

Pour être recruté, soyez liké!

Pas de followers, pas de boulot! Devra-t-on à l'avenir cultiver notre «aura digitale» pour décrocher un job?

A lors que 600 millions d'utilisateurs chinois se trémoussent sur l'application TikTok, l'empire du Milieu envisage de mettre en place dans les années à venir un score économique et social individuel qui pourrait potentiellement restreindre l'accès à certains emplois. Un scénario orwellien qu'on espère irréalisable, mais dont on envisage parfois les prémices en constatant combien notre vie sociale et professionnelle est déjà régie en partie par les réseaux sociaux. Sur les plateformes, les loisirs et le travail se mélangent. Les candidats s'affichent en ligne, soignent leur image et en font parfois un relais professionnel utile. De leur côté, les recruteurs observent. 80% d'entre eux consultent les différents profils des candidats avant de les rencontrer, selon une étude menée par LiveCareer*, un site de conseil en rédaction de CV. Les digital natives ne s'y trompent pas. Comme Samuel Benmoussa, étudiant en licence dans le domaine du design et de la mode. Présent sur Instagram depuis huit ans et seulement trois mois sur LinkedIn, le jeune

homme a déjà déniché trois stages auprès de stylistes ou de directeurs artistiques via le réseau. «Je passe beaucoup de temps à suivre les stories de professionnels dont le travail me plaît. Ils me suivent parfois en retour et "likent" mes photos. L'entretien se fait ensuite, mais en réalité il n'est pas décisif.» De fait, la décision de lui proposer un stage est surtout motivée par ce que renvoient son profil et l'identité de ses followers. Pour Samuel, pourtant, pas question de multiplier les abonnés. «Je ne veux pas qu'on me prenne pour un influenceur! Les posts qui m'intéressent n'appartiennent pas au domaine du marketing, ce n'est pas l'image que je veux donner.»

MONTREZ SON BON PROFIL

Chaque secteur professionnel a en effet ses usages. L'autorité britannique régissant la publicité (ASA) considère ainsi qu'à partir de 30 000 followers vous êtes officiellement considéré comme un influenceur. En deçà, on parlera de micro-influence. Avec ses 2 300 contacts sur LinkedIn, Sébastien Verger, responsable commercial et directeur technique chez Dell Technologies, est identifié comme un expert de niche. Le responsable, qui partage en moyenne deux publications

par semaine, bénéficie de cette «aura digitale». «Il y a en effet certains événements professionnels auxquels je suis convié, ou envoyé par mon groupe, compte tenu de mon audience.» Un relais à peu de frais pour son employeur. «En fonction de l'environnement professionnel, un candidat possédant déjà un bon réseau sera plus facilement repéré par l'entreprise», atteste Franck Magnan, cofondateur de Bonanza, spécialiste du recrutement des 18-35 ans sur les réseaux sociaux. Alors que l'activité en ligne fait désormais partie du domaine public, l'usage que l'on fait des réseaux sociaux prédéfinit même la pertinence des offres d'emploi que nous recevons. Avec un danger toutefois : que notre valeur sur le marché du travail soit réduite, aux yeux des recruteurs, à notre profil digital. Pour le sociologue Laurent Duclos, c'est un trompe-l'œil : «La compétence, c'est le couple que forme un individu avec son environnement de travail. On l'oublie un peu trop.»*

✦ Par Julie Krassovsky

*<https://www.livecareer.fr/cv/recrutement-reseaux-sociaux>

