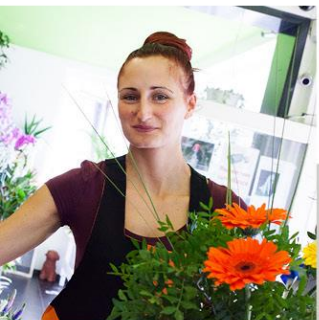


E-RÉPUTATION

USAGE DES RÉSEAUX SOCIAUX DANS LE CADRE D'UN RECRUTEMENT
ENQUÊTE MENÉE AUPRÈS DES JEUNES DEMANDEURS D'EMPLOI
ET DES EMPLOYEURS EN WALLONIE

AOÛT 2021



ENQUÊTE SUR L'E-RÉPUTATION

L'utilisation d'Internet pour promouvoir son entreprise n'est pas neuve. Elle est presque concomitante à la création du « worldwide web » à la fin du XXème siècle. La généralisation des pratiques de recrutement via le net est, quant à elle, plus récente et se répand avec l'émergence des réseaux sociaux et les sites spécialisés dans l'intermédiation du marché de l'emploi, annonces personnalisées sur les réseaux, CV en ligne ou vidéo, ...¹

En théorie, l'avènement des réseaux sociaux fait émerger une relation entre employeurs et salariés plus horizontale, censée être propice à la confiance et à la participation. Le candidat à un emploi peut davantage connaître un employeur potentiel qui lui, aura l'occasion d'attirer de meilleurs profils de candidats et de découvrir davantage de facettes de celui qu'il veut recruter².

L'information est désormais accessible à portée de clic. Dès lors, la plupart des citoyens se voient attribuer, de manière volontaire ou non une « reputation électronique » ou « e-réputation ». Cette « e-réputation » désigne *la résultante de ce qu'on peut lire sur Internet au sujet d'une personne, entité, marque, entreprise, quel qu'en soit l'auteur.*³

Les entreprises sont-elles attentives à l'e-réputation des candidats lors d'une procédure de recrutement ? Des différences apparaissent-elles selon le secteur d'activité ou la taille des entreprises ? Les jeunes demandeurs d'emploi ont-ils conscience de leur e-réputation et des attentes des entreprises ? Comment gèrent-ils leur image sur le web ? ... La suite de cette analyse propose quelques réponses à ces questions encore peu investiguées en Wallonie. Les éléments de réponse ont été collectés via deux enquêtes réalisées par le Forem en 2021.

QUE RETENIR ?

- 36 % des entreprises qui recrutent cherchent des informations sur Internet à propos des candidatures qu'elles reçoivent – 15 % ne souhaitent pas se prononcer ;
- Les entreprises qui cherchent des informations sur les candidats le font d'abord via les réseaux sociaux (91 %) puis à l'aide d'un moteur de recherche (43 %). La recherche concerne tous les profils (employés, ouvriers, cadres) pour tous les départements ;
- Les réseaux sociaux les plus utilisés par les jeunes et les entreprises sont Facebook et LinkedIn ;
- L'attention des entreprises est particulièrement attirée par les photos publiées (71 %), l'orthographe (68 %) et les commentaires des candidats (60 %) ;
- Potentiellement, 7 employeurs sur 10 pourraient rejeter une candidature sur base de l'e-réputation ;
- Globalement, les jeunes semblent être au courant des exigences des entreprises. C'est toutefois moins le cas pour les personnes plus faiblement diplômées ;
- La limitation de certains contenus sur les réseaux sociaux et l'utilisation de réseaux sociaux orientée vers la vie professionnelle pourrait être utile pour le public moins diplômé.

¹ L. MERZEAU, Traces numériques et recrutement : du symptôme au cheminement dans B. GALINON-MELENEC et S. ZLITI, Traces numériques. De la production à l'interprétation, Paris, 2013, p. 35-37.

² L. BENRAÏSS-NOAILLES et al., Impact de la réputation classique et de l'e-réputation sur l'attractivité des entreprises en tant qu'employeurs dans Questions de management, 2016/4, p. 71.)

³ B. BATHELOT dans Définitions marketing E-réputation - Définitions Marketing » L'encyclopédie illustrée du marketing (definitions-marketing.com)

1. MÉTHODOLOGIE

Afin d'éclairer les perceptions et pratiques en matière d'e-réputation, tant de la part des entreprises wallonnes lors d'un recrutement, que des jeunes demandeurs d'emploi, deux enquêtes ont été réalisées par le Forem.

La première vague ciblait les jeunes demandeurs d'emploi disposant d'un accès à Internet. Cette enquête s'est déroulée entre le 18 mai et le 1er juin 2021. Une invitation par mail avec un lien vers un questionnaire électronique⁴ a été envoyée à 20.000 demandeurs d'emploi âgés de moins de 25 ans inscrits au Forem. L'analyse porte sur les 1.030 réponses exploitables récoltées. Afin d'améliorer la représentativité de l'échantillon interrogé, les résultats ont été pondérés sur base du niveau des études des répondants pour que les diplômés les moins élevés ainsi que les diplômés de l'enseignement secondaire de deuxième degré soient autant représentés dans l'enquête que dans la demande d'emploi (en moyenne annuelle).

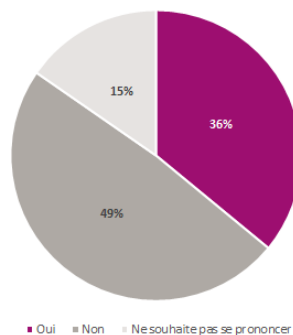
La deuxième vague s'adressait aux entreprises. Des questions relatives à l'e-réputation ont été ajoutées au questionnaire de satisfaction destiné aux entreprises clientes du Forem. Entre le 25 mai et le 2 juillet 2021, 1.401 entreprises ont été interrogées par téléphone. Parmi celles-ci, 504 ont répondu à la partie du questionnaire relative à l'e-réputation. L'échantillon des entreprises interrogées est représentatif des

entreprises clientes du Forem en termes de taille, de répartition géographique ou de secteur d'activité.

2. RECHERCHE D'INFORMATIONS EN LIGNE

Parmi les entreprises interrogées, un peu plus d'un tiers indiquent rechercher des informations en ligne concernant leurs futurs collaborateur(ice)s. Près de la moitié affirme ne pas le faire. Des différences apparaissent selon le secteur d'activité. Ainsi, c'est parmi les entreprises des secteurs chimiques ou pharmaceutiques et informatiques que la pratique serait la plus courante (une entreprise sur deux) alors qu'elle semble moins répandue dans le secteur public (moins de deux entreprises sur dix).

Figure 1 : Recherche d'informations à propos des candidats sur Internet - Réponses des entreprises
Source et calculs : le Forem



Pour 15 % des entreprises interrogées, une certaine discrétion reste de mise et elles préfèrent ne pas se prononcer sur la question, même sous couvert d'anonymat. De plus, certaines craignent que le fait de consulter les profils des candidats potentiels sur les réseaux sociaux contrevienne à la législation sur la protection des données personnelles. (Ce qui ne serait pas le cas). À titre de comparaison, dans un récent sondage, 93 % des entreprises américaines disaient regarder le profil de potentiels candidats sur les réseaux sociaux⁵.

Les raisons invoquées par les entreprises qui ne recherchent pas d'informations sur le net à propos des candidats sont tout d'abord liées au manque d'utilité perçue (53 %) dans la mesure où les informations collectées lors d'une procédure de recrutement classique apparaissent suffisantes. Vient ensuite le fait que la démarche soit considérée comme une intrusion dans la vie privée (19 %). Ensuite, 12 % des répondants (soit 83 réponses) disent préférer la rencontre en face à face afin de se forger une opinion.

Source et calculs : le Forem

Pourquoi ne pas rechercher des infos sur les réseaux sociaux ?	%
Je ne trouve pas cela utile	53%
Intrusion à la vie privée	19%
Préfère le face à face	12%
Je n'ai pas le temps	4%
Je ne sais pas comment faire	3%
Demande aux anciens employeurs	3%
Fait confiance au CV	3%
Je ne suis pas sur les réseaux sociaux	3%
Autres	3%
Méfiance des informations sur internet	2%

⁴ Le lecteur ne perdra pas de vue que le fait de réaliser cette enquête via l'envoi d'e-mails afin d'internaliser l'enquête et de réduire les coûts, produit d'office un biais de sélection. En effet, seules les personnes ayant un accès à Internet ont eu la possibilité de répondre. Toutefois, comme il s'agit d'un public jeune qui dispose pour une très grande majorité d'un smartphone et donc d'un accès vers les e-mails à l'aide du wifi, on peut espérer diminuer l'impact de ce biais.

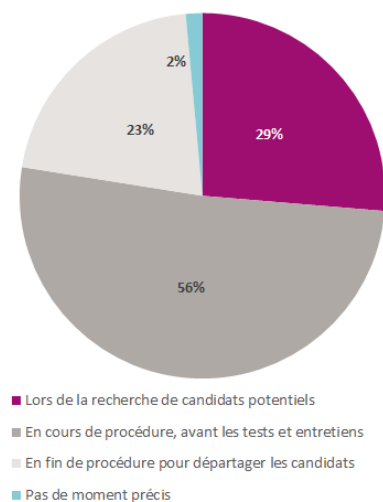
⁵ [The top three things that employers want to see in your social media profiles - Workopolis Blog](#)

Lorsque les employeurs recherchent des informations sur Internet, c'est très majoritairement en consultant le profil de la personne via les réseaux sociaux (dans 91 % des cas). Ensuite, en faisant une recherche sur le nom du candidat sur un moteur de recherche (43 % des cas).

Pour un peu moins de six entreprises sur dix, la recherche d'informations via le net se fait en cours de procédure, avant les tests et les entretiens (56 %). Certaines préfèrent le faire en fin de procédures afin de départager les candidats (23 %). 29 % des répondants effectuent cette recherche, en amont, pour trouver des candidats potentiels. Cette pratique est davantage répandue dans les entreprises de plus de 50 personnes (35 %) et dans les secteurs de la construction (43 %) et du transport et de la logistique (38 %).

Figure 2 : À quel stade du recrutement cherchez-vous des informations via internet sur des candidats ?

Source et calculs : le Forem



Près de trois entreprises sur quatre qui recherchent de l'information sur le net lors d'une procédure d'embauche le font quel que soit le profil recruté.

Lorsque la recherche cible plus particulièrement une fonction, c'est auprès des employés que la pratique semble la plus fréquente (59 %), ensuite des ouvriers (36 %) et des cadres (32 %). La recherche d'information pour des profils d'ouvrier se fait principalement dans les secteurs des services de nettoyage (82 %), de la construction (71 %) et du transport et de la logistique (67 %).

La même tendance est observée en ce qui concerne les départements de l'entreprise : la recherche d'informations sur internet concerne la totalité des départements pour 88 % des entreprises répondantes. Pour les 12 % restants, la recherche est orientée d'abord vers les personnes en contact avec la clientèle (dans 88 % des cas), les services de support (IT, RH, comptabilité) dans un tiers des cas et la communication ou le marketing dans 13 % des cas.

3. UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX

Tant les jeunes demandeurs d'emploi que les entreprises clientes du Forem ont été interrogés à propos de leur utilisation des réseaux sociaux. Il s'agissait d'une part, d'identifier les réseaux sociaux les plus fréquemment utilisés et d'autre part, de vérifier la convergence en matière d'utilisation et de fréquentation de ces réseaux par ces deux publics.

Il ne semble pas y avoir de décalage entre les pratiques des entreprises et celles des jeunes demandeurs d'emploi. Le réseau social où le plus d'entreprises sont présentes est Facebook (80 % des répondants). C'est également le cas des jeunes demandeurs d'emploi (85 % des répondants). LinkedIn, le principal réseau social à vocation professionnelle, arrive en deuxième position avec 38 % de présence des entreprises pour 55 % pour les jeunes demandeurs d'emploi. Viennent ensuite Instagram et Twitter (respectivement 13 % et 7 % des entreprises – 16 % et 15 % des jeunes demandeurs d'emploi).

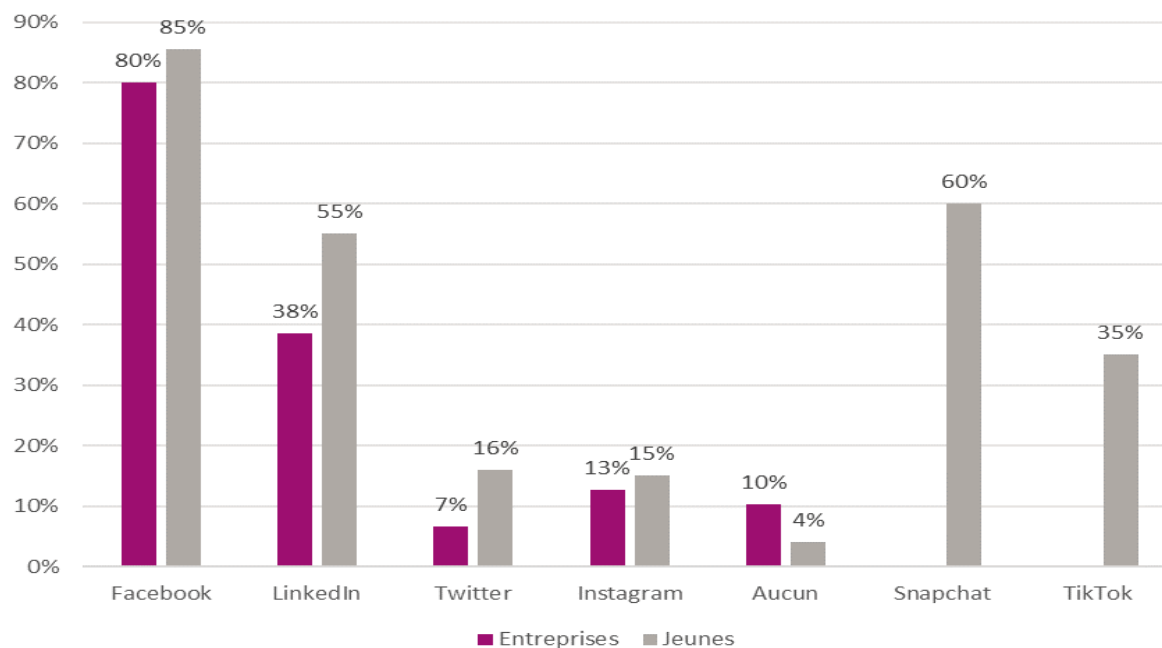
Un employeur sur dix n'est pas présent sur les réseaux sociaux pour 4 % des jeunes. Notons également que les jeunes demandeurs d'emploi sont présents sur Snapchat (60 % des répondants) et TikTok (35 %) alors que ces réseaux sociaux, plus récréatifs et destinés à un public adolescent ne sont (actuellement) pas utilisés par les entreprises.

Ce constat de convergence cache néanmoins des disparités de fréquentation des réseaux sociaux en fonction du niveau d'études des jeunes demandeurs d'emploi. Si Facebook semble assez fortement utilisé par tous les jeunes, ce ne serait pas le cas de LinkedIn. Ce réseau paraît plus fortement utilisé par les jeunes

diplômés de l'enseignement supérieur : 55 % pour les diplômés d'un bachelier et 85 % pour les diplômés d'un master contre 16 % pour les diplômés du secondaire supérieur et moins de 10 % pour les jeunes ne disposant pas du CESS. Twitter serait également davantage utilisé par les diplômés du supérieur : 25 % pour les bacheliers et 41 % pour les Masters contre moins de 20 % pour les niveaux d'études inférieurs. En revanche, les diplômés d'un Master semblent être absents de TikTok alors que les autres niveaux d'études l'utilisent à plus de 30 %.

Figure 3 : Utilisation des réseaux sociaux des jeunes demandeurs d'emploi et des entreprises ayant répondu à l'enquête selon le réseau social

Source et calculs : le Forem



En ce qui concerne les entreprises, les différences sont moins marquées. Il semblerait toutefois que plus la taille de l'entreprise augmente, plus l'utilisation de LinkedIn soit répandue : de 21 % d'utilisation parmi les entreprises de moins de 5 personnes à 36 % auprès de celles de 50 personnes et plus.

En cas de recherche auprès d'entreprises de plus grandes tailles, il serait conseillé aux diplômés des niveaux inférieurs de se créer un profil LinkedIn et d'y développer un réseau professionnel.

4. PRATIQUES DE RECRUTEMENT

Quels sont les éléments auxquels les entreprises sont attentives lorsqu'elles recherchent des informations sur Internet lors d'une procédure de recrutement ?

Tout d'abord, sept recruteurs sur dix regardent les photos publiées par les candidats (type de photos, neutralité, contexte, ...) ainsi que l'orthographe dans les publications. Six sur dix sont attentifs aux commentaires publiés et un tiers aux opinions politiques, philosophiques ou sociétales affichées.

Des informations publiées à jour (22 %), être absent des réseaux sociaux (13 %) ou le nombre d'amis ou de followers (5 %) ont été moins fréquemment pointés par les entreprises interrogées.

Figure 4 : Points d'attention lors de la recherche d'information sur des candidats

Réponse des entreprises - Source et calculs : le Forem

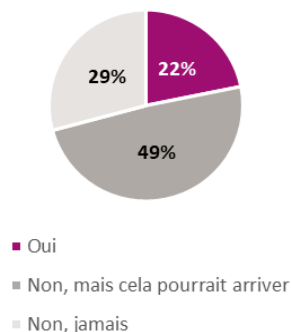
Points d'attention lors de la recherche	
	%
Les photos publiées	71%
L'orthographe	68%
Les commentaires de la personne	60%
Les opinions (politiques, philosophiques, ...)	33%
Les informations publiées sont à jour	22%
Être absent des réseaux sociaux	13%
Le nombre d'amis/followers	5%
Nombre de répondants	478

Les employeurs des industries techniques (85 %), les entreprises publiques (82 %) et celles des services aux entreprises et aux particuliers (80 %) semblent particulièrement attentifs à l'orthographe. Par ailleurs, les photos publiées et les commentaires des personnes sur les réseaux sociaux font l'objet de plus d'attention chez les employeurs du secteur du

nettoyage (respectivement 83 % et 80 %) et du transport (respectivement 78 % et 77 %).

Les informations collectées sur le net pourraient-elles amener un employeur à écarter un candidat lors d'une procédure d'embauche ? Deux entreprises du dix indiquent que cela a déjà été une raison suffisante pour écarter un candidat. La moitié des entreprises interrogées optent pour une position médiane : les informations récoltées sur Internet ne sont à priori pas rédhibitoires dans le recrutement d'un candidat mais elles pourraient l'être à en fonction de la gravité de celles-ci. Potentiellement, 7 employeurs sur 10 pourraient rejeter une candidature sur base de l'e-réputation. En revanche, trois sur dix n'envisagent pas l'e-réputation comme une cause suffisante de rejet de candidature.

Figure 5 : Vous est-il déjà arrivé d'écarter un candidat sur base des informations récoltées sur Internet ? Réponses des entreprises - Source et calculs : le Forem



Il a été demandé aux entreprises ayant indiqué avoir déjà écarté un candidat lors d'une procédure de recrutement sur base de son e-réputation, d'illustrer les causes de quelques exemples. Les raisons évoquées les plus fréquemment (pour 40 % des 77 répondants) ont trait au fait que l'image renvoyée par le candidat (look ou publications) ne correspond pas à celle de l'entreprise. Viennent ensuite la tenue de propos violents ou discriminatoires (39 % des répondants) ou encore la publication de photos de la personne en train de consommer de l'alcool ou des stupéfiants (25 %). Ont également été citées (dans 5 % des cas) des attitudes peu professionnelles chez des anciens employeurs comme le fait de publier du contenu sur les réseaux sociaux pendant les heures de travail.

Figure 6 : Raison de la mise à l'écart de candidats à la suite de la recherche d'informations sur Internet Réponse des entreprises - Source et calculs : le Forem

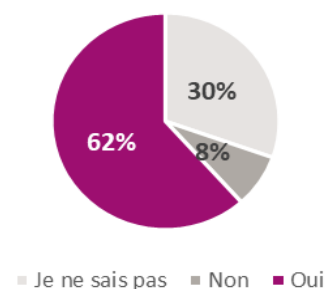
Raison de la mise à l'écart	%
Image ne correspond pas entreprise	40%
Propos violents/ discriminatoires	39%
Photos avec de l'alcool/ des stupéfiants	25%
Autres	10%
Mauvaise attitude chez un ancien employeur	5%
Nombre de répondants	77

5. LES JEUNES ET L'E-RÉPUTATION

Les jeunes demandeurs d'emploi sont-ils au courant des exigences des employeurs en termes d'e-réputation lors d'un recrutement ?

Six sur dix indiquent être conscients que les employeurs recherchent des informations sur les réseaux sociaux lors d'une procédure de recrutement.

Figure 7 : Pensez-vous que les employeurs recherchent des informations à propos des candidats sur les réseaux sociaux ? - Réponse des jeunes demandeurs d'emploi - Source et calculs : le Forem



Ici également des différences apparaissent selon le niveau d'études des répondants. Si la moitié des jeunes demandeurs d'emploi diplômés du primaire et du secondaire du premier degré pensent que les employeurs sont sensibles à leur « e-réputation », ils sont près de huit sur dix à s'en dire convaincu parmi les diplômés de bachelier et les « master ».

Tout comme pour les entreprises, les points d'attention indiqués par les jeunes demandeurs d'emploi concernent les photos publiées (72 % des répondants), l'orthographe (pour 72 %), les opinions politiques, philosophiques ou sociétales (38 %), les commentaires publiés (34 %), le fait que les informations publiées sont à jour (18 %).

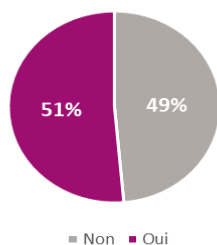
Figure 8 : Quels sont les points d'attention des employeurs quand ils recherchent des informations sur Internet ? - Réponses des jeunes demandeurs d'emploi - Source et calculs : le Forem

Point d'attention des employeurs		
	Nombre	%
Orthographe des publications	746	72%
Photos publiées	744	72%
Opinions politiques, philosophiques et sociétales	395	38%
Commentaires de la personne	355	34%
Informations publiées sont à jour	186	18%
Absence des réseaux sociaux	89	9%
Aucune de ces réponses	68	7%
Nombre d'amis/followers	40	4%

Pour autant, seulement la moitié (51 %) des jeunes demandeurs d'emploi limitent la diffusion de leurs publications sur les réseaux sociaux.

Figure 9 : Limitez-vous la diffusion de contenu sur les réseaux sociaux lors d'une recherche d'emploi ? Réponses des jeunes demandeurs d'emploi

Source et calculs : le Forem



Quand les jeunes demandeurs d'emploi interrogés limitent l'accès des publications, c'est parce qu'ils considèrent que cela fait partie de leur vie privée (pour 89 % des répondants) et/ou que ce contenu n'est pas d'ordre professionnel (27 % des répondants).

La tendance à limiter l'accès au contenu sur les réseaux sociaux est nettement plus marquée pour les diplômés d'un master (74 %) que pour les autres niveaux d'études.

Par conséquent, il existerait un décalage entre le fait d'être conscients des attentes des employeurs en termes d'e-réputation et la pratique de beaucoup de jeunes demandeurs d'emploi qui laisseraient leur profil ouvert à la vue de tous, au risque d'être pénalisés dans leur recherche d'emploi.

23 % des jeunes interrogés publient du contenu professionnel sur les réseaux sociaux. Ils le font d'abord pour faire de la publicité à un employeur, mais aussi pour mettre en valeur leur expertise et donner une bonne image d'eux.

Figure 10 : Pour quelle raison publiez-vous du contenu professionnel sur les réseaux sociaux ? - Réponses des jeunes demandeurs d'emploi - Source et calculs : le Forem

Raisons de publier du contenu professionnel		
	Nombre	%
Faire de la publicité à un employeur	102	44%
Mettre en valeur votre expertise	95	41%
Donner une bonne image	94	40%
Développer un réseau	53	23%

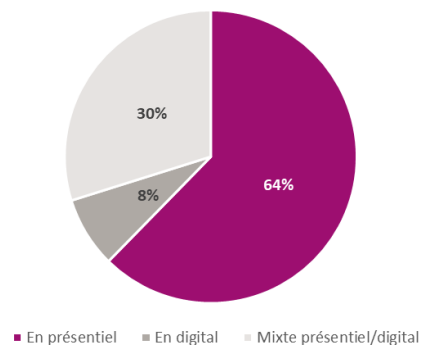
Ce sont surtout les jeunes diplômés de l'enseignement supérieur qui publient du contenu d'ordre professionnel sur les réseaux sociaux : 36 % pour les diplômés d'un bachelier et 37 % pour ceux d'un master. Ces chiffres doivent être mis en parallèle avec l'utilisation de LinkedIn, réseau social à visée professionnelle qui encourage ce genre de publications.

6. IMPACT DE LA CRISE SANITAIRE DE LA COVID-19

La crise sanitaire liée à la pandémie de Covid-19 a-t-elle modifié les habitudes de recrutement des employeurs ?

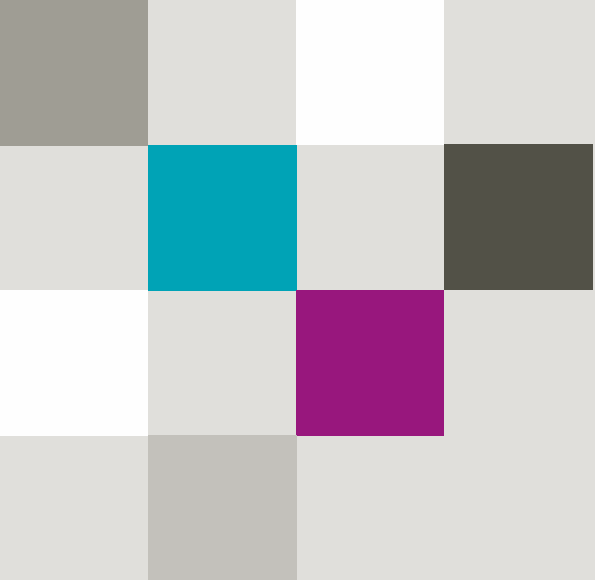
Depuis le début de la crise sanitaire, les procédures semblent majoritairement se poursuivre sur site (en « présentiel »). C'est le cas pour six entreprises interrogées sur dix. Si les procédures entièrement digitales ne concernent que moins d'une entreprise sur dix, 30 % indiquent avoir adopté une procédure mixte mêlant digital et présentiel.

Figure 11: Quelles sont vos procédures de recrutement depuis le début de la crise sanitaire ? Réponses des entreprises - Source et calculs : le Forem



Ces proportions semblent assez stables en fonction de la taille de l'entreprise ou de sa situation géographique. En termes de secteurs d'activités, le transport et la logistique (18 %) et les services aux entreprises et aux personnes (14 %) semblent davantage privilégier le recrutement à distance tandis que les procédures sur site restent privilégiées par les entreprises du secteur du nettoyage (73 %) et de l'action sociale et de la santé (78 %).

Enfin, la crise sanitaire ne semble pas avoir eu un impact sur l'attention portée à l'e-réputation par les employeurs : 91 % estiment qu'ils sont tout aussi attentifs à cet aspect qu'avant la crise.



Le Forem
Office wallon de la formation professionnelle et de l'emploi
Boulevard Tirou, 104 - 6000 Charleroi
<https://www.leforem.be>

E-RÉPUTATION
USAGE DES RÉSEAUX SOCIAUX DANS LE CADRE D'UN RECRUTEMENT
ENQUÊTE MENÉE AUPRÈS DES JEUNES DEMANDEURS D'EMPLOI
ET DES EMPLOYEURS EN WALLONIE

Août 2021

Cette étude a été réalisée par le service :
Veille, analyse et prospective du marché de l'emploi (AMEF)
avec la collaboration du service Marketing du Forem

Analyse et rédaction :
Jean-François MARCHAL
Sylvia BEARZATTO

Supervision :
Jean-Marc MANFRON

Direction :
Jean-Claude CHALON

Éditeur responsable :
Marie-Kristine VANBOCKESTAL