

## Facebook, nouveau terrain de chasse

Avec ses 23 millions de membres en France, le réseau social fait figure de terre promise pour les recruteurs.

**A**vec plus de 23 millions de membres en France, Facebook fait rêver les directeurs de ressources humaines (DRH) et chasseurs de tout poil. D'autant que plus de la moitié des membres du réseau ont entre 28 et 34 ans, la cible préférée des recruteurs.

Chacun a sa stratégie pour tenter de dompter ce réseau social. Il y a ceux qui l'utilisent comme un moteur de recherche de profils, sans grand succès. «*Si, aujourd'hui, je lançais une requête pour trouver un community manager, j'aurais dix réponses, alors qu'ils sont certainement plusieurs centaines sur Facebook*, remarque Jacques Froissant, dirigeant du cabinet Altaïde. *Mais ils ne seront pas identifiés car les Français livrent peu d'informations professionnelles, contrairement aux Américains.*»

D'autres ont fait le choix d'intégrer l'application «*Work for us*» développée par la start-up Work 4 Labs: c'est le cas de L'Oréal ou d'Accenture, qui disposent ainsi de leur propre «*job board*» (site de recrutement en ligne), intégré dans le réseau social afin d'y diffuser leurs offres d'emploi. Et puis, il y a Branch Out, qui est à mi-chemin entre un réseau social professionnel et un «*job board*». «*Je crée une offre et je*



*la diffuse à mes contacts sur Branch Out, organisés par cercles*», illustre Jacques Froissant

Autre initiative, celle française de Oh my Job, un espace où n'importe quelle entreprise peut acheter des offres d'emploi diffusées dans l'application homonyme, qui seront visibles par les fans de Oh my Job sur Facebook et pourront être partagées. L'application revendique 22 000 utilisateurs.

### Les sites d'emploi convertis

Dans le même temps, les sites emploi se sont convertis à Facebook. Ainsi, Monster a lancé il y a plus de six mois Be Known, sorte de site

d'emploi dans le réseau social, mais dont on ne connaît pas encore le nombre d'utilisateurs en France. Cadremploi, de son côté, est en embuscade: «*Facebook est très ouvert et grâce aux API [Application Programming Interface, ou interface de programmation], il est aujourd'hui plus simple qu'avant d'échanger des données*, explique Thibault Gemignani, directeur général de Figaro Classifieds [Cadremploi, Keljob, etc.]. *D'ailleurs, seuls survivront les "job boards" qui seront devenus plus ouverts aux réseaux sociaux et aux mobiles.*»

Mais de plus en plus d'acteurs sont en concurrence pour la diffusion des offres d'emploi, car les réseaux sociaux professionnels Video et Linked In cherchent aussi à y prendre des parts de marché. Pour l'américain Linked In, cette activité représente même la moitié du chiffre d'affaires aux Etats-Unis.

Le patron du cabinet Altaïde permet d'ailleurs aux candidats qui postulent à ses offres d'emplois de répondre en adressant leur profil Linked In plutôt que leur CV. «*Comme la démarche est facilitée, cela permet de toucher des personnes qui ne sont pas forcément en recherche active*», se félicite-t-il. Demain, les candidats envieront leur profil Facebook?

G.W.

### La cooptation rétribuée

Quelques années après la disparition de Job Meeters et Cooptin, deux sites d'emploi qui fonctionnaient sur le principe de la cooptation, un nouvel acteur se lance dans l'aventure: My Job Company. L'idée est la même: une entreprise diffuse une offre et les internautes inscrits peuvent recommander des CV de leurs connaissances contre rémunération. Ils touchent une petite prime pour chaque CV pertinent (5 à 20 euros) et une plus importante si leur poulain est recruté (de 700 à 5 000 euros). Selon Grégory Herbé, le cofondateur de My Job Company, «*ce modèle a beaucoup plus de chances de réussir aujourd'hui qu'en 2006, car avec le développement des réseaux sociaux, il est beaucoup plus simple de solliciter ses contacts*».