

**Discrimination.** Selon l'intersyndicale des praticiens à diplôme hors Union européenne (Inpadhue), plus d'une centaine de plaintes de médecins à diplôme étranger ont été déposées pour discrimination. Bien qu'exerçant des fonctions identiques à leurs homologues français, ces médecins sont payés sur des barèmes différents. La Halde a sollicité le ministère de la Santé. Sans suite pour l'instant.

**Portail RH.** Lamy et Liaisons Sociales lancent le portail WK-RH, destiné aux professionnels des ressources humaines. Le site regroupe l'intégralité des fonds documentaires social-RH de Lamy et Liaisons Sociales (titres, ouvrages, revues...). Le site comporte également des modules d'autoformation et des modèles personnalisables de lettres, accords ou contrats.



**Xavier Fontanet, PDG d'Essilor.** « La détention d'actions modifie profondément la relation des salariés à l'entreprise. Elle constitue un puissant facteur de mobilisation, mais aussi de rémunération et de constitution d'épargne » (« Les Echos », 11 mai).

## RECRUTEMENT

# Les entreprises rivalisent d'imagination pour attirer les candidats

**Vu les tensions croissantes du marché du travail sur plusieurs métiers, certaines entreprises développent de nouvelles techniques d'approche des candidats, parfois décalées, souvent originales. L'objectif : attirer l'œil et se démarquer des concurrents.**

La vidéo montre un ring de boxe. On y voit deux jeunes salariés en costume-cravate, assis dans leurs fauteuils de bureau, se jeter l'un sur l'autre, chacun cherchant à faire tomber son adversaire. La lutte, aux multiples rebondissements, s'achève finalement par un KO général. Une phrase s'affiche alors sur l'écran : « *Eh oui, que ce soit en ring ou en entreprise, on finit rarement par gagner au jeu du Poussoidla.* »

Poussoidla ? Une série de petits films diffusés depuis octobre dernier sur Internet par le réseau Urbania, 2.000 salariés, spécialisé dans la gestion immobilière. Aurélie Leprince, responsable marketing et communication, explique la démarche : « *Au sein d'Urbania, nous fonctionnons dans une ambiance très collaborative, loin de l'esprit de compétition exacerbé que l'on peut connaître au sein de certains grands groupes. C'est cette différence que nous voulions mettre en avant.* »

Ce rejet du « Pousse-toi-de-là » va plus loin : à la fin de chaque vidéo, l'internaute est invité à déposer sa candidature sur le site. Une présentation décontractée des dirigeants, tous âgés de moins de 40 ans, achève de le faire rêver. « *D'ici à trois ans, nous comptons embaucher 450 cadres. Or il n'existe pas de formation à nos métiers, et ceux-ci*

*ont une image poussiéreuse auprès des jeunes. Il nous fallait communiquer de manière nouvelle.* » Début 2006, une annonce publiée sur un quart de page dans le quotidien « Métro » n'avait permis à Urbania de récolter que 20 CV, dont un seul réellement qualifié. Les films, diffusés sur les blogs et forums d'internautes, ont eux permis de multiplier les candidatures spontanées par trois en six mois, et le site Internet Poussoidla.com compte déjà 7.000 visiteurs uniques.

### Une île sur Second Life

Une initiative qui va loin dans l'originalité mais qui n'est pas isolée. Vu les tensions constatées sur certains secteurs, plusieurs entreprises révolutionnent leurs techniques de recrutement. « *Il s'agit d'attirer l'œil, de se distinguer des autres. Le candidat étant de plus en plus courtisé, mieux vaut être très imaginatif,* » lance Hubert L'Hoste, directeur général du cabinet de recrutement Mercury Urval. En juin, les groupes L'Oréal, Alstom et Areva vont investir l'univers virtuel de Second Life. Le projet – une première en France – est mené par l'agence de communication TMP Neo. Concrètement, l'agence a acheté une île sur Second Life dans laquelle les entreprises peuvent implanter leurs stands de recrutement. Areva prévoit d'être présent sur trois jours, au cours desquels des informations sur le groupe seront accessibles aux résidents, tandis qu'un chargé de recrutement pourra dialoguer en direct avec les éventuels candidats. Par la suite, des rendez-vous dans le monde réel

pourront être pris, en fonction de l'intérêt des profils. Pour Pierre-Hervé Bazin, responsable recrutement d'Areva, l'intérêt est double : « *Cela nous permet de corriger l'image parfois un peu austère qui colle à nos métiers. De plus, vu les difficultés de recrutement à venir, nous pensons qu'il est indispensable de multiplier les canaux de recrutement et d'aller chercher le candidat dans son propre cadre de vie, là où il a ses habitudes.* » Depuis quelques années, le groupe voit son vivier de candidatures baisser, alors même que ses besoins sur les métiers d'in-

génierie (construction et maintenance de centrale) ou de sûreté nucléaire sont croissants.

### Reste à mesurer l'efficacité

D'autres techniques sont employées. « *Plutôt que de présenter le groupe par le filtre des ressources humaines, on va directement donner la parole aux salariés,* » explique Daniel Prin, président de TMP Neo. Air France vient de lancer, fin avril, un site métier baptisé « *inside-airfrance.com* ». Au travers de textes courts, quelque 66 salariés de fonctions diverses (responsables

commerciaux, contrôleurs aériens, gestionnaires du fret, directeurs qualité...) y décrivent leur travail au quotidien. Ils peuvent en outre répondre aux questions des internautes via un lien intranet direct, sans aucune censure, officielle du moins, des ressources humaines. Et d'ici à quelques mois, le salarié pourra tchater avec le candidat.

Reste à mesurer l'efficacité réelle de ces opérations. « *Il faut prendre garde à ne pas tomber dans la communication délirante et gadget, qui peut se retourner contre l'entreprise,* » prévient Hubert L'Hoste,

de Mercury Urval. Gagner à tout prix en notoriété peut se faire au détriment d'un bon ciblage des candidats. Suite au lancement de Poussoidla, seuls 29 % des CV recueillis par Urbania se sont révélés utilisables. Des retours qu'il va falloir affiner, pour rentabiliser les investissements. « *Pour monter son site métier, Air France a dû déboursé environ 25.000 euros. Quant aux groupes présents sur Second Life, l'investissement oscille entre 22.000 et 30.000 euros,* » relate Daniel Prin. Le jeu en vaut-il la chandelle ?

MAXIME AMIOT

## VIE DE BUREAU

### Mon patron est un tyran

**44 % des salariés américains affirment avoir travaillé un jour pour un patron coléreux, injurieux ou grossier. Témoignages et conseils.**

Jeannette, New-Yorkaise de trente-trois ans, croyait avoir trouvé l'employeur idéal dans les services financiers. Son nouveau patron appréciait son savoir-faire et l'encourageait même à poursuivre des études universitaires. Mais, lorsqu'elle a commencé ses cours et dû quitter son travail de bonne heure une fois par semaine, « *Dr. Je-Kyll s'est transformé en Mr. Hyde,* » raconte-t-elle. Récriminations, vexations, critiques incessantes sur des détails : « *Il s'emportait sur la taille des caractères des documents que je lui passais, il m'assurait que j'étais stupide,* » poursuit-elle. Les sanctions n'ont pas tardé à tomber : la hausse annuelle de salaire promise de 30.000 dollars s'est réduite à 3.000 dollars, et Jeannette a dû assumer seule le paiement de ses études. La jeune femme dit encore aujourd'hui ne pas comprendre ce qui s'est passé. Pourtant, ce qu'elle a vécu a un nom aux Etats-Unis : le « *workplace bullying* ».

Si l'on en croit l'étude du réseau d'avocats Employment Law Alliance, réalisée cette année auprès de 1.000 salariés américains, 44 % d'entre eux affirment avoir travaillé, à un moment ou un autre de leur carrière, pour un chef coléreux, injurieux, grossier... Les victimes de ces sévices n'aiment guère en parler. De peur d'une éventuelle vengeance ou d'être cataloguées « *employé à problèmes* ». Pourtant, de

façon anonyme, les témoignages abondent. Dix ans après, Vanessa se souvient encore des crises de rage de sa patronne dans le secteur de la mode devant ses collègues de travail ou les clients. « *J'en étais malade physiquement, je ne savais jamais ce qui allait arriver. Les cris, les insultes... ou un magnifique bouquet de fleurs pour s'excuser.* »

### Planifier sa défense

L'avocat Robert Mueller, auteur d'un « *Guide du survivant* » et coach pour les victimes du « *workplace bullying* », connaît la chanson. « *Il ne faut pas prendre ce type d'attaques personnellement. Au contraire, la situation doit être appréciée objectivement. Prenez des notes, relatez les incidents : quand cela s'est-il passé ? Quelles personnes étaient présentes ? Retenez les citations marquantes. N'allez pas tout de suite vous adresser à un supérieur hiérarchique, on vous prendrait pour un névrosé.* » Mieux vaut planifier sa défense. La victime doit documenter ses accusations. Et se faire des alliés parmi ses collègues. Même en suivant ces conseils, la plupart finissent par quitter la société, reconnaît Robert Mueller. Mais au moins s'en vont-elles en position de force. Dans certaines entreprises, la hiérarchie a pris les devants. Le fabricant de logiciels Successfactors fait ainsi signer à chaque salarié une « *promesse de respect* » vis-à-vis des membres de son équipe. Le tourmenteur pris en flagrant délit doit s'excuser. Et, s'il récidive, on lui montre la porte.

CAROLINE TALBOT (NEW YORK)

**Ouvrez**  
les portails dédiés aux professionnels

[www.WK-RH.fr](http://www.WK-RH.fr)      [www.WK-Pharma.fr](http://www.WK-Pharma.fr)

Pour un accès à l'information professionnelle en temps réel, Wolters Kluwer France vous ouvre grand ses nouveaux portails !

En regroupant en ligne l'ensemble de ses fonds documentaires par métier, Wolters Kluwer France vous propose des solutions sans équivalent : les portails WK. À commencer aujourd'hui par WK-RH et WK-Pharma et demain avec WK-Transport. Parce que 2 portails inédits... en cachant déjà d'autres !

Leader de la presse et de l'édition professionnelles en France, avec des marques telles que **Lamy, Liaisons Sociales, L'Officiel des transporteurs ou encore Le Moniteur des pharmacies**, Wolters Kluwer France représente plus de 60 titres de presse et 1 500 solutions d'information à retrouver sur [www.wkf.fr](http://www.wkf.fr).

**Wolters Kluwer France**  
Leader des solutions d'information pour les professionnels