

**Le Point**

Titre : « Les nouveaux plans pour se faire embaucher »  
 Dossier « Spécial Recrutement »  
 10 juin 2010

**Le Point**

**SPÉCIAL** RECRUTEMENT

# Les nouveaux plans pour se faire embaucher

**Tactique.**  
 Apprivoiser les nouvelles formes de recrutement est essentiel.

PAR DOMITILLE ARRIVET

C'était le samedi 29 mai, sous un ciel gris. La pelouse du stade Charléty était emplie de jeunes sportifs en short et baskets, et de leurs bruyants supporters. Mais, surprenant, ces athlètes qui participaient au Challenge du monde des grandes écoles et universités n'étaient pas là seulement pour gagner les épreuves du décathlon. Ils venaient aussi chercher du travail. Dans les gradins, une dizaine

d'entreprises avaient mobilisé leur personnel pour accueillir ces étudiants issus de plus de 70 écoles de commerce, d'ingénieurs ou d'universités. Qu'ils se présentent en maillot tricolore ou en tailleur strict, peu importe: pour les sociétés, il s'agit surtout de prendre contact avec des recrues potentielles et de se donner une bonne « image employeur ». « *Les valeurs d'esprit d'équipe et d'engagement nous intéressent* », confie Philippe Lazzarotto, le coordinateur de l'opération chez GDF Suez. L'an dernier, grâce à cet événement qui avait rassemblé plus de 3 000 sportifs et candidats, le géant de l'énergie avait donné rendez-vous à 91 éventuelles recrues pour un premier entretien. Cette année, Carrefour avait prévu d'y dénicher 120 perles rares.

Pour se démarquer auprès des hauts potentiels, les entreprises ne manquent pas d'imagination. Ainsi, L'Oréal a mis au point il y a quelques mois un jeu en ligne destiné à tester les candidats à l'embauche. Au cours du jeu, les internautes révèlent leurs capacités à s'intégrer dans l'une ou l'autre des filières du groupe: un féru de marketing peut par exemple se découvrir des aptitudes particulières pour la finance ou la production. « *Cet outil nous permet aussi d'attirer des talents du monde entier, y compris de pays où nous n'avons pas de filiale* », explique François de Wazières, directeur du recrutement international du géant des cosmétiques. Alors, même si, parmi les 30 000 personnes qui se sont inscrites à ce jeu depuis février, à peine 1 500 ont terminé ce parcours virtuel qui



**Emulation.** Lors du Challenge du monde des grandes écoles et universités, les candidats font valoir leur esprit d'équipe et d'engagement auprès des employeurs.

dure vingt-quatre heures, il confirme : « Le nombre m'importe moins que la qualité des candidats. Ceux qui vont au bout de ce jeu seront probablement sérieux dans leur candidature chez L'Oréal et dans leur vie professionnelle. »

Il ne faut pas craindre ces outils modernes d'assistance à l'évaluation des compétences, mais s'y entraîner. Même Pôle emploi en

use. Depuis trois ans, le service public met au point, pour des entreprises clientes ou pour orienter des demandeurs d'emploi, des tests de recrutement par simulation qui permettent à chacun de tenter sa chance, anonymement. La grande distribution, l'automobile et les centres d'appels en sont friands.

Quant au *speed dating*, les PME s'y mettent à leur tour ! Le 15 juin,

### Cinq conseils pour réussir son job dating

1. **Allez à l'essentiel** dans la mise en valeur de votre parcours.
2. **Expliquez** pourquoi vous avez choisi de vous présenter à cette entreprise et pas à une autre.
3. **Insistez**, parmi vos compétences, sur celles qui correspondent aux besoins du recruteur.
4. **Soyez pragmatique.**
5. **Donnez à l'employeur l'envie de vous revoir** pour vos compétences, votre savoir-faire et votre savoir-être.

elles bénéficieront pour la première fois d'une journée de *job dating* organisée en Ile-de-France à l'occasion du Salon Planète PME. Objectif de l'opération ? Dénicher auprès de ces entreprises créatrices d'emplois 250 postes destinés aux jeunes diplômés ou des contrats d'apprentissage ou de professionnalisation. Chaque candidat disposera de dix minutes pour se « vendre ». Si affinités, un rendez-vous sera pris pour aller plus loin.

Quelle que soit leur originalité, ces initiatives ont un même but : mettre en relation les besoins d'une organisation et les compétences des candidats. Mais, comme le précise Sylvain Grevedon, directeur au cabinet Mercuri Urval, elles ne suffisent pas. « Il est toujours nécessaire de verrouiller la solidité et le potentiel des candidats avec des tests et des entretiens », dit-il.

Aussi, qu'on se rassure, les médailles au décathlon ne remplacent-elles pas complètement un joli score aux bons vieux tests Papi, Sposie ou Rorschach ! ■