



Projet proposé dans le cadre de M@rsouin 2006.



TIC et Recrutement : L'impact des caractéristiques des offres d'emploi et des CV en ligne sur l'évaluation des postulants et des recruteurs

A- FICHE DE RÉSUMÉ.

Titre du Projet : TIC et Recrutement : L'impact des caractéristiques des offres d'emploi et des CV en ligne sur l'évaluation des postulants et des recruteurs

Description courte du Projet : (*maximum 10 lignes*)

L'Internet joue aujourd'hui un rôle considérable dans la diffusion d'offres d'emplois des entreprises mais également dans la réception de propositions de CV ou de demandes d'embauche de la part des personnes en situation de recherche d'emploi. Paradoxalement, si, dans le secteur des grandes entreprises, 90 % de la diffusion des offres et du processus de rencontre avec les postulants passent par Internet, il y a peu de travaux sur les évaluations et les processus de décision en jeu dans le cadre d'une telle relation entre un candidat, un recruteur et une offre d'emploi.

L'objectif de ce projet de recherche sera de travailler sur cette problématique d'évaluation des offres d'emploi par les candidats potentiels et sur l'évaluation de CV mis en ligne par des recruteurs ou des entreprises.

Coordinateur du projet :

Le coordinateur sera la personne chargée de faire fonctionner le projet, de centraliser les rapports, etc. Elle appartient à un laboratoire de M@rsouin.

Prénom :	Nicolas
Nom :	Guéguen
Organisme/Laboratoire :	Université de Bretagne Sud laboratoire GRESICO
Courriel	nicolas.gueguen@univ-ubs.fr

Résumé du projet (2 pages maxi).

Objectifs. *Quel est le but du projet (reprendre le résumé de 10 lignes). Quelles sont les retombées attendues du projet ?*

But du projet.

L'Internet joue aujourd'hui un rôle considérable dans la diffusion d'offres d'emplois des entreprises mais également dans la réception de propositions de CV ou de demandes d'embauche de la part des personnes en situation de recherche d'emploi. Paradoxalement, si, dans les secteurs des grandes entreprises, 90 % de la diffusion des offres et du processus de rencontre avec les postulants passent par Internet, il y a peu de travaux sur les évaluations et les processus de décision en jeu dans le cadre d'une telle relation entre un candidat, un recruteur et une offre d'emploi.

L'objectif de ce projet de recherche sera de travailler sur cette problématique d'évaluation des offres d'emploi par les candidats potentiels et sur l'évaluation de CV mis en ligne par des recruteurs.

Retombée en terme de recherche théorique : (*quelles avancées théoriques sont attendues, quelles publications sont prévues*).

L'objectif en termes théoriques est d'appréhender les processus et les caractéristiques du traitement de l'information liés au cas particulier du traitement des offres d'emplois et des CV sur Internet. Ces travaux apporteront des données théoriques à la compréhension des mécanismes cognitifs de décision en matière de recrutement. Ils permettront en outre de mieux cerner les correspondances et les incompréhensions existantes entre les deux partenaires du processus de recrutement liée à une offre d'emploi : le postulant potentiel et celui qui offre l'emploi ou celui qui apparaît chargé du recrutement.

Les résultats des expérimentations prévues trouveront un accueil favorable dans des revues scientifiques en lien avec ce champ de recherche. Il s'agit soit de revues françaises (Revue Européenne de Psychologie Appliquée, Revue de Psychologie du Travail ou des organisations...) soit des revues étrangères et notamment nord-américaines (Journal of Management, Journal of Applied Social Psychology...). Des revues plus professionnelles pourraient également servir de support à des valorisations de ces recherches (Le Journal de l'Emploi, Journal of Employment Counseling...)

Retombée en terme de recherche appliquée : *(quels résultats pour la conception et le développement de nouveaux produits/services selon un processus centré usages, incluant donc l'analyse d'usages existants et émergents ?)*

Les retombées en terme de recherche appliquée de ce programme de recherche sont de deux ordres :

- 1) Obtenir des données scientifiques et théoriques sur la façon dont des demandeurs d'emplois analysent des offres (caractéristiques pertinentes, informations privilégiées, éléments centraux et périphériques,...). De telles connaissances permettraient d'offrir une aide aux entreprises dans la conception d'offres d'emplois diffusées sur le net.
- 2) Obtenir des données sur les processus de décision et d'évaluation mis en œuvre par les recruteurs lorsqu'ils sont amenés à retenir ou ne pas retenir tels ou tels postulants à une offre d'emploi ou lors d'envoi de candidatures spontanées. Ici encore, les connaissances développées pourront servir à aider les candidats à une offre d'emploi diffusée sur Internet à concevoir des CV qui optimisent leur probabilité de faire l'objet d'un traitement favorable de la part d'un recruteur ou d'un employeur.

Retombée en terme de développement d'outils : *(est-il prévu la création et la mise au point de méthodes, outils et processus précis, fiables et efficaces pour l'étude scientifique des usages des TIC ?)*

On ne peut pas réellement parler d'outils au sens techniques du terme. Toutefois, l'objectif de ces recherches est plus d'offrir au candidats à un emploi et aux entreprises chargées de diffuser des offres d'emploi des outils conceptuels destinés à renforcer l'attractivité de leurs produits numériques : soit les offres pour les entreprises soit les CV pour les postulants.

Bibliographie, état de l'art. *(max. : ½ page. Indiquer quelles disciplines et théories sont mises en oeuvre, qu'est-ce qui a déjà été fait sur le sujet.)*

90 % des entreprises nord-américaines ont construit leur site Web pour y publier des offres

d'emploi, élargir leur champ de diffusion ou obtenir, plus rapidement, des informations concernant le profil des candidats potentiels (Cappelli, 2001). Ces objectifs sont, *a priori*, atteints puisqu'une enquête relativement récente indique qu'après la page d'accueil, la page dédiée à l'emploi et aux carrières est celle la plus visitée (Peters, 2001). De plus, 80 % des *Curriculum Vitae* envoyés le sont *via* les sites Web (Slywotzky, 1999). Ces derniers sont donc devenus une ressource essentielle pour les entreprises comme pour les chercheurs d'emploi et ont suscité, de ce fait, de nombreuses recherches. Ces travaux ont eu deux orientations. L'une portant sur la comparaison avec un média de diffusion traditionnel des offres d'emplois (les journaux) et l'autre portant sur la conception et l'impact des caractéristiques des sites Web des sociétés qui diffusent ces offres d'emploi.

Le projet de recherche soumis s'inspirera d'un point de vue théorique et méthodologique des premiers travaux anglo-saxons en essayant de voir si les processus cognitifs à l'oeuvre dans la conception et le traitement d'offres d'emploi d'entreprises ou de CV de candidats opèrent également dans notre culture. Le sous-projet 1 constitue un projet typique de recherche de ce type. Le sous-projet 2 constitue une approche plus originale dans la mesure où il n'y a pas de travaux expérimentaux sur ce type de problématique. De fait, les apports conceptuels ont plus de chances d'être le fait de ce sous-projet tandis que le sous-projet 1 permettra de valider ou d'infirmer la pertinence de données empiriques et de modèles théoriques existants dans la littérature anglo-saxonne.

Bibliographie

Cappelli, P. (2001). Making the most of on-line recruiting. *Harvard Business Review*, 79 139-146.

Peters, K. (2001). Five keys to effective e-cruiting. *Business Journal*, 65(3), 8-10.

Slywotzky, A. (1999). Digital companies. *Fast Compagny*, 22, 96-97.

Organisation du projet. (*précisez : le découpage en sous-projet, et pour chaque sous projet, sa durée, ses objectifs, les participants, le/la responsable. Chaque sous-projet doit être conduit en partenariat ! Maximum une page.*)

Le projet sera organisé en 2 sous-projets correspondant à deux composantes distinctes du processus de recrutement à savoir la diffusion d'offres d'emploi vers de potentielles personnes intéressées et la réponse de ces cibles à ces offres. Chaque projet sera réalisé en partenariat puisque les 2 disciplines mentionnées ci-dessus interviennent systématiquement dans chaque sous-projet.

Le premier axe de recherche a pour objectif de déterminer l'impact du média informatisé sur l'évaluation d'une offre d'emploi par des postulants. Il est composé de deux expérimentations. La première vise à comparer des modes de présentation papier *versus* informatisé des offres d'emploi et d'évaluer ainsi si des différenciations de traitement, d'analyse et d'évaluation existent afin de distinguer les aspects spécifiques de traitement dont chacun des supports fait l'objet. La seconde expérimentation vise à étudier les facteurs ergonomiques influençant l'évaluation d'une offre d'emploi diffusée sur Internet afin de cerner plus précisément les caractéristiques de forme et non de contenu de l'information qui affectent le plus l'évaluation et le traitement que font les candidats potentiels des ces offres.

Le responsable de ce sous-projet sera Monsieur Nicolas Guéguen du laboratoire Gresico de

l'Université de Bretagne-Sud pour l'expérience 1 Madame Nathalie Pichot du Laboratoire LAUREPS de l'université de Rennes 2 pour l'expérience 2.

Le second sous-projet a pour objectif de faire évaluer, par des recruteurs, les CV transmis par le biais d'Internet. Ici aussi deux expérimentations sont envisagées. L'expérience 1 vise à comparer des modes de présentation papier *versus* informatisé des *Curriculum Vitae* et à voir l'impact de telle ou telle caractéristique sur le jugement des évaluateurs. L'expérience 2 étudiera l'impact des facteurs esthétiques et ergonomiques des CV Internet sur les évaluations et les décisions des recruteurs.

Le responsable de ce sous-projet sera Monsieur Nicolas Guéguen du laboratoire Gresico de l'Université de Bretagne-Sud pour l'expérience 1 Madame Nathalie Pichot du Laboratoire LAUREPS de l'université de Rennes 2 pour l'expérience 2.

B- LABORATOIRES IMPLIQUÉS, RESSOURCES MISES EN OEUVRES.

Il s'agit d'indiquer ici, pour chaque partenaire, qui va faire le travail, quelle sera l'implication de chaque personne.

Partenaire 1 - Chef de file :

Prénom, Nom :	Statut : (<i>permanent, cdd, stagiaire...</i>)	Implication : (<i>en mois de travail</i>).	Discipline scientifique :
Nicolas Guéguen	Permanent	3 mois	Sciences cognitives et du comportement
Gregory Le Navenan	Doctorant	3 mois	Sciences cognitives et du comportement

Partenaire 2 :

Prénom, Nom :	Statut : (<i>permanent, cdd, stagiaire...</i>)	Implication : (<i>en mois de travail</i>).	Discipline scientifique :
Nathalie Pichot	Permanent	3 mois	Sciences cognitives et du comportement
À définir (Docteur)	CDD	6 mois	

C – PRÉSENTATION DÉTAILLÉE DU PROJET.

C1 - Objectifs du projet.

C1.1 Description des objectifs.

Objectif général du projet. (*Qu'est ce que vous voulez étudier, pourquoi, pour quel(s) résultat(s) ?*)

L'Internet joue aujourd'hui un rôle considérable dans la diffusion d'offres d'emplois des entreprises mais également dans la réception de propositions de CV ou de demandes d'embauche de la part des personnes en situation de recherche d'emploi. Paradoxalement, si, dans le secteur des grandes entreprises, 90 % de la diffusion des offres et du processus de rencontre avec les postulants passent par Internet, il y a peu de travaux sur les évaluations et les processus de décision en jeu dans le cadre d'une telle relation entre un candidat, un recruteur et une offre d'emploi.

L'objectif de ce projet de recherche sera de travailler sur cette problématique d'évaluation des offres d'emploi par les candidats potentiels et sur l'évaluation de CV mis en ligne par des recruteurs.

Objectifs spécifiques. (*détaillez les objectifs scientifiques, techniques et sociaux du projet.*)

Quels sont les objectifs scientifiques, en terme de recherche théorique et appliquée ?

Retombée en terme de recherche théorique

L'objectif en termes théoriques est d'appréhender les processus et les caractéristiques du traitement de l'information liés au cas particulier du traitement des offres d'emplois et des CV sur Internet. Ces travaux apporteront des données théoriques à la compréhension des mécanismes cognitifs de décision en matière de recrutement. Ils permettront en outre de mieux cerner les correspondances et les incompréhensions existantes entre les deux partenaires du processus de recrutement liée à une offre d'emploi : le postulant potentiel et celui qui offre l'emploi ou celui qui apparaît chargé du recrutement.

Les résultats des expérimentations prévues trouveront un accueil favorable dans des revues scientifiques en lien avec ce champ de recherche. Il s'agit soit de revues françaises (Revue Européenne de Psychologie Appliquée, Revue de Psychologie du Travail ou des organisations...) soit des revues étrangères et notamment nord-américaines (Journal of Management, Journal of Applied Social Psychology...). Des revues plus professionnelles pourraient également servir de support à des valorisations de ces recherches (Le Journal de l'Emploi, Journal of Employment Counseling...)

Retombée en terme de recherche appliquée :

Les retombées en terme de recherche appliquée de ce programme de recherche sont de deux ordres :

- 1) Obtenir des données scientifiques et théoriques sur la façon dont des demandeurs d'emplois analysent des offres (caractéristiques pertinentes, informations privilégiées, éléments centraux et périphériques,...). De telles connaissances permettraient d'offrir une aide aux entreprises dans la conception d'offres d'emplois diffusées sur le net.
- 2) Obtenir des données sur les processus de décision et d'évaluation mis en œuvre par les recruteurs lorsqu'ils sont amenés à retenir ou ne pas retenir tels ou tels postulants à une offre d'emploi ou lors d'envoi de candidatures spontanées. Ici encore, les connaissances développées pourront servir à aider les candidats à une offre d'emploi diffusée sur Internet à concevoir des CV qui optimisent leur probabilité de faire l'objet d'un traitement favorable de la part d'un recruteur ou d'un employeur.

Quels sont les objectifs techniques, quels outils (réutilisables, si possibles) sont attendus ?

On ne peut pas réellement parler de création d'outils au sens techniques du terme. Toutefois, l'objectif de ces recherches est plus d'offrir aux candidats à un emploi et aux entreprises chargées de diffuser des offres d'emploi des outils conceptuels destinés à renforcer l'attractivité de leurs produits numériques : soit les offres pour les entreprises soit les CV pour les postulants. De fait, ces travaux peuvent offrir des pistes conceptuelles et méthodologiques pour mettre en place des modes de présentation des offres d'emplois, sur Internet, améliorer leur compréhension, accroître leur attractivité, mieux cibler les différents candidats potentiels à ces offres. Du côté de l'utilisateur, on peut imaginer que les résultats de ces expérimentations aideront à mieux comprendre les mécanismes cognitifs du traitement de ces informations. L'ergonomie, permettra ici aussi de faciliter le traitement de l'information des offres d'emploi, de permettre aux candidats de mieux apprécier s'il y a ou non adéquation des offres avec leurs caractéristiques de formation ou leur expérience.

Quels sont les objectifs sociaux ? *(en quoi cela va permettre l'appropriation, la diffusion, la création d'activités innovantes autour des TIC ?)*

S'il est difficile d'envisager les impacts sociaux immédiats de nos travaux, il est clair que ceux –ci s'inscrivent dans une évaluation générale des pratiques de recrutement aujourd'hui. De fait, on peut penser que dans les années à venir, le recours à l'Internet dans la sphère du recrutement sera généralisé et que ce média soit le principal sinon quasiment le seul à être utilisé dans le processus de rencontre entre une demande et une offre d'emploi. Nos travaux visent donc à analyser la façon dont ce processus se réalise. On peut donc penser que les résultats de nos travaux peuvent inspirer les personnes ayant en charge une partie des processus de valorisation d'une offre d'emploi sur Internet. De fait, sous cet aspect, la valorisation sociale sera essentiellement celle de l'entreprise. Toutefois, ces travaux peuvent également servir l'axe pédagogique en offrant dans le cadre de la formation à la recherche d'emploi des outils de recherche et d'analyse des offres d'emploi mais également des outils de valorisation individuelle des chercheurs d'emploi.

Il est à noter qu'un des acteurs du projet (Mr Gregory Le Navenant) est actuellement en thèse au laboratoire GRESICO et l'objet de sa thèse porte sur les processus de valorisation d'un demandeur d'emploi. Ce thésard est salarié d'une association nationale de placement de personnes en recherche d'emploi et de bilan de compétences. Aussi l'évaluation de l'impact direct de nos recherches sera testée en situation réelle tout au long du dispositif.

C1.2 Étude bibliographique. (État de l'art dans le domaine, notamment autres projets connus, référence théorique utilisées, dans le projet. Grand maximum 2 pages.)

La plupart des entreprises possèdent aujourd'hui un site Web pour, notamment, optimiser leur recrutement (Harrington, 2002)¹. Ainsi, 90 % des entreprises nord-américaines² ont construit leur site Web pour y publier des offres d'emploi, élargir leur champ de diffusion ou obtenir, plus rapidement, des informations concernant le profil des candidats potentiels (Cappelli, 2001)³. Ces objectifs sont, *a priori*, atteints puisqu'une enquête relativement récente indique qu'après la page d'accueil, la page dédiée à l'emploi et aux carrières est celle la plus visitée (Peters, 2001)⁴. De plus, 80 % des *Curriculum Vitae* envoyés le sont *via* les sites Web (Slywotzky, 1999)⁵. Ces derniers sont donc devenus une ressource essentielle pour les entreprises comme pour les chercheurs d'emploi et ont suscité, de ce fait, de nombreuses recherches. Ces travaux ont eu deux orientations.

La première établit la spécificité des sites Web d'entreprise en tant que moyen de communication par rapport à des médias plus habituels : les journaux... Les données recueillies indiquent que la consultation des informations contenues dans les sites Web d'entreprise est plus vivante, plus dynamique que sur les supports classiques et attire davantage les postulants (Coyle & Thorson, 2001)⁶. Cet effet est essentiellement expliqué par des facteurs ergonomiques (Zusman et Landis, 2002)⁷ comme l'usage de couleurs, d'images, de sons, la présence de liens... et par la finalité ou l'orientation du site Web (Williamson, Lepak et King, 2003)⁸. Celui-ci peut effectivement avoir une fonction unique : 1) Promouvoir l'entreprise auprès d'éventuels candidats en communiquant sur ses réalisations, ses projets, les possibilités d'évolution en son sein... ou 2) évaluer ceux-ci en ligne en les interrogeant sur leurs connaissances, leurs compétences, leurs expériences... Les sites Web d'entreprise peuvent aussi allier ces deux activités. Ils motivent alors davantage de candidatures car ils placent les chercheurs d'emploi en quasi situation d'entretien d'embauche. La qualité des informations (degré d'adéquation aux valeurs de l'entreprise élevé...) qui leur sont retournées est, en ce cas, déterminante (Dineen, Asch et Noe, 2002)⁹.

La seconde orientation de recherche portant sur les sites Web d'entreprise vise une meilleure compréhension du processus mis en jeu durant leur évaluation (Cober, Brown, Keeping et Levy, 2004)¹⁰. Le modèle proposé comprend deux phases. La perception que les demandeurs d'emploi ont d'un site Web d'entreprise serait, tout d'abord, influencée par l'esthétique (Schenkman et Jonsson, 2000)¹¹ et par la convivialité (Chen et Wells, 1999)¹² de sa page d'accueil. Cette première impression

¹ Harrington, A. (2002). Can anyone build a better Monster? *Fortune*, 145, 189-192.

² Ce chiffre est 64 % pour les entreprises françaises (Source : www.focusrh.com, article du 10/02/2004)

³ Cappelli, P. (2001). Making the most of on-line recruiting. *Harvard Business Review*, 79 139-146.

⁴ Peters, K. (2001). Five keys to effective e-cruiting. *Business Journal*, 65(3), 8-10.

⁵ Slywotzky, A. (1999). Digital companies. *Fast Compagny*, 22, 96-97.

⁶ Coyle, J. R., & Thorson, E. (2001). The effect of progressive levels of interactivity and vividness in web marketing sites. *Journal of Advertising*, 30(3), 65-77.

⁷ Zusman, R. R., & Landis, R. S. (2002). Applicant preferences for Web-based versus traditional job posting. *Computer in human behaviour*, 18(3), 285-296.

⁸ Williamson, I. O., Lepak D. P., & King, J. (2003). The effect of company recruitment web site orientation on individuals' perceptions of organisational attractiveness. *Journal of Vocational Behavior*, 63, 242-263.

⁹ Dineen, B. R., Asch, S. R., & Noe, R. A. (2002). A web of applicant attraction: Person-organization fit in the context of web-based recruitment. *Journal of Applied Psychology*, 87, 723-734.

¹⁰ Cober, R.T., Brown, D. J., Keeping, L. M., & Levy, P. E. (2004). Recruitment on the Net: How do organizational web site characteristics influence applicant attraction? *Journal of management*, 30(5), 623-626.

¹¹ Schenkman, B. N., & Jonsson, F. U. (2000). Aesthetics and preference of web pages. *Behavior and Information Technology*, 19(5), 367-377.

¹² Chen, Q., & Wells, W. D. (1999). Attitude toward the site. *Journal of Advertising Research*, 5, 27-37.

couplée aux propriétés du site Web : navigation, temps de réaction, contenu (Palmer, 2002)¹³, conditionnerait ensuite le jugement produit sur les moyens qu'il offre pour trouver un emploi ou sur son efficacité (Karat, 1997)¹⁴. Plusieurs variables propres aux candidats sont, cependant, susceptibles de modifier ces appréciations successives : 1) Les attitudes antérieurement développées par rapport à l'entreprise qui a conçu le site (Cober et al., *op. cit.*), envers l'informatique en général ou par rapport à leurs propres capacités dans le domaine (Compeau, Higgins et Huff, 1999)¹⁵ et 2) Les comportements de recherche d'information et le degré de familiarité avec Internet (Cober et al., *op. cit.*).

¹³ Palmer, J. W. (2002). Web site usability, design, and performance metrics. *Information systems Research*, 13, 151-167.

¹⁴ Karat, J. (1997). Evolving the scope of user-centered design. *Communication of the ACM*, 40, 33-38.

¹⁵ Compeau, D. R., Higgins, C. A., & Huff, S. (1999). Social cognitive theory and individual reactions to computing technology: A longitudinal study. *MIS Quarterly*, 23, 145-158.

C3 - Organisation du projet.

C3.1 Découpage du projet en sous-projets (précisez : le découpage en sous-projet, et pour chaque sous projet, sa durée, ses objectifs, les participants, le/la responsable. Chaque sous-projet doit être conduit en partenariat ! Maximum deux pages.)

Le projet sera organisé en 2 sous-projets correspondant à deux composantes distinctes du processus de recrutement à savoir la diffusion d'offre d'emploi vers de potentielles personnes intéressées et la réponse de ces cibles à ces offres. Chaque projet sera réalisé en partenariat puisque les 2 disciplines mentionnées ci-dessus interviennent systématiquement dans chaque sous-projet.

Le premier axe de recherche a pour objectif de déterminer l'impact du média informatisé sur l'évaluation d'une offre d'emploi par des postulants. Il est composé de deux expérimentations. La première vise à comparer des modes de présentation papier *versus* informatisé des offres d'emploi et d'évaluer ainsi si des différenciations de traitement, d'analyse et d'évaluation existent afin de distinguer les aspects spécifiques de traitement dont chacun des supports fait l'objet. La seconde expérimentation vise à étudier les facteurs ergonomiques influençant l'évaluation d'une offre d'emploi diffusée sur Internet afin de cerner plus précisément les caractéristiques de forme et non de contenu de l'information qui affectent le plus l'évaluation et le traitement que font les candidats potentiels des ces offres.

Le responsable de ce sous-projet sera Monsieur Nicolas Guéguen du laboratoire Gresico de l'Université de Bretagne-Sud pour l'expérience 1 Madame Nathalie Pichot du Laboratoire LAUREPS de l'université de Rennes 2 pour l'expérience 2.

Le second sous-projet a pour objectif de faire évaluer, par des recruteurs, les CV transmis par le biais d'Internet. Ici aussi deux expérimentations sont envisagées. L'expérience 1 vise à comparer des modes de présentation papier *versus* informatisé des *Curriculum Vitae* et à voir l'impact de telle ou telle caractéristique sur le jugement des évaluateurs. L'expérience 2 étudiera l'impact des facteurs esthétiques et ergonomiques des CV Internet sur les évaluations et les décisions des recruteurs.

Le responsable de ce sous-projet sera Monsieur Nicolas Guéguen du laboratoire Gresico de l'Université de Bretagne-Sud pour l'expérience 1 Madame Nathalie Pichot du Laboratoire LAUREPS de l'université de Rennes 2 pour l'expérience 2.

Dans les deux cas, les travaux seront conduits en partenariat entre le laboratoire GRESICO et le LAUREPS.

C3.2 Méthodologie de validation des résultats. (Comment vous allez tester réellement vos hypothèses, à qui, quel(s) acteur(s) socio-économique(s) vous allez présenter vos résultats, sous quelle forme, etc.)

La réalisation de ce programme expérimental implique, en premier lieu, la réalisation d'un certain nombre de tâches :

- ***Un travail d'élaboration et/ou d'adaptation du matériel expérimental en vue de sa validation*** : Le contenu et la mise en forme de l'offre d'emploi et du *Curriculum Vitae* manipulés, doivent être construits de façon crédible pour les publics visés (Les candidats et les professionnels du recrutement). Ils doivent être, de plus, perçus comme étant dans la normale ou dans la moyenne pour éviter des effets plafond ou plancher. Le matériel expérimental devra donc être pré testé à plusieurs reprises.
- ***L'informatisation du matériel expérimental, de la procédure expérimentale et du recueil des résultats*** : Cette phase requiert l'emploi à plein temps d'un étudiant en doctorat, spécialiste du domaine, sur trois mois. Ce dernier traitera, en plus, l'ensemble des résultats liés au pré test du matériel expérimental (Gestion de l'ensemble des opérations nécessaires à sa validation) et à la réalisation des expériences.
- ***La constitution d'échantillons représentatifs*** : Les populations expérimentales visées sont spécifiques (Demandeurs d'emploi et professionnels du recrutement) et nécessiteront, pour les constituer, de nombreuses démarches (Courriers, appels téléphoniques pour les prises de rendez-vous...) puis de nombreux déplacements sur l'ensemble de la Région Bretagne. Il est, en effet, nécessaire au regard des caractéristiques des sujets, d'en rencontrer beaucoup et ce, en passation individuelle.

La réalisation de ce programme de recherche induit, dans un second temps, la mobilisation de matériel informatique. Le LAUREPS (Laboratoire de psychologie sociale de l'université de Rennes 2) dont je fais partie, est actuellement dans l'impossibilité d'immobiliser deux à trois PC portables sur un temps excédent une semaine et ce fait reste exceptionnel. La réalisation des expériences proposées ici requiert donc l'achat de deux PC portables. Les personnes faisant passer les expériences seront des étudiants réalisant leur TER en Master 2.

C4 - Description des sous-projets.

- 1 Les sous-projets représentent les grandes phases du projet. Ils sont conduits en partenariat.

C4.1.Sous-projet 1 : L'évaluation des offres d'emploi diffusées sur Internet

C4.1.1 Objectifs du sous-projet.

Le premier axe de recherche de notre projet général a pour objectif de déterminer l'impact du média informatisé sur l'évaluation d'une offre d'emploi par des postulants. Il est composé de deux expérimentations.

Expérience 1 : Comparaison des modes de présentation papier *versus* informatisé des offres d'emploi

Cette expérience implique la présentation à des candidats *via* un support papier *versus* informatisé d'une même offre d'emploi et une comparaison des jugements ainsi suscités. Ces derniers sont supposés être plus favorables en condition informatisée qu'en condition papier. Le poste dépeint devrait ainsi être perçu comme étant plus facilement accessible et plus intéressant lorsqu'il est présenté sur un support informatisé. Il devrait également induire une description du profil de personnalité nécessaire à son obtention et une attitude envers l'entreprise qui recrute plus positives. Ces effets dépendront des caractéristiques propres aux postulants, à savoir : L'attitude développée envers l'informatique et son utilisation dans le cadre du recrutement, leur niveau de compétence en informatique, l'habitude qu'ils ont de l'utiliser ou pas dans le cadre de leur recherche d'emploi et leur degré de familiarité avec Internet. Plus une personne adoptera une position positive envers l'informatique, plus elle valorisera les documents diffusés par ce biais. Ce pattern de résultats est attendu pour toutes les autres variables précitées (la compétence, l'habitude...).

Expérience 2 : Les facteurs ergonomiques influençant l'évaluation d'une offre d'emploi diffusée sur Internet

Cette expérience a pour finalité de cerner les préférences des candidats confrontés *via* Internet à une offre d'emploi. Elle reprend les principaux acquis concernant la perception des sites Web (*cf.* l'introduction) et nécessite la présentation d'une même offre d'emploi (même contenu) selon trois formats : normal (une disposition classique des informations, pas de couleurs, aucun fond d'écran...) *versus* élaboré (disposition originale des informations, utilisation de couleurs vives, fond d'écran) *versus* animé (mêmes propriétés que le format élaboré mais avec l'apparition du texte au fur et à mesure de la lecture). Les jugements émis, seront dépendants des mêmes variables que pour l'expérience 1, à savoir les caractéristiques des sujets. Plus les sujets auront une attitude positive envers l'informatique et son utilisation dans le cadre du recrutement, plus ils jugeront favorablement les formats élaboré et animé. Cet effet devrait être répliqué en fonction de leur niveau de compétence en informatique, de l'usage qu'ils font de cet outil dans le cadre de leur recherche d'emploi et de leur degré de familiarité avec Internet.

C4.1.2 Détail des réalisations et échéances. (*Expliquer ce que vous allez faire, comment. Bien indiquer les dates, notamment pour la remise des rapports intermédiaires et pour l'organisation des rencontres de restitution.*)

Planning de recherche et de remises de documents internes :

- Réalisation d'un veille scientifique de la littérature

Octobre 2005-janvier 2006

➔ Document « synthèse de la littérature dans ce domaine en vue d'un article » : Mars 2005

- Expérience 1 : Comparaison des modes de présentation papier *versus* informatisé des offres d'emploi

Mise en place Février 2005-Avril 2006

- Recrutement des participants, préparation matériel expérimental, test, analyse statistique

Si résultats probants, rédaction d'un article court sur ce sujet pour revue appliquée

- Expérience 2 : Les facteurs ergonomiques influençant l'évaluation d'une offre d'emploi diffusée sur Internet

Mise en place Mai 2006 –juillet 2006

- Recrutement des participants, préparation matériel expérimental, test, analyse statistique

Si résultats probants, rédaction d'un article court sur ce sujet pour revue appliquée

C.4.2 Sous-projet 2 : . L'évaluation des *Curriculum Vitae* transmis *via* Internet

C4.2.1 Objectifs du sous-projet.

Ce deuxième axe de recherche vise à déterminer l'influence du média informatisé sur l'évaluation de *Curriculum Vitae* par des professionnels du recrutement. Il comprend deux expérimentations.

Expérience 1 : Comparaison des modes de présentation papier *versus* informatisé des *Curriculum Vitae*

Cette expérience s'adresse à des professionnels du recrutement. Ceux-ci auront à évaluer un même *Curriculum Vitae* présenté soit sur un support papier, soit sur un support informatisé. Les jugements produits sont supposés différer. Les candidats décrits au travers de leur(s) formation(s) et de leur(s) expérience(s) seront évalués plus favorablement en condition informatisée qu'en condition papier. Ils devraient ainsi être perçus comme présentant un meilleur degré d'adéquation, en termes de compétence et de personnalité, au profil de poste. Ils devraient également être plus facilement convoqués à un entretien d'embauche. Ces effets sont, néanmoins, censés varier en fonction des pratiques professionnelles des recruteurs (Utilisation du recrutement en ligne ou pas) et de leurs caractéristiques personnelles (Attitude envers l'informatique et son utilisation dans le cadre du recrutement, niveau de compétence en informatique comme en recrutement). Plus les professionnels du recrutement utiliseront le recrutement en ligne, plus ils valoriseront le *Curriculum Vitae* présenté sur un support informatisé. Moins ils y auront recours, plus ils préféreront le *Curriculum Vitae* présenté sur un support papier. Des configurations de données identiques sont envisagées avec les autres variables précédemment listées.

Expérience 2 : Les facteurs ergonomiques influençant l'évaluation d'un *Curriculum Vitae* diffusé sur Internet

Cette expérience vise à déterminer les préférences des professionnels du recrutement confrontés *via* Internet à un *Curriculum Vitae*. Elle s'appuie sur les résultats obtenus par rapport aux sites Web d'entreprise et, notamment, sur ceux concernant leur aspect dynamique (*cf.* l'introduction). Un même *Curriculum Vitae* sera donc présenté aux recruteurs selon trois formats : dépouillé (une disposition classique des informations, pas de couleurs, aucun fond d'écran...) *versus* élaboré (disposition originale des informations, utilisation de couleurs vives, fond d'écran) *versus* animé (mêmes propriétés que le format élaboré mais avec l'apparition du texte en cours de lecture). Comme pour l'expérience 1, les évaluations produites seront influencées par les pratiques professionnelles et les caractéristiques des sujets. Plus les recruteurs pratiqueront le recrutement en ligne, plus ils jugeront positivement les *Curriculum Vitae* présentés sous un format élaboré *versus* animé. Les mêmes effets sont attendus vis-à-vis de leur attitude envers l'informatique et de leur niveau de compétence.

C4.2.2 Détail des réalisations et échéances. (*Expliquer ce que vous allez faire, comment. Bien indiquer les dates, notamment pour la remise des rapports intermédiaires et pour l'organisation des rencontres de restitution.*)

Planning de recherche et de remises de documents internes :

- Réalisation d'une veille scientifique de la littérature

Mars 2006-juillet 2006

→ Document « synthèse de la littérature dans ce domaine en vue d'un article éventuel si densité suffisante » : 2^{te} 2006

- Expérience 1 : Comparaison des modes de présentation papier *versus* informatisé des *Curriculum Vitae*

Mise en place Septembre-Octobre 2006

- Recrutement des participants, préparation matériel expérimental, test, analyse statistique

Si résultats probants, rédaction d'un article court sur ce sujet pour revue appliquée

- Expérience 2 : Les facteurs ergonomiques influençant l'évaluation d'un *Curriculum Vitae* diffusé sur Internet

Mise en place Novembre 2006 –janvier/février 2007

- Recrutement des participants, préparation matériel expérimental, test, analyse statistique

Si résultats probants, rédaction d'un article court sur ce sujet pour revue appliquée

C5 - Réalisations finales et intermédiaires (« livrables »), échéances, revues de projets.

Mettre ici, sur une page maximum, un résumé du déroulement du projet, avec les principaux livrables.

En raison de la constitution d'un train de 4 expérimentations déjà bien circonscrites et réparties selon les 2 sous projets (un portant sur les offres d'emploi et l'autre sur les CV sur Internet) le déroulement du projet et les livrables issus de ces projets sont ceux énoncés dans chacune des parties. Les détails des réalisations et échéances applicables à chacun des sous-projets.