

Internet and intermediation in the labour market – Case of Algeria

L'internet et l'intermédiation dans le marché du travail la situation de l'Algérie

الإنترنت والوساطة في سوق العمل – حالة الجزائر

ZOUANEBA Ghericia¹ * HADJ AHMED Mohammed²

¹ Université de Mascara – ALGERIE, e-mail: ghericia_zouaneb@yahoo.fr

² Université de Mascara – ALGERIE

Received: 28/06/2018 ; **Accepted:** 21/02/2019

Résumé:

L'intermédiation dans le marché du travail est assurée aujourd'hui largement par l'internet. Nous avons essayé d'étudier le rôle de l'internet dans l'intermédiation dans le marché du travail à partir de l'analyse des statistiques de la situation de l'Algérie dans ce cadre. Notre objectif est de connaître son impact sur la qualité de l'information dans le marché du travail et sa portée sur l'emploi et le recrutement .

On assiste aujourd'hui à l'émergence des sites électroniques de l'emploi, l'utilisation des réseaux sociaux notamment professionnels dans la recherche des emplois et des candidats sans oublier les salons virtuels et le cv vidéo. Ces moyens permettent de finaliser la recherche de l'information dans le marché du travail d'une manière rapide et avec les moindres coûts. Cependant l'internet ne peut être qu'un complémentaire dans l'intermédiation dans le marché du travail. Cela est dû au retard de l'Algérie dans le domaine des technologies de l'information et de la communication qui rend le rôle des intermédiaires numériques difficile, ainsi l'Etat donne la priorité dans l'intermédiation dans le marché du travail au service public de l'emploi et même les recruteurs préfèrent les canaux classiques de l'emploi pour trouver les meilleurs candidats.

* Corresponding author: ZOUANEBA Ghericia, e-mail: ghericia_zouaneb@yahoo.fr

Mots clés: l'intermédiation dans le marché du travail, canaux classiques de l'emploi, Internet et intermédiation dans le marché du travail, sites électroniques de l'emploi, réseaux sociaux professionnels,

Jel classification: j41, L86, D83

Abstract

Nowadays, Internet has largely guaranteed intermediation in labor market. We tried to study the role of internet in labor market intermediation by statistics situation of Algeria analysis. Our aim is to know its impact on the information quality in labor market and its importance in employment and requirement.

We are witnessig to the emergence of job boards, social media especially professional, employment virtual salons and cv video in employments and candidates searching. These tools have made information retrieval in labor market, rapidly with minor cost. However Internet cannot be more than complementary in the labor market intermediation. This is due to the delay of information and communication technology of Algeria which complicates the role of numeric intermediation. Thus government makes priority to "employment public service" in intermediation, and recruiters prefer classic canals of employment to find the best candidates.

Key words: labor market intermediation, classic canals of employment, Internet and labor market intermediation, Job boards, professional social media.

المخلص

تلعب الانترنت حاليا دورا حيويا في الوساطة في سوق العمل. حاولنا دراسة دور الانترنت في الوساطة في سوق العمل بتحليل وضعية الجزائر في هذا الاطار.

حيث تشهد ظهور المواقع الالكترونية للشغل، استعمال الشبكات الاجتماعية الالكترونية خاصة المهنية في البحث عن مناصب الشغل و المرشحين للعمل بدون أن ننسى الصالونات الافتراضية للعمل و السير الذاتية عبر الفيديو. هذه الوسائل تسمح بالحصول على المعلومة في سوق العمل بسرعة و بأقل تكلفة. لكن الانترنت لا يمكن ان تكون الا مكمل للوسطاء الآخرين في سوق العمل. فتأخر الجزائر في ميدان تكنولوجيات

المعلومات والاتصال يصعب من مهمة الوسطاء الرقميين في سوق العمل كما أن الدولة تعطي الأولوية في الوساطة إلى الوكالة الوطنية للتشغيل و حتى أرباب الأعمال يفضلون القنوات الكلاسيكية للشغل من اجل الحصول على المرشحين الأفضل للوظائف.

الكلمات المفتاحية: الوساطة في سوق العمل، الانترنت و الوساطة في سوق العمل، المواقع الالكترونية للبحث عن الشغل.

Introduction:

L'intermédiation sur le marché du travail fournit l'information dans le marché du travail ce qui contribue au rapprochement de l'offre de travail à la demande de travail. Ce rapprochement permet de diminuer les déséquilibres du marché du travail dus à l'absence de l'information sur les emplois et les qualifications.

Aujourd'hui avec l'étendue de l'utilisation des technologies de l'information et de la communication et notamment l'Internet, le rôle des intermédiaires de marché du travail est devenu de plus en plus important. En revanche l'internet concurrence les intermédiaires classiques de l'emploi avec l'apparition des sites électroniques de l'emploi, les réseaux sociaux

En Algérie 13 millions algériens connectent sur internet selon une enquête sur «Internet et les réseaux sociaux en Algérie», réalisée en février 2017 par la société spécialisée ImmarResearch&Consultancy. Dans ce cadre les algériens utilisent l'internet avec une large tendance pour finalité professionnelle (dans le travail, pour la formation et la recherche dans plusieurs domaines et pour avoir l'information dans le marché financier, marché du travail...). Ce qui a augmenté l'apparition des sites électroniques de l'emploi, et même les intermédiaires classiques de l'emploi ont créé des sites électroniques reliant les employeurs et chômeurs.

Nous avons pour objectif de connaître la situation de l'Algérie dans l'internet comme intermédiaire dans le marché du travail.

Notre problématique se déroule autour de la question suivante:

Est-ce que l'Internet peut devenir un intermédiaire unique dans le marché du travail utilisé par les offreurs et demandeurs de l'emploi en Algérie?

Pour répondre à notre problématique nous proposons les hypothèses suivantes:

H1: Le rapprochement entre offreurs et demandeurs du travail peut être réalisé par l'internet sans recours aux autres intermédiaires classiques.

H2: L'internet ne peut pas être l'unique intermédiaire dans le marché du travail.

Nous aborderons le sujet de recherche dans trois parties:

La première partie analyse les intermédiaires de marché de travail liées à Internet.

La deuxième partie est une revue de littérature des théories analysant l'intermédiation dans le marché du travail par l'Internet ainsi que les études empiriques.

Et enfin nous analyserons la situation de l'Algérie dans l'intermédiation dans le marché du travail par l'Internet. Avant de citer les résultats.

1-L'internet et l'intermédiation dans le marché du travail en Algérie:

L'intermédiation dans le marché du travail peut être réalisée par plusieurs canaux. Ces derniers fournissent de l'information pour rapprocher les demandeurs aux offreurs de travail. Il existe des intermédiaires classiques et par l'avènement des nouvelles technologies d'autres intermédiaires numériques sont apparues. Ceux-ci fournissent l'information en toute facilité, à moindre coûts et dans une durée limitée. Il est indispensable de connaître les canaux classiques du marché du travail avant de passer aux canaux numériques.

1-1-Les canaux classiques du marché du travail:

Les chercheurs de l'emploi et les employeurs utilisent des moyens différents pour avoir les bons emplois et les bons candidats. Ces canaux peuvent être formels ou informels mais parfois il est difficile de les distinguer puisqu'ils se croisent:

a-Les agences publiques de placement:

Le service public d'emploi est apparu vers la fin du 19^{ème} siècle en raison des préoccupations relatives à l'impact économique et social du chômage.

L'agence nationale de l'emploi l'ANEM, est l'organisme du service public de l'emploi en Algérie. Tout demandeur est tenu de s'inscrire auprès de l'agence de l'emploi de la commune ou de l'organisme public agréé. Tout employeur est tenu de notifier à l'agence de l'emploi de la commune ou de l'organisme privé agréé toute offre d'emploi.

Cette mission mise en œuvre par l'agence nationale de l'emploi (ANEM) en succession à l'office national de la main d'œuvre (ONAMO). Sa mission dans ce cadre est de recueillir et mettre en relation l'offre et la demande de travail (Anem, 2018)⁽¹⁾.

b-Les cabinets privés de placement:

En plus de l'agence de placement publique, des cabinets privés permettent l'appariement dans le marché du travail, ces cabinets agréés de l'Etat depuis 2007 en Algérie peuvent être généralistes ou spécialisés (pour les cadres ou les jeunes). A ce jour, les Organismes privés agréés de placement avec qui l'ANEM a signé des conventions de partenariat, sont au nombre de 25 (L'Anem, 2017)⁽²⁾.

c-La presse:

Les journaux s'avèrent le passage obligé pour trouver un emploi. C'est la première source d'information et celle que diffuse-la presse écrite. Les journaux permettent d'anticiper la possibilité d'emploi et de repérer les entreprises qui investissent et qui se modernisent. En Algérie les journaux les plus utilisées sont en langue française, on cite Le Quotidien d'Oran, la Liberté, El Moudjahid.

1 d-La Cooptation (le réseau):

2 Quand on a accès à des emplois grâce aux conseils des amis ou grâce aux conseils des proches, on parle du réseau. L'idée est d'aller à la rencontre des gens pour leur demander ce qu'ils sont en mesure d'apporter (Zouaneb, 2015, p246)⁽³⁾. Le réseau relève des canaux informels. Concrètement, on doit créer un réseau d'observateurs prêts à faire signe dès qu'une opportunité se

présente dans leur entreprise. Il peut s'agir d'un départ à la retraite, d'un besoin latent d'un créneau nouveau, etc.

e-Les salons et les journées portes ouvertes:

Un forum ou une Journée porte ouverte s'assimilent à un 1^{er} entretien de recrutement. Tout d'abord, il faut déjà avoir réfléchi précisément au projet professionnel, et avoir identifié les entreprises qui semblent intéressantes (Zouaneb, 2015, p247)⁽⁴⁾.

Pour tôt ou tard changer d'emploi ou tout simplement trouver un emploi, fréquenter les salons de recrutement ou les journées portes ouvertes organisées par les entreprises permet de nouer des contacts utiles, voire d'obtenir des rendez-vous. Il faut avant tout bien savoir ce que l'on cherche et cibler les rencontres.

Cela vaut aussi pour les journées portes ouvertes en entreprise: comme les salons, ces journées représentent pour les employeurs un processus de recrutement économique et pour les candidats un bon moyen de se familiariser avec une culture d'entreprise. On cite en Algérie des portes ouvertes à l'emploi, Le salon des talents, le salon des nouvelles technologies...

1-2-Le rôle de l'Internet dans l'appariement dans le marché du travail:

Avec la deuxième moitié des années 90, l'internet est devenu un moyen de communication et d'accès aux informations dans tous les marchés. On assiste au commerce électronique, la finance électronique, le marché du travail n'est pas loin de ce cadre ce qui a créé de nouveaux canaux ou agents d'intermédiation par Internet ce que nous présenterons dans cette partie. où ils se présentent en web classique sites électroniques, sites d'entreprises, et web 2.0, réseaux sociaux, blogs,...

a-Les sites électroniques (Jobboards): Nés au milieu des années 90 aux Etat Unis, les jobboards avaient initialement pour seule fonction, la fonction d'offres d'emploi. Ces sites offrent aux entreprises la possibilité de diffuser leur offre d'emploi à grande échelle et d'accéder à d'importante base de données de CV appelés «CVthèques».

Parmi les services fournis par ces sites d'emploi aux demandeurs d'emplois: (conseil d'orientation pour l'emploi, 2015, p11)⁽⁵⁾

- L'accès aux offres d'emploi et à un moteur de recherche multicritères ou par mots clés ;
- - un service de CV-thèque qui permet à des candidats de déposer leur curriculum vitae sur le site, afin de le rendre visible pour les recruteurs;
- - un service d'alerte e-mail qui permet à des candidats de recevoir, à leur domicile ou au bureau, des offres d'emploi ciblées en fonction de critères préalablement définis ;
- - l'accès à des conseils pour la recherche d'emploi ou pour préparer un entretien, à des fiches métiers ou secteurs, des informations sur l'actualité en matière d'emploi et de formation, etc.

Les recruteurs sont aussi concernés par les services de ces sites: (conseil d'orientation pour l'emploi, 2015, p11)⁽⁶⁾

- L'accès à une CV-thèque et à un moteur de recherche multicritères ou par mots clés ;
- - un service d'alerte e-mail pour recevoir les nouveaux CV les plus en adéquation avec le/les profil(s) recherché(s) ;
- - un service de push-mail permettant l'envoi de mails groupés aux candidats aux profils les plus pertinents ;
- - des conseils pour le recrutement, des données générales, sectorielles ou locales sur le marché du travail, etc.

On peut distinguer des sites d'emploi généralistes et des sites spécialistes.

En outre il existe **les agrégateurs d'offres d'emploi** (un autre type de sites numériques de l'emploi) qui agrègent les offres de sites d'emploi pour permettre aux candidats l'accès de façon centralisée à un grand nombre d'offres. Ainsi l'information diffusée est plus ciblée, les dispositifs de recherche mieux adaptés et les CV sont en général plus précis (Fondeur, 2006, p8)⁽⁷⁾.

Les **multidiffuseurs** d'offres d'emploi se sont intercalés entre le versant « recruteur » du marché du travail et les job boards. Apparus au début des années 2000, ils permettent aux recruteurs de diffuser leurs offres sur différents supports depuis un outil unique qui prend en

charge l'interfaçage avec chacun des job boards, (Fondeur 2016, p02)⁽⁸⁾.

En Algérie on relève plusieurs sites d'emploi comme: emploitic, emploi partner, tawdif.com...

b-Les sites des entreprises:

Ces sites ont plusieurs objectifs: améliorer la connaissance de l'entreprise, promouvoir une image attractive et bien entendu générer des candidatures. En Algérie les grandes entreprises affichent dans leurs sites électroniques des offres d'emplois, on cite le site de Sonatrach Sonelgaz...

c-Les réseaux sociaux sur Internet:

Ils représentent les nouveaux moyens de recherche en ligne des emplois ou des candidats. Ils sont devenus un grand espace de l'emploi en ligne. Classiquement un réseau social est défini comme une entité constituée d'un ensemble d'individus et des relations qu'ils entretiennent les uns avec les autres, directement ou indirectement par le biais de chaînes de relations (Fondeur et Lhermitte 2006, p102)⁽⁹⁾.

Fondeur et Lhermitte (2006, p109) définit le réseau social numérique de manière plus stricte comme un réseau social formalisé par l'intermédiaire d'un dispositif fondé sur les technologies de l'information et de la communication et spécifiquement dédié à la construction ou à la reconstitution de connexions sociales à leur gestion et/ou à leur mobilisation à des fins personnelles ou professionnelles.

On peut citer des exemples des réseaux sociaux numériques les plus utilisés: Facebook, Twitter et Instagram.

Des réseaux sociaux professionnels comme: LinkedIn créée en 2003 qui est le plus utilisé avec 500 millions membres où les membres peuvent rejoindre des groupes thématiques et obtenir des réponses et des questions pointues. Viadeo avec 65 millions de membres.

En plus de ces moyens numériques d'intermédiation dans le marché du travail, la fin des années 2000 a connu l'apparition des salons virtuels, et des curriculum-vitae et des offres d'emploi vidéo.

2-Aperçu théorique et empirique sur l'Internet comme intermédiaire dans le marché du travail:

Les théories du rôle de l'internet dans l'intermédiation dans le marché du travail sont récentes apparus avec l'élargissement de l'utilisation de l'Internet. Nous allons établir dans ce qui suit un aperçu des théories de l'information, ainsi que la technologie d'appariement et les études empiriques.

2-1-La théorie de l'information et les marchés électroniques du travail:

L'impact de l'introduction des TIC sur le marché du travail a pris un autre essor ces dernières années celui du rôle comme nouveau canal d'appariement entre les acteurs du marché du travail. Ce qui a élargi le champ théorique dans ce contexte et fait appel à d'autres théories telles que la théorie de l'information, la théorie d'appariement...

a-La théorie de la transparence de l'information:

Cette théorie repose sur les hypothèses du marché Walrassien. Elle suppose le marché du travail comme un espace de libre circulation de l'information. La particularité de cet espace est de fournir aux agents économiques, l'information nécessaire et suffisante à la réalisation des transactions. Les caractéristiques *relationnelles* de l'internet sont valorisées (circulation de l'information et accès à celle-ci) Mellet, (2004)⁽¹⁰⁾.

L'information doit donc circuler dans un espace plus large, mais le contenu de l'information est également important dans le contexte du marché du travail concernant la qualité et les prix des informations.

b-La technologie d'appariement:

La fonction d'appariement résume de façon très simplifiée le processus de rencontre entre les personnes à la recherche d'un emploi et les entreprises qui disposent d'un emploi vacant: pour un nombre donnée de chômeurs et d'emploi vacants – les inputs- elle donne le nombre de relations d'emploi ou appariement formés – outputs- (Ziesmen, 2003)⁽¹¹⁾.

La théorie de l'appariement propose un déplacement très important par rapport à la théorie standard qui suppose qu'un marché de concurrence pure et parfaite garantira un ajustement immédiat et optimal des offres et des demandes de travail.

Dans le cadre du marché appariement, le marché est défini comme un algorithme. La particularité de cet algorithme est de fabriquer des appariements justifiés entre offreurs et demandeurs d'emploi.

D'autres modèles se basent sur la théorie de l'information et la recherche d'emploi: cette théorie repose sur l'hypothèse de l'information parfaite et la transparence. Ces modèles se focalisent sur la recherche d'emploi. Depuis l'article fondateur de G. Stigler (1962). « Ces modèles posent que la recherche d'information sur les emplois vacants est coûteuse. Ces coûts peuvent s'apparenter à des coûts directs (par exemple le coût des déplacements, pour les visites ou pourrait aussi penser aux coûts d'envoi des CV, de réponse aux annonces, etc.), mais aussi des coûts d'opportunité (coûts du temps consacré à cette activité de recherche) et même à des coûts psychologiques si l'on considère que cette période est faite de désagrément pour le chercheur d'information » (Rémillon, 2006, p7)⁽¹²⁾.

c-L' internet et le marché du travail:

Mellet 2006, a étudié en détail les effets d'introduction de l'Internet dans le marché du travail. Il l'appelle *les marchés numériques du travail*. Dans ce contexte *Les technologies de rencontres* mises en œuvre par les intermédiaires empruntent aux deux représentations. D'un côté, une circulation des informations portant sur des qualités standardisées, visant à mettre en concurrence les candidatures ou les postes sur l'espace le plus large possible. De l'autre, un ciblage précis des postes et des candidatures, décrivant leurs qualités singulières, afin de procéder à un appariement le plus précis possible de ceux-ci. Dans les deux cas, l'information prend la forme de dénominations, c'est-à-dire d'énoncés collectant, inscrivant le candidat ou le poste dans un collectif à taille variable. Dans une visée de transparence, ces dénominations homogénéisent. Dans une visée d'appariement, ces dénominations singularisent. La recherche par mots-clés d'annonces d'offres d'emploi produit un effet de ciblage: elle rend opaque le reste des annonces formant l'ensemble du marché du travail. Dans le même temps, elle définit l'espace pertinent du marché: la mise en concurrence se fera entre les annonces ayant traversé avec succès l'épreuve de ciblage. Plus la recherche est sélective, plus le résultat est mince: le marché est réduit à peau de chagrin. Plus la recherche est large, plus le résultat est important: le marché est vaste. Le chercheur d'emploi, comme l'entreprise

recruteuse, détiennent un pouvoir original: celui de définir leur marché pertinent (Mellet, 2004 p17)⁽¹³⁾

2-2-Les études empiriques:

Plusieurs études ont été menées sur le rôle des nouvelles technologies et notamment l'Internet dans l'appariement du marché du travail. Certaines l'ont analysé du point de vue des chercheurs (Kuhn, 2003 ; Kuhn, Skuterud, 2004 ; Neuville, 2001 APEC (2012)⁽¹⁴⁾, Kuhn P., H. Mansour (2011) ou du point de vue des intermédiaires du marché (Fondeur, Tuchsirer, 2005⁽¹⁵⁾ ; Mellet, 2006) Harris Interactive (2013)⁽¹⁶⁾. Enfin, du point de vue des recruteurs RegionsJob (2013)⁽¹⁷⁾, Stepstone (2013)⁽¹⁸⁾, APEC (2014)⁽¹⁹⁾. Bessy et Michael (2006)⁽²⁰⁾ ont adopté le point de vue des employeurs en s'appuyant sur les données de l'enquête OFER (2005)⁽²¹⁾ sur les pratiques de recrutement des entreprises.

Mellet (2006) a étudié les procédures mises en œuvre par les chercheurs d'emploi connectés au moteur de recherche du site agrégateur Keljob. L'objectif initial était de rendre compte des conditions d'une recherche efficace – c'est-à-dire effectivement réductrice d'incertitude. Il a ainsi montré que le recours à l'internet peut s'avérer très profitable pour les candidats qui font un usage adéquat du moteur de recherche. Il a pu observer que – outre l'accès à un ordinateur connecté et les coûts ainsi engagés – la recherche d'emploi sur l'internet requiert des compétences. La navigation dans l'interface du site et le paramétrage du moteur de recherche peuvent être rapprochés d'usages de l'internet qui ne sont pas spécifiquement dédiés à la recherche d'emploi. (Mellet, 2006, P197)⁽²²⁾

Selon une étude menée par Beauvallet et al, 2006⁽²³⁾, sur les chômeurs de janvier 2004 à juin 2005 à Antibes et Paris, l'usage d'Internet participe au maintien de l'estime de soi et de proximité à l'emploi en fournissant aux chômeurs des activités permettant de ressentir un sentiment d'efficacité personnelle et de structurer leur quotidien autour de routines et d'artefacts.

Mellet a fait une étude empirique sur le site agrégateur keljob. L'objectif initial était rendu compte des conditions d'une recherche efficace et a montré que le recours à Internet peut s'avérer très profitable pour les candidats qui font un usage adéquat du moteur de recherche grâce à la réduction de l'incertitude pour les candidats.

- Selon une enquête de Harris interactive (2013)⁽²⁴⁾ pour Viadeo, les personnes à la recherche d'un emploi et les recruteurs sont convaincus de l'efficacité des réseaux professionnels numériques pour trouver un emploi et pour recruter. Cependant, les recruteurs sont plus nombreux que les actifs à penser que ces réseaux sont incontournables pour trouver un emploi et les actifs sont plus nombreux que les recruteurs à considérer qu'ils sont incontournables pour recruter: cela pourrait être le signe que leur efficacité réelle est parfois surestimée.

Dans une recherche plus récente⁽²⁵⁾ portant sur la période 2008-2009, Peter Kuhn et Hani Mansour(2011)⁽²⁶⁾ étudient l'impact de l'Internet sur la période de recherche d'emploi. Il ressort en effet que les jeunes demandeurs d'emploi qui cherchent par internet ont des durées de recherche plus courtes, de 25 % en moyenne, que ceux qui ne cherchent pas sur internet. Les auteurs avancent pour expliquer ce changement les hypothèses de l'amélioration de la conception des sites de recherche d'emploi (recherches ou filtres plus simples, suppression des annonces et CV obsolètes etc.) et d'externalités de réseaux plus importantes liées à un plus fort taux de connexion à internet.

Du point de vue des intermédiaires du marché du travail Mellet a utilisé les données sur les sites électroniques de l'emploi en France pour analyser l'impact de l'Internet sur le marché du travail. Selon ses résultats, l'Internet permet d'améliorer le niveau d'information à condition que cette information soit structurée. Des outils sont nécessaires pour structurer l'information et la rendre exploitable. Or ces outils ne sont pas neutres, car ils incorporent des modes qualifications tels que les classifications d'emploi constitués par les institutions du marché du travail (Mellet, 2007)⁽²⁷⁾.

Bessy et Michael (2006)⁽²⁸⁾ ont analysé l'impact de l'Internet sur le marché du travail du point de vue de recrutement en s'appuyant sur les données de l'enquête Offer (2005) sur les pratiques de recrutement des entreprises. Cette enquête réalisée par le DARES (le ministère de travail en France) repose sur un échantillon de 4000 établissements. L'analyse du contenu des annonces d'offre d'emploi montre que le support Internet est plus sélectif en particulier en mentionnant plus systématiquement les critères de formation et d'expérience. Ces exigences augmentant avec la

qualification du poste à pourvoir, cela pourrait expliquer la plus forte efficacité d'Internet pour les emplois de cadres.

Avec l'avènement des nouvelles technologies de nouveaux types de canaux d'appariement dans le marché du travail apparaissent comme les sites électroniques d'emploi, les réseaux sociaux... Ces nouveaux canaux concurrencent les canaux classiques d'appariement.

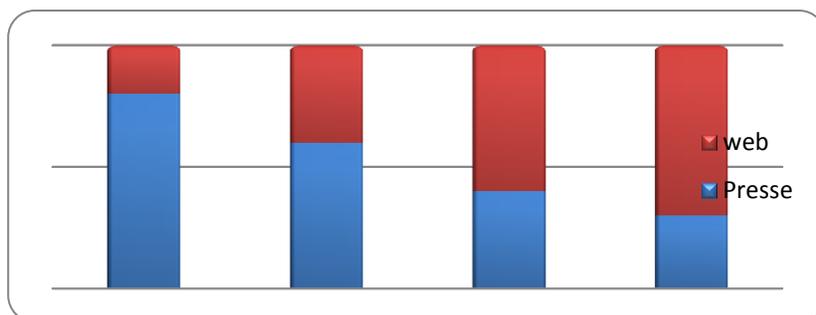
3-Les marchés numériques du travail en Algérie:

Ces dernières années les algériens notamment les jeunes se connectent à Internet à grande échelle. Plus de 13 millions d'Algériens âgés de 15 ans et plus surfent chaque jour sur internet — soit 46% de cette frange de la population — et environ 10,82 millions d'Algériens de cette catégorie d'âge fréquentent quotidiennement les réseaux sociaux, soit 38% de la population, selon une enquête sur «Internet et les réseaux sociaux en Algérie», réalisée en février 2017 par la société spécialisée ImmarResearch&Consultancy.

Selon cette enquête 9% des internautes effectuent, des recherches pour des besoins professionnels, 7% lisent la presse quotidienne en ligne, 4% consultent leurs messageries et envoient des e-mails, 4% téléchargent des films, musiques et jeux, 2% suivent et téléchargent des cours en ligne et 2% des logiciels.

L'Internet fait partie des habitudes de consommation des algériens en matière d'information, ce qui justifie le succès du recrutement sur ce support par rapport aux classiques « petites annonces » de la presse traditionnelle. En 2013 on relève 15 sites d'emploi en Algérie , aujourd'hui ce nombre a cru.

Figure n°1: Répartition des annonces d'emploi par support



Source: Site d'emploitic, 2013⁽²⁹⁾

En 2012, 66% du total des annonces d'emploi en Algérie ont été diffusés sur Internet contre uniquement 34% pour la presse écrite. Ces chiffres montrent que ce moyen donne aux offreurs et demandeurs d'emplois, l'accès rapide à l'information sur le marché du travail et avec les moindres coûts.

En 2013, le recrutement sur Internet a continué de progresser avec une part de marché qui s'élève à 80% du total des annonces d'emploi diffusées sur les médias. La tendance notée depuis ces trois dernières années s'est confirmée, puisque en 2013 pas moins de 80% des annonces d'emploi comptabilisées ont été diffusées sur Internet. Une très forte croissance qui est passée de 20% en 2009 à 80% en 2013, Zouaneb(2015)⁽³⁰⁾.

Cette évolution du recrutement sur Internet s'explique essentiellement par une évolution des mentalités au sein des entreprises, l'utilisation généralisée des nouvelles technologies dans les processus de gestion et une nette progression du nombre d'internautes en Algérie (plus de 13 millions d'internautes selon Immart research and consulting)⁽³¹⁾. S'ajoute à cela, une croissance économique positive, notamment hors hydrocarbures, ce qui a permis aux entreprises de recruter d'avantage.

En Algérie on relève plusieurs sites d'emploi comme:

Emploitic: lancée en 2006, ce site dédié à l'emploi, il cumule les offres d'emplois de plus de 6000 entreprises et plus de 620.000 candidats membres et plus de 6million de pages vues par mois, il offre la possibilité à ces membres de recruter ou d'avoir les opportunités d'emploi. Ses participants sont en hausse.

Tawdif.com appartenant à l'entreprise EMEDIA DZ, cette dernière est créée en 2007, dont l'objectif est de mettre en relation les différentes sociétés, cabinets de recrutement et les candidats.

Emploi partner site spécialisé dans le recrutement des talents.

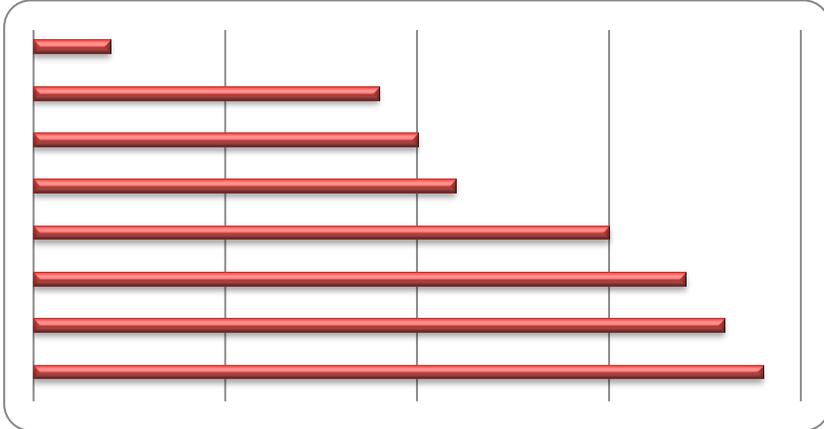
Talents et emploi en ligne cette entreprise

c-Le recrutement en ligne et sa répartition:

Selon les données du site emploitic des entreprises de toutes tailles recrutent sur le web. Les grandes entreprises algériennes sont

celles qui recrutent le plus sur internet, suivies par les multinationales et les PME/PMI.

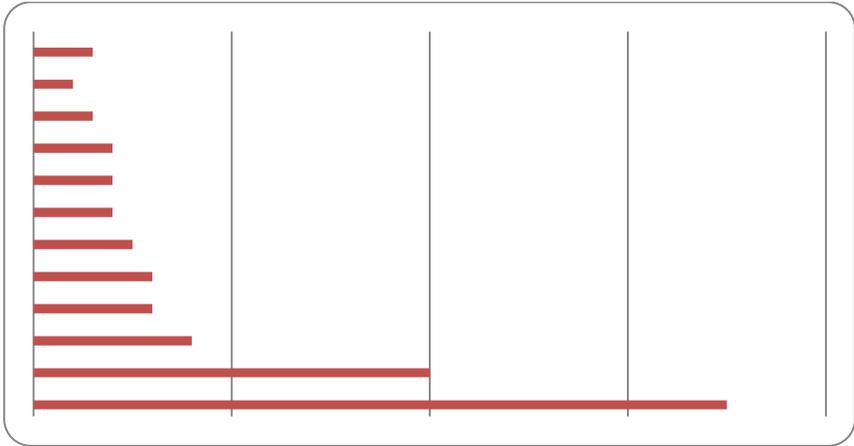
Figure N°02: Recrutement par secteur



Source: Emploitic, 2013

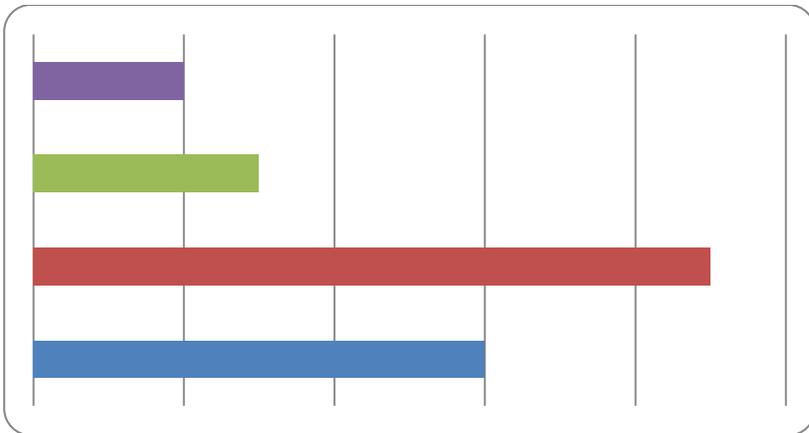
Le secteur de l'industrie occupe la première place en matière d'annonces de recrutement sur internet avec 19 % de croissance en 2012, suivi par le secteur des services avec 18 % qui a connu une forte croissance par rapport à 2010. Cette croissance est due, explique Emploitic.Com, à l'évolution du tissu de PME utilisant Internet pour leurs besoins de recrutements. Le secteur des banques et assurances, et le secteur du commerce et de la distribution avec respectivement 17%et 15% puis le secteur de l'informatique et télécommunication avec 11% , les secteur de BTP et construction et l'énergie et mines et l'administration prennent une petite part de recrutement par Internet. Ces secteurs sont composés essentiellement d'encadrement, d'ingénieurs, de techniciens et d'agents administratifs. Le secteur du BTP, même s'il est considéré comme le plus pourvoyeur d'emploi ; il en est autrement sur Internet puisqu'on retrouve principalement des annonces de niveau agent de maîtrise, ingénieur et cadre (Zouaneb, 2016, p140).

Le secteur Technologique a connu une certaine stabilité qui a reconnu une dynamique soutenue en 2014 avec l'introduction de la 3G et la 4G et ses effets stimulants pour le secteur. On retrouve ainsi tous types d'entreprise PME, entreprise nationale publique et privé, et multinationale.

Figure N°03: Recrutement par métiers

Source: Site d'emploitic, 2013

Un emploi sur trois, soit 35% des annonces a concerné les métiers liés au développement des affaires, au commercial et à la relation client. Viennent ensuite tous ceux liés à l'industrie, la production et l'ingénierie avec 20% des recrutements. On retrouve ensuite plus loin les autres catégories de métiers.

Figure N°04: Recrutement par niveau d'étude

Source: emploitic, 2013

Confirmant les statistiques de l'ONS précisant que plus le niveau d'instruction est élevé plus le taux d'insertion est important, le site

d'emploitic nous informe que plus de 65% des annonces d'emploi en ligne exigent un niveau d'étude Bac+4 et plus.

L'internet présente des avantages en matière de coûts de temps dans l'accès à l'information dans le marché du travail.

En revanche les sites électroniques en Algérie représentent des limites:

- Les sites électroniques en Algérie sont destinés largement aux cadres et diplômés ce qui diminue la chance pour les chômeurs non qualifiés. Ceci est dû au monopole de l'agence publique de l'emploi dans la réception des offres et demandes d'emploi.
- D'après l'étude de Zouaneb (2016, p181)⁽³²⁾ l'agence publique de l'emploi reste le canal dominant dans le recrutement par les entreprises enquêtées qui sont de nombre de 80 entreprises utilisent les modes classiques en plus de l'Internet dans le recrutement. Dont plus de 30% utilisent l'agence publique de l'emploi tandis que 20% ont recourt à l'Internet pour le recrutement et les autres mélangent entre ces moyens en plus de la presse.
- On connaît que l'Algérie accuse un retard pertinent en matière des nouvelles technologies. Donc pas tous les chômeurs ont accès à Internet puisqu'ils ne disposent pas aux nouvelles technologies notamment l'Internet, ce qui ne permet pas à tous les demandeurs d'emplois de trouver un emploi par ce canal.

Conclusion

L'internet a actuellement donné à l'intermédiation dans le marché du travail un nouvel essor. Nous assistons à de nouveaux sites d'emploi et aux réseaux sociaux numériques qui permettent aux entreprises et chômeurs d'accéder à l'information dans le marché du travail. L'internet présente des avantages en matière de coûts et de temps pour l'accès à l'information dans le marché du travail.

En outre même les intermédiaires classiques se sont transformés par le biais de l'Internet. Cela se manifeste par l'utilisation de leurs sites d'internet. On trouve elwassit pour l'Anem, et les annonces d'emploi dans les sites des journaux.

Ces intermédiaires de l'Internet représentent aujourd'hui des moyens incontournables pour trouver des opportunités d'emploi et des candidats de qualité. Des voix appellent aujourd'hui pour le rôle de Google dans ce contexte pour une intermédiation plus universelle et éliminant la différence des langues Fondeur(2017, p4)⁽³³⁾.

En Algérie le nombre élevé d'internautes a mis de ses sites d'emplois la route pour la recherche d'emploi et de candidats. Le nombre élevé des informations sur le marché du travail permet aux entreprises de trouver les compétences de qualité car par les CVthèques ils sont toutes les informations sur les candidats inscrits, pour les candidats les informations sur les postes offerts et les entreprises qui recrutent, la région de travail, leur donne la possibilité d'avoir des emplois plus convenables et selon leurs ambitions.

Cependant la loi oblige les entreprises et les chômeurs de passer par l'Anem pour l'emploi. En outre les canaux numériques d'emploi en Algérie ont des limites relatives au retard dans les nouvelles technologies dues au fossé numérique et l'accès des cadres plus que les autres à l'emploi par cette voie. Ces limites peuvent engendrer l'inégalité dans le marché du travail.

De plus même les recruteurs préfèrent les canaux classiques de l'emploi pour trouver les meilleurs candidats.

Donc c'est la deuxième hypothèse qui peut être réalisée c'est-à-dire que l'internet ne peut être le seul intermédiaire dans le marché du travail mais elle accentue le rôle des autres intermédiaires.

Dans ce cadre l'Etat doit prendre des mesures supplémentaires en élargissant le champ de travail des cabinets privés d'emploi, encourager le recours aux intermédiaires numériques du marché du travail et de développer le support d'Internet en renforçant l'installation des infrastructures nécessaires.

Références bibliographiques:

(1) Anem <http://www.anem.dz/>, consulté le 27/06/2018

(2) Anem, id.

(3) Zouaneb,2015, l'internet comme nouveau canal d'appariement en Algérie , revue algérienne semestrielle, Lancomnet, n02/ 1er semestre 2015

(4) Zouaneb,id.

-
- (5) Conseil d'orientation, 3 mars 2015, L'impact d'Internet sur le fonctionnement du marché du travail. France, <http://www.coe.gouv.fr>
- (6) Conseil d'orientation, id
- (7) Fondeur, 2006, recrutement et recherche d'emploi : une introduction, Revue de L'IREN N° 52 - 2006/3
- (8) Fondeur, 2016, Les offres d'emploi sur Internet : vers la « transparence » du marché du travail ? Connaissance de l'emploi n° 132 , Novembre. disponible sur le site : www.cee-recherche.fr
- (9) Fondeur et Ihemritte, 2006, Réseaux sociaux numériques et marché du travail, revue de l'IREN, N°52.
- (10) Mellet 2004, Internet et le marché de travail : cadrage des interactions et pluralité des formats d'informations, Réseaux N°125, Lavoisier
- (11) cité par Mellet, 2006, Les marchés numériques du travail: l'émergence de nouvelles technologies de coordination, Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Nanterre-Paris X, P32.
- (12) Remillon, Delphine, 2006, L'épreuve de la recherche d'emploi vue par les chômeurs âgés, document de travail n°61, Centre d'études de l'emploi, Mai.
- (13) cité par Zouaneb G, 2016., Les autoroutes de l'information comme nouveau vecteur pour la création de l'emploi, thèse de doctorat en sciences économiques, université de Tlemcen, Algérie.
- (14) APEC, 2012, Les cadres et les réseaux sociaux, Les études de l'emploi cadre, novembre.
- (15) Fondeur et al., 2012, les pratiques de recrutement et sélectivité sur le marché du travail, rapport de recherche du centre d'étude d'emploi, Mars
- (16) Harris interactive, 2013, Regards croisés actifs / recruteurs : la place des réseaux sociaux professionnels sur le marché de l'emploi, étude ACCE-Viadeo.
- (17) RegionsJob, 2013 Etat des lieux du recrutement sur les réseaux sociaux
- (18) stepstone2013, Le recrutement via les réseaux sociaux : mythe ou réalité
- (19) APEC, 2014, Le recours aux intermédiaires du recrutement : pratiques et perceptions, Les études de l'emploi cadre, n°2014-44, juin
- (20) Bessy michel Marchal, 2006, La mobilisation d'Internet pour recruter : aux limites de sélection à distance, revue de l'IREN n°52, 2006/3.
- (21) Offer 2005 Analyse des données d'usage d'un moteur de recherche d'offres d'emploi, www.keljob.com, numéro spécial : Internet, recrutement et recherche d'emploi.
- (22) Mellet, 2007, Analyse des données d'usage d'un moteur de recherche d'offres d'emploi, www.keljob.com, numéro spécial : Internet, recrutement et recherche d'emploi.
- (23) Beauvallet et al., L'usage d'Internet par les demandeurs d'emploi », La Revue de l'Ires 2006/3 (n° 52), p. 41-69. DOI 10.3917/rdli.052.0041
- (24) Harris interactive, id
- (25) Cette étude est basée sur une étude réalisée par Kuhn et Skuterud's en 2004 sur l'internet et la durée de recherche de l'emploi, Kuhn, Peter and Mikal Skuterud.

“Internet Job Search and Unemployment Durations” American Economic Review 94(1) (March 2004): 218-232)

(26) Kuhn P., H. Mansour ,2011,Is Internet Job Search Still Ineffective?”, IZA Discussion Paper n°5955, September.

(27) Melet 2007, Mellet, 2007, Analyse des données d’usage d’un moteur de recherche d’offres d’emploi, www.keljob.com, numéro spécial : Internet, recrutement et recherche d’emploi.

(28) Bessy et michel, id

(29) www.emploitic.com

(30) Zouaneb, 2015

(31) Immart research and consulting, 2017

(32) Zouaneb 2016

(33) Fondeur, 2017, Google et le marché numérique du travail , Connaissance de l’emploi n° 136 , Mai. sur le site : www.cce-recherche.fr