

recrutement

Recherche candidat réel dans m

Plus qu'un nouvel outil de recrutement, Second Life est le dernier avatar du marketing RH. De nombreuses entreprises espèrent ainsi se donner une image innovante.

Affluence des grands jours au Milk, un Web café tendance du quartier de l'Opéra, à Paris. En cette matinée du 31 mai 2007, une conférence de TMP Neo, agence de publicité spécialisée dans les ressources humaines, fait fureur. Motif? Un salon virtuel de recrutement, Neo Job-Meeting, qui aura lieu du 19 au 21 juin sur Second Life, avec la participation d'entreprises aussi importantes qu'Alstom, Areva, Cap Gemini, L'Oréal et Unilog. «C'est la première fois que nous arrivons à faire venir autant de journalistes, et surtout, pas que des spécialistes des RH, se réjouit Stéphane Martin, directeur de l'agence Neodialogue, chargée des relations presse de cet «événement». De fait, pas moins de 23 reporters sont présents ce matin-là, de médias aussi divers que *Le Nouvel Observateur*, LCI, *Libération* ou Radio classique. Second Life, il est vrai, passionne les rédacteurs. Les journalistes sont d'autant plus excités qu'on leur propose de tester l'outil in vivo. Les organisateurs ont en effet créé un avatar pour chacun. À l'auteur de ces lignes écherra «Matty Mollard» et son profil de rêve – ou de cauchemar selon les goûts : une femme-renard ! Difficultés à se téléporter, à communiquer ou simplement à se mouvoir : le test n'est pas des plus concluants, sans doute par manque de pratique. Qu'importe, les organisateurs assurent que tout sera rentré dans l'ordre pour le jour J.

Durant les trois jours du salon virtuel, les candidats se téléporteront donc dans des pavillons tout aussi virtuels aux couleurs d'Alstom, Areva, Capgemini, L'Oréal et Unilog (qui ont chacune déboursé 23 000 euros pour participer). Ils pourront y visionner des présentations vidéo de ces entreprises et surtout passer un entretien

d'une vingtaine de minutes, via un tchat, avec les recruteurs délégués à cet effet. Mais tous les résidents de Second Life ne pourront participer à l'opération. Seuls seront éligibles ceux qui se sont inscrits au préalable sur le site www.neojobmeeting.com (700 inscriptions sont attendues par les organisateurs). Ils seront ensuite présélectionnés en fonction des besoins des entreprises.

Guerre des talents

«Nous ne souhaitons pas avoir des cas sociaux qui passent leur vie dans un univers parallèle», explique Bruno Dumas, directeur du centre de compétences de Capgemini. Si nous nous sommes engagés dans cette opération, c'est pour recruter les profils qui nous intéressent. Des ingénieurs bien sûr, mais aussi des marketeurs, des professionnels de la communication et autres designers, recherchés notamment par L'Oréal. À noter que cette entreprise n'en est pas à son premier fait d'armes sur Second Life. Il y a quelques semaines, la marque de cosmétiques y a organisé le premier concours de beauté virtuel. Quelque 300 avatars y ont participé, et une miss a été élue.

Cette fois, peu de chances que les candidats misent tout sur leur physique. Les femmes-panthères et hommes à deux têtes fréquemment croisés sur Second Life ne devraient pas être nombreux non plus. Mi-mai 2007, TMP Worldwide, la maison mère de TMP Neo, a monté une manifestation de cette nature aux États-Unis (avec Ebay, HP, Microsoft, Sodexho, T-Mobile et Verizon). Résultat : la majorité des candidats participants a opté pour des avatars en costume-cravate... Pas sûr finalement que les entretiens soient appréhendés différemment de ceux de la vraie vie.



Moyennant 23 000 euros, les sociétés participant au salon Neo Job-Meeting sur Second Life pourront faire valoir leurs atouts auprès d'un public technophile. Et des chasseurs de têtes spécialisés y disposent déjà d'une permanence virtuelle.

Mais Second Life est-il vraiment un outil de recrutement? Aucune entreprise ne se risque à indiquer le nombre de postes à pourvoir via ce canal et toutes n'embaucheront, le cas échéant, qu'après avoir fait passer de «vrais» entretiens aux candidats. «Second Life, c'est surtout une nouvelle voie du marketing RH dans un contexte de guerre des talents», estime Yann Auffray, respon-

sable de l'e-recrutement chez L'Oréal. Un nouvel outil de communication, en somme, permettant d'apparaître innovant et branché auprès d'un public jeune et technophile. «Le coût le plus important de l'opération, c'est la communication autour de l'événement, reconnaît volontiers Caroline Rigaud, directrice du recrutement d'Accenture, dont le budget de communication avoisine les

Verbatim

Le recrutement via Second Life vu par...



Pierre Hervé-Bazin, responsable du recrutement chez Areva : «Second Life est avant tout un média. On ne peut pas véritablement parler d'outil de recrutement, mais plutôt d'une plate-forme permettant des rencontres plus rapides et moins formelles avec les candidats.»



Bruno Dumas, directeur du centre de compétences de Capgemini France : «Second Life, c'est le pari de la modernité et des communautés à l'heure où les sites d'emploi s'essouffent. Dans un contexte de guerre des talents, il faut savoir être innovant. Sinon, on reste au bord de la route.»



onde virtuelle



Second Life en bref

6 millions. Nombre de résidents.

61 %. Part des Européens (dont 8 % de Français).

8,3 %. Part des résidents qui se connectent au moins

une fois par semaine.

33 ans. Âge moyen des utilisateurs.

46 %. Progression du nombre de résidents entre janvier et mars 2007.

80 %. Part des internautes qui devraient avoir une « seconde vie » en 2011 (et les 500 premières sociétés au niveau mondial).

Sources : Gartner, Emarketer, Com Score.

100000 euros (campagne presse, présence sur les sites d'emploi, envoi de mailings). La société organisera sa propre opération du 18 au 22 juin. Après avoir déposé leur CV sur un site conçu à cet effet (accenture-secondlife.com), les candidats qualifiés recevront par courriel un rendez-vous sur Second Life avec un manager de l'entreprise.

Agences relais

Les sociétés ne sont pas les seules à s'intéresser à Second Life. Les professionnels du recrutement et les cabinets de chasseurs de têtes s'y mettent aussi. Vedior vient ainsi de lancer la première agence de recherche d'emploi virtuelle

française via sa filiale Expectra, spécialisée dans les profils cadres et hautes compétences. Cinq recruteurs y ont pour mission de « chasser » des candidats potentiels et d'assurer une permanence dans l'agence virtuelle. « *En trois semaines de présence, nous avons déjà enregistré 400 visiteurs francophones pour une trentaine de CV validés* », indique Elsa Bourgeois, directrice marketing et recrutement d'Expectra. Principalement des ingénieurs, mais aussi des professionnels de l'e-commerce, des chefs de publicité et des graphistes dont les candidatures sont ensuite transmises aux agences « terrestres » d'Expectra. Premier chasseur de têtes français à avoir investi Second Life en février 2006, Christophe Blasquez, installé dans le Béarn et membre du réseau RH Partners, reconnaît cependant n'avoir « *jamais recruté qui que ce soit via Second Life* ». « *En revanche, souligne-t-il, cela m'a donné plus de visibilité en créant un maximum de "buzz" autour de moi.* » Et ça, ce n'est pas du virtuel!

Lionel Lévy



Yann Auffray, responsable de l'e-recrutement chez L'Oréal : « Quels sont les médias préférés des jeunes diplômés ? You Tube et Daily Motion, mais aussi Second Life. Si l'on veut séduire ce public, il faut utiliser les mêmes moyens de communication et aller là où il est. »

En savoir +

- > <http://secondlife.com>
- > www.accenture-secondlife.com
- > www.neojobmeeting.com
- > www.expe.fr

Derniers articles «management» sur www.strategies.fr