

## CHAPITRE 2

# LES ANNONCES ESPAGNOLES : L'EMPREINTE DES INTERMÉDIAIRES

Géraldine Rieucou

---

### INTRODUCTION

L'analyse des annonces espagnoles représente un travail original dans la mesure où c'est la première fois qu'une telle étude des offres d'emploi est menée pour ce pays et, du point de vue méthodologique, que le logiciel Prospéro est utilisé en espagnol. Cette analyse renseigne sur les particularités du contenu et de la présentation des annonces, propres à ce pays. Elle permet également de s'interroger sur le rôle que joue, au travers de la rédaction et de la diffusion des annonces, les intermédiaires du marché du travail (entreprises de travail temporaire, cabinets de conseil et sites « emploi » privés) dans les procédures de recrutement en Espagne. La présence d'une médiation entre candidats et entreprises conduit-elle à préciser les informations sur le poste à pourvoir, ce qui serait favorable aux candidats, ou à multiplier les exigences à leur égard, quitte à introduire des biais de sélection importants ?

Afin de préciser le contexte général au sein duquel s'inscrit cette recherche, nous revenons dans un premier temps sur les changements opérés en matière d'intermédiation sur le marché du travail espagnol, depuis la fin du monopole de l'INEM (Institut national de l'emploi) pour le placement de la main-d'œuvre intervenu il y a quelques années. Nous présentons dans un second temps les principales caractéristiques des sites et des offres d'emploi sélectionnés ici. La troisième partie passe en revue les attentes formulées à l'égard des candidats et montre l'importance que prennent, dans de nombreuses annonces espagnoles, les exigences professionnelles mais aussi les aspects relatifs à l'identité des candidats. Symétriquement, nous analysons dans une quatrième partie les informations dont ces derniers disposent à la lecture d'une annonce, ce qui permet de souligner le travail des sites nationaux et des intermédiaires plus classiques (ETT et cabinets) pour mettre en avant certaines informations. Nous revenons enfin, dans une dernière partie, sur la façon dont, à partir des offres d'emploi diffusées sur internet, la rencontre entre annonceurs et candidats s'organise.

### I. DES NOUVEAUTÉS DANS L'INTERMÉDIATION SUR LE MARCHÉ DU TRAVAIL ESPAGNOL

Les réformes du marché du travail ont été nombreuses et variées au cours de ces deux dernières décennies en Espagne. Entre 1984 et 1995, la lutte contre le chômage passe par l'assouplissement et l'extension des contrats à durée déterminée. Utilisés même pour des « tâches normales ou ordinaires », ces contrats temporaires ont permis effectivement une croissance de l'emploi (flexible), et une véritable « culture du travail temporaire » a été introduite au sein des entreprises espagnoles. Depuis quelques années, on cherche à limiter les contrats temporaires au profit des contrats permanents. La part des emplois temporaires dans l'emploi total décline sensiblement mais représente encore presque le tiers de l'emploi total en 2000, contre 15 % en France et 6,7 % en Grande-Bretagne à la même date (cf. tableau 1). La progression des contrats permanents au cours de la seconde moitié des années 1990 s'est faite en partie sous forme de temps partiel. Les contrats à temps partiel, d'abord autorisés en vue de promouvoir l'emploi, sont devenus une forme normale d'engagement et un instrument de flexibilité économique (Toharia, 1998). L'emploi à temps partiel rapporté à l'emploi total est en constante progression depuis 1991 en Espagne, mais cette part n'en reste pas moins net-

tement plus basse qu'en France et Grande-Bretagne, ce qui peut être expliqué, entre autres, par le plus faible taux d'emploi féminin en Espagne (cf. tableau 1).

TABLEAU 1  
Les emplois en 2000 en Espagne, France et Grande-Bretagne

	<b>Espagne</b>	<b>France</b>	<b>UK</b>
Emploi temporaire *	32,1 %	15 %	6,7 %
Emploi à temps partiel*	8,2 %	16,9 %	24,9 %
Emploi salarié *	79,6 %	88,6 %	88,3 %
Taux d'emploi des femmes (15-64 ans)	40,3 %	54,8 %	64,5 %

Source : Eurostat, 2001 ; \* en % de l'emploi total.

À côté des nouvelles formes d'emploi introduites pour lutter contre le chômage, une réforme de l'activité d'intermédiation entre offre et demande de travail est engagée. Jusque 1994, l'INEM avait le monopole du placement de la main-d'œuvre et ce, pour toutes catégories de salariés. Toute entreprise cherchant à recruter devait obligatoirement s'adresser à l'INEM, mais ce dernier se contentait, neuf fois sur dix, d'enregistrer une embauche effectuée sans qu'il intervienne. Les réformes entreprises à partir du milieu des années 1990 autorisent de nouveaux acteurs, tant privés que publics, à intervenir dans l'activité d'intermédiation et entérinent l'échec patent de l'INEM dans ce domaine (CES, 2000b). Les entreprises de travail temporaire (ETT) et les agences de placement publiques ou privées sans but lucratif sont légalisées. Les agences de l'INEM ne sont donc plus les seules intermédiaires ; elles conservent par ailleurs leurs fonctions de versement de l'allocation-chômage, d'offre de formation continue et d'enregistrement de tous les contrats de travail suite à une embauche.

Les réformes sur le placement de la main-d'œuvre répondent en partie à l'émergence des nouvelles formes d'emploi. Elles sont justifiées par un souci d'équité et de justice et par la volonté politique d'améliorer la visibilité du système de recrutement. Le décret de 1995 justifie la réglementation sur les agences de placement en ces termes : « On recherche, entre autres objectifs, à optimiser les possibilités de placement existantes, en privilégiant l'efficacité plutôt que les charges bureaucratiques, et à garantir l'égalité des chances dans l'accès au marché du travail. Les services publics de l'emploi ne peuvent pas se charger des offres d'emploi chaque fois plus complexes et diverses, auxquelles une réponse adéquate requiert une spécialisation maximale et une proximité avec les sources de l'emploi. »

Les entreprises de travail temporaire, qui existaient dans l'ombre depuis plusieurs années, ont connu une forte croissance depuis la loi de 1994 (cf. graphique 1). Leur activité se traduit par la mise à disposition de 1,230 million de travailleurs entre janvier et novembre 2001, soit environ 8,5 % de l'emploi total (MTAS, 2001). Depuis 1999, dans l'enquête espagnole sur la population active, on demande aux personnes embauchées si elles sont passées par une ETT. D'après cette source, c'était le cas d'un peu moins de 5 % du total des personnes en emploi. Les ETT se spécialisent dans les contrats temporaires ; la structure des emplois montre une proportion particulièrement forte des postes dans l'industrie manufacturière, les transports et le commerce (CES, 2000b).

### La réglementation des ETT et des agences de placement

Selon la loi du 1<sup>er</sup> juin 1994, les entreprises peuvent avoir recours aux services des entreprises de travail temporaires (ETT) dans les cas et pour les contrats suivants :

1. Oobra o servicio : Pour la réalisation d'un travail ou d'un service déterminés dont l'exécution, bien que limitée dans le temps, est, en principe, de durée incertaine => *dure tant que subsiste la cause qui motive le travail.*

2. Contrat d'augmentation ponctuelle de la production : Pour répondre aux exigences circonstanciées du marché, accumulation de tâches ou excès de demandes ; même s'il s'agit de l'activité normale de l'entreprise => *durée maximale de six mois.*

3. Contrats de réserve de poste : Pour remplacer des travailleurs de l'entreprise => *dure tant que subsiste la cause qui motive le travail.*

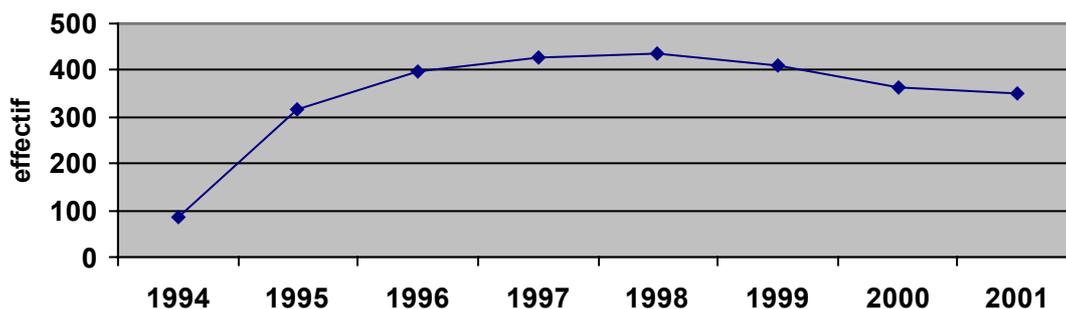
4. Contrat pour processus de sélection : Pour couvrir de façon temporaire un poste de travail permanent tandis que dure le processus de sélection et de promotion => *durée maximale de trois mois.*

Le décret royal du 5 mai 1995 régle « les agences de placement sans but lucratif et les services intégrés pour l'emploi ». Selon l'article 1, « Les agences de placement sont des entités qui collaborent avec l'INEM dans l'intermédiation sur le marché du travail ; elles ont comme finalité d'aider les travailleurs à trouver un emploi et les employeurs à embaucher les travailleurs appropriés pour satisfaire leurs besoins ».

Ces agences ne doivent pas avoir de fins lucratives (la rémunération reçue du travailleur ou de l'entreprise se limite exclusivement aux coûts occasionnés par les services rendus). Pour exister, elles doivent avoir reçu une autorisation préalable de l'INEM, bien circonscrire leur activité territoriale et fonctionnelle à ce qui est prévu, et ne pas sous-traiter à un tiers la réalisation des services qui font l'objet de l'autorisation accordée. Elles sont enfin obligées de transférer à l'INEM les informations sur les offres d'emplois reçues, les refus, les embauches... En juillet 1997, un nouveau décret revient sur le caractère non lucratif de ces agences, jugé « non tenable compte tenu des contraintes économiques » et autorise le paiement de 4 000 pesetas/heure (environ 25 €) par action impartie.

*Source : loi 14/1994 et RD 735/1995 INEM, base de données législatives, Internet.*

Graphique 1  
Nombre d'ETT en Espagne entre 1994 et 2001



*Source : Ministerio del trabajo y asuntos sociales, 2001. Les données concernent les entreprises de travail temporaire autorisées par le ministère.*

L'activité des agences de placement légalisées en 1995 est plus timide : on en recensait cinquante en 1999, dont la majeure partie était des mairies, des collèges professionnels ou des chambres de commerce. La plupart fonctionnent de façon gratuite ou quasi gratuite (CES, 2000a). D'autres acteurs interviennent en tant qu'intermédiaires dans le recrutement de la main-d'œuvre sans pour autant apparaître dans les statistiques officielles ni faire l'objet d'une réglementation : il s'agit notamment des cabinets de conseil en ressources humaines qui recrutent pour le compte de tiers. Il n'est pas toujours facile de distinguer l'activité des entreprises de travail temporaire de celle des cabi-

nets : certains cabinets font le même travail que les ETT (sans en être officiellement) tandis que les ETT donnent de plus en plus souvent des conseils en ressources humaines aux entreprises. L'opacité décrite ici tient pour partie au caractère récent de la législation et au peu d'informations et d'études disponibles, d'une façon générale, sur ces intermédiaires du marché du travail espagnol.

Certains sites privés diffusant des offres d'emploi sur le *web* introduisent également une médiation entre les offreurs et les demandeurs de travail. En août 2001, une vingtaine de sites *web* étaient spécialisés dans les offres d'emplois en Espagne. Ces données, obtenues sur internet (*Yahoo*), sont à prendre avec précaution étant donné la fragilité du secteur et le caractère éphémère de certains sites. Aucune source fiable n'indique la part prise par les annonces internet sur le marché total des annonces en Espagne. On peut toutefois augurer que cette part reste encore faible au regard des annonces de presse. Nouveau support pour les offres d'emploi, les sites peuvent également jouer un rôle actif d'intermédiaire entre les entreprises qui recrutent et les candidats qui cherchent un emploi.

L'analyse du contenu des annonces diffusées sur internet permet justement de préciser l'activité de ces intermédiaires du recrutement que sont les entreprises de travail temporaire, les cabinets de conseil ou de recrutement ou encore les sites « emploi » d'internet.

## 2. SITES ET OFFRES D'EMPLOI EN ESPAGNE

### 2.1. Les sites choisis

Quatre sites nationaux n'opérant qu'en Espagne (*Todotrabajo.com* ; *Infojobs.net* ; *Trabajos.com* et *Trabajo.org*) et la « version » espagnole des quatre sites transnationaux (*Jobpilot.es* ; *Monster.es* ; *Newmonday.es* et *Stepstone.es*) sont sélectionnés. Cinquante annonces sont prélevées sur chaque site<sup>1</sup>. Seules celles qui proposent des offres d'emploi en Espagne nous intéressent, et non celles offrant des emplois dans d'autres pays (Amérique latine...).

L'origine des sites peut donner des indications sur leurs raisons d'être. *Infojobs* a été créé en avril 1998 par un responsable en ressources humaines à partir d'une société de services aux entreprises sur internet. Le site est indépendant même si des liens étroits persistent avec la société d'origine. *Trabajo.org* a été créé en 1997 au sein d'une maison d'édition (Delfin) spécialisée dans les ouvrages ayant trait au marché du travail et qui cherchait un support et une aide pour vendre ses livres. *Todotrabajo* appartient au même groupe que le quotidien ABC et diffuse des annonces paraissant également dans la presse.

Tous les sites « emploi » ont sensiblement le même objectif : il s'agit d'être « un point de rencontre virtuel entre les entreprises qui ont besoin de personnel et les candidats qui recherchent un emploi » et de rendre « les meilleurs services possibles » (*Todotrabajo* et *Infojobs*), de « travailler avec les experts du marché du travail » (*Trabajo.org*) ou « d'unir le candidat idoine avec l'entreprise adéquate [...] grâce à un service intégré qui renforce les synergies existantes et nécessaires entre candidat et employeur » (*Jobpilot.es*). *Newmonday.es* se présente comme « concept unique de service sur internet qui donne des informations, orientations et guide sur les carrières et offres d'emploi du secteur des nouvelles technologies de l'information ».

La plupart des sites proposent aux candidats une recherche par offres d'emploi disponibles, sélectionnent les meilleures offres (urgentes ou particulièrement intéressantes). L'accès est payant pour les entreprises, gratuit pour les candidats. Le site peut intervenir en amont de la rencontre entre offreurs et demandeurs d'emploi : c'est le cas notamment s'il propose un service de *matching* qui re-

---

<sup>1</sup> Pour une présentation du nombre d'annonces par site, se reporter au tableau en annexe 2A. Le plus important des sites nationaux espagnols, au regard du nombre d'annonces diffusées, est *Trabajos.com* (6 800 mi 2001) suivi de *Trabajo.org* (environ 2 000). Le nombre d'annonces affiché par les sites peut être trompeur dans la mesure où certains d'entre eux laissent des annonces très anciennes, ce qui gonfle artificiellement leurs statistiques.

vient à opérer une présélection des CV destinés aux entreprises comme le font *Newmonday*, *Jobpilot*, *Todostrabajo* ou *Trabajo.org*. Ceci dit, les entreprises n'utilisent pas forcément ce service, peu demandé par exemple sur *Trabajo.org* aux dires de son gérant<sup>2</sup>. Les sites déclarent jouer un rôle en tant qu'intermédiaires entre offre et demande de travail et nous tâcherons de caractériser les modalités de cette intervention au fil de notre étude.

## 2.2. Les annonces espagnoles

Appliquant la même méthodologie que pour les annonces françaises et britanniques, nous avons sélectionné cinquante annonces par site et analysé les quatre cents annonces du corpus grâce au logiciel de traitement de données textuelles Prospéro.

Dans le corpus espagnol, il y a quatre catégories d'annonceurs (cf. tableau 2) :

1. Les entreprises recrutant directement pour elles-mêmes.
2. Les entreprises de travail temporaire.
3. Les cabinets de conseil ou de recrutement<sup>3</sup>.
4. Les sites eux-mêmes lorsque aucun nom d'annonceur n'apparaît : ni celui d'une ETT ou d'un cabinet, ni celui de l'entreprise à laquelle le poste est destiné (cette dernière souhaite visiblement conserver l'anonymat).

TABLEAU 2  
Les annonceurs du corpus espagnol

	Site national	Site transnational	Effectif total	% du total (N=400)
Entreprises	120	131	251	63 %
ETT	19	39	58	15 %
Cabinets *	43	22	65	16 %
Sites	18	8	26	6 %

\* est incluse dans les annonces des cabinets une annonce passée par une agence de placement.

Les annonces émises directement par des entreprises ou passant par des ETT sont un peu plus nombreuses sur les sites transnationaux que sur les sites nationaux, tandis que les annonces des cabinets sont plus nombreuses sur ces derniers (cf. tableau 2). Au-delà de ce constat global, chaque site est particulier : certains diffusent une part non négligeable d'annonces émanant d'intermédiaires (*Stepstone*, *Infojobs* ou *Trabajos*), d'autres essentiellement des annonces émises en directe par les entreprises qui recrutent (*Jobpilot* ou *Todostrabajo*).

Nous cherchons à caractériser l'activité des trois premiers types d'annonceurs (entreprises, ETT et cabinets), laissant de côté le cas particulier des dix-huit annonces attribuées directement à un site. Selon l'identité de l'annonceur, les postes à pourvoir varient, de même que les exigences requises à l'égard des candidats, les informations dont ces derniers disposent sur le poste de travail, ou les conditions de la mise en relation des « partenaires du recrutement », pour reprendre une expression de E. Marchal et D. Torny (2002), à savoir les employeurs et les candidats.

<sup>2</sup> Nous avons soumis *via* internet un questionnaire portant sur l'historique et le fonctionnement des sites à leurs responsables. Seul celui de *Trabajo.org* a répondu.

<sup>3</sup> Le découpage effectué entre ETT et cabinets peut porter à discussion dans la mesure où la frontière entre ces deux types d'intermédiaire est parfois floue. Toutefois, l'ambiguïté ne porte que sur quelques cas et, dans l'ensemble, le découpage opéré peut être considéré comme fiable.

### 2.3. Les emplois les plus fréquents

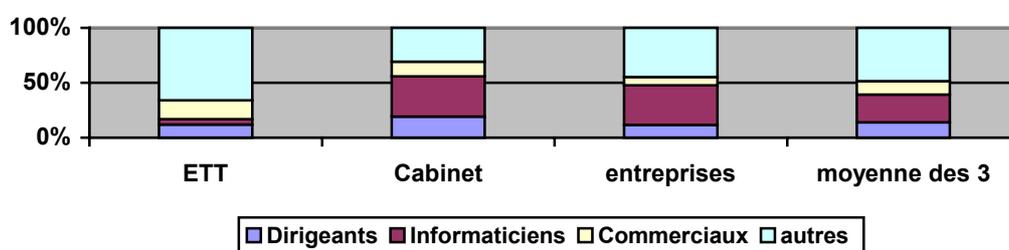
Trois types d'emplois représentent 58 % de l'ensemble des offres du corpus espagnol. Ce sont les emplois d'informaticiens, de dirigeants et de commerciaux dont les proportions sont reproduites dans le tableau 3 :

TABLEAU 3  
Les emplois d'informaticiens, de commerciaux et de dirigeants

	Site national	Site transnational	Effectif total	% du corpus total (N=400)
Dirigeants	24	30	54	14 %
Informaticiens	57	69	126	32 %
Commerciaux	35	13	48	12 %
Les trois titres ensemble	118	113	231	58 %

Les types d'emplois proposés sur les sites transnationaux et nationaux diffèrent sensiblement puisque l'on observe une certaine prédominance des sites nationaux pour les emplois de commerciaux, et des sites transnationaux pour les emplois d'informaticiens et de dirigeants. En outre, les offres destinées à des ouvriers, des employés et des catégories intermédiaires (caissière, cuisinier, vendeur, ouvrier, infirmier, chef d'atelier, garçon de café, manucure, boulanger, électricien, plombier...) sont plus fréquentes sur les sites nationaux. Ces derniers semblent avoir une assise plus locale que les autres dans la mesure où les emplois proposés requièrent une proximité avec la région ou le terrain (à l'exemple des commerciaux).

Graphique 2  
Distribution des emplois selon l'annonceur



Les entreprises de travail temporaire et les cabinets de conseil proposent des offres d'emploi relativement spécifiques (cf. graphique 2). Les offres d'emploi des ETT se recoupent très peu avec celles des trois types d'emploi considérés : elles proposent en proportion nettement moins d'emplois d'informaticiens que les autres annonceurs, sensiblement plus de postes de commerciaux et passent bien plus d'annonces pour des ouvriers ou employés (administratifs, réceptionnistes, ouvriers, mécaniciens, baby-sitter...). Ces emplois sont bien plus rares dans les annonces passées par les cabinets qui diffusent en revanche une part importante d'annonces destinées à des informaticiens ou à des dirigeants. Dans les annonces émises directement par des entreprises, la distribution des emplois est proche de la moyenne des trois annonceurs et de la distribution de l'ensemble du corpus, ce qui n'est guère surprenant vu le poids de ces deux cent cinquante et une annonces sur les quatre cents du corpus<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> Les distributions de chaque annonceur (ETT, cabinets et entreprises) sont comparées entre elles et comparées à la moyenne équipondérée des trois (voir graphique 2). L'équipondération permet de donner le même poids à chaque catégorie, gommant ainsi les

## 2.4. Des annonces plus ou moins formatées

L'une des particularités des annonces espagnoles tient au degré prononcé du formatage des annonces, en premier lieu sur les sites nationaux où des « champs » (ou rubriques) sur l'âge ou le niveau d'études du candidat, mais aussi sur les caractéristiques du poste proposé (rémunération, temps de travail...) figurent presque à chaque fois dans les annonces diffusées sur ces sites (voir tableau 4). Ceci dit, la présence d'une rubrique ne signifie pas que l'information soit systématiquement donnée puisque l'annonceur peut la laisser vierge. *A contrario*, l'absence de rubrique ne signifie nullement que l'information ou le critère ne sont pas précisés ailleurs dans l'annonce. Il semble néanmoins, comme nous le verrons au fil du texte, que le rubricage influence souvent le contenu de l'annonce. De nombreuses annonces sont totalement formatées, d'autres, diffusées sur les sites transnationaux, sont des annonces graphiques sur lesquelles la « marque » du site n'est pas intervenue. Entre ces deux extrêmes, il existe des offres d'emploi où le rubricage est partiel : à côté de l'annonce graphique figure par exemple une colonne reprenant certaines informations, regroupées par champs.

TABLEAU 4  
Rubriques présentes dans les annonces selon les sites

	Sites nationaux				Sites transnationaux			
	Todo- trabajo.	Infojobs	Trabajos	Trabajo.	Jobpilot	Monster	Newmon- day	Stepstone
Nom de l'annonceur	X	X					X	
Lien pour info sur l'annonceur		X		X	X			X
<i>Ce qui est requis</i>								
<b>Âge du candidat</b>	X		X	X				
Niveau d'études	X	X	X	X			(X)	
Expérience	X	X	X	X			(X)	
Connaissances linguistiques	X			X			(X)	
Mobilité du candidat	X			X				
Résidence du candidat		X						
Permis de conduire/véhicule	X			X				
Niveau d'informatique	X							
Libéré du service militaire				X				
<i>Informations sur le poste</i>								
Type de contrat + temps de travail		X	X				(X)	(X)
Rémunération	X	X	X				(X)	(X)
Localisation du poste	X	X	X	X			(X)	
<i>Modalités pour répondre</i>								
Inscription sur le site	X	X	X	X			(X)	
Nombre de candidats inscrits		X		X				

Sur *Newmonday* et *Stepstone*, seule une partie des annonces est présentée par rubrique. C'est pourquoi on met les X entre parenthèses. Ailleurs, le formatage concerne l'ensemble des annonces.

effets dus aux différences d'effectifs de chacune (et notamment le poids important des annonces émanant directement des entreprises).

L'annonce reproduite ci-après offre une illustration du degré de formatage possible :

<p><b>Datos generales :</b>  referencia : 485859  fecha : 31/08/2001  empresa : Xarxatel, S.L .</p> <p><b>Descripción de la oferta :</b>  Cargo vacante : comercial  Categoría : comercial  Subcategoría : comercial  Número de vacantes : 2  Descripción de la oferta : Precisamos profesionales de la venta, principalmente en el area de telefonía, la gestión a realizar es la comercialización de productos sin competencia, con apoyo en la venta mediante telemarketing.</p> <p><b>Localización del puesto :</b>  País : España  Provincia : Barcelona, población : Barcelona</p> <p><b>Requisitos</b>  Nivel de estudios mínimos : sin estudios  Experiencia mínima : al menos 1 año  Edad mínima : 25 años  Libre del servicio military : no requerido  Permiso de conducir : requerido  Disponibilidad para viajar : requerido  Disponibilidad para cambiar de residencia : no requerido</p> <p><b>Otros requisitos :</b>  Vehículo propio.  Conocimientos de informática e internet a nivel de usuario. Valoramos experiencia en el sector.  Idioma : catalan nivel hablado : medio ; nivel escrito:lengua materna  Candidatos inscritos en esta oferta : 0</p> <p style="text-align: right;"><i>Trabajo.org</i></p>
---

En nous intéressant maintenant au contenu des annonces, nous allons voir que le formatage des annonces et le passage par un intermédiaire (ETT ou cabinet) ont des incidences sur la formulation des exigences envers les candidats mais aussi sur les renseignements portant sur le poste à pourvoir.

### 3. CRITÈRES D'IDENTITÉ ET ATTENTES PROFESSIONNELLES : L'INFLUENCE CONTRASTÉE DES INTERMÉDIAIRES

#### 3.1. Des critères identitaires mis en avant par les intermédiaires

L'une des principales spécificités des annonces espagnoles tient à l'importance des indicateurs qui visent à sélectionner les candidats sur des aspects tels que leur âge, sexe, nationalité ou même leur lieu de résidence.

Lorsque l'on reprend ces critères les uns après les autres, on constate que 19 % des annonces du corpus évoquent l'âge du candidat. Ces annonces sont nettement plus fréquentes sur les sites nationaux, trois d'entre eux prévoyant une rubrique à cet effet. 8 % des annonces du corpus font par ailleurs allusion au genre du candidat<sup>5</sup>, comme dans l'exemple reproduit ci après. Sous l'influence de

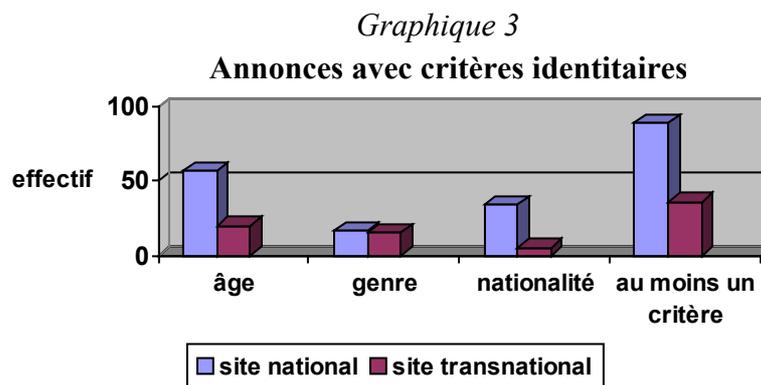
<sup>5</sup> Les marqueurs de genre se présentent de trois façons : (1) les titres d'emplois « sexués » essentiellement féminins (*vendeuse*) ; (2) les qualités masculines ou féminines (*administrative avec expérience*) ; (3) les marqueurs de genre (*nous cherchons un jeune homme*). Deux sites nationaux (*Trabajo* et *Infojobs*) prévoient une rubrique « libre du service militaire » remplie sous la forme : « requis » ou « non requis » (voir tableau 3) et il est précisé dans près d'une annonce sur dix au total (trente-neuf annonces) que le candidat doit être libéré des obligations militaires. Nous avons choisi de ne pas considérer cet indicateur comme un marqueur de

L'Union européenne, des réformes et initiatives sont prises pour une éducation non sexiste et pour une égalité des chances des femmes et des hommes face à l'emploi, mais, dans l'ensemble, ces mesures sont encore timides, ce qui peut expliquer la faiblesse des annonces paritaires et, *a contrario*, l'importance relative des annonces (8 %) où il est précisé de quel sexe doit être le candidat.

Empresa situada en Sta Perpetua de la Mogoda dedicada a la fabricación de cojines (*coussins*), precisa para incorporar en su plantilla, un **chico (jeune homme)** entre 18-30 años como peón ; funciones principales : peso y relleno de los cojines , carga/descarga de mercancía con carretilla manual. No se requiere experiencia previa, aunque se valorará experiencia como **mozo de almacén (garçon de magasin)**

Source : Stepstone, Peón

L'identité des candidats peut également s'exprimer à propos de sa nationalité. 10 % des annonces de notre corpus demandent spécifiquement au candidat d'être de nationalité espagnole ou d'un autre pays de l'Union européenne sous la forme « CV espagnols ou de la communauté européenne » ou encore « nationalité espagnole ». Cette exigence est propre au site national *Trabajos* (trente-quatre sur trente-neuf annonces).



La présence d'un critère identitaire (âge, sexe ou nationalité) est donc particulièrement prononcée dans les annonces espagnoles puisqu'elle concerne près du tiers de celles-ci (31 % au total) et presque la moitié (89 sur 200) des annonces diffusées sur les sites nationaux. Les moyens indirects de discriminer (fournir une photo, avoir une bonne présentation, être non fumeur...) sont également plus souvent actionnés sur les sites nationaux, ce qui confirme la plus forte sélectivité de ces derniers sur les aspects de type discriminant.

Le passage par un intermédiaire « classique » (ETT ou cabinet) accentue les exigences sur des critères identitaires. Les ETT sont sensibles au sexe et à l'âge du candidat tandis que les cabinets accordent une importance particulière à l'âge. Lorsque l'annonce passe par ces intermédiaires, les exigences sur la présentation du candidat sont également plus fréquentes qu'en moyenne ou que lorsque l'entreprise qui recrute passe directement l'annonce.

---

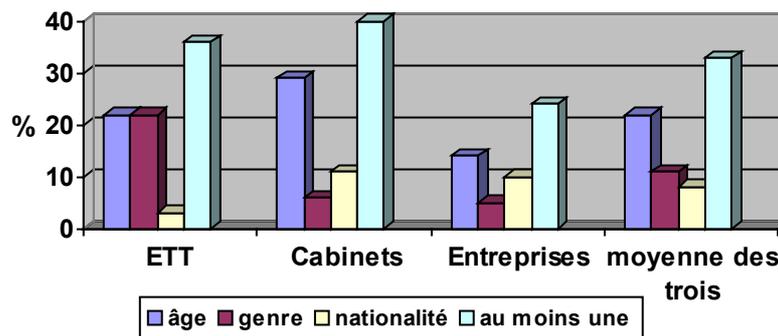
genre masculin car, si un tiers de ces trente-neuf annonces renvoie bien à des titres d'emplois traditionnellement masculins (chauffeur-camion, électricien, plombier, ouvrier, serrurier, livreur...), les autres correspondent à des emplois divers (informaticiens, commerciaux), voire même à un emploi féminin. En outre, cet indicateur est parfois accompagné d'un titre d'emploi paritaire : dans une annonce d'*Infojobs* de juillet 2002 (ne faisant pas partie du corpus) une boutique de cosmétique recherche des vendeurs/euses libres du service militaire.

TABLEAU 5  
Les moyens indirects de discriminer

	Site national	Site transnational	Effectif total	% du corpus total (N=400)
Bonne présentation	21	7	28	7 %
Fournir une photo	12	3	15	4 %
Etre jeune	2	7	9	2 %
Maîtriser le castillan	1	2	3	1 %
Etre non fumeur	1	0	1	0 %

Graphique 4

## Les critères d'identité selon l'annonceur



Lecture : 22 % des annonces des ETT précisent l'âge (ou la tranche d'âge) que doit avoir le candidat et 22 % précisent son genre.

Dans 12 % des annonces du corpus espagnol, il est également demandé aux candidats d'habiter une certaine ville ou une certaine région d'Espagne. L'annonce peut aussi préciser que le candidat doit être résident sur le territoire espagnol ; cette requête n'est pas forcément assortie d'une demande de nationalité espagnole, mais on peut penser néanmoins qu'elle est destinée à écarter les étrangers non résidant officiellement en Espagne. La demande peut être évoquée sous des formes variées, parfois très insistantes, comme on peut le lire dans l'encadré suivant.

#### Lorsque la résidence en Espagne est indispensable...

« Les candidats non résidant sur le territoire national doivent s'abstenir de poser leur candidature » ; « indispensable résidence en Espagne » ; « les candidats sans permis de travail en Espagne doivent s'abstenir de poser leur candidature » ; « seulement pour les résidents en Espagne » ; « que les personnes qui n'ont pas de permis de travail ou ne résident pas en Espagne s'abstiennent d'envoyer un CV... »

En définitive, dans 13 % des annonces espagnoles, on peut sélectionner le candidat sur sa nationalité, le fait qu'il soit résident en Espagne ou qu'il détienne un permis de travail<sup>6</sup>, comme le montre le tableau 6. L'Espagne, pays d'immigration depuis 1975, a mis en place une politique visant à la fois à régulariser les étrangers présents depuis plusieurs années et détenant un emploi stable et à lutter contre le travail clandestin de ceux qui n'ont pas le statut de « résidents » et ne sont pas auto-

<sup>6</sup> L'exigence sur la nationalité est spécialement prononcée sur le site national *Trabajos*. Sur le site transnational *Stepstone*, une ETT passant plusieurs annonces exige des candidats qu'ils résident en Espagne.

risés à rester durablement dans le pays. La nécessité faite au candidat d'être de nationalité espagnole ou de résider sur le territoire national peut refléter la volonté des employeurs de ne pas embaucher de personnes en situation irrégulière.

TABLEAU 6  
La marque d'une politique sélective envers les étrangers non réguliers

	Site national	Site transnational	Effectif total	% du total (N=400)
Nationalité	34	5	39	10 %
Résidence en Espagne	5	11	16	4 %
Permis de travail	2	1	3	1%
L'un ou l'autre*	38	12	50	13 %

\*Un test de khi-deux montre que la demande de la nationalité espagnole ou de la résidence en Espagne est significativement liée au site (national/transnational) avec khi-deux (1) = 14,3 ; p = 0,00016.

Un certain nombre d'exigences formulées envers les candidats dans les offres d'emploi porte sur des critères de type identitaire ou « administratifs » (résidence) et renvoie à une forme relativement discriminante de sélection. Ces exigences sont clairement plus marquées sur les sites nationaux où les rubriques sur l'âge du candidat ou son lieu de résidence sont susceptibles d'être complétées. En proposant un format standard d'annonces avec rubriques, les opérateurs du site peuvent ainsi décourager certains candidats et en attirer d'autres ; ils jouent un rôle en tant que « médiateur » entre l'annonceur et le candidat. Le passage par un intermédiaire classique accentue également la présence de critères de type identitaire. Cette première série de résultats nous permet d'évoquer « l'empreinte » des intermédiaires sur les annonces espagnoles.

L'influence du formatage est plus discrète dans les attentes de type professionnel que sont la formation, l'expérience, les connaissances en langues et en bureautique des candidats. À ce niveau, ce sont l'identité de l'annonceur et *in fine* le type d'emploi offert qui semblent être déterminants.

### 3.2. Des attentes professionnelles en fonction de l'identité de l'annonceur et de l'emploi offert

#### 3.2.1. Les niveaux d'études requis

Dans le corpus d'annonces espagnoles, les indications sur la formation (niveau d'études) pour occuper le poste à pourvoir sont fréquentes, puisque deux cent cinquante et une annonces, soit 63 % du total, y font référence (cf. tableau 7). Or, les quatre sites nationaux prévoient une rubrique dans les annonces concernant le niveau d'études des candidats. La présence de ce champ pousse très certainement l'annonceur à indiquer le niveau requis, information plus souvent donnée sur les sites nationaux plutôt que transnationaux, comme l'indique le tableau 7.

TABLEAU 7  
Niveaux d'études (corpus total)

	Site national	Site transnational	Effectif total	% du corpus total (N=400)
Primaire	10	1	11	3 %
Secondaire	59	32	91	23 %
Supérieur	84	83	167	42 %
Total*	144	107	251	63 %

\*Un test de khi-deux montre que le fait de demander un niveau d'études est significativement lié au site (national/transnational), avec khi-deux (1) = 13,94 ; p = 0,00019.

Dans le système éducatif espagnol, réformé ces dernières années dans le cadre de la LOGSE (Loi d'orientation générale du système éducatif), chaque diplôme renvoie à un cursus et à un titre ou grade précis. Ainsi, lorsque l'on recherche un « technicien », on sait que cela correspond à une formation professionnelle (FP). L'encadré suivant résume les principaux diplômes en cours actuellement ; les équivalences entre « ancien » et « nouveau » système ainsi que (en italique) les titres ou grades auxquels ces diplômes correspondent. Pour notre étude, les différents niveaux sont classés en trois catégories (primaire, secondaire, supérieur), reprises dans le tableau 6. Ce classement est très proche de celui de la classification internationale type de l'éducation (CITE<sup>7</sup>) ou de celle adoptée par le récent rapport européen EDEX (*Educational Expansion and Labour Market*) (Bruniaux, 2001).

### Les niveaux du système éducatif espagnol

#### Niveau primaire

Scolarité obligatoire : équivalent à l'EGB dans l'ancien système et à l'ESO (*Education secundaria obligatoria*) dans l'actuel système.

#### Secondaire court ou long

Enseignement général : baccalauréat de l'ancien système (BUP) + COU de l'ancien système (Cours pour accéder à l'enseignement supérieur) + Bac LOGSE (nouveau système) => *bacheliers*.

Enseignement technique et professionnel : formation professionnelle (FP I et II) = cycle de degré moyen de formation professionnelle ou d'arts => *technicien*

#### Enseignement supérieur

Une année après la FP : cycle de degré supérieur => *technicien supérieur*.

Deux années d'études universitaires => *diplomados* (en sciences, lettres...).

Trois années d'études universitaires => *ingénieurs ou licenciés*.

Architecture.

Post-grado (magistère, etc.)

Source : DICES (2001)

Dans plus du quart des annonces espagnoles est demandé un niveau d'études primaire ou secondaire. Cette part importante doit être rapprochée des niveaux d'études que les actifs espagnols déclarent dans les enquêtes sur la population active et qui sont reproduits dans le tableau 8 : près des deux tiers des actifs espagnols ont un niveau de formation primaire. Mais il s'agit ici de la population active tous âges confondus, le niveau d'éducation des générations les plus jeunes étant nettement supérieur à celui de leurs aînés vu le rattrapage tardif mais rapide opéré par l'Espagne en matière d'éducation et de formation de sa population (Bruniaux, 2001). Le fait qu'il soit requis, dans 42 % des annonces espagnoles, des études supérieures est loin de correspondre à la réalité de la formation de la main-d'œuvre espagnole mais peut tenir au fait que les annonces (surtout celles diffusées sur le *web*) sont largement destinées à des candidats plus jeunes et plus diplômés que la moyenne des actifs.

<sup>7</sup> Selon la CITE, le niveau primaire correspond au secondaire inférieur ; le secondaire au secondaire supérieur et l'universitaire au niveau supérieur.

TABLEAU 8  
**Répartition de la population active espagnole (25-64 ans)  
 par niveau d'éducation le + élevé en 2000**

Secondaire inférieur ou moins (primaire)	62,9 %
Secondaire supérieur (secondaire)	15,3 %
Supérieur	21,8 %

*Source* : Eurostat, 2001, classification CITE.

Des particularités caractérisent les annonces émises par les cabinets et par les ETT. Les exigences en termes de niveaux d'études des entreprises de travail temporaire sont moins élevées que pour la moyenne des trois annonceurs (proportion plus forte de niveaux secondaires et plus faible de niveaux supérieurs). Par ailleurs, le niveau d'études est plus souvent précisé dans les annonces passées par les cabinets plutôt que par une ETT ou émise par l'entreprise où se trouve le poste. Les exigences des cabinets sont particulièrement élevées tandis que la distribution des niveaux d'études requis dans les annonces venant des entreprises est proche de celle de la moyenne (cf. tableau 9).

TABLEAU 9  
**Niveaux d'études requis selon l'annonceur**

	% parmi les annonces d'ETT (N=58)	% parmi les annonces de cabinets (N=65)	% parmi les annonces d'entreprises (N=251)	Moyenne équipondérée des trois
Primaire	2 %	2 %	4 %	2 %
Secondaire	31 %	22 %	20 %	24 %
Supérieur*	29 %	57 %	43 %	43 %
Total	60 %	75 %	62 %	66 %

\* Un test de khi-deux montre que la demande d'un niveau d'études supérieures est significativement liée à l'identité de l'annonceur (khi-deux (2)= 9,5437 ; p = 0,0084).

Pour expliquer cette répartition par niveaux selon les annonceurs, il faut faire le lien avec les emplois proposés par chacun d'entre eux : les cabinets de conseil s'adressent en priorité à des informaticiens ou à des dirigeants (voir graphique 2), population relativement jeune et diplômée. En revanche, les annonces des ETT sont davantage destinées à pourvoir des postes de commerciaux, d'employés ou d'ouvriers requérant des niveaux d'études primaires ou secondaires. Les deux extraits d'annonces reproduits ci-dessous illustrent bien cette divergence.

#### **Manager international**

Importante compañía española de alimentación y bebidas que está afrontado el un proceso de expansión a nivel internacional

Requisitos imprescindibles : Formación superior .

Experiencia en torno a cuatro/cinco años en posiciones relacionadas con el comercio internacional.

Idiomas : Conocimiento avanzado de inglés y francés (...)

*Jobpilot, annonce de cabinet*

**Dependienta de moda***(Vendeuse de vêtements de mode)*

Dependienta con experiencia en tiendas de moda, preferiblemente de trajes de novia y fiesta.

Estudios mínimos requeridos: BUP

Experiencia mínima de un año en puesto similar

Lugar de trabajo y residencia en Madrid

Se precisa habilidad en trato con el cliente, atención al público y ventas. Muy buena presencia (...)

*Stepstone, annonce d'ETT*

La spécialité (ou filière) du diplôme est par ailleurs souvent précisée dans les annonces espagnoles. Assez rares sont les formules du style « formation supérieure » sans plus de précision. On cherchera plutôt des « licenciés en sciences mathématiques ou en sciences physiques » ou encore des « *diplomados* en informatique de systèmes ». Fréquentes sont également les annonces qui proposent deux, voire trois ou quatre niveaux de formation possibles, en général assez proches (FP I ou II ; *diplomados* ou licenciés). Le candidat dispose d'une certaine marge de manœuvre non pas dans l'interprétation du niveau demandé (ce dernier n'est pas flou même s'il y a parfois plusieurs niveaux) mais dans la diversité des profils possibles. Le caractère relativement précis des titres mentionnés n'est donc pas forcément un indicateur de sélection dans la mesure où il s'accompagne de plusieurs possibilités. Les rédacteurs de l'annonce semblent faire preuve d'une certaine souplesse vis-à-vis des formations des candidats.

**3.2.2. Le poids des connaissances linguistiques**

Dans 42 % des annonces du corpus, il est demandé aux candidats de connaître au moins une langue, compétence dont on peut penser qu'elle représente un véritable critère de sélection. Cette exigence est d'autant plus forte que, dans près de la moitié des cas, elle est assortie d'un niveau de langue, décliné sous la forme « écrit, parlé, courant, conversation, bilingue ou avec certificat ». Plus de huit fois sur dix, la langue demandée est l'anglais (cf. tableau 10).

TABLEAU 10  
Les langues demandées

Langues demandées	Nombre d'annonces
Anglais	137
Français	23
Catalan	11
Allemand	7
Italien	3
Castillan	3
Portugais	2
Hollandais	2

La connaissance d'une langue est plus fréquemment citée sur les sites transnationaux que nationaux. Il en va de même des connaissances en bureautique (*word, excel*), plus rarement requises toutefois que les connaissances linguistiques. Ici, le formatage n'encourage pas forcément l'annonceur à formuler des attentes : deux des quatre sites nationaux prévoient en effet une rubrique sur les niveaux de langue ou d'informatique, mais les demandes à ce sujet n'y sont pas plus fréquentes que sur les autres sites (cf. tableau 11). C'est l'identité de l'annonceur et, *in fine*, le type d'emploi qui, comme pour la répartition des niveaux d'études, semblent jouer un rôle fondamental pour rendre compte des

attentes en ces domaines. En effet, seul un tiers des annonces venant des ETT requiert des connaissances linguistiques, ce qui est moins que la moyenne ; ce résultat peut être expliqué par la structure des emplois proposés. La fréquence des exigences linguistiques est en revanche identique à la moyenne pour les annonces émises directement par les entreprises ou passant par des cabinets, proposant des emplois plus qualifiés.

TABLEAU 11  
Les exigences sur les connaissances linguistiques et bureautiques

	Site national	Site transnational	Effectif	% du corpus total
Connaissances linguistiques	64	104	168	42%
Connaissances en bureautique	10	24	34	9%
L'un ou l'autre	68	110	178	45 %
L'un et l'autre (cumul)	6	18	24	6 %

### 3.2.3. L'expérience : une demande quasi générale

77 % des annonces du corpus espagnol demandent une expérience préalable et dans plus de la moitié des cas (56 %) une durée minimale est précisée. Cette durée se mesure le plus souvent en années, plus rarement en mois. Sa fréquence est indépendante de la nationalité du site mais plus élevée dans les annonces venant des cabinets, où cette requête est présente dans 90 % des annonces.

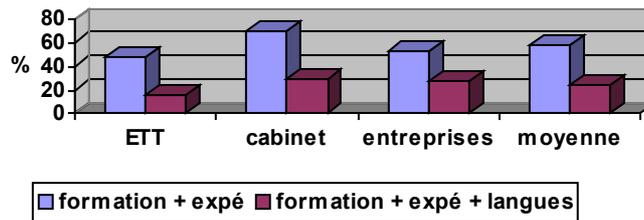
TABLEAU 12  
Les exigences sur l'expérience des candidats

	Site national	Site transnational	Effectif	% du corpus total (N=400)
Expérience requise	154	152	306	77 %
<i>Dont durée précisée</i>	<i>133</i>	<i>91</i>	<i>224</i>	<i>56 %</i>

L'influence du rubricage des annonces sur les attentes professionnelles est donc moins prononcée que sur les aspects identitaires ou administratifs évoqués précédemment. Le formatage peut d'ailleurs parfois augmenter artificiellement les exigences requises pour occuper un poste. Ainsi, trente-quatre annonces demandent au candidat de détenir le permis de conduire, les deux tiers de ces offres venant du site national (*Trabajo*) qui dispose d'une rubrique à cet effet. Mais une fois sur quatre, ces offres d'emploi s'adressent à des commerciaux et une fois sur huit à des professions pour lesquelles cette demande est pour le moins redondante (chauffeur-camion ou moniteur de voitures de tourisme).

En définitive, les attentes professionnelles exigées des candidats dépendent surtout de l'identité de l'annonceur et *in fine*, du type d'emploi offert dans l'annonce. Le renforcement des exigences confirme ces résultats. Le cumul d'une formation et d'une expérience concerne plus de la moitié des annonces du corpus et celui d'une formation (études supérieures le plus souvent), d'une expérience et de connaissances linguistiques, un quart. Ce dernier cas est plus fréquent dans les annonces des sites transnationaux et lorsque l'annonce passe par un cabinet (cf. graphique 5). La structure des emplois offerts explique que les exigences soient plus prononcées dans les annonces passées par des cabinets (qui offrent des emplois d'informaticiens, dirigeants...) que dans celles passées par les ETT (davantage d'emplois de commerciaux ou d'employés...). Ces résultats confirment par ailleurs la propension forte des cabinets à prendre appui sur des aspects identitaires mais aussi professionnels pour préciser le « profil » du candidat, tandis que les ETT formulent surtout des exigences de type identitaire.

Graphique 5  
Fréquence du cumul des attentes professionnelles  
par annonceur



Lecture : 42 % des annonces d'ETT (et 62 % de celles des cabinets) demandent aux candidats un certain niveau de formation et une expérience.

### 3.2.4. L'accent mis sur les qualités personnelles des candidats

Dans certaines annonces d'offres d'emploi, il est fait allusion aux traits de tempérament des candidats (sens du contact, etc.), qualités personnelles qui prennent une place croissante dans les offres d'emploi, comme le montre le travail de E. Marchal et D. Torny (2002) pour les annonces de presse en France. Les annonces espagnoles diffusées sur internet n'échappent pas à cette logique, puisque 29 % d'entre elles requièrent au moins une « qualité » de mobilité, de coopération ou de relation. La mention de ces qualités est un peu plus fréquente lorsque l'annonceur est un cabinet (40 % des annonces en demandent alors au moins une).

#### Les « qualités » des candidats

« La mobilité (capacités de déplacement) : disponibilité pour voyager, mobilité géographique ou pour changer de résidence

Les capacités relationnelles : dons des gens, dons des relations humaines, capacité de communication, personne communicative

Les capacités de coopération : travail en équipe... »

Voici une annonce où la plupart des exigences (études, langue, expérience, qualités intrinsèques) sont formulées.

#### Logística de ventas

Siemens multinacional alemana sector automoción ubicada en la provincia de Barcelona precisa incorporar logística de ventas.

Requisidos obligatorios : Nivel de Formación FPPII o equivalente.

Experiencia mínima de dos años en actividades de planificación y producción o experiencia previa en la empresa.

Conocimientos informáticos nivel usuario.

Idioma Alemán y/o inglés nivel medio hablado y escrito.

Capacidad de relación y contactos. Capacidad de análisis y síntesis. Capacidad de expresión y negociación. Comunicador.

Se valorará formación técnica en planificación producción. Se valorarán conocimientos informáticos SAP R3.

Se descartarán todos aquellos currículums que no cumplan el perfil exigido .

Interesados enviar historial detallado al siguiente número de fax 93-699 64 07.

Jobpilot

Le rubricage des annonces effectué par les opérateurs des sites nationaux et le passage par un intermédiaire classique peuvent conduire finalement à des formes de sélection relativement discriminantes, ayant trait à l'identité des candidats (sexe, âge, nationalité), leur lieu de résidence ou même leur (bonne) présentation. L'influence du formatage sur les aspects professionnels est moins prononcée. La présence d'une rubrique sur le niveau d'études peut conduire l'annonceur à mentionner ce dernier, mais il n'en est pas de même pour l'expérience (uniformément demandée), les niveaux d'informatique ou de langue. L'identité de l'annonceur joue davantage sur ces exigences, qui dépendent également des types d'emplois offerts.

Quels sont les effets du formatage des sites et du passage par une ETT ou un cabinet sur les informations dont va disposer le candidat qui accède à l'annonce ? L'intervention d'un intermédiaire ne sert-elle qu'à préciser les attentes des annonceurs, et, ce faisant, à écarter d'emblée certains candidats ? Ou bien cette intervention est-elle également favorable à ces derniers qui, par le biais des informations sur le poste à pourvoir, peuvent plus aisément faire leurs choix ?

#### **4. DES MÉDIATIONS QUI VALORISENT LES INFORMATIONS PRÉCISES SUR LE POSTE À POURVOIR**

Un constat relativement clair émerge de l'analyse des annonces espagnoles : les données sur le poste à pourvoir mises à la disposition du candidat sont nombreuses et relativement originales. Là aussi, l'empreinte des intermédiaires est particulièrement nette puisque lorsque les offres sont diffusées sur un site national ou passent par un intermédiaire traditionnel, ces indications sont nettement plus importantes que dans les autres cas.

##### **4.1. La localisation du poste**

Le formatage des annonces a une incidence très nette sur l'indication de la localisation du poste à pourvoir : 45 % des annonces du corpus espagnol précisent cette localisation, toujours de façon très précise puisque la ville (même de petite taille) est indiquée à chaque fois. Or, 80 % des annonces concernées ici sont issues de sites nationaux qui proposent tous une rubrique sur la localisation du poste. D'une façon générale, la standardisation des annonces opérée sur les sites nationaux est favorable au candidat dans la mesure où elle augmente les informations dont il dispose pour savoir si, oui ou non, il peut répondre à une annonce.

L'influence d'une médiation entre offreur et demandeur d'emploi, qu'il s'agisse de celle d'une ETT, d'un cabinet ou de celle d'un site internet, est nette en ce qui concerne la présence d'indications sur les termes du contrat attachant au poste offert, que ce soit pour la rémunération, la durée d'engagement ou le temps de travail. Ces trois aspects sont repris successivement.

##### **4.2. L'empreinte des intermédiaires pour les indications de rémunération**

Dans les annonces du corpus espagnol, il peut être fait allusion à la rémunération de diverses façons, comme l'indique l'encadré suivant :

### Les allusions à la rémunération

*Précise :*

Quantifiée : un montant chiffré est donné<sup>8</sup>. Exemples : « minimum : 100 000 pesetas nets par mois, maximum ; 150 000 pesetas nets par mois ; de 5 à 6 000 pesetas nets par mois ; brut annuel de 5 millions de pesetas ; entre 5 et 6 millions brut par an ; 2 millions de pesetas brut annuel... »

Composée. Exemples : « fixe + variable ; commissions du secteur ; primes + incitations ; fixe + commissions ; solde fixe et commissions élevées ; solde + incitations... »

*Vague :*

Qualifiée. Exemples : « rémunération intéressante ; rémunération compétitive ; salaire attractif et compétitif ; rémunération hautement attractive... »

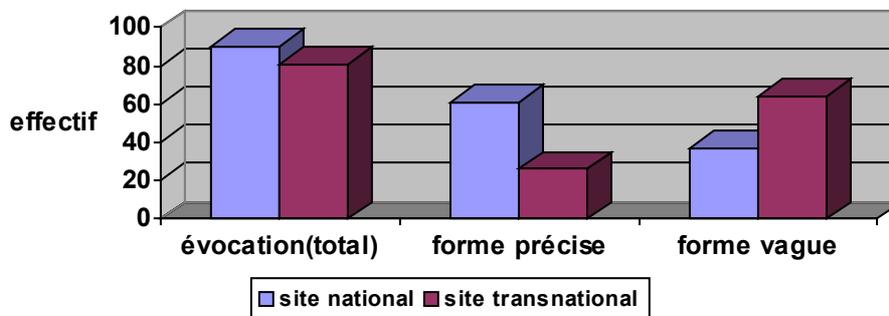
À négocier. Exemples : « la rétribution est ouverte ; rétribution économique négociable ; à négocier de façon individuelle ; salaire à convenir ; salaire à négocier... »

Fonction de la valeur du candidat. Exemples : « en fonction de la valeur du candidat ; fonction de l'expérience ; fonction du travail accompli ; en accord avec la valeur de la personne ; selon l'expérience et la valeur du candidat ; selon les valeurs apportées ; selon la valeur du candidat ; fonction de l'apport professionnel... »

43 % des annonces du corpus espagnol font allusion à la rémunération, en tenant compte de l'ensemble des possibilités. Plus d'une annonce sur cinq du corpus (22 %) précise la rémunération du poste à pourvoir de façon « quantifiée » ou « composée ». Cette précision est plus fréquente sur les sites nationaux tandis que les évocations vagues sont plus courantes sur les sites transnationaux (cf. graphique 6).

Graphique 6

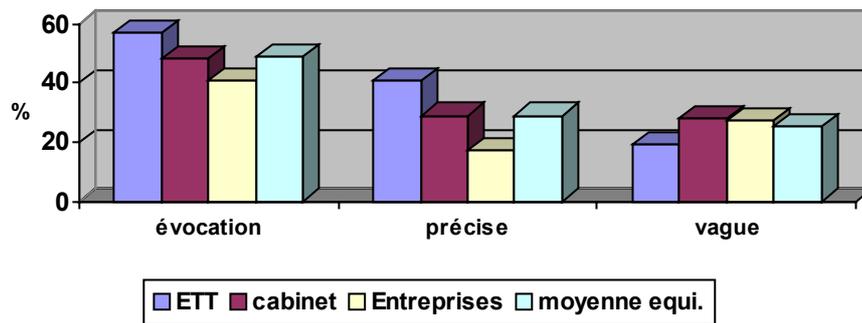
#### Évocation de la rémunération selon la nationalité du sit



Lorsque le montant de la rémunération est précisé, il s'agit plus de huit fois sur dix d'une annonce paraissant sur un site national où il existe une rubrique prévue à cet effet. La « marque » de l'intervention des sites sur le contenu des annonces est ici particulièrement prononcée. Dans le même ordre d'idée, le passage par un intermédiaire classique augmente la précision de la rémunération : 38 % des annonces des ETT ; 29 % de celles des cabinets indiquent un montant chiffré, mais seulement 17 % des annonces d'entreprises qui recrutent directement (cf. graphique 7).

<sup>8</sup> Lorsqu'un montant chiffré, il est exprimé les trois quarts du temps en brut annuel et une fois sur dix en net mensuel (dans les autres cas, les modalités ne sont pas indiquées).

Graphique 7  
Évocation de la rémunération selon l'annonceur



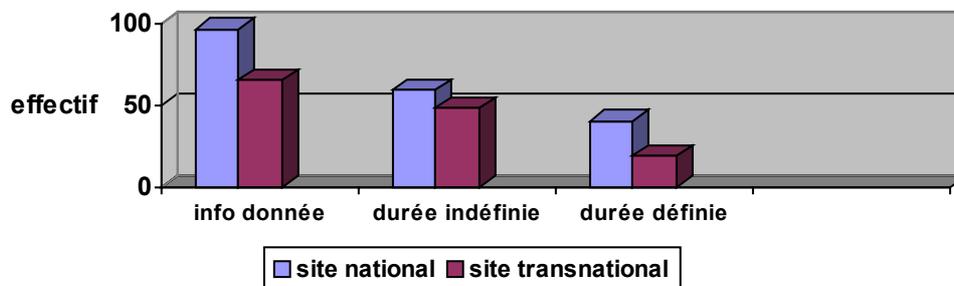
Lecture : environ 58 % des annonces passées par une ETT évoquent la rémunération, ou encore, 40 % de ces annonces l'indiquent de façon précise.

D'autres informations sur le poste sont cruciales pour le candidat qui cherche un emploi : il s'agit de la durée de l'engagement et du temps de travail associés au poste. Voyons ce qu'il en est de la distribution par site et des fréquences de ces indications selon le type d'annonceur.

#### 4.3. Durée d'engagement et temps de travail : l'influence des intermédiaires

Concernant la durée de l'engagement, le contrat que l'annonce propose peut être temporaire (durée déterminée) ou de durée indéfinie<sup>9</sup> (contrat permanent). La durée du contrat est également courte (déterminée) dans les contrats de *free-lance*, les bourses ou les stages.

Graphique 8  
La durée de l'engagement selon la nationalité du site



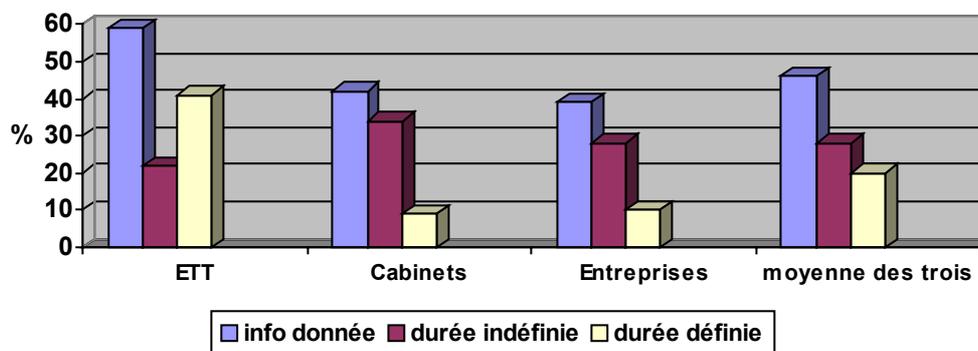
Le graphique 8 montre que l'information sur la durée de l'engagement est plus fréquente dans les annonces diffusées sur les sites nationaux que transnationaux. Ceci peut tenir une fois de plus au pré-formatage des annonces effectué sur les sites nationaux, deux d'entre eux (*Infojobs* et *Trabajos*) prévoient une rubrique sur le type de contrat proposé, rubrique que peut être tenté de compléter l'annonceur. Lorsque la durée de l'engagement est précisée (ce qui ne concerne que quatre annonces sur dix du corpus total), les contrats proposés sont plus souvent à durée indéfinie que définie mais la nature du site (national/transnational) ne joue pas sur cette distribution<sup>10</sup>.

<sup>9</sup> Une ambiguïté par rapport au français doit être levée : lorsque la durée est dite *indeterminada* dans les annonces espagnoles c'est qu'elle n'est pas précisée (non déterminée) et non qu'il s'agit d'un CDI. Le terme qui renvoie davantage au CDI est *indefinido* ou contrat permanent.

<sup>10</sup> Un test de khi-deux montre que la présence de l'information sur la durée de l'engagement est significativement liée au site (khi-deux (1)= 11,2 ; p = 0,0007). Le fait qu'il s'agisse d'un emploi à durée indéfinie et le site ne sont pas liés de façon significative au seuil de 5 % (khi-deux (1)= 1,2 ; p = 0,27).

L'information sur la durée de l'engagement dépend étroitement du type d'annonceur (graphique 9)<sup>11</sup>. Les ETT indiquent plus souvent que les autres annonceurs cette durée, leurs contrats sont plus habituellement à durée déterminée, même si elles offrent une proportion non négligeable de contrats permanents, qui sont parfois des contrats offrant une incorporation définitive à l'entreprise où se trouve le poste au bout de deux ou trois mois<sup>12</sup>.

Graphique 9  
Durée d'engagement selon l'annonceur



Lecture : environ 60 % des annonces des ETT précisent la durée de l'engagement.

Les entreprises qui émettent directement une annonce sur internet, sans passer par une ETT ou un cabinet, ne sont pas spécialement enclines à indiquer la durée de l'engagement... à moins qu'elles ne soient incitées à le faire par la présence d'une rubrique prévue à cet effet par le site internet. En effet, plus de la moitié (51/97) des annonces émises directement par des entreprises et précisant la durée de l'engagement le font sur un des deux sites nationaux où une rubrique est prévue à cet effet. Dix-sept autres annonces (sur les 97) sont diffusées sur le site *Stepstone*, où ce type de formatage, bien que non systématique, existe aussi. Le site joue bien ici un rôle d'intermédiaire entre l'employeur et le candidat potentiel en faisant apparaître l'information sur la durée de l'engagement qui, sinon, ne figurerait pas forcément.

TABLEAU 13  
L'information sur le temps de travail par site

	Site national	Site transnational	Effectif	% du corpus total (N=400)
<b>Présence de l'info</b>	<b>104</b>	<b>52</b>	<b>156</b>	<b>39 %</b>
Temps complet	86	35	121	30 %
Temps partiel	9	1	10	3 %
Horaires précisés	22	10	32	8 %
Flexible/3X8 (turnos)	11	9	20	5 %
Pause	4	1	5	1 %

L'indication du temps de travail peut également être précieuse pour le candidat. 39 % des annonces espagnoles fournissent une telle information. Cette évocation est plus fréquente sur les sites natio-

<sup>11</sup> Un test de khi-deux montre que la présence de l'information sur la durée de l'engagement est significativement liée à l'identité de l'annonceur (khi-deux (2)= 7,72 ; p = 0,021).

<sup>12</sup> Pour comprendre ces cas, on peut se référer aux principes de fonctionnement des ETT : dans deux des quatre modalités de contrats passés entre l'ETT et le travailleur, la durée de l'engagement n'est pas déterminée et peut durer tant qu'existe la cause motivant le travail ; au bout de six mois dans le même poste, le travailleur doit passer un contrat définitif avec l'entreprise où il travaille et non plus avec l'ETT.

naux que transnationaux (cf. tableau 13). Le formatage effectué par le site influence ici clairement la présence de l'information : sur les 156 annonces du corpus concernées, 48 viennent de *Infojob* et 43 de *Trabajos.com* qui prévoient une rubrique sur le temps de travail.

L'identité de l'annonceur joue également sur la fréquence de l'information sur le temps de travail et sur le temps proposé (complet ou autre), comme le montre le tableau 14. Les contours des emplois proposés par chaque intermédiaire se précisent : les cabinets proposent plus souvent des postes à temps complet que la moyenne, ils se spécialisent dans les emplois qualifiés (informaticiens, dirigeants) aux conditions avantageuses (emploi permanent à temps plein). Les entreprises de travail temporaire, en revanche, proposent davantage d'emplois à temps partiel ou des postes à horaires flexibles que les autres annonceurs et précisent également plus couramment les horaires de travail, ce qui renvoie souvent à des emplois à temps partiel.

TABLEAU 14  
L'information sur le temps de travail selon l'annonceur

	% des annonces d'ETT	% des annonces de cabinets	% des annonces des entreprises	Moyenne équilibrée des trois
<b>Présence de l'info*</b>	<b>60 %</b>	<b>51 %</b>	<b>34 %</b>	<b>48 %</b>
Temps complet**	31 %	49 %	28 %	36 %
Temps partiel	7 %	2 %	2 %	3 %
Horaires précisés	24 %	6 %	5 %	12 %
Flexible/3X8 (turnos)	10 %	5 %	4 %	6 %
Pause	3 %	0 %	1 %	13 %

\*Un test de khi-deux montre que la présence de l'information sur le temps de travail est significativement liée à l'identité de l'annonceur khi-deux (2)= 16,22 ; p = 0,0003.

\*\* Un test de khi-deux montre que le contrat à temps complet est significativement lié à l'identité de l'annonceur (khi-deux (2)= 10,4 ; p = 0,005).

En étudiant le cumul des informations sur le poste (localisation, rémunération, durée d'engagement et temps de travail), on arrive à des conclusions en adéquation avec ce qui a été dit jusqu'à présent : ce cumul est plus fréquent sur les sites nationaux, dans les annonces venant des ETT et des cabinets. Le candidat n'a en général guère la possibilité d'obtenir d'autres informations sur le contenu du poste que celles décrites jusqu'ici. Plusieurs sites lui proposent de visiter le site de l'entreprise (*Trabajo.org*, *Jobpilot*, *Stepstone*) ou de voir d'autres annonces de cette dernière (*Infojobs*, *Monster*, *Newmonday*), mais ce lien ne le renseigne pas sur le contenu exact du poste à pourvoir.

#### 4.4. Avantages, opportunités de carrière et informations sur l'entreprise : des indications qui se passent de médiations

Le descriptif des annonces peut également mentionner des avantages liés au poste de travail : actions, avantages en nature (ordinateur portable, voiture, gymnase, logement...), inscription à la sécurité sociale. Ces indications sont toutefois relativement rares dans les offres d'emploi espagnoles étudiées ici puisqu'elles concernent, tout au plus, 8 % des annonces. Bien que rares<sup>13</sup>, les indications sur les opportunités de formation et les perspectives de carrière interne sont plus fréquentes dans les annonces émises par des sites transnationaux, là où on trouve davantage de grandes entreprises d'envergure internationale. Ces grandes entreprises nationales ou étrangères disposent plus souvent

<sup>13</sup> Au total, 3 % des annonces évoquent des possibilités de promotion interne offerte par l'entreprise, soit de façon vague (grandes opportunités de développement professionnel) ou relativement précise (plan de carrière, possibilité d'ascension au sein de l'entreprise...). Dans 8 % des offres d'emploi, il est proposé au candidat une formation, soit dès l'embauche (formation à l'entrée) soit plus tardive (formation continue). La formation interne et continue est peu développée en Espagne, ce qui pourrait expliquer qu'elle soit rarement présentée.

de marchés internes au sein desquels les salariés peuvent progresser. Les possibilités de formation ou d'évolution de carrière sont également plus volontiers décrites lorsque l'annonceur est l'entreprise qui recrute plutôt qu'un intermédiaire (tableau 15).

TABLEAU 15  
**Avantages, évolution de carrière et formation selon l'annonceur**

	% des annonces ETT	% des annonces cabinets	% des annonces entreprises	Moyenne équi pondérée
Avantages	5 %	12 %	11 %	9 %
Évolution de carrière	9 %	10 %	16 %	12 %
Formation dispensée	6 %	5 %	11 %	7 %

Ces résultats contrastent ici avec ceux obtenus sur les termes du contrat (rémunération, durée d'engagement et temps de travail). Lorsqu'il n'y a pas de médiation ou que les annonces sont peu formatées, comme c'est le cas pour celles émises directement par l'entreprise ou diffusées sur un site transnational, les termes du contrat sont moins souvent précisés et il est davantage fait allusion à des formes vagues mais aussi négociables de compensation, que ce soit pour la rémunération ou les autres avantages.

Les informations sur le nom de l'entreprise qui embauche, sa taille ou son envergure sont également plus fréquentes dans les annonces non formatées des sites transnationaux et lorsque ces dernières sont directement diffusées par l'entreprise. Lorsque cette dernière passe l'annonce, son nom apparaît clairement. En revanche, lorsqu'il s'agit d'une ETT, d'un cabinet ou encore du site, le nom de l'entreprise où se trouve le poste est occulté la plupart du temps. Lorsque c'est l'entreprise qui passe l'annonce, elle donne également plus d'information sur son effectif.

#### Consultores en datawarehouse

Apúntate a la carrera de las nuevas tecnologías y ayuda a nuestros clientes a afrontar mejor su futuro. Con más de 2000 consultores implicados en proyectos de altas tecnologías, y nueve compañías repartidas por toda la geografía española, el grupo ALTRAN tiene en España uno de sus mercados potencialmente más interesantes.

Si eres ingeniero medio o superior y tienes experiencia entre 0 y 2 años en Datawarehouse, y conocimientos en business objects y bases de datos oracle, podrás aportar soluciones tecnológicas a los problemas de nuestros clientes.

Puedes enviar tu CV a la atención de E. Cadre a RRHH@altran.es o a nuestro centro de selección a C/Torres Quevedo, 1 28760 Tres Cantos - Madrid.

Si vives más cerca de Barcelona, puedes enviarlo a la atención de V. Cener a bcn@altran.es o a nuestro centro de selección en Paseo de Gracia, 55-57, 3ª planta 08007 Barcelona

*Jobpilot*

La proximité avec l'entreprise qui recrute se lit aussi sous un autre angle : 15 % des annonces s'adressent au candidat en le tutoyant, la quasi-totalité de ces offres (52/57) est passée par l'entreprise où se trouve le poste à pourvoir. En Espagne, on tutoie les personnes plus jeunes, du même âge ou de même condition sociale que soi. Ce mode de communication est plus employé dans les offres d'emploi destinées aux informaticiens que dans celles destinées aux dirigeants ou aux commerciaux. En outre, trois fois sur quatre, les annonces en question sont issues du site transnational *Jobpilot*, l'effet de site est donc très fort. Le tutoiement est réservé au cas où l'entreprise

qui recrute fait passer l'annonce ; cet usage introduit une proximité entre le candidat et ses futurs collègues et employeurs en l'inscrivant dans le projet de l'entreprise, comme dans l'exemple mentionné ci-dessus.

## 5. DES SITES QUI JOUENT DANS LA MISE EN RELATION ENTRE CANDIDAT ET ANNONCEUR

Comment entrent en contact celui qui fait passer l'annonce et le candidat ? Nous allons voir que les conditions de cette rencontre peuvent, là aussi, être influencées par l'intervention des opérateurs de sites, par le passage par une entreprise de travail temporaire ou par un cabinet de conseil.

### 5.1. L'urgence de la réponse

Un premier élément, propre aux sites espagnols, donne au candidat une indication du degré de concurrence auquel il est confronté : sur deux sites nationaux, à savoir *Trabajo.org* et *Infojobs*, il y a une rubrique « nombre de candidats ayant répondu à l'annonce (ou inscrits) » (voir tableau 4). Ces sites donnent des informations nombreuses aux candidats (sur le type de contrat, la rémunération, etc.) et, en contrepartie, ces derniers doivent réagir relativement vite car ils sont informés du degré de concurrence auquel ils sont soumis.

Des indications sur le caractère plus ou moins urgent de la réponse à donner peuvent être fournies parallèlement. L'urgence est formulée en exigeant une disponibilité immédiate du candidat, en insistant sur la rapidité de son intégration (incorporation immédiate<sup>14</sup>) ou en précisant que le poste doit être (très) rapidement pourvu. L'urgence est plus accentuée lorsque les annonces sont passées par des ETT, puisque plus d'un tiers (36 %) de ces dernières insistent sur au moins un des trois paramètres, contre un quart pour le corpus total. Il est vrai que les caractéristiques des emplois des ETT (contrats temporaires) peuvent inciter à embaucher rapidement.

### 5.2. L'entrée en relation avec l'annonceur

Pour répondre à une annonce d'offre d'emploi, le candidat doit entrer en contact avec le destinataire des candidatures. Ce dernier peut être l'entreprise où est le poste, l'intermédiaire qui passe l'annonce ou bien le site internet lui-même. Dans bien des cas, le candidat qui veut répondre à une annonce sur internet en Espagne ne dispose pas des coordonnées de celui qui a passé l'annonce et peut seulement s'adresser au site *web*. Il y a donc deux possibilités :

- L'annonce donne des coordonnées (adresse postale ou électronique, téléphone, *e-mail*) permettant de contacter l'entreprise ou l'intermédiaire (ETT, cabinet) qui a passé l'annonce.
- L'annonce ne donne pas de contact « extérieur » au site et le candidat ne peut que s'adresser à lui. Les données sont recueillies dans le tableau suivant :

---

<sup>14</sup> La formule « incorporation immédiate » a été interprétée comme un indice de l'urgence de l'embauche. Cette formule relativement standard est liée au format des annonces (il existe une rubrique de ce type sur plusieurs sites) et 70 annonces y font allusion. Il n'a pas été considéré en revanche que cette expression soit le signe d'une incorporation définitive dans l'entreprise (emploi permanent ou à durée indéfinie) car elle peut être présente dans des annonces proposant un contrat temporaire.

TABLEAU 16  
**Modalités pour que le candidat réponde à l'annonce**

	Site national	Site transnational	Effectif total	% du total (N=400)
Contact de l'annonceur donné	55	120	175	44 %
L'inscription sur le site est la seule possibilité	145	80	225	56 %

On observe une claire différence entre les sites transnationaux et nationaux. Les premiers donnent le contact de l'annonceur (entreprise ou intermédiaire) tandis que les seconds ne le donnent pas, les candidats n'ayant alors comme possibilité, pour répondre à l'annonce, que celle de s'inscrire ou de se connecter sur le site (cf. tableau 16). Les modalités pour répondre à l'annonce diffèrent selon l'annonceur. Les ETT laissent peu la possibilité aux sites internet de jouer un rôle dans la mise en relation et donnent des coordonnées. La démarche des cabinets est autre : la plupart du temps, le candidat doit s'adresser au site qui diffuse l'annonce pour répondre à cette dernière.

Lorsque le candidat dispose des coordonnées de l'annonceur, il s'agit le plus souvent d'une adresse *e-mail* (43 % des annonces parmi celles qui donnent un contact) ; le contact par téléphone est rare de même que les possibilités de se rendre auprès de l'employeur.

### 5.3. Les pièces à fournir : la prédominance du CV

Le dossier que doit fournir le candidat se compose pour l'essentiel du CV, réclamé dans 42 % des annonces du corpus espagnol. Aucune annonce ne réclame de lettre manuscrite de la part du candidat, pratique peu répandue en Espagne, ni les références des employeurs précédents. La demande du CV est d'autant plus fréquente que le candidat répond à une annonce diffusée sur un site transnational ou passée par une entreprise de travail temporaire. Dans ce dernier cas, la demande de ce document concerne plus d'une annonce sur deux, contre quatre dixièmes des annonces passées directement par l'entreprise et une sur trois de celles passées par les cabinets. La différence entre cabinets et entreprises de travail temporaire à ce sujet conforte celle observée plus haut sur leurs attentes : les ETT s'attachent davantage à des critères identitaires (âge, sexe), éléments présents dans le CV, tandis que les cabinets sont également sensibles aux qualités personnelles ou aux données professionnelles, éléments qui peuvent éventuellement s'évaluer lors d'un entretien.

## CONCLUSION

L'empreinte des intermédiaires sur les offres d'emploi espagnoles est particulièrement nette et ceci, à deux niveaux. Elle l'est en premier lieu parce que les sites nationaux interviennent pour formater les annonces diffusées. Ce rubricage tend à symétriser les positions respectives de l'annonceur et du candidat. Il apporte en effet un gain de précision à ce dernier, sur les termes du contrat de travail (rémunération, durée d'engagement et temps de travail) mais aussi sur le degré de concurrence auquel il est soumis. En symétrie, les attentes des annonceurs sont précisées, non pas tant du point de vue des exigences professionnelles, sur lesquelles le formatage joue assez peu, mais dans un registre plus discriminant ayant trait à l'âge du candidat ou à son lieu de résidence. Le passage par un intermédiaire tend, à un second niveau, à renforcer la présence de critères identitaires et les aspects professionnels que privilégient notamment les cabinets de conseil. Mais cette médiation est également favorable aux candidats car elle leur apporte des indications précieuses sur le contenu du poste.

En l'absence de médiation, lorsque l'annonce est émise directement par l'entreprise qui recrute ou diffusée sur un site transnational, les contours du poste sont plus vagues que ce soit pour la rémuné-

ration ou les avantages attenants. Le candidat dispose alors de moins de données précises sur le poste mais en sait un peu plus sur l'entreprise qui embauche, sa taille ou son envergure. En retour, l'arbitraire d'une sélection sur des critères purement identitaires est peu présent.

