

Candidatures spontanées, réseaux et intermédiaires publics : quelle information et quels appariements sur le marché du travail français ?

Direct Job Applications, Social Networks and Public Employment Agencies: Information and Matches in the French Labour Market

Candidaturas espontaneas, redes e intermediarios públicos: ¿qué información y cuales apareamientos en el mercado de trabajo francés?

Guillemette de Larquier et Géraldine Rieucou

Volume 70, numéro 3, été 2015

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1033407ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1033407ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Département des relations industrielles de l'Université Laval

ISSN

0034-379X (imprimé)

1703-8138 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

de Larquier, G. & Rieucou, G. (2015). Candidatures spontanées, réseaux et intermédiaires publics : quelle information et quels appariements sur le marché du travail français ? *Relations industrielles / Industrial Relations*, 70(3), 486–509. <https://doi.org/10.7202/1033407ar>

Résumé de l'article

À partir des enquêtes *Emploi en continu* (2005-2012) de l'INSEE, cet article analyse les appariements *via* les trois principaux canaux sur le marché du travail français : 1-candidatures spontanées; 2- réseaux; et 3- intermédiaires publics. Il étudie le mode d'accès à l'emploi des individus recrutés chaque trimestre, en tenant compte des canaux effectivement activés par ces individus lors de leur recherche d'emploi. En prenant appui sur le cadre théorique de l'économie des conventions, cet article soutient l'hypothèse que les trois canaux mènent à des appariements différents, car ils ne véhiculent pas le même type d'information sur les candidats, le format de l'information pouvant être écrit, raconté ou standardisé. Les candidatures spontanées arrivent sans médiation, ce qui engendre une forte incertitude sur la qualité des candidats. S'ils ont déjà travaillé dans l'entreprise ou qu'ils sont déjà en emploi et non chômeurs, ils ont davantage de chances d'avoir été recrutés *via* ce canal, plutôt que d'une autre façon. Ce canal valorise également les personnes qui publient une annonce, faisant connaître leurs compétences par le biais de ce support. Par ailleurs, l'information qui circule de proche en proche par les réseaux de relations épouse le format du récit, plutôt que celui, écrit, du CV. Les personnes étrangères ou françaises par acquisition trouvent plus souvent par ce canal que par un autre; il en va de même des personnes dont l'entourage immédiat est en emploi. À la différence des deux autres canaux, l'institution publique conduit vers l'emploi des personnes sans lien antérieur avec l'entreprise qui les embauche et est surtout utile aux inactifs et aux chômeurs. Les personnes embauchées *via* ce canal ont, davantage que les autres, répondu à une annonce, ce qui illustre une certaine standardisation des candidatures réalisées par l'intermédiaire public, standardisation qui paraît peu favorable aux étrangers ou aux Français par acquisition. Lorsque le taux de chômage régional augmente, la probabilité d'avoir trouvé son emploi par candidature spontanée, après avoir démarché ainsi, augmente; en revanche, cette probabilité diminue pour les deux autres canaux.

Tous droits réservés © Département des relations industrielles de l'Université Laval, 2015

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

<https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/>

Candidatures spontanées, réseaux et intermédiaires publics : quelle information et quels appariements sur le marché du travail français ?

Guillemette de Larquier et Géraldine Rieucou

À partir des enquêtes *Emploi en continu* (2005-2012) de l'INSEE, cet article analyse les appariements *via* les trois principaux canaux du marché du travail français : candidatures spontanées, réseaux et intermédiaires publics. Il étudie le mode d'accès à l'emploi des individus recrutés en tenant compte des canaux qu'ils ont activés lors de leur recherche. Ces canaux mènent à des appariements différents, car ils ne véhiculent pas le même type d'information sur les candidats. Le format raconté des réseaux revalorise les personnes peu qualifiées, tandis que le format standard et écrit de l'intermédiaire public est peu favorable aux personnes étrangères ou françaises par acquisition. Pour leur part, les candidatures spontanées, canal sans médiation, valorisent les personnes qui ont déjà travaillé dans l'entreprise.

MOTS-CLÉS : recherche d'emploi, canaux de recrutement, enquêtes *Emploi en continu*, format de l'information, France.

Introduction

La transparence du marché du travail, synonyme en économie d'information parfaite sur les offres et les demandes, représente une fiction mise à mal, y compris dans le champ théorique. Depuis les travaux de Stigler (1962), il est, en effet, admis que la recherche sur le marché du travail est avant tout une recherche d'information sur les emplois vacants et les candidats. Par la suite, Akerlof (1970) a montré comment la relation d'embauche était marquée du sceau de l'incertitude et de l'asymétrie informationnelle. Pour les chercheurs d'emploi et les entreprises, le marché du travail est donc un univers incertain

Guillemette de Larquier, maître de conférences en économie à l'Université Paris Ouest, Nanterre La Défense, Paris, France et chercheuse associée au Centre d'études de l'emploi, Noisy-le-Grand, France (larquier@u-paris10fr).

Géraldine Rieucou, maître de conférences en économie en détachement au Centre d'études de l'emploi, Noisy-le-Grand, France et chercheuse associée au Laboratoire d'économie dionysien, Université Paris 8, France (geraldine.rieucou@cee-recherche.fr).

Les auteures remercient Nadine Levratto et les rapporteurs anonymes de la revue *Relations Industrielles / Industrial Relations*, qui ont grandement contribué à améliorer le présent article.

qu'ils abordent *via* différents canaux chargés de transmettre une information. Or, nous considérons, en ligne avec l'économie des conventions, que ces acteurs « mettent en forme » et réduisent l'incertitude sur les offres et les demandes, sans pour autant l'éliminer totalement (Latsis *et al.*, 2010). Portant sur le cas de la France, cet article explore donc les principaux canaux du marché du travail à partir d'une grille de lecture conventionnaliste centrée sur les formats d'information.

Les intermédiaires publics ou privés — classiquement les agences pour l'emploi et plus récemment les sites internet — sont là pour centraliser, accélérer et améliorer la recherche et la diffusion d'information sur le marché du travail (Autor, 2009). Les enquêtes statistiques auprès des employeurs et des salariés, en France comme ailleurs, ont toutefois souligné de longue date le faible poids de ces intermédiaires, et plus généralement des canaux formels, dans le total des appariements, comparé à celui des canaux informels. La distinction entre canaux formels et informels n'est pas clairement explicitée dans la littérature. On considérera ici qu'au sein des canaux formels, l'information sur les opportunités d'emplois est publicisée, c'est-à-dire que les offres sont publiées : c'est le cas des annonces, des agences pour l'emploi et des écoles. *A contrario*, les canaux au sein desquels l'information sur l'offre n'est pas rendue publique sont qualifiés d'informels : c'est le cas des réseaux de relations et des candidatures spontanées. Le succès des réseaux de relations tient à leur faculté à réduire l'incertitude en diffusant, à petite échelle, une information riche, de qualité et de confiance sur les candidats et les emplois (Rees, 1966; Granovetter, 1974; Ioannides et Datcher Loury, 2004). Les canaux sans médiation que sont les candidatures spontanées illustrent de leur côté la métaphore du candidat se présentant seul aux portes des entreprises pour s'enquérir des emplois vacants (Osberg, 1993). Moins explorées que les intermédiaires ou les réseaux, ces candidatures spontanées n'en représentent pas moins un canal incontournable du marché du travail.

Dans la littérature économique standard, les canaux se différencient selon leur efficacité, qui dépend de la quantité d'informations délivrées — mesurée par le taux d'arrivée des offres d'emplois (Sabatier, 2002) — ou de la vitesse à laquelle les emplois vacants sont pourvus (DeVaro, 2005). Ils peuvent également se différencier par la qualité de l'information transmise. Les agences privées de placement fourniraient une information sur l'état du marché du travail, quitte à user de leur avantage informationnel pour négocier les salaires (Bessy, 2012). Au sein des réseaux, les procédures de référencement (des recommandataires ou *referees* émettent des opinions sur la qualité des candidatures) garantiraient particulièrement bien la qualité des candidats (Fontaine, 2006). D'autres travaux empiriques explorent, quant à eux, les inégalités d'accès aux informations délivrées par les différents canaux. Ils montrent, par exemple, que la recherche d'emploi peut être limitée du fait de la distance des agences pour l'emploi (Cavaco et Lesueur, 2004)

ou que cette recherche dépend, dans un autre registre, de la capacité des voisins, de la famille ou de la communauté d'appartenance à informer leurs proches sur les opportunités d'emplois. Classiquement, les personnes dont l'entourage est au chômage (Calvo-Armengol et Jackson, 2004) ou les femmes inactives en charge d'enfants (Russel, 1999) connaîtraient peu de personnes insérées dans l'emploi et donc susceptibles de les informer et de les recommander sur des postes vacants. Les immigrants récents, peu informés par les intermédiaires institutionnels (Béji et Pellerin, 2010), dépendraient, quant à eux, grandement de leurs réseaux communautaires et de l'économie souterraine (Loury, 2006). L'accès différencié aux canaux contribuerait ainsi à expliquer les inégalités du marché du travail.

Le travail présenté ici ne prétend pas analyser l'efficacité des différents canaux pour sortir du chômage ou changer d'emploi. Il n'insiste pas sur la quantité ou la qualité de l'information transmise par les canaux, mais sur le format (écrit, raconté, standard) dans lequel circule l'information au sein des différents canaux, en prenant appui sur le cadre théorique de l'économie des conventions (Thévenot, 1985; Eymard-Duvernay et Marchal, 1997; Latsis *et al.*, 2010). Dans la lignée du travail séminal d'Albert Rees (1966), notre postulat est que ce format a une incidence sur le contenu de l'information échangée, donc sur les profils mis en valeur et sur le type d'appariements réalisés. Pour limiter l'incertitude du marché du travail, candidats et employeurs la mettent en forme, en mobilisant des règles, des principes ou des outils qui sont autant « d'investissements de forme »¹ (Thévenot, 1985) qui les confortent dans leurs décisions et dans leurs actions et qui leur permettent de s'accorder. Un candidat et un employeur qui se sont rencontrés *via* un canal ont donc utilisé des mêmes règles, principes et outils et chaque canal a sa propre façon de mettre en forme l'information, accentuant certains aspects plutôt que d'autres (Larquier et Rieucou, 2010, 2014). Ainsi, la façon dont les supports de la sélection, comme le *Curriculum vitae* (CV) et la lettre de motivation, parviennent aux employeurs, compte. Le CV recense par écrit des signaux et indices que le recruteur considère corrélés à la productivité du candidat, en cohérence avec la théorie du signal élaborée par Spence (1973). Une première sélection à partir des tris de CV se fait lorsque les candidatures sont envoyées ou déposées sur un site Internet en réponse à des annonces d'offre d'emploi ou de façon spontanée (Duguet *et al.*, 2009). Un même CV, ou plus exactement les informations qu'il recense, n'est-il pas lu différemment s'il parvient par un autre canal à l'employeur ? Son contenu peut être reformulé, relativisé ou complété par un récit, un avis ou une recommandation s'il passe par les réseaux ou par un agent du service public de l'emploi. Il en va de même lorsque le chercheur d'emploi est connu de l'employeur parce qu'il s'est déplacé et a déposé lui-même sa candidature ou, mieux encore, parce qu'il a déjà travaillé dans l'entreprise. Cette optique invite, par conséquent, à repenser le rôle du canal dans la transmission de l'information.

Les enquêtes *Emploi en continu* (2005-2012) de l'INSEE (Institut national de la statistique et des études économiques) représentent la principale source d'information statistique sur l'emploi et le marché du travail en France. Prenant appui sur ces données, cet article explore et compare les candidatures spontanées, les réseaux de relations et les intermédiaires publics, qui, ensemble, représentent plus de 80% des appariements sur le marché du travail français. Il est essentiel de différencier les cas où l'appariement ne se forme pas *via* un canal donné parce que ce dernier n'a pas été activé par le candidat, des cas où le canal a été activé, mais où l'appariement ne s'est pas fait de cette façon. Il convient donc de croiser l'information sur le mode d'accès à l'emploi avec celle sur les démarches de recherche antérieures. C'est ce que nous proposons de faire ici en construisant un échantillon de personnes recrutées depuis moins de trois mois par l'un des trois canaux et pour lesquelles nous détenons l'information sur les canaux de recherche activés au trimestre précédent. La première section de cet article revient sur les hypothèses. Par la suite, les deuxième et troisième sections présenteront les données et la démarche statistique. Enfin, les résultats seront commentés dans la quatrième et dernière section.

Une information qui varie selon les canaux

Notre hypothèse est que l'information sur les candidats varie selon les voies empruntées, ce qui joue sur leur auto-sélection² et sur les appariements qui se concluent effectivement. Explicitons maintenant la mise en format de l'information par chaque canal ainsi que les implications attendues sur ce qui compte à chaque fois pour que les appariements se forment.

- La *candidature spontanée* n'est ni introduite, ni recommandée par un tiers, ni même reformulée par l'institution publique. D'ailleurs, ce canal, comme les annonces, est qualifié de « mode marchand » par Sabatier (2002). Nous préférons insister sur le caractère « hybride » des candidatures spontanées, à mi-chemin entre réseaux de relations et recours au marché (Bessy, 2012). Les enquêtes de terrain montrent, en effet, l'intérêt de distinguer les candidatures envoyées par courriel ou par courrier postal, de celles présentées en mains propres (Larquier et Rieucou, 2014). Dans le premier cas, la pré-sélection se fait à distance et elle est assurée par le recruteur qui se fonde sur les documents écrits (lettre de motivation, CV) dont il dispose ainsi que sur les informations qu'ils contiennent. Comme pour les réponses à des annonces, le diplôme, l'expérience, la maîtrise de l'écrit, voire l'âge, le genre et l'adresse jouent de tout leur poids dans la sélection opérée, sans être atténués par les propos ou l'avis d'un tiers. Cette sélection prend, toutefois, d'autres formes lorsque les documents sont déposés en mains propres par le candidat. C'est souvent le cas dans le commerce ou la restauration; le candidat peut alors

relativiser le contenu de son parcours, afficher d'autres éléments comme sa motivation ou sa disponibilité; il peut aussi être jugé sur son expression ou son allure.

- Le caractère incontournable des *réseaux de relations* sur les marchés du travail a fait l'objet d'une littérature abondante. Le succès de cette forme de médiation tient à plusieurs facteurs. Si les employeurs embauchent volontiers de la sorte, cela tient tout d'abord au faible coût de la démarche, ce qui explique pourquoi ce sont surtout les petites structures, ayant un nombre restreint de candidatures à pourvoir, peu de temps et de ressources à consacrer au recrutement, qui se tournent vers leurs réseaux. En diffusant une information précise sur un petit nombre de candidats, les réseaux permettent aux entreprises de simplifier et de raccourcir leur processus de sélection, comme l'ont montré les enquêtes menées auprès des entreprises en France (Larquier et Marchal, 2012) et le bilan établi au Québec (Dubé, 2013). Le succès des réseaux tient également à la qualité des informations diffusées, donnant à voir des informations non observables sur la qualité des candidats. L'évaluation est prise en charge par ceux qui recommandent les candidats et qui s'engagent dans le processus. Mettant en jeu leur réputation, les salariés en poste ont avantage à fournir des candidatures appropriées à ce que souhaite l'employeur (Fontaine, 2006). Quant aux chercheurs d'emploi, l'information riche qui circule par les réseaux les aide à ajuster leur candidature aux attentes. Ce canal passe par des mises en récit et des relations de confiance, évitant aux employeurs de publier une offre d'emploi et les conduisant à minorer le poids des informations écrites (CV et lettre de motivation) dans la sélection (Larquier et Marchal, 2012; Dubé, 2013). En outre, il est établi que les réseaux reposent largement sur une base ethnique (Ioannides et Datcher Louri, 2004; Dos Santos, 2005). Des travaux soulignent la dimension locale du niveau auquel l'information sur les emplois circule au sein des réseaux, en montrant que les connexions avec le voisinage immédiat sont centrales (Hellerstein *et al.*, 2011). C'est donc sous la forme de l'oral que l'information circule *via* le bouche-à-oreille ou bien dans un écrit non codifié et non standardisé. Le développement des réseaux sociaux numériques ne change pas fondamentalement la donne, car c'est toujours parce que la candidature est introduite, voire appuyée par l'avis d'un tiers et non véhiculée par le seul CV, qu'elle sera retenue.
- Les *intermédiaires publics de l'emploi* incarnent une médiation formelle dans la mise en relation entre employeurs et candidats. Cette médiation est ainsi bien différente de celle opérée par les réseaux de relations, où la forme du discours prévaut. Ici, les « investissements de forme » (Thévenot, 1985) mettent au format et en codes l'information sur les emplois et les candidats.

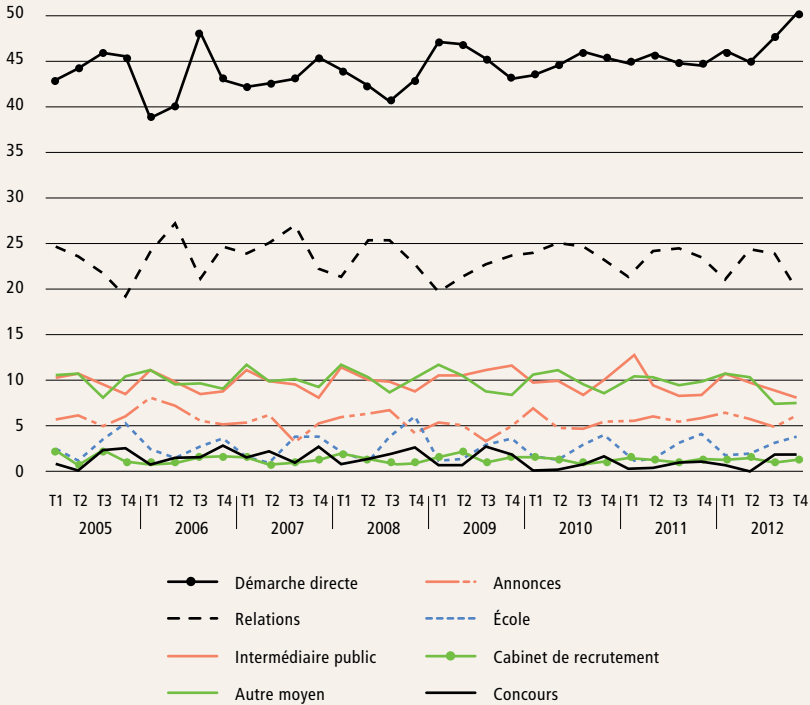
Pour appairer des offres et des demandes d'emploi, le service public de l'emploi traduit dans un même langage administratif les caractéristiques des unes et des autres. Malgré la diversité des intermédiaires publics en France (Pôle emploi étant l'opérateur central, les missions locales s'adressant aux jeunes, l'Association Pour l'Emploi des Cadres (Apec) ciblant ses services vers les cadres, Cap Emploi aidant au placement des personnes handicapées, etc.) et la diversité des dispositifs et des actions mis en œuvre, on assiste bien à une rationalisation croissante de leur activité (Fretel, 2013). Les institutions donnent des conseils aux demandeurs d'emploi, reformulent les CV et les projets professionnels dans une mise en forme valorisante et partagée avec les employeurs. Les enquêtes empiriques montrent comment l'évaluation se centre sur l'employabilité des demandeurs d'emploi, leur capacité à adopter un comportement normé (bonne présentation, dynamisme, autonomie, etc.) (Divay, 2000; Larquier et Rieucan, 2014). Les compétences des demandeurs d'emploi sont résumées en un certain nombre de variables prédéfinies : diplômes, années d'expérience dans des emplois traduits en un code Rome (Répertoire opérationnel des emplois et des métiers), recherche d'emploi à temps plein/partiel, etc. L'information circule donc dans un format écrit et relativement standardisé, entre plusieurs espaces et personnes, intermédiaires et professionnels RH des entreprises, que finissent par adopter les chercheurs d'emploi eux-mêmes.

Un échantillon construit sur mesure

Les enquêtes *Emploi en continu* entre le premier trimestre 2005 et le quatrième trimestre 2012 nous permettent d'observer les transitions sur le marché du travail sur 32 trimestres³. Chaque trimestre t , l'enquête interroge les salariés sur la façon dont ils sont entrés dans l'entreprise ou l'organisme de la Fonction publique où ils travaillent en t . En restreignant le champ aux personnes recrutées depuis moins de trois mois, on met en évidence la répartition des canaux d'embauche en France, pour un trimestre donné. Le graphique 1 montre la stabilité de la hiérarchie des canaux sur la période, confirmant les résultats antérieurs sur l'enquête *Emploi* (Marchal et Rieucan, 2010). La hiérarchie des canaux est la même que celle décrite par l'enquête Ofer (*Offre d'emploi et recrutement*) menée en France en 2005 auprès des entreprises (Bessy, 2012; Larquier et Marchal, 2012). On lit dans ce graphique le poids prépondérant des démarches directes (candidatures spontanées) et des relations personnelles ou professionnelles, ces deux canaux représentant au total plus des deux tiers des embauches. Les intermédiaires publics comptent pour 10% des embauches, les annonces d'offre d'emploi pour 6 % en moyenne tandis que la part des écoles oscille entre 3 et 5 % et celle des cabinets de recrutement autour de 2 %.

FIGURE 1

Part de chaque mode d'entrée dans l'entreprise actuelle, du premier trimestre 2005 au quatrième trimestre 2012 (en % des canaux renseignés)



Lecture : Au troisième trimestre 2005, 46% des personnes (ayant répondu à la question sur leur mode d'entrée dans l'entreprise ou l'administration où elles travaillent) disent avoir obtenu leur emploi par démarche directe (candidature spontanée).

Source : Enquêtes *Emploi en continu* (2005-2012), INSEE, données pondérées par trimestre.

Repérer les transitions au sein de trajectoires individuelles

Les enquêtes *Emploi en continu* permettent de suivre les individus interrogés sur six trimestres, à condition toutefois que ces individus ne soient pas absents entre deux interrogations (attrition). L'enquête permet de rapprocher deux informations : l'une disponible au trimestre t (le mode d'obtention de l'emploi actuel) et l'autre disponible au trimestre $t-1$ (les canaux activés).

Nous repérons les transitions au sein des trajectoires individuelles : nous intéressent ceux qui, à partir de la date $t=2$, accèdent à un (nouvel) emploi (leur ancienneté étant inférieure à trois mois), quelle que soit leur situation antérieure en $t-1$ (au chômage, en études, en inactivité ou en emploi). Dans le cas où un individu connaîtrait plusieurs transitions entre $t=2$ et $t=6$, seule la première est retenue. De la sorte, on recense 23 945 salariés ayant accédé à un

(nouvel) emploi entre le second trimestre 2005 et le dernier trimestre 2012. Les indépendants et les intérimaires sont exclus, car la question du mode d'entrée dans l'entreprise ne leur est pas posée. L'échantillon pour lequel nous détenons toute l'information souhaitée en t (le mode d'accès à l'emploi) et en $t-1$ (les démarches effectuées le trimestre précédent) ne compte plus que 11 421 salariés. L'analyse se focalise enfin sur 82% d'entre eux : les salariés ayant obtenu leur emploi par l'un des trois principaux canaux, soit 9 361 personnes. Au sein de cet échantillon final, la hiérarchie des canaux relevée dans le graphique 1 est respectée : 54,5 % des individus ont trouvé leur emploi par candidature spontanée, 26,9% par relations et 18,6% par un intermédiaire public.

Une population où les chômeurs sont surreprésentés

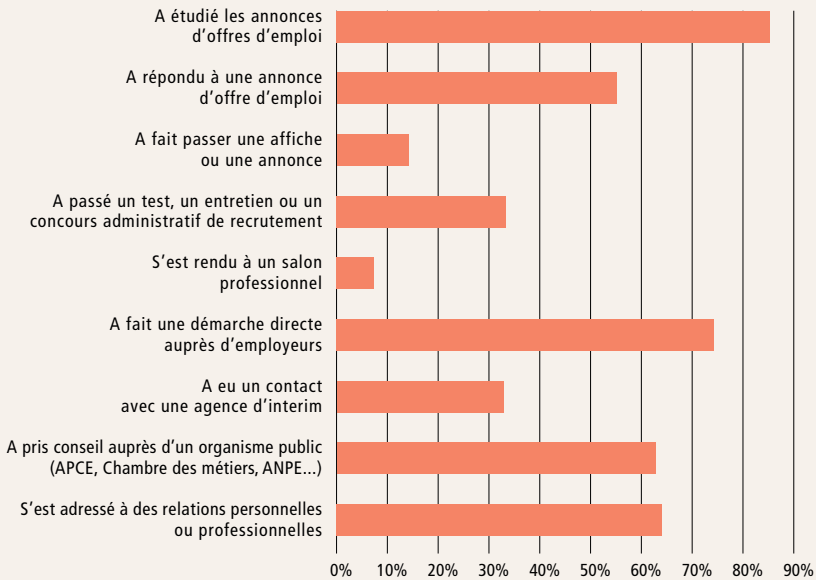
La composition de l'échantillon final ne diffère guère de celle de l'échantillon intermédiaire à 11 421. Il est, en revanche, « déformé » par rapport à la population totale des 23 945 salariés récemment recrutés. De manière significative, l'échantillon final sous-représente les personnes déjà occupées ou inactives en $t-1$ et surreprésente les chômeurs, qui produisent 74,9 % des transitions de l'échantillon final, contre 44,5 % dans la population initiale. Les réponses aux questions sur les démarches de recherche sont plus complètes pour les chômeurs. Par ailleurs, ces questions ne sont posées aux personnes en emploi que si celles-ci ont déclaré désirer occuper un autre emploi. L'échantillon final sur-représente les femmes (moins d'observations manquantes en $t-1$), les habitants des Zones urbaines sensibles (ZUS) — qui déclarent plus leurs démarches de recherche —, les moins diplômés et les étrangers ou Français par acquisition⁴. *A contrario*, les jeunes (15 à 29 ans) sont sous-représentés, tout comme les étudiants. Quant aux caractéristiques des emplois trouvés, on constate une surreprésentation des contrats atypiques, des temps de travail courts et des postes d'employés.

La diversité des méthodes de recherche

Le graphique 2 présente les méthodes de recherche « actives » au sens du Bureau international du Travail (BIT), déclarées par les 9 361 individus en $t-1$. La méthode la plus courante est l'étude des annonces d'offres d'emploi (84 %), moyen peu coûteux d'observer le marché du travail « visible ». Un peu plus d'un individu recruté sur deux a répondu à une annonce dans le cadre de sa recherche. Ceci ne nous renseigne pas sur l'efficacité du canal des annonces — environ 6% des personnes trouvent par ce biais (voir figure 1) —, mais sur la capacité de l'individu à mettre son parcours au format du CV pour répondre à une annonce. Cette variable sera introduite dans nos modèles.

FIGURE 2

Les méthodes de recherche déclarées en t-1



Lecture : 84% des individus de l'échantillon (N= 9361) ont étudié les annonces le trimestre précédant l'occupation d'un (nouvel) emploi.

Champs : Individus entrés dans leur entreprise par l'un des trois canaux principaux et dont on connaît les méthodes de recherche.

Source : Enquêtes *Emploi en continu* (2005-2012), INSEE, données non pondérées.

La deuxième méthode la plus populaire, la candidature spontanée ou démarche directe auprès des employeurs (74 %), est l'un des canaux étudiés ici. Reposant sur l'initiative individuelle des chercheurs d'emploi, elle contourne les intermédiaires du marché du placement et présente un coût faible pour les employeurs. En troisième position (approximativement 63 %), apparaissent les deux autres canaux étudiés, impliquant des médiations de natures différentes : la prise de conseils auprès d'intermédiaires publics (intermédiation qui utilise des catégories administratives pour appairer des offres et des demandes) et la mobilisation des relations personnelles et professionnelles (médiation fondée sur la confiance qui engage des personnes). Avoir un contact avec une agence d'intérim est assez fréquent (33 %), mais ce n'est pas un mode d'entrée dans l'entreprise identifiée dans l'enquête. Un tiers des recrutés a également passé un test, un entretien ou un concours administratif ou de recrutement; cette variable désigne moins un canal qu'une étape possible pour trouver un emploi. Restent deux démarches : faire passer ou afficher une annonce (14%) et se rendre dans un salon professionnel (7%), que nous intégrerons dans nos modèles, pour des raisons exposées plus bas.

La démarche statistique

Nous cherchons à présent à expliquer quels profils d'individus et quels types d'emplois ont été appariés *via* tel ou tel canal, sachant que tous les individus n'activent pas les mêmes canaux. Notons que certains individus ont répondu en $t-1$ ne pas avoir activé le canal K, mais déclaré en t avoir trouvé un emploi par ce biais. Cela peut résulter du décalage temporel entre les deux interrogations (le canal a été activé entre $t-1$ et t). Les modèles excluent ces individus. Pour chaque canal K (un des trois canaux), nous procédons à l'estimation de deux équations emboîtées (Probit bivarié avec sélection⁵), présentées dans les trois colonnes du tableau 1. La première équation (*activation*) est l'équation de sélection, elle modélise la probabilité qu'un individu ait activé le canal K dans le cadre de sa recherche d'emploi (variable binaire). Les variables explicatives se décomposent en trois blocs : 1- les caractéristiques sociodémographiques de l'individu et les informations sur son environnement (présence ou non d'un autre adulte actif occupé dans le logement et zone d'habitation); 2- l'année d'observation (du trimestre t) et le taux de chômage régional en $t-1$ (corrige des variations saisonnières) qui synthétisent l'état du marché du travail auquel l'individu était confronté lors de sa recherche d'emploi; 3- la variable « s'est rendu dans un salon professionnel », présente uniquement dans cette équation de sélection, qui joue le rôle de variable d'exclusion et assure la bonne identification du modèle.⁶

Si *activation* = 1, nous plaçons les individus face à une nouvelle alternative : avoir ou ne pas avoir été recruté par le canal K plutôt que par les deux autres. Cette seconde équation (*appariement*) est l'équation d'intérêt (figurant en haut du tableau 1). Aux variables explicatives sociodémographiques et aux taux de chômage et années d'observation, sont ajoutées les variables « a répondu à une annonce », « a fait passer ou afficher une annonce » et « a déjà travaillé dans cette entreprise ». La première variable indique que le candidat peut traduire son parcours dans le format écrit et standard du CV pour répondre à une annonce; la deuxième qu'il prend l'initiative de se mettre en valeur par écrit. La troisième, enfin, indique que l'individu, et donc la qualité de son travail, sont connus de l'entreprise. Il s'agit de voir si ces attributs-clefs jouent ou non dans les appariements noués *via* candidature spontanée, relations ou un intermédiaire public. Un dernier bloc de variables décrit l'emploi occupé en t (secteur d'activité, taille de l'entreprise, catégorie sociale de l'emploi, type de contrat de travail et temps de travail).

TABLEAU 1
Résultats des trois Probit bivariés avec sélection

	Modèle 1 Candidatures spontanées	Modèle 2 Réseaux de relations	Modèle 3 Intermédiaires publics
Équation appariement			
Constante	0,15	0,08	-0,79 *
Femme	-0,04	0,04	0,08 *
Classe d'âge (réf : 15 à 29 ans)			
30 à 49 ans	-0,08 **	0,00	0,09 **
50 ans et plus	-0,19 ***	0,09	0,10
Étranger ou Français par acquisition	-0,01	0,15 ***	-0,15 **
Diplômé de l'enseignement supérieur	0,03	-0,04	-0,02
Situation pendant la recherche d'emploi (réf : actif occupé)			
Chômeur de moins d'un an	-0,14 ***	-0,13 ***	0,08
Chômeur de plus d'un an	-0,20 ***	-0,01	0,10
Étudiant	0,03	-0,20	0,17
Inactif	-0,18	-0,08	0,10
Aucun autre actif occupé dans le logement	-0,01	-0,07 **	0,10 **
Zone d'habitation (réf : zone urbaine hors Île-de-France)			
Rurale	0,13 ***	-0,07	-0,13 ***
Zone urbaine d'Île-de-France	-0,07	0,07	-0,20 **
Zone urbaine sensible (toutes régions confondues)	-0,10 *	-0,05	0,01
A répondu à une annonce	-0,07 **	-0,21 ***	0,23 ***
A affiché ou fait passer une annonce	0,15 ***	-0,17 ***	-0,08
A déjà travaillé dans l'entreprise (réf : non)			
Comme salarié	0,26 ***	0,18 **	-0,83 ***
Avec un autre statut (apprentissage, stage, job d'été, intérimaire, etc.)	0,26 ***	0,06	-0,53 ***
Secteur d'activité de l'emploi trouvé (réf : commerce et transport)			
NSP	-0,30 *	0,11	0,21
Agriculture	-0,05	0,28 **	-0,01
Industrie	-0,06	0,09	0,01
Construction	-0,35 ***	0,38 ***	-0,17 **
Services aux entreprises, immobilier et services financiers	-0,20 ***	0,20 ***	0,04
Services aux particuliers	-0,17 ***	0,18 ***	0,01
Administration et éducation	-0,04	-0,09 *	0,16 ***
Taille de l'établissement (réf : 1 à 9 salariés)			
NSP	0,17 ***	-0,15 ***	-0,06
10 à 49 salariés	0,15 ***	-0,23 ***	0,10 *
50 salariés et plus	0,26 ***	-0,27 ***	-0,03

Catégorie sociale de l'emploi (réf : employé)			
Cadre	0,06	0,22 ***	-0,51 ***
Profession intermédiaire	0,04	0,09 *	-0,13 **
Ouvrier	-0,22 ***	0,12 **	0,18 ***
Emploi actuel autre que CDI	-0,06 *	-0,05	0,08 *
Temps de travail normal (réf : plus de 30 heures)			
Pas de temps de travail normalement prévu	-0,14 ***	0,24 ***	-0,11 *
Moins de 30 heures par semaine	-0,16 ***	0,07	0,15 ***
Taux de chômage trimestriel régional en t-1 (CVS)	0,04 ***	-0,04 ***	-0,04 ***
Équation activation			
Constante	0,77 ***	0,28 **	-0,27 **
A visité un salon professionnel	0,47 ***	0,38 ***	0,32 ***
Femme	0,08 **	-0,11 ***	0,07 **
Classe d'âge (réf : 15 à 29 ans)			
30 à 49 ans	-0,08 **	-0,03	0,09 ***
50 ans et plus	-0,18 ***	0,00	0,07
Étranger ou Français par acquisition	-0,25 ***	0,08 *	-0,01
Diplômé de l'enseignement supérieur	0,30 ***	0,13 ***	-0,06 *
Situation pendant la recherche d'emploi (réf : actif occupé)			
Chômeur de moins d'un an	-0,08 *	0,04	0,85 ***
Chômeur de plus d'un an	-0,26 ***	-0,03	0,92 ***
Étudiant	-0,29 *	-0,13	-0,09
Inactif	-0,61 ***	-0,26 ***	0,43 ***
Aucun autre actif occupé dans le logement	-0,09 **	0,00	0,00
Zone d'habitation (réf : zone urbaine hors Île-de-France)			
Rurale	0,04	0,02	-0,02
Zone urbaine d'Île-de-France	0,06	0,37 ***	-0,29 ***
Zone urbaine sensible (toutes régions confondues)	-0,06	0,05	-0,02
Taux de chômage trimestriel régional en t-1 (CVS)	0,04 ***	0,02 **	-0,01
/arthrho	0,20	-0,36	0,01
rho	0,19	-0,35	0,01
Test de type LR d'indépendance des deux équations (H0 : rho=0)	chi2(1)=0,11 Prob>chi2=0,74 ^a	chi2(1)=1,26 Prob>chi2=0,26 ^a	chi2(1)=0,01 Prob>chi2=0,99 ^a
Nombre d'observations	8 173	8 666	8 944
Observations censurées	1 255	2 714	3 083
Observations non censurées	6 918	5 952	5 861

Les deux équations comprennent une indicatrice par année, de 2005 à 2012, avec 2005 l'année de référence.

*, **, *** désignent une significativité respectivement à 10%, 5% et 1%.

- a Le résultat du test montre que l'hypothèse H0 (rho=0) ne peut être rejetée au seuil de 5%. Cela signifie que le résultat obtenu par estimation du Probit bivarié avec sélection n'est pas significativement différent de celui obtenu par l'estimation séparée des deux modèles Probit.

Champ : Individus entrés dans leur entreprise par l'un des trois canaux principaux et dont on connaît les méthodes de recherche.

Source : Enquêtes *Emploi en continu* (2005-2012), INSEE, données non pondérées.

Interprétation des résultats

Quand la candidature arrive sans médiation

Au sein de notre échantillon de recrutés, les personnes étrangères ou françaises par acquisition, les inactifs et les individus vivant dans un logement où il n'y a aucun autre actif occupé ont moins souvent fait acte de candidature spontanée que les autres (tableau 1, modèle 1, équation *activation*). Il peut y avoir auto-sélection, c'est-à-dire que les individus se censurent d'eux-mêmes en ne faisant pas acte de candidature spontanée, mais celle-ci ne peut pas être démontrée. L'équation d'intérêt (*appariement*) indique que la probabilité d'un appariement par candidature spontanée, lorsque ce canal a été activé, ne diminue pas significativement avec les caractéristiques évoquées. Les chômeurs et les plus de 30 ans ont également fait moins souvent de candidatures spontanées, mais, cette fois, la probabilité d'un appariement par cette voie, lorsqu'ils l'ont empruntée, diminue significativement. On peut y lire une sélection sur l'âge et sur le statut de chômeur, éléments présents dans le CV ou, *a contrario*, une valorisation des jeunes et des salariés déjà en emploi, surreprésentés parmi les personnes qui cherchent et trouvent par candidature spontanée. D'après l'*Enquête Ofer* auprès des entreprises, les femmes sont surreprésentées parmi les personnes recrutées par candidatures spontanées (Bessy et Marchal, 2009). Il apparaît ici qu'elles activent plus ce canal lors de leur recherche, mais qu'elles ne sont ni plus ni moins valorisées par ce biais que les hommes, puisqu'elles ne sont pas significativement plus embauchées par candidature spontanée que ces derniers, lorsqu'elles ont activé ce canal. De même, les diplômés de l'enseignement supérieur font, toutes choses étant égales par ailleurs, et de façon très significative, plus acte de candidature spontanée que les autres, mais ils ne trouvent pas plus que les autres par ce canal. En sens inverse, les habitants des zones rurales ne démarchent pas plus les entreprises que les habitants des zones urbaines, mais la probabilité qu'ils aient été recrutés par ce biais quand ils ont démarché, est plus élevée que celle des habitants des zones urbaines, en particulier de ceux des Zones urbaines sensibles (ZUS)⁷.

Il existe une corrélation positive et significative entre le fait d'avoir affiché ou fait passer une annonce et celui d'avoir trouvé par candidature spontanée, quand on a démarché. Les personnes qui démarchent prennent des initiatives pour se faire connaître, ce qui est cohérent avec le fait de faire aussi passer une annonce. En revanche, avoir répondu à une annonce est négativement corrélé avec le fait de trouver par candidatures spontanées, comme si les individus qui trouvaient de la sorte passaient peu par des canaux formels, qui, à l'image des annonces, suppose que les offres d'emploi soient publicisées. Par ailleurs, au sein des candidatures spontanées, certaines candidatures se distinguent des autres : avoir déjà travaillé dans l'entreprise — comme salarié ou avec un statut d'apprenti, de stagiaire, d'intérimaire ou même pour un emploi d'été — augmente de façon

très significative la probabilité d'un appariement par cette voie. Du fait de cette expérience préalable, les individus peuvent être informés des opportunités d'emploi de l'entreprise ou savoir à qui et quand adresser une candidature. Du point de vue de l'employeur, l'incertitude sur la qualité du candidat est forte lorsqu'elle lui parvient sans être introduite par un tiers. Toutefois, elle apparaît atténuée lorsque le travail du candidat a déjà été évalué au sein de l'entreprise.

La conjoncture semble affecter les logiques d'activation et d'appariement. En effet, plus le taux de chômage régional est fort, plus la probabilité d'avoir démarché des entreprises est élevée parmi les recrutés (équation *activation*). De plus, la probabilité d'avoir été recruté par cette voie, quand on a démarché, augmente très significativement avec le taux de chômage régional (équation *appariement*). Les pratiques des entreprises comptent : quand le chômage est élevé, puiser dans le stock de candidatures reçues pour recruter à faible coût et rapidement sont des options privilégiées (Larquier et Marchal, 2012). On peut imaginer que les candidats recrutés anticipent ce comportement en postulant directement et que, du fait de la raréfaction des offres d'emploi publiées en période de basse conjoncture, ils passent davantage par les canaux informels.

Des particularités relatives aux secteurs d'activité, aux types d'entreprises et à la structure des emplois se dessinent. Le canal des candidatures spontanées est tout d'abord, davantage que les deux autres canaux, associé à des emplois dans le commerce, notamment en comparaison des secteurs de la construction, des services aux particuliers et des services aux entreprises. Soumises à un fort taux de rotation de leurs salariés, les entreprises commerciales ont l'habitude de recruter en continu des personnes qui se présentent spontanément, ce démarchage direct étant facilité par le fait que les commerces aient pignon sur rue (Larquier et Rieucan, 2014). Les appariements conclus concernent moins des postes d'ouvriers que des postes d'employés et se font moins dans les très petites entreprises (moins de 10 salariés) qui sont moins connues et logiquement, reçoivent moins de candidatures. Enfin, les temps de travail des emplois obtenus *via* candidatures spontanées sont souvent de plus de trente heures hebdomadaires et peu variables et, au moment où ils sont interrogés, les individus qui ont trouvé par démarche directe sont un peu plus souvent en contrat à durée indéterminée (CDI), que sous une autre forme de contrat (contrat à durée déterminée, contrat d'apprentissage, etc.).

En définitive, ce canal véhicule une information sur des candidats qui « se signalent » (Spence 1973), comme pour se faire (re)connaître. Ces individus sont, en effet, susceptibles de mentionner une précédente relation de travail dans l'entreprise, afficher ou faire passer une annonce expliquant leurs atouts et leur recherche. Ce canal valorise plutôt les jeunes ainsi que les personnes déjà en emploi, ces dernières pouvant explorer sans médiation un marché du travail

qu'elles connaissent déjà. Enfin, comparé aux deux autres canaux, il conduit plutôt vers de « bons » emplois.

Les réseaux : des informations de proximité qui se passent de CV

L'une des hypothèses avancées est que l'information qui circule *via* les réseaux épouse davantage le format oral que celui d'un écrit standard. À ce titre, les résultats du modèle 2 du tableau 1 indiquent que les personnes diplômées de l'enseignement supérieur activent bien plus que les autres leurs relations, mais ne sont pas significativement plus embauchées par ce biais, comme si le diplôme, signal clef du CV, importait peu. D'autres résultats apportent des éclairages originaux. Les personnes qui ont trouvé leur emploi par relations, et dont on sait qu'elles avaient activé ce canal, ont bien moins que les autres répondu à une annonce ou fait passer une annonce dans le cadre de leur recherche d'emploi. Dit autrement, elles seraient moins susceptibles que les autres de faire circuler de manière impersonnelle l'information sur leur profil et leurs compétences mise au format de l'écrit du CV ou de l'annonce. Ce résultat va bien dans le sens de notre hypothèse.

L'enquête *Emploi* ne permet pas de distinguer les liens forts (amis et famille) des liens faibles (connaissances) à la façon de Mark Granovetter (1974). On peut toutefois, grâce à la variable sur une expérience de travail antérieure, repérer l'existence de « relations professionnelles » au sein même de l'entreprise où la personne est embauchée. Avoir travaillé précédemment en tant que salarié est positivement et significativement corrélé avec le fait d'avoir été embauché par le biais de réseaux, plutôt que par un des deux autres canaux. En revanche, avoir travaillé avec un autre statut n'a pas d'effet. C'est donc l'intégration passée au collectif des salariés, et non le passage en tant que stagiaire ou intérimaire, qui serait un avantage pour réactiver un contact.

Habiter dans une zone urbaine d'Île-de-France, où la densité des réseaux est forte, augmente la probabilité d'avoir cherché par relations, mais ne joue pas sur celle d'un appariement par ce biais. Vivre dans un logement où il n'y a aucun autre actif occupé diminue significativement la probabilité d'un appariement noué par relations, ce canal ayant été activé. Ceci peut tenir au fait que les réseaux s'inscrivent dans la proximité et comme l'information circule principalement par voie orale, elle ne circule pas très loin et passe moins si l'entourage immédiat n'est pas en emploi. Les résultats montrent, par ailleurs, que lorsque le taux de chômage régional augmente, les relations sont plus souvent sollicitées (ce qui peut tenir au fait qu'il y ait moins d'offres publiées par ailleurs), mais les appariements sont moins souvent conclus par le biais des relations, même lorsqu'elles sont sollicitées, que par l'un des deux autres canaux. Le chômage étant plus fréquent, la probabilité que les personnes contactées soient au chômage augmente, et

elles seraient, par conséquent, moins susceptibles d'informer sur des emplois vacants et non publicisés. Ces résultats vont dans le sens des travaux qui mettent l'accent sur le rôle essentiel des contacts issus du voisinage pour trouver un emploi (Calvo-Armengol et Jackson, 2004; Hellerstein *et al.*, 2011). Dans nos analyses, un éloignement du marché du travail semble rendre les contacts moins effectifs : comparés aux personnes déjà en emploi, les inactifs qui ont été recrutés ont moins sollicité leurs réseaux et les chômeurs de moins d'un an ont significativement été moins embauchés grâce à leurs relations — qu'ils ont pourtant sollicitées — que les personnes en emploi.

Les femmes embauchées de notre échantillon se sont moins adressées à leurs réseaux lorsqu'elles cherchaient un emploi que les hommes. D'après la littérature, cela tiendrait au fait qu'elles sont plus ancrées dans la sphère domestique et disposent de moins de temps pour entretenir leurs relations professionnelles (Russel, 1999). En revanche, il n'y a pas d'effet de genre dans l'équation relative aux appariements; on ne peut donc pas conclure que les femmes sont moins (ou plus) valorisées que les hommes par le biais des recommandations, quand elles les mobilisent. Les étrangers et les Français par acquisition ont activé plus souvent que les autres leurs relations et ont aussi été plus souvent embauchés par ce biais que les Français de naissance, quand ils ont activé ce canal. La prééminence des réseaux communautaires est connue de la littérature qui met l'accent sur les atouts de ce canal pour intégrer le marché du travail, y compris en mobilisant Internet pour communiquer, puisque les membres de la communauté partagent le même langage (Janta et Ladkin, 2013). Les auteurs mettent aussi l'accent sur le manque de propositions alternatives dont disposent parfois les personnes embauchées par réseaux et sur les risques de ségrégation que revêt ce canal (Loury, 2006; Béji et Pellerin, 2010; Dubé, 2013). Une interprétation supplémentaire, proposée ici, est possible : passer par son réseau et les recommandations de proche en proche donne aux populations étrangères et françaises par acquisition la possibilité d'éviter les filtres du CV et d'une sélection basée sur des critères écrits.

Enfin, les résultats confirment la prééminence particulière des très petites entreprises, pour lesquelles le recours aux réseaux peut pallier un manque de moyens humains et financiers pour recruter. Le secteur de la construction, de l'agriculture et des services aux particuliers sont, entre autres, particulièrement surreprésentés dans les appariements noués par réseaux, ce qui pourrait tenir au caractère peu formel de la Gestion des ressources humaines (GRH) dans ces secteurs. Il apparaît, par ailleurs, une sous-représentation significative du secteur commerce et transport (variable de référence), dont on a vu qu'il recourait davantage aux candidatures spontanées. Enfin, les postes d'employés sont significativement moins pourvus par réseaux que les autres catégories d'emploi.

Les médiations formalisées des intermédiaires publics

Le troisième modèle du tableau 1 éclaire les formes d'activation et les appariements qui caractérisent les intermédiaires publics, par rapport aux candidatures spontanées et aux réseaux. À la différence des deux autres canaux, l'institution publique conduit vers l'emploi des personnes sans lien antérieur avec l'entreprise qui les embauche. En effet, avoir travaillé par le passé dans l'entreprise, quel que soit le statut, est négativement corrélé de façon très significative avec le fait d'avoir trouvé son emploi grâce à l'agence publique que l'on a contactée. Bien que ne sollicitant pas plus les intermédiaires publics, les individus qui vivent dans un logement sans aucun autre actif occupé ont plus trouvé leur emploi en passant par une institution que par un des deux autres canaux. Le support des institutions est donc utile aux personnes ayant peu de liens immédiats avec le monde du travail, parce qu'elles sont au chômage ou inactives (deux catégories qui sollicitent plus l'institution publique que les personnes en emploi), ou parce qu'il n'y a personne en emploi dans leur logement. La hausse du taux de chômage régional n'a pas d'incidence sur l'activation de ce canal, mais elle est, en revanche, négativement corrélée avec le fait d'avoir trouvé par ce biais, comme s'il était plus difficile de placer les personnes qui s'adressent à l'institution publique lorsque la conjoncture est déprimée.

À la différence des deux autres canaux, avoir répondu à une annonce est positivement et significativement corrélé avec le fait d'avoir trouvé son emploi par une agence publique. Cette dernière, canal formel, recense elle-même un grand nombre d'offres d'emploi qu'elle diffuse largement (Bessy et Larquier, 2010) et auxquelles peuvent répondre les demandeurs d'emploi. Au-delà de cet effet, ce résultat confirme la mise au format standard des candidatures opérée par les institutions publiques. Cette mise au format — qui passe entre autres par la rédaction des CV — est nécessaire pour mettre en valeur les demandeurs d'emploi, les aider à formuler leur parcours et à se présenter, mais il n'en reste pas moins qu'elle ne s'applique pas pareillement à tous. Les personnes étrangères et françaises par acquisition ne déclarent pas significativement moins que les autres avoir pris conseil auprès d'un intermédiaire public, mais elles sont sous-représentées parmi celles ayant trouvé par ce canal, tout en l'ayant activé. Il est possible que la détention de permis de travail provisoire, voire un diplôme n'ayant pas d'équivalent dans le système français, agisse comme autant de barrières à l'inscription des étrangers dans les registres normés de l'agence publique. Ce résultat est cohérent avec les conclusions de Béji et Pellerin (2010), qui estiment que l'insertion des immigrants récents au Québec est entravée par leur faible connaissance des institutions, mais aussi par le manque de (re)connaissance de celles-ci envers les acquis et les compétences des immigrants. Parallèlement, côté employeurs, la nécessaire mise au format standard des informations sur le poste

proposé et les critères requis peuvent expliquer la surreprésentation de certains secteurs et la sous-représentation d'autres. Ainsi, les employeurs du secteur de la construction ont une probabilité significativement plus faible de recruter *via* les institutions publiques, sans doute parce qu'ils sont moins à l'aise avec les catégories de l'agence publique (par exemple le code Rome). En revanche, ceux de l'administration et de l'éducation, qui utilisent déjà ce type de langage administratif dans leur organisation (Larquier et Rieucou, 2014), sont très significativement surreprésentés dans les recrutements *via* les institutions publiques.

L'image des intermédiaires publics associée à celle du traitement administratif des chômeurs peut expliquer, par ailleurs, la moindre activation de ce canal par les actifs occupés et, dans une moindre mesure, par les diplômés de l'enseignement supérieur. Il est possible que les individus anticipent le risque que les emplois trouvés *via* les intermédiaires publics soient de mauvaise qualité (Bessy et Larquier, 2010; Larsen et Vesan, 2011). Ainsi, les appariements noués par cette voie semblent plus concerner des contrats « atypiques » (autres que CDI) et des emplois de moins de trente heures hebdomadaires. Par rapport aux employés, les postes d'ouvriers sont surreprésentés et ceux des cadres et des professions intermédiaires sous-représentés. Le canal des institutions est donc très sensible au niveau de qualification. Enfin, les agences publiques semblent plutôt associées à des appariements pour les habitants des zones urbaines hors Île-de-France et les femmes ont une probabilité légèrement supérieure de s'adresser à ces agences et d'être finalement recrutées grâce à leur intermédiation.

Conclusion

Les résultats présentés doivent être interprétés à la lumière des caractéristiques de l'échantillon, composé de personnes qui ont toutes été recrutées (par l'un des trois canaux) et dont on connaît les démarches de recherche. Il n'est donc pas question, on l'a dit, d'interpréter ces résultats à l'aune de l'efficacité de tel canal ou de telle combinaison de démarches pour sortir du chômage ou pour changer d'emploi. Centré sur le format de l'information transmise par le canal sur le profil des candidats, le travail proposé est, malgré ses limites, riche d'enseignements. Grâce à une construction originale de l'échantillon et aux modèles avec équation de sélection, on diminue le risque d'attribuer les différences de profils recrutés à des logiques distinctes d'appariement par les canaux, alors que ces différences seraient dues à des logiques différentes d'activation des canaux par les candidats. Bien sûr, les deux logiques ne sont pas indépendantes, car la façon dont on mobilise un canal peut tenir aux présupposés qu'il véhicule et à la sélection qu'il opère. La conclusion revient sur cette idée, en distinguant deux voies par lesquelles les canaux « sélectionnent » des candidats.

La première voie est une auto-sélection qui tient à l'impossibilité d'activer tel canal, du fait des caractéristiques au sens large de ce dernier. La littérature a mis l'accent sur la plus ou moins grande proximité géographique des agences publiques pour l'emploi ou sur la proximité avec des relations susceptibles de conduire vers l'emploi. En mobilisant les concepts de l'économie des conventions, nous insistons ici sur le fait que l'activation des canaux tient aussi à la façon dont l'information se crée et circule en leur sein. La transmission de l'information *via* les réseaux se fait sur le mode de l'oral ou par un écrit non codifié, un langage personnalisé qui suppose des interactions et une proximité du quotidien, à laquelle n'échappent d'ailleurs pas les réseaux sociaux numériques. D'autres facteurs jouent pour les autres canaux. Pour démarcher directement les entreprises, il faut se mettre en valeur seul-e, rédiger et défendre son CV, démarche *a priori* plus difficile pour les seniors, les chômeurs ou les personnes qui sont étrangères ou françaises par acquisition.

La seconde voie est la sélection proprement dite, opérée par les canaux qui laissent moins passer certains profils que d'autres, alors que ceux-ci les sollicitent tout autant. Plusieurs résultats originaux découlent de ce travail. En premier lieu, il est important de souligner que les dispositifs et le langage administratifs des intermédiaires publics ne valorisent pas les personnes étrangères ou françaises par acquisition. Ensuite, les candidatures spontanées arrivent sans être introduites, de ce fait, l'incertitude sur la qualité des postulants est grande. Le fait que le candidat ait déjà travaillé dans l'entreprise, ou qu'il soit en poste et non chômeur, sont des critères-clés. Enfin, l'information qui passe de proche en proche au sein des réseaux ne circule pas très loin : on peut solliciter son entourage immédiat, s'adresser à un ancien collègue, mais si la/les personnes avec qui l'on vit ne travaille(nt) pas, si l'expérience antérieure dans l'entreprise a été de courte durée ou, encore, si le taux de chômage régional est élevé, les chances d'avoir trouvé un emploi grâce à ces interactions sociales diminuent.

Notes

- 1 L'investissement est défini en économie comme un détour de production qui accroît un capital (matériel, financier, humain) déjà existant. L. Thévenot (1985) propose d'élargir cette notion aux règlements, normes, contrats ou marques mis en œuvre par les entreprises et les institutions. Ces opérations de mise en forme, ces « outils », sont bien des détours de production (des « sacrifices » nous dit l'auteur) et ils permettent un accroissement de stabilité et de généralité dans les échanges. En France, le code Rome (Répertoire opérationnel des métiers et des emplois) de l'agence publique pour l'emploi est un exemple d'investissement de forme qui stabilise et généralise les mises en relation entre employeurs et candidats.
- 2 Ils s'auto-sélectionnent dans la mesure où ils n'utilisent pas ce canal.
- 3 L'enquête Emploi en continu date de 2003, mais ce n'est qu'à partir de 2005 que les intermédiaires publics sont explicitement distingués des cabinets de recrutement privés parmi les modes d'accès à l'emploi, raison pour laquelle notre analyse démarre en 2005.

- 4 L'enquête Emploi en continu de l'Insee différencie les individus selon qu'ils sont: 1- Français de naissance, y compris par réintégration; 2- Français par naturalisation, mariage, déclaration ou option à sa majorité; 3- étranger. Nous avons regroupé ici les modalités 2 et 3 sous la qualification : « étrangers ou Français par acquisition ».
- 5 Nous cherchons à estimer simultanément la probabilité de deux actions qui s'emboîtent : 1/ activer ou non un canal K donné; puis 2/ (uniquement pour ceux qui ont activé le canal K) être embauché par ce canal K. De la sorte, la première équation Probit, qui modélise selon une loi normale la probabilité d'activer le canal K, sélectionne les individus sur lesquels la seconde équation Probit, qui modélise selon une loi normale la probabilité d'appariement, est estimée. La première équation est dite « équation de sélection » et la seconde « équation d'intérêt ». Cette seconde équation estime donc la probabilité d'appariement *via* le canal K en tenant compte du fait que les individus étudiés sont particuliers : ils présentent un biais de sélection, ils sont différents du reste de la population qui n'a pas activé le canal K. Pour que le modèle des deux équations soit bien identifié, il faut que l'équation de sélection comporte une variable dite d'exclusion, qui explique pourquoi certains profils activent ou non le canal K, mais qui n'a pas d'impact sur la probabilité d'être apparié par ce canal quand on l'a activé.
- 6 Cette variable explique la probabilité qu'un individu active le canal K, mais elle n'est pas corrélée avec le terme d'erreur de l'équation *appariement*. De fait, les démarches sont positivement corrélées entre elles, donc on s'attend à ce qu'un individu s'étant rendu à un salon professionnel ait une plus grande probabilité d'activer n'importe lequel des trois canaux que nous étudions. En revanche, il n'y a aucune raison a priori pour que la visite d'un salon professionnel augmente (ou diminue) la probabilité d'être apparié via un de ces canaux (plutôt que les deux autres) une fois l'activation de ce canal contrôlé. En effet, se rendre dans un salon professionnel peut relever de chacune des trois logiques : pour déposer une candidature, rencontrer un exposant recommandé, ou suite au conseil d'un intermédiaire public (qui a pu organiser le salon). Les tests de différences de moyenne (produits sur demande aux auteurs) nous confortent en ce sens.
- 7 Les Zones urbaines sensibles (ou ZUS) sont des territoires infra-urbains définis par les pouvoirs publics français. Ce sont des quartiers réputés difficiles, du fait d'un habitat en « grands ensembles » et d'un déséquilibre entre les possibilités d'emplois, rares, et le nombre d'habitants, élevé. Les ZUS sont des cibles prioritaires de la politique de la ville.

Références bibliographiques

- Akerlof, George, A. 1970. « The Market for Lemons: Quality, Uncertainty and the Market mechanism ». *The Quarterly Journal of Economics*, 84 (3), 488-500.
- Autor, David. 2009. *The Studies of Labor Market Intermediation*. Chicago: University of Chicago Press.
- Béji, Kamel et Anais Pellerin. 2010. « Intégration socioprofessionnelle des immigrants récents au Québec : le rôle de l'information et des réseaux sociaux ». *Relations industrielles/ Industrial Relations*, 65 (4), 562-583.
- Bessy, Christian. 2012. « Salaire d'embauche, négociation du contrat de travail et intermédiaires du recrutement ». *Relations industrielles/ Industrial Relations*, 67 (3), 426-452.
- Bessy, Christian et Guillemette de Larquier. 2010. « Spécialisation et efficacité des intermédiaires du placement ». *Revue française d'économie*, 2 (25), 226-270.

- Bessy, Christian et Emmanuelle Marchal. 2009. « Le rôle des réseaux et du marché dans les recrutements. Enquête auprès des entreprises ». *Revue française de socio-économie*, 3, 121-146.
- Calvo-Armengol Antoni et Matthew O. Jackson. 2004. « The Effects of Social Networks on Employment and Inequality ». *The American Economic Review*, 94 (3), 426-454.
- Cavaco, Sandra et Jean-Yves Lesueur. 2004. « Contraintes spatiales et durée du chômage ». *Revue française d'économie*, 18 (3), 229-257.
- DeVaro, Jed. 2005. « Employer Recruitment Strategies and the Labor Market Outcomes of New Hires ». *Economic Inquiry*, 43 (2), 263-282.
- Divay, Sophie. 2000. « Nouveaux opérateurs privés du SPE: les pratiques des conseillers sont-elles novatrices? ». *Travail et Emploi*, 119, 37-49.
- Dos Santos, Manon. 2005. « Travailleurs maghrébins et portugais en France ». *Revue économique*, 56 (2), 447-464.
- Dubé, Annette. 2013. *Les pratiques de recrutement des entreprises au Québec*. Ministère de l'Emploi et de la Solidarité Sociale.
- Duguet, Emmanuel, Yannick L'Horty et Pascale Petit. 2009. « L'apport du testing à la mesure des discriminations ». *Connaissance de l'emploi du CEE*, 68.
- Eymard-Duvernay, François et Emmanuelle Marchal. 1997. *Façons de recruter, le jugement des compétences sur le marché du travail*. Paris : Métallé.
- Fontaine, François. 2006. « Les réseaux de relations : quelles perspectives pour l'économie du marché du travail ? ». *Revue française d'économie*, 21 (1), 127-172.
- Fretel, Anne, 2013. « La notion d'accompagnement dans les dispositifs de la politique de l'emploi : entre centralité et indétermination ». *Revue française de socio-économie*, 11, 55-79.
- Granovetter, Mark. 1974. *Getting a Job: a Study of Contacts and Careers*. Cambridge : Harvard University Press.
- Hellerstein, Judith, Melissa McInerney et David Neumark. 2011. « Neighbors and Coworkers: The Importance of Residential Labor Market Networks ». *Journal of Labor Economics*, 29 (4), 659-695.
- Ioannides, Yannis et Linda Datcher Loury. 2004. « Job Information Networks, Neighbourhood Effects and Inequalities ». *Journal of Economic Literature*, 62, 1056-1093.
- Janta, Hania et Adele Ladkin. 2013. « In Search of Employment: Online Technologies and Polish Migrants ». *New Technology, Work and Employment*, 28 (3), 241-253.
- Larquier (de), Guillemette et Emmanuelle Marchal. 2012. « La légitimité des épreuves de sélection : apports d'une enquête statistique auprès des entreprises ». *Épreuves d'évaluation et chômage*, F. Eymard-Duvernay(dir.), Paris : Octarès, 47-77.
- Larquier (de), Guillemette et Géraldine Rieucan. 2010. « Trouver ou créer son emploi : compter sur soi, sur autrui ou sur les institutions? ». *Travail et Emploi*, 124, 43-55.
- Larquier (de), Guillemette et Géraldine Rieucan. 2014. « Quand les entreprises font leur marché : canaux et sélection sur les marchés du travail ». *Revue française de socio-économie*, 14, 93-113.
- Larsen, Christian A. et Patrik Vesan. 2011. *Public Employment Services, Employers and the Failure of Placement of Low-Skill Workers in Six European Countries*. Working Paper on the Reconciliation of Work and Welfare in Europe, REC-WP 02/2011.

- Latsis, John, Guillemette de Larquier et Franck Bessis. 2010. « Are conventions solutions to uncertainty? Contrasting Visions of Social Coordination ». *Journal of Post Keynesian Economics*, 32 (4), 335-558.
- Loury, Linda. 2006. « Some Contacts Are More Equal than Others. Informal Networks, Job Tenure, and Wages ». *Journal of Labor Economics*, 24 (2), 299-318.
- Marchal, Emmanuelle et Géraldine Rieucan. 2010. *Le recrutement*. Paris : La Découverte, Repères.
- Osberg, Lars. 1993. « Fishing in Different Pools: Job-Search Strategies and Job-finding Success in Canada in the Early 1980s ». *Journal of Labor Economics*, 11 (2), 348-386.
- Rees, Albert. 1966. « Labor Economics: Effects of more Knowledge. Information Networks in Labor Markets ». *American Economic Review, Papers and Proceedings*, 41 (2), 559-566.
- Russel, Helen. 1999. « Friends in Low-Places: Gender, Unemployment and Sociability ». *Work, Employment and Society*, 13 (2), 205-224.
- Sabatier, Mareva. 2002. « Modes de recherche d'emploi et durée du chômage des jeunes : applications micro-économiques au panel téléphonique du Cereq ». *L'Actualité économique*, 78 (1), 41-66.
- Spence, Michael. 1973. « Job Market Signaling ». *The Quarterly Journal of Economics*, 87 (3), 355-375.
- Stigler, George J. 1962. « Information in the Labor Market ». *The Journal of Political Economy*, 70 (2), 94-105.
- Thévenot, Laurent. 1985. « Les investissements de forme ». *Conventions Économiques*, Paris : Cahiers du CEE / PUF, 21-72.

RÉSUMÉ

Candidatures spontanées, réseaux et intermédiaires publics : quelle information et quels appariements sur le marché du travail français?

À partir des enquêtes *Emploi en continu* (2005-2012) de l'INSEE, cet article analyse les appariements *via* les trois principaux canaux sur le marché du travail français : 1-candidatures spontanées; 2- réseaux; et 3- intermédiaires publics. Il étudie le mode d'accès à l'emploi des individus recrutés chaque trimestre, en tenant compte des canaux effectivement activés par ces individus lors de leur recherche d'emploi. En prenant appui sur le cadre théorique de l'économie des conventions, cet article soutient l'hypothèse que les trois canaux mènent à des appariements différents, car ils ne véhiculent pas le même type d'information sur les candidats, le format de l'information pouvant être écrit, raconté ou standardisé. Les candidatures spontanées arrivent sans médiation, ce qui engendre une forte incertitude sur la qualité des candidats. S'ils ont déjà travaillé dans l'entreprise ou qu'ils sont déjà en emploi et non chômeurs, ils ont davantage de chances d'avoir été recrutés *via* ce canal, plutôt que d'une autre façon. Ce canal valorise également les personnes qui publient une annonce, faisant connaître leurs compétences par le biais de ce

support. Par ailleurs, l'information qui circule de proche en proche par les réseaux de relations épouse le format du récit, plutôt que celui, écrit, du CV. Les personnes étrangères ou françaises par acquisition trouvent plus souvent par ce canal que par un autre; il en va de même des personnes dont l'entourage immédiat est en emploi. À la différence des deux autres canaux, l'institution publique conduit vers l'emploi des personnes sans lien antérieur avec l'entreprise qui les embauche et est surtout utile aux inactifs et aux chômeurs. Les personnes embauchées *via* ce canal ont, davantage que les autres, répondu à une annonce, ce qui illustre une certaine standardisation des candidatures réalisée par l'intermédiaire public, standardisation qui paraît peu favorable aux étrangers ou aux Français par acquisition. Lorsque le taux de chômage régional augmente, la probabilité d'avoir trouvé son emploi par candidature spontanée, après avoir démarché ainsi, augmente; en revanche, cette probabilité diminue pour les deux autres canaux.

MOTS-CLÉS : recherche d'emploi, canaux de recrutement, enquêtes *Emploi en continu*, format de l'information, France.

SUMMARY

Direct Job Applications, Social Networks and Public Employment Agencies: Information and Matches in the French Labour Market

Drawing on data from the *French Labour Surveys* (2005-2012), this article deals with the matching processes achieved by the three main recruitment channels in the French labour market: direct job applications, networks and public employment agencies. The job finding channels are analyzed, controlling for the job search channels used. Drawing on the economy of conventions theory, the main hypothesis is that the three channels lead to different matches because they do not convey the same kind of information about applicants: the 'format' of the information may be written, spoken or standardized. When a job-seeker directly applies to a firm, there is no intermediary between her and the employer. Uncertainty may be strong but seems to be reduced when the applicant has worked in the firm in the past or when she is on-the-job rather than unemployed. People who publish a job application in order to advertise about their qualities are also advantaged by such a channel. Social networks provide spoken information about the candidates, within a limited area or community. People who did not have French nationality at birth and those who live with (at least) one employed person are more likely to have found their job through networks rather than through another channel. Public agencies provide employment to people without previous work experience in companies and are poorly connected to the labour market (unemployed and inactive people). Compared to the other ones, employees who have found their job *via* a public employment agency have more often replied to a job advert. To a certain extent, this result highlights the standardization undertaken by the public institution, which is unfavourable to people who did not have French nationality at

birth. When the regional rate of unemployment increases, the probability of being hired through direct job application increases, while such a probability decreases with the other two channels.

KEYWORDS: job search, recruitment channels, *French Labour Force Surveys*, format of information, France.

RESUMEN

Candidaturas espontaneas, redes e intermediarios públicos: ¿qué información y cuales apareamientos en el mercado de trabajo francés?

A partir de las encuestas *Emploeo en continuidad* (2005-2012) del INSEE, este artículo analiza los apareamientos a través de los tres principales canales en el mercado de trabajo francés: candidaturas espontaneas, redes e intermediarios públicos. Se estudia el modo de acceso al empleo de los individuos reclutados cada trimestre teniendo en cuenta los canales efectivamente activados por estos individuos durante sus respectivas búsquedas de empleo. Apoyándose en el cuadro teórico de la economía de las convenciones, este artículo defiende la hipótesis que los tres canales conducen a apareamientos diferentes, puesto que no vehiculan el mismo tipo de información sobre los candidatos, el formato de la información puede ser escrito, narrado o estandarizado. Las candidaturas espontaneas llegan sin mediación, lo que engendra una fuerte incertitud sobre la cualidad de los candidatos. Si ya han trabajado en la empresa o si están en empleo y no son desempleados, ellos tendrán más posibilidades de ser reclutados mediante ese canal que de otra manera. Dicho canal valoriza igualmente las personas que publican un anuncio, haciendo conocer sus competencias mediante dicho recurso. La información que circula en el entorno inmediato por las redes de relaciones toma la forma de la narración más que del CV. Las personas que no habian la nacionalidad francesa al nacimiento encuentran un empleo sobre todo por este canal; sucede lo mismo con las personas cuyo entorno inmediato tiene un empleo. A diferencia de estos canales, la institución pública conduce hacia el empleo las personas sin vínculo anterior con la empresa que los contrata y es útil a los inactivos y los desempleados. Las personas contratadas por este canal, más que los otros, han respondido a un anuncio, lo que ilustra una cierta estandarización de las candidaturas realizada por el intermediario público, estandarización que parece poco favorable a las personas que no habian la nacionalidad francesa al nacimiento. Cuando la tasa de desempleo regional aumenta, la probabilidad de encontrar un empleo por candidatura espontanea aumenta, después de haber seguido este canal; al contrario, esta probabilidad disminuye por los dos otros canales.

PALABRAS CLAVES: búsqueda de empleo, canales de reclutamiento, encuestas francesas, *Emploeo en continuidad*, formato de la información, Francia.