

**Ecole des Hautes Etudes Commerciales**

**EHEC**

**Mémoire de fin d'étude pour l'obtention du diplôme master en sciences commerciales**

**Option : Management des Ressources Humaine**

**Le e-recrutement en Algérie**

**ETUDE DE CAS : PROSPECT PLUS +**

**Présenté par :  
Mlle BENALI Lydia Amina**

**Encadreur :  
Mme. BOUCHA Nesrine  
Maitre de conférences « A » à L'EHEC**

**2<sup>ème</sup> promotion  
Septembre 2015**

### ***Dédicaces***

*Tout d'abord, louange à « Allah » qui m'a guidée sur le droit chemin tout au long du travail et m'a inspiré les bons pas et les justes reflexes. Sans sa miséricorde, ce travail n'aura pas abouti.*

*Je dédie ce mémoire à ma très chère mère qui n'a pas cessé de m'encourager et de prier pour moi.*

*A mon père, ce travail est le fruit de son sacrifice qu'il a consenti pour mon éducation et ma formation.*

*A mes chers frères et sœurs.*

*A tous mes proches qui m'ont toujours soutenue et encouragée au cours de la réalisation de ce mémoire. et amis que je n'ai pas cité et à tous ceux qui me connaissent, en particulier*

### ***Remerciements***

*Nous tenons à remercier notre encadreur Madame BOUCHA Nesrine qui nous a aidé grâce à ses conseil et son soutien tout au long de la réalisation de ce travail.*

*Nous remercions également à Mr HATTABI Brahim, notre promoteur et gérant du cabinet PROSPECT PLUS , qui a manifesté un intérêt considérable pour la présente recherche, et pour ses remarques et critiques constructive.*

*Nous tenons à associer à nos remerciements tous le personnel de PROSPECT PLUS, surtout Madame HATTABI qui a été toujours présente pour nous aider*

*Enfin, nous remercions tous ceux qui ont contribué de près et de loin à la réalisation de ce travail de recherche*

### La Liste des tableaux :

N°	Titre	Page
1	L'évolution de la fonction ressources humaines	
2	L'évolution de la fonction ressources humaines en Algérie	
3	La GRH comparée à l'administration personnelle	
4	L'évolution historique du recrutement	
5	Nombre des internautes en Algérie	
6	Nombre d'abonnés à Internet haut débit	
7	Nombre d'abonnés de téléphones mobiles et fixes	
8	Evolution du nombre de serveurs Internet sécurisés	
9	Les missions de PROSPECT PLUS +	

### Tableau des abréviations :

ABREVIATION	SIGNIFICATION
ANEM	Agence Nationale de l'Emploi
CV	Curriculum Vitae
DRH	Direction des Ressources Humaines
ERP	Entreprise Ressource Planning
FRH	Fonction de Ressources Humaines
GED	Gestion Electronique de Documents
ONAMO	Organisation Nationale Algérienne de Main d'OEuvre
PGI	Progiciel de Gestion Intégré
PGR	Progiciel de gestion de recrutement
TIC	Technologies d'Information et de Communication
SIRH	Système d'Information Ressources Humaines
SAAS	Softwar As A Service

### La liste des figures :

N° DU SCHEMA	TITRE	PAGE
1	Les différentes phases de recrutement	
2	Transformation de la GRH sous influence des TIC	
3	Recrutement papier/presse	
4	Recrutement 1.0	
5	Recrutement 2.0	
6	Recruter via le web : le carré des raisons	
7	Intégration des réseaux sociaux dans l'entreprise	

## Sommaire

Introduction générale

Chapitre 1 : Généralités et concepts théoriques sur la GRH.

Section 1 : Généralités sur la gestion des ressources humaines

Section 2 : Le recrutement

Section 3 : le processus de recrutement, ses étapes :

Chapitre 2 : le recrutement à l'ère numérique.

Section1 : Les Technologies d'information et communication

Section2 : le recrutement à l'ère numérique

Section 3 : Les concepts du e-recrutement

Section 4 : Les canaux du e-recrutement

Chapitre 3 : Le e-recrutement au sein de PROSPECT PLUS

Section 1 : La présentation de prospect plus

Section 2 : L'observation de processus

Section 3 : l'analyse de l'observation

Conclusion générale

# **Introduction générale**

## **Introduction générale :**

Ces 10 dernières années, les technologies d'information et de communication en particulier internet et ses différents outils ont apporté des changements considérables sur l'environnement social et économique.

Il est vrai, qu'aujourd'hui pour faire face à un marché d'emploi de plus en plus exigeant, les demandeurs d'emploi et les entreprises essaient toutes les techniques possibles pour se rencontrer. Et, à une époque où la concurrence est de plus en plus vive, les entreprises doivent être vigilantes pour que les meilleurs candidats ne leur échappent pas.

Or, C'est pour cela l'entreprise doit être en contact direct et en temps réel avec tous ses partenaires internes et externes à travers ces technologies d'information et de communication, notamment ses ressources humaines. Ces derniers permettent à l'entreprise de se faire connaître sur le marché de l'emploi, de développer sa visibilité et ses relations professionnelles.

Le choix du thème est motivé d'une part, pour le fait qu'il est d'actualité, d'autant que la culture technologique (internet ) devient très répandu dans la société algérienne , et d'autre part, les entreprises ne peuvent pas ignorer l'influence des nouvelles technologies sur le recrutement ou bien sur son processus et leur maîtrise est nécessaire pour l'élaboration d'une stratégie de recrutement, et depuis, un nouveau terme est utilisé pour ce type de recrutement « e-Recrutement ».

Cela nous conduit à la problématique suivante : quelle est la place du e-recrutement dans le marché d'emploi ?

Pour pouvoir répondre à cette problématique, j'ai formulé quelques questions secondaires :

l'évolution des TIC et leur utilisation dans la fonction RH ?

Qu'est-ce que l'e-Recrutement et ces différents concepts ?

Quels sont les outils à disposition des recruteurs face aux TIC ?

Au cours de notre étude nous tiendrons à vérifier les hypothèses suivantes :

H1 Les outils à disposition des recruteurs sont les médias sociaux et les sites d'emploi ;

H0 les réseaux sociaux ne peuvent pas servir le recruteur pour trouver les bons candidats.

H1 Les outils de l'e-recrutement sont considérés comme complémentaires dans le recrutement et la recherche d'emploi.

H0 le e-recrutement est considéré comme un outil substituable

Sur le plan méthodique mes recherches ont été principalement axé sur la consultation d'ouvrage, de travaux universitaires et revues spécialisés dans le domaine du recrutement, mais également sur une observation de terrain faite au sein du cabinet PROSPECT PLUS +, son objectif était donc qualitatif. Au cours de cette période de recherche nous avons utilisé l'observation comme méthode pour pouvoir répondre à la problématique.

**Chapitre 1 :**  
**généralités et**  
**concepts théorique**  
**sur la gestion de**  
**ressources humaines**

# **Chapitre 1 : Généralité et concepts théoriques sur la GRH :**

## **Introduction**

Dans ce chapitre, on a 3 sections qui vont parler, pour la section 1, de la gestion des ressources humaines et la fonction RH, son historique ses fonctions et l'apparition de cette fonction dans l'Algérie

Pour la deuxième section, on va entamer la fonction du recrutement et son procédure.

Ce premier chapitre est une synthèse des connaissances que nous ont eu pendant la formation, et par nos enseignants et ma lecture, sur les ressources humaines et ensuite le leurs recrutement et son processus.^

Dans la première section on parlera sur des généralités sur la gestion de ressource humaine, d'abord son historique, sa définition, ses missions et ses objectifs et troisième point sur les grands domaines de la RH.

La deuxième section de ce premier chapitre est consacrée au recrutement des RH, ou on va commencer par l'évolution historique, après définition et objectifs de recrutement, les sources et méthodes de recrutement traditionnelles

La dernière section contient cinq sous-sections ou on va en parler sur le processus de recrutement en général la préparation la recherche des candidatures et la sélection, accueil et l'intégration et le coût de recrutement.

## **Section 1 : généralités sur la gestion des ressources humaines :**

Dans cette section, nous allons tout d'abord présenter les diverses étapes qu'a connues la fonction RH, nous nous attacherons ensuite à décrire sa définition pour terminer cette section, nous étudierons les activités et les missions de la fonction RH.

### **1.1 la présentation de la gestion de ressources humaines**

#### **1.1.1 L'historique de la fonction ressources humaines :**

- **Jusqu'à la seconde guerre mondiale :**

Cette période connaît une véritable émergence de service du personnel qui apparaît notamment dans les grands centres de production, cela correspondait à l'avènement de la révolution industrielle et les premières traces qui structurent la vie salariale du salariat. Aussi la division du travail et le control afin d'accroître la productivité et la performance de l'entreprise

- **La période 1945-fin des années 1980 :** préoccupations sociales et professionnalisation de la fonction

Après la Seconde Guerre Mondiale, l'apparition des nouvelles préoccupations relatives aux conditions de travail met l'accent sur le facteur humain dans l'entreprise « l'association des salariés aux objectifs et performances de l'entreprise ». A ceci s'ajoute l'impact des facteurs psychosociologique et les travaux de l'école des relations humaines (Mayo, Maslow, Herzberg...) qui vont conduire à une meilleure productivité et performances au travail

Cette période marque aussi le développement de la législation sociale et la reconnaissance des actions des partenaires sociaux.

- **Les années 1980 :** la fonction RH une fonction stratégique de l'entreprise

Cette époque la GRH commence à avoir une stratégie qu'elle a aujourd'hui. La FRH est cohérente avec la stratégie de l'entreprise, on peut noter : les changements sociaux en particulier l'élévation des qualifications et la féminisation de l'emploi, l'évolution du cadre réglementaire, une économie ouverte.

Cette fonction prend le terme de ressources humaines en 1980, marqué par la prise de conscience de l'importance d'une gestion des compétences face aux défis technologiques et à l'instabilité de l'environnement économique qui est devenue plus concurrentielle .Elle est

considérée comme un facteur de compétitivité. Ce passage d'une fonction personnel à une FRH accompagne une évolution du rôle.

**Tableau 01:** l'évolution de la fonction ressources humaines.

Dans ce tableau on peut constater l'évolution de la fonction ressource humaine :

TYPE DE GESTION	ADMINISTRATION DU PERSONNEL	GESTION DES RELATIONS HUMAINES	GESTION DES RESSOURCES HUMAINES
Intitulé du responsable de la fonction	Chef du personnel	Directeur des relations humaines	Directeurs des ressources humaines
Période	1910-1960	1960-1970	A partir de 1985
Conception de l'organisation	Taylorienne-bureaucratique	Formelle-informelle	Flexible
Modalité de gestion dominante	Comptable et juridique : logique réglementaire de statuts et de concours	Sociales : négociations avec les syndicats, culture de promotion, de fidélisation	Technicienne et instrumentale : développement des compétences, évaluations des performances
Conception de l'homme	Utilitariste : Main d'œuvre substituable	Humaniste	Stratégique : actif spécifique

*Source : Dietrich A., Pigeyre F., la gestion des ressources humaines, la découverte , Coll. Repères, 2005.*

### 1.1.2 L'évolution de la GRH en Algérie :

Comme dans tous les pays, la FRH en Algérie s'est développée de manière différente, en fonction des changements provenant du marché et de l'évolution des conditions politiques et sociales. On présentera la FRH et sa démarche de compétence qu'elle a suivie.

#### - évolution historique :<sup>1</sup>

L'évolution de la FRH en Algérie, passe par cinq grandes périodes d'évolution dans les entreprises algériennes, dont chaque étape est marquée par des changements spécifiques.

Les années 60	Les années 70	Les années 80	Les années 90	La situation actuelle : de 2000 à nos jours
<ul style="list-style-type: none"> <li>-La main d'œuvre à un faible coût, sans concentrer sur la qualité.</li> <li>-Le système est autogestion.</li> <li>-la standardisation des activités.</li> <li>-la fonction personnelle inspire du taylorisme</li> <li>-La fonction personnelle inspire du Taylorisme</li> <li>-l'absence</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-construire un potentiel humain pour aller vers une économie de marché</li> <li>- la participation des travailleurs à la gestion du capital humain et son qualité.</li> <li>-L'Algérie fait appel aux gestionnaires et techniciens étrangers.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-La FRH continue d'être considérée comme un simple bureau des personelles qui est chargé par la rémunération et la formation.</li> <li>-L'évaluation du personnel consiste à des considérations administratives (primes)</li> <li>-l'autonomie des entreprises (la décentralisation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Evolution rapide de la FRH</li> <li>- L'utilisation des nouvelles techniques qui ont permis aux Managers de réaliser des tâches administratives et à plus haut valeur ajoutée avec des professionnels (spécialisés et diplômés).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-La FRH prend une nouvelle dimension qui porte sur les techniques de gestion, de valorisation, de mobilisation et d'anticipation.</li> <li>- fidéliser l'action du collectif des travailleurs à la performance de l'entreprise</li> <li>-</li> </ul>

<sup>1</sup> Evolution de la fonction ressources humaines en Algérie ; Synthèse élaborée par Mohamed MEZIANE, ancien DRH de AMC, consultant et vice-président de l'ALGRH (ALGRH-Algérie).

d'initiative et la main peu qualifié mais motivé. - Les fonctionnements sont bureaucratiques		des activités des responsables)		
---	--	---------------------------------	--	--

Selon Rabah KECHAD<sup>2</sup> la GRH en Algérie est peu développée par rapport à son internationalisation. Elle est caractérisé par la simple administration du personnel, à cause l'absence de la vision de motivation, le mode de gestion orientée plus vers la machine que l'homme :

-d'enquête de satisfaction du personnel est moins présente par rapport les autres missions

- la structure GRH et l'évaluation sont bureaucratiques.

-le manque de communication et d'information notamment dans les entreprises publiques ;

La FP passe à la GRH par une meilleure prise en compte du facteur humain et une professionnalisation en termes de management et d'informatisation de la fonction

## **1.2 Définition de la gestion de ressources humaines, ses objectifs, ses domaines :**

---

<sup>2</sup> KECHAD Rabah – Enseignant- chercheur à l'université de Blida - Algérie- Consultant formateur et conseil en management, GRH et communication

### 1.2.1 Définition de la gestion de ressources humaines :

La G.R.H. est l'ensemble des activités qui ont pour but de réaliser l'efficacité collective qui existe dans l'entreprise. L'efficacité se mesure par les objectifs qui sont atteints, sa mission est de suivre et conduire le développement des R.H.

La G.R.H. doit définir les stratégies et les moyens en RH, les modes de fonctionnement organisationnels et la logistique de soutien afin de développer les compétences nécessaires qui vont contribuer à la réalisation des objectifs.

Tableau 02 : la GRH comparée à l'administration personnel

Gestion de la main d'œuvre	Administration du personnel	GRH
Conception de la main d'œuvre	Personnel substituable	Actif spécifique
Mode d'action	Réaction	Anticipation
Statut de la main d'œuvre	Variable d'ajustement	Variable stratégique
Statut du responsable de la fonction	Chef du personnel	DRH du membre de direction

Source : L.Cadin et al., « Gestion des ressources humaines, pratiques et éléments de théorie »(2002,P11).

### 1.2.1 Objectifs de la GRH :

Après avoir donné une définition de la notion de GRH, voyons quels sont ses objectifs :

Assurer une rencontre optimale entre les attentes de l'organisation (objectifs) et celles du personnel (satisfaction et motivation).

Résoudre les problèmes des hommes au travail et les satisfaire en répondant aux exigences des entreprises.

L'efficacité et l'efficience administrative.

Avoir une organisation décentralisée, mobilisatrices et réactives.

La motivation des salariés (clients internes)

Favoriser le changement ce qui encourage l'initiative et des nouveaux comportements.

Assurer la communication interne (à travers la gestion des panneaux d'affichage et la détermination du type d'information qui devront y figurer).

### 1.3 Les grands domaines de la fonction RH :

Nous pouvons dire qu'aujourd'hui la GRH comporte six axes majeurs, qui sont :

emploi

- un facteur fondamentale pour le développement éco-social
- gestion des flux personnels de l'entreprise

rémunération

- la liaison entre un employeur et ses salariés
- une source de motivation de la part de l'emploi

valorisation

- Développement humain et social.
- l'évaluation personnel et la gestion des carrières, la formation, l'amélioration des conditions de travail.

formation

- un levier important de motivation, qualité, organisation et intérêt au travail

communication

- du dialogue social et des flux d'information

évaluation

- Elle occupe une place majeure en matière de GRH car elle détermine de nombreuses pratiques : la formation, la promotion, la mobilité, la rémunération...

## Section 2 : Le recrutement à l'ère traditionnelle :

Le recrutement occupe une place très importante au sein du système de gestion des ressources humaines de l'entreprise.

Pour qu'on puisse de présenter les différentes dimensions de cette variable, nous devons commencer par son historique :

### 2.1 L'évolution de recrutement :

Cette activité s'est effectuée au cours des siècles, on peut résumer ce développement en trois grandes étapes :

Avant la révolution industrielle	<ul style="list-style-type: none"><li>-L'organisation considérait le travail comme un facteur de production simple et peu coûteux.</li><li>- les techniques de recrutement étaient rudimentaires</li></ul>
De la révolution industrielle jusqu'à les années soixante	<ul style="list-style-type: none"><li>-Une grande mobilité de la main d'œuvre : les organisations ont commencé à développer des techniques pour attirer vers elles une main d'œuvre satisfaisant leur besoin.</li><li>-le recruteur a désigné les opérations qui procèdent et préparent à la sélection.</li><li>- la situation de mobilité dans laquelle ils se trouvaient les salariés leur créait des possibilités d'avancement</li></ul>
Des années soixante à nos jours	<ul style="list-style-type: none"><li>-l'apparition de changement considérable.</li><li>-précisions des sources de recrutement.</li><li>- mise au point de formulaires de demandes d'emplois,</li><li>- établissement d'un recrutement plus structuré avec des critères précis.</li></ul>

Tableau 4 : l'évolution de recrutement

## **2.2 Les définitions et les objectifs du recrutement :**

### **2.2.1 Les définitions de recrutement**

Le recrutement se définit comme « la meilleure adéquation possible » entre un poste et une personne.

Recruter permet de positionner « la bonne personne à la bonne place au bon moment ».

Pour L.SEKIOU « le recrutement est un ensemble d'actions utilisées par l'organisation pour attirer des candidats qui possèdent les compétences et aptitudes nécessaires pour occuper un poste vacant »<sup>3</sup>

Ainsi J.BOURDONNAIS considère le recrutement « comme étant l'ensemble des actes qui consiste à repérer puis sélectionner un individu pour lui faire intégrer une organisation »<sup>4</sup>

De son côté, C.H BESSEYRE DES HORTS voit que « le recrutement est une adéquation entre les besoins de l'entreprise sur le plan des postes à pourvoir et les individus (et leur aptitudes) disponibles sur le marché de travail »<sup>5</sup>

Déterminer avec relative précision quels sont des besoins en s'appuyant d'une part sur des profils faibles des postes à pourvoir et d'autre part, sur l'analyse de l'évolution de ses postes dans le cadre de la gestion prévisionnelle des ressources humaines

Identifier les meilleurs candidats possibles (en termes d'aptitudes de profils psychologique , d'expérience professionnelle...) pour tenir les postes à pourvoir dans le cadre d'une démarche de recrutement qui fait appelle à certains techniques et pratiques

Le recrutement est un processus incontournable dans la vie de toute entreprise, En effet, l'idéal serait d'avoir « la bonne personne au bon endroit ». Les ressources humaines jouent un rôle central dans la vie de l'organisation et il est important de s'entourer de collaborateurs ayant les capacités cognitives, les compétences, la personnalité... les plus en adéquation possible avec le poste à occuper afin de maximiser l'efficacité des Ressources Humaines de l'organisation.

---

<sup>3</sup> SEKIOU (Lakhdar) ,*autre, op ,cit ,p 277*

<sup>4</sup> J.BOURDONNAIS : *le recrutement , in encyclopédie de management de management ,T2, vuibert ,1992,p.618.*

<sup>5</sup> CH.BESSEYRE : *gérer des ressources humaines dans l'entreprise, l'édition d'organisation, Paris, 1990, p60.*

### **2.2.2 Les objectifs du recrutement <sup>6</sup> :**

Le recrutement est une activité principale dans l'organisation, pour acquérir les RH nécessaires à son fonctionnement et pour atteindre ses objectifs globaux, les principaux objectifs visés par le recrutement peuvent s'énumérer comme suit :

Elaborer des moyens et des techniques pour trouver les bons éléments de RH, autour et à partir de lesquelles s'articulent l'ensemble des activités de l'organisation.

Savoir sélectionner les candidats susceptibles d'occuper des emplois vacants au meilleur coût possible.

Augmenter la banque de candidats et mettre en marche un mécanisme pour la mise à jour du nombre et des qualifications des candidats possibles à partir des outils et des diverses sources utilisés

Contribuer à titre préventif, à l'établissement de programme spécifique pour différents services de l'organisation.

---

<sup>6</sup> le Gall (Jean-Marc), *gestion de ressources humaines, collection encyclopédie édition Puf 2002 page15*

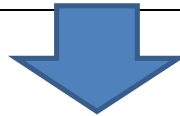
### 2.3 Le processus de recrutement, ses outils,

Peretti (2011) propose une approche du processus de recrutement en cinq principales étapes. Celles-ci comportent elles-mêmes des sous-étapes. L'approche de Peretti peut être exposée comme ceci :

#### SCHEMA 1 : Les différentes phases de recrutement

Etape1 :

Stratégie de recrutement	Définir la stratégie de recrutement (1)
	Développer son attractivité (2)



Etape2 :

Préparation du Recrutement	Expression de la demande (3)
	Analyse de la demande (4)
	Définition du poste et du profil (5)



Etape 3 :

Recherche des Candidatures	Prospection Interne (6)
	Choix de la méthode de recherche (7)
	Recherche des candidatures externes (8)



Etape4 :

Sélection des Candidats	Premier Tri (9)
	Entretiens (10)
	Tests éventuels (11)



Etape5 :

Accueil et Intégration	La décision (12)
	La proposition (13)
	L'accueil (14)
	L'intégration (15)

*Source : Jean-Marie Peretti, Ressources Humaines*

Il est donc pertinent, d'analyser chacune des étapes de cette approche processuelle du recrutement pour mieux comprendre leur portée et les moyens à mettre en œuvre :

On va analyser chaque étape en s'appuyant sur le travail de Peretti

### 2.3.1 La stratégie de recrutement :

- **la définition d'une stratégie de recrutement** : l'entreprise doit établir une stratégie dans laquelle, elle va planifier tout le processus du recrutement, elle doit tous ses politiques et pratiques de recrutement les meilleures pratiques de recrutement .
- **Développer son attractivité** : après avoir défini une stratégie de recrutement et développé son image auprès de ses futurs candidats potentiels, l'entreprise et donc le recruteur peut ainsi débiter la procédure active du recrutement.

### 2.3.2 La préparation du recrutement

Celle-ci débute par l'expression de la demande (3). Cette demande peut émaner du responsable d'un service comme d'un membre de la hiérarchie (remplacement d'un départ, congés, mutation ou la création d'un poste) et donc le recrutement est alors la réponse à un besoin spécifique, soit cette demande peut être liée à un accroissement de l'activité. Il est important que cette demande fasse l'objet d'un examen hiérarchique car la personne l'exprimant doit avoir le pouvoir nécessaire pour engager l'entreprise dans cette démarche de recrutement. Cet examen permet également de ne pas lancer la procédure inutilement et donc, de faire perdre du temps et de l'argent.

Après l'expression de la demande, il revient donc à la personne chargée de la traiter d'en effectuer l'analyse (4). Il faut donc en effectuer le diagnostic d'opportunité. Ce diagnostic a pour but de déterminer s'il n'existe pas d'autres solutions au recrutement (travail temporaires, contrats à durée déterminée, stagiaire, sous-traitance).

Le but de ce diagnostic est de déterminer quel emploi devra être recruté.

### 2.3.3 La phase de recherche

#### ➤ **La recherche de candidatures :**

« L'appel à candidature implique également que les responsables du recrutement s'interrogent sur l'opportunité de rechercher un candidat au sein de l'organisation ou extérieur à celle-ci »<sup>7</sup>

Ce constat est important car si pour beaucoup de monde, recruter quelqu'un signifie effectuer une recherche de candidats (ETAPE 3) à l'extérieur de l'entreprise, il est important de noter que le recours à une solution interne peut également répondre aux besoins de l'entreprise.

- **Prospection interne :**

---

<sup>7</sup> LETHIELLEUX, L'essentiel de la Gestion des Ressources Humaines, Gualino Editions, 6è Edition, p65

Quel que soit la nature de poste à pourvoir, l'entreprise doit savoir si ses salariés peuvent satisfaire ce besoin, et puis il y'a plusieurs méthodes de recrutement peuvent être utilisées et nous citerons :

La promotion : Nomination ou accession de quelqu'un à un grade supérieur, à une fonction plus importante sur le plan hiérarchique ou sur celui des responsabilités

La mutation ou le transfert<sup>8</sup> : La mutation consiste pour un fonctionnaire à changer d'emploi sans changer de grade, ni de corps ou de cadre d'emplois d'appartenance au sein de la même fonction publique. Il existe 2 types de mutation :

La mutation interne qui consiste en un changement d'affectation au sein de la même organisation. Elle a lieu à la demande du fonctionnaire ou à l'initiative de l'administration.

La mutation externe qui conduit à un changement de l'organisation, de ou d'établissement. Elle est prononcée sur demande du fonctionnaire.

L'affichage intérieur : l'affichage invite tous les employés à poser leurs candidatures au poste vacant, il s'agit de mettre en place une banque de données sur les postes disponibles, avec définition et profil du poste, cette banque de données doit être accessible aux employés de l'entreprise .il peut se faire aussi par l'intermédiaire du journal d'entreprise ou d'une note de service.

Le parrainage (cooptation, réseau) : il consiste à faire participer tout membre de l'entreprise au processus de recrutement, en lui demandant de susciter des candidatures dans ses relations personnelles.

- **La prospection externe :**

Différentes possibilités s'offrent à l'entreprise qui veut recruter à l'extérieur :

»Consultation des candidatures spontanées reçues : ce sont ceux qui font l'initiative de faire savoir à l'organisation en quête d'un personnel nouveau qu'ils sont disposés à accepter des postes vacants, leur flux peut être considéré comme un très bon indicateur de l'image de l'entreprise sur le marché de l'emploi et dans son environnement

»Les recommandations de candidats (les cooptations) : candidatures présentées par des membres du personnel, elles sont en général bien adaptées au postes à pourvoir .

---

<sup>8</sup> <http://vosdroits.service-public.fr/particuliers/F459.xhtml>

»Les candidatures en portefeuilles : certaines candidatures ne sont pas retenues car leurs Cv n'ont pas été convenu au poste, mais ils ont des compétences très intéressantes donc l'entreprise doit les conserver en portefeuille.

» L'appel aux organismes officiel (L'ANEM) :

Agence Nationale de l'Emploi et Main d'œuvre créée pour organiser le marché de l'emploi en Algérie en tant qu'intermédiaire entre les employeurs et les demandeurs d'emploi,

L'Agence nationale de l'emploi (ANEM) prend la suite de l'ONAMO L'Office national algérien de la main-d'œuvre (ONAMO), créé par décret du 29 novembre 1962 en 1990 en tant qu'établissement public. Elle est dotée en 2004 du statut d'établissement public à gestion spécifique. Elle est placée sous la tutelle du ministère du travail et de la sécurité sociale.

L'ANEM est chargé principalement de recueillir et de mettre en relation l'offre et la demande de travail. Elle a également une fonction d'étude, d'analyse et de diffusion des informations sur le marché du travail. Elle doit favoriser la mobilité géographique et professionnelle des demandeurs d'emploi, sur le plan national comme international. Enfin, l'ANEM s'est vu confier le contrôle des organismes privés contribuant au service public de l'emploi, autorisés en vertu de la loi de 2004<sup>8</sup>. L'ANEM s'est vue confier le contrôle des organismes privés contribuant au service public de l'emploi, autorisés en vertu de la loi de 2004. Seize d'entre eux ont été créés entre 2009 et 2011.

Tout employeur est tenu de notifier toute offre d'emploi à l'agence de l'emploi de l'ANEM ou à un organisme privé agréé.

L'ANEM peut se voir confier la mise en œuvre de mécanismes publics d'aide à l'emploi. C'est le cas depuis 2008 du Dispositif d'aide à l'insertion professionnelle (DAIP) qui vise à favoriser l'insertion professionnelle des jeunes n'ayant pas encore exercé une activité rémunérée.

»Les candidatures suscités auprès des écoles et organismes de formation :

Si l'entreprise décide de recruter des débutants à un certain nombre de postes, les contacts avec les écoles et les organismes de formation sont un excellent moyen de susciter des candidatures.

» Annonces dans les médias généralistes ou spécialisés. On constate une diversification des moyens employés : presse écrite, télévision, internet...

Le choix du (des) média(s) de recherche aura une influence certaine sur les candidatures reçues mais aussi sur l'image véhiculée par l'entreprise sur le marché du travail

»Les cabinets spécialisés : l'entreprise délègue une partie ou la totalité du processus de recrutement à un cabinet de recrutement

» Réseaux professionnels : ce mode est de plus en plus fréquemment utilisé pour le recrutement

» Recrutement par approche directe : chasse de tête, participation aux forums emplois...

» Cercle de relations : de la cooptation basique aux réseaux Internet, actuellement en développement considérable (on pense ici au site Internet de « réseautage »).

#### **2.3.4 La sélection des candidats :**

Nous avons pu observer que la recherche de candidatures externes au travers de la publication d'offre sur de nombreux médias et l'utilisation de plusieurs outils permettent d'obtenir des candidats pouvant répondre au besoin de l'entreprise. Parlons maintenant de la sélection des candidats :

- a) **Les biais de perception :** Les biais de perception se retrouvent dans de nombreuses situations au sein d'une organisation. Ainsi, le processus de recrutement n'échappe pas à l'influence de ces facteurs. La perception d'un candidat par le recruteur dans un processus de sélection est conditionnée par les caractéristiques suivantes : celles de l'agent perceptif (le recruteur), celles du cadre de perception et enfin celles de l'objet ou de l'être perçu (le candidat). En matière de comportement organisationnel en recrutement,
- b) **Le tri des candidatures :** Une annonce correctement rédigée et une exploitation pertinente des canaux de recherche devraient permettre de recueillir un nombre conséquent de candidatures. Il est dès lors évident qu'il va falloir effectuer un tri important entre toutes les candidatures reçues, dont une certaine partie sera parfois « fantaisiste » ou réellement inadaptée.

Après cette étape, il est souhaitable de se pencher sur l'étude de la lettre de motivation, plus gourmande en temps, mais qui se fera uniquement sur un échantillon beaucoup plus restreint.

- c) **Les techniques de sélection :** Si la compétence technique reste capitale et fait l'objet de tests et/ou d'entretiens à part, il importe souvent aux recruteurs de mieux connaître la personnalité de leur futur collaborateur. :

##### **-Les testes**

- ✓ Les tests de personnalité Les questionnaires de personnalité révèlent le profil psychologique. Ils permettent d'étudier la personnalité d'un candidat en le confrontant à des situations.
- ✓ Les tests d'aptitudes cognitives Les tests d'aptitudes cognitives vont permettre d'évaluer l'intelligence. Ils se présentent sous forme de tests de logiques, de

raisonnement ou linguistique. Ces tests sont actuellement peu utilisés par les entreprises car ils ont mauvaise réputation. Mais ils présentent des résultats plutôt positifs et méritent que les recruteurs y aient davantage recours.

**-Les entretiens :** L'entretien est utilisé dans quasiment tous les recrutements : il s'agit souvent de l'ultime étape d'un processus de sélection où plusieurs personnes peuvent intervenir, notamment la personne chargée du recrutement et le supérieur hiérarchique du collaborateur potentiel. Deux types d'entretiens peuvent être mis en œuvre :

- ✓ L'entretien structuré se déroule d'une manière préétablie : l'interaction recruteur/candidat est standardisée et les réponses sont analysées précisément.
- ✓ L'entretien non structuré se déroule d'une manière spontanée et varie en fonction du recruteur et de chacun des candidats. Ce dernier type d'entretien est majoritairement utilisé : or, il apparaît que le degré de structuration de l'entretien a un effet sur sa validité.

« Il serait intéressant de mixer les deux approches »

**-L'assessment center L'assessment Center ou centre d'évaluation :** permet d'évaluer les compétences professionnelles et les qualités personnelles d'un candidat lors d'un « jeu de rôle » individuel ou collectif. Cette méthode est utilisée comme moyen de recrutement : c'est une aide à la décision à travers une analyse du potentiel intellectuel, des compétences, du comportement et du style de management du candidat à partir d'un référentiel de compétences exigées, et adapté aux besoins de l'entreprise :

### 2.3.5 La finalisation du recrutement

Il serait préjudiciable de négliger les phases postérieures au choix définitif du recruteur. En effet, deux éléments doivent être considérés :

- **L'intégration de la recrue :** Elle va rentrer dans une organisation avec sa vision, ses règles internes... tout un ensemble d'éléments aisément identifiables ou beaucoup plus

internalisés. Pour pouvoir s'intégrer dans le cadre organisationnel, le recrue a besoin de soutien.

- **L'adaptation au poste** : D'un point de vue purement technique, il conviendra d'apporter un soutien au nouveau venu afin de l'aider à travailler efficacement le plus rapidement possible.

C'est un véritable choix dans la méthode de recherche (7) que doit effectuer le recruteur car elle va déterminer la suite des événements. C'est alors la deuxième occurrence du questionnement sur l'externalisation du recrutement qui se pose pour le recruteur et donc, l'entreprise. En effet, après avoir défini le poste et effectué une première recherche en interne,

## **Section 3 : le coût et les missions d'audit du recrutement**

### **3.1 Le coût de recrutement<sup>9</sup> :**

Tout au long d'un processus de recrutement, plusieurs personnes de l'entreprise ou de l'extérieur ont un rôle effectif et y consacrent un certain temps de travail et des moyens, ce qui génère des coûts.

#### **3.1.1 Les coûts correspondant au temps de travail passé dans le processus :**

Le processus de recrutement est pris en charge par divers acteurs, le coût de recrutement prend en compte le temps qu'ils passent dans le processus par rapport à leurs salaire, toutes charges incluses.

Ces acteurs activent principalement au niveau des services suivants :

-les spécialistes du recrutement : recrutement, chefs de services, secrétaires, assistants psychologiques, psychotechniques, réceptionnistes ...etc.

-Les services médico-sociaux

-Les spécialistes de la qualification du travail et de rémunération.

-Les spécialistes de promotion, de l'évaluation, de la gestion des carrières.

-Les spécialistes de la gestion prévisionnelles.

-Le contrôle de gestion (budgets).

- Les services de comptables (règlement des factures).

- Les services d'organisation (justification des effectifs, nature des emplois).

- Les services du plan du développement (prévisions d'effectifs)

-Les services d'informatiques (établissement et traitement des dossiers et budgets de recrutement)

#### **3.1.2 Les coûts correspondant à des frais directs facturés :**

Les frais d'annonces, honoraire de cabinets-conseils, frais de voyages de recruteurs et des candidats, location des bureaux de réception etc. peuvent être importants.

Ainsi pour le recrutement d'un cadre, les frais d'annonce représentent souvent de 10% à 20% du salaire annuel et les honoraires de cabinet de 15% à 22% de ce même salaire.

---

<sup>9</sup> PERETTI. (Jean-Marie) : *gestion des ressources humaines*, Ed Vuibert, 13<sup>e</sup> édition, (2005-2006), page 82

A ces frais directs s'ajoutent les coûts correspondant aux frais de fonctionnement administratifs des services de recrutement : frais de la médecine de travail, frais de papeterie, matériels de test et examens, frais de locaux, des amortissements de matériel.

Enfin, le coût de recrutement décrit précédemment ne constitue pas qu'une partie du coût d'entrée dans l'entreprise d'un nouvel employé. Etude doit se poursuivre par l'analyse de coûts de familiarisation, de formation, d'adaptation...

### **3.2 Les missions d'audits du recrutement :**

Le processus de recrutement engendre un coût que l'entreprise va investir, comme tout investissement, il est nécessaire d'évaluer les résultats obtenus en fin de processus par rapport aux objectifs fixés au préalable, cette évaluation est opérée par l'organisation elle-même par le biais d'efficacités et l'audit stratégique :

**3.2.1 L'audit d'efficacité :** la mission de l'auditeur est de vérifier dans quelle mesure les objectifs quantitatifs et qualitatifs ont été atteints et de comprendre et les raisons des éventuels écarts. L'audit peut aussi porter sur l'efficacité des résultats.

**3.2.2 L'audit stratégique :** l'auditeur doit vérifier si l'entreprise a une politique de recrutement cohérente avec sa stratégie, et sa mise en œuvre (la sélection, autorisation d'embauche, Accueil, contrat de travail et période d'essai)

**3.2.3 L'audit de conformité :** Elle existe dans les pays industrialisés où l'Etat a mis en place des instruments de contrôle du marché de travail et s'octroie sur le respect des procédures internes.

## **Conclusion**

Pour conclure, il est utile de rappeler, que s'il est un processus qui doit être fréquemment « audité » c'est le processus recrutement, il est de la responsabilité de la direction des ressources humaines de vérifier que la conformité et l'efficacité du processus sont en ligne avec les directives et les objectifs fixés.

Le processus de recrutement est fondamental au sein de la fonction Ressources Humaines .Il se définit comme la recherche de candidats en prenant en compte la nécessaire adéquation entre les besoins de l'entreprise et les profils des candidats .L'objectif étant que le recrutement soit un succès pour que l'insertion du candidat puisse s'assimiler à une greffe réussie

Elle pourra soit recruter un chargé de recrutement par des outils traditionnels, soit via le Web « e-recrutement » .

# **Chapitre2 :le recrutement à l'ère numérique**

## Introduction

L'apparition des technologies de l'information et de la communication les TIC ont eu un impact considérable sur le processus de recrutement.

Pour commencer ce chapitre on va tout d'abord parler de l'évolution de l'informatique et de Web dans le monde et puis dans l'Algérie dans la première section, ensuite on va préciser l'apport du web et recrutement, les nouveaux outils du processus de recrutement. Puis on va définir le e-recrutement, ses concepts.

La troisième section, nous trouvons les concepts du e-recrutement qui contient le sourcing et la marque d'employeur

Et nous avons une quatrième section on va parler des canaux du e-recrutement , ou on va rencontrer plusieurs outils qui sont nouveaux pour les recruteur

## **Section 1 : Les technologies de l'information et la communication :**

### **1.1 L'évolution de la technologie dans les entreprises :**

En 20 ans, et à la faveur de mutations technologiques majeures, le monde de l'entreprise s'est totalement approprié l'outil informatique. L'informatisation a permis d'accélérer les prises de décision et d'améliorer la communication au sein de l'entreprise. Pourtant, il reste encore beaucoup à faire. Internet n'est pas encore

L'émergence des ERP (entreprise resource planning ou PGI pour progiciels de gestion intégrés) aide l'informatique en entreprise dépasse le seul cadre de la bureautique et de la gestion de la correspondance. En ces temps "antédiluviens", il n'existe quasiment aucun standard, les systèmes sont propriétaires, tout est cloisonné. Depuis, les choses ont bien changé !

#### **1.1.1 Le développement des ERP :**

Après la généralisation des PC dans le monde de l'entreprise, nous avons vu arriver les ERP dans les années quatre-vingt-dix. Ils représentaient alors la promesse, de "mettre de l'ordre" dans les processus métier des entreprises. Ils devaient coordonner l'ensemble des activités (celles dites "verticales" telles la production, l'approvisionnement, ou les "horizontales" comme le marketing, les forces de vente, les RH, etc.) autour d'un même système d'information (SI). Cette promesse, les ERP l'ont tenue. Mais à l'usage, force est de constater qu'ils se sont révélés inféodants, souvent lourds, et relativement inadaptés.

Les ERP ont été une illusion, une fausse bonne idée. Si des éditeurs tels que SAP, Oracle ou Accenture ont pu s'enrichir, le fonctionnement des ERP s'est révélé trop rigide. La principale erreur a alors consisté à penser que l'on pouvait et que l'on devait tout unifier. Mais c'était sans compter sur l'évolution des technologies, celle des marchés et des usages.

Si le monde de l'entreprise mesure aujourd'hui parfaitement les lacunes des progiciels de gestion intégrée, il demeure très complexe de s'en libérer. Non seulement les acteurs majeurs font tout pour ralentir le processus, mais les entreprises ont consenti de tels investissements qu'il est difficile de faire machine arrière. Pour y parvenir, il faut réduire progressivement la voilure et procéder par étapes. les ramifications des ERP dans les SI sont trop profondément ancrées pour être éradiquées d'un clic !

### **1.1.2 Internet débarque dans les entreprises :**

S'il est une rupture majeure dans l'histoire des nouvelles technologies, c'est évidemment l'arrivée d'Internet dans les entreprises. Cette rupture a d'abord créé les conditions d'un marché gigantesque. Les entreprises ont pu s'ouvrir plus facilement sur le monde, se développer. Le Web a également permis de poser des standards, de définir de nouveaux usages, de créer de nouvelles méthodes de travail et d'universaliser les solutions techniques avec le HTML, l'Ajax, etc.

Au premier rang des changements clés que retient l'expert, il y a, bien sûr, la continuité de l'activité. Il est devenu possible de travailler partout, tout le temps ! Un phénomène qui s'est renforcé avec l'émergence progressive de l'Internet mobile. Cette évolution plus récente constitue elle aussi une rupture capitale. Le cofondateur de Revevol illustre son propos par un chiffre qui permet de prendre la mesure du phénomène : aujourd'hui, plus de 7 milliards de cartes SIM sont en circulation dans le monde, soit autant que d'êtres humains !

Avec les technologies 3 et 4G, l'Internet mobile résout définitivement le problème des performances des infrastructures réseau. Le niveau de fiabilité et de disponibilité a atteint un stade industriel. L'ensemble des périphériques mobiles (ordinateurs, smartphones, tablettes) est doté d'un navigateur capable de se connecter à un réseau sans fil pour accéder à un serveur distant. Le navigateur est devenu la passerelle incontournable entre l'infrastructure réseau et les moyens de communication et de production.

### **1.1.3 L'émergence de la dimension CRM :**

Peu après la révolution ERP, la relation client se retrouve bouleversée par l'arrivée d'un concept novateur : le CRM (pour customer relationship management) ou GRC (gestion de la relation client), à la fin des années quatre-vingt-dix. L'entreprise se donne les moyens de placer le client au centre de sa stratégie et non plus en bout de chaîne. L'époque où l'on voit fleurir de gigantesques centres d'appels (puis centres de contacts) de plusieurs centaines - voire milliers - de positions est inaugurée.

Le niveau d'usage réel des CRM - SaaS ou pas -, est beaucoup plus bas que ne l'annoncent les éditeurs. En raison, principalement, du peu d'appétence des commerciaux pour ces outils très structurés qui les obligent à adopter une démarche plus rationnelle que celle qu'ils ont coutume d'avoir. C'est l'une des raisons pour lesquelles, selon notre expert, nous voyons apparaître des outils alternatifs plus souples et plus légers (comme Collabspot), qui prennent en compte cette situation. Une tendance vers des outils qui s'adaptent aux usages, et non l'inverse, qui devrait se propager face à la pression et aux besoins des utilisateurs.

#### **1.1.4 Les années SaaS et cloud :**

L'accès permanent à Internet, qu'il soit sédentaire ou nomade, a posé les conditions nécessaires à une nouvelle rupture : le cloud. L'"informatique dans les nuages" est, selon l'évolution technologique qui va sceller pour de bon le destin des ERP et ce, malgré les agitations désespérées de leurs plus ardents défenseurs ". Le cloud fait passer les entreprises de la culture des solutions intégrées à la celle des composants.

La phase initiale qu'a constituée le SaaS n'a fait que renforcer cette rupture. D'ici à 2021, tous les usages non-métier vont basculer vers le SaaS. Désormais, les applications fonctionnent comme des briques que l'on agrège au SI en fonction des besoins. Le SaaS et le cloud redonnent finalement ses lettres de noblesse à la notion d'applications sur mesure. Les équipes des DSI peuvent concentrer leurs efforts sur des activités spécifiques, créatrices de valeur et de compétitivité.

La difficulté n'est plus aujourd'hui d'administrer le réseau pour qu'il fonctionne dans des conditions optimales, mais de savoir comment agréger les composants qui vont permettre à l'entreprise de travailler. De cette rupture découle un changement majeur de mentalités : les DSI ne décident plus seules de ce qui est bon ou pas pour le SI. Autrefois, le travail était effectué en silo. Désormais, avec l'aide du SaaS et du cloud, il existe de plus en plus d'interactions entre les services pour déployer des solutions métiers.

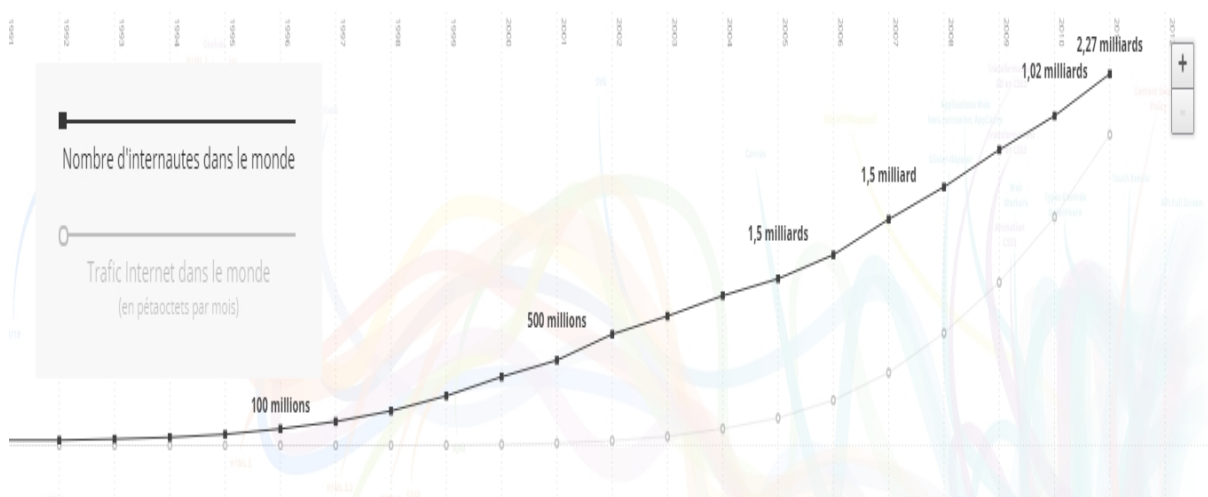
Mais cette rupture peut contribuer à causer des dommages collatéraux, car un certain nombre d'emplois sont menacés, notamment au sein des DSI. Ainsi, il n'est plus nécessaires d'avoir de gros effectifs en interne pour gérer les réseaux et les serveurs, car les infrastructures sont déportées ou externalisées.

## 1.2 L'évolution du Web

Aujourd'hui, le Web est un univers en perpétuelle expansion, constitué de pages et d'applications Web qui regorgent de vidéos, de photos et de contenu interactif. Tout cela est rendu possible grâce à l'interaction entre les technologies Web et les navigateurs.<sup>10</sup>

Petit à petit, les technologies Web ont permis aux développeurs de rendre le Web plus utile et plus captivant.

Le nombre des internautes dans le monde



Internet est un réseau international d'ordinateur qui communique entre eux grâce à des protocoles d'échange de données standards. Cette communication en réseau se fait indépendamment des types d'ordinateurs utilisés. C'est un outil de communication qui utilise les fils téléphoniques, la fibre optique, les câbles intercontinentaux et les communications par satellite. Il rend accessible au public des services comme le web, plus particulièrement le web2.0.

<sup>10</sup> <http://www.evolutionoftheweb.com/?hl=fr#/growth/day>

### **1.2.1 Définition du web 2.0 :**

Ce terme est utilisé pour la première fois en 2003 par Dale Dougherty<sup>11</sup> puis popularisé par Tim O'Reilly<sup>12</sup> et qui a fait débat à son apparition ne désigne pas une évolution technique strict et figée du web, il met un nom sur de nouvelles pratiques d'utilisation, de nouveaux outils et surtout sur sa nouvelle dimension sociale et participative.

Le web 2.0 est avant tout un recentrage du web autour de l'utilisateur, l'internaute ne va pas chercher l'information, elle vient à lui selon des critères qu'il a lui-même définis. Au-delà de ce renversement, le web en sa version 2.0 n'est plus l'apanage de spécialiste et d'informaticiens, grâce à de nouveaux outils simplifiés et bien souvent gratuits, l'utilisateur devient acteur, il crée du contenu, partage et échange l'information. C'est l'avènement du web interactif et social.

En définitive, le web 2.0 est une technologie reliant les hommes et permettant échange, partage et collaboration, mais c'est aussi un outil en perpétuelle évolution dont la structure, les codes et les applications changent au gré de l'utilisation qu'en font ses millions d'utilisateurs.

### **1.2.2 Enjeux pour l'organisation :**

Avec l'avènement du web, les entreprises sont confrontées à de nouvelles contraintes, elles n'ont plus le droit à l'erreur. Elles se doivent d'être présentes sur la toile et gérer leur image, de savoir ce que l'on dit d'elle pour essayer d'améliorer leur prestation.

#### **-Utilisation dans la fonction RH :**

Bien que la notion de plateforme 2.0 renvoie fréquemment à un ensemble de technologies, le concept de RH 2.0 est beaucoup plus large que ces dites technologies. C'est la pratique de gestion du capital humain ancrée dans la philosophie du 2.0 qui focalise sur les usages en transformant le rôle même des RH afin de mieux répondre aux défis stratégiques de l'organisation mais également de saisir les opportunités apportées par le web 2.0.

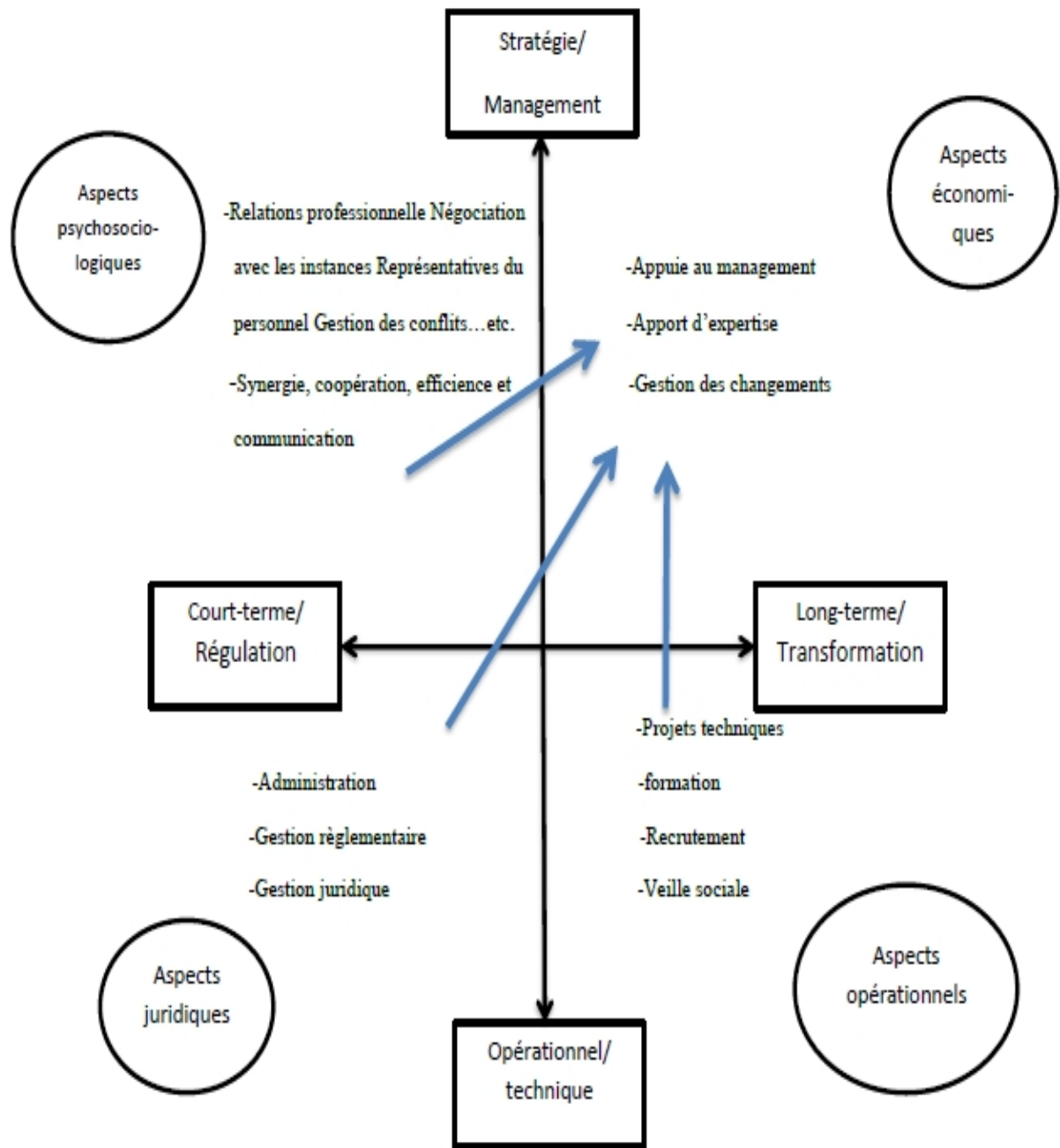
Le web 2.0 vise l'ADN même des principes de la RH, c'est-à-dire : informer, collaborer et impliquer. Il lui permet aussi d'avoir une base de données de candidats potentiels grâce aux échanges d'information et donc faciliter le recrutement. En conclusion les TIC ont apportés

---

<sup>11</sup> Co-fondateur de O'Reilly Media : <http://www.oreillynet.com/pub/au/26>

<sup>12</sup> Fondateur de O'Reilly Media : <http://tim.oreilly.com/>

beaucoup de changement dans les organisations en leur facilitant la gestion avec une meilleure circulation de l'information, ils ont modifiés les modes de travail, ça permet de développer les échanges transversaux qui n'étaient pas autorisés dans l'organisation traditionnelle. Mais aussi ils ont apportés une nouvelle touche à la fonction de ressources humaines en leur facilitant leurs différentes tâches. Ils ont permis à cette fonction qui a toujours été laissée de côté à évoluer et ça permet de gagner en efficacité et en efficacité. On peut dire que les TIC ont transformés l'organisation et spécialement la fonction ressources humaine, on va voir dans la figure qui suit les transformations apportés à la DRH.



SCHEMA 2: Transformation de la GRH sous l'influence des TIC

## **1.2 L'évolution de l'informatique et le Web en Algérie :**

### **1.3.1 L'évolution de l'informatique :**

Avant la promulgation de la loi 2000-03, le marché des télécommunications en Algérie souffrait d'un retard en termes de pénétration téléphonique qui ne dépassait pas 6% contre 8% dans les autres pays du Maghreb et 40% pour les pays développés ajouté à cela, plus de la moitié des localités n'étaient pas encore connectées au réseau des télécommunications.

-Les réseaux d'information d'entreprises étaient presque inexistants.

-Le nombre d'internautes était très faible malgré l'existence de 61 providers agréés et de milliers de cybercafés.

La boucle d'abonnés était le maillon faible du réseau et ralentissait sérieusement l'utilisation de l'Internet.

Le point fort restait l'ossature du réseau solide et bien maillé. Avec une capacité de 2,5 Gbps, le réseau d'Algérie Télécom était parmi les plus importants au niveau des pays émergents.

- Algérie Télécom : Grands défis à relever dès sa création

ALGERIE TELECOM, a été créée sous la forme juridique d'une société par actions (SPA) opérant sur le marché des réseaux et services de communications électroniques. Sa naissance a été consacrée par la loi 2000/03 du 5 août 2000, relative à la restructuration du secteur des Postes et Télécommunications, qui sépare notamment les activités Postales de celles des Télécommunications. Entrée officiellement en activité à partir du 1er janvier 2003, la jeune société se lance dans le monde des Technologies de l'Information et de la Communication.

ALGERIE TELECOM, est désormais l'acteur principal de la mise en œuvre d'une stratégie d'introduction des nouvelles technologies de l'information et de la Communication en Algérie affirmant ainsi sa pleine contribution à l'édification de la société algérienne de l'information et ce, à travers la plus large connectivité possible du public.

- Bilan des réalisations 2003-2013

#### **3.1 Réseau National<sup>13</sup>**

---

<sup>13</sup> [http://www.algeriatelecom.dz/siteweb.php?p=at\\_histoire\\_realisations](http://www.algeriatelecom.dz/siteweb.php?p=at_histoire_realisations)



La fibre optique a été introduite en Algérie en 1987. C'est la technologie principale qui avait constitué les réseaux de longues distances nationaux et internationaux.

Avant 2000, le réseau terrestre de FO totalisait 7244 km pour passer à 15 000 km en 2003 et à 47 000 km à mi 2013. De 2,5 Gbps de l'année 2000, la capacité du réseau de transport a atteint aujourd'hui 350 Gbps au Nord et 120 Gbps au Sud du pays.

Le plan d'action d'Algérie Télécom à l'horizon 2014 vise la modernisation du réseau. Cette modernisation n'est possible qu'à travers la densification de la Fibre Optique afin de permettre de fédérer les réseaux voix et data au niveau national ainsi que la généralisation de l'utilisation du support en Fibre Optique au niveau urbain, et ce par le remplacement des câbles de cuivre vétustes, très coûteux et source principale de la dégradation de la qualité de service.

Aussi, dans le cadre du plan de développement à l'horizon 2014, près de 2 200 Localités à plus de 1000 habitants sont programmées pour être raccordées à la Fibre optique. La distance est estimée à 23 935 km.

### **1.3.2 L'évolution de l'internet en Algérie :**

Dans le domaine d'Internet, l'évolution est positive à plus d'un titre. La conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement, la CNUCED, dans son rapport « Information Economy Report 2009 : tendances et perspectives » a classé l'Algérie parmi les 5 pays du continent africain qui concentrent 90 % des abonnés à Internet Haut débit aux côtés du Maroc, la Tunisie, l'Egypte et l'Afrique du sud.

Ceci est le résultat de plusieurs opérations de mise à niveau, d'assainissement, d'organisation et d'efforts pour le développement et l'extension des réseaux de transmission national et international.

En effet, à partir de 2008, les 1 541 communes sont raccordées à l'Internet via le réseau ADSL ce qui a permis de connecter les foyers, les entreprises et les cybercafés.

La pénétration de l'Internet haut débit au niveau des foyers est passée de 1% en 2005 à 20% en 2013.

La bande passante internationale qui se limitait à deux liens de 34 Mbps à connu une évolution progressive depuis 2004 pour atteindre 5 Gbps en 2005, 10,8 Gbps en 2007 ensuite 48 Gbps à 2010 pour arriver aujourd'hui à 131 Gbps et ce, avec une diversification des supports internationaux (Alpal2, SMW4) et des fournisseurs Internet Internationaux (France Telecom, Telefonica et Telecom Italia Sparkle et autres ...)

La capacité d'accès ADSL, quant à elle, est passée de 56 000 en 2005 à 1 309 454 d'accès à fin mars 2013. En outre, avec le déploiement du réseau de nouvelle génération de type MSAN, 682 540 sont aujourd'hui en service dont 50% supportant l'ADSL 2+.

Concernant le nombre de clients ADSL, il est passé de 178 707 clients à fin 2007 à 1 188 201 à mars 2013 dont 60% en ADSL avec modem Wifi. L'engouement a eu lieu notamment en 2008, suite à la réduction de 50% sur l'ensemble des offres ADSL proposées par Algérie Télécom.

En 2003, le débit des connexions sur le réseau téléphonique offraient un débit maximum de 64 kbps. Aujourd'hui, avec l'ADSL2+, le débit peut atteindre 20 Mbps.

Les entreprises peuvent opter pour l'extension de leur réseau avec des possibilités de connexion par Fibre optique qui peuvent aller jusqu'à 10 Gbps.

- Réseaux d'entreprises

Algérie Télécom est fière de bénéficier de la confiance des institutions publiques et des grandes entreprises du secteur économique publiques et privées. Algérie Télécom offre à ces clients une panoplie de service via le réseau qui est mis à leur disposition.

Plus de 83 000 liens internet haut débit sont activés pour ces clients dont 55% en ADSL et SHDSL et 39% en liaisons spécialisées.

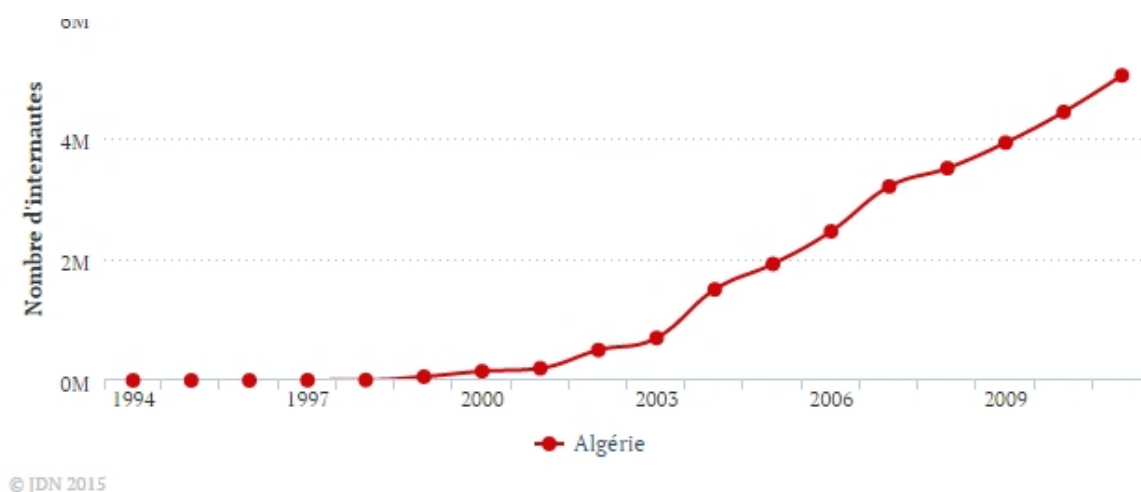
Le nombre de liaisons spécialisées dédiées aux institutions et entreprises est passé de 19 000 en 2005 à 32 500 en 2013 soit une augmentation de 71% durant cette période.

Les liaisons X25 de technologie obsolète ne représentent que 5% de ces liens et un programme de migration pour l'ensemble des clients a été arrêté au début de l'année 2013.

#### Réseau Commercial

Depuis la création d'Algérie Télécom, le réseau commercial a été renforcé d'année en année pour se rapprocher des clients. Aujourd'hui, nous comptons 341 agences commerciales contre 225 agences en 2005.

- Nombre n'internautes :



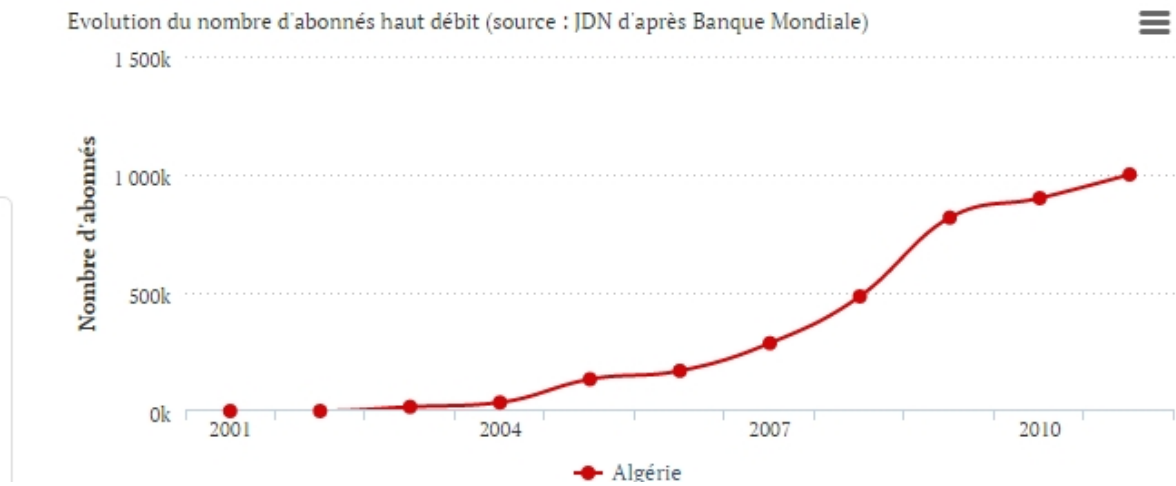
	Algérie	Rang Afrique	Rang monde
Nombre d'internautes (2011)	5 037 227	n°7 sur 54	n°53 sur 195
Part des internautes dans la population	14,00 %	n°17 sur 54	n°127 sur 195

Tableau 5 : nombre d'internautes en Algérie

- Nombre d'abonnés à Internet haut débit

NB : Le nombre d'abonnés haut débit concerne le nombre de personnes titulaires d'un abonnement Internet haut débit, cet abonnement pouvant être partagé par plusieurs personnes au sein d'un même foyer. Il est donc mécaniquement moins élevé que le nombre d'Internaute, qui recense le nombre de personnes se connectant à l'Internet. Est considéré comme un accès

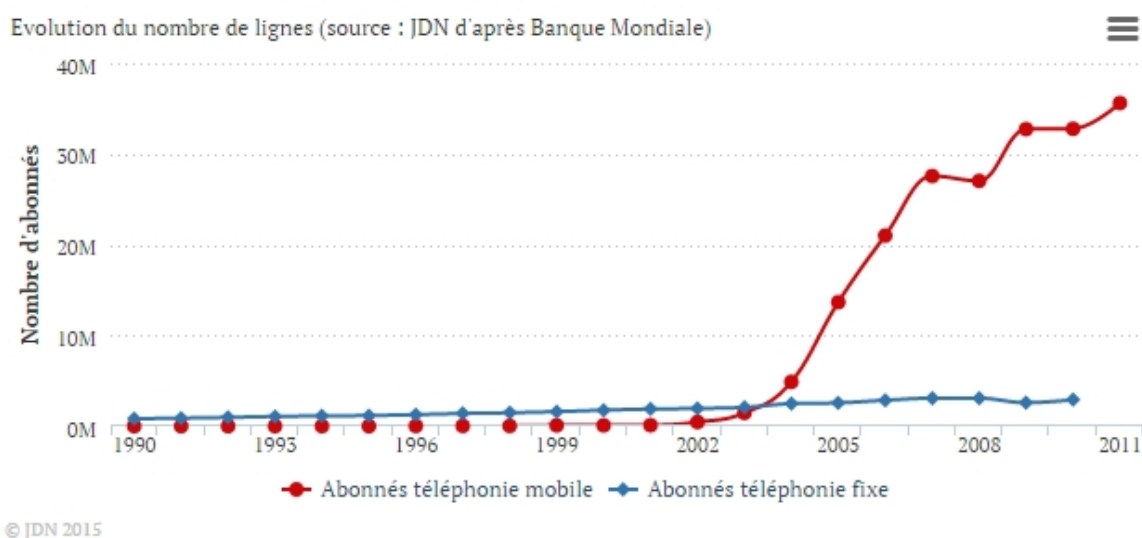
Internet haut débit un accès à Internet offrant un débit d'au moins 500 kbit/s.



	Algérie	Rang Afrique	Rang monde
Nombre d'abonnés haut débit (2011)	1 000 000	n°2 sur 54	n°50 sur 195
Taux de pénétration de l'Internet haut débit	2,78 %	n°5 sur 54	n°96 sur 195

Tableau 6 : le nombre d'abonnés à Internet haut débit

➤ Nombre d'abonnés de téléphonie fixe et mobile<sup>14</sup>

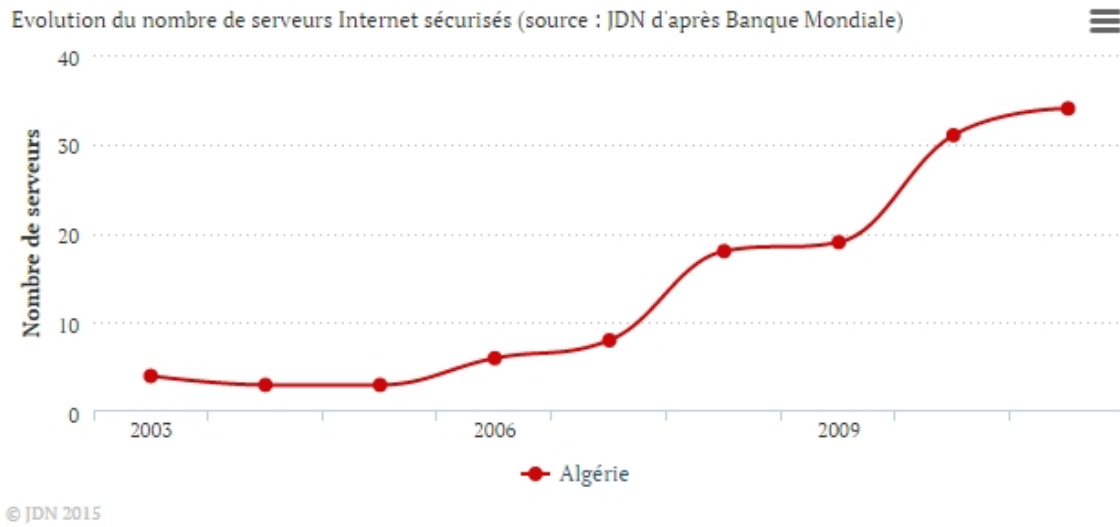


	Algérie	Rang Afrique	Rang monde
<b>Téléphonie mobile</b>			
Nombre d'abonnés (2011)	35 615 926	n°5 sur 54	n°32 sur 195
Taux de pénétration (2011)	98,99 %	n°11 sur 54	n°91 sur 195
<b>Téléphonie fixe</b>			
Nombre d'abonnés (2010)	2 922 731	n°4 sur 54	n°50 sur 195
Taux de pénétration (2010)	8,50 %	n°8 sur 54	n°110 sur 195

Tableau 7 : nombre d'abonnés de téléphone mobiles et fixes

<sup>14</sup> <http://www.journaldunet.com/web-tech/chiffres-internet/algerie/pays-dza>

➤ évolution du nombre de serveurs Internet sécurisés<sup>15</sup>



NB : Sont considérés comme sécurisés les serveurs utilisant une technologie de cryptage des transactions Internet.

	Algérie	Rang Afrique	Rang monde
Nombre de serveurs sécurisés (2011)	34	n°13 sur 54	n°119 sur 195

Tableau 8 : l'évolution des nombres de serveurs Internet sécurisés

<sup>15</sup> <http://www.journaldunet.com/web-tech/chiffres-internet/algerie/pays-dza>

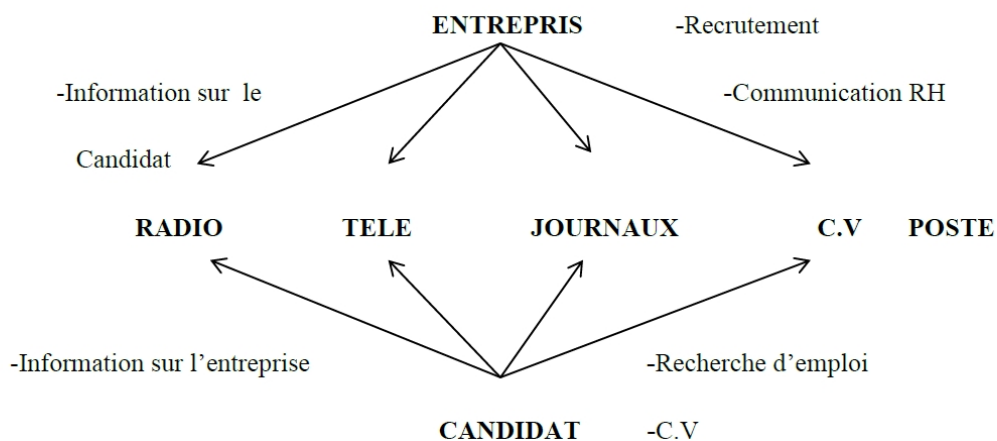
## Section 2 : le recrutement à l'ère numérique :

### 2.1 Les évolutions du processus du recrutement

Pour ceux et celles qui se reconnaissent comme des 'Y'<sup>16</sup> et trouvent qu'un environnement web 2.0 est parfaitement normal et maîtrisé par tous, il faut juste rappeler que l'accélération foudroyante de la technologie a, pour une grande partie mais pas pour tout, remis aux oubliettes de l'histoire un certain nombre d'outils et de pratique, et ce, au moins d'une décennie !

**2.1.1 Le recrutement papier/presse/média :** Dans les années 90, la majorité des candidats envoyaient encore leurs dossiers par courrier (CV, lettre de motivation manuscrite...), procédure aujourd'hui marginal.

Rappelons qu'au début des années 2000 les réseaux sociaux n'existaient pas, que nombre des CV étaient acheminés par courrier, que la presse était le plus grand média véhiculant les annonces.

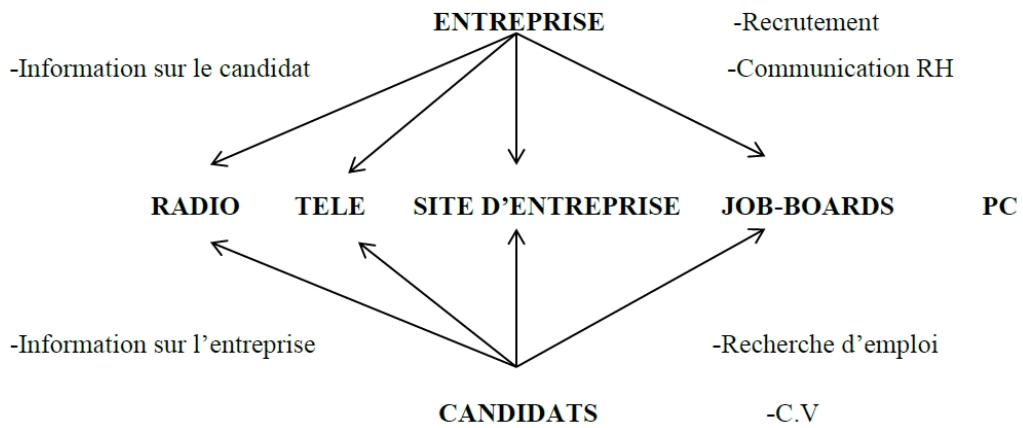


SCHEMA 3 : Recrutement papier/presse

<sup>16</sup> La génération Y regroupe des personnes nées approximativement entre les années 1980 et les années 1990 (selon les sociologues) et le début des années 2000, mais l'individu et le genre traversent les années. L'origine de ce nom a plusieurs attributions. Pour les uns il vient du Y que trace le fil de leur baladeur sur leur torse ou de la façon de porter les jeans taille très basse qui de ce fait laisse apparaître un « y » dans le bas du dos.

### 2.1.2 Le recrutement 1.0 :

Bien entendu, existaient déjà internet et certains outils : ce sont eux qui ont déclenchés l'explosion. Le lancement de Monster date de 1999, la montée en puissance des job-boards a permis d'entamer une première révolution professionnelle pour les recruteurs.



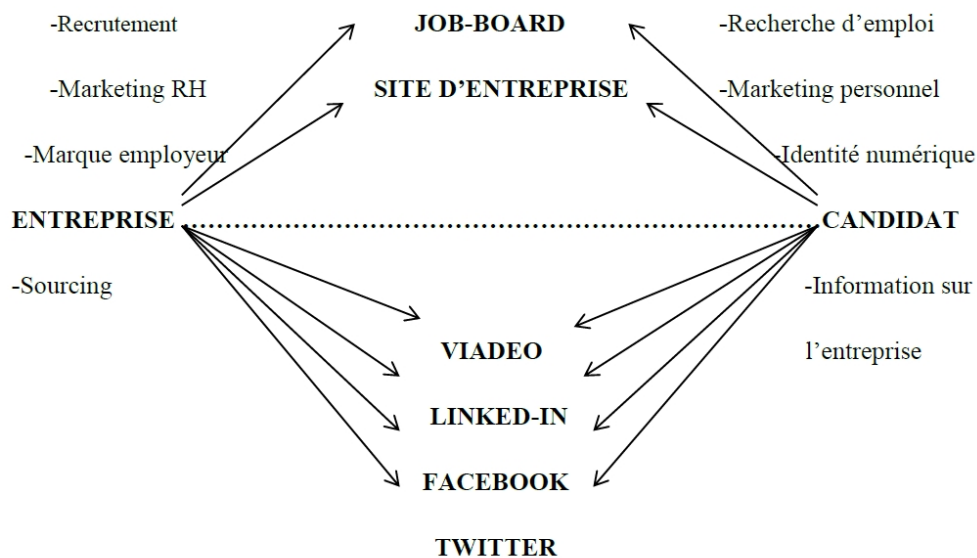
Source : J-C Anna [www.job2.0.com](http://www.job2.0.com)

SCHEMA 4: Recrutement 1.0

### 2.1.3 Le recrutement 2.0 :

Les technologies d'information et de communication ont basculés les entreprises en les forçant à utiliser de nouveaux procédés et à modifier leur façon de travailler.

Connaissant un succès considérable, l'e-Recrutement a aujourd'hui pris le dessus sur les supports traditionnels. Au vu de l'extrême importance que représente cet environnement, on peut maintenant parler d'une vraie révolution.



Source : J-C Anna [www.job2.0.com](http://www.job2.0.com)

SCHEMA 5: Recrutement 2.0

## 2.2 Le-Recrutement

L'e-recrutement est l'ensemble des outils et techniques électroniques, en ligne ou non, qui aident de réaliser processus de recrutement interne ou externe de l'entreprise. en d'autre terme électronique-recrutement.

L'e-recrutement est donc la forme dématérialisée du recrutement, qui présente l'envoi d'une candidature par e-mail. Le e-recrutement est aussi l'utilisation des technologies de l'information et de la communication dans les processus de recrutement. La dimension Internet est bien sûr centrale mais pas exclusive : utiliser un logiciel de gestion de candidatures pour trier des CV papier préalablement numérisés, c'est aussi du "e-recrutement". Il s'agit d'une "demi-traduction" du terme anglais e-recruitment, qui est lui-même inspiré de la notion d'e-business popularisée par les campagnes de publicité d'IBM.

Quelques compléments et réflexions méritent d'enrichir cette définition volontairement synthétique de l'e-Recrutement <sup>17</sup>:

- Les apports concernent autant le recrutement de candidats externe à l'entreprise que la promotion de personnels interne, ce dernier volet se développant de plus en plus au travers des intranets et de leur version plus évoluée de Réseaux sociaux d'entreprise (RSE).
- Attirer plus de réponses n'est que la partie émergée, et probablement pas la plus intéressante pour l'entreprise. Automatiser en complément des traitements coûteux quantitativement et qualitativement est un foyer de gains de productivité. Trier des annonces, rechercher les contacts reçus, modifier des lettres de réponse, s'excuser du retard suite à une relance..
- L'usage des technologies peut concerner à tout ou partie de l'ensemble des étapes du processus de recrutement. De la première, le repérage, à l'intégration dans l'entreprise. Et même plus en amont avec la nécessaire préparation de ce que sera la perception de l'entreprise dans le Web, rejoignant ainsi des aspects liés à la marque employeur.
- De nombreux lieux du Web peuvent être utilisés pour diffuser et rendre visible les offres de l'entreprise ou pour «sourcer» des candidats potentiels.
- L'obtention de candidatures est très active grâce à des stratégies de prospection en ligne adaptées. La mise en place de sites communautaires dédiés, la création de pages spécifiques dans les réseaux sociaux professionnels ou non, la participation d'experts de l'entreprise dans des forums de discussion... sont autant d'actions qui permettent de rendre son entreprise visible et constituent des éléments d'une stratégie active.

le « e - recrutement », un nouveau concept né du recrutement via internet.

### **2.2.1 Les nouveaux enjeux du e-recrutement<sup>18</sup>:**

Gérer le processus de recrutement une solution de e-recrutement doit être adoptée lorsqu'elle apporte une valeur ajoutée significative dans le processus de recrutement : gains de temps et simplicité accrue dans le traitement des tâches, économie financière et de masse salariale, augmentation de la qualité des candidatures et des candidats embauchés à coût égal, etc. Sa raison d'être est de supprimer les goulots d'étranglement et les ruptures de charge dans le traitement de l'information. La solution du e-recrutement doit permettre de faire aboutir à son

---

<sup>17</sup> Laurent Besson et Jack Digout, « e-recrutement, à l'ère du web 2.0 et des réseaux sociaux », Vuibert, 2013 p.19

<sup>18</sup> *Cercle RH, Portail de la ressource humaine et de la formation*

terme le processus de recrutement : l'établissement d'une transaction entre le recruteur et le candidat.

La solution de e-recrutement doit permettre de gérer la majorité des étapes du processus de recrutement, tout en étant suffisamment souple pour s'adapter à différents types d'acteur (RH, opérationnels), d'organisation (centralisées, décentralisées) et de pratique de recrutement (recours à la sous-traitance ou pas) : mise en ligne et gestion des offres d'emploi directement par les recruteurs (sans l'entremise d'un webmaster), réception des CV sans souci de traitement et de stockage de l'information, réponses aux candidats à la fois automatisées et personnalisables en fonction de leur qualité, convocations simplifiées, suivi administratif des candidatures homogène (compte-rendu, historique), envoi dans le SIRH d'informations fiables concernant les nouvelles recrues, CVthèque électronique facilement exploitable, mise à jour aisée de l'information sur les métiers ou la politique RH de l'information, configuration facile des pages de la zone emploi du site de l'entreprise

Donc Le E-recrutement permet :

- De diminuer la masse de papier et les coûts du recrutement.
- De diffuser rapidement des offres accessibles 24h/24h et 7jrs/7.
- De simplifier la mise à jour.
- D'afficher avec transparence la politique de l'emploi de l'entreprise
- De relier à l'offre les informations pertinentes de l'entreprise
- De valoriser l'image institutionnelle de l'entreprise et sa politique RH à condition de mettre à jour vos annonces et de répondre aux candidats
- D'améliorer la qualité de suivi des recrutements
- De collecter par un moyen économique de nombreuses candidatures et ainsi de créer un vivier de candidats.

### **2.2.2 Le e-recrutement en Algérie<sup>19</sup> :**

Selon un site d'emploi, 10000 personnes trouvent un emploi grâce aux sites d'e-recrutement chaque année, le site a très vite trouvé ses marques et son public, au point où il dénombre aujourd'hui 300000 visiteurs par mois et 250000 inscrits. Mais d'autres sites ont depuis, eux aussi investi le secteur.

---

<sup>19</sup> *L'e-recrutement en Algérie, publié par : Yasmine Bouchène le 04/01/2011 à 22:34, Le point fr*

Emploialgerie, emploina, carriere-algerie, elkhedma sont quelques sites d'e-recrutement. Dans la majorité des cas, la méthodologie est la même : déposer son CV ou/ et en remplir un en ligne, afin de postuler aux différentes annonces des entreprises faisant appel aux services des sites.

De nombreuses entreprises n'hésitent plus à se tourner vers le web dans pour trouver les bons CV, raison pour laquelle les formules d'annonces sont variées, il y en a pour tous les besoins dont elles disposent, c'est-à-dire l'entreprise se permet de pouvoir chercher à son aise qui engager dans ses rangs, à moindre coût.

Mais les sites d'e-recrutement ne sont pas les seuls à être privilégiés par les candidats à l'emploi, ils se tournent désormais vers les réseaux sociaux ( Twitter, LinkedIn, Viadeo ou encore Facebook), tout est bon pour trouver un emploi ou l'employé idéal. LinkedIn et Viadeo enregistrent chaque jour de nouveaux profils de professionnels ou étudiants actifs algériens, quant à Twitter ou Facebook, ils agissent sur le buzz et le partage (« Je cherche un stage dans une boîte, please RT » , « recherche junior commercial, contactez-moi par MP » sont des messages sur lesquels vous pourriez tomber en surfant sur ces deux sites).

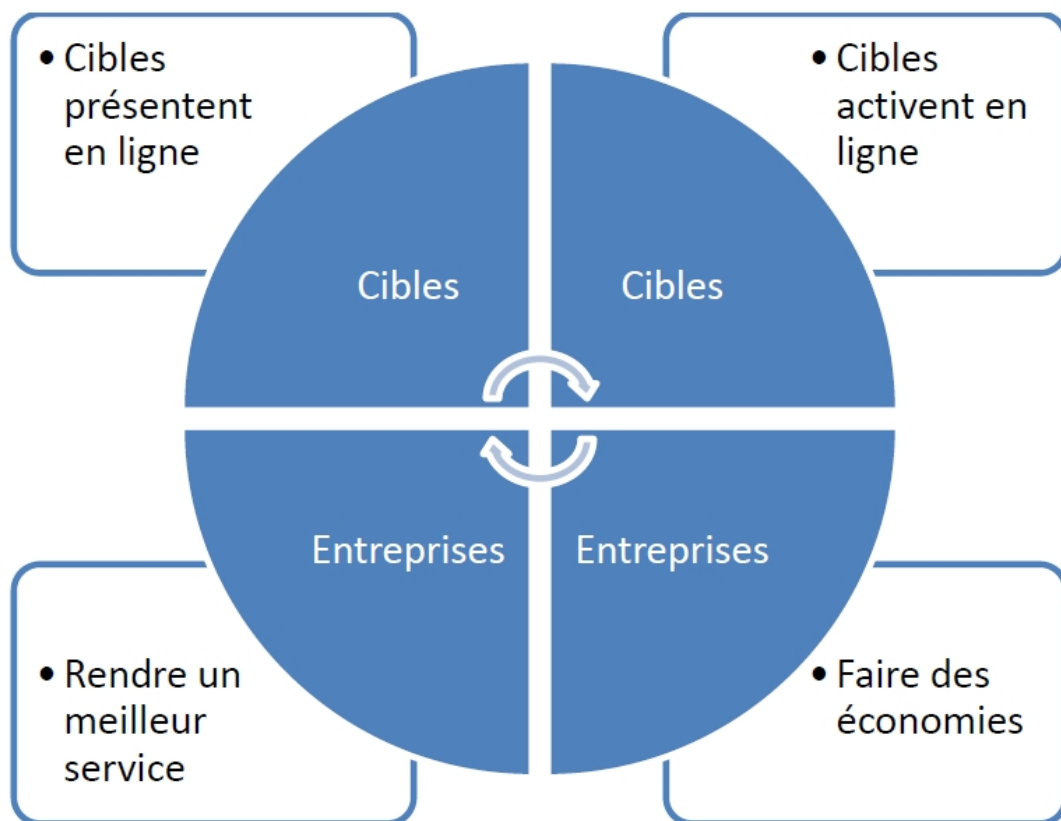
A noter par ailleurs que les secteurs d'activité ayant le plus recruté sur Internet en 2010 sont ceux de l'industrie, du commerce et distribution et des télécommunications. Et ce sont les trois secteurs qui connaissent une forte croissance. Toujours Internet reste pour beaucoup un moyen efficace de trouver un job ou trouver le bon candidat, mais il y a d'autres moyens, le web 2.0 n'ayant pas encore totalement le monopole de la recherche d'emplois.

### 2.2.3 Pourquoi le e-Recrutement ?

- **Le carré des raisons :**

Quatre raisons principales motivent les entreprises pour utiliser le web dans le cadre de leurs recrutements. Deux de ces raisons relèvent des cibles, et les deux autres des entreprises, deux de ces raisons répondent à des motivations quantitatives : les candidats potentiels y sont, en utilisant le web, les entreprises feront des économies. Deux autres raisons, non moins importantes, sont du registre du qualitatif : les candidats potentiels sont actifs dans le web au point d'offrir aux entreprises spontanément de l'information, ce qui permettra de mieux cibler et de leur rendre un meilleur service.

SCHEMA 6 : Recruter via le web, le carré de raison<sup>20</sup>



<sup>20</sup>Laurent Besson et Jack Digout, « e-recrutement, à l'ère du web 2.0 et des réseaux sociaux », Vuibert, 2013 p.19

### **A- Les cibles y sont :**

Plus de 11 million d'algériens fréquentent le web <sup>21</sup> avec une progression continue d'année en année. Et la part réservée aux réseaux sociaux est loin d'être marginale puisque plus de 4.5 million citoyens algériens sont inscrits : soit 40% de la population des internautes algériens, 66.4% d'entre eux y passent plus de 30 minutes par jour<sup>22</sup>, et 76.7% des internautes, déclarent qu'internet est un outil indispensable d'après une étude menée par IDEATEC et MedCom. Et d'après cette même étude 60% sont âgés entre 20 et 35 ans et que 63.4% sont des universitaires dont 68.3% d'hommes contre 31.7% de femmes.

Au vue de ces chiffres, on ne pourra pas ignorer les réseaux sociaux pour une action de recrutement, dans le réseau, ce sont les candidats avérés ou potentiels. Ceci est encore plus vrai pour certaines tranche d'âge sont plus présent dans FACEBOOK ou pour des profils particulier : ceux en lien avec certains secteurs techniques, ceux du périmètre de la communication.

C'est donc là, le site dédiés et réseaux sociaux, que les entreprises iront chercher leur « prospects » au recrutement. Mais aussi là, que, en chasse active ou latente, que les candidats verront l'entreprise. Ils ne sont pas rares à aller se promener sur des plates-formes de recrutement et y surveiller leur employabilité. Nombreux sont ceux qui ont mis des alertes sur des intitulés de postes qui peuvent leur correspondre.

### **B- Les cibles potentielles y sont actives**

Les entreprises repèrent les bons candidats et pourront les contacter, aussi elles améliorent la connaissance qu'elles vont avoir d'eux en remontant l'historique de certaines de leurs pratiques professionnelles ou en les regardants échanger autour de leurs centres d'intérêts.

Les moteurs de recherche généraux ou spécialisés sont des outils performants pour ce type de repérage : Les réseaux, forums, et autre communautés sont aussi des lieux où ses recherches vont s'exprimer et échanger avec des pairs. Ce qui permettra aux entreprises de les observer à distance.

### **C- Les entreprises dépensent moins :**

Un internaute candidat qui télécharge son CV et sa lettre de motivation dans le dispositif en ligne que l'entreprise a su lui mettre à disposition, sélectionne ses options pour indiquer les postes qu'il cible et les lieux géographiques qui l'intéressent, clique sur les cases à cocher des formulaires pour préciser son niveau d'étude, ses langues vivantes, décharge l'entreprise

---

<sup>21</sup> Article publié le 17 mai 2013 par Abdou Semar [www.algérie-focus.com](http://www.algérie-focus.com)

<sup>22</sup> Enquête faite par [www.algérie360.com](http://www.algérie360.com)

d'autant de tâches de réception et de tri, de duplication et de la diffusion. Une fois l'organisation de départ réalisée pour le développement et la mise en place des procédures digitales, viendra à chaque nouvelle sollicitation de candidature le temps du retour sur investissement.

« Parler à tout le monde en particulier » était il y a quelques années le slogan d'IBM. Il s'applique aussi à l'e-Recrutement quand les processus en sont automatisés, la personnalisation est possible grâce aux données recueillies. Les applicatifs se déroulent de façon systématique sur ces données, produisant au final des sorties individualisées ou du moins perçues comme telles, donc mieux appréciées par le candidat.

Plus l'intégration sera forte, plus les interventions humaines sans valeur ajoutée seront limitées et plus les économies seront conséquentes. C'est ce qui explique les options liées à l'e-Recrutement, qui figure dans des logiciels de types ERP. Mais toutes les entreprises ne sont pas égales devant cette perspective de gain en productivité en e-Recrutement. L'effet de levier des économies sera plus fort pour une entreprise qui recrute souvent des collaborateurs ou des stagiaires que pour une petite entreprise où le recrutement reste épisodique et les sollicitations pour les stages peu fréquentes. Toutes les structures n'ont pas non plus le même niveau d'information ou de pratique sur les technologies. Il n'est pas rare de trouver des outils comme les ERP chez certaines entreprises alors qu'ils restent très rares chez d'autres.

#### **D- Pour un meilleur service :**

Outre la personnalisation des réponses, appréciées par le destinataire comme vu ci-dessus, l'automatisation des tâches permettra de diminuer les retards et d'éviter les oublis et les absences de réponses. Le CV déposé recevra son accusé de réception. Quelques jours ou semaines après, relancé automatiquement par le système, les responsables du service concerné par la candidature du stagiaire potentiels donneront leur avis sur l'opportunité ou non de ce stage. Si besoin un mail sera automatiquement adressé au postulant pour lui indiquer que le traitement de sa demande est toujours en cours et qu'un délai supplémentaire est nécessaire.

Si malgré ce délai supplémentaire n'est pas respecté par le recruteur, une lettre électronique personnalisée sera automatiquement adressée pour clore le dossier.

Au final, le candidat, accepté ou pas, aura l'image d'une entreprise qui a pris en considération sa demande, ne l'a pas laissé sans informations pendant une procédure. Un jour ce candidat sera consommateur potentiel.

## **Section 3 : Les différents concepts du e-Recrutement :**

### **3.1 Le sourcing :**

#### **3.1.1 La définition du sourcing :**

Le sourcing est la principale étape du processus de recrutement qui a la majeure partie dans la révolution technologique apportée par le web 2.0 et offre une accélération fulgurante. C'était en 2005, les annonces internet représentaient 16.8% des choix d'utilisation et les réseaux sociaux n'existaient tout simplement pas.

Tout est disponible aujourd'hui sur internet. Toutes les informations professionnelles, mais aussi personnelles que vous pouvez imaginer sont là, accessibles à tous !

Hoffman<sup>23</sup> : « la capacité à récolter, analyser et interpréter les données est aujourd'hui fondamentale ».

Vous avez les réseaux sociaux, les blogs, les forums, les sites des entreprises...etc., toute la masse d'informations dont tout un chacun a accès en temps réel et en mobilité totale. Le problème n'est plus l'information en elle-même mais de bien faire le tri. Tout le monde a déjà tapé son nom sur google. En première analyse, le nombre d'informations est déjà important, mais pour ceux qui savent utiliser les bons outils, c'est bien plus impressionnant !. Taper un mot clé ou un nom sur google représente les prémices du sourcing, qui peut se révéler très efficace si l'on sait s'y prendre. Néanmoins, la valeur ajoutée du sourcing s'axe sur la capacité à faire des recherches booléennes, à maîtriser les requêtes sur les bases de données des jobboards, mais aussi à savoir utiliser les réseaux sociaux.

#### **3.1.2 Processus du sourcing :**

Première question à se poser dans l'identification des sources de recrutement : quel est le marché où l'on a le plus de chance de trouver le candidat recherché ? Cette question est inspirée de la segmentation marketing, finalement efficace. Il convient de distinguer le « marché interne », qui sera géré grâce à l'intranet, à un module spécifique de l'ERP. Là aussi, les outils vont servir la mobilité interne, et ce type de prise en charge n'est pas négligeable. Cela concerne un volet particulier de recrutement : la gestion des carrières.

---

<sup>23</sup> Fondateur de LinkedIn

Le « marché externe » est ensuite exploité, si le besoin ne peut être satisfait en interne. En même temps que la segmentation des cibles de recherche potentiels, il faut pouvoir maintenir une certaine performance dans la réalisation du processus. On choisit donc, en plus de la segmentation, d'autres critères comme le coût et le délai, par exemple, le but de l'entreprise est d'obtenir une visibilité de l'offre à moindre coût et le web répond parfaitement à ce critère. On voit apparaître une meilleure gestion des pratiques de sourcing qui commencent à entrer dans une phase de stabilisation. Une fois les sources identifiées, on détermine les moyens de recrutement.

### **3.1.3 Comment définir le sourcing dans la pratique :**

Le sourcing consiste à chercher, trier, analyser des profils pour des postes précis, en un minimum de temps, à partir de tous les systèmes à disposition (bases de données, job-boards, réseaux sociaux...etc.)

Le sourceur peut aussi avoir la charge de créer un vivier de candidats potentiels sur un marché donné, afin d'avoir en permanence des profils intéressants. Mais cela demande de la ressource et de la mise à jour (un profil professionnel comme un CV est une denrée hautement périssable, les CV non actualisés depuis de nombreuses années étant la hantise des job-boards). Bien entendu, les outils web 2.0 vont nous aider à créer, animer et maintenir ces viviers, soit sur des solutions logicielles, soit sur des réseaux sociaux privés ou des communautés virtuelles. Une des fonctions du sourceur est également d'engager la conversation avec les candidats potentiels. C'est ce que l'on appelle « le sourcing conversationnel ».

En Algérie, le métier de sourceur stricto-sensu n'existe pas réellement en tant que tel, comme c'est le cas dans plusieurs pays. La fonction est répartie entre le chargé du recrutement et le responsable RH.

Pour toute entreprise, avoir des compétences de sourcing est fondamental : savoir faire des recherches booléennes simples, savoir scanner et naviguer sur le web avec aisance pour détecter les meilleurs profils des gens compétents.

### **3.2 La marque employeur :**

Franck La Pinta, le responsable marketing web et RH 2.0 à la société générale définit la marque employeur avec ces quatre éléments :<sup>24</sup>

#### **3.2.1 L'image réelle de l'entreprise :**

On définit ici ce que peut l'entreprise offrir à ses collaborateurs, tel que « intérêt des missions, évolution de carrières ou encore opportunité à l'international ». Aussi les valeurs, les priorités qui guident l'entreprise, la culture de l'entreprise et son type de management. Tous ces points combinés vont distinguer l'entreprise des autres, au-delà des aspect RH , on met l'accent ainsi que sur sa production, ses efforts faits dans la recherche et le développement, sa situation financière et son histoire sans oublier sa position vis-à-vis de ses concurrents et la notoriété des dirigeants.

#### **3.2.2 L'image de l'entreprise qu'elle veut créer :**

Rentrons dans cette catégorie toutes les communications officielles de l'entreprise, que ce soit la publicité commerciale et financière et d'autre formes de publicités telles que le sponsoring qui a un impact sur l'opinion du candidat. Chaque parole officielle émanant de l'entreprise penchera ainsi dans la balance d'un candidat et aura un impact sur son choix de postuler ou pas, d'accepter une offre ou d'aller chez la concurrence.

Franck La Pinta souligne en effet que « un candidat est en même temps un citoyen, un consommateur...l'opinion qu'il va se faire d'une marque résulte d'un amalgame bien plus complexe et inconscient que les confortables ordonnancements des diverses techniques de communication ». Il appelle aussi cela « la zone de confort de l'entreprise » puisque ce sont les seules formes de communication qu'elle peut maîtriser, contrairement à ce que lui intrinsèque « ce que votre entreprise est vraiment ».

«

#### **3.2.3 L'image de l'entreprise aux regards de ses collaborateurs :**

Franck La Pinta note que « une fois recruté, vos candidats ne perdent pas cette mauvaise habitude de s'épancher sur les médias sociaux ». Sans vouloir qualifier cette habitude, il semble en effet qu'il est « bien difficile de trouver le juste équilibre entre les contraintes à imposer à une collectivité pour atteindre des objectifs commun, et volonté de préserver des espaces de liberté individuelle indispensable à l'épanouissement des collaborateur, donc la création de valeur ». En pratique il s'avère souvent délicat de limiter l'accès à des réseaux

---

<sup>24</sup> Franck LaPinta <http://www.francklapinta.com/definition-marque-employeur/>

sociaux, d'autant plus qu'ils font partie intégrante de quelques métiers. Les collaborateurs pourraient également mal vivre l'interdiction de certains sites. La meilleure chose à faire est sans doute de rédiger une charte informatique avec des règles claires pour tous les collaborateurs, sans censurer tout média dont on ne peut maîtriser l'usage.

### **3.2.4 L'image de l'entreprise dans le public :**

Les personnes extérieures à l'entreprise ( par leur diversité, leur importance potentielle et leur subjectivité ) génèrent un écho sur l'entreprise qui sera relayé (pour le meilleur ou pour le pire selon ce qui s'est dit) par le bouche à oreille moderne, les médias sociaux.

Franck La Pinta amorce également une réflexion sur la séparation d'une marque employeur interne et externe, voir même de remplacer le terme « marque employeur » par celui de « Réputation employeur », plus pertinent puisque les quatre critères nommés ci-dessus entrent dans la perception qu'aura le candidat de l'entreprise.

## **Section 4 : Les canaux du e-Recrutement.**

## **4.1 Les outils internes :**

### **4.1.1 Espaces carrières des sites internet des entreprises :**

Les job-boards sectoriels naissent et simultanément, les entreprises s'équipent en sites carrières et développent leur communication vers le web, il s'agit de l'espace emploi des entreprises, présents sur le site institutionnel de l'entreprise par un onglet ou espace dédié. Il sert à l'entreprise pour communiquer des annonces de postes à promouvoir, il sert aux candidats pour postuler à des offres et/ou déposer son CV en ligne et rentrer dans la base de données de l'entreprise.

### **4.1.2 Progiciels de gestion de recrutement :**

Les systèmes informatiques de gestion du recrutement sont nés dans les années 90. Ils ont aujourd'hui une double vocation : diffuser des offres sur internet et traiter les candidatures électroniques reçues. Ils sont donc étroitement liés à l'utilisation d'internet et intranet comme canaux de recrutement. Leur usage est loin d'être un phénomène anodin, « il constitue même une norme pour les plus grandes entreprises »<sup>25</sup>, lesquelles ont des milliers de salariés à recruter. Ce sont, soit des progiciels standardisés, soit des progiciels réalisés sur mesure pour les besoins propres de l'entreprise, par des informaticiens internes ou externes.

Ils ont la particularité d'être distribués en mode Saas (Software as a service). Ainsi, les recruteurs louent un droit d'usage via un navigateur WEB. Ils disposent, en permanence, de la dernière mise à jour.

### **4.1.3 Bases de données internes :**

Les bases de données sont en lien direct avec les progiciels de gestion RH. Ce sont des outils informatiques qui classent et répertorient suivant des critères, les CV et informations concernant les personnes qui sont passées par un processus de recrutement interne mais aussi externe.

Ce sont des outils de stockage des informations (bases passives) et/ou de consultation et sélection (bases dynamiques). Elles sont soumises à une réglementation précise.

---

<sup>25</sup> Y.Fondeur, G.de Larquier et F.Lhermitte, « quand l'informatique outille le recrutement », enquête parue dans le n°76 de la revue CEE, Janvier 2011.

## **4.2 Les outils externes :**

### **4.2.1 Les job-boards :**

Nés au milieu des années 90 aux états unis, les job-boards avaient initialement pour seule fonction la publication d'offre d'emploi. La traduction littérale du terme 'job-board' exprime ce service historique « panneau emploi ». Les entreprises déposaient leurs offres pendant que les candidats pouvaient les consulter (modèle pull).

Depuis, ces sites d'emploi ont étendu leur offre, en proposant entre autre :

- **Un service de CV thèque** : les candidats déposent leur CV sur les sites pendant que les entreprises qui le souhaitent, la consulte.
- **Un service d'alertes e-mails** : avertissant l'internaute de la publication d'offres d'emplois ciblés en fonction de critères qu'il a lui-même définis au préalable.
- **CV thèque et bases de données d'ancien élèves** :

Les cabinets de recrutement ont longtemps eu recours à des sociétés privées qui proposaient un accès, moyennant un abonnement, à des bases de données de candidats potentiels. Ces bases de données pouvaient avoir deux sources : celles de diplômés d'écoles, constituées à partir des annuaires des anciens élèves (un acteur domine aujourd'hui le marché : easy search) et celles de tout salarié désireux d'être contacté par un potentiel employeur. Tous avaient, au préalable, accepté que leur CV soit communiqué à cette fin. Cette offre, initialement propre aux intermédiaires de l'emploi privés, s'est depuis ouverte aux entreprises confrontées à d'important volume de recrutement.

Les solutions techniques ont migré de bases de données inertes, à des CD-Roms avec mise à jour, puis à des accès via le web où l'information est désormais accessible en temps réel.

### **4.2.2 Les réseaux sociaux :**

Ils sont de plus en plus utilisés par les recruteurs. Aux USA, le site CareerBuilder.com a mené une étude en 2009, auprès de 2667 recruteurs et fait état d'un usage en progression : 45% contre 22% en 2008. Les sites les plus utilisés étant : Facebook (29%), LinkedIn (26%), et Twitter (7%).

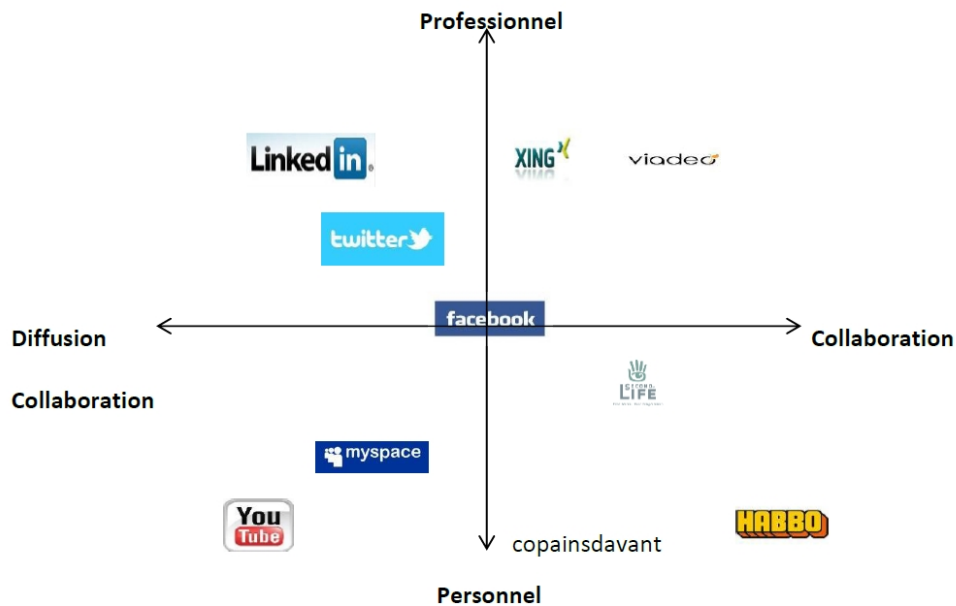
Des chercheurs proposent plusieurs approches de classification des différents réseaux, afin d'en donner une lecture plus facile de l'extérieur. Je vous propose une figure évoquée par David Fayon<sup>26</sup> dans son livre : « Facebook, Twitter et les autres.... », Elle a le mérite de montrer le positionnement des réseaux sociaux qui sont plus particulièrement utilisés par les

---

<sup>26</sup> Sandrine Chicaud [www.goo.gl/aLpx3](http://www.goo.gl/aLpx3)

recruteurs, à savoir : les réseaux professionnels (Viadeo et LinkedIn), les réseaux grand public (Facebook et Twitter).

Nous nous intéresserons exclusivement à ces 4 réseaux sociaux.



SCHEMA 7 : l'intégration des réseaux sociaux dans l'entreprise

Source : C.Balague, David Fayon, 2010, « Facebook, Twitter et les autres. Intégrer les réseaux sociaux dans une stratégie d'entreprise, p23.

#### A- Les réseaux sociaux professionnels :

- **LinkedIn :**

Créé en 2003, LinkedIn connecte les professionnels du monde entier et leur donne des moyens d'être plus productifs et de saisir de nouvelles opportunités. Avec plus de 160 millions d'inscrits à travers le monde, dont des cadres supérieurs de chaque entreprise du

Fortune 500, LinkedIn est le plus grand réseau professionnel mondial sur Internet. Le siège de LinkedIn est situé dans la Silicon Valley<sup>27</sup>. L'entreprise est présente dans 22 pays à travers le globe. C'est le plus important réseau social professionnel aujourd'hui. Les membres peuvent rejoindre des groupes thématiques et obtenir des réponses à des questions pointues. C'est une fantastique base de données de candidats en ligne. Du coup les recruteurs ont plus que jamais intérêt à faire le tri pour dénicher les bon CV. C'est dans ce contexte que LinkedIn a décidé de créer en 2009 une suite de solution réservée aux professionnels du recrutement, baptisée « LinkedIn Talent Advantage ».

Première nouveauté : pour se faire connaître, l'entreprise peut créer une sorte de fiche d'identité « LinkedIn Company Profile » qui lui permet de mettre en avant des informations personnalisées en fonction du profil des candidats (localisation, secteur, fonction...). Les personnes qui visualisent cette page ont ainsi accès à des liens vers les profils des recruteurs, à des contacts d'anciens salariés, à des témoignages de collaborateurs ainsi qu'à des offres d'emploi.

Par exemple, grâce à « LinkedIn Talent Match », une technologie propriétaire conçu pour recommander automatiquement les candidats dont le profil correspond au poste proposé, les recruteurs peuvent identifier facilement les personnes qui correspondent le mieux à leurs critères dans l'ensemble du réseau. Ils ont aussi la possibilité d'envoyer automatiquement leurs offres d'emploi à une sélection de candidats via une messagerie interne. Pour Kevin Eyres, directeur général Europe de LinkedIn, « LinkedIn Talent Advantage permet aux recruteurs de bénéficier de la puissance du réseau pour mettre la main sur les talents passifs qui ne fréquentent pas les sites de recherche d'emploi traditionnels ».

- **Viadéo :**

Avec une accroche commerciale : « optimiser votre sourcing candidats grâce à la puissance de notre réseau », Viadéo est une entreprise française de 240 salariés qui s'adresse aux professionnels du monde entier dans 6 langues. 35 millions d'internautes dans le monde ont un compte Viadéo. Dans les documents commerciaux communiqués par Benoît Faucher, ingénieur d'affaire de l'entreprise, le réseau dévoile une étude réalisée auprès de ses membres qui fait apparaître que 75.25% d'entre eux l'utilisent pour accéder à de nouvelles opportunités

---

<sup>27</sup> Jan Vermiren et Bert Verdonck « trouver les meilleur candidats grâce à LinkedIn », Livre blanc, Septembre 2012

de carrière, et 18.8% pour recruter des collaborateurs. On peut présupposer que les premiers sont de potentiels candidats et les seconds des recruteurs en entreprise ou chez des intermédiaires de placement. Les services proposés par Viadéo s'organisent en 3 catégories : Sourcer (fonctions recruter, Profilthèque et offres d'emploi pushées), échanger (fonction hub carrière), cibler (fonction 'actu hebdo' et 'alerte post hub').

Toujours dans sa propre documentation Viadéo fait état de 3000 entreprise utilisant leurs services dans une action d'appariement et 150 cabinets de recrutement.

## **B- Les réseaux sociaux grand public :**

### **o Facebook :**

Facebook est par essence l'archétype et la référence des réseaux sociaux. C'est le plus gros réseau social avec plus de 1 milliard d'utilisateurs. 50% des utilisateurs de Facebook se connectent sur ce site tous les jours, il s'agit donc d'une communauté incroyablement active.

A la différence de LinkedIn et Viadéo, Facebook est souvent utilisé pour échanger avec les amis et la famille et non dans un but professionnel. Cependant, Facebook attire de plus en plus de gens concerné par leur carrière, des entreprise soucieuse d leur e-réputation désireuse de toucher une cible jeune, cette fameuse cible dite génération Y. Par conséquent, les règles de recrutement sur Facebook tendent à changer et à évoluer dans le sens des recruteurs mais aussi des candidats. En Algérie Facebook compte plus de 800 000 utilisateurs algériens, d'après une étude publié par [www.agence84.com](http://www.agence84.com) , cette même étude montre que 70% des utilisateurs sont des hommes et 30% de femmes et que les membres passent en moyenne 55 minutes par jour.

Facebook a développé un onglet « work for us », cette nouvelle application est le fruit de la collaboration de jobpartners (leader européen de la gestion du capital humain) et de Work4labs, une start-up lancée par deux français à San Francisco. Les entreprises peuvent désormais télécharger l'application et l'installer dans leur Fan-page. Cela leur permet de poster leurs annonces sur Facebook. Pour les candidats, il suffit de cliquer sur un onglet présent sur la page pour postuler ou visualiser les postes disponibles.

Les entreprise ont ainsi accès à un vivier de candidats potentiels et disposent d'une visibilité non négligeable. L'application évite également les fan-pages 'mortes' dédiées au recrutement de certaines entreprises. En effet, celles-ci s'efforce de rendre attractive leur page Facebook

ce qui n'est pas toujours le cas avec les fan-pages créées pour des événements de recrutement éphémères. Les entreprises ne doivent pas se contenter d'être présentes sur Facebook.

Il est nécessaire pour les entreprises d'élaborer une stratégie de communication propre à leur identité et de conserver leur fan-page, véritable vitrine face aux candidats, de façon active.

- **Twitter :**

Twitter est un site de microblogging et un phénomène mondial en pleine croissance. Il réunit près de 500 millions d'internautes dans le monde. Il a été créé le 21 mars 2006 par Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone et Noah Glass, et lancé en juillet de la même année.

Utilisations professionnelles de Twitter :

De plus en plus d'entreprises et de cabinets de recrutement dans le monde ouvrent un compte sur Twitter pour diffuser des offres d'emploi. Le but est tout d'abord de communiquer sur l'entreprise, de diffuser une information auprès de sa communauté et de se faire connaître.

Cela marche d'autant mieux que l'on trouve sur Twitter de nombreuses personnes influentes qui vont relayer l'information sur leur blog ou sur des réseaux sociaux plus grand public comme Facebook.

Twitter fonctionne en effet comme une caisse de résonance. C'est également un moyen de diffuser des offres d'emploi et de repérer des profils intéressants. Les recruteurs recherchent essentiellement sur Twitter des cadres, des personnes travaillant dans le marketing, la communication ou dans les nouvelles technologies. Mais cette utilisation reste largement minoritaire. Twitter vient en complément du processus classique. Pour les recruteurs, c'est avant tout un moyen d'identifier les profils intéressants et des personnes ayant une expertise professionnelle. Twitter permet d'accélérer la mise en relation. Mais cela n'empêche pas les recruteurs de leur demander ensuite leur CV ou de les faire passer une entretient.

## **Conclusion :**

Si Internet pénètre largement les pratiques de recrutement et de recherche d'emploi, cela a changé les comportements des recruteurs et des candidats. Toute la difficulté est de savoir quels sites s'accordent le mieux au profil des candidats car le choix est vraiment vaste.

L'intérêt de s'adresser à des sites du e-recrutement réside dans le fait que ces derniers sont généralement le carrefour des milliers de jeunes internautes à la recherche d'un emploi.

Le e-recrutement est répandu en Algérie ces derniers temps vu l'évolution rapide du web et la facilité d'utilisation par le recruteur et le candidat au même temps.

**Chapitre 3 :**  
**le e-recrutement au**  
**sein de PROSPECT**  
**PLUS .**

## **Introduction :**

Pour mieux comprendre le thème, nous avons effectué un stage pratique au sein d'un cabinet de recrutement PROSPECT PLUS qui a utilisé dans son processus le e-recrutement , nous allons présenter le cabinet PROSPECT PLUS , ses missions.

Ensuite, après avoir expliqué la méthode que nous avons utilisée, nous allons présenter la procédure de e-recrutement au sein de l'entreprise

A la fin nous allons donner notre analyse de l'observation.

## **Section1 : présentation de prospect plus**

### **1.1 Historique :**

EURL prospect plus + a été créé en 2001 à Alger avec l'objectif de conseiller les entreprises dans leurs politiques et leurs démarches de développements des ressources humaines.

Au fil des années, PROSPECT PLUS étend ses domaines d'expertises au Management des Ressources humaines et renforce ses compétences de conseil en organisation.

En 2004 PROSPECT PLUS devient spécialisé dans les missions classiques d'études, de conseil et d'assistance au service du promoteur, de l'entreprise et des institutions.

Son expérience et les multi-compétences des consultants permettent à PROSPECT PLUS d'apporter des réponses spécifiques pour mieux répondre à un environnement en pleine mutation

### **1.2 L'effectif de PROSPECT PLUS**

PROSPECT PLUS se positionne comme partenaire de réussite en mettant à la disposition des entreprises un réseau d'experts qui élargit des champs de compétences et garantit la pertinence de ses actions :

17 collaborateurs permanent

Plus de 120 consultants dont une vingtaine de rang senior

Le cabinet permet d'effectuer les missions qui lui sont confiées tant au plan local, que régional, national. PROSPECT PLUS se démarque par une parfaite connaissance de l'environnement des affaires et un grand relationnel.

### **1.3 Les activités de PROSPECT PLUS :**

Ses prestations couvrent les domaines suivants :

- L'organisation
- La gestion des ressources humaines
- La mise à niveau
- Outils de gestion

L'organisation	La gestion de ressources humaines	La mise à niveau	Outils de gestion
<p>L'organisation de ses moyens humains (définition et assignement des rôles, activités, tâches, des relations,)</p> <p>L'organisation de ses moyens matériels (séparations des fonctions, harmonie et universalité des procédures)</p> <p>Le contrôle (les prestations d'audit, les actions des réorganisations, les interventions dans les domaines de la communication et l'information)</p>	<p>Recrutement et évaluation des compétences (une très large prospection, une sélection par une équipe d'experts).</p> <p>La formation (dresser les plans, programmes et budgets de formation)</p>	<p>Le diagnostic stratégique global (analyse de la situation financière, analyse en détails des agrégats, paramètre et rations).</p> <p>Les choix des stratégies de mise à niveaux.</p> <p>Les programmes de mise à niveaux</p> <p>Mise en œuvre des programmes et suivi</p>	<p>La comptabilité (maîtriser les coûts par la mise en place de la comptabilité analytique)</p> <p>La fiscalité (un audit de déclaration fiscale)</p>

Tableau 9 : les missions de PROSPECT PLUS+

### 1.3.1 La gestion des ressources humaines :

Nous concentrons sur La gestion des ressources humaines :

PROSPECT PLUS, propose son expertise en matière de gestion des ressources humaines dans le but de développer et de mobiliser les hommes dont l'entreprise a besoin pour réaliser ses objectifs.

PROSPECT PLUS assiste afin : D'obtenir une adéquation efficace et maintenir dans le temps entre les salariés et les emplois en termes d'effectifs, de qualifications et de motivation d'optimiser continuellement les compétences, au service de la stratégie de l'entreprise.

Pour ce faire, PROSPECT PLUS accompagne les actions de : Conception et analyses des tâches ; Planifications des ressources humaines ; Recrutements ; Formation et développement ; Recrutement et évaluations des compétences

Le recrutement est l'œuvre de professionnels dont le but est de garantir le meilleur pourvoi des postes, grâce à :

Une très large de prospection

Une sélection par une équipe d'experts pluridisciplinaires, sur la base de tests modernes d'évaluations.

PROSPECT PLUS assiste afin de doter l'entreprise des meilleurs compétences disponibles sur le marché du travail, condition fondamentale à la réussite d'entreprise.

Cette assistance consiste soit :

A confier, l'ensemble du recrutement, dans le cadre d'une convention liant les deux organismes.

A confier certaines missions ponctuelles, comme celles de recruter tout ou partie de cadres dirigeants, cadre supérieurs ou encore spécialistes de haut niveau, difficiles à « dénicher » sur le marché du travail.

A assister l'opérateur dans les opérations de recrutement externes et/ou internes (promotions)

Le cabinet peut préconiser les meilleures formules de rémunérations, basées particulièrement sur l'intéressement aux résultats, dont l'objectif primordial est de retenir les employés les plus performants et ... de faire partir les moins motivés.

Formation :

PROSPECT PLUS propose les besoin du personnels en : Formation, Recyclage, Mis à niveau, Dresser les plans, programmes et budgets de formations.

## **Section 2 : l'observation du terrain :**

### **2.1 La méthodologie**

Méthodologie : Observation

Pour réaliser ce travail, nous avons utilisé l'observation participative, nous avons participé aux activités du cabinet concernant le recrutement, l'objectif de cette observation est de connaître la vision du recruteur et la réaction des demandeurs d'emploi aux nouveaux outils de recrutement

Définition de la méthodologie d'observation c'est une certaine organisation de la vision. Elle permet de savoir ce qui est adéquat réellement par rapport à un projet de recherche, à un cadre théorique.

Avantage l'observation :

Elle nous a permis d'enregistrer les comportements au moment où ils se produisent et de plusieurs cas .

Elle nous a aidé à mesurer la discordance entre le comportement réel et ce que nous avons dit sans la théorique.

C'est un outil utilisé dans plusieurs disciplines.

Les difficultés que nous avons rencontrées :

L'insuffisance du temps : cette observation demande plus de temps pour avoir des réponses valables car notre stage a été effectué pendant quatre mois.

La période d'effectuer le stage : pour Les deux derniers mois, il ne y'avait pas trop de demande par rapport aux autres mois ce qui nous a empêché d'avoir un résultat clair (ramadan, aout.)

Les outils utilisés pour l'observation :

- Noter de façons précises les conditions dans lesquelles se passait le recrutement.
- être disponible et attentif aux situations, au contexte, aux actions.
- Ordonner provisoirement les données, établir des fiches, prendre des capture d'écran

## **2.2 Le processus de recrutement :**

PROSPECT PLUS + a reçu une offre d'emploi de la part d'une entreprise qui cherche à recruter des agents de sécurité et des hôtesse d'accueil pour travailler à son compte, nous allons voir la procédure qu'a utilisé le cabinet pour répondre à ce besoin.

### **2.1 Préparer l'annonce :**

L'entreprise doit nous informer par les caractères et critères qu'elle exige pour accepter ces agents (l'âge, l'expérience, niveau d'étude, le lieu de résidence), elle doit aussi nous donner les informations concernant les conditions de travail (salaire ; horaire ...)

### **2.2 Lancement de la demande :**

Après avoir préparé la demande, on doit la lancer par plusieurs méthodes comme suit

**2.2.1 Facebook :** Facebook est aujourd'hui le réseau social le plus populaire en Algérie, pour cela il y'a des centaines de pages et des groupes qui ont été créé sur Facebook spécialement pour les offres d'emploi pour viser toutes la population (les nouveau diplômés, les étudiants ...etc.) Des pages tels que :

- offre emploi
- annonce emploi
- Emploi dz
- offre emploi
- recrutement Alger

Et groupe pour échanger les informations entre les membres :

- Recrutement Emploi Béjia .

## Exemple 1 :

The screenshot shows the Facebook page for 'Recrutement Emploi Bejaia'. The cover photo features two 3D figures, one white and one red, shaking hands. The page name is 'Recrutement Emploi Bejaia' with a dropdown menu for 'Amis'. Navigation tabs include 'Journal', 'À propos', 'Amis 9 en commun', 'Photos', and 'Plus'. A post from 'Wafa Azizi' is visible, stating 'pharmacienne cherche d'emploi'. The right sidebar contains sponsored content, including 'La Journée Du Manuscrit' and 'Recette.com'.

## Exemple 2 :

The screenshot shows a Facebook group page for 'Tizi-Ouazou Bejaia Recrutement...'. The group is public and has a 'Membre' dropdown menu. Navigation tabs include 'Discussion', 'Membres', 'Évènements', 'Photos', and 'Fichiers'. A post from 'Lydia Lily' is visible, stating 'Bonjour ,une entreprise à Alger cherche des agents de sécurité/hôtesse d'accueil niv min: 3 as maîtrise la langue française bonne présentation Veuillez nous envoyer vos Cv à: gardiennage2012@yahoo.fr... Afficher la suite'. The left sidebar shows a list of groups and applications. The right sidebar shows a list of members and a 'Créer' button.

**Exemple 3 :**

Commentaire : pour connaître les réactions des internautes on a mis l'annonce sur Facebook seulement ; nous avons pu constater qu'on a commencé de recevoir les Cv sans un peu de temps , de 25 à 30 Cv ; et leurs âges c'était entre 18 à 40 ans .

**2.2.2 Cvyia :** est un site qui a deux espace pour le recruteur qui veut mettre ses annonces, et le candidats pour mettre son CV .

Mes annonces

PROSPECTPLUS DRH

Hôtesse d'accueil /agent de sécurité

Annonceur **professionnel** :  
 PROSPECTPLUS au 023285228

Gérer votre annonce  
 Modifier cette annonce  
 Supprimer cette annonce

- Catégorie : Autres emplois
- Type de poste : Temps plein
- Niveau d'études : Lycée / Niveau Bac
- Années d'expérience : Moins d'un an
- Secteur d'activité : Autres secteurs
- Région : ALGER
- Référence : femme

Maîtrise la langue française , sérieuse , bonne présentation

Visiter ma vitrine :  
 fibladi #pro

Commentaires : nous avons reçu 5 cv / jours de la part de ce site, on peut dire que la réaction n'était pas assez rapide (2 jours après )

**2.2.3 Ouedkniss :** ce sites a été créé par des jeunes Algériens , pour mettre des annonces concernant plusieurs activités ,ils ont mis une catégorie pour l'offre et la demande d'emploi .  
 Exemple :

Uuedkniss

Contact Publicité

Mes Annonces

Tout cocher	Annonce	Etat
<input type="checkbox"/>	Offres d'emploi chef d'atelier mécanique <a href="#">Supprimer</a> <a href="#">Modifier</a>	en ligne
<input type="checkbox"/>	Offres d'emploi agent d'entretien <a href="#">Supprimer</a> <a href="#">Modifier</a>	en ligne
<input type="checkbox"/>	Offres d'emploi hotesse d'accueil/ agent de sécurité <a href="#">Supprimer</a> <a href="#">Modifier</a>	en ligne
<input type="checkbox"/>	Immobilier Cherche achat Usine Alger Alger centre <a href="#">Supprimer</a> <a href="#">Modifier</a> <a href="#">Renouveler</a>	en ligne
<input type="checkbox"/>	Offres d'emploi maintenance <a href="#">Supprimer</a> <a href="#">Modifier</a> <a href="#">Renouveler</a>	en ligne
<input type="checkbox"/>	Offres d'emploi notaire ou clerc de notaire <a href="#">Supprimer</a> <a href="#">Modifier</a> <a href="#">Renouveler</a>	en ligne

ouedkniss.com/chef-d-atelier-mecanique-alger-ain-taya-algerie-emploi-offres-d73...

**Commentaire :** Oueskniss était le plus rapides on a pu reçu des quarantaines de CV/ jours cela mais la tranche dominante était toujours les jeunes (Age entre 18 -40).

Le cabinet n'a pas pu se contenter de ces sites il a aussi utilisé

**2.2.4 les annonces au mur : en mettant l'adresse mail** en désignant les poste, le lieu , les conditions .

**2.2.5 La presse :** prospect plus a publié des annonces concernant les agents /Avec l'email



**18 | Publicité**

**URGENT RECRUTE**  
**100 agents de sécurité**  
**30 hôtesse d'accueil**

- Niv. 3e AS min • Maîtrise le français • Bonne présentation

Envoyer CV + photo à  
**cardiennae2012@yahoo.fr**

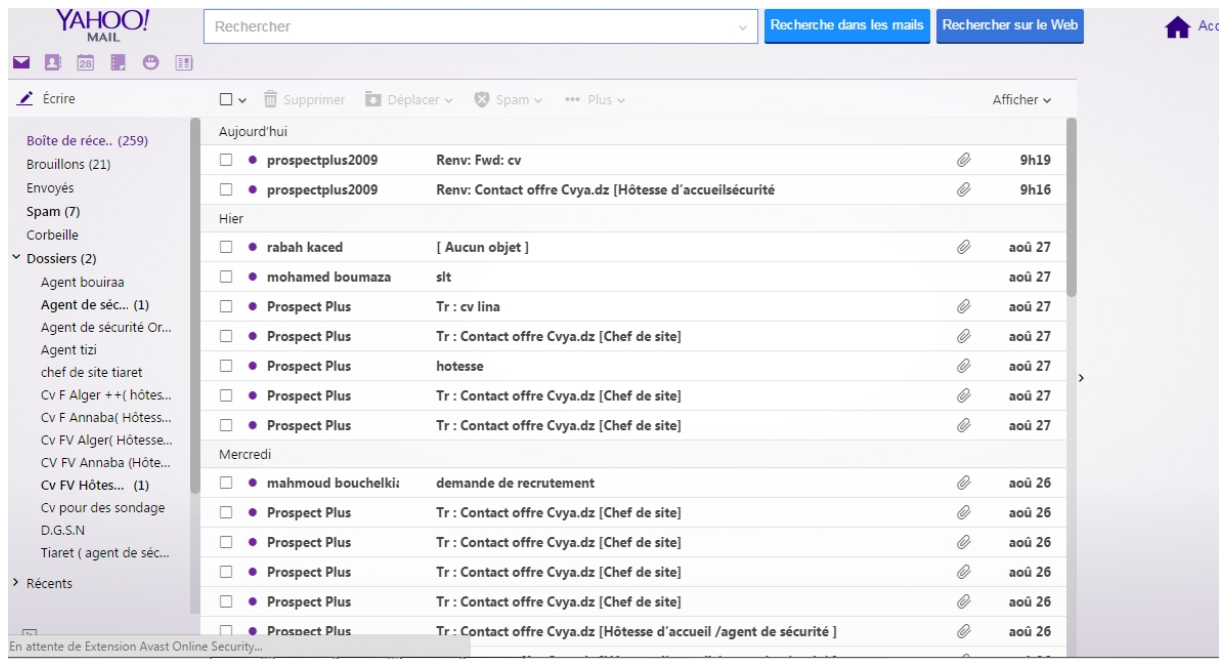
**PETIT ANNON**

Pour toute publicité, adressez-vous à Liberté Pub : Lotissen

**Commentaire :** 10/ jours la plupart c'était de leurs parents , ou bien des gens âgées ( 42-67)

### 3. le tri de cv

Dès qu'on mit l'annonce on commence à recevoir des cv sur la boîte qu'on a choisie



#### 3.1 L'analyse du curriculum vitae

La candidature se solde toujours par la réception d'une lettre manuscrite et un CV. Le processus de sélection débute donc par l'analyse de cette lettre et du CV.

Cette première opération de tamisage a pour but de retenir les candidats dont on estime que la candidature présente un intérêt, l'examen de candidature se fait sur des critères relativement simple et objectifs. Ils correspondent à des éléments précis jugés incontournables.

Cette première phase du processus de sélection, se prolonge pour les candidats qui ont été sélectionnés, par une série d'investigation visant à approfondir la connaissance de leur motivation et de leur potentiel, ceci afin d'évaluer précisément l'intérêt que présente leur candidature pour le poste à promouvoir.

On doit sélectionner les Cv qui répondent au besoin du recruteur

#### 4.1 la sélection du candidat :

**4.1 Entretien téléphonique :** cet entretien se déroule après avoir choisi les bonnes personnes, on doit savoir si le candidat est toujours disponible, lui donner quelques informations sur le poste (le lieu de travail, le salaire. etc.), ensuite on fixe un rendez-vous pour faire l'entretien face à face en lui indiquant l'adresse du cabinet.

**4.2 Entretien face à face :**

Pour le choix final, le recruteur a la chance de pouvoir connaître le candidat personnellement. En dehors des entretiens de présélection, qui ont lieu dans les premiers moments de la procédure et dont l'objet est de compléter les informations sur le candidat pour se forger une première impression, l'entretien de sélection proprement dit se situe au stade final et a pour but d'aboutir à une décision quant au choix du candidat à retenir définitivement pour le poste.

**5.1 Présentation des candidats à l'entreprise :**

Après la sélection et évaluation des candidats, le consultant devra présenter toute une gamme de candidats qualifiés potentiels à l'entreprise, cette dernière gardant la décision de l'embauche définitive.

Le cabinet PROSPECT PLUS joue un double rôle, recruter et conseiller. Le cabinet s'occupe de recruter des gens qui peuvent assumer le poste pour le compte de l'entreprise, sa mission est de trouver le meilleur candidat dans les plus courts délais. Reconnu pour sa rigueur et pour ses outils d'évaluation.

Si le candidat répond au besoin du recruteur, et si le poste lui convient, on va lui préparer une fiche de présentation qui va contenir (son nom, son prénom, le poste, et le cachet de l'entreprise) pour qu'il se présente à l'entreprise.

### **Section 3 : L'analyse de l'observation :**

Après une observation tout au long de notre stage, nous avons pu constater dans la procédure de recrutement du cabinet PROSPECT PLUS, la facilité de contacter le candidat et la prise de rendez-vous, aussi la relation est moins formel et réactif, aussi l'utilisation du Web a aidé de toucher la diversité du public ce qui permet de proposer plusieurs choix à l'entreprise ,et la possibilité de modifier les annonces à tout moment

Le cabinet peut fournir plus d'informations précises sur l'entreprise et sur le profil du candidat pour le candidat ne perd pas son temps en se déplaçant jusqu'au cabinet. Mais seulement les informations que l'entreprise permet de donner.

Cette offre s'adresse directement au candidat sans intermédiaire, la consultation des annonces est gratuite, rapide du coup le candidat peut répondre à plusieurs offres au même temps et ce qui rend la tâche plus faciles c'est l'utilisation des outils informatiques simples

La disponibilité des annonces d'offre sur le Web est démultipliée par rapport à n'importe quelle base sur support physique, ce que nous avons pu constater quand PROSPECT PLUS a mis l'annonce dans la presse.

Nous avons pu également remarquer que parfois les Cv reçus ne sont pas tous adaptés à notre offre ou bien les Cvs ne sont pas lisibles,

Après avoir programmé un entretien, les candidats acceptent de le passer mais ils ne viennent pas, par exemple recevoir 15 candidats sur 30 convoqués

Les critères de sélection sont trop figés

Le responsable de l'entreprise n'était pas toujours présent pour qu'il reçoive les candidats , ce qui a pu influencé notre image .

**Conclusion :**

PROSPECT PLUS a intégré plusieurs outils son processus du recrutement, et elle a pris en considération l'impact de la technologie sur l'environnement social et économique ,c'est ce que nous a aidé a réaliser notre travail .

# **Conclusion générale**

## Conclusion générale

Le but de notre travail de recherche était d'étudier les nouveaux outils de recrutement à l'ère numérique et la réaction de la population Algériennes face aux ces nouveaux outils et leurs vision.

La présente étude a été réalisée en utilisant l'observation directe et participative, le recueil des données, et la revue littérature.

Ceci dit, les résultats de notre étude sont les suivants :

La culture technologique ne touche pas toutes les catégories de la société, la plus grande parties des utilisateurs ce sont des jeunes qui ont l'âge entre 10- 40 , et elle est pas répandu dans tout le pays

L'étude a permis de confirmer Les hypothèses , car si le recruteur veut s'adresser à tous les tranche d'âges et rend son offre nationale ,il ne pourra jamais se contenter d'utiliser le e-recrutement comme un outil pour trouver les bons Cv , donc le e-recrutement est complémentaire des autres outils du processus de recrutement

Après l'analyse des résultats. Il s'est avéré, d'une part que la technologie est devenu primordiale et elle est pour faciliter plusieurs tache dans un temps rapide, d'une autre part pour une recruteur la technologie va lui éviter les charges donc ,à la lumière de ces constatations ,nous nous sommes permis de faire part des recruteurs ces modestes suggestions :

- ✚ L'entreprise doit être toujours présente sur des sites de e-recrutement car ces derniers sont généralement le carrefour des milliers de jeunes internautes à la recherche d'un emploi. En effet, à moins qu'il ne s'agisse de grands groupes, les internautes se rendent rarement sur les sites d'entreprises pour voir si ces dernières recrutent. Les sites d'emploi ne sont donc pas uniquement des outils de recherche, mais également des outils de veille permettant d'avoir une vision globale de l'évolution du marché du travail dans un secteur déterminé.
- ✚ les réseaux sociaux seront peut être devenus incontournables dans le recrutement. Mais pour l'instant les recruteurs restent pessimistes quant à leur avenir et c'est le même constat du côté des chercheurs d'emploi, ce qui confirme l'hypothèse énoncé au début. Mais il reste essentiel pour l'entreprise de développer une stratégie pour sa présence en ligne et sur ces réseaux.

Enfin, ces résultats doivent être prise avec précautions car le temps était insuffisant, et on n'a pas pu généraliser les résultats sur toute la population algérienne car l'étude a été concentré sur Alger

Nous aurions dû renforcer notre observation par un questionnaire pour connaître les raisons d'utiliser internet comme un outil de recherche pour les recruteurs et les candidats Aussi nous aurions dû mettre plus du temps pour le travail aie des résultats fiable

Néanmoins, nous souhaitons que d'autres recherches viennent enrichir ce modeste travail et plus de détails sur le comportement du recruteurs et le candidats Algériens

# Bibliographie

**Ouvrage :**

Peretti J.-M. (2006), Ressources Humaines, 10ème édition, Editions Vuibert.

SEKIOU LAKHDAR et autres, Gestion des ressources humaines, Edition de Boeck Université ,2em édition, Bruxelles ,2001

J.BOURDONNAIS : le recrutement, in encyclopédie de management de management, T2, Vuibert, 1992,.

CH.BESSEYRE : gérer des ressources humaines dans l'entreprise, l'édition d'organisation, Paris, 1990

Le Gall (Jean-Marc), gestion de ressources humaines, collection encyclopédie édition Puf 2002

Laurent Besson et Jack Digout, « e-recrutement, à l'ère du web 2.0 et des réseaux sociaux », Vuibert, 2013

Jan Vermiren et Bert Verdonck « trouver les meilleur candidats grâce à LinkedIn », Livre blanc, Septembre

2012

### **Articles :**

L'utilisation d'internet en Algérie , publié par Abdou SEMAR le 17 mai 2013 . Algérie focus.

sur : L'e-recrutement en Algérie, publié par : Yasmine Bouchène le 04/01/2011 à 22:34 ,Le point fr.

### **Travaux universitaires :**

BELGHANAMI Wassila Nadjet . la GRH à travers les compétences pour améliorer la performance de l'entreprise .Mémoire de magistère en management .Ecole doctorale d'économie en management. UNIVERSITE D'ORAN

MEZACHE Hadjira , BOUZID Rym , nouvelle pratiques de recrutement , accueil , intégration et fidélisation des employés : le marketing des ressources humaines. Mémoire de licence en science commerciale , institut national de commerce , alger

NADEGE GINIA , « La fonction ressources humaines face aux transformations organisationnelles des entreprise », thèse de doctorat

LES FICHES OUTILS RESSOURCES HUMAINES Les fiches outils du Master Management des Ressources Humaines de l'IAE de Toulouse

Evolution de la fonction ressources humaines en Algérie ; Synthèse élaborée par Mohamed MEZIANE , Ancien DRH de AMC, consultant et vice-président de l'ALGRH (ALGRH-Algérie) .

### **Web-graphie :**

<http://www.cerclerh.com/editorial/marketing-social-11202.asp>.

18 /05/2015

11 :44

<http://www.piloter.org/performance-entreprise/definition-Ressources-Humaines.htm> 18/05/2015 12:15

<http://cursusdeescommmarketingmuc.over-blog.com/article-26655701.html> 18.05.2015 12.51  
18/05/2015 12:36

<http://www.indicerh.net/%C3%A9tiquettes/e-recrutement?page=1> 18 /05/2015 13 :12

<http://la-page-de-l-emploi.pagepersonnel.fr/conseils-carriere/developper-reseau-professionnel-trouver-un-emploi/> le 02/07/2015 22 :20

<http://www.journaldunet.com/web-tech/chiffres-internet/algerie/pays-dza> 03 /07 /2015 16 :52

<http://www.decision-achats.fr/Thematique/tendances-achats-1039/breves/-ans-informatique-usages-guident-evolution-outils-non-inverse-237637.htm> le 03/07/2015 19 :55

[http://www.algeritelecom.dz/siteweb.php?p=at\\_histoire\\_realisations](http://www.algeritelecom.dz/siteweb.php?p=at_histoire_realisations) 05/07/2015 13 :31

## Table des matières :

<b>Introduction générale</b> .....	02
------------------------------------	----

## **Chapitre 1 : Généralités et concepts théoriques sur la gestion de ressources humaine et le recrutement.**

### **Section 1 : généralités sur la gestion de ressources humaines..... 06.**

1.1 La présentation de la gestion de ressources humaines .....	06
1.1.1 L'historique de la fonction ressources humaines .....	06
1.1.2 L'évolution de la gestion de ressources humaine en Algérie .....	08
1.2 La définition de la gestion de ressources humaines, ses objectifs, ses domaines.....	10
1.2.1 Définition de la gestion de ressources humaines.....	10
1.2.2 Objectifs de la gestion de ressources humaines.....	10
1.2.3 Les domaines de la gestion de ressources humaines. ....	11

### **Section 2 : Le recrutement à l'ère traditionnelle :.....12**

2.1 L'évolution de recrutement .....	12
2.2 Les définitions et les objectifs de recrutement .....	12
2.2.1 Les définitions de recrutement.....	13
2.2.2 Les objectifs de recrutement .....	14
2.3 Le processus de recrutement .....	15
2.3.1 La stratégie du recrutement.....	16
2.3.2 La préparation du recrutement .....	17
2.3.3 La phase de recherche .....	17
2.3.4 La sélection des candidats .....	19
2.3.5 La finalisation du recrutement .....	21

### **Section 3 : Le coût et les missions d'audits du recrutement .....22**

3.1 Le coût de recrutement.....	22
3.1.1 Les coûts correspondants au temps du travail passé dans le processus.....	22
3.1.2 Les coûts correspondants à des frais direct facturés .....	22
3.2 L'audit de recrutement .....	22
3.2.1 L'audit de l'efficacité .....	22
3.2.2 L'audit stratégique .....	22
3.2.3 L'audit de conformité .....	22

## **Chapitre 2 : le recrutement à l'ère numérique.**

### **Section 1 : Les technologies d'information et de la communication.....25**

1.1 L'évolution de la technologie.....	25
1.1.1 Le développement de la technologie .....	25
1.1.2 Internet débarque dans l'entreprise .....	26
1.1.3 L'émergence de la dimension CRM.....	26
1.1.4 Les années SaaS et Cloud.....	27

1.2 l'évolution du Web.....	28
1.2.1 Définition du Web.....	29
1.2.2 Enjeux pour l'organisation .....	29
1.3 L'évolution de l'informatique en Algérie :.....	32
1.3.1 L'évolution de la technologie et le Web .....	32
1.3.2 L'évolution de l'internet .....	34
<b>Section 2 : de recrutement au e-recrutement.....</b>	<b>39</b>
2.1 L'évolution du processus de recrutement.....	39
2.1.1 Le recrutement Papier /Presses/Média .....	39
2.1.2 Le recrutement 1.0.....	40
2.1.3 Le recrutement 2.0 .....	40
2.2 Le e-recrutement .....	41
2.2.1 Les nouveaux enjeux du e-recrutement.....	41
2.2.2 Le e-recrutement en Algérie.....	43
2.2.3 Pourquoi le e-recrutement.....	45
Section 3 : Les différents concepts du e-recrutement .....	49
3.1 Le Sourcing .....	49
3.1.1 La définition de Sourcing .....	49
3.1.2 Processus du Sourcing.....	49
3.1.3 Comment définir le Sourcing dans la pratique.....	50
3.2 La marque employeur .....	51
3.2.1 L'image réelle de l'entreprise .....	51
3.2.2 L'image de l'entreprise qu'elle veut créer .....	51
3.2.3 L'image de l'entreprise aux regards de ses collaborateurs .....	51
3.2.4 L'image de l'entreprise dans le public .....	52
<b>Section 4 : Les canaux du e-recrutement .....</b>	<b>53</b>
4.1 Les outils internes .....	53
4.1.1 Espaces carrières des sites internet des entreprises .....	53
4.1.2 Progiciels de gestion.....	53
4.1.3 Bases de données internes .....	53
4.2 Les outils externes : .....	54
4.2.1 Les job-boards.....	54
4.2.2 Les réseaux sociaux .....	54
<b>Chapitre 3 : le e-recrutement au sein de PROSPECT PLUS</b>	
<b>Section 1 : Présentation du cabinet PROSPECT PLUS .....</b>	<b>61</b>
1.1 Historique du cabinet PROSPECT PLUS .....	61
1.2 L'effectif de PROSPECT PLUS .....	61
1.3 Les activités de PROSPECT PLUS .....	
<b>Section 2 : La procédure du e-recrutement du cabinet de Prospect plus .</b>	<b>64</b>
2.1 Méthodologie .....	64
2.2 le processus du e-recrutement .....	65

**Section 3 : l'analyse de l'observation .....72**

**Conclusion générale.....75**

**Bibliographie**

**Annexes**