

Le fait du jour

Emploi : Facebook com

RÉSEAUX SOCIAUX Ce que nous montrons de nous sur Internet n'est pas sans conséquence sur nos recherches d'emploi. Mais peut-on vraiment soigner sa réputation électronique ?

PASCAL RABILLER
p.rabiller@sudouest.fr

En 2014 un homme, tout juste passé du statut d'illustre inconnu à celui de conseiller en communication auprès de la présidence de la République, aurait pu voir sa jolie promotion remise en question par une photo. Une photo de soirée festive, postée des années avant son accession dans les bureaux de l'Élysée sur Facebook, par le haut fonctionnaire Gaspard Gantzer. Il le montrait en train de fumer une cigarette roulée au contenu indéfini... qui aurait pu tout remettre en cause. Son employeur, François Hollande, en a décidé autrement, mais l'incident a mis en lumière un phénomène qui n'est pas nouveau mais qui s'accélère. Quand on cherche un emploi ou prend une nouvelle fonction, l'e-réputation vaut désormais plus que le curriculum vitae ou la lettre de motivation. Le coup de gueule sur la SNCF en retard, les photos de fêtes arrosées, celles des vacances au Pays basque, tout ce que nous publions de manière plus ou moins contrôlée sur les réseaux sociaux peut servir à nous définir, pour le meilleur et pour le pire.

Internet devance le CV

Avant même d'analyser un CV (mais peut-on parler d'analyse quand on voit le temps consacré en moyenne à cela - lire l'encadré ci-contre) de nombreux recruteurs « googlisent » le nom et le prénom du candidat, histoire d'en savoir plus sur lui. « Aujourd'hui les recruteurs recherchent des profils à partir de mots clés, note Danielle Sancier, déléguée régionale de l'Apec (Association pour l'emploi des cadres) Nouvelle-Aquitaine. D'ailleurs, en avril prochain, nous allons sortir une profilthèque des cadres en recherche. Avant, nous publiions une CVthèque... »

« L'activité sur les réseaux sociaux c'est désormais la première impression du recruteur sur le candidat. Elle devance nettement le CV et la lettre de motivation », reconnaît Laurent Juery, responsable du cabinet de recrutement Page Personnel Bordeaux, qui compte 15 collaborateurs. Pour autant, « si les réseaux sociaux professionnels, comme Viadeo ou LinkedIn sont désormais des outils indispensables pour le recrutement, nous nous refusons de passer au crible des réseaux sociaux plus personnels », assure le responsable. Comme lui, les 5 000 adhérents de l'Association nationale des DRH (ANDRH) assurent aussi cantonner leurs analyses aux réseaux professionnels. « C'est louable mais peu tenable, analyse Jacques

Breillat (lire ci-contre), spécialiste de l'e-réputation et de l'intelligence économique. L'outil Google est là, il est plus efficace que le coup de fil aux anciens employeurs... » Aujourd'hui les études montrent que les recruteurs sont à peine 19% à passer encore systématiquement ce coup de téléphone... Pour certains DRH, il est facile voire même plus fiable d'en savoir plus sur n'importe qui d'entre nous grâce à notre présence numérique. « Les publications sur les réseaux sociaux permettent parfois d'avoir des réponses à des questions que l'on n'oserait pas poser en entretien, notamment les questions relatives à la vie privée », confie anonymement un responsable des ressources humaines dans une PME de la région.

66 % des recruteurs reconnaissent avoir écarté un candidat à cause de son activité sur les réseaux sociaux

« La publication de plats qu'il a préparé lui-même peut permettre de laisser penser que le candidat est créatif, plutôt convivial, rigoureux et exigeant par exemple. Celle d'un commentaire peu amène sur son employeur actuel peut interroger sur la possibilité, plus tard, de voir le candidat dégrader, de la même manière, la marque d'entreprise sur les réseaux sociaux. » Dans les faits, la dernière étude de RegionJob.com montre que 85 % des recruteurs font des recherches sur les réseaux sociaux pour établir le profil d'un candidat ayant postulé dans l'entreprise. 66 % des recruteurs reconnaissent avoir écarté un candidat à cause de son activité sur les réseaux sociaux.

Prudence

Incontestable atout pour identifier les entreprises qui recrutent, avoir, grâce à son réseau social, accès à des offres qui ne sont pas forcément recensées dans des moteurs de recherche spécialisés, l'Internet peut aussi s'avérer être un boulet au moment de s'aligner dans la course à l'emploi. Un commentaire déplacé, une photo délicate à assumer sont difficiles, voire impossibles à supprimer (lire par ailleurs). « Faites attention à ce que vous publiez et aussi à ce que vos amis peuvent publier de vous », explique Benjamin Rosoor, dirigeant de Web Report à Bordeaux, expert de l'e-réputation des entreprises. « Le droit à l'oubli est très limité. Il ne s'applique, en France qu'aux informations privées tout ce qui concerne vie publique et vie professionnelle en est exclu. » Nous sommes tous prévenus.



Avant de lire leur CV de nombreux recruteurs « googlisent » le candidat. PHOTO FABIEN COTTEREAU / « SUD OUEST »

« Il faut travailler notre mar

JACQUES BREILLAT Directeur pédagogique en Master 2 d'intelligence économique à l'Institut d'administration des entreprises de Bordeaux, l'expert de l'e-réputation évoque ce qu'elle a d'important pour le candidat à l'emploi

« Je ne dis pas qu'il faut raconter une fable, mais sur les réseaux sociaux, il faut, a minima, que l'histoire qu'on raconte de nous corresponde au mieux à ce que nous voulons montrer aux autres », estime Jacques Breillat, enseignant en intelligence économique à l'Institut d'administration des entreprises de Bordeaux. Pour lui, la question de l'e-réputation, est capitale dans la recherche d'un emploi. « C'est bien entendu encore plus valable pour les candidats à un emploi. Ça est également pour les entreprises qui recrutent, ou veulent recruter. » Et l'expert de résumer : « De la même manière que les entreprises doivent, surtout dans les secteurs en tension, où les candidats manquent, attirer les talents ou retenir les potentiels en soignant leur "marque" employeur, les candi-

datés à un poste doivent également travailler leur "marque" personnelle. »

CV, lettre : moins déterminants

« Chaque citoyen présent sur les réseaux sociaux doit avoir sa propre logique de positionnement, comme s'il était une marque qui cherche à se faire connaître, se faire acheter ou tout simplement aimer. Cela sous-entend un travail en amont très important », poursuit l'expert. Dans un contexte où le curriculum vitae et la lettre de motivation, sans être totalement inutiles, ne sont plus déterminants désormais dans la quête d'un poste, l'empreinte numérique du candidat doit impérativement être en adéquation avec l'attente plus ou moins explicite de l'entreprise qui recrute.

« Oui, les recruteurs peuvent se servir d'Internet et des réseaux sociaux pour en connaître toujours plus sur les candidats, mais ces derniers ont les mêmes outils pour en savoir plus sur les entreprises qu'ils ciblent. Ils doivent en profiter pour se positionner, s'adapter au cadre de la marque employeur, éviter les erreurs éliminatoires quand ils postulent. » L'enseignant à l'IAE milite pour la création de formations en direction des étudiants.

« Cela doit s'enseigner »

« Je note qu'il existe aujourd'hui, dans la jeune génération, une plus grande maturité par rapport à l'outil Internet. L'approche risquée du réseau social est un peu passée », constate Jacques Breillat. Pour autant, il reste persuadé qu'il faut en-

Est-ce-t-il plus qu'un CV ?



7

La lettre de motivation est déterminante pour **7 %** des recruteurs.

66

66 % des recruteurs reconnaissent avoir écarté un candidat à cause de son activité sur les réseaux sociaux.

30

Un recruteur sur deux (52%) passe moins de **30 secondes** sur un CV.

85

Le pourcentage des recruteurs qui font des recherches sur les réseaux sociaux pour établir le profil d'un candidat ayant postulé dans l'entreprise.

79

Le réseau social LinkedIn est préféré par **79 %** des recruteurs. Facebook et Twitter sont utilisés par 26 et 14 % des recruteurs.

91

Le pourcentage des personnes à la recherche d'un emploi présentes sur au moins un réseau social.

75

Les réseaux sociaux servent de terrain de chasse pour **75 %** des recruteurs.

Source : Etude 2017 (324 recruteurs, 6 466 candidats sondés) de RegionsJob.com

« La mauvaise e-réputation ne se nettoie pas, mais elle s'enfouit »

CONSEILS Des sociétés se sont lancées sur le marché de la correction, voire de l'effacement de nos personnalités numériques. Exemple avec E-reputationVIP, installée à Lyon

La société e-reputation VIP, comme son nom l'indique, travaille plus généralement avec des entreprises, voire des personnalités potentiellement connues. Son client principal, c'est plutôt le candidat à une exposition médiatique, un(e) artiste qui perce, ou un(e) décideur (se) qui accède à une fonction qui va invariablement le ou la mettre dans la lumière des projecteurs. Ils sont prêts, à investir jusqu'à 30 000 euros pour « ripoliner » d'une couleur plutôt « passe-partout », leur empreinte numérique.

1 Défier Google et ses puissants algorithmes

Pour autant ses conseils s'appliquent en partie à nous tous, internautes lambda, adeptes de la diffusion de nos vies sur les réseaux sociaux. Depuis six ans, cette société s'est fait un nom dans ce métier, en partie grâce à une équipe d'une dizaine d'experts qui cherchent dans les algorithmes de Google le moyen de l'empêcher de remonter les informations ou images qu'on préférerait voir disparaître.

« Notre objectif c'est d'aider les clients à reconstruire leur image sur les réseaux sociaux. Il faut savoir que pour les algorithmes de référencement de Google, les PageRank, la date d'une publication importe peu », explique Bertrand Girin, PDG de E-reputation VIP.

2 Ne pas se cacher, bien au contraire

« Cela signifie qu'une information jugée indésirable, mais qui a beaucoup d'autorité, c'est-à-dire qu'elle est passée, ou émane, de sites qui font référence, comme des blogs ou les organes de presse par exemple, peut continuer à figurer sur la première page d'une recherche alors que d'autres informations, plus positives, pourtant plus récentes, n'arrivent pas à repousser l'info, l'image, l'article qui peut s'avérer néfaste pour la réputation », poursuit Bertrand Girin.

La e-réputation c'est, finalement, la somme de ce qui se dit sur nous. Ce que nous-mêmes disons nous, mais aussi ce que les autres en disent. « La seule solution pour faire oublier une information indésirable ce n'est pas de se cacher, de faire le mort. Au contraire, il faut surcommuniquer sur



En 2013, au lycée Pardailhan d'Auch, des lycéens suivent une formation pour surveiller et maîtriser leur e-réputation. ARCH. « SO »

soi, s'arranger pour que ces informations soient bien référencées. En clair : si vous ne voulez pas twitter tous les jours, alors n'allez pas sur Twitter. Idem pour Facebook. Pour vivre heureux vivons cachés, cela ne fonctionne absolument pas sur Internet. Ne pas communiquer c'est prendre le risque de voir d'autres le faire à votre place. Les infos indirectes sur vous remontent forcément à la surface des outils de recherche. Si elles sont bonnes, tant mieux, sinon... »

3 « Enterrer » les infos que l'on juge indésirables

On est loin de l'opération d'effacement tant recherchée par les clients. « Oui car rien ne disparaît réellement du net, il faut accepter cela. On nous parle d'ailleurs de droit à l'oubli. Il faudrait plutôt parler de droit à la désindexation. En fait, la meilleure technique pour corriger une mauvaise e-réputation, ou de voir disparaître une information problématique, consiste à saturer les réseaux sociaux d'infos qui, elles, sont maîtrisées, validées, conformes à ce que le client veut faire savoir de lui ».

Une des recettes utilisées par les entreprises comme E-reputation VIP c'est précisément de créer des mini-sites, des blogs... des sortes de contre-feux qui sont massivement ali-



Bertrand Girin, PDG de E-réputation VIP. PHOTO DR

mentés par leurs équipes au profit des clients. Les « nettoyeurs » sont donc plus des « fossoyeurs », même si la stratégie ne leur permet pas de proposer un enterrement de première classe à leurs clients. L'info compromettante, les mauvais commentaires, les photos gênantes... elles peuvent être repoussées à l'ombre de l'Internet, c'est-à-dire en deuxième ou troisième page des outils de recherche. « Reste qu'elles ne sont jamais effacées », précise le PDG de la société.

Finalement, c'est une bonne vieille technique qui s'impose à ce monde numérique, et aux moteurs de recherche de plus en plus intelligents : celle de la poussière envoyée sous les tapis.

que numérique »



« Les candidats à un poste doivent également travailler leur « marque » personnelle », selon Jacques Breillat. PH. T. DAVID / « SO »

seigner l'art de bien se positionner sur les réseaux sociaux : « Des enseignements ont été mis en place concernant le bon usage des réseaux pour rechercher un emploi ou pour créer une entreprise. Pour autant, rien ou presque n'a été fait sur les

techniques qui permettent de crédibiliser, via les réseaux sociaux, une candidature... ou une entreprise. Car n'oublions pas que quand on crée une entreprise, au départ, sa crédibilité repose d'abord sur l'identité numérique de son fondateur. »