'emploi ?

Des études effectuées, il ressort que plus du tiers des connectés ont entre 25 et 29 ans, que les trois-quarts des cadres et jeunes diplômés utilisent le Web dans leur recherche d'emploi et que plus de deux tiers sont titulaires au minimum d'un bac + 3. Directeurs commerciaux et ingénieurs ont plus de chances de trouver un emploi via le Web que les peintres en bâtiments et les électriciens dont les compétences sont pourtant très recherchées sur le marché du travail actuellement. Il est donc à craindre que ce nouveau marché de l'emploi ne creuse encore un peu plus l'écart entre les diplômés et les non diplômés. Par contre, la quasi totalité des secteurs d'activités sont représentés dans le e-recrutement, même si le secteur informatique arrive en tête.

Il apparaît enfin que la très large majorité des CV proviennent de personnes en poste. Cette nouvelle forme de recrutement n'est probablement pas sans incidence sur les rapports entre les salariés et les employeurs. La facilité et la rapidité inhérentes au recrutement par Internet rendent les cadres et les salariés en général beaucoup plus sensibles aux offres d'emploi. Comme l'a récemment souligné D. Bonnefoy (2001), directeur général de Futurest France, dans un article au titre évocateur "L'e-recrutement, accélérateur de carrière ?" : « *La tendance du "prenez-vous en main" fait des émules et Internet apparaît bien comme un formidable média de mise en relation.* » Il est vrai aussi que la conjoncture s'y prête.

L'e-recrutement contribue ainsi à l'émergence d'une nouvelle population appelée "Passive Job Seekers". Ces salariés s'inscrivent à un service de "push" qui leur permet de recevoir automatiquement dans leur boîte aux lettres électronique les offres d'emploi correspondant au profil demandé. Ils n'ont pas forcément au départ l'intention de quitter leur poste. L'idée est plutôt d'effectuer une veille sur le marché à la fois pour se situer mais aussi pour s'assurer que leur poste actuel correspond bien au marché sur le plan salarial notamment.

L'avantage pour les entreprises est qu'il est désormais possible de toucher les chercheurs passifs. Les internautes abonnés à des services "push" de sites d'emploi n'étaient pas tous lecteurs des cahiers emploi des grands quotidiens.

Cet avantage a pour revers un accroissement de la mobilité potentielle sur le plan inter-entreprises. Certains sites, comme "asia-net", offrent des cadeaux aux internautes qui leur donneront au moins cinq adresses électroniques de collègues ou amis susceptibles d'être séduits par un autre emploi. Ainsi, sans même avoir laissé de CV sur le Web, on peut recevoir une proposition de poste. L'impact de ces "Passive Job Seekers" sur la gestion des carrières pratiquées par les DRH et sur les systèmes de fidélisation mis en place ne doit pas être négligé.

1.1.2 Qu'est-ce qui motive un candidat à l'emploi à utiliser le Net ?

L'étude de l'APEC menée en février 2000 auprès de 1650 cadres et jeunes diplômés précise que les pages les plus consultées sont celles des sites d'offres d'emploi (88%), d'entreprises (48%), puis de cabinets de recrutements (34%).

L'étude Bernard Hodes-Le Monde-Ipsos du 3 juillet 2001, menée dans cinq pays européens (France, Allemagne, Irlande, Espagne, Grande-Bretagne) à partir de questionnaires diffusés dans la presse quotidienne nationale, montre que c'est l'obtention d'informations qui sous-tend la démarche Internet, plus qu'une volonté immédiate de postuler pour un emploi : l'aspect interactif n'est pas sollicité dans un premier temps. (voir tableau 1 page suivante).

Tableau 1 - Les principaux usages d'Internet en matière de recherche d'emploi.

Rechercher des informations sur une société	74%
Rechercher un emploi sur un site de recrutement.....	68%
Visiter le site d'un employeur potentiel	65%
Rechercher des offres d'emploi par secteur	57%
Rechercher des informations sur un secteur d'activité	45%
Envoyer directement son CV à l'employeur	41%
Réponse en ligne à une offre d'emploi	39%
Envoyer son CV à un cabinet de recrutement	38%
Accéder au site d'un employeur depuis un site de recrutement	29%
Déposer son CV sur Internet	24%
Demander des conseils sur la recherche d'emploi	20%

1.1.3 Quels sont les freins à la recherche d'emploi par le Net ?

Selon l'étude de l'APEC, les 77 % de cadres et jeunes diplômés qui utilisent l'e-recrutement estiment que le Web n'améliore pas le taux de réponse des entreprises à leur candidature. Et 85 % d'entre eux considèrent même que celles-ci « ne sont pas encore adaptées à Internet pour gérer les recrutements ». Quant à ceux qui ne se servent jamais du Web (23 %), ils invoquent l'impossibilité d'y accéder (72 % des cas), le coût de l'équipement (42 %) ou son inutilité (20 %).

Par ailleurs, l'étude Bernard Hodes-Le Monde-Ipsos souligne que parmi les critiques les plus fréquentes figurent le manque d'informations sur les postes proposés (45%) et le temps nécessaire pour trouver les bonnes offres (43%). On notera aussi que le souci de confidentialité des données constitue un frein au dépôt de CV pour 46% des français et 63% des Européens interrogés.

1.2 Le e-questionnaire comme mode de recueil des données

Nous disposons d'une base de données de 1100 candidats à l'emploi qui avaient envoyé leur CV par e-mail à un cabinet de recrutement français (Ouest RH, Rennes) sélectionnant des cadres au profit d'entreprises relevant de divers secteurs d'activité.

Par souci de cohérence avec l'objet d'étude, le questionnaire utilisé n'a pas été administré par voie postale mais déposé sur un site Internet. Pour y accéder, les candidats contactés par e-mail étaient invités à cliquer sur un lien hypertexte mis en évidence à la fin d'une brève note de présentation de notre enquête. Quatre semaines plus tard, et après une relance effectuée par e-mail, 241 questionnaires ont été remplis, dont 238 exploitables (soit un taux de réponse de 21,6%).

Le questionnaire utilisé distingue quatre thèmes : les conditions d'utilisation du marché de l'emploi en ligne (questions n° 1, 2, 3, 4 et 5) ; les motivations à la recherche d'emploi par le Net (question 7), le domaine de l'emploi visé (question 8) ; l'image des e-recruteurs et du e-recrutement (questions n° 6, 9, 10 et 11). Le questionnaire comporte également une fiche signalétique demandant aux individus d'indiquer leur sexe (question 12), leur l'âge (question 13) et leur niveau d'études (question 14). Pour rassurer les répondants, il est précisé à ce niveau que ces informations sont prises dans leur globalité et qu'elles nous servent uniquement à étudier d'éventuelles différences d'opinion selon le profil. Enfin, le questionnaire se termine par un espace "commentaires libres" accordant aux répondants la possibilité de s'exprimer sans contraintes. Contrairement à ce que nous imaginions, nombreux sont les répondants qui ont pris la peine de faire part de réelles observations : 91 individus sur 238 ont répondu et tapé sur leur clavier 35 mots en moyenne. Certains de ces commentaires seront relatés pour éclairer l'interprétation de plusieurs résultats statistiques.

2. Les résultats du e-questionnaire

Nous précisons d'abord les caractéristiques démographiques de l'échantillon répondant, puis les résultats généraux obtenus avant d'analyser les diverses interactions entre les variables.

2.1 Les caractéristiques démographiques de l'échantillon répondant

La forte tendance masculine (78% d'hommes), le niveau d'études élevé (76% ont au moins un bac + 4) et l'âge "mûr" (70% ont plus de 30 ans) de l'échantillon répondant s'expliquent par le fait que le cabinet de recrutement en question traite avec une population postulant à des emplois d'encadrement senior. Un tel échantillon induit plusieurs biais dont il faut tenir compte dans l'analyse des résultats :

- seule l'opinion de cadres supérieurs expérimentés est exprimée, alors que l'e-recrutement concerne également les autres types de cadres ainsi que les jeunes diplômés ;
- le point de vue des candidats non utilisateurs d'Internet n'est pas traité, puisque nous avons recueilli l'opinion de personnes qui ont déjà utilisé au moins une fois Internet dans le cadre d'une recherche d'emploi ;
- le taux de réponse au questionnaire de 21,6% signifie que 862 individus sur les 1100 contactés n'ont pas répondu à nos sollicitations. Il est bien difficile de savoir si la population répondante a une motivation particulière par rapport à la non-répondante et de savoir dans quel sens s'oriente cette motivation.

2.2 Les résultats généraux

Le tableau 2 (p. suivante) présente les résultats obtenus à chacune des questions traitées de manière isolée¹. Plus de la moitié des individus postulant à un emploi en ligne disposent d'un accès Internet notamment à leur domicile (cf. Q1), pourcentage cinq fois supérieur à celui de la moyenne nationale. En outre, une majorité de répondants déclarent utiliser très fréquemment Internet dans le cadre de l'exploration du marché du travail (cf. Q5). Pour autant, on ne peut pas dire au regard de l'hétérogénéité de la durée moyenne hebdomadaire de connexion à Internet (cf. Q2) que les internautes de l'emploi soient tous des passionnés d'Internet. Si celui-ci représente le support essentiel par lequel les candidats prennent connaissance des offres d'emploi qui les amènent à recourir au e-recrutement (cf. Q3), c'est rarement à la suite d'une navigation au hasard sur le Web, mais plutôt en recherchant précisément des annonces d'offres d'emplois notamment sur site spécialisé (cf. Q4).

Le Web ne constitue pas un outil réservé aux seuls emplois en informatique mais bien un support dont l'utilisation se démocratise (cf. Q8). La raison principale qui motive les individus à privilégier la recherche d'emploi en ligne est la rapidité et la fonctionnalité des services Internet (cf. Q7). La très large majorité des répondants considèrent qu'une candidature via Internet est aussi sérieuse que celle effectuée par l'intermédiaire d'un support papier (cf. Q6). Reste que les recruteurs ne partagent peut-être pas la même vision. Si 60% des individus estiment que les entreprises répondent plus facilement aux candidatures Internet pour le type d'emploi auquel ils postulent (cf. Q9), une minorité non négligeable semble éprouver une certaine amertume. Amertume que les remarques faites par nombre de répondants dans l'espace "commentaires libres" permettent d'illustrer. On accorderait en France davantage de respect au courrier papier en raison de son côté "officiel", "élégant", "palpable", qui témoigne d'un réel effort de recherche d'emploi : « *Envoyer un e-mail est moins exigeant. Les entreprises se donnent moins de peine pour répondre.* » Nouvelle illustration des travaux de M. Crozier (1963) et de P. d'Iribarne (1989) soulignant la prédominance du formalisme dans la culture française au détriment de la souplesse et de la fonctionnalité ?

Plusieurs répondants précisent qu'ils sont assurés d'avoir une réponse lorsqu'il s'agit de cabinets de recrutement mais que les retours sont plus aléatoires avec les entreprises directement contactées. « *Ces offres sont-elles factices ? Les employeurs lisent-ils les candidatures ? S'en servent-ils comme vitrine pour leur site (plus de connexions à leur actif) ?* » s'interroge un répondant.

1. Le taux de non-réponses étant inférieur à 3% pour chacune des questions, les pourcentages sont, pour des raisons de clarté, calculés par rapport au nombre de réponses.

Tableau 2 - Tris à plat des résultats.

<p>Q1) Où disposez-vous d'un accès Internet ? (question à choix multiples)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Domicile 53% - Lieu de travail..... 38% - Amis..... 3% - Cyber-café 3% - Autre 3% 	<p>Q7) Pourquoi avez-vous privilégié un recrutement par Internet ? (question à choix multiples)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pour la rapidité et la fonctionnalité des services Internet..... 48% - Pour éviter de réécrire des lettres de motivation..... 15% - Pour adresser un CV sur mesure et adaptable 15% - Pour mettre en évidence vos connaissances techniques 9% - Pour sonder la pertinence de votre CV 7% - Pour éviter d'être jugé sur des critères subjectifs (graphologie...)..... 6%
<p>Q2) À combien estimez-vous votre durée hebdomadaire de communication Internet ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Moins de 1 h14% - De 1 à 3 h.....27% - De 3 à 5 h.....24% - De 5 à 10 h.....14% - Plus de 10 h21% 	<p>Q8) Pour quel type d'emploi postulez-vous ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Commercial-marketing 14% - Gestion-comptabilité 13% - Informatique..... 25% - Autre 48%
<p>Q3) Par quel(s) moyen(s) prenez-vous connaissance des offres d'emploi qui vous amènent à postuler via Internet ? (question à réponses multiples ordonnées)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Moyen n° 1 = Internet 60% - Moyen n° 2 = Presse écrite 34% - Moyen n° 3 = Bouche à oreille..... 4% - Moyen n° 4 = Autres 2% 	<p>Q9) Pour ce type d'emploi, pensez-vous que les entreprises répondent plus facilement aux candidatures Internet ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pas d'accord du tout 7% - Plutôt pas d'accord..... 33% - Plutôt d'accord 53% - Tout à fait d'accord 7%
<p>Q4) Si cela se fait par l'intermédiaire d'Internet, dans quelles circonstances est-ce ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Par hasard, en naviguant sur le Web 5% - En recherchant précisément ce type d'annonce (site spécialisé...) 79% - Suite à une information fournie par un(e) collègue ou un(e) ami(e) .. 7% - Après avoir vu une publicité 6% - Autre 3% 	<p>Q10) Pensez-vous que la candidature via Internet puisse un jour remplacer définitivement la candidature papier ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Oui..... 53% - Non 38% - Ne se prononce pas 9%
<p>Q5) Dans vos recherches d'emploi, avez-vous utilisé Internet :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ponctuellement 13% - Régulièrement 45% - Souvent 16% - Toujours..... 26% 	<p>Q11) Pour vous, quel est le principal problème posé par les candidatures via Internet ? (question à réponses multiples ordonnées)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Problème n° 1 = Incertitude quant à la bonne réception du dossier 57% - Problème n° 2 = Possible non-confidentialité de la candidature 28% - Problème n° 3 = Utilisation détournée des informations transmises 15% - Problème n° 4 = Autres 0%
<p>Q6) Pour vous, une candidature (CV et lettre de motivation) via Internet est-elle :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Moins sérieuse qu'une candidature "papier" 5% - Aussi sérieuse 88% - Plus sérieuse 7% 	

Pas étonnant dans ces conditions que le problème principal posé par les candidatures via Internet réside dans l'incertitude quant à la bonne réception du dossier (cf. Q11). Nombre de candidats se plaignent de ne même pas recevoir un accusé de réception. En outre, il subsiste un doute au sujet de la transmission du contenu de l'e-mail à la personne compétente dans l'entreprise : « Ce n'est pas forcément le directeur ou le DRH qui capte en premier l'e-mail envoyé. Ce peut être simplement un autre informaticien par

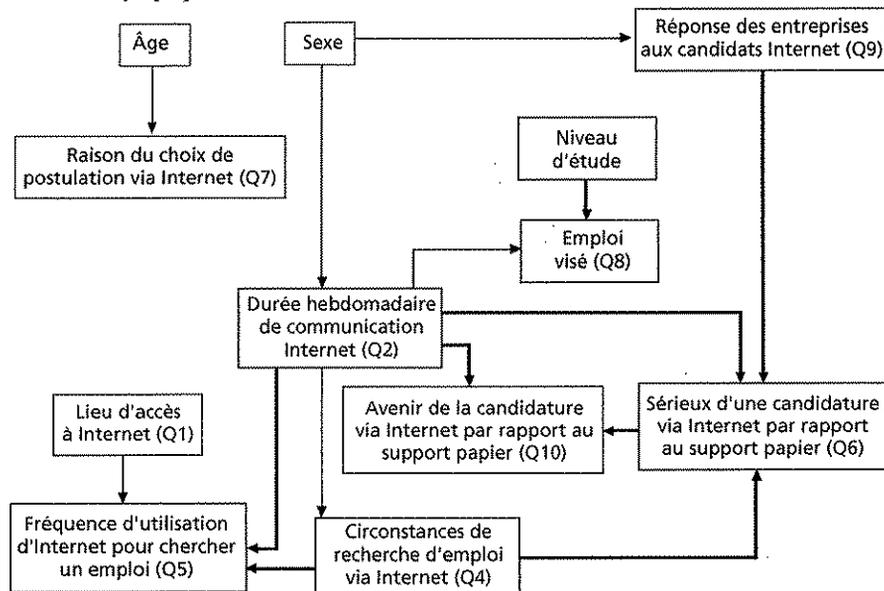
exemple qui voit en vous un futur concurrent. L'e-mail est alors simplement détruit, donc non transmis à la personne concernée ». Toutefois, comme le montrera l'analyse des interactions entre les variables, aucun lien statistiquement significatif ne peut être établi entre la question relative au principal problème posé par les candidatures via Internet (Q11) et la question concernant les emplois visés (Q8).

Internet est utilisé par des personnes qui croient à son essor, plus de la moitié des répondants estimant que la candidature via Internet remplacera à terme définitivement la candidature sur papier (Q10). Si les candidats à l'emploi paraissent convaincus de l'intérêt d'un marché de l'emploi en ligne, c'est parce qu'ils attendent des améliorations techniques au niveau des sites Internet : sites moins nombreux et plus spécialisés, actualisation des offres d'emploi, pertinence des offres proposées, techniques de filtre... On peut penser qu'ils espèrent également une évolution des mentalités des e-recruteurs vers une plus grande rigueur dans la gestion des demandes en ligne (accusé de réception, réponses), voire même un abandon de la graphologie. "Publier une annonce sur le Net et ensuite demander une lettre manuscrite me semble d'une ineptie totale", commente un répondant.

2.3 Les interactions entre les variables

Le schéma suivant présente un aperçu global des diverses interactions qui se sont révélées statistiquement significatives entre les variables.

Figure 1 - Vision synoptique de l'ensemble des relations entre les variables.



Légende :

La largeur des flèches témoigne d'une influence forte ($90\% < 1 - p < 95\%$) ou très forte ($1 - p > 95\%$), $1 - p$ étant la probabilité pour que la relation entre deux variables ne soit pas due au hasard (en application des tests du Chi2 ou de Fisher selon la nature des variables).

Variables indépendantes

Moyens de connaissances des offres d'emploi via Internet (Q3).
Principal problème posé par les candidatures via Internet (Q11).

L'étude de ces relations se fera sous quatre angles : conditions d'utilisation du marché de l'emploi en ligne ; motivations à la recherche d'emploi par le Net ; domaine de l'emploi visé ; image des e-recruteurs et du e-recrutement.

2.3.1 Les conditions d'utilisation du marché de l'emploi en ligne

La fréquence d'utilisation d'Internet pour rechercher un emploi est influencée par trois variables (voir tableau 3) :

- **les lieux d'accès à Internet (Q1)**. Contrairement aux individus qui ont leur domicile pour seul lieu d'accès à Internet, ceux qui fréquentent notamment les cyber-cafés sont ceux qui pratiquent le plus couramment la recherche d'emploi en ligne ;
- **les circonstances de recherche d'emploi via Internet (Q4)**. Les individus utilisant très souvent le nouveau mode de recrutement ont tendance à rechercher précisément ce type d'annonce (site spécialisé...) ou à trouver par hasard une annonce intéressante en naviguant sur le Web ;
- **la durée hebdomadaire de consommation Internet (Q2)**. Sans ambiguïté, on constate l'existence d'un lien positif entre le temps consacré à l'utilisation d'Internet en général et la fréquence d'utilisation de cet outil dans le cadre d'une recherche d'emploi.

Tableau 3 - Les déterminants de la fréquence d'utilisation d'Internet pour rechercher un emploi.

Variables	Modalités de réponse	Fréquence moyenne d'utilisation d'Internet pour rechercher un emploi (échelle de 1 à 4) Ponctuellement (1), Régulièrement (2), Souvent (3), Toujours (4)
Durée hebdomadaire de communication Internet (Q2)	Moins de 1 h	2,03
	De 1 à 3 h	2,41
	De 3 à 5 h	2,66
	De 5 à 10 h	2,79
	Plus de 10 h	2,80
	MOYENNE	2,55
	(test de Fisher : V inter = 4,13, V intra = 0,97, F = 4,25, 1 - p = 99,74 %)	
Circonstances de recherche d'emploi via Internet (Q4)	En recherchant précisément ce type d'annonce (site spécialisé...)	2,65
	Par hasard, en naviguant sur le Web	2,64
	Suite à une information fournie par un(e) collègue ou un(e) ami(e)	2,13
	Après avoir vu une publicité	2,08
	MOYENNE	2,55
	(test de Fisher : V inter = 2,52, V intra = 0,90, F = 2,80, 1 - p = 95,99 %)	
Lieu(x) d'accès à Internet (Q1) (après regroupement des combinaisons pertinentes)	Cyber-café notamment	3,31
	Lieu de travail uniquement	2,57
	Domicile + lieu de travail	2,55
	Domicile uniquement	2,44
	MOYENNE	2,55
	(test de Fisher : V inter = 2,36, V intra = 0,99, F = 2,38, 1 - p = 94,79 %)	

Notons l'influence de la variable sexe sur la durée hebdomadaire de communication Internet, les hommes étant sur-représentés au sein de la population des internautes très pratiquants (voir tableau 4).

Tableau 4 - Répartition des hommes et des femmes selon le temps de connexion à Internet.

	Moins de 3 h	De 3 à 5 h	Plus de 5 h	TOTAL
Masculin	37%	26%	36%	100%
Féminin	55%	18%	27%	100%
MOYENNE	41%	25%	34%	100%

(test du chi2 : chi2 = 5,18, ddl = 2, 1 - p = 92,50 %)

Précisons également l'influence de la durée hebdomadaire de communication Internet (Q2) sur les circonstances de recherche d'emploi par l'intermédiaire de ce média (Q4). Les rares candidats qui prennent connaissance d'une offre intéressante "par hasard, en naviguant sur le Web" sont des consommateurs particulièrement importants d'Internet (voir tableau 5).

Tableau 5 - L'impact de la durée hebdomadaire de consommation Internet sur les circonstances de recherche d'emploi via Internet.

Circonstances de recherche d'emploi via Internet	Durée hebdomadaire de consommation Internet (échelle de 1 à 5) Moins de 1 h (1), de 1 à 3 h (2), de 3 à 5 h (3), de 5 à 10 h (4), plus de 10 h (5)
Par hasard, en naviguant sur le Web	3,36
En recherchant précisément ce type d'annonce (site spécialisé...)	3,11
Suite à une information fournie par un(e) collègue ou un(e) ami(e)	2,47
Après avoir vu une publicité	2,46
MOYENNE	3,00

(test de Fisher : $V_{inter} = 3,92$, $V_{intra} = 1,66$, $F = 2,37$, $1 - p = 92,99\%$)

2.3.2 Les motivations à l'utilisation du marché de l'emploi en ligne

Les raisons motivant les individus à s'intéresser au e-recrutement (Q7) sont assez homogènes. On aurait pu imaginer une distinction des motivations selon le domaine de l'emploi visé, le niveau d'études, les possibilités d'accès à Internet ou encore le temps passé à surfer sur le Web. Seul l'âge des répondants se révèle être un facteur discriminant (voir tableau 6).

Tableau 6 - L'impact de l'âge sur les raisons du choix de postulation via Internet.

Raisons du choix de postulation via Internet							
ÂGE	Pour la rapidité et la fonctionnalité des services Internet	Pour éviter de réécrire des lettres de motivation	Pour adresser un CV sur mesure et adaptable	Pour mettre en évidence vos connaissances techniques	Pour sonder la pertinence de votre CV	Pour éviter d'être jugé sur des critères subjectifs (graphologie)	TOTAL
Moins de 25 ans	54%	26%	6%	3%	0%	11%	100%
De 25 à 30 ans	43%	20%	18%	9%	6%	4%	100%
De 30 à 35 ans	49%	8%	20%	8%	9%	6%	100%
De 35 à 40 ans	49%	21%	11%	4%	10%	5%	100%
+ de 40 ans	47%	12%	14%	15%	4%	7%	100%
MOYENNE	48%	15%	15%	9%	7%	6%	100%

(test du χ^2 : $\chi^2 = 35,04$, $ddl = 20$, $1 - p = 98,01\%$)

On peut remarquer les opinions tranchées des "moins de 25 ans" pour expliquer leur recours au marché de l'emploi en ligne. Ils constituent en effet la population la plus représentée dans les critères «pour la rapidité et la fonctionnalité des services Internet», «pour éviter de réécrire des lettres de motivation» et «pour éviter d'être jugé sur des critères subjectifs (graphologie...)». Au contraire, les "moins de 25 ans" correspondent à la population la moins représentée dans les critères «pour adresser un CV sur mesure et adaptable», «pour mettre en évidence vos connaissances techniques» et «pour sonder la pertinence de votre CV».

On peut également souligner la sur-représentation des "plus de 40 ans" dans la strate ayant répondu «pour mettre en évidence vos connaissances techniques». Pour cette population plus "âgée", l'utilisation d'Internet semble représenter un moyen de montrer qu'on est capable de travailler dans un environnement moderne.

2.3.3 Le domaine de l'emploi visé

Comme le montre le tableau 7, deux éléments influent sur le domaine de l'emploi visé (Q8). Celui-ci varie en premier lieu suivant le niveau d'études. Le domaine de l'informatique est celui où le niveau d'études moyen est le plus bas (toute proportion gardée car 3,02 correspond à un niveau moyen de Bac + 4).

À l'opposé, les emplois ne concernant ni l'informatique, ni le commercial-marketing, ni la gestion-comptabilité sont postulés via Internet par des personnes ayant un niveau d'études particulièrement élevé. Le domaine de l'emploi visé varie en second lieu selon la durée hebdomadaire de communication Internet (Q2).

Contrairement à ce que l'on pourrait penser, les candidats à des emplois en informatique passent moins de temps sur Internet que ceux visant des postes en gestion-comptabilité et surtout en commercial-marketing. Cela pourrait en partie s'expliquer par le souci des informaticiens de limiter leur fatigue visuelle sur écran d'ordinateur.

Tableau 7 - L'impact du niveau d'études et de la durée hebdomadaire de communication Internet sur le domaine de l'emploi visé.

Emploi visé	Niveau d'études moyen (échelle de 1 à 5) Bac (1), Bac + 2 (2), Bac + 4 (3), Bac + 5 (4), Supérieur à Bac + 5 (5)	Durée hebdomadaire moyenne de communication Internet (échelle de 1 à 5) Moins de 1 h (1), de 1 à 3 h (2), de 3 à 5 h (3), de 5 à 10 h (4), plus de 10 h (5)
Commercial-marketing	3,15	3,42
Gestion-comptabilité	3,43	3,14
Informatique	3,02	3,10
Autre	3,63	2,81
MOYENNE	3,38	3,00
Test de Fisher	V inter = 5,43, V intra = 1,04, F = 5,23, 1 - p = 99,82 %	V inter = 3,71, V intra = 1,75 F = 2,12, 1 - p = 90,31 %

2.3.4 L'image des e-recruteurs et du e-recrutement

La perception de l'attitude des entreprises face aux candidatures Internet (Q9) diffère uniquement selon le sexe du postulant, les hommes ayant globalement une meilleure opinion que les femmes concernant la capacité ou la volonté des entreprises à répondre aux candidatures Internet (voir tableau 8). Machisme des entreprises, l'informatique étant encore un domaine plutôt masculin, ou biais de perception des candidats et candidates à l'emploi ?

Tableau 8 - La perception de l'attitude des entreprises face aux candidatures Internet selon le sexe des postulants.

	Les entreprises répondent plus facilement aux candidatures Internet		TOTAL
	"Pas d'accord du tout" ou "Plutôt pas d'accord"	"Plutôt d'accord" ou "Tout à fait d'accord"	
Masculin	38%	62%	100%
Féminin	51%	49%	100%
MOYENNE	40%	60%	100%
(test du Chi 2 : $\chi^2 = 2,84$, ddl = 1, 1 - p = 90,83 %)			

Là encore, le domaine de l'emploi visé n'exerce pas d'influence sur les réponses, alors qu'on aurait pu penser que les candidats à des postes relevant de l'informatique bénéficient d'un meilleur traitement de la part d'entreprises pour lesquelles la messagerie électronique fait par définition partie de la culture (même si des postes d'informaticiens peuvent concerner des entreprises n'appartenant pas au secteur informatique). On peut se demander si les candidats informaticiens n'obtiennent effectivement pas plus de réponses que les autres candidats ou bien s'il s'agit simplement d'un biais de perception lié à des exigences plus élevées de leur part.

Quant à l'opinion des internautes de l'emploi concernant le sérieux d'une candidature via Internet par rapport au support papier (Q6), elle est conditionnée par les trois variables suivantes :

- **les circonstances de recherche d'emploi via Internet** (Q4). Les personnes qui recherchent précisément une annonce sur un site spécialisé notamment ont une meilleure image du sérieux de la candidature Internet que celles qui postulent à un emploi à la suite d'une navigation hasardeuse sur le Web, d'une influence publicitaire ou d'une information fournie par une tierce personne ;
- **l'attitude des entreprises face aux candidatures Internet** (Q9). Plus les individus considèrent que les entreprises répondent facilement aux candidatures Internet, meilleure est leur opinion du sérieux de telles candidatures ;
- **la durée hebdomadaire de consommation Internet** (Q2). Les individus passant beaucoup de temps sur Internet estiment que la candidature électronique est au moins aussi satisfaisante que le support papier.

L'opinion des internautes de l'emploi concernant le sérieux d'une candidature Internet par rapport au support papier est non seulement une variable à expliquer (dont on vient de voir les déterminants) mais également une variable explicative. Elle exerce en effet un impact sur la perception de l'avenir de la candidature via Internet (Q10). On observe, dans la population des individus considérant que les candidatures Internet remplaceront à terme le support papier, une nette sur-représentation des individus ayant une image positive du sérieux des candidatures Internet. La durée hebdomadaire de communication Internet (Q2) exerce également un rôle dans la façon de percevoir l'avenir du e-recrutement, les grands utilisateurs d'Internet ayant tendance à envisager avec enthousiasme le lendemain des candidatures électroniques.

Conclusion

Cette enquête par e-questionnaire auquel 238 "internautes de l'emploi" ont répondu montre que conformément aux constats déjà opérés par d'autres études, le marché de l'emploi en ligne n'est pas réservé aux professions relevant de l'informatique, ce domaine ne représentant qu'un quart des emplois visés. En outre, si la perception du sérieux de la candidature Internet et de l'avenir du e-recrutement est globalement positive, elle reste sans lien avec le type d'emploi visé. Ce qui signifie que les informaticiens croient autant que les autres, mais pas davantage, au recrutement par Internet.

L'e-recrutement est plutôt pratiqué par des passionnés d'Internet, même si le temps de connexion hebdomadaire au média reste très hétérogène. Globalement, les internautes de l'emploi ne sont pas de simples individus "curieux de voir comment ça marche". Ils recourent très régulièrement au marché de l'emploi en ligne, appréciant avant tout sa rapidité et sa fonctionnalité. Ils apprécient aussi l'absence d'écriture de lettres de motivation (en particulier pour les "moins de 25 ans") et la possibilité d'adresser un CV sur mesure et adaptable (en particulier pour les "25-35 ans"). Par contre, à l'exception des "plus de 40 ans", le désir de mettre en évidence ses connaissances techniques reste une motivation très marginale.

Si les personnes interrogées semblent être convaincues des atouts du e-recrutement, l'attitude des e-recruteurs est perçue comme n'étant pas toujours en phase avec une nouvelle technologie qui exige un minimum d'adaptation culturelle. À l'instar de ce qui prévaut en matière de commerce électronique, le bon développement du e-recrutement paraît subordonné à l'existence d'un climat de confiance dont les fondements semblent pour l'heure bien fragiles. D'une part, parce que les candidats à l'emploi ne sont pas toujours rassurés sur la bonne réception du dossier par la personne compétente dans l'entreprise. D'autre part, parce que la demande formulée par nombre d'employeurs en faveur d'une lettre manuscrite est perçue comme incompatible avec l'esprit du e-recrutement.

On peut donc souhaiter que les e-recruteurs soient plus clairs et diligents et espérer, comme l'ont exprimé les jeunes candidats à l'emploi, que l'avènement du recrutement en ligne fera cesser l'utilisation de la graphologie, technique de sélection que les anglo-saxons n'hésitent pas à qualifier de "french disease".

Bibliographie

- Bonnefoy D.** (2001), "L'e-recrutement " accélérateur de carrière ?", *ANDCP-Personnel*, n° 418, mars-avril, p. 46-49.
- Courrier cadres**, 2000, "Recrutement en ligne... Est-ce que ça marche ?", n° 1367, 13 octobre, p. 21-30.
- Cerdin J.L. et Peretti J.M.**, "Les jeunes diplômés et l'e-recrutement", *ANDCP-Personnel*, n° 428, mars-avril 2002, p. 10-15.
- Crozier M.** (1963), "Le phénomène bureaucratique", *Paris, Éditions du Seuil*.
- Entreprise & Carrières** (2001), e-GRH. Internet séduit les DRH", *supplément du n° 590, 25 septembre, p. 4-13*.
- Entreprise & Carrières** (2000a), "Comment Internet révolutionne le recrutement", n° 522, 28 mars-3 avril, p. 12-14.
- Entreprise & Carrières** (2000b), "Gestion des ressources humaines. Tout ce qu'Internet va changer", n° 537/538, 11 juillet-28 août, p. 11-15.
- L'entreprise** (2001), "J'ai testé 10 sites Web de recrutement", n° 189, juin, p. 127-130.
- L'entreprise** (2000), "4 formules pour recruter par Internet", n° 179, septembre, p. 64-68.
- Liaisons sociales** (2001), "E-recrutement : le marché s'éclaircit" n° 118, janvier, p. 71-77.
- Germain M.** (1998), "L'intranet", *Paris, Economica Poche Gestion*.
- Henriet B. et Imbert M.** (2002), "DRH : tirez parti des technologies", *Paris, Les Éditions d'Organisation*.
- d'Iribarne P.** (1989), "La logique de l'honneur : gestion des entreprises et traditions nationales", *Paris, Seuil*.
- Kludze H. et Rowe W.G.**, "Le rôle de la confiance dans le commerce électronique : une analyse stratégique", *Gestion*, n° hors-série 2002, p. 80-90.
- Petit M. et Picq T.** (1999), "Évolution des pratiques d'autonomie et de contrôle. Le cas du management d'équipes", *in actes du 10^e congrès de l'AGRH intitulé "La GRH : contrôle et autonomie", tome 2, Lyon, 9-10 septembre, p. 801-812*.
- Roche L. et Sadowsky J.** (2000), "La résistance des salariés à la high-tech", *L'Expansion Management Review*, n° 99, décembre, p. 44-50.
- Sutte, P.E.** (2001), "Les nouveaux enjeux du 'e-recrutement'", *Personnel-ANDCP*, n° 420, juin, p. 5-12

