

SPÉCIAL RECRUTEMENT

Les nouvelles pistes pour



Perspectives. Alors que le chômage continue de grimper, certains font preuve d'ingéniosité.

PAR YOANN DUVAL

C'était il y a tout juste un an : le 9 septembre 2012, François Hollande promettait, lors du 20 Heures de TF1, « l'inversion de la courbe du chômage d'ici un an ». Le pari n'est pas encore gagné. Les chiffres annoncés fin août pour le mois de juillet font état d'un nombre de demandeurs d'emploi en hausse de 0,2 %, soit 3 285 700 chômeurs, un 27^e mois de hausse

consécutif. Une augmentation limitée, mais réelle. En ajoutant les catégories B et C et l'outre-mer, ce chiffre atteint 5 148 200. Et les projections fin 2013 restent moroses. Selon les données trimestrielles de l'Insee, le taux de chômage en France, au sens du BIT, a atteint 10,5 % en France métropolitaine, en hausse de 0,1 point (+ 0,7 sur un an). Ce taux de 10,5 % est le plus élevé depuis 1998. L'Insee envisage même de nouvelles hausses de

Supercandidat.

En 2011, Alain Gutton crée son propre Salon de l'emploi au Parc des expositions de la porte de Versailles, à Paris. 5 000 mètres carrés pour lui tout seul...

0,1 point au troisième puis quatrième trimestre.

Côté croissance, les signes d'un frémissement sont observés au microscope. La Banque de France a relevé sa prévision de croissance du PIB pour le 3^e trimestre à 0,2 %. Pas de quoi crier victoire. A ce niveau de variation, les conséquences sur l'emploi ne seront que minimes. On l'a compris, même si le gouvernement gagne son pari, à grand renfort d'emplois aidés, le climat n'est pas vraiment à l'euphorie. Pour autant, cela ne signifie pas que tout est bouché. Secteurs qui embauchent, réseaux sociaux et initiatives originales... les pistes pour tirer le meilleur de la situation ■

HAMILTON/REA

trouver un emploi



Culotté. Un salon et des affiches le long du périphérique, à Paris : plus efficace, selon Alain Gutton, que d'envoyer des milliers de CV.

Recherche d'emploi, l'audace paie (parfois)

Alain Gutton

Super directeur marketing

A 45 ans, c'est le Clark Kent du recrutement, le supercandidat, comme il s'amuse à se dénommer. Sa folle idée n'a pas manqué d'interpeller son entourage. A lui seul, il décide de s'exposer au Parc des expositions de la porte de Versailles, à Paris. En 2009, il « occupe » le pavillon 8 – tout de même 5 000 mètres carrés – et placarde des affiches géantes dans Paris, principalement aux abords du périphérique. Il développe un site Internet qui crée l'attente. Personne ne connaissait son nom, c'était le candidat mystère. « Vous cherchez un directeur marketing ? J'ai créé un Salon pour moi tout seul. » Voici le leitmotiv de

la massive campagne de communication qu'Alain Gutton a développée avec son équipe, majoritairement d'anciens collaborateurs et de la famille. « Au bas mot, cette initiative aurait pu coûter 70 000 à 75 000 euros », confie-t-il. Il n'a pas déboursé 1 euro. Hélas, le jour J, le succès ne fut pas aussi flamboyant que sa démarche. Ce sont des journalistes qui se sont pressés à la rencontre de cet ex-chômeur. Cette opération ne lui a pas permis de décrocher une entrevue, mais principalement de démontrer ses compétences : « J'étais mon propre produit. » Il est aujourd'hui à la tête de l'équipe marketing du groupe Marie Claire Digital. Ce nouveau poste, il l'a trouvé par les voies clas-

siques, mais son idée l'a aidé d'un côté à se vendre et de l'autre à tenir pendant plus d'un an et demi de période de recherche d'emploi.

Anne-Sophie Thomas Ma vie en bref

Un chiffre ? 535 888. C'est le nombre de vues que le compteur YouTube affiche pour le CV vidéo de cette jeune femme. Elle sortait tout juste de l'école et son parcours ne faisait pas rougir : licences d'anglais et d'allemand, master à l'école de commerce de Strasbourg. Pourtant, pendant huit mois, toutes les candidatures restent sans réponse. Mais Anne-Sophie Thomas, 25 ans, est une battante et décide d'innover. À l'époque, en 2010, la série « Bref » cartonne sur Canal+, elle décide alors de filmer son CV en copiant les codes de la série : plans courts, écrans noirs et ton humoristique. Toute la famille est mise à contribution (on y aperçoit sa grand-mère) et le succès ne se fait pas attendre. En à peine deux jours, son CV « Bref » atteint les 4 000 vues. « Tout est allé si vite, je ne m'en suis pas rendu compte », se rappelle l'intéressée. La presse s'en mêle et Anne-Sophie Thomas buzze : *La Montagne*, France 3, *Le Figaro*, Huffington Post, RTL et Morandini. Beau ■■■



Humour. En diffusant un clip sur YouTube, Anne-Sophie Thomas a fait mouche et enchaîne les CDD.

■■■ palmarès. Très vite, des recruteurs se rapprochent et, même si tous ne lui proposent pas un poste, ils l'encouragent dans sa démarche. Elle décroche deux entretiens, dont un qui l'oblige à déménager à Tulle, en Corrèze. Depuis, elle enchaîne les CDD mais garde espoir. «Aujourd'hui, je suis cadre, chargée de communication à la chambre de commerce de Quimper; je m'y plais beaucoup, mais le contrat se termine», avoue Anne-Sophie Thomas. Il devrait être renouvelé, mais elle rêve de décrocher enfin un CDI. «Pour me fixer et pouvoir construire ma vie», confie-t-elle. L'idée de recourir à nouveau à YouTube la tarade, mais déjà elle n'assume plus trop ce CV qui reste en mémoire numérique sur la Toile. Elle réfléchit.

Bernard Mauriange Directeur commercial haut en couleurs

En 2009, Bernard Mauriange, 53 ans, au chômage depuis presque un an, se lance dans une démarche à la fois agressive et innovante : le *personal branding*. Retour sur sa longue recherche d'emploi. En dix mois d'inactivité (janvier à octobre), ce directeur commercial commençait à perdre espoir et son âge ne le rassurait qu'à moitié, même s'il restait persuadé qu'«un quinquagénaire pouvait encore apporter son expertise



à une entreprise», nous confie-t-il. Il court les Salons professionnels, les sites de recrutement, enregistre son CV qu'il poste sur YouTube, développe un blog... Il s'était même rendu dans le train Nantes-Paris pour distribuer son CV aux voyageurs de 1^{re} classe. En vain. Il décide alors de se placarder sur un panneau publicitaire 4x3 dans sa ville, en région nantaise (Loire-Atlantique). En caractères gigantesques, les intéressés pouvaient lire : «Directeur commercial audacieux cherche entreprise même profil.» Certains pourront le targuer d'être mégalo. Quoi

XXL. En s'affichant sur un panneau publicitaire dans la région nantaise, en novembre 2009, Bernard Mauriange a fini par décrocher un job.

qu'il en soit, les médias s'en emparent et le quotidien local, *Ouest France*, lui accorde un article. La machine de guerre s'enclenche : il enchaîne les interviews, reçoit des lettres d'encouragement. Consécration, il passe sur les ondes de France Info et s'invite sur les plateaux de télévision. En 2011, après s'être vu proposer des offres farfelues, son audace est récompensée puisqu'il est aujourd'hui à la tête de la direction commerciale de Pingwy Monitoring, société spécialisée dans la surveillance à distance de services et de sites Internet ■

« Les recruteurs apprécient ceux qui sortent des sentiers battus »

Le Point : Quel est votre sentiment sur ces initiatives atypiques ?

Jean-Christophe Sciberras : Elles m'interpellent et je les soutiens. Dans ma carrière, je n'ai jamais été confronté à ce genre de profils. Je me rappelle cependant un candidat qui avait tout plaqué pour voyager à l'étranger, en Birmanie.

Était-ce un avantage par rapport aux autres postulants ?

Tout dépend de la manière de présenter son expérience. Dans le recrutement, le langage projette un état d'esprit et une manière d'ordonner le monde. En l'espèce, la justification me paraissait légitime : se recentrer, se confronter à une culture, prendre du recul sur son parcours professionnel. Dans le jargon, on dit qu'ils *think out of the box*, qu'ils sortent des sentiers battus pour se mettre en danger. Les recruteurs apprécient ce genre de profils.



Jean-Christophe Sciberras
Directeur des ressources humaines Rhodia et président de l'Association nationale des DRH.

Dans quelle mesure la crise nous oblige-t-elle à changer nos comportements dans la recherche d'emploi ?

La situation du marché est complexe, mais la crise ne justifie pas la prise de risque inconsidérée. Il est nécessaire de doser nos initiatives.

Quels conseils donneriez-vous aux seniors qui, de plus en plus, se sentent exclus par les recruteurs ?

L'espoir et la patience restent les meilleures armes. Ce qui me frappe toujours, c'est de constater que beaucoup de seniors ne se sont pas préparés à des situations de carence professionnelle. Aujourd'hui, les périodes de chômage sont fréquentes. Vous savez, (re)trouver un emploi ne se décrète pas, c'est un travail à temps plein ! En moyenne, huit à douze mois sont nécessaires. Il faut tenir le cap ■

PROPOS RECUEILLIS PAR YOANN DUVAL

Les entreprises qui embauchent

Entreprises	Prévisions recrutements CDI 2014	dont jeunes diplômés	dont cadres	Alternance / apprentissage / professionnalisation	Stages	Profil des postes à pourvoir
ACCOR	1 500	-	30	500	3 000	Du CAP à bac + 5. Métiers de la cuisine, service en salle, réception, technique et étages
AXA France	1 000 CDI sur 3 000 embauches	-	250	650	320	Finance, risk management, stratégie, audit, agent général d'assurance, agent prévoyance et patrimoine, ingénieur systèmes d'information
BNP PARIBAS	1 000	500	500	1 650 + 260 VIE	1 100	Conseiller clientèle, conseiller clientèle à distance, conseiller en patrimoine financier, chargé d'affaires professionnels, directeur d'agence, conseiller en banque privée, assistant d'opération après-vente, chef de projet informatique, analyste et architecte informatique
CAP GEMINI	2 500	-	95%	500	1 000	Formation universitaire, écoles d'ingénieurs et de commerce. Ingénieur, informaticien
CARREFOUR	7 000	200	500	5 000	-	Bac + 2 à bac + 5. Directeur de magasins, conseiller financier, conseiller de franchise, négociateur, ingénieur et architecte de réseau, juriste, web manager. Et aussi 10 jeunes HEC, Essec, Mines, Polytechnique, Sciences po par an pour le Carrefour Graduate Program
DELOITTE	1 000	700	900	20	500	Audit et maîtrise des risques, consulting, conseil financier, juridique et fiscal, expertise comptable
GEMALTO	130	Majorité des embauches	-	-	-	Ingénieur logiciel
GIFI	300	-	80	Environ 40 BTS + 36 hors BTS	300	Acheteur, chef de produits, infographiste, gestionnaire de commandes, assistant administratif, responsable de magasin, employé de vente et caisse
GROUPE FLO (restauration)	2 000	-	100	200	450	Postes en cuisine : chef de partie, second, chef. Postes en salle : directeur adjoint et directeur d'exploitation
LEROY MERLIN	1 100	-	-	-	-	Commerce : conseiller de vente, responsable de rayon, chef de secteur. Service client : hôte(sse), responsable et chef de secteur services client. Gestion/finance : contrôleur de gestion, auditeur. Logisticien, chef de produit, responsable merchandising, métiers du Web, chef de projet
MAZARS (audit)	400	300	-	30	270	Audit financier, conseil en organisation et management, audit et conseil en systèmes d'information, accompagnement comptable et financier
MONDELEZ	150	-	-	-	150	Force de vente, marketing, logistique, achats, finance, R&D
ORANGE	1 300	700	500	5 000	2 500	Ingénieur réseaux et systèmes d'information, consultant en système d'information, ingénieur d'affaires avec des compétences techniques et informatiques, vendeur et technicien d'intervention client grand public et entreprises
PARITEL (télécoms)	250	20	20	-	-	Commercial B to B, chef des ventes, gestionnaire administration des ventes, conseiller clients, juriste, téléprospecteur, ingénieur IT, développeur PHP
SOCIÉTÉ GÉNÉRALE	1 500	-	-	1 650	1 500	Informatique, audit, finance d'entreprise
GROUPE TOTAL	1 500	500	-	1 200	1 800	70 % des cadres recrutés en France sont des ingénieurs (géologues, géophysiciens). Informaticien (responsable de projets infrastructures, chef de projets applicatifs), technicien (exploration, construction, forage, chimie)