

Une enquête auprès de recruteurs suisses

Existe-t-il un « Röstigraben » dans le recrutement ?

Les réseaux sociaux numériques font désormais partie de notre vie quotidienne. Mais qu'en est-il de leur utilisation dans le recrutement ? Selon une étude menée par l'Université de Fribourg, leur usage reste encore faible dans le processus de recrutement. D'autres outils Internet (portails, sites web d'entreprise...) ont pris de l'importance. On peut identifier des différences d'utilisation entre recruteurs romands et alémaniques. De Bertrand Audrin*, Marine Cerf et Eric Davoine**.**

Depuis bientôt dix ans, les réseaux sociaux, Facebook, Twitter, LinkedIn et Xing ont pris leur place dans notre quotidien. Dans la vie privée comme dans la vie professionnelle, ils permettent de se tenir informé, de gérer ses relations, de partager du contenu et d'échanger. Au sein de la fonction RH, on s'interroge sur l'intérêt que représentent ces réseaux sociaux pour la gestion des ressources humaines. Comment sont-ils utilisés ? Notre étude offre une représentation de l'utilisation de ces outils par les recruteurs de Suisse en 2015 et met en évidence les différences entre Suisse romands et alémaniques.

Une utilisation globalement encore relativement basse des réseaux sociaux numériques. Durant l'été 2015, nous avons réalisé avec l'aide du groupe Careerplus une enquête par questionnaire auprès de responsables RH et recruteurs suisses. Nous avons pu obtenir un retour de 396 questionnaires exploitables, avec 165 questionnaires pour la région romande et 231 pour la région alémanique, avec 2 échantillons comparables en matière de taille d'entreprise et de profils des recruteurs (sexe, âge et formation). Le questionnaire portait sur les instruments de recherche de candidats utilisés dans le recrutement, les freins et motivations à l'emploi des réseaux sociaux numériques, leur fréquence d'utilisation et la satisfaction qu'ils apportent. Ce questionnaire est le même que celui d'une enquête en Suisse romande menée en 2009.

Il ressort de l'enquête de 2015 que l'utilisation des réseaux sociaux numériques est

en hausse par rapport à notre étude de 2009 mais qu'elle n'est pas (encore ?) systématique pour tous les recrutements en Suisse. Le tableau 1 montre que les réseaux sociaux numériques ne se trouvent qu'au septième rang des outils utilisés dans le cadre d'un recrutement en Suisse, qu'il s'agisse d'un recrutement normal ou d'un poste plus difficile à pourvoir. Mais par rapport à 2009, les recruteurs utilisent de plus en plus Internet : le site Internet de l'entreprise et les portails d'emploi arrivent en tête avec l'affichage interne et la plateforme intranet.

Des utilisations différentes des outils. L'étude permet même de distinguer une « utilisation alémanique » d'une « utilisation romande » du numérique dans le recrutement. Le tableau 1 montre un véritable clivage entre réseaux professionnels romands et alémaniques. Les recruteurs alémaniques ont une utilisation significativement plus systématique du site web de l'entreprise et des portails emploi, alors que leurs collègues romands utilisent de manière plus systématique les outils « relationnels ». En effet, l'utilisation des réseaux sociaux numériques est significativement plus élevée chez les recruteurs de Suisse romande que chez les recruteurs alémaniques.

Si l'on regarde les freins et motivations (tableau 2), recruteurs romands et alémaniques semblent d'accord pour dire que le principal inconvénient des réseaux sociaux numériques est l'investissement en temps nécessaire pour entretenir son réseau en ligne, que ce soit sur le temps de travail ou pendant le temps libre. D'une manière

générale, la confiance à l'égard des réseaux sociaux numériques reste assez faible, notamment en ce qui concerne la question du respect de la vie privée des usagers (entre 3 et 3,5 sur 7). Les recruteurs mettent toutefois en avant l'intérêt des réseaux sociaux numériques pour la mise en relation et le suivi des contacts, pour la recherche de compétences ciblées, la facilitation de la prise de contact et la réduction des coûts de recrutement. Mais les recruteurs romands jugent plus utile que les recruteurs aléma-



* Bertrand Audrin est assistant diplômé à l'Université de Fribourg et Uni-distance.



**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/rhoitel

niques les réseaux sociaux numériques pour gérer leur carnet d'adresse et pour garder le contact avec des personnes connues. Les deux populations ne se trouvent pas non plus sur les mêmes plateformes. Les alémaniques privilégieront Xing de manière significativement plus élevée que les romands. Ces derniers favoriseront plus significativement LinkedIn (85 pour cent des recruteurs romands) ou encore Viadeo. Le nombre de contacts dont disposent les recruteurs sur les réseaux est un autre indicateur de la différence d'utilisation entre les deux populations. Alors que 63.3 pour cent de notre échantillon de recruteurs romands utilisant LinkedIn ont plus de 200 contacts, seuls 18,75 pour cent des recruteurs alémaniques utilisant LinkedIn et 20.7 pour cent des recruteurs alémaniques utilisant Xing ont plus de 200 contacts. Cela laisse supposer un réseau numérique romand plus développé, sur lequel les recruteurs auraient plus de contacts et d'interconnexions. Cette différence significative est à mettre en lien avec une utilisation différenciée des médias sociaux. Une présence en ligne plus forte augmente l'intérêt des réseaux sociaux numériques pour le recrutement et la gestion des relations.

Conclusion

Notre étude réalisée sur un échantillon de recruteurs de Suisse montre d'une part une utilisation devenue systématique des outils de recrutement en ligne (site internet de l'organisation et portails emplois) et d'autre part une utilisation des plateformes sociales numériques encore relativement timide. L'enquête met surtout en avant des comportements et des opinions très différentes entre alémaniques et romands vis à vis des réseaux sociaux. Les recruteurs et responsables RH romands semblent utiliser plus souvent les réseaux sociaux pour leur processus de recrutement. Cela peut s'expliquer par le nombre de contacts en ligne dont ils disposent, plus élevé que celui de leurs confrères alémaniques. Plus important, l'utilisation de plateformes différentes dans les deux régions linguistiques représente potentiellement un véritable « röstigraben » électronique, surtout si l'utilisation des médias sociaux était amenée à se développer, puisque cela signifie que les réseaux de contacts francophones et germanophones risquent de co-exister sans avoir l'infrastructure technologique qui permettrait de les croiser.

RÉSUMÉ

Gibt es einen « Röstigraben » bei Online-Rekrutierungspraktiken?

Eine Umfrage mit Personalverantwortlichen der Schweiz

Seit ungefähr zehn Jahren haben die sozialen Medien in unserem täglichen Leben einen festen Platz. Im HR-Bereich stellt sich die Frage nach dem Wert dieser neuen Kanäle für das Personalmanagement. Eine neue Studie der Universität Freiburg (Abteilung HR und Organisation der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät) bietet einen Überblick über die Anwendung dieser digitalen Instrumente durch Personalverantwortliche in der Schweiz und zeigt Unterschiede zwischen Französisch- und Deutschsprachigen auf. Die Studie basiert auf einer Fragebogenerhebung durch Careerplus im Sommer 2015 bei Personalverantwortlichen in der Schweiz. Im Ergebnis wurden 396 Fragebogen (165 aus der Romandie, 231 aus der Deutschschweiz) ausgewertet.

Den Angaben zufolge werden die sozialen Medien (noch?) nicht systematisch für alle Rekrutierungen in der Schweiz verwendet. Sie befinden sich nur an siebter Stelle der verwendeten Instrumente, die im Rahmen einer Personalrekrutierung zum Zuge kommen.

Die Studie erlaubt es, zwischen einer unterschiedlichen Nutzung in der Deutschschweiz und in der Westschweiz der Online-Tools im Rekrutierungsprozess zu unterscheiden. Die deutschsprachigen HR-Verantwortlichen haben eine erheblich systematischere Verwendung der Unternehmenswebseiten und Stellenportale, während die französischsprachigen HR-Verantwortliche soziale Online-Netzwerke häufiger nutzen.

Ein weiterer Unterschied zwischen den Sprachgruppen ist die Verwendung der professionellen Online-Netzwerke. Deutschschweizer nutzen Xing erheblich häufiger als Westschweizer. Diese hingegen verwenden eher LinkedIn (85 Prozent der HR-Verantwortliche in der Westschweiz) oder Viadeo.

Die Studie zeigt einerseits eine systematische Nutzung der Online-Rekrutierungstools (Websites von Unternehmen und Stellenportale) und andererseits eine noch relativ geringe Nutzung der sozialen Medien auf. Andererseits stellt die Nutzung von unterschiedlichen Plattformen in den zwei Sprachregionen einen echten numerischen „Röstigraben“ dar, insbesondere wenn die Verwendung der sozialen Online-Netzwerke in Zukunft zunehmen würde. Dies würde bedeuten, dass beide Netzwerke nebeneinander existieren, ohne die technologische Möglichkeit, sie miteinander zu verbinden

Echantillon Romand			Echantillon Alémanique				
n=165			n=231				
Genre							
Masculin 36%		Féminin 64%		Masculin 29%		Féminin 71%	
Catégorie d'âge							
7%		20 – 29 ans		8%			
34%		30 – 39 ans		27%			
36%		40 – 49 ans		28%			
22%		50 – 59 ans		32%			
1%		60 – 69 ans		5%			
Formation							
24%		Brevet		24%			
11%		HES		28%			
42%		Université		25%			
5%		Maturité		4%			
3%		CFC		4%			
15%		Autre		15%			
Taille d'entreprise							
Petite Entreprise 20%	Moyenne entreprise 34%	Grande Entreprise 46%	Petite Entreprise 15%	Moyenne entreprise 44%	Grande Entreprise 41%		

Tableau 3 : composition détaillée de l'échantillon

Sources utilisées lors de la recherche de candidats pour un recrutement général de 1 (jamais) à 7 (toujours)	Fréquence moyenne d'utilisation CHFR - CHDE	Différence de moyennes (p-valeur)
1. Les annonces dans la presse	3.03	,313 (NS)
	3.23	
2. Les offices de placement publics (ORP)	3.24	,000 (***)
	2.52	
3. Les agences de placement	3.7	,407 (NS)
	3.84	
4. Le site web de l'entreprise	5.56	,000 (***)
	6.54	
5. Les portails d'emploi (JopUp...)	5.22	,000 (***)
	6.32	
6. L'affichage interne de l'entreprise ou son site intranet	5.15	,076 (NS)
	5.55	
7. Des réseaux professionnels	4.05	,001 (**)
	4.61	
8. Des réseaux sociaux électroniques	3.92	,001 (**)
	3.18	
9. Les forums universitaires ou des Hautes Ecoles	2.63	,596 (NS)
	2.74	
10. Les chasseurs de têtes ou l'executive search	2.3	,961 (NS)
	2.34	

Tableau 1 : Sources utilisées lors de la recherche de candidats (396 répondants)

Freins et motivations à l'utilisation de réseaux sociaux numériques par les recruteurs de 1 (pas du tout d'accord) à 7 (tout à fait d'accord) Les sites de réseaux sociaux numériques...	Degré moyen d'accord CHFR - CHDE	Différence de moyennes (p-valeur)
1. sont un moyen de réduire les coûts de recrutement	5.01	,000 (***)
	4.2	
2. sont un outil marketing à bas prix	5.09	,075 (NS)
	4.8	
3. exigent d'y consacrer du temps pendant les heures de travail	5.52	,026 (*)
	5.21	
4. permettent de chercher des personnes avec des centres d'intérêt particuliers	4.68	,088 (NS)
	4.95	
5. sont un bon moyen de nouer des contacts dans le monde entier	5.14	,298 (NS)
	5.34	
6. permettent de nouer un premier contact avec une personne inconnue	4.96	,420 (NS)
	5.09	
7. permettent de chercher des compétences de manière ciblée	4.98	,033 (*)
	4.6	
8. permettent le suivi des carrières professionnelles de nos contacts	5.43	,013 (*)
	5.05	
9. sont utiles pour tenir à jour son carnet d'adresses	5.28	,000 (***)
	3.97	
10. permettent de garder contact avec des personnes connues	4.76	,001 (**)
	5.4	
11. permettent de partager de l'information	5.45	,034 (*)
	5.13	
12. sont fiables et dignes de confiance	3.58	,131 (NS)
	3.29	
13. permettent la traçabilité des prises de contact	4.33	,342 (NS)
	4.49	
14. respectent la vie privée des usagers	3.22	,285 (NS)
	3.01	
15. sont des services de qualité professionnelle	4.06	,811 (NS)
	4.01	
16. sont sources de cookies et de spam	4.26	,078 (NS)
	3.94	
17. exigent d'y consacrer du temps pendant les heures de loisir	4.45	,811 (NS)
	4.44	
18. accélèrent et facilitent la prise de contact entre recruteur et recruté	4.44	,013 (*)
	4.43	

Tableau 2 : Freins et motivations à l'utilisation des réseaux sociaux électroniques (235 répondants)

