

# Les réseaux sociaux montent en puissance dans le recrutement

Les recruteurs et responsables RH romands utilisent de plus en plus les réseaux sociaux pour recruter, indique une étude de l'Université de Fribourg. Le nombre de contacts sur LinkedIn grimpe lui aussi fortement. Analyse.



**Bertrand Audrin** est assistant diplômé à l'Université de Fribourg et Unidistance.



**Marine Cerf** est étudiante en Master à l'Université de Fribourg.



**Eric Davoine** est professeur ordinaire à la Chaire Ressources humaines et organisation (RHO) de l'Université de Fribourg. [www.unifr.ch/rho](http://www.unifr.ch/rho)

Depuis quelques années, les réseaux sociaux, Facebook, Twitter, LinkedIn ou encore Xing font partie intégrante de notre vie quotidienne, dans l'environnement privé comme dans l'environnement professionnel. Ces outils permettent à leurs utilisateurs de partager du contenu, d'échanger des messages avec leurs contacts, de se tenir informé ou encore de gérer leurs relations – professionnelles et privées – à distance. Leur utilisation à des fins de recrutement avait fait l'objet

«Parallèlement, on remarque une baisse significative du recours aux annonces presse et aux intermédiaires (sauf pour les postes plus difficiles à pourvoir).»

Bertrand Audrin, Université de Fribourg

d'une précédente étude en 2009, menée auprès de 150 responsables RH et recruteurs romands. Cette utilisation restait marginale et nous avons mis en évidence les freins et résistances des utilisateurs. En 2015, nous avons décidé de relancer une enquête similaire par questionnaire pour mesurer l'évolution des pratiques et des perceptions. Le questionnaire s'intéresse aux instruments de recherche de candidats utilisés dans le recrutement, à la fréquence d'utilisation et la satisfaction donnée par les réseaux sociaux dans le recrutement ainsi qu'aux freins et aux motivations à l'utilisation de ces outils. Avec le soutien de la société Careerplus, nous avons pu obtenir 165 questionnaires de professionnels RH de Suisse romande.

## Une utilisation des réseaux sociaux en forte hausse

Le tableau 1 montre qu'en six ans, le recours aux réseaux sociaux dans le recrutement a connu une augmentation significative entre 2009 et 2015, pour les recrutements courants comme pour les postes plus difficiles à pourvoir. En ce qui concerne les outils, nos répondants suisses romands de 2015 plébiscitent LinkedIn (avec 51,1 % d'utilisation régulière), devant Twitter (11,4 %) et Facebook (9,2 %). On observe également une augmentation (non significative) de l'utilisation des portails d'emploi et une augmentation du recours aux services

des ORP et aux réseaux personnels. Parallèlement, on remarque une baisse significative du recours aux annonces presse et aux intermédiaires (sauf pour les postes plus difficiles à pourvoir).

## Les raisons d'une utilisation plus fréquente

Le tableau 2 permet d'identifier plusieurs changements positifs de perception à l'égard des réseaux sociaux. En 2015, le partage d'information et le suivi des carrières professionnelles de son réseau sont les principales motivations des recruteurs pour l'utilisation de ces réseaux sociaux. Par rapport à l'enquête de 2009, il y a une différence de perception significative sur les réseaux sociaux comme outil marketing bon marché, permettant de réduire les coûts de recrutement, comme moyen de recherche de compétences de manière ciblée et comme outil de gestion du carnet d'adresses.

Les répondants de 2015 valorisent plus la fonction de mise en relation des réseaux sociaux. Leur opinion concernant la capacité de mettre en contact, de rester en contact ou d'entretenir son réseau est significativement plus positive que celle des répondants de 2009. Cela s'explique notamment par l'augmentation du nombre de contacts en ligne des répondants. Alors qu'ils étaient moins de 10 % de l'échantillon 2009 à

«Alors qu'ils étaient moins de 10 % de l'échantillon 2009 à avoir plus de 200 contacts sur LinkedIn, ils sont plus de 50 % dans cette situation dans l'échantillon 2015.»

Marine Cerf, Université de Fribourg

avoir plus de 200 contacts sur LinkedIn, ils sont plus de 50 % dans cette situation dans l'échantillon 2015. L'augmentation du nombre de membres sur les réseaux sociaux et du nombre de connexions entre ceux-ci augmente l'intérêt de l'outil.

## Les limites de l'outil

Globalement, la satisfaction dans l'utilisation des réseaux est plus élevée. Les scores concernant la fiabilité, la professionnalité et le respect de la vie privée sont également en augmen-

tation significative, mais ces valeurs restent moyennes voire faibles (moins de 4 sur une échelle de 7) pour le respect de la vie privée et la fiabilité. Les répondants insistent surtout sur l'investissement en temps demandé par ces réseaux. Le caractère chronophage de ces outils était déjà considéré comme le frein principal lors de la précédente étude de 2009. En 2015, les participants à l'étude relèvent eux aussi cet obstacle et reconnaissent consacrer du temps à l'entretien de leurs réseaux pendant et hors de leur temps de travail.

### Conclusion

Notre étude, réalisée sur deux échantillons distincts mais comparables de recruteurs de Suisse romande, montre que les réseaux sociaux sont indéniablement un phénomène en expansion. Leur utilisation dans le cadre des processus de recrutement est en très nette hausse, particulièrement pour les recrutements difficiles. Cette évolution peut s'expliquer par l'augmentation du nombre de membres présents sur les réseaux sociaux. Des plateformes comme LinkedIn bénéficient d'un véritable « effet de réseau » : l'utilité de

disposer d'un compte est d'autant plus grande qu'il y a de membres sur le réseau. La présence toujours plus importante des recruteurs sur les réseaux alimente celle des candidats, et vice-versa. A l'heure actuelle, il semble être impossible pour un recruteur ou un candidat averti de ne pas être présent sur ces plateformes. Les questions qui se posent aujourd'hui concernent les meilleures pratiques et stratégies à adopter pour une gestion de réseau plus efficace, pour les candidats comme pour les recruteurs.

Bertrand Audrin, Marine Cerf et Eric Davoine

#### Tableau 1

Sources utilisées lors de la recherche de candidats pour un recrutement général*	Fréq. moyenne d'utilisation 2009-2015	Significativité des variances
1. Les annonces dans la presse spécialisée et grand public	4,1 3,03	,000
2. Les offices de placement publics (ORP)	3 3,24	,266 (NS)
3. Les agences de placement privées ou les cabinets de recrutement	4,3 3,7	,008
4. Le site web de l'entreprise	5,7 5,56	,370 (NS)
5. Les portails d'emploi (JobUp...)	4,9 5,22	,131 (NS)
6. L'affichage interne de l'entreprise ou son site intranet	5,4 5,15	,217 (NS)
7. Des réseaux professionnels	3,5 4,05	,047
8. Des réseaux sociaux électroniques	2,2 3,92	,000
9. Les forums universitaires ou des Hautes Ecoles	3,2 2,63	,010
10. Les chasseurs de têtes ou l'executive search	3 2,3	,004
Sources utilisées lors de la recherche de candidats pour un poste plus difficile à pourvoir*	Fréq. moyenne d'utilisation 2009-2015	Significativité des variances
1. Les annonces dans la presse spécialisée et grand public	4,5 3,52	,000
2. Les offices de placement publics (ORP)	2 2,6	,019
3. Les agences de placement privées ou les cabinets de recrutement	4,9 4,91	,699 (NS)
4. Le site web de l'entreprise	5,5 5,4	,489 (NS)
5. Les portails d'emploi (JobUp...)	4,8 5,17	,096 (NS)
6. L'affichage interne de l'entreprise ou son site intranet	5,2 4,92	,190 (NS)
7. Des réseaux professionnels	4,3 4,77	,113 (NS)
8. Des réseaux sociaux électroniques	2,4 4,48	,000
9. Les forums universitaires ou des Hautes Ecoles	2,9 3	,341 (NS)
10. Les chasseurs de têtes ou l'executive search	4,3 3,52	,006

\* de 1 (jamais) à 7 (toujours)

#### Tableau 2

Freins et motivations à l'utilisation de réseaux sociaux numériques par les recruteurs*	Degré moyen d'accord 2009-2015	Significativité des variances
Les sites de réseaux sociaux numériques...		
permettent de partager de l'information	4,66 5,45	,000
permettent le suivi des carrières professionnelles de nos contacts	4,61 5,43	,000
sont utiles pour tenir à jour son carnet d'adresses	4,57 5,28	,000
sont un bon moyen de nouer des contacts dans le monde entier	4,8 5,14	,068 (NS)
sont un outil marketing à bas prix	4,39 5,09	,000
sont un moyen de réduire les coûts de recrutement	4,35 5,01	,001
permettent de chercher des compétences de manière ciblée	4,1 4,98	,000
permettent de nouer un premier contact avec une personne inconnue	4,63 4,96	,056 (NS)
permettent de garder contact avec des personnes connues	4,91 4,76	,612 (NS)
permettent de chercher des personnes avec des centres d'intérêt particuliers	4,42 4,68	,052 (NS)
permettent la traçabilité des prises de contact	3,97 4,33	,041
sont des services de qualité professionnelle	3,14 4,06	,000
sont fiables et dignes de confiance	3,02 3,58	,003
respectent la vie privée des usagers	2,72 3,22	,019
exigent d'y consacrer du temps pendant les heures de travail	5,16 5,52	,000
exigent d'y consacrer du temps pendant les heures de loisir	4,53 4,45	,818 (NS)
sont sources de cookies et de spams	4,22 4,26	,879 (NS)

\* de 1 (pas du tout d'accord) à 7 (tout à fait d'accord)