

LE E- RECRUTEMENT EN ALGERIE : REALITE ET PERSPECTIVES

Keltouma TAFIANI née BOUFATAH
Faculté des Sciences Economiques
Université Abou Baker Belkaid, Tlemcen ,Algérie
Email : boufatah_keltouma_yassser@hotmail.com
frboufatehkeltouma@ gmail.com

Résumé :

Au cours de ces dernières années, une des données essentielles de notre époque demeure sans conteste l'impératif d'une gestion efficiente et optimale des ressources disponibles. Cette réalité s'impose comme un objectif majeur pour tout responsable à tous les niveaux, Plus qu'à toute autre période de l'histoire.

L'Algérie, s'inscrit peu à peu dans cette nouvelle donne ; confronté au défi de développement, elle tend à créer les conditions en vue d'un afflux des entreprises, qu'elles soient d'origine étrangère ou nationale.

Dans cet ordre d'idées, les entreprises Algériennes ; qu'elles soient publiques ou privées, occupent une place particulière. Et ce, en raison des fonctions qu'elles sont appelées à remplir au sein de la société.

Parmi ces fonctions, celle relative à une meilleure gestion des ressources humaines. A cet effet, le recrutement du personnel, la gestion des carrières, la formation, l'évaluation des performances : pour ne citer que ces éléments, constituent autant de domaines de recherche.

Mots clés : Entreprise – GRH- Recrutement - Performances

ملخص

أصبح التسيير الالكتروني احد التوجهات الحديثة و الأساسية في عصرنا الحاضر، إذ انه يعتبر الآن ضرورة حتمية للإدارة الفعالة و المثلى للموارد المتاحة.

تبرز هذه الحقيقة كهدف رئيسي لجميع المسيرين على كل المستويات أكثر من أي وقت مضى في التاريخ و قد أصبحت الجزائر تدريجيا جزءا من هذا الوضع الجديد ، في مواجهة تحدي التنمية فانه يميل إلى تهيئة الظروف المناسبة لتدفق المؤسسات سواء كانت من أصل أجنبي أو وطني.

يستعمل هذا الأخير في تسيير الموارد البشرية في اطار تحسين الإدارة المعنية . و تحقيقا لهذه الغاية، يستعان به لتعيين الموظفين و إدارة الحياة الوظيفية ، و التدريب و التكوين ، و تقييم الأداء الخ..

الكلمات المفتاحية: المقابلة – تسيير الموارد البشرية – التوظيف – الاداء

1- Introduction :

Dans un monde très dynamique, où la mobilité tend à devenir monnaie courante les entreprises algériennes éprouvent de plus en plus de difficultés à mener une politique de recrutement efficace, afin d'attirer et de sélectionner les jeunes diplômés. Cependant, cette dernière dispose de nombreux moyens pour conquérir le marché de la perle rare dont entre autre l'E-recrutement. L'E-recrutement est une nouvelle approche du recrutement en ligne qui utilise de nouveaux concepts communautaires qui ont changé de l'ère du papier malgré une presse abondante. Il consiste à gérer les candidatures en utilisant les TIC (technologies de l'information et de communication), y compris les réseaux sociaux, et aller plus loin que « les jobboards » classiques. (Par : Bob Khaled 2018)

Utiliser les technologies du web pour toutes les étapes du recrutement, et de l'embauche ensuite: faire connaître l'entreprise, attirer les talents, les rencontrer et conduire des entretiens, gérer des candidatures, évaluer les candidats, puis embaucher ;c'est ce que signifie le e-recrutement.

Problématique :

Est-ce que l'Internet va apporter avec lui un certain nombre de ses valeurs, et notamment les principes d'égalité et de qualité dans différents domaines tels que la gestion des ressources humaines et en particulier le recrutement ?

Hypothèses :

Avec Internet, les inégalités dans le recrutement peuvent-elles raisonnablement disparaître ?

Comment l'Internet permet-il (facilite-il) les rencontres/ échanges pour un recrutement plus juste?

L'internet permet-elle d'acquérir une haute qualité dans le recrutement ?

Pour élaborer cette recherche nous avons suivi la démarche suivante :

- Définition du e-recrutement,
- L'historique du E- recrutement,
- Le e- recrutement en Algérie,
- Les principaux sites de recrutement utilisés en Algérie,
- Réseaux professionnels les plus connus en Algérie,
- Les entreprises algériennes et l'utilisation des réseaux professionnelles,
- les principaux défis et enjeux auxquels doivent faire face les entreprises algériennes en matière de recrutement.

2. Définition du e-recrutement :

2.1. Le e-recrutement : généralement c'est la dématérialisation de la relation employeur-employé ; il désigne à l'origine les processus de recrutement sur internet, comme l'utilisation d'une plateforme d'emploi génératrice en CV. Elle constituait auparavant le seul **outil RH** exploitant le potentiel du web, avec l'email. Les Job boards généralistes ou spécialisés (par métiers ou secteur d'activité), les réseaux sociaux et les plateformes communautaires professionnelles sont devenus des terrains fertiles pour les **chasseurs de tête, responsables** des ressources humaines et cabinets de recrutement. Enfin, pour les recruteurs sachant employer les meilleures ressources et méthodes dans leurs processus de recrutement¹.

¹ - <https://www.manager-go.com/ressources-humaines/e-recrutement.htm>.

Le e-recrutement ou recrutement en ligne n'est autre que la version moderne et numérique de certaines phases du recrutement traditionnel¹. L'objectif est de recruter le profil idéal en limitant les éventuelles erreurs de casting. Ce pendant le digital s'intègre pour dématérialiser certaines activités et donner l'opportunité aux recruteurs de gagner en efficacité en limitant au maximum les tâches les plus chronophages¹.

3. L'historique du E recrutement :

E-recrutement, recrutement 2.0, recrutement 3.0, recrutement 4.0 : quelles différences ?

La digitalisation a profondément bouleversé **le processus de recrutement**², ainsi de nombreuses appellations ont été établies dans ce sens telles que : e-recrutement, recrutement 2.0 et maintenant on parle de recrutement 3.0 et recrutement 4.0².

3.1. Le web 1.0

Etant avant tout une vitrine, le contenu web était en majorité créé par des sociétés, par des institutions. L'utilisateur allait chercher de l'information, information en lecture seule car échanges et partages n'étaient pas possibles. L'internaute était donc maintenu dans une position passive de spectateur³.

3.2. Le recrutement 2.0, l'ère sociale

L'internet avait relativement peu modifié les modes de recrutement, Jusqu'au milieu des années 2000, il avait simplement transformé les annonces papiers en annonces web et les armoires de CV en documents électroniques partageables. L'arrivée du Web 2.0, avec en particulier les réseaux sociaux, transforment complètement les processus de recrutement. Une entreprise ou un candidat gèrent aujourd'hui leur identité numérique à travers leur présence sur des blogs, des réseaux sociaux professionnels (LinkedIn, Viadeo, Facebook, Twitter, des vidéos...). Le candidat, comme le recruteur, deviennent actifs : le premier en développant son réseau pour contacter des amis d'amis qui sont susceptibles de l'aider, le second en devenant animateur de communautés autour de la marque employeur et/ou de la spécialité métier⁴.

C'est ce qu'explique la figure n°01 suivante :

¹ - <https://www.lalibrenetwork.be/.../la-digitalisation-bouleverse-le-secteur-du-recrutement>.

² - https://www.researchgate.net/.../303661797_An_Alteration_of_the

³ - <https://inbound.lasuperagence.com/.../e-recrutement-recrutement-2.0-recrutement-3.0-..>

⁴ - www.pullseo.com/emails-automatique

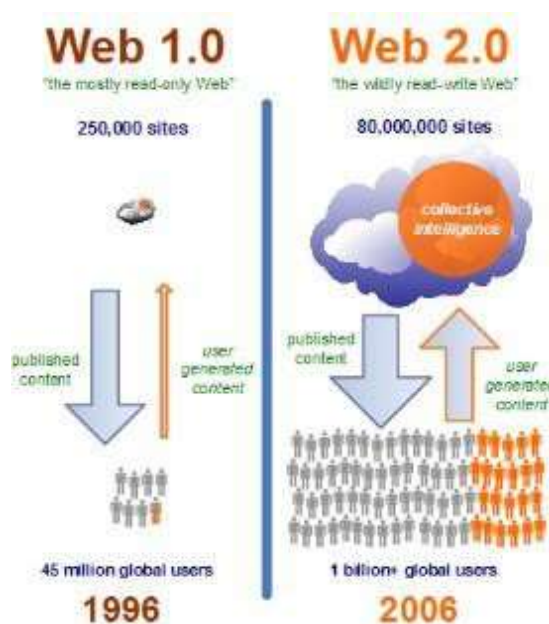


Figure 1 - Web 1.0 /web 2.0 - Illustration comparative¹

3.3. Le recrutement 3.0, l'Inbound Recruiting :

Le recrutement 3.0 introduit davantage de **techniques issues du Marketing digital**, comme l'optimisation du taux de conversion, la notion de² Persona, l'envoi automatisé³ d'email, tout en mettant en avant la notion d'expérience candidat, digitale ou non .Ces procédés ont été réunis au sein d'une méthodologie avec une efficacité redoutable : l'Inbound Recruiting⁴, ou Inbound Recrutement ;qui est une **approche globale** (holistique) permettant de donner de la cohérence aux différents outils utilisés par les recruteurs.

Il se construit sur l'image employeur de l'entreprise, véhiculée par des supports multiples : réseaux sociaux, sites RH, présence sur les jobboards... Pas vraiment un changement radical donc mais plutôt une consolidation de ce à quoi nous assistons déjà. Autrement dit, l'intégration des différents biais de sourcing et de traitement des candidatures à un même processus. Une simplification est nécessaire pour gagner du temps, de la précision et augmenter l'adéquation entre postes proposés et candidatures reçues. Candidatures spontanées et réponses aux annonces d'un côté, jobboards de l'autre et bien sûr nouveaux outils. Cette cohérence globale dans le discours (valable aussi entre les différents services commerciaux, communication, marketing, RH) et dans la méthode doit être accompagnée d'une plus grande transparence et d'un discours direct et crédible.

Aujourd'hui ; Les entreprises le savent, recruter de bons profils est capital. De la qualité des collaborateurs dépend le succès d'un business. Or, depuis quelques années, et sous l'impulsion de nouvelles technologies, le recrutement subit des changements colossaux qui laissent place à

¹ - https://www.researchgate.net/.../303661797_An_Alteration_of_the

² - <https://inbound.lasuperagence.com/.../e-recrutement-recrutement-2.0-recrutement-3.0-..>

³ - <https://inbound.lasuperagence.com/.../e-recrutement-recrutement-2.0-recrutement-3.0-...>

⁴ - <https://medium.com/.../inbound-recruiting-une-stratégie-rh-incontournable-42fea0dd>.
www.pullseo.com/emails-automatique

une nouvelle race de recruteurs. Mieux formés aux enjeux actuels, ces acteurs ont compris les codes du recrutement 3.0.(A.L Publié le vendredi 04 mai 2018 à 17h35 - Mis à jour le lundi 07 mai 2018).Les nouvelles technologies ont transformé le rapport entre entreprises et candidats. Moins loyaux qu'autrefois.

3.3.1. L'importance de l'inbound recruitment :

Beaucoup de recruteurs souhaitent approcher les "candidats potentiels" par le biais d'une nouvelle forme de communication : *l'inboundrecruitment*. Le principe est de diffuser des messages (photos, vidéos, articles de blog, newsletters...) intéressants, informatifs et divertissants à destination de talents potentiels, dans le but de renforcer l'image et la crédibilité de l'entreprise.

3.3.2. Des candidats de plus en plus exigeants

Autre réalité contemporaine du recrutement : l'exigence des candidats vis-à-vis des employeurs. De plus en plus mobiles, ils ne rechignent jamais à s'expatrier pour avoir accès au meilleur emploi ou aux meilleures conditions salariales. Ils sont également extrêmement sensibles à l'honnêteté, l'authenticité, l'intégrité et la transparence des échanges avec les employeurs. Ils ne souhaitent plus être en relation avec des entreprises bureaucratiques, mais aiment les échanges francs, transparents, dignes de confiance¹.

3.3.3. Développer sa "marque de recrutement"

Enfin, pour attirer les meilleurs profils, une entreprise doit également développer sa marque (ou image) de recrutement, c'est à dire le positionnement et les valeurs qui sont les siennes lors du choix des collaborateurs, de leur accompagnement ou de leur développement. En effet, l'on remarque que les entreprises font souvent l'erreur de miser uniquement sur leur nom pour attirer des profils. Mais aujourd'hui, les candidats sont attentifs à la réputation des entreprises. Pour propager cette image auprès des candidats, les entreprises doivent utiliser les réseaux sociaux dans le but de créer des communautés engagées, écouter, discuter et créer un véritable attachement avec les gens. Twitter, Facebook ou LinkedIn qui servent donc à constituer des gens capables de défendre l'entreprise, en parler, et générer à long termes une envie d'y travailler.

3.4. Recrutement 4.0 :

Aujourd'hui dans l'ère du recrutement 4.0 l'équilibre employeur-candidat est entrain de s'inverser : l'entreprise-employeur doit séduire et courtiser ses futurs employés en argumentant, faisant preuve d'inventivité et d'originalité, notamment dans les secteurs tendus, où une véritable guerre des talents s'est instaurée. On assiste à la création de nouveaux postes, de formations courtes ou de certifications adaptées aux évolutions technologiques rapides... Que l'on soit employeur ou candidat, chacun cherche à se rendre visible. Les méthodes de sélection candidats sont empruntées à l'univers de la séduction : speed dating, présentations vidéo en 3 minutes... L'image de marque des entreprises se fait également une beauté digitale pour rester

¹ - <https://www.lecourrieraustralien.com/entrez-dans-lere-du-recrutement-3-0/>

attractive face à ses concurrents. (Article rédigé par¹ Dr. Marielle Carsignol Directrice Associée, ALPHOM ExecutiveSearch).

3.5. L'intelligence artificielle :

Elle est de plus en plus utilisée pour analyser CV et lettres de motivation, dans le but d'effectuer une première sélection parmi les candidats.

Emmanuel Vivier et le HUB Institute proposent chaque jour une sélection des tendances et des meilleures innovations technologiques National Géographique repousse les limites de l'innovation au-delà de la VR (réalité virtuelle).

3.6. Des recrutements faits par un robot en Corée du Sud :

Le futur du recrutement sera robotisé. L'intelligence artificielle est de plus en plus utilisée pour analyser CV et lettres de motivation, dans le but d'effectuer une première sélection parmi les candidats. Certaines entreprises développent également des entretiens robotisés, où le candidat fait face à un écran et répond à des questions. Les éléments de réponse, la tonalité de la voix et les expressions faciales ² sont analysés. Cette méthode permet un gain de temps mais aussi, selon les concepteurs, de réduire la discrimination à l'embauche³.

3.7. le Social Crédit System :

C'est la réponse à la question suivante : Combien⁴ vaut le citoyen socialement? Imaginez une société où chacune de nos actions et interactions sociales serait surveillée et notée positivement ou négativement. L'ensemble de ces évaluations nous confère une note globale, nommée «score citoyen», qui détermine notre accès à un prêt bancaire, un emploi, une école ect ... En effet, L'objectif est de développer un sentiment de confiance à travers la nation et construire une culture de la sincérité. La participation à ce système est actuellement facultative, mais sera obligatoire en chine dès 2020.

4. Le E- Recrutement en Algérie :

4.1. Les principaux sites de recrutement utilisés en Algérie :

Les entreprises algériennes voient leurs annonces mises en avant sur la nouvelle fonctionnalité de recherche d'emploi de Google ; ce qui leur permettra de toucher plus de candidats à travers toutes les régions du pays.

Les sites les plus utilisées par les entreprises algériennes sont :

4.1.1. Emploitic.com :

Qui est un portail internet professionnel dédié à l'emploi et au recrutement en Algérie, conçu pour faciliter la recherche d'emploi aux candidats et permettre aux recruteurs de trouver les

¹ - <https://alphom.com/recrutement-4-0-ou-en-est-on/2521>

² _

³ - <https://paperjam.lu/article/news-des-recrutements-faits-par-un-robot-en-coree-du-sud> 9 www.lefigaro.fr › Tech & Web

⁴ _

profils recherchés dans les plus brefs délais et un partenaire de Google pour optimiser la recherche d'emploi en Algérie. Selon une Déclaration de **Tarik Metnani**. Co-fondateur d'**Emploitic.com**

« En tant que **leader du recrutement en Algérie**, **Emploitic.com** a pour mission de **connecter les talents et les entreprises où qu'ils soient**, de collaborer avec Google pour **optimiser la visibilité des annonces Emploitic.com via la nouvelle fonctionnalité de recherche d'emploi sur Google** ».

Emploitic, un partenaire de choix de Djezy, Arab Bank corporation et la Société Alliance Assurances :

Selon un responsable de djezy**Emploitic** c'est le bon choix pour un e- recrutement efficace en disant : « Sincèrement j'ai hésité longuement avant de déposer mon témoignage, car à mon sens Emploitic est payé pour ce qu'il fait. Nous avons entre temps travaillé avec d'autres sites qui étaient payés eux aussi, mais nous n'avons pas retrouvé les notions d'écoute, efficacité et professionnalisme de ce site. Il se caractérise par le sens de créativité et d'innovation ».

Et selon un responsable de arab banks corporation, Tout recruteur cherche à allier efficacité et rapidité lors d'une opération de recrutement. Pour ce faire, Emploitic est vraiment un partenaire de choix de par la diversité et la qualité des solutions proposées mais également de par le grand professionnalisme dont fait preuve l'ensemble de son équipe.

Sans oublier l'opinion de M. Rabah Directeur des Ressources Humaines de la société Alliance Assurances qui a dit que dans un marché du travail qui demeure très instable, notre plan de recrutement pluriannuel touche l'ensemble des fonctions qu'elles soient techniques ou supports. Nous faisons appel à des organismes privés tels qu'emploitic qui est un sérieux partenaire et avec lequel nous lançons régulièrement des campagnes de recrutement. Les postes que nous recherchons sont liés aux métiers de base du secteur des assurances ainsi qu'aux autres fonctions (Commercial, RH, finances et comptabilité, IT,...). Emploitic se caractérise par le sérieux et la fiabilité des solutions proposées à diverses entreprises.

Mr Tarik Metnani co-fondateur d'Emploitic. Déclare :

« En tant que leader du recrutement en Algérie, Emploitic.com a pour mission de connecter les talents et les entreprises où qu'ils soient. « Nous sommes heureux de collaborer avec Google afin d'optimiser la visibilité des annonces Emploitic.com via la nouvelle fonction de recherche d'emploi sur Google »

Pour cela, les sociétés ont développé des plateformes interactives sur leurs sites institutionnels (espaces carrière ou sites¹ dédiés) pour promouvoir la candidature en ligne

4.1.2. Ouedkniss :

L'utilisation de ce site Internet implique l'acceptation des générales et du règlement sur le Respect de la vie privée .

¹ - 11<https://inbound.lasuperagence.com/.../e-recrutement-recrutement-2.0-recrutement-3.0-...>

Emploi Partner est une entreprise experte du e-recrutement agréée par l'État qui propose des solutions de Sourcing et de Recrutement innovantes pour accompagner ses clients dans leurs projets de développement RH..

4.1.3. Réseaux professionnels les plus connus en Algérie :

LinkedIn : C'est le premier réseau professionnel au monde. Il permet aux recruteurs de :

- trouver des candidats qui ont déjà des profils et CV sur le réseau et d'être vu en tant qu'organisme.

- évaluer, constituer et entretenir son propre réseau selon les domaines et les besoins.

Il faut simplement faire une recherche sur LinkedIn avec des mots clés que ce soit avec un compte basic qui donne accès à 100 profils ou un compte payant pour 500 profils.

Viadeo : il est moins utilisé par rapport à LinkedIn. Il est spécialisé dans la constitution de réseaux professionnels et interprofessionnels¹.

Pour ce qui est des réseaux sociaux, il est **vivement** reconnu que Facebook représente une mine d'informations et de sources. Presque toutes les personnes que nous connaissons ont un compte Facebook régulièrement utilisé, c'est pour cela que les recruteurs 2.0 prêtent une grande attention à ce réseau social. Facebook Apps : . Il a presque le même principe que les **autres réseaux professionnel seulement que** Le recruteur 2.0 utilise cet outil pour inviter les chercheurs d'emploi à remplir leurs CV et informations personnelles **et** Parmi les applications les plus connues, on trouve : BeKnown, BranchOut, Talent.me, Glassdoor, Work4Labs.

C'est une agence de communication en RH qui a quitté le site mondial de l'emploi « Monster» et lancé ses propres applications Facebook : Work4Us et Job For Me. C'est une start-up mondialement connue, fondée en 2010 et spécialisée en recrutement. Par un espace carrière Facebook, elle permet aux employeurs d'atteindre des candidats et d'économiser la création d'un site internet².

Twitter : " **Selon un rapport Médiamétrie de 2016, Twitter comptabiliserait plus de 330 millions d'utilisateurs actifs mensuels à travers le monde** " ³, Il est devenu un réseau permettant aux recruteurs de publier leurs offres d'emplois par des « Tweets » contenant des mots clés (intitulé du poste, lieu), accompagné par des hyperliens et d'insérer des Hashtags « # » (#recrutement, #emploi, #freelance, #manager, #distributeur).⁴

4.1.4. Quelques statistiques relatives ⁵:

Les résultats du sondage électronique, réalisé en octobre dernier par Webdialna, font ressortir que 76,7% des personnes interrogées se connectent plusieurs fois par jour, dont 55% d'entre elles passent plus de 3h sur leur ordinateur. 72,6% utilisent les moteurs de recherche, 60% ont entre 20 et 35 ans et 63,4% sont des universitaires. Même si les PME/PMI représentent plus de 35% du total des entreprises utilisant Emploitic, les recrutements réalisés par ces dernières

¹ - <https://inbound.lasuperagence.com/.../e-recrutement-recrutement-2.0-recrutement-3.0-...Work4Labs>

² - www.dziri-dz.com/le-recrutement/

³ - 13 <https://www.digitalrecruiters.com> › Blog › Conseils recrutement

⁴ -14 www.dziri-dz.com/le-recrutement/

⁵ -<https://www.liberte-algerie.com/actualite/le-e-recrutement-progresse-en-algerie...>

représentent 13% du total des recrutements sur Emploitic en 2012. Les grandes entreprises algériennes ont réalisé 44% des recrutements et les multinationales 35%. Les entreprises publiques sont de plus en plus nombreuses à recruter sur Internet. Par secteur d'activité, les services occupent la 1^{re} position, en matière de recrutement et affichent une forte croissance, passant de 12% des recrutements en 2010 à 18% en 2011, puis 27% en 2012. Le secteur de l'industrie arrive en 2^e place avec 22%, juste avant le secteur du commerce et de la distribution avec 20% des recrutements. (créé en 2002), il met en relation les candidats et les recruteurs. Simple, rapide et efficace. EmploiNet permet aux candidats d'accéder simplement à des milliers d'offres d'emploi dans tous les domaines et pour tous les niveaux,

Emploitic.com : Créé en avril 2006 à travers le dispositif ANSEJ , aujourd'hui il se positionne comme le leader du recrutement sur Internet en Algérie.

Emploitic est un organisme de placement des travailleurs agréé par l'Etat et l'ANEM. Il est aussi membre d'une alliance Internationale « *The Network* » regroupant les plus importants sites emploi dans 135 pays.

Pas moins de 66% des annonces d'emploi enregistrées ont été diffusées sur Internet, contre seulement 34% sur la presse écrite, selon "un bilan de l'année 2012 en matière de recrutement sur le Web en Algérie" publié par

Emploitic.com, leader du recrutement sur Internet. Le e-recrutement, semble s'incruster, petit à petit, dans les pratiques de recherche et d'offres d'emploi. Le service Veille d'Emploitic.com a enregistré, en 2012, un total de plus de 15 000 annonces d'emploi publiées sur les plus importants supports médiatiques, presse et Web (12 médias suivis quotidiennement : 6 sites Internet et 6 quotidiens nationaux). "La tendance notée depuis ces trois dernières années n'a fait que se confirmer, relève le portail de recrutement, soulignant "une très forte croissance des annonces d'emploi sur le Web passée de 20% en 2009 à 40% en 2010, puis à 60% en 2011". Le bilan de 2012, sixième année d'exercice de Emploitic.com, fait ressortir que le site a été visité par un nombre cumulé de pas moins de 8 millions de visiteurs pour un nombre total de 50 millions de pages vues. Le nombre de candidatures envoyées à travers le site dépasse 800 000 en réponse aux 7 831 opportunités d'emploi diffusées. Emploitic explique ce dynamisme, entre autres, par une nette progression du nombre d'internautes en Algérie : selon les données de la Banque mondiale, au 31 octobre 2012, le pourcentage des utilisateurs d'Internet par rapport à la population totale est passé de 0,49% en 2000 à 14% en 2011. La BM ajoute que le nombre d'internautes en Algérie devrait dépasser les 5 millions en 2013. Les résultats du sondage électronique, réalisé en octobre dernier par Webdialna, fait ressortir que 76,7% des personnes interrogées se connectent plusieurs fois par jour, dont 55% d'entre elles passent plus de 3h sur leur ordinateur. 72,6% utilisent les moteurs de recherche, 60% ont entre 20 et 35 ans et 63,4% sont des universitaires. Même si les PME/PMI représentent plus de 35% du total des entreprises utilisant Emploitic, les recrutements réalisées par ces dernières représentent 13% du total des recrutements sur Emploitic en 2012. Les grandes entreprises algériennes ont réalisé 44% des recrutements et les multinationales 35%. Les entreprises publiques sont de plus en plus nombreuses à recruter sur Internet. Par secteur d'activité, les services occupent la 1^{re} position, en matière de recrutement et affichent une forte croissance, passant de 12% des recrutements en 2010 à 18% en 2011, puis 27% en 2012. Le secteur de l'industrie arrive en 2^e place avec

22%, juste avant le secteur du commerce et de la distribution avec 20% des recrutements. En 4^e position, se classe le secteur banques et assurances, “très compétitif et en pleine croissance avec un déploiement des entreprises et l’arrivée de nouveaux acteurs sur le marché”. En 2012, comme en 2011, un emploi sur trois a concerné les métiers liés au développement des affaires, au commercial et à la relation client. Viennent ensuite tous ceux liés à l’industrie, la production et l’ingénierie avec 15% des recrutements. En 3^e position, se placent les métiers de la comptabilité et des finances avec 12% des postes. Les recrutements restent concentrés dans les wilayas du Centre avec plus de 80% des offres d’emploi. Les 20% restants sont répartis entre l’Ouest, l’Est et le Sud. Tous les profils sont concernés par le e-recrutement, des débutants jusqu’aux cadres dirigeants ; témoignant de la maturité du média. Aussi, plus de 51% des recrutements concernent des candidats avec un niveau d’étude bac+4, et 28% avec un niveau bac+5 et plus. Les niveaux de technicien à technicien supérieur (bac+2, bac+3) sont concernés par 18% des recrutements sur Emploitic¹.

5. Quelles sont les entreprises qui utilisent les réseaux sociaux en Algérie² ?

Née récemment (il y a 3, 4 années), en Algérie l'utilisation des réseaux sociaux par les entreprises est une pratique qui est nouvelle généralement ces entreprises sont classées en trois catégories :

En premier lieu : On retrouve les entreprises qui activent dans des secteurs fortement concurrentiels tels que la téléphonie et l'automobile. Ces dernières ont été les premières à s'intéresser aux réseaux sociaux comme un moyen de communication avec les consommateurs, en l'occurrence les multinationales Djezzy et Nedjma. On retrouve aussi l'acteur local Mobilis. Les constructeurs automobiles quant à eux ils y sont tous. Depuis peu, on retrouve de plus en plus les entreprises appartenant au secteur agroalimentaire, autrefois réticentes du fait que les médias sociaux, en particulier Facebook, n'étaient pas encore considérés comme étant des canaux de communication mais plutôt des médias de divertissement, c'est donc une question de cible.

C'est aussi une question de retour sur investissement «ROI» qu'il n'était pas possible de quantifier, jusqu'à ce que les chercheurs du domaine des médias sociaux aient élaboré des indicateurs tels que le taux d'engagement (nombre de «like» sur les publications, nombre de commentaires, partage de l'information,...),

- *La deuxième catégorie* : C'est le cas des petits commerces de proximité (restaurants, artisans,...) qui cherchent à constituer une base de fans leur permettant de se faire connaître, de lancer des promotions. Apparemment ce sont des professionnels qui n'investissent pas les mêmes moyens que les multinationales, mais qui ont compris que ces réseaux peuvent constituer un moyen de communication efficace et peu coûteux. Ainsi, des agences ont été créées à l'image de Med&com pour aider les entreprises à gérer leur présence sur le web. C'est un nouveau métier qui est né, aucune école ne forme aux métiers des médias sociaux, chez Med&com; des

¹ - <https://www.liberte-algerie.com/actualite/le-e-recrutement-progresse-en-algerie.../1>

² - «L'utilisation des réseaux sociaux par les entreprises a donné naissance à de nouveaux métiers» Nassim Lounes. Co-fondateur et général manager chez Med&com Hind Slamani Publié dans El Watan le 18 - 03 - 2013.

passionnés, des profils ayant déjà des blogs, des espaces fan page, des forums exigeant des conditions de travail favorables .

- *La troisième catégorie* : Ce sont des institutions et autres organisations à but non lucratif. Les hommes et partis politiques ont déjà commencé à s'intéresser aux réseaux sociaux, certains ont une stratégie sur ces réseaux, un réel travail a été fait lors de la dernière campagne électorale en termes de recrutement de fans, de reportages vidéos, de photos... Que ce soit Facebook ou Youtube, cette population représente un relais d'information très important. Les associations telles que Nes El khir sont également présentes sur les réseaux, leur permettant de promouvoir des actions caritatives ou de bienfaisance.

Cependant, les organisations étatiques sont presque totalement absentes. On peut imaginer le ministère de l'Intérieur qui adopte ce type de communication dite «one to all», en rendant accessible en ligne la consultation du dossier à constituer pour avoir un passeport, l'information serait diffusée une seule fois, mais ce sont des milliers voire des millions d'utilisateurs qui auront accès à celle-ci.

Les questions qui se posent sont :

- Les réseaux sociaux sont-ils rentables pour les entreprises ?

Cela dépend de la stratégie que de la nature de l'activité de l'entreprise. Quand un opérateur mobile lance une offre ou une promotion et que celle-ci est diffusée sur les réseaux sociaux, il peut facilement atteindre des milliers de personnes. Les réseaux sociaux présentent aussi un avantage par rapport aux autres médias du fait de la viralité de l'information. En effet, avec 300 amis par profil en moyenne sur Facebook, on peut imaginer la vitesse de propagation d'une information.

Remarque : pour le cas des marques haut de gamme qui travaillent sur l'image, ce n'est peut-être pas sur Facebook qu'elles doivent aller.

Le web est ainsi présent dans la vie des Algériens directement ou indirectement. Toutefois, il ne faut pas oublier que nous visons aussi des influenceurs qui peuvent voir des publicités et en parler à leurs parents par exemple.

- Selon les résultats de l'étude Webdialna, les internautes du web algérien sont une population jeune.(Près de 60% sont âgés de 20 à 35 ans, c'est aussi une population à dominance masculine (68,3% d'utilisateurs hommes contre 31,7% femmes), ayant un niveau universitaire à hauteur de 63,4%. Les internautes sont basés essentiellement au centre du pays avec 50% d'utilisateurs). En faite ; cette population ne constitue pas forcément la cible de toutes les entreprises. En effet, c'est la question de cible. Un constructeur de machines agricoles par exemple n'a aucun intérêt à aller sur Facebook du fait que sa cible a plus de 40 ans, c'est une population rurale qui n'a peut-être pas d'accès à internet. Toutefois, cela ne l'empêche pas d'avoir un site web et pourquoi pas être présent sur le réseau LinkedIn. Il est clair qu'on ne peut pas vendre n'importe quel produit ou service sur Facebook, mais chaque marque a sa place sur les médias sociaux et il n'y a pas que Facebook sur le web.

-Qu'en est-il de la stratégie de Med&com sur les médias sociaux ? A propos de cette stratégie sur les médias sociaux, la cible est très restreinte, l'essentiel de la communication ne va pas vers le grand public mais plutôt vers les clients, vers des étudiants ou des passionnés de

webmarketing. fan page compte 500 personnes, mais ce sont de vrais passionnés par le domaine, ils interagissent, le taux d'engagement est donc très élevé.

le travail est beaucoup sur l'image que sur la capacité à captiver les talents.

-Est-ce que le fait de constituer des réseaux internes à l'entreprise est une pratique courante ?

Plusieurs raisons poussent les entreprises à adopter de telles pratiques, à savoir le renforcement de la culture d'entreprise et aussi pour isoler son réseau social du reste du web pour des raisons de confidentialité, d'efficience et d'efficacité. Certaines entreprises bloquent l'accès à Facebook depuis le lieu de travail pour des raisons de productivité.

6. les principaux défis auxquels doivent faire face les entreprises algériennes en matière de recrutement :

L'économie algérienne est orientée vers les services. Pour créer de la valeur, ses acteurs s'appuient essentiellement sur les ressources humaines. Les compétences intellectuelles sont donc disputées. Ingénieur, expert-comptable, diplômé en droit, professionnel de la finance, spécialiste des technologies de l'information et de la communication... Les têtes bien pleines sont recherchées **plus à l'avenir**. Pour grandir et faire face à cette situation, les entreprises algériennes doivent s'inscrire durablement dans cette guerre des compétences. Et doivent donc s'adapter pour attirer chez elles les meilleurs talents, et notamment les membres des jeunes générations, les plus à même de les soutenir à travers les étapes de transformation digitale par lesquelles elle devra inéluctablement passer.

7. Comment les ressources humaines doivent-elles appréhender ces défis ?

En quelques années à venir, le recrutement va fondamentalement changer. Les meilleurs candidats auront le plus souvent l'embarras du choix. C'est désormais à l'entreprise de séduire, plus qu'au candidat d'espérer. Les responsables du recrutement doivent donc adopter de nouvelles tactiques. C'est un vaste chantier, qui ne se limite pas aux étapes de recrutement.

Demain, les entreprises qui parviendront à convaincre seront celles qui proposeront une plus grande flexibilité dans l'organisation du travail – horaire adapté, meilleur équilibre entre vie professionnelle et vie privée, autonomie et transparence accrues, perspectives d'évolution grâce à la formation continue. Ces éléments, propres à l'organisation de l'entreprise, doivent permettre de renforcer la marque employeur. Et c'est aux ressources humaines, le plus souvent, qu'il appartient de la mettre en œuvre et de l'entretenir. Une marque employeur forte constitue désormais le principal levier d'attraction des talents.

8. Comment la technologie peut-elle aider les ressources humaines à attirer les bons candidats ?

Les ressources humaines doivent désormais mieux appréhender les canaux de communication, et notamment le site Internet et les médias sociaux, fortement scrutés par les jeunes candidats. Il faut de cette manière faire ressentir les valeurs vécues au sein de l'entreprise à l'extérieur. L'entreprise, sa culture, l'ambiance qui y règne doivent être directement perceptibles via ces canaux. Accessoirement, tous ces éléments renforceront la fierté des employés à faire partie de l'organisation et contribueront à retenir les talents.

La communication, en amont des démarches de recrutement, doit donc être soignée, afin d'inciter les talents à venir rencontrer l'entreprise.

9. quels sont les défis à prendre en considération et comment les outils digitaux permettent-ils de les relever au cœur du processus de recrutement même ?

La qualité de relation établie, au-delà du premier contact, sera aussi évaluée par le candidat tout au long du processus de recrutement. C'est à un jeu de séduction que doivent désormais se plier les responsables du recrutement. À eux d'être à l'écoute des attentes, des souhaits, des contraintes, d'en tenir compte dans la mesure du possible, afin d'établir un climat de confiance. Il est aussi essentiel de mettre en œuvre une communication réactive à chaque étape du processus de recrutement, avec des messages personnalisés, sans quoi le candidat, courtisé, aura vite fait d'aller voir ailleurs. Pour soutenir les recruteurs dans leur démarche, des outils technologiques¹ dédiés au recrutement existent. Ils permettent l'envoi automatique d'e-mails personnalisés, d'invitations, l'agrégation des notations, la gestion automatisée des tâches. Ces solutions permettent d'augmenter la réactivité et la qualité du recrutement. En Algérie ces procédures ou plus exactement ces solutions sont loin d'être pratiquées sauf dans des situations exceptionnelles (secteur privé et rarement le secteur public).

10. Comment bien appréhender l'ensemble de ces enjeux ?

Plus largement, c'est la fonction RH qui doit être digitalisée. De nombreuses tâches chronophages, le plus souvent purement administratives, méritent d'être automatisées. Libérés de ces fonctions, le gestionnaire des ressources humaines et les responsables du recrutement pourront se concentrer sur des missions à plus forte valeur ajoutée, comme le renforcement de la marque employeur, la mise en œuvre d'une organisation plus flexible.

11. Conclusion

L'e-recrutement est devenu incontournable pour les entreprises à la recherche de nouveaux talents. Les recruteurs et les services RH ont dû s'adapter afin d'optimiser ses nouveaux canaux et en tirer le meilleur parti possible. Le recrutement digital a soufflé un vent de dynamisme dans le secteur des RH, et réajusté l'équilibre entre employeur et candidat.

Les avancées technologiques ont permis aux entreprises d'aborder la question du recrutement différemment. Grâce aux réseaux sociaux, elles peuvent désormais cibler des candidats qui correspondent mieux à leurs critères. Quand l'heure de la décision est venue, les entreprises n'hésitent plus désormais à s'appuyer sur des logiciels qui les aident à prendre leur décision finale alors. Nous sommes à l'heure du recrutement 2.0.

En faite ; La discrimination à l'embauche n'est pas l'apanage du recrutement 2.0, mais les réseaux sociaux, qu'ils soient en ligne ou non, excluent les populations qui n'y ont pas accès.

Après ce petit historique du recrutement digital, certains haussent peut-être encore les épaules en se disant que s'il existe un secteur qui doit rester « humain », c'est bien le recrutement !

¹ - <https://talentaddict.com/blog-post/relever-les-defis-du-recrutement-avec-le-digital/>

Rassurez-vous, une sélection de votre profil par un algorithme n'empêche aucunement un entretien en face à face. Ce dernier n'a d'ailleurs pas disparu, loin de là !

Bibliographie

1. <https://www.manager-go.com/ressources-humaines/erecrutement.htm>.
<https://www.lalibrenetwork.be/.../la-digitalisation-bouleverse-le-secteurdu-recrutement>.
2. www.dziri-dz.com/le-recrutement/
3. https://www.researchgate.net/.../303661797_An_Alteration_of_the
<https://inbound.lasuperagence.com/.../e-recrutement-recrutement-2.0recrutement-3.0-..>
4. www.pullseo.com/emails-automatique <https://medium.com/.../inbound-recruiting-une-strategie-rhincontournable-42fea0dd..>
5. <https://www.lecourrieraustralien.com/entrez-dans-lere-du-recrutement3-0/>
6. <https://paperjam.lu/article/news-des-recrutements-faits-par-unrobot-en-coree-du-sud>
7. «L'utilisation des réseaux sociaux par les entreprises a donné naissance à de nouveaux métiers»
8. Nassim Lounes. Co-fondateur et général manager chez Med&com
9. Hind Slamani Publié dans El Watan le 18 - 03 – 2013 <https://talentaddict.com/blog-post/relever-les-defis-du-recrutementavec-le-digital/>