

# LE TEMPS

---

CARRIERE Vendredi 19 décembre 2003

## Gare aux désillusions: certaines entreprises n'hésitent pas à lancer des recrutements fictifs

Par Fabienne Bogadi

**Pour sonder le marché ou alors en prévision d'hypothétiques futures affaires, des sociétés mettent des annonces sans véritable intention d'engager. Lorsque le recrutement dure des semaines ou que les annonces se font sous chiffres, méfiance!**

A deux reprises, Christian\*, qui cherchait un emploi en Suisse après avoir travaillé plusieurs années à l'étranger, a vécu la même mésaventure. Cadre, spécialiste du marketing et de la vente dans le secteur des nouvelles technologies, il a répondu cet automne à des offres d'emploi, transmis son dossier, passé des entrevues très sérieuses et fouillées avec les pontes des sociétés concernées, pour se retrouver ensuite face au silence complet de ces employeurs potentiels, sans explications et surtout sans travail. «Chaque fois, j'ai insisté pour obtenir une réponse, j'ai téléphoné, envoyé des messages électroniques. Rien», témoigne-t-il. Et pourtant, il s'agissait de grandes sociétés bien implantées, l'une américaine et l'autre suisse. Il a été victime de ce que l'on peut appeler un recrutement fictif, une pratique méconnue mais réelle.

Dans le premier cas, Christian a réalisé après coup que ses interlocuteurs hésitaient à créer le poste mis au concours: «Ils étaient incapables de se déterminer sur une direction à prendre, et de la tenir. Conflits internes, manque de budget? Ils partaient tous azimuts, sans parvenir à concrétiser.» En effet, certaines entreprises lancent de coûteuses procédures d'embauche, parfois même par le biais d'un chasseur de têtes, sans besoin immédiat, afin de se prémunir pour le cas où un éventuel gros mandat surviendrait. «Ainsi disposent-elles sans délai de la main-d'œuvre nécessaire, explique Eric Chatelain, directeur d'Engineering Management Selection à Lausanne. Cette manière proactive de procéder est parfaitement légale et admise.»

Si, en théorie, la méthode ne le choque pas, selon lui, tout dépend de la manière dont les responsables des ressources humaines traitent ce type d'embauche et des consignes qu'ils ont reçues. Dans l'idéal, la démarche devrait se révéler proactive pour tous les partenaires, pour le candidat aussi. «Il est de la responsabilité du directeur des ressources humaines de dévoiler clairement la situation au candidat, quitte à le perdre le cas échéant», poursuit-il.

Découvrir le marché

Dans le deuxième cas vécu par Christian, ce groupe actif dans les télécommunications cherchait un dirigeant pour une start-up qu'il s'appropriait à créer. Après plusieurs entretiens, le CEO en personne a demandé au jeune homme de lui écrire un business plan en guise de test. Depuis, plus un mot. «Pour finir, je leur ai envoyé une facture de consultance qui est évidemment restée impayée», relate Christian. Autre situation similaire: de petites et moyennes sociétés étrangères souhaitent s'implanter en Suisse, et veulent découvrir ce marché inconnu. Par le biais d'annonces fictives déposées sur des sites Internet spécialisés, elles recherchent des professionnels qui mettront à leur disposition leurs compétences et leur réseau: «Le candidat est obligé de se livrer, puisqu'il est demandeur, confirme un

responsable d'un groupement de cadres. Donc, on tire de lui le maximum de renseignements sans donner suite à l'entretien d'embauche.» Par conséquent, il conseille aux postulants de prendre des informations sur l'entreprise avant d'entamer une relation. Et ensuite, de ne plus transmettre automatiquement leur savoir et leurs références, comme cela se fait encore trop souvent.

Y a-t-il des signes précurseurs de ces pratiques? Si l'annonceur dissimule sa raison sociale et demande d'écrire sous chiffre, la méfiance est de mise. De même une société qui publie trois à quatre annonces par semaines durant une longue période est suspecte. «Nous incitons nos candidats à répondre tout de même, car on ne sait jamais qui se cache derrière ces procédés. Cependant, nous leur demandons d'observer la plus grande prudence. Pour trouver du travail, construire son réseau et l'utiliser reste le moyen le plus sûr», souligne Robert Posey, responsable suisse du spécialiste en transition de carrière PDP Europe. Autre indicateur, si l'entreprise met plus d'un mois à contacter le candidat, ou si elle laisse planer un certain flou dans les informations et explications qu'elle donne, il y a fort à parier qu'elle n'est pas vraiment convaincue d'engager.

«L'origine de ces comportements est de nature essentiellement économique. Aujourd'hui, la main-d'œuvre vit sous la contrainte du chômage. Elle est devenue une ressource que l'on prend et que l'on jette, au risque de la transformer en objet. Plus les temps sont difficiles, plus le niveau de l'éthique baisse», relève Eric Chatelain. En outre, traiter les gens comme des produits sur catalogue porte un coup à la qualité de la relation entre les collaborateurs et l'entreprise. «Les situations où un candidat accepte un poste tout en continuant à chercher mieux ailleurs se multiplient, poursuit le recruteur. L'employé est moins loyal, et par conséquent moins engagé. C'est un cercle vicieux.» Aujourd'hui, Christian a trouvé un emploi, mais il conserve un souvenir paradoxal de ses mésaventures: «Certes, je l'ai vécu comme un manque de respect à mon égard, mais je suis heureux de n'avoir pas été embauché par ces gens. J'ai le sentiment d'avoir échappé au pire.»

\* Prénom fictif.

**LE TEMPS** © 2009 Le Temps SA