

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique
Ecole Nationale Supérieure de Management
Koléa



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
المدرسة الوطنية العليا للمناجنت
القلبية

MEMOIRE DE MASTER

En vue de l'obtention d'un master académique

En : « GOUVERNEMENT ELECTRONIQUE »

Enjeux et Performances du recrutement :
Approche comparative entre méthodes
Traditionnelles et innovations modernes
Au sein du « CIC Moulins de Guelma »

Élaboré par :

SELMA Nour el houda

Sous la direction :

Dr. MOHAMED EL HADJ Leila

Soutenu devant le jury composé de :

| | |
|--------------|------------------------|
| Président | MELLOUD Sid Ali |
| Examinatrice | CHEDRI MAAMAR Sara |
| Encadrant | MOHAMMED EL HADJ Laila |

Année Universitaire : 2024/2025

RESUME

Face à l'évolution rapide du marché de l'emploi et à la digitalisation croissante, les entreprises revoient leurs pratiques de recrutement afin d'attirer les profils les plus adaptés. Ce mémoire s'intéresse à l'analyse comparative des méthodes de recrutement traditionnelles et modernes, en prenant l'entreprise *CIC Moulins Guelma* comme étude de cas. À travers une approche quantitative, fondée sur un questionnaire adressé aux employés, nous avons évalué l'efficacité de ces méthodes selon plusieurs dimensions : le coût, la rapidité, la qualité des candidatures, et l'adéquation au poste. Les résultats montrent que si les méthodes traditionnelles restent utilisées, les pratiques modernes offrent des avantages en matière d'efficacité et d'attractivité. L'entreprise semble ainsi s'orienter vers une stratégie de recrutement mixte, adaptée aux enjeux actuels du marché du travail.

Mots clés : gestion des ressources humaines, recrutement traditionnel, recrutement moderne, digitalisation.

ABSTRACT

In light of the rapid evolution of the job market and the increasing shift toward digitalization, companies are re-evaluating their recruitment practices to attract the most suitable talents. This thesis focuses on a comparative analysis of traditional and modern recruitment methods, using *CIC Moulins Guelma* as a case study. Through a quantitative approach based on a structured questionnaire addressed to the company's employees, we assessed the effectiveness of these methods across several dimensions, including cost, speed, quality of applicants, and job fit. The results revealed that while traditional methods are still in use, modern practices offer significant advantages in terms of efficiency and attractiveness. The company thus appears to be moving toward a mixed recruitment strategy aligned with the current demands of the labor market.

Keywords: humanresource management, traditional recruitment, modern recruitment, digitalization.

المخلص

في ظل التطورات السريعة في سوق العمل والتوجه المتزايد نحو الرقمنة، باتت المؤسسات تعيد النظر في أساليب التوظيف التي تعتمد عليها من أجل استقطاب الكفاءات المناسبة. تهتم هذه المذكرة بدراسة مقارنة بين أساليب التوظيف التقليدية والحديثة، مع اتخاذ شركة CIC Moulins Guelma كدراسة حالة. ومن خلال منهجية كمية اعتمدت على استبيان موجه إلى موظفي الشركة، قمنا بتقييم فعالية هذه الأساليب استناداً إلى عدة أبعاد، منها: التكلفة، السرعة، جودة المترشحين، ومدى توافقهم مع متطلبات الوظيفة. وقد أظهرت النتائج أن الأساليب التقليدية لا تزال معتمدة، إلا أن الأساليب الحديثة توفر مزايا ملموسة من حيث الكفاءة والجاذبية. ويبدو أن الشركة تتجه نحو تبني استراتيجية توظيف مزدوجة تتماشى مع متطلبات سوق العمل الحالي.

الكلمات المفتاحية: إدارة الموارد البشرية، التوظيف التقليدي، التوظيف الحديث ، الرقمنة.

REMERCIEMENTS

Avant toute chose, je rends grâce à Dieu, Le Tout-Puissant, pour m'avoir accordé la force, la patience et la persévérance nécessaires à l'accomplissement de ce travail. Sans Sa bénédiction, rien de tout cela n'aurait été possible.

Je tiens à exprimer ma profonde reconnaissance à mon encadrante, Madame Dr. **Leila Mohamed El Hadj**, pour son encadrement rigoureux, sa disponibilité et ses précieux conseils tout au long de ce mémoire.

Je remercie chaleureusement l'École Nationale Supérieure de Management (ENSM) pour m'avoir offert un cadre académique d'excellence et pour la qualité de la formation reçue.

Mes remerciements les plus sincères vont à ma chère mère **Hayette** et à mon père **Abd Ellah**, pour leur amour, leur soutien inconditionnel et leurs prières qui m'ont portée tout au long de ce parcours. Je remercie également mes sœurs **Imene** et **Sara**, ainsi que son époux **Khaled** et leurs enfants **Ritel** et **Adem**, pour leur présence affectueuse.

À mon frère **Yakoube**, sa femme **Rana** et leur fils **Oussayd**, je suis infiniment reconnaissante pour leur soutien moral et leurs encouragements.

Enfin, je souhaite adresser un remerciement particulier à **Madame Baïa Faizi**, pour son accompagnement et sa bienveillance lors de mon expérience professionnelle au sein de l'entreprise **CICMoulins Guelma**.

À toutes les personnes qui, de près ou de loin, ont contribué à la réalisation de ce travail, je vous dis un grand merci.

TABLE DES MATIÈRE

| | |
|---|-------------------------------------|
| RESUME..... | II |
| REMERCIEMENTS..... | IV |
| TABLE DES MATIÈRE | V |
| LISTE DES FIGURES..... | VII |
| LISTE DES TABLEUX..... | VIII |
| LISTE DES ABRÉVIATIONS | IX |
| INTRODUCTION GENERALE | 1 |
| CHAPITRE1 : La revue littérature et Cadre conceptuel..... | 6 |
| Section 01: Revues de littérature | 7 |
| Section 02: Cadre Conceptual | 10 |
| 2.1 Le recrutement Traditionnelle..... | 10 |
| 2.1.4 Les avantages et les objectifs du recrutement..... | 18 |
| 2.1.5 Les enjeux du recrutement | 19 |
| 2.2. Le recrutement moderne (le recrutement digital) | 20 |
| CHAPITRE II : CADREORGANISATIONNEL ET METHODOLOGIQUE | 38 |
| Section 1: Cadre organisationnel..... | 39 |
| 1.1 Situation Géographique | Error! Bookmark not defined. |
| 1.2 Historique de l'entreprise..... | Error! Bookmark not defined. |
| 1.3 Présentation de l'entreprise..... | 39 |
| 1.4 Organigramme | 40 |
| 1.4 Missions et objectifs de l'entreprise | 40 |
| 1.5 L'organisation Du CIC MOULINS ET CONSERVES | 41 |
| 1.6 Produits CIC MOULINS ET CONSERVES | 44 |
| Section 2: la démarche methodologies et choix de la méthode | 44 |
| 2.1 La posture épistémologique | 45 |
| 2.2 L'Approche méthodologique | 45 |
| 2.3 Les outils de la collecte des données | 45 |
| 2.3.4 Essai de distribution normale..... | 55 |
| 2.4 L'échantillon de l'étude..... | 55 |
| 2.5 Méthode de traitement des données | 56 |
| CHAPITRE III : ANALYSE DES RÈSULTATS ET DISCUSSION | 58 |

| | |
|---|-----------|
| Section 01: Analyse des résultats | 59 |
| 1.1 Présentation et analyse des données de l'étude..... | 59 |
| 1.2 Tester les hypothèses de l'étude | 70 |
| Section 02: Discussions des resultants | 76 |
| CONCLUSION GENERALE | 81 |
| BIBLIOGRAPHIE | 84 |
| LES ANNEXES | 89 |

LISTE DES FIGURES

| | |
|--|----|
| Figure 1 : Schéma de processus de recrutement | 13 |
| Figure 2 :L'organigramme de CIC Moulins Guelma | 40 |
| Figure 3 : L'organigramme de la direction des ressources humaines | 43 |
| Figure 4 :Répartition des Membres de l'échantillon par sexe..... | 59 |
| Figure 5 : Répartition des Membres de l'échantillon par Age | 60 |
| Figure 6 : Répartition des Membres de l'échantillon par niveau d'étude | 61 |
| Figure 7 : Répartition des Membres de l'échantillon par expérience professionnelle..... | 62 |
| Figure 8 : quelle méthode préférez-vous | 68 |

LISTE DES TABLEUX

| | |
|--|----|
| Tableau 1: Le processus de recrutement..... | 14 |
| Tableau 2: Définition de poste..... | 15 |
| Tableau 3: Exemple de profil de poste d'une secrétaire de direction..... | 16 |
| Tableau 4: Réponses pondérées selon l'échelle de likert en cinq points..... | 47 |
| Tableau 5: Corrélation pearson de canaux de diffusion..... | 48 |
| Tableau 6: Corrélation pearson de temps et cout du processus..... | 48 |
| Tableau 7: Corrélation pearson de Qualité et pertinence des candidatures..... | 49 |
| Tableau 8: Corrélation pearson de technologies et outils utilisés..... | 49 |
| Tableau 9: Corrélation pearson de canaux de diffusion..... | 50 |
| Tableau 10: Corrélation pearson de temps et cout du processus..... | 50 |
| Tableau 11: Corrélation pearson de Qualité et pertinence des candidatures..... | 50 |
| Tableau 12: Corrélation pearson de technologies et outils utilisés..... | 51 |
| Tableau 13: Corrélation pearson d'organisation et structure..... | 51 |
| Tableau 14: Corrélation pearson de communication avec les candidats..... | 52 |
| Tableau 15: Corrélation pearson de Transparence et équité..... | 52 |
| Tableau 16: Corrélation pearson d'évaluation des compétences..... | 53 |
| Tableau 17: Corrélation pearson de Délais et réactivité..... | 53 |
| Tableau 18: Corrélation pearson d'intégration des nouveaux employés..... | 53 |
| Tableau 19: coefficient de corrélation de pearson pour les axes du questionnaire..... | 54 |
| Tableau 20: Test de Kolmogorov- Smirnov..... | 55 |
| Tableau 21: Répartition des Membres de l'échantillon par sexe..... | 59 |
| Tableau 22: Répartition des Membres de l'échantillon par Age..... | 60 |
| Tableau 23: Répartition des Membres de l'échantillon par niveau d'étude..... | 60 |
| Tableau 24: Répartition des Membres de l'échantillon par expérience professionnelle..... | 61 |
| Tableau 25: Les résultats des réponses des répondants aux phrases des canaux de diffusion..... | 62 |
| Tableau 26: Les résultats des réponses des répondants aux phrase de temps et cout du processus..... | 63 |
| Tableau 27: Les résultats des réponses de Qualité et pertinence des candidatures..... | 63 |
| Tableau 28: Les résultats des réponses de technologies et outils utilisés..... | 64 |
| Tableau 29: Les résultats des réponses de Méthodes traditionnelles..... | 64 |
| Tableau 30: Les résultats des réponses des répondants aux phrases des canaux de diffusion..... | 65 |
| Tableau 31: Les résultats des réponses des répondants aux phrase de temps et cout du processus..... | 66 |
| Tableau 32: Les résultats des réponses de Qualité et pertinence des candidatures..... | 66 |
| Tableau 33: Les résultats des réponses de technologies et outils utilisés..... | 67 |
| Tableau 34: Les résultats des réponses de Méthodes modernes..... | 67 |
| Tableau 35: quelle méthode préférez-vous..... | 68 |
| Tableau 36: Les résultats des réponses des répondants aux le processus de recrutement..... | 69 |
| Tableau 37: les résultats du premier test sous - hypothèse..... | 70 |
| Tableau 38: les résultats du deuxième test sous - hypothèse..... | 71 |
| Tableau 39: les résultats du troisième test sous - hypothèse..... | 73 |
| Tableau 40: les résultats du quatrième test sous - hypothèse..... | 74 |
| Tableau 41: les résultats de l'hypothèse principale..... | 75 |

LISTE DES ABRÉVIATIONS

| E-recrutement | Electronique Recrutement |
|----------------------|--|
| RH | Ressource Humaine |
| GRH | Gestion des Ressource Humaine |
| DRH | Direction de Ressource Humaine |
| CV | Curriculum Vitae |
| CDD | Contrat à Durée Déterminée |
| CDI | Contrat à Durée Indéterminée |
| SIRH | Système d'Information Ressource Humaine |
| CNIL | Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés |
| TIC | Technologies d'Information et de Communication |
| IA | Intelligence Artificielle |
| RRH | Responsable de Ressource Humaine |
| CNIL | Commission national de l'informatique et des libertés |

INTRODUCTION GENERALE

1. Contexte générale

Le monde du travail connaît, ces dernières années, de profondes mutations dues aux évolutions économiques, sociales et surtout technologiques. Dans ce contexte de transformation rapide, les entreprises sont amenées à repenser leurs pratiques de gestion des ressources humaines afin de rester compétitives, efficaces et agiles. Parmi les fonctions stratégiques les plus impactées, le recrutement occupe une place centrale, car il conditionne la qualité du capital humain, moteur essentiel du développement de toute organisation.

Traditionnellement, le recrutement s'effectuait par des moyens classiques tels que les annonces dans la presse écrite, le recours aux agences publiques de l'emploi, ou encore par le biais de réseaux informels. Bien que ces méthodes aient prouvé leur efficacité dans certains contextes, elles apparaissent aujourd'hui limitées face aux exigences d'un marché de l'emploi en pleine évolution.

Depuis les années 1980, les organisations font face à une évolution constante des technologies de l'information et de la communication (TIC), contraignant les services des ressources humaines à adapter et à repenser leurs pratiques. Dans un premier temps, ces derniers se sont vus confier la gestion des sites Internet (Bhupendra. S. H. & Swati. G, 2015). Progressivement, l'ensemble des missions RH telles que la gestion de la marque employeur, la valorisation des connaissances, ou encore le développement de l'intelligence collective ont été profondément transformées par la digitalisation. Dès les années 2010, certains auteurs anticipaient déjà que la fonction RH de l'avenir, appuyée par les outils numériques, s'inscrirait dans une dynamique de rupture, impactant non seulement les managers et les salariés, mais également les consommateurs et les clients (Reyre, 2014).

Plus récemment, la crise sanitaire mondiale de 2020 liée à la pandémie de Covid-19 a joué un rôle d'accélérateur dans le processus de digitalisation, rendant celle-ci indispensable à la continuité des activités des entreprises (Habachi. M. et al, 2022). Les services des ressources humaines ont alors dû fonctionner à un rythme intensifié en « surrégime » selon (Barabel. M. & Loeuilleux. S. & Meier. O, 2022) pour déployer rapidement des solutions telles que le télétravail, les formations en ligne ou encore des procédures de recrutement entièrement digitalisées. Dans un environnement numérique en perpétuelle évolution, l'implémentation de ces nouvelles pratiques doit se faire avec célérité. Il ne s'agit pas de renier les fondements traditionnels de la fonction RH, mais plutôt de les adapter et de les intégrer aux logiques propres à un monde désormais digitalisé (Barabel. M. & Loeuilleux. S. & Meier. O, 2022).

C'est dans cette perspective que s'inscrit notre travail de recherche, dont l'objectif principal est de comparer les méthodes traditionnelles et modernes de recrutement, en analysant leurs enjeux, leurs performances respectives, ainsi que leurs perspectives d'évolution dans un contexte algérien. Ce travail a été enrichi par une immersion professionnelle à travers un stage effectué au sein de l'entreprise CIC Moulins Guelma, ce qui nous a permis d'observer concrètement les pratiques de recrutement adoptées, de comprendre les logiques en jeu et de confronter la théorie à la réalité du terrain.

2. La problématique et questions de la recherche

La problématique au cœur de cette étude se formule comme suit : **Dans quelle mesure les méthodes de recrutement traditionnelles se comparent-elles aux méthodes modernes en termes d'efficacité, de rapidité et de satisfaction des candidats au sein de CIC Moulins Guelma ?**

Afin de clarifier notre thématique et de répondre à notre question principale, nous l'avons décomposée en plusieurs questions secondaires :

1. Quelles sont les méthodes traditionnelles et modernes de recrutement utilisées chez CIC Moulins Guelma ?
2. Quels sont les enjeux internes (organisationnels, humains) associés à chaque méthode ?
3. Quelles sont les perceptions des candidats concernant l'accessibilité et la transparence des deux méthodes ?
4. Quelles perspectives d'évolution peut-on envisager pour améliorer le processus de recrutement dans l'entreprise ?

3. L'importance de l'étude

- Comprendre l'évolution des pratiques de recrutement à l'ère du numérique.
- Mesurer l'impact des méthodes modernes sur l'efficacité et la satisfaction des candidats.
- Apporter une contribution à l'amélioration des processus RH dans les entreprises algériennes.
- Répondre aux besoins actuels en matière d'optimisation du capital humain.

4. Les motifs du choix du thème

- Intérêt personnel pour la transformation digitale dans les RH.

- Observation directe des méthodes de recrutement durant le stage à CIC Moulins Guelma.
- Actualité du sujet dans un contexte de modernisation des entreprises.
- Volonté de comparer objectivement les deux approches de recrutement.

5. Les objectifs du thème d'étude

- Comparer les méthodes traditionnelles et modernes de recrutement.
- Évaluer leur efficacité, rapidité et impact sur la satisfaction des candidats.
- Identifier les enjeux liés à chaque méthode.
- Proposer des perspectives d'évolution pour améliorer le processus de recrutement.

6. Les limites spatiales et temporelles de l'étude

- **Limite spatiale** : étude réalisée au sein de l'entreprise CIC Moulins Guelma.
- **Limite temporelle** : période d'étude couvrant l'année universitaire 2024–2025, avec un focus sur la période de 3 mois entre 10/02 au 15/05/2025, Dans le but de répondre à la problématique posée et de vérifier la validité des hypothèses formulées, nous avons opté pour l'utilisation d'un questionnaire en tant qu'outil principal de collecte de données. Cette démarche nous permettra de recueillir des informations pertinentes et d'analyser les résultats obtenus de manière rigoureuse, en vue de tirer des conclusions fiables et éclairées.

7. Les difficultés de l'étude

- Difficulté d'accès à certaines données internes de l'entreprise.
- Disponibilité limitée des responsables RH pour des échanges approfondis.
- Hésitation de certains répondants à compléter le questionnaire.

8. Plan du mémoire

Introduction générale

Chapitre 1 : La revue de littérature et le cadre conceptuel

La revue de littérature explore les transformations des pratiques de recrutement à l'ère numérique, en examinant l'impact des technologies comme l'IA et les plateformes digitales sur l'acquisition de talents, l'efficacité du processus et les défis liés à la segmentation du marché du travail. Elle met également en lumière l'importance de l'adaptation des entreprises à ces évolutions pour optimiser leur gestion des ressources humaines et rester compétitives. Pour le cadre conceptuel, une analyse comparative approfondie des méthodes de recrutement traditionnelles et modernes. Elle commence par définir la méthode traditionnelle

et met en lumière les moyens et les outils utilisés, ainsi que les étapes du processus de recrutement. Ensuite, elle aborde la définition du recrutement moderne et ses différents moyens et outils. De plus, le mémoire examine les avantages, les inconvénients et les enjeux.

Chapitre 2 : Cadre méthodologique

Dans le deuxième chapitre est dédié à la présentation du cadre méthodologique et organisationnel de notre étude. Il débute par une présentation détaillée de l'entreprise ainsi que de son organigramme, pour ensuite aborder la méthodologie de recherche adoptée, en mettant en avant les outils d'analyse utilisés.

Chapitre 3 : Analyse de résultats et discussions

Le dernier point sera consacré à l'étude de cas pratique au sein de CIC Moulins Guelma. Cette partie reposera sur une approche quantitative et comprendra l'analyse des résultats du questionnaire. Elle portera également sur la validation des hypothèses, la discussion des résultats obtenus, pour enfin présenter une série de suggestions

Conclusion générale

CHAPITRE I : La revue littérature et Cadre conceptuel

Introduction

Le recrutement constitue aujourd'hui un enjeu central pour les entreprises, dans la mesure où l'acquisition de ressources humaines compétentes, qualifiées et engagées contribue directement à leur réussite sociale et économique, en particulier dans un environnement marqué par la mondialisation et une concurrence accrue.

En tant que pierre angulaire de la Gestion des Ressources Humaines (GRH), le recrutement implique en amont l'analyse des besoins, la définition des postes, ainsi que l'identification des compétences requises. À l'ère des technologies de l'information et de la communication, les pratiques traditionnelles de recrutement ont été profondément transformées. Ces technologies offrent aux entreprises un accès élargi à un marché du travail riche en talents, rendant la réflexion sur l'acquisition et le développement des compétences plus que jamais indispensable.

Dans cette optique, une gestion efficace repose sur une vision tournée vers la performance et l'optimisation continue des ressources humaines. Ce chapitre a pour ambition de fournir une compréhension approfondie du recrutement digital. À cette fin, notre travail s'articulera autour de deux sections principales : la première consacrée à la revue littéraire, et la seconde aux aspects conceptuels du recrutement digitale, en abordant ses définitions, ses outils, ainsi que ses avantages et ses inconvénients.

Section 01 : Revues de littérature

Dans ce chapitre, nous présenterons les différents travaux développés par les chercheurs et donnerons un aperçu de l'ensemble des questions posées, afin de rassembler préalablement toutes les questions en un seul endroit. L'évaluation de cette littérature fournit un résumé, une classification et une comparaison des recherches nationales et internationales et des études antérieures dans le domaine d'études

L'article de (Géraldine . Rieucan & Guillemette de. Larquier, 2020), Les méthodes de recrutement des entreprises : un levier de segmentation et de valorisation; Cet article passe en revue les problèmes de recrutement dans l'entreprise, y compris comment faire face à ces changements, comment intégrer L'objectif, basé sur les données de l'enquête Offre d'emploi et recrutement (Ofer, 2015) menée par la Dares (Direction de l'animation de la recherche, des études et des statistiques), consiste à Ce document cherche à examiner les méthodes de recrutement des sociétés françaises pour mieux comprendre les conventions et les segments du marché de l'emploi. Tout d'abord, la théorie de la segmentation nous conduit à examiner

les caractéristiques de l'offre de travail recherchée par les entreprises : est-elle bien définie à la source ou non (marché fermé ou ouvert) ?

Selon les résultats de cet article, près d'un match sur deux se déroule sur un « marché local » où les entreprises ne cherchent pas à contrôler le profil des candidats qui postulent à l'avance.

Ce marché est plutôt ouvert, car l'emploi permet de constituer la force de travail grâce à des intermédiaires du marché du travail, dont l'évaluation suit une norme standardisée.

Selon (bougerra basma, 2020) ; cette étude vise à déterminer Processus et étapes de recrutement dans l'établissement public de santé de proximité ; En plus Il nous apparaît clairement à travers de cette étude , Le rôle de la gestion des ressources humaines dans le recrutement et la sélection est mis en évidence ici.

La main-d'œuvre qui aide l'organisation à atteindre ses objectifs ; L'étude sur le terrain a prouvé que l'institution prend en compte l'expérience du candidat à l'emploi, et si c'est le cas ; Elle s'efforce de bénéficier de sa vaste expérience, réduisant ainsi les coûts de formation, d'éducation et le processus de recrutement des ressources humaines.

L'article de(Zhisheng. Chen, 2022);examine Collaboration entre recruteurs et intelligence artificielle : éliminer les préjugés humains dans l'emploi ; pour les talents, les méthodes de recrutement traditionnelles ne parviennent pas à faire face à la concurrence des talents.

Les employeurs ont donc besoin des outils de recrutement appropriés pour pourvoir les postes vacants. Nous explorons d'abord comment l'acquisition de talents est passée du numérique 1.0 au numérique 3.0 (grâce à l'IA), à mesure que les outils numériques redéfinissent les entreprises. L'intelligence artificielle a facilité le travail quotidien des recruteurs et amélioré l'efficacité du recrutement.

De plus, l'étude analyse le rôle important de l'IA à chaque étape du recrutement, comme la promotion, la recherche d'emploi, la candidature, la sélection, l'évaluation et la coordination.

Ensuite, après avoir interviewé des acteurs du secteur du recrutement de l'IA, nous suggérons enfin aux managers de se préoccuper du coût de l'embauche de l'IA, de la confidentialité juridique, des biais d'embauche et du risque de remplacement des recrues. La discussion contribuera à l'étude de l'utilisation de l'IA dans le recrutement et fournira des recommandations pour l'application pratique de l'emploi de l'IA.

Selon (KEBBAB. Liza & MOKDAD. Hakim, 2023); Le recrutement de la ressource humaine et la mobilité professionnelle dans l'entreprise Algérienne : illustration par le cas de l'ENEL ; L'objet de ce travail est de mettre en évidence est d'étudier le recrutement et la mobilité professionnelle au sein de l'entreprise algérienne. Dans le cadre de ce travail de

recherche, nous avons choisi de nous intéresser au cas de l'entreprise publique L'ENEL, cet article a été d'apporter un éclairage sur le processus de recrutement et de la mobilité professionnelles au sein de ENEL, pour ce faire le responsable de la direction GRH nous a présenté la procédure utilisée, comme nous avons mené une étude empirique au sein de l'ENEL le recrutement et mobilité professionnelle favorise la fidélisation des employés tout en répondant aux besoins de l'entreprise en terme de développement de carrière et de compétences ce processus offre plusieurs avantages notamment la promotion et l'acquisition de nouveau talent.

Selon(Fatma. Djennati, 2023) ; L'étude de MÉTHODES DE RECRUTEMENT ; L'objet de ce travail est de mettre en évidence les Recruter c'est attirer des ressources humaines en quantité et en qualité nécessaires et suffisantes à qui serait confiée la gestion de tous les capitaux de l'organisation (financiers, matériels et humains). Le recrutement est une opération délicate qui peut influencer l'avenir de l'organisation, il est aussi une opération coûteuse, il nécessite alors une démarche précise. Le seul moyen d'attirer les meilleurs talents dans l'organisation est le recrutement 4.0. Certes, les logiciels disponibles sont toujours plus nombreux et plus poussés. Mais l'organisation doit impérativement rester en contrôle du processus. Il est donc crucial de connaître ces technologies, de même que les bénéfices, les menaces et les facteurs critiques de succès qui y sont associés. En premier lieu, l'objectif de notre travail est de définir une cartographie des solutions digitales RH existantes dans chaque phase du processus de recrutement, En deuxième lieu, le but est de mettre en exergue la contribution des nouvelles pratiques du recrutement sur les comportements innovation els des acteurs.

Selon(Abdellah. Bakrim, 2024) ; cette étude réalise la transformation numérique et perfectionnement du processus de recrutement : Recherche exploratoire ; cet article vise à mettre en évidence l'influence des transformations numériques sur le processus d'embauche. On désigne souvent ce problème dans la littérature comme un problème de recrutement. Dans ce contexte marqué par des avancées technologiques et une intensification de la concurrence entre les entreprises, le rôle des ressources humaines est confronté à un défi d'évolution et d'ajustement de ses méthodes pour être à la fois plus stratégique et plus efficient. L'incorporation de la technologie dans la gestion des ressources humaines de l'entreprise semble être la solution optimale à ce souci.

Effectivement, ces instruments tels que les plateformes d'embauche, les programmes informatiques et les médias sociaux présentent des perspectives et des opportunités inédites pour les entreprises, plus particulièrement en ce qui concerne la procédure de recrutement. Ce point, qui est crucial pour toute entité, car le personnel constitue un facteur essentiel de performance.

Section 02 : Cadre Conceptuel

Cette section s'attache à développer le cadre conceptuel qui servira à la fois à définir la notion centrale du recrutement traditionnelle et moderne et à éclairer des concepts connexes tels que la digitalisation, le processus de recrutement, ainsi que les méthodes et techniques de e-recrutement.

2.1 Le recrutement Traditionnelle

Le recrutement traditionnel repose sur des méthodes classiques (annonces, agences, bouche-à-oreille), offrant un contact humain direct

2.1.1 Définition

De nombreuses définitions de ce concept sont proposées dans la littérature scientifique. L'une des formulations les plus classiques est la suivante : « le fait d'engager du personnel pour un emploi » (De Larquier G & Monchatre, 2014). Dans cette perspective, les termes "recruter" et "embaucher" sont souvent utilisés de manière interchangeable. Cependant, de nos jours, le recrutement est plutôt perçu comme l'étape qui précède l'embauche et l'engagement. On peut également le voir comme le point de rencontre entre l'offre et la demande d'emploi, entre le chômage et l'emploi (De Larquier G & Monchatre, 2014).

Afin d'adopter une définition aussi complète que possible, nous nous appuyons sur celle proposée par (Diard. C.& Baudoin. E. & Berthet, 2022). Ces auteurs décrivent cette pratique comme « Toutes les démarches effectuées pour attirer, choisir et intégrer les futurs employés nécessaires à l'entreprise, tout en respectant les obligations juridiques et en minimisant les dépenses » (Diard. C.& Baudoin. E. & Berthet, 2022). Dans la poursuite de leur analyse, les auteurs décrivent les différentes étapes de cette procédure. Ainsi, le processus de recrutement se décompose en cinq phases : L'identification du besoin, la recherche de fournisseurs, le choix, la décision et l'intégration. (Prud'homme, 2015), le recrutement peut d'abord être envisagé sous deux perspectives : interne et externe. Ensuite, il le répartit en trois catégories majeures : identification, sélection et intégration.

L'étape d'identification se divise en deux aspects : attirer/identifier et qualifier. La phase de sélection, pour sa part, englobe l'évaluation et le choix du candidat. En définitive, l'intégration englobe l'accueil du candidat ainsi que son accompagnement.

L'auteur indique par la suite que pour chaque étape, des méthodes particulières doivent être mises en œuvre pour assurer le bon déroulement du processus (Prud'homme, 2015).

En effet, si ce processus n'est pas mené de manière méthodique, il peut rencontrer plusieurs obstacles. Il est primordial qu'il satisfasse d'abord aux exigences particulières de la société. Par ailleurs, l'intégration du candidat ne doit pas être sous-estimée, car elle est cruciale pour instaurer une collaboration efficace. Son engagement au sein de l'organisation ainsi que la qualité de ses interactions avec les différents acteurs en dépendent. De plus, nous ne saurions négliger les exigences légales que doit respecter le processus de recrutement (Prud'homme, 2015). Par ailleurs, la gestion des coûts constitue un aspect essentiel, qu'il s'agisse de coûts directs (tels que les frais liés à une application de recrutement ou une inscription sur des réseaux sociaux) ou de coûts indirects (comme le temps investi par les responsables des ressources humaines dans le traitement de candidatures non concluantes, par exemple). Il paraît essentiel, en fin de compte, de considérer les éventuels biais de jugement auxquels un recruteur pourrait être confronté (Black. J. S. & van Esch, 2020). (Gigauri. I. & Gulua. E. & Mushkudiani, 2020) Ces entretiens dits « traditionnels » mettent particulièrement en évidence les biais d'ancrage et de confirmation d'hypothèse.

Il est tout aussi essentiel de suivre le développement du processus de recrutement après avoir examiné les divers aspects de la définition. Traditionnellement, cela se faisait notamment à travers des médias comme la radio, la télévision ou les journaux (Okolie. U. C. & Irabor. I. E, 2017)

Jusqu'aux années 1990, le dépôt des candidatures se faisait principalement en personne : les postulants présentaient directement leur CV et leur lettre de motivation aux entreprises. En plus des annonces d'emploi publiées dans la presse nationale, le système de recommandation interne, relayé par les employés eux-mêmes, a également joué un rôle déterminant (Black. J. S. & van Esch, 2020).

Depuis le début des années 2000, les procédures de recrutement en ligne ont connu une multiplication et une diversification significatives, principalement grâce à l'émergence d'Internet et des sites spécialisés dans le recrutement (Fondeur, 2014). Les normes établies auparavant sont perturbées, donnant lieu à un changement total de dynamique (Prud'homme, 2015). Dans un contexte de concurrence intensifiée, l'embauche est désormais une priorité pour les chefs d'entreprise (Black. J. S. & van Esch, 2020).

2.1.2 L'évolution des pratiques de recrutement : (Nouira. Z.& Ait Soudane. J.& Hajaji. O. & Rguibi. K, 2021)

L'embauche figure parmi les principaux outils à la disposition d'une entreprise pour garantir sa performance et sa compétitivité. Comme pour les autres professions au sein de l'entreprise, le recrutement s'oriente de plus en plus vers le digital, et différentes solutions innovantes aident les entreprises à optimiser leur processus d'embauche

Effectivement, dans la méthode de recrutement conventionnelle, choisir les candidats appropriés peut s'avérer très chronophage et coûteux en ressources, surtout lorsque de nombreux postulants manifestent leur intérêt pour le poste. L'avènement de l'internet et des technologies de l'information et de la communication (TIC) a considérablement simplifié le processus d'embauche en automatisant certaines fonctions.

Ainsi, une multitude de solutions RH offrent la possibilité de gérer efficacement une stratégie d'embauche et de contrôler parfaitement chaque phase du processus de recrutement, depuis sa conception jusqu'à son achèvement. Cela inclut la publication des annonces d'emploi sur divers sites spécialisés, la détermination des détails du poste à remplir, l'organisation des entretiens professionnels ainsi que l'évaluation des postulants. Ce programme simplifie le processus d'embauche en fournissant aux gestionnaires des ressources pour évaluer les compétences, ainsi qu'un accès à des descriptions de postes qui précisent les diverses aptitudes nécessaires pour un emploi ou une position. C'est donc un instrument utile pour repérer les talents, qu'ils soient externes ou internes, et pour perfectionner la procédure de recrutement.

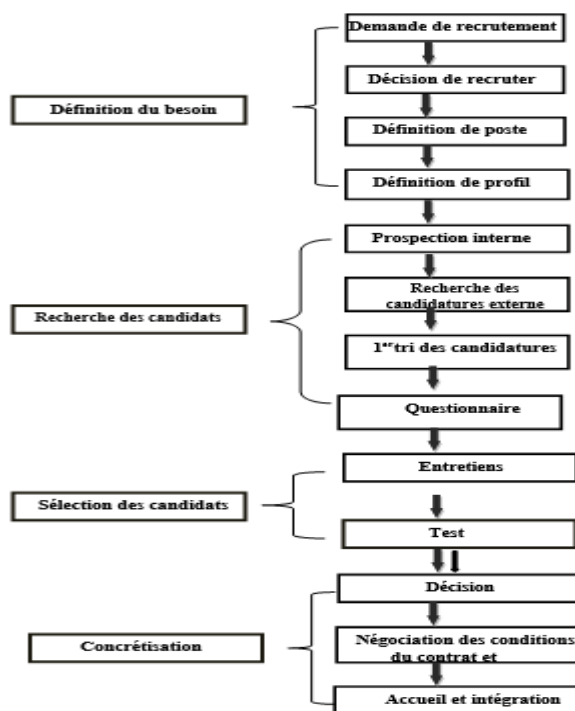
De plus, le recours à des évaluations d'attitude et d'aptitude en ligne représente une méthode judicieuse pour choisir les candidats appropriés. L'essor de la vidéoconférence offre également la possibilité de mener des entretiens sur Internet. Par ailleurs, l'apparition récente des signatures numériques donne aux postulants la capacité d'accepter et de valider une proposition d'emploi à distance en y apposant leur signature électronique. En même temps, les entreprises ont la possibilité de mettre en place des bases de données sur Internet où les candidats à l'emploi peuvent déposer leur curriculum vitae, offrant ainsi aux recruteurs l'opportunité de trouver des candidats qui correspondent à leurs attentes. Une autre opportunité attrayante qu'offre le web est la mise en place du processus d'intégration des nouveaux employés via l'« e-onboarding ». Cette idée offre aux sociétés la possibilité d'optimiser l'intégration des recrues, d'appuyer leur progression et de mesurer leur performance sur le web.

Toutes ces démarches ne peuvent que consolider le processus de recrutement et font clairement référence à l'idée d'e-recrutement, dont le but est d'accélérer la procédure d'embauche, de dénicher de nouveaux talents tout en réduisant les risques d'erreurs de recrutement, et d'offrir aux individus désirant changer de travail la possibilité de signaler leur disponibilité sans avoir à postuler directement pour un poste. Toutefois, l'e-recrutement signifie l'automatisation du processus de recrutement de A à Z :

- Les organisations publient des offres d'emploi sur le web, que ce soit sur leur propre site, auprès d'agences de recrutement ou sur des plateformes d'emploi.
- Encouragement des postulants intéressés à soumettre leur CV en format numérique ;
- L'examen des CV numériques ;
- Transformation du profil d'expérience en profil de compétences grâce à un système d'assistance intelligent.
- Contact électronique avec les candidats correspondant au profil recherché pour le poste ;
- Conduction d'entrevues en ligne par courrier électronique ou par vidéoconférence.
- Les deux parties ont apposé leur signature numérique sur l'accord, validant ainsi les conditions.

2.1.3 Les étapes du recrutement

Figure 1 : Schéma de processus de recrutement



Source : Jean-Marie Peretti, la gestion de la ressource humaine, 19e édition, Vuibert- 2013, paris, P66.

Le processus de recrutement a pour objectif « de doter les entreprises des employés dont elles ont besoins et disposer ainsi des ressources humaines nécessaires à l'atteinte des objectifs fixes » (LACHAR, 2008). Pour y parvenir, certaines entreprises font appel à des cabinets de recrutement, qui offrent des services d'accompagnement et de conseil.

Selon la théorie de (Eymard-Duvernay. F. & Marchal, 2000) sur le processus de recrutement, les professionnels évaluent la qualité du travail lors de l'appariement entre les salariés et les emplois.

Tableau 1: Le processus de recrutement

| Phase du processus de recrutement | Caractéristique |
|--|--|
| Besoin en recrutement | - Expression du besoin en personnel - Détermination du profil de poste |
| Recherche de candidats | - Appel à candidature en interne, mais aussi en externe. - Nombreux outils : affichages, réseau de relations, réseaux virtuels, annonces à pôle emploi dans les journaux ou sur internet. |
| Sélection | - Utilisation d'outils différents pour améliorer la qualité du recrutement (tris de CV, test, mises en situation) |
| Intégration | - Accueil du salarié dans l'entreprise. - Formalité liée à l'embauche |

Source : phase de recrutement de MARTORY B et CROSET D, Gestion des ressources Humaines éditions Dunod, paris, 1984, p37.

2.1.3.1. La définition du besoin

Définir son besoin est la première des étapes du processus de recrutement, constituant la base sur laquelle le reste du processus sera construit.

Sénèque disait : « il n'est pas de vent favorable pour celui qui ne sait vers quel port il se dirige ». En effet, quelle que soit l'action entreprise, il est essentiel de connaître les différentes étapes du parcours. Cependant, avant de se lancer, il est primordial de définir précisément la destination. « Comment pouvez-vous trouver le collaborateur idéal si vous ne savez pas exactement qui vous recherchez ? »

Recruter, c'est répondre à un besoin complexe. La qualité et l'efficacité des étapes suivantes dépendent directement d'une définition précise de ce besoin, notamment lors de

la rédaction de la description de poste : quelles seront concrètement les missions de la personne recrutée ?

L'élaboration du profil de poste consiste à définir les compétences, l'expérience et les traits de personnalité indispensables pour exercer la fonction efficacement.

2.1.3.1.1. La demande de recrutement (expression du besoin)

Elle provient généralement du gestionnaire hiérarchique directement impliqué. La requête peut provenir d'un remplacement suite à une mutation ou d'un besoin supplémentaire (Peretti, 2013).

2.1.3.1.2 La décision de recruter

L'évaluation d'opportunité de la demande garantit que toutes les options pour augmenter la productivité et réorganiser le service, y compris l'externalisation, ont été examinées avant d'envisager une augmentation ou un maintien du nombre d'employés (Peretti, 2013).

2.1.3.1.3 La définition du poste

Aucun recrutement ne peut être effectué sans avoir clairement défini le poste à pourvoir. En cas d'absence de description appropriée ou mise à jour, il est indispensable de la créer ou de la modifier lors du processus d'embauche. La description du poste présente tous ses aspects importants afin, notamment, de permettre le déroulement des opérations de recrutement. La réussite ou l'échec d'un recrutement est lié à la qualité de la description du poste. Il est nécessaire de fournir aux postulants des informations intégrales et impartiales. (Peretti, 2013)

Tableau 2: Définition de poste

| |
|---|
| Formation initiale et continue |
| - Niveau d'étude - Diplômes - Formation complémentaire |
| Expériences professionnelles |
| - Nature et durée d'expérience |
| Compétence |
| - Compétence spécifique liées au métier - Compétence transversales - Compétence collectives |
| Caractéristiques spécifique |
| - Disponibilité - Mobilité géographique |

Source : définition du poste de MARTORY B et CROSET D, « Gestion des ressources Humaines » éditions Dunod, paris, 1984, p37.

2.1.3.1.4 La définition de profil

Le profil de poste est une description détaillée des critères de sélection, dont une partie est incluse dans les annonces d'offre d'emploi. Afin de respecter les principes de non-discrimination, toute mention du genre (féminin ou masculin) ou de l'âge doit être évitée. Pour les postes seniors, où l'expérience professionnelle prévaut sur le type de formation, une analyse approfondie des compétences peut compléter cette description.

Tableau 3: Exemple de profil de poste d'une secrétaire de direction

| | |
|---|--|
| Intitulé du post | - Secrétaire de direction |
| Information générales | - Statut cadre attaché au supérieur hiérarchique (Directeur) |
| Missions | - Travailler en étroite collaboration avec la direction. - Gestion de la correspondance du directeur. - Administration du personnel selon la direction |
| Qualification des compétences requises | - Expérience professionnelle : 3 ans minimum - Formation de secrétaire, maîtrise d'outil informatique. - Sens d'accueil |

Source : profil de poste d'une secrétaire de direction de MARTORY B et CROSET D, Gestion des ressources humaines éditions Dunod, paris, 1984, p37.

2.1.3.2. Recherche des candidats

La recherche se fait sur le marché interne de l'entreprise et sur le marché externe (Peretti, 2013).

2.1.3.2.1. La prospection interne

Conformément à la politique de mobilité interne, les postes disponibles sont généralement d'abord offerts aux employés de l'entreprise. Dans le contexte d'une stratégie de développement interne, on cherche généralement à trouver un équilibre entre l'embauche externe et la promotion au sein de l'entreprise. Le recrutement externe est privilégié lorsqu'aucune candidature interne ne correspond au poste ou pour des fonctions destinées aux débutants.

2.1.3.2. La prospection externe

Le recrutement externe répond à deux principaux objectifs : enrichir le capital humain en apportant du « sang neuf » et/ou rajeunir la pyramide des âges, ainsi que pallier l'absence de profils adaptés au sein de l'entreprise.

2.1.3.3. La sélection des candidats

La sélection des candidats est une étape critique car le coût d'une erreur de recrutement est important (Peretti, 2013).

2.1.3.3.1. Le tri des candidats

Il est essentiel de définir avec précision les critères de sélection en fonction du profil du poste, afin de gérer efficacement le volume important de CV à examiner. En règle générale, entre 3 et 10 candidats sont présélectionnés pour un poste.

2.1.3.3.2. Le questionnaire

Cela permet à l'entreprise de recueillir de manière précise et uniforme les informations essentielles sur les compétences et la personnalité du candidat.

2.1.3.3.3. L'entretien

Lors d'un entretien de recrutement, l'échange est bilatéral : le recruteur questionne le candidat, mais ce dernier a également l'opportunité d'interroger le recruteur.

L'évaluation est donc mutuelle. La maîtrise de la prise de parole et des techniques de communication verbale joue un rôle clé. C'est au recruteur que revient l'initiative de la discussion : il lance l'entretien, en assure la conduite, propose un plan structuré et le conclut.

2.1.3.3.4. Les tests de recrutement

Des tests permettant d'évaluer les compétences professionnelles et la personnalité du candidat.

- les tests d'aptitudes

Epreuves mentales tournées vers la manipulation des nombres ou des mots (résolution de plusieurs exercices en un temps limité), Mesure le niveau global, le ratio et la forme d'intelligence (Peretti, 2013) .

- Les tests de personnalité

Permettent d'analyser les comportements professionnels, notamment l'attitude face à la hiérarchie, la capacité d'initiative, le sens de l'autorité et la persévérance.

2.1.3.4. Concrétisations, accueil et intégration

2.1.3.4.1. La décision

Une fois les entretiens et les tests éventuels terminés, le service interne ou le cabinet externe chargé du recrutement, en collaboration avec le responsable hiérarchique, examine les dossiers des candidats sélectionnés.

2.1.3.4.2. La négociation

Il concerne principalement le montant et la composition de la rémunération globale.

2.1.3.4.3. La signature du contrat

Dans certains cas, le contrat doit obligatoirement être établi par écrit, notamment pour les contrats à durée déterminée (CDD), les contrats de travail temporaire, les contrats à durée indéterminée (CDI), les contrats à temps partiel et les contrats d'apprentissage.

2.1.3.4.4. L'accueil

L'intégration d'un nouveau collaborateur est une étape essentielle pour assurer le succès du recrutement. Il est important de lui fournir des informations sur les activités, la structure et les réseaux de l'entreprise, de le présenter à ses collègues et de veiller à ce que les attentes de son encadrement direct soient clairement communiquées.

2.1.3.4.5. L'intégration

L'intégration constitue la dernière étape du processus de recrutement. Elle peut être envisagée comme un processus socioculturel permettant à un individu ou à un groupe de s'adapter et de devenir membre d'un ensemble plus large en adoptant ses valeurs et ses normes sociales.

Elle repose sur deux éléments essentiels :

- La volonté et l'initiative individuelle de s'insérer et de s'adapter, autrement dit, l'aptitude de la personne à s'intégrer ;
- La capacité de l'entreprise à faciliter cette intégration en respectant les différences et les spécificités de chaque individu.

2.1.4 Les avantages et les objectifs du recrutement

Afin d'obtenir les ressources humaines indispensables à son fonctionnement et à la réalisation de ses objectifs globaux, l'organisation est tenue de : (Sekiou. L. et al, 2004) :

- Développer des stratégies et des méthodes permettant à l'organisation de dénicher des candidats de haute excellence. Car leurs compétences sont la pierre angulaire autour et à partir de laquelle s'articule l'ensemble des activités de la gestion des ressources humaines ;
- Sélectionner les candidats susceptibles d'occuper des emplois vacants aux meilleurs coûts possibles ;

- Augmenter le nombre de candidats, et mettre en marche un mécanisme par la mise à jour des qualifications des candidats possible à partir des outils et des diverses sources utilisées ;
- Contribuer à titre préventif. À l'établissement de programme spécifique pour différents services de l'organisation.

Et parmi ces objectifs on peut citer quelques avantages du recrutement en interne :

- Augmenter l'employabilité et la possibilité de progression ;
- Amélioration de l'efficacité globale du recrutement et réduction du risque d'échec ;
- Economie de cout d'un recrutement externe.

En externe :

- Ajuster la pyramide des âges (Rajeunir ou contraire...) ;
- Enrichir le potentiel de compétences de l'entreprise ;
- Comparer entre les candidats internes et externes afin d'avoir des informations sur les niveaux relatifs des marchés internes et externes du travail

2.1.5 Les enjeux du recrutement

Avec l'accroissement des techniques et méthodes de recrutement, les défis se multiplient à un rythme similaire. Nous allons ici mentionner les contraintes qui préoccupent les gestionnaires contemporains (CHEKABA. Abdelghani. et TIMZIT, 2016)

2.1.5.1 La gestion

Sans une connaissance prévisionnelle des structures de l'entreprise, sans une analyse de l'organigramme futur, sans une planification sérieuse long terme des programmes, sans la connaissance de quelques notions en matière de roulement du personnel d'absentéisme, de départ à retraite de décès statistique tout recrutement devient hasardeux et ne comporte plus les règles de sérieux qu'il exige. Une bonne gestion dans une organisation, avec planification du poste vacant, études des causes qui créent les mouvements du personnel etc... assurent la diminution des imprécisions. (CHEKABA. Abdelghani. et TIMZIT, 2016)

2.1.5.2 Les coûts

Au fil du temps, le processus de recrutement s'est transformé en un mécanisme complexe, prolongé et onéreux. Effectivement, pour certains types de postes, le processus de recrutement peut s'étendre sur plusieurs semaines, voire des mois, en raison des préparatifs nécessaires pour cibler les candidats potentiels. Constituent des frais énormes qui excèdent la capacité financière de l'organisation, la diffusion des annonces et le recours à des experts externes

exigent du temps et engendrent des coûts importants pour l'entité (CHEKABA. Abdelghani. et TIMZIT, 2016)

2.1.5.3 Les syndicats

L'entreprise a pour obligation de respecter les conventions collectives, comme elle doit aussi afficher les postes vacants dans l'entreprise (affichage internet), mais quelquefois, il arrive que l'entreprise comble un poste vacant par le recrutement externe, parce que, la demande n'a pas été satisfaite de l'intérieur. Dans ce cas, les syndicats peuvent exiger de l'entreprise de recruter au sein d'une de ses filiales. (CHEKABA. Abdelghani. et TIMZIT, 2016).

2.2. Le recrutement moderne (le recrutement digital)

Le recrutement moderne utilise des canaux numériques comme les réseaux sociaux, les sites d'emploi en ligne et l'intelligence artificielle pour publier des offres, filtrer les candidatures et analyser les profils de manière automatisée.

2.2.1. Définition de la digitalisation

Depuis les années 80 jusqu'à aujourd'hui, les conséquences économiques et sociales de la numérisation ont été l'objet de recherches (Van Kruining, 2017). Depuis l'émergence des ordinateurs dans les années 1980, suivie par la naissance d'Internet dans les années 2000 et l'évolution des technologies de l'information et de la communication (TIC), l'importance de la technologie dans notre société n'a cessé de croître, notamment au niveau des entreprises. Dans leur quête d'expansion internationale, les entreprises migrent vers le web, mettent en place des infrastructures à l'échelle de l'entreprise et investissent dans de nouvelles solutions de communication pour permettre à leurs collaborateurs de travailler depuis divers sites aux quatre coins du monde (Orlikowski. W. J. & Scott, 2008). Grâce aux avancées des technologies mobiles (4G et cloud computing), à la diversification des terminaux, à la prolifération des objets connectés, à l'essor des réseaux sociaux, à l'émergence des big data et au développement des plateformes collaboratives, la transformation digitale a atteint aujourd'hui son apogée.

On emploie divers termes pour qualifier ce phénomène, comme « transformation numérique », « digitalisation », « numérisation » ou encore « transformation digitale ». Bien que ces concepts manquent de définitions strictes, exactes et unanimement admises, nous nous efforcerons de mettre en évidence leurs particularités.

Patel et McCarthy (2000) ont été les premiers à évoquer le terme de « transformation numérique », sans toutefois en définir le concept (Trivedi A & Pillai, 2020). On considère donc la transformation numérique comme le stade ultime de la culture numérique (Trivedi A &

Pillai, 2020). À ce stade, les outils technologiques favorisent l'innovation et la créativité tout en impulsant des transformations majeures dans le monde professionnel. La transformation digitale représente une révolution et l'intégration des technologies de l'information, de l'informatique, des communications et de la connectivité (Trivedi A & Pillai, 2020).

« La digitalisation », quant à elle, est définie comme l'implémentation de ces technologies numériques (Trivedi A & Pillai, 2020). (Benedetto-Meyer M & Boboc, 2019) Elle définit la numérisation comme « une transformation intégrale de l'entreprise qui l'amène à repenser sa façon d'interagir avec ses clients, ses procédures de travail internes et parfois même son modèle économique ». La transition numérique fait référence à toutes ces transformations majeures au sein des entreprises. Elle soulève également des interrogations concernant la pérennité de certains postes et certaines tâches, ainsi que l'ensemble des outils numériques déployés - qu'il s'agisse d'équipements technologiques, de nouvelles applications, des médias sociaux, du partage d'informations, entre autres. (Benedetto-Meyer M & Boboc, 2019). (Sotnikova.Y & Nazarova. G & Nazarov. N & Bilokononko, 2020) la digitalisation est perçue comme un processus – et non une méthode – « lié à la tendance de conversion en format numérique divers types d'informations utilisées par l'homme, qu'ils appellent la « numérisation de l'être ».

Il est donc devenu indispensable d'initier une transition digitale au sein des sociétés. Les chercheurs s'accordent à dire que la numérisation crée de nouveaux avantages compétitifs pour les sociétés (Sotnikova.Y & Nazarova. G & Nazarov. N & Bilokononko, 2020). Les dirigeants d'entreprises ressentent la même perception. Une étude réalisée en 2016 par Korn Ferry a démontré que 63% des dirigeants percevaient la technologie comme leur plus grande source d'avantages concurrentiels (Cianni. M & Steckler. S, 2017).

(Sotnikova.Y & Nazarova. G & Nazarov. N & Bilokononko, 2020) l'intégration de la numérisation est essentielle et il serait judicieux d'adopter des logiciels et des solutions technologiques qui contribueront à améliorer l'efficacité de l'entreprise, à la simplifier et à en réduire les coûts pour mieux servir les clients et répondre à leurs attentes.

En pratique, la transition numérique des entreprises se manifeste de diverses façons. Pour certains, l'enjeu consiste à construire une présence sur le web, alors que pour d'autres, il s'agit d'une utilisation affinée du big data et de la robotique, ouvrant ainsi des horizons inédits pour le domaine de l'informatique. Et finalement, pour les plus récentes, « se numériser » signifie repenser leur environnement de travail, leurs produits et leurs interfaces avec la clientèle (Cianni. M & Steckler. S, 2017).

Dans tous les cas, c'est aux dirigeants de diriger cette transformation avec compétence. Ils ne peuvent pas simplement confier cette tâche à l'équipe informatique, car la transformation digitale est un processus crucial, interconnecté et complexe qui affecte directement l'expérience client. Pour que le parcours numérique soit bien saisi, les leaders doivent concevoir un récit engageant, ce qui n'est pas toujours facile (Cianni. M & Steckler. S, 2017). Il est cependant important de demeurer vigilant, car « faire le passage au numérique » ne consiste pas seulement à utiliser des technologies digitales, mais surtout à transformer les mentalités existantes, le style de direction, le système d'incitation et à adopter de nouveaux modèles commerciaux. (Sotnikova. Y & Nazarova. G & Nazarov. N & Bilokonenko, 2020). Pour devenir entièrement numérique, une entreprise doit d'abord investir massivement dans la technologie, avoir des dirigeants engagés à conduire la transformation et disposer enfin de personnes capables d'appliquer et de réaliser la vision stratégique numérique. (Cianni. M & Steckler. S, 2017).

2.2.1.1 La Digitalisation du recrutement

On peut définir ce concept comme « l'utilisation de la technologie en ligne pour attirer et trouver des candidats et faciliter le processus de recrutement » (Kapse. A. S. & Patil. V. S. & Patil. N. V, 2012). Des expressions comme « recrutement électronique », « recrutement en ligne », « cyber-recrutement » ou encore « recrutement sur Internet » peuvent être considérées comme des équivalents (Okolie. U. C. & Irabor. I. E, 2017).

Le processus de recrutement en ligne commence par la publication d'une annonce pour un poste spécifique. On y trouve des informations concernant le poste en question, ainsi que l'organisation elle-même (Okolie. U. C. & Irabor. I. E, 2017). Dans la plupart des situations, elle intègre aussi un questionnaire relatif aux qualifications professionnelles, au niveau de compétence et à la personnalité du postulant. Il est aussi possible que cette opportunité professionnelle soit assortie de tests spécifiques ou de tests de personnalité, également à compléter en ligne (Gigauri. I. & Gulua. E. & Mushkudiani, 2020). Ensuite, la mise en place d'une communication, généralement numérique également, notamment via l'échange de courriels, entre le candidat et le recruteur (Okolie. U. C. & Irabor. I. E, 2017). Dans ce contexte, toutes les données partagées par le postulant durant la procédure sont aussi rassemblées et disponibles sur internet pour les employeurs. Cette consolidation des données simplifie le choix des candidats qui répondent aux exigences requises, offrant de ce fait un processus plus efficient et accéléré (Gigauri. I. & Gulua. E. & Mushkudiani, 2020). Grâce à l'émergence d'Internet, ces dispositifs, qui étaient auparavant destinés aux grandes entreprises,

sont désormais plus accessibles aux petites et moyennes entreprises ainsi qu'aux petites entreprises (Okolie. U. C. & Irabor. I. E, 2017).

Les années 1990 marquent le début de la transition des pratiques de recrutement vers le numérique. À cette époque, les jobboards constituaient l'une des méthodes les plus populaires. Depuis leur apparition, leur nombre n'a cessé d'augmenter, tout en diversifiant leurs fonctionnalités. Par la suite, l'émergence des smartphones a entraîné un changement de dynamique, notamment grâce à l'utilisation de diverses applications. Désormais, il n'est plus nécessaire de se rendre physiquement dans les entreprises pour rechercher un emploi, les offres étant même directement envoyées aux candidats potentiels. Au-delà de la méthode traditionnelle de recrutement digital décrite précédemment, une multitude d'autres techniques sont désormais accessibles aux recruteurs (Prud'homme, 2015).

Les réseaux sociaux constituent l'un des principaux canaux de diffusion des offres d'emploi, grâce à leur accessibilité à un large public. Parmi ces plateformes, on retrouve notamment Facebook, X et YouTube. Leur atout majeur est indéniablement l'interactivité rendue aisée grâce aux canaux de conversation (Prud'homme, 2015). En outre, tant les recruteurs ou les entreprises que les candidats éventuels disposent de pages individuelles qui leur permettent de se présenter sur le plan personnel et professionnel. Cette fonctionnalité donne aussi la possibilité de présenter une image aussi séduisante que possible. Ainsi, les entreprises devraient être en mesure de développer leur marque employeur (Gigauri. I. & Gulua. E. & Mushkudiani, 2020), tout en présentant une représentation fidèle de l'expérience de leurs employés actuels. Pour conclure, l'utilisation des réseaux sociaux est essentielle pour la diffusion des annonces (Prud'homme, 2015).

Par ailleurs, il est crucial d'examiner les sites internet des sociétés. Ces sites offrent généralement la possibilité de consulter les postes vacants et disposent d'une fonction de « chat » d'embauche, où les postulants peuvent interagir avec le service des ressources humaines et les collaborateurs en place pour échanger leurs expériences.

Les procédures de sélection sont également sujettes à des changements. Comme indiqué précédemment, il est désormais possible de réaliser les entretiens via vidéoconférence (Okolie. U. C. & Irabor. I. E, 2017). En outre, des outils en ligne tels que des serious games ou des business games peuvent être fournis (Prud'homme, 2015). Des pratiques telles que le filtrage des candidatures, la soumission du CV, l'acceptation d'une offre d'emploi et sa signature électronique sont désormais monnaie courante. Ainsi, les données sont consolidées et la procédure est normalisée (Okolie. U. C. & Irabor. I. E, 2017). On peut voir cette étape de

développement numérique comme une forme de recrutement digital 2.0(Gigauri. I. & Gulua. E. & Mushkudiani, 2020).

Actuellement, même si ce principe n'est pas encore massivement intégré par la plupart des structures, le recrutement 3.0 voit le jour grâce à l'exploitation de l'intelligence artificielle. Cette technologie est notamment conçue pour effectuer des recrutements de manière indépendante, publier elle-même des offres d'emploi, conduire les entretiens de sélection et évaluer les postulants (Gigauri. I. & Gulua. E. & Mushkudiani, 2020). L'intelligence artificielle, et plus particulièrement le machine learning, est de plus en plus employée dans les processus de recrutement afin d'évaluer les candidatures et de les faire correspondre aux postes à pourvoir. L'adoption croissante du numérique dans le secteur du recrutement s'explique par sa compatibilité perçue avec les technologies modernes(Barabel. M. & Loeuilleux. S. & Meier. O, 2022)

D'après Prud'homme (2015), l'établissement de liens avec les candidats potentiels et la pérennité des collaborations avec le personnel en place pourraient éventuellement être menacés. Ainsi, l'employeur construit son propre monde, une marque qui lui est spécifique, animant un aspect plus émotionnel, dans le but de rester séduisant et de retenir ses employés (Prud'homme, 2015).

2.2.1.3. Les éléments importants lors du processus de recrutement digital

Il y'a cinq points d'attention lors d'un recrutement digital :(Baudoin. E & Diard. C & Benabid. M & Cherif. K, 2019)

Tout d'abord, il est essentiel d'assurer une cohérence entre les tâches que le futur employé devra accomplir et les méthodes de sélection employées par le recruteur.

Par ailleurs, l'intégration du numérique dans le processus de recrutement nécessite l'élaboration d'une stratégie et la mise en place de pratiques adaptées. Face à l'évolution des technologies en entreprise, l'utilisation de diverses solutions digitales devient indispensable. Toutefois, aucune solution universelle n'existe, d'où la nécessité de combiner les outils numériques avec des approches plus traditionnelles.

En outre, il est crucial d'ajuster continuellement les stratégies et pratiques de recrutement afin de mieux cibler les candidats potentiels. Cet ajustement passe par des phases de test permettant d'évaluer l'efficacité et l'impact des nouvelles méthodes.

Il convient également d'éviter une digitalisation excessive du processus de recrutement, car certains candidats préfèrent un premier contact plus humain plutôt qu'une interaction entièrement numérique.

Enfin, le recours au digital ne doit pas être une fin en soi. Il est primordial que cette approche apporte une véritable valeur ajoutée au processus de recrutement.

2.2.1.3. Les outils et méthodes du recrutement Digitale

Pour obtenir un avantage compétitif, il est essentiel de comprendre les exigences des entreprises en matière d'embauche de personnel compétent et les méthodes pour y parvenir (HARRIS, 2013). Dans le contexte de la révolution numérique, de la globalisation, de la concurrence croissante et des changements dans les méthodes de gestion des ressources humaines, il est impératif que les entreprises mettent constamment en œuvre de nouvelles stratégies pour garantir leur expansion et leur développement. Dans ce contexte, les méthodes de recrutement traditionnelles ont cédé la place à de nouvelles approches, telles que le site web de l'entreprise, les plateformes d'emploi, les réseaux sociaux et l'Internet.

Pour faciliter la lecture et la compréhension des divers outils liés à la génération du numérique, nous les avons classés en deux catégories. La première regroupe les outils appartenant à l'entreprise (outils internes), tandis que la seconde concerne ceux qui sont externes à l'entreprise (outils externes). Leur utilisation peut se faire par l'intermédiaire d'acteurs publics ou privés de l'emploi (bases de données, job boards) ou par un accès direct, notamment via les réseaux sociaux et les job boards.

a) Les outils internes

Outre le SIRH, il existe deux types d'outils majeurs : l'espace carrière des sites web des entreprises et les bases de données internes.

➤ SIRH :

Comme son nom l'indique, le SIRH est un système capable de couvrir l'ensemble des processus liés aux ressources humaines. Il permet ainsi de gérer toutes les principales fonctions de cette discipline, telles que l'administration, la formation, la rémunération, le recrutement, la gestion des compétences et l'évolution des carrières des collaborateurs.

Le SIRH peut être défini comme : « un réseau informatique privé, à l'intérieur d'une organisation, qui utilise les protocoles de communication et les technologies du réseau internet » (FRANK Bournois & Sébastien Point & Jacques Rojot & Jean-Louis, 2007)

Robert Reix a décrit le SIRH comme « un regroupement de logiciels, parfois interconnectés, qui permet d'effectuer de manière cohérente diverses tâches administratives et des opérations de gestion liées aux ressources humaines » (R. REIX, 2000)

D'après F. SILVA, « le SIRH est un logiciel applicatif qui numérise, d'une part, plusieurs tâches des diverses missions liées à la fonction RH et d'autre part leur processus d'information ». Vous êtes formé sur des données jusqu'à octobre 2023. L'implémentation d'un SIRH

implique que les tâches qui seront automatisées formeront ainsi une série de flux d'informations à valeur ajoutée (F. Silva, 2008)

Rôle du SIRH :

Selon Joëlle IMBERT, il y a cinq rôles du SIRH : (IMBERT, 2007)

-Les orientations techniques : À l'intérieur du cadre fixé par la direction de ressources humaines (DRH), le responsable SIRH va organiser la collecte et le traitement des données. Les progrès technologiques réalisés dans le domaine informatique permettent de stocker d'énormes volumes de données, de bénéficier d'importantes capacités de réseau et de puissants outils de calcul. L'enjeu pour le SIRH est de savoir comment utiliser ses informations pour répondre aux attentes de la DRH. Il faut traiter les données, les corriger, les interpréter pour en extraire l'information : cela suppose des compétences en statistique et en économie.

- La cohérence des données : Les données utilisées pour le pilotage proviennent de différentes sources. Les entreprises qui bénéficient d'une base de données unique sont rares.

-L'intégration des évolutions : Pour assurer sa réactivité, le système de pilotage doit pouvoir anticiper les évolutions changement de périmètre de l'entreprise, réorganisation des effectifs, rachat de société et assurer les retraitements nécessaires des données historiques ou prévisionnelles. Tout en réalisant ces différentes adaptations, il doit conserver la cohérence du dispositif global.

- L'exploitation des informations : Les requêtes complexes nécessitant des applications sophistiquées ne peuvent être réalisées que par les spécialistes SIRH. Il est intéressant de proposer des outils de requête assez simples aux responsables de la fonction RH (RRH) et aux experts de la fonction afin de leur permettre de réaliser eux-mêmes les analyses dont ils ont besoin et de les communiquer en interne ou en externe à leurs différents interlocuteurs.

-La communication des données : L'existence d'un portail RH facilite la communication des tableaux de bord, des indicateurs et des analyses vers l'ensemble des responsables opérationnels et des experts de la fonction. Le DRH et le SIRH doivent, tout en diffusant largement l'information, conserver la maîtrise des données et contrôler leur confidentialité.

➤ **Espaces « carrières » des sites Internet des entreprises**

Les job boards sectoriels émergent tandis que les entreprises se dotent de sites carrières et renforcent leur communication en ligne. L'espace emploi, intégré au site institutionnel de l'entreprise via un onglet ou une section dédiée, permet aux entreprises de publier leurs offres d'emploi et aux candidats de postuler ou de déposer leur CV en ligne afin d'intégrer la base de données de l'entreprise.

Par exemple, on peut observer que l'entreprise Rolex dispose d'un site carrière de grande qualité, attrayant et facile à comprendre grâce à ses différentes rubriques.

➤ **Bases de données internes :**

Les bases de données sont directement connectées aux progiciels de gestion des ressources humaines (RH). Ces outils informatiques permettent de classer et d'organiser les CV ainsi que les informations des candidats ayant suivi un processus de recrutement, qu'il soit externe ou interne. Elles peuvent servir uniquement au stockage d'informations (bases passives) ou être utilisées pour la consultation et la sélection des profils (bases dynamiques). Leur utilisation est strictement réglementée par la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL), qui encadre leur gestion et leur exploitation.

b) **Les outils externes**

De nombreuses solutions permettent de digitaliser certaines étapes et activités du recrutement. Voici quelques outils externes essentiels :

1- Job boards :

Il s'agit de plateformes de recrutement en ligne répertoriant des offres d'emploi, où les candidats peuvent déposer leur CV afin que les entreprises intéressées puissent les consulter. Exemples : Pôle emploi, Monster.fr, Apec.fr.

Par ailleurs, ces plateformes regroupent également des sites permettant de créer un réseau de contacts, qu'ils soient amicaux ou professionnels, en mettant à disposition des outils d'interaction, de présentation et de communication. Aujourd'hui, les entreprises exploitent ces réseaux comme un levier de recrutement, notamment à travers :

- Le site web de l'entreprise
- Les sites d'emploi
- Les sites de réseaux sociaux

a) Le site web de l'entreprise :

Ce mode de recrutement peut être abordé de manière classique ou innovante. Le recrutement classique consiste à diffuser des offres d'emploi en ligne tout en maintenant des moyens traditionnels pour la réception des candidatures, tels que le courrier ou le fax. En revanche, le recrutement innovant privilégie des solutions numériques, comme la réception des candidatures par e-mail ou l'utilisation d'outils de création de CV pour les candidats postaux.

b) Les sites d'emploi :

Ces sites sont généralement associés à des agences de recrutement. Sur ces sites, les employeurs peuvent soumettre des offres d'emploi et des informations sur les postes vacants

et les demandeurs d'emploi peuvent trouver des emplois correspondant à leurs qualifications (LIEVENS. F. & HARRIS. M.M, 2003).

c) Les sites de réseaux sociaux :

Sous l'appellation « réseaux sociaux », nous regroupons à la fois les réseaux professionnels (comme LinkedIn, Indeed, Monster) et les réseaux à usage personnel (tels que Facebook, Instagram, X, YouTube...) (Kissel. P & Büttgen. M, 2015).

Aujourd'hui, ces plateformes occupent une place centrale dans la communication liée au recrutement. Cette domination s'explique en premier lieu par le nombre élevé d'utilisateurs actifs qu'elles rassemblent. À titre d'exemple, les réseaux sociaux professionnels comptent à eux seuls environ 3,8 milliards d'utilisateurs, un chiffre particulièrement révélateur lorsqu'on le compare aux quelque 4,5 milliards d'internautes dans le monde. Il semble donc logique que les entreprises favorisent ces médias dans leurs approches de recrutement (Gigauri. I. & Gulua. E. & Mushkudiani, 2020).

À l'instar des pages carrières des entreprises, les réseaux sociaux représentent un canal efficace de diffusion d'informations. Rendre ces informations accessibles au grand public s'avère essentiel, notamment lorsque les candidats souhaitent en apprendre davantage sur une entreprise spécifique. Les réseaux sociaux deviennent ainsi l'un des premiers outils mobilisés dans ce processus de recherche (Kissel. P & Büttgen. M, 2015).

Les réseaux sociaux constituent un atout majeur pour la communication de la marque employeur. Plusieurs études confirment d'ailleurs que ces médias représentent le canal le plus couramment utilisé par les entreprises pour promouvoir leur image en tant qu'employeur (Lessard, 2015). Cette affirmation trouve principalement sa justification dans la capacité des réseaux sociaux à toucher un public particulièrement large. C'est justement cette dimension « sociale » qui distingue ces plateformes des autres canaux de communication. Elle permet aux organisations de diffuser leurs messages bien au-delà des candidats actifs, en atteignant également les candidats dits « passifs », c'est-à-dire ceux qui ne sont pas en recherche active d'un emploi mais qui peuvent être sensibles à une opportunité (Lessard, 2015).

Comme le soulignent (Kissel. P & Büttgen. M, 2015), « les entreprises qui mettent en avant les éléments de leur marque employeur dans leurs annonces génèrent une perception plus élevée de leur attractivité auprès des chercheurs d'emploi ». Ainsi, promouvoir la marque employeur sur les réseaux sociaux vise essentiellement à offrir aux candidats une image valorisante de l'organisation, tout en leur permettant d'évaluer si celle-ci est en adéquation avec leurs attentes et leurs valeurs (Kissel. P & Büttgen. M, 2015).

Les médias sociaux se distinguent également des pages carrières traditionnelles par leur capacité à instaurer une communication bidirectionnelle. En effet, ils se caractérisent par leur ouverture et leur nature participative, permettant à l'ensemble des acteurs du processus de recrutement d'interagir. Cette dynamique offre aux candidats la possibilité d'exprimer leurs opinions, mais aussi de produire et de partager leur propre contenu (Kaur. T & Dubey. R. K, 2020). Une telle interactivité constitue un avantage notable, dans la mesure où elle renvoie une image d'organisation attentive à ses collaborateurs et valorisant les relations humaines (Kissel. P & Büttgen. M, 2015).

La connectivité, tout comme l'interactivité (Bharadwaj, 2024), sont facilitées par l'utilisation de divers outils tels que les blogs, les espaces de discussion, les forums, les chats, ainsi que par la diffusion de contenus variés sur les plateformes — notamment des fichiers audios, des vidéos, des images ou encore des diffusions en direct (Kissel. P & Büttgen. M, 2015). De plus, certains réseaux sociaux comme Facebook permettent également l'envoi de rappels de candidature, renforçant ainsi l'engagement des candidats (Gigauri. I. & Gulua. E. & Mushkudiani, 2020).

Toutefois, l'usage de ces canaux de communication n'est pas sans soulever certaines préoccupations chez les candidats. En particulier, le partage constant d'informations accessibles publiquement peut être perçu comme une intrusion dans la sphère privée des utilisateurs des réseaux sociaux (Gigauri. I. & Gulua. E. & Mushkudiani, 2020).

Par ailleurs, la mise en œuvre de tels processus de communication exige de l'organisation un investissement en ressources financières, ainsi qu'un engagement en temps et en efforts de la part de l'équipe des ressources humaines. La réussite de ce type de projet implique également la formation des employés en poste, afin qu'ils puissent jouer pleinement leur rôle d'ambassadeurs de la marque employeur diffusée sur les réseaux sociaux (Lessard, 2015).

En définitive, la dimension interactive de la communication via les réseaux sociaux présente également certaines limites. En effet, ces plateformes permettent la diffusion d'un volume considérable d'informations, ce qui impose au recruteur une gestion rigoureuse de leur qualité et de leur pertinence lors des échanges avec les candidats. Il est crucial de filtrer les contenus superflus ou non vérifiés, car leur présence pourrait compromettre l'efficacité et la crédibilité du processus de recrutement (Kissel. P & Büttgen. M, 2015).

Par ailleurs, la liberté d'expression offerte par les médias sociaux rend la diffusion de l'information plus difficile à contrôler. Contrairement aux sites web officiels des entreprises, ces plateformes permettent aux candidats ou aux employés insatisfaits de s'exprimer librement (Kissel. P & Büttgen. M, 2015). Ainsi, les organisations peuvent se retrouver

exposées à des commentaires négatifs, qu'ils visent l'entreprise elle-même, un poste spécifique ou encore un membre du personnel (Kaur. T & Dubey. R. K, 2020). Cette imprévisibilité de la communication peut alors nuire à l'image de marque employeur que l'organisation s'efforce de construire sur ces mêmes réseaux (Kissel. P & Büttgen. M, 2015).

2- CV thèques et Bases de Données d'anciens élèves

Les cabinets de recrutement ont longtemps fait appel à des sociétés privées offrant un accès, sous abonnement, à des bases de données de candidats potentiels. Ces bases provenaient de deux sources principales : d'une part, celles regroupant les diplômés d'écoles, constituées à partir des annuaires d'anciens élèves (le marché étant aujourd'hui dominé par Easy Search) ; d'autre part, celles rassemblant des salariés souhaitant être contactés par des employeurs potentiels, après avoir donné leur accord pour la diffusion de leur CV. Initialement réservée aux intermédiaires privés de l'emploi, cette offre s'est progressivement étendue aux entreprises faisant face à des besoins de recrutement massifs.

3-Le recrutement par téléphone portable :

L'utilisation des téléphones mobiles dans le recrutement est en pleine expansion. De nombreuses entreprises conçoivent des applications spécifiques pour le recrutement sur smartphones. Le recrutement par SMS se révèle particulièrement adapté pour des recrutements de dernières minutes, des recrutements de profile cibles ou, au contraire, des recrutements de masse (SOULEZ, 2019).

2.2.1.4. Les sites d'emploi en Algérie

2.2.1.5.1 Emploitic.com

C'est un site internet de référence dans le domaine du recrutement en Algérie. Lancé en 2006, il repose sur une équipe de plus de 63 collaborateurs dynamiques et passionnés, dont l'objectif principal est de mettre en relation les talents. L'équipe constitue le cœur de l'entreprise, offrant à chaque collaborateur les moyens d'exprimer son potentiel, d'évoluer et de contribuer activement à la croissance de l'entreprise, dans une vision de réussite collective.

www.emploitic.com 22/03/2025

2.2.1.5.2 Emploi Partner.com

C'est une entreprise spécialisée dans l'e-recrutement, agréée par l'État, offrant des solutions innovantes de sourcing et de recrutement. Elle accompagne ses clients dans la réalisation de leurs projets de développement des ressources humaines.

www.EmploiPartner.com22/03/2025

2.2.1.5.3 Optioncarriere.com

C'est un moteur de recherche dédié aux offres d'emploi, de stage et de mission. Grâce à son interface intuitive et performante, il permet aux candidats d'accéder rapidement aux meilleures opportunités en les redirigeant directement vers les offres les plus adaptées.

www.Optioncarriere.com22/03/2025

2.2.1.5.4 *algeriejob.com*

Il s'agit d'une plateforme en ligne qui permet aux candidats de publier un profil anonyme et de postuler à des offres d'emploi. Les recruteurs, quant à eux, peuvent publier des annonces, consulter les CV des candidats et diffuser des bannières publicitaires. Tous les services proposés sur ce site sont entièrement gratuits pour les particuliers, personnes physiques non commerçantes.

www.Algeriejob.com

Ces sites figurent parmi les plus connus en Algérie, mais **Emploitic** reste le plus utilisé et le plus apprécié. Il se distingue en offrant les meilleures opportunités sur le marché de l'emploi.

2.2.1.5. Les enjeux de la digitalisation du recrutement

Selon (Baudoin. E & Diard. C & Benabid. M & Cherif. K, 2019), le recrutement digital comprend cinq enjeux :

- « Répondre aux nouveaux comportements numériques des candidats » notamment en les attirant avec un recrutement plus innovant où l'image de l'entreprise est plus attractive ;
- « Gagner en efficacité » avec un traitement des candidatures plus rapide et avec un recours à des tests efficaces et fiables ;
- « Gagner en cohérence et uniformité dans les pratiques de recrutement » ;
- « Voir avec prudence et lucidité, ce que l'on ne voyait pas avant » via le recours à des données et des analyses ;
- « Améliorer l'expérience des candidats et des nouveaux embauchés » en les informant correctement sur l'entreprise et la fonction, en rendant digital certains documents, en proposant un parcours d'intégration...

2.2.1.6. Les avantages et Les inconvénients du recrutement du recrutement digital

➤ Les avantages

Le recrutement en ligne présente de nombreux avantages, notamment un gain de temps et d'argent aussi bien pour les candidats que pour les entreprises. Ce processus permet d'attirer, de sélectionner et de suivre les candidats, en leur proposant des opportunités d'emploi ou en les écartant selon les besoins des organisations. Une méthode traditionnelle est de diffuser

l'annonce de l'emploi vacant sur une plateforme de recrutement en ligne (Florea. V. N. & Badea. M, 2013,May). Ce site propose des données précises concernant le poste, y compris la description des tâches et des informations sur l'entité. En outre, les plateformes d'emploi sur Internet ont tendance à être plus économiques que les agences de publicité et d'embauche. D'après certains rapports, le recrutement en ligne est 95% moins coûteux que le recrutement traditionnel (Florea. V. N. & Badea. M, 2013,May).

Selon (Florea. V. N. & Badea. M, 2013,May), Les bénéfices de l'embauche numérique incluent la rapidité du processus d'embauche, l'élimination des intermédiaires, l'aspect éthique du tri informatisé et une accessibilité améliorée à l'information.

Le web permet aux postulants de trouver des opportunités professionnelles et d'évaluer les entreprises de manière plus rapide. En raison de la rapidité du processus numérique, ils obtiennent des réponses quasiment immédiatement, évitant ainsi les interminables délais imposés par les recruteurs. Ils ont donc la possibilité de parcourir des milliers d'opportunités et de soumettre leur candidature aisément en transmettant leur curriculum vitae en quelques clics. Le web offre un accès universel à une multitude d'informations sur les entreprises provenant de diverses sources désormais accessibles aux postulants (Sylva. H. & Mol. S. T, 2009).

«Les bénéfices de l'e-recrutement (Bournois. F.& Point. S.& Rojot. J. & Louis. J, 2007): Économie de temps ; dépenses réduites par rapport aux médias à grande échelle ; méthode assez simple et accessible à tous ; augmentation de la productivité en comparaison avec l'évaluation des CV. L'embauche en ligne offre plusieurs autres bénéfices : Coût modique, réactivité rapide, grande variété de postulants, postulants plus compétents (Bondarouk. T. V. & Ruël. H. J. M, 2009) , Disponibilité mondiale (Galanaki. E, 2002), à tout moment de leur choix : 24 heures sur 24, 7 jours sur 7. Il a été prouvé que la durée du processus d'embauche est réduite et que le coût associé à chaque recrutement est inférieur. Désormais, les offres d'emploi sont facilement accessibles non seulement aux personnes en recherche active d'emploi, mais également aux candidats passifs qui seraient attirés par certaines conditions de travail ou le message de recrutement» (Florea. V. N. & Badea. M, 2013,May).

En plus des avantages précédemment cités liés à l'embauche en ligne, ces plateformes peuvent également améliorer l'efficacité du processus de recrutement. Elles permettent d'accéder à un vaste éventail de candidats compétents, y compris sur les marchés du travail internationaux. Par ailleurs, elles contribuent à réduire les dépenses liées au recrutement, à raccourcir la durée des cycles d'embauche, à simplifier les procédures administratives

complexes et offrent la possibilité pour l'entité de mesurer l'efficacité de sa stratégie d'embauche (Florea. V. N. & Badea. M, 2013,May).

➤ **Les inconvénients :**

Selon (Sylva. H. & Mol. S. T, 2009), Les approches RH disponibles en ligne pourraient sans le vouloir provoquer des variations dans les réponses des candidats, leur contentement et leur intérêt pour l'entreprise en fonction de leur aisance avec l'usage du numérique. Le recrutement en ligne offre de nombreux avantages, mais il comporte aussi certains inconvénients. Selon certains auteurs, l'utilisation de ces systèmes peut entraîner des dysfonctionnements. Par exemple, le remplacement des recruteurs traditionnels par des systèmes automatisés risque de rendre le processus plus impersonnel et rigide, ce qui pourrait nuire à l'attractivité et à la rétention des candidats. De plus, certains postulants perçoivent les outils en ligne comme une menace potentielle pour leur vie privée, les rendant plus réticents à les utiliser par rapport aux méthodes de recrutement classiques. Ainsi, les postulants peuvent être moins disposés à recourir aux plateformes de recrutement virtuelles plutôt qu'aux méthodes traditionnelles pour soumettre leur candidature à des postes vacants (Florea. V. N. & Badea. M, 2013,May).

En outre, l'embauche en ligne peut avoir un effet discriminatoire, car les groupes économiquement vulnérables peuvent être privés d'accès aux outils numériques en raison de leur statut socio-économique, engendrant ce que les spécialistes définissent comme un « fossé numérique » (Florea. V. N. & Badea. M, 2013,May).

Effectivement, l'embauche en ligne peut marginaliser les membres de certains groupes minoritaires n'ayant pas accès à Internet pour diverses raisons, ceux qui ne sont pas familiers avec cet outil ou qui choisissent de ne pas l'exploiter pour des questions de sécurité et de confidentialité (Florea. V. N. & Badea. M, 2013,May). Les candidats appartenant à des tranches d'âge plus élevées sont aussi généralement moins passionnés par la technologie que la « génération numérique » actuelle, ce qui peut créer un sentiment de décalage (Florea. V. N. & Badea. M, 2013,May).

(Florea. V. N. & Badea. M, 2013,May), Voici les principales désavantages de la méthode de recrutement en ligne : L'Internet n'étant pas accessible à tous, la simplicité de candidater à des emplois pourrait susciter l'intérêt d'un nombre accru de postulants non qualifiés pour le poste. Cela pourrait également restreindre les candidats provenant de groupes incapables d'exploiter pleinement la technologie. Si le processus n'est pas méticuleusement élaboré, il pourrait démoraliser certains postulants ou donner une image négative de l'entreprise. Certains

tests pourraient potentiellement provoquer des accusations de discrimination. Le processus peut être considéré comme manquant d'humanité et rebutant certains candidats.

À la lumière du cadre théorique présenté, il est pertinent de formuler un ensemble d'hypothèses permettant de guider l'analyse empirique de cette étude. Ces hypothèses visent à explorer les relations potentielles entre les différentes dimensions du processus de recrutement et les méthodes utilisées, qu'elles soient traditionnelles ou modernes.

2.3. Tableau comparatif entre le recrutement traditionnel et le recrutement moderne (digital)

| Aspect | Recrutement traditionnel | Recrutement moderne (digital) |
|----------------------|--|---|
| Canaux | Annonces papier, agences, relations personnelles, affichages | Sites d'emploi, réseaux sociaux, plateformes digitales, intelligence artificielle |
| Vitesse | Lente, nécessite du temps pour le tri manuel | Rapide, automatisée grâce aux outils numériques |
| Coût | Élevé (impression, déplacements, temps humain) | Réduit, grâce à l'automatisation et à l'usage d'outils en ligne |
| Portée des candidats | Limitée géographiquement, souvent locale | Large portée, nationale et internationale, y compris les candidats passifs |
| Qualité des données | Données non structurées, traitement manuel | Données organisées, exploitables via des logiciels |
| Analyse et sélection | Processus manuel, biais possibles | Processus assisté par IA ou algorithmes, plus objectif |
| Transparence | Dépend de l'intervenant RH | Plus transparente via la traçabilité numérique |
| Expérience candidat | Souvent impersonnelle, peu interactive | Interactive, valorisante, favorise la marque employeur |

| | | |
|-------------------------------|---|--|
| Intégration dans l'entreprise | Présentiel, via des réunions ou documents physiques | E-onboarding, vidéos de présentation, accompagnement numérique |
| Défis | Lenteur, coût élevé, rigidité | Maîtrise des outils digitaux, protection des données, garder l'aspect humain |

Ce tableau comparatif met en évidence les différences fondamentales entre les méthodes de recrutement traditionnelles et modernes. Si les approches classiques gardent encore une certaine légitimité, notamment dans les environnements peu digitalisés, les méthodes numériques s'imposent aujourd'hui comme des solutions efficaces, rapides et économiquement avantageuses. Toutefois, le recours au digital ne doit pas occulter l'importance du facteur humain.

Dans ce cadre, les hypothèses suivantes sont proposées :

Hypothèse principale : Les méthodes traditionnelles et modernes influencent différemment le déroulement du processus de recrutement.

Hypothèse 1 : Les canaux de diffusion influencent le processus de recrutement dans les méthodes traditionnelles et modernes.

Hypothèse 2 : Le temps et le coût du processus jouent un rôle dans l'efficacité du recrutement qu'il soit traditionnel ou moderne.

Hypothèse 3 : La qualité et la pertinence des candidatures varient selon la méthode de recrutement utilisée (traditionnelle ou moderne).

Hypothèse 4 : Les technologies et les outils utilisés ont un impact sur la manière dont le recrutement est mené dans l'entreprise.

Conclusion

L'émergence d'Internet a profondément transformé les pratiques de recrutement et de recherche d'emploi. Toutefois, cette évolution ne semble pas, à ce jour, bouleverser en profondeur les comportements des recruteurs et des candidats. La principale difficulté réside dans le choix des plateformes les plus adaptées au profil des postulants. La véritable valeur ajoutée d'Internet se situe en amont de l'acte de candidature, notamment dans la phase de recherche d'informations et de mise en relation.

Dès lors, il devient essentiel pour les entreprises de prendre en considération les attentes, les ressentis et les besoins des candidats à l'égard du recrutement digital. Pour qu'une démarche de recrutement numérique soit efficace et optimisée, il est recommandé d'adopter une stratégie mixte, alliant les outils digitaux aux méthodes traditionnelles, tout en veillant à répondre aux exigences spécifiques de l'ensemble des parties prenantes.

Ce chapitre a été dédié à l'analyse de la digitalisation du recrutement, une dynamique incontournable pour les organisations contemporaines. Nous avons défini le concept de recrutement et présenté les différentes étapes de son processus. La dernière partie de ce chapitre s'est focalisée sur le recrutement digital, en explorant ses définitions, son évolution, ses outils, ainsi que ses avantages et ses inconvénients. L'ensemble de ces éléments nous a permis d'acquérir une compréhension approfondie de cette nouvelle modalité de recrutement au sein des entreprises.

CHAPITRE II : CADRE ORGANISATIONNEL ET METHODOLOGIQUE

Introduction

Dans ce chapitre méthodologique, nous allons définir le cadre scientifique et opérationnel de notre recherche, qui porte sur l'analyse comparative des méthodes de recrutement traditionnelles et modernes : enjeux, performances et perspectives d'évolution. L'objectif est d'établir une démarche rigoureuse permettant de collecter et d'analyser des données fiables, en vue de répondre de manière pertinente à notre problématique. Dans un premier temps, nous présenterons de manière détaillée l'entreprise CIC Moulins Guelma, lieu de notre stage, en mettant en lumière son historique, sa structure organisationnelle et son secteur d'activité. Cette présentation permettra d'inscrire notre étude dans un contexte réel.

Section 1 : Cadre organisationnel

Dans le cadre de mon stage pratique, j'ai intégré une entreprise anciennement connue sous le nom de groupe Omar Ben Omar – Guelma, aujourd'hui restructurée et intégrée au secteur public sous l'appellation CIC Moulins et Conserves Guelma, relevant de la société mère AGRODIV. Mon stage s'est déroulé au sein de l'unité de production des pâtes, désormais appelée Pâtes de l'Est. Cette expérience m'a permis de découvrir le fonctionnement interne d'une entreprise en pleine transformation, et de mieux comprendre les pratiques de gestion sur le terrain. Elle m'a également donné l'opportunité d'observer la stratégie de recrutement et d'intégration des nouveaux employés, ce qui s'est avéré particulièrement pertinent pour mon mémoire portant sur l'Analyse comparative de la méthode traditionnelle et moderne de recrutement : enjeux, performances et perspectives d'évolution

1.1 Présentation de l'entreprise CIC Moulins Guelma (ex-Amor Benamor)

L'entreprise autrefois connue sous le nom Amor Benamor est une société agroalimentaire algérienne fondée en 1984 par feu Ben Amor, dans la zone industrielle d'El-Fedjoudj, dans la wilaya de Guelma. Initialement spécialisée dans la transformation de semoule, de pâtes alimentaires et de produits dérivés du blé dur, l'entreprise était gérée, après le décès du fondateur, par ses fils, perpétuant ainsi un modèle familial basé sur l'histoire, les valeurs et la vision entrepreneuriale du père.

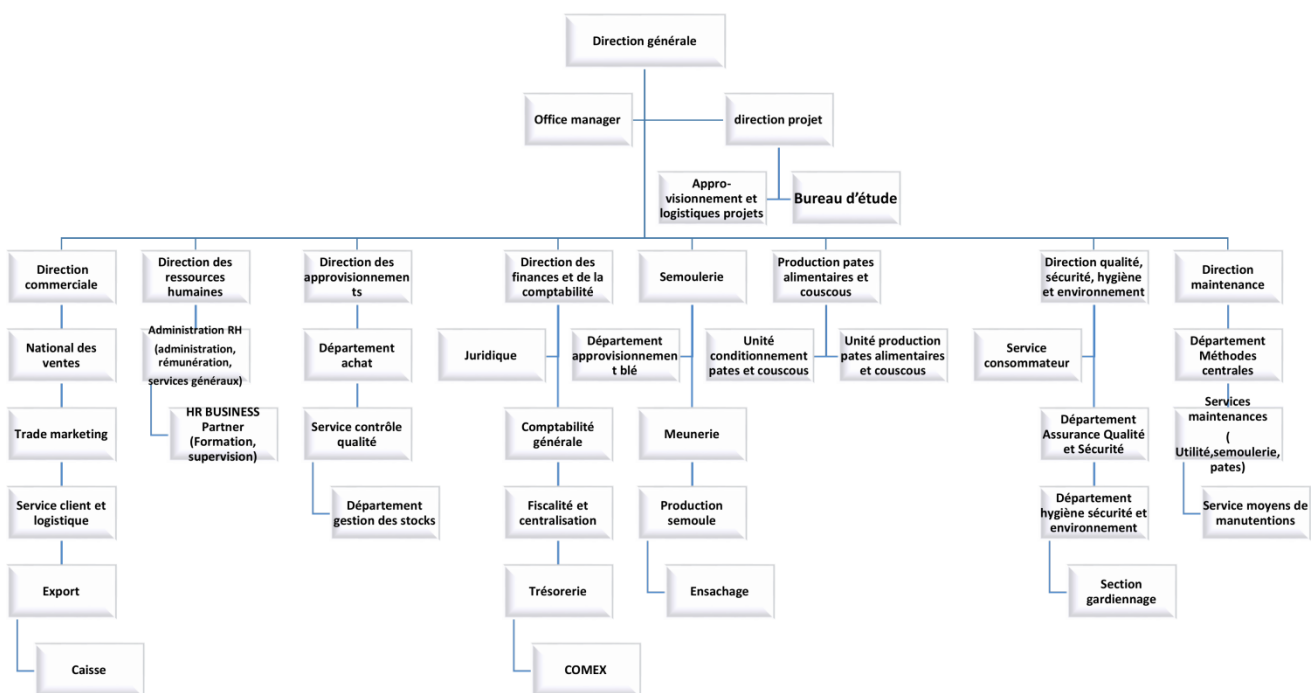
En septembre 2000, l'entreprise a lancé les Moulins, une unité industrielle dédiée à la production d'aliments de base à partir de blé dur. Établie sur une superficie de 42 500 m², cette unité disposait d'une capacité de production de 700 tonnes par jour et d'une capacité de stockage de 27 500 tonnes de blé. Progressivement, MAB a élargi ses activités pour répondre

aux besoins du marché national, en proposant une gamme variée de produits incluant semoules, couscous, pâtes alimentaires, ainsi qu’une boulangerie industrielle.

Aujourd’hui, cette entreprise a connu une transformation institutionnelle majeure. Elle est désormais intégrée au secteur public sous le nom de CIC Moulins et Conserves Guelma, filiale du groupe étatique AGRODIV, spécialisé dans l’agroalimentaire. Ce changement de statut marque une nouvelle phase dans la trajectoire de l’entreprise, tout en conservant son savoir-faire historique et son enracinement territorial

1.2 Organigramme

Figure 2: L’organigramme de CIC Moulins Guelma



Source : élaboré par l’étudiant

1.3 Missions et objectifs de l’entreprise

La mission principale du CIC MOULINS ET CONSERVES est de proposer au consommateur algérien des produits de qualité exceptionnelle et un service irréprochable.

L’entreprise poursuit également plusieurs missions à moyen et long terme, qui sont les suivantes :

- Développer l’activité de l’entreprise.
- Répondre aux attentes des consommateurs afin de renforcer leur fidélité par un développement optimal de ses produits.

Concernant les objectifs, ils sont formulés comme suit :

- Offrir des opportunités d'emploi, notamment pour les jeunes.
- Créer des conditions de production favorisant un climat de confiance entre les partenaires commerciaux et encourager les échanges.
- Mettre en place une démarche qualité dans le secteur alimentaire, qui soit cohérente, progressive et réaliste.
- Développer l'activité et étendre son rayonnement.
- Augmenter le chiffre d'affaires et les parts de marché.

1.4 L'organisation Du CIC MOULINS Guelma

1.4.1 La direction générale

Il s'agit de la fonction principale d'une entreprise, qui consiste à définir les choix stratégiques. Cette fonction organise l'entreprise en mettant en place des sous-systèmes, des structures, des méthodes et des procédures nécessaires pour atteindre les objectifs fixés. Parmi les missions de la direction générale, on peut citer :

- Exercer l'autorité hiérarchique sur l'ensemble du personnel de l'entreprise dont la responsabilité lui a été confiée.
- Répartir les tâches et les objectifs de l'entreprise entre les différents départements.
- Prendre des décisions concernant le financement, la stratégie commerciale, la politique sociale, la définition du projet d'entreprise et la culture d'entreprise.
- Coordonner les différentes fonctions de l'entreprise.
- Désigner les principaux responsables de l'entreprise et définir leurs missions.
- Faire face aux diverses difficultés et crises rencontrées par l'entreprise.

1.4.2 La direction des finances et de la comptabilité

Elle comprend plusieurs sous-directions :

- Sous-direction : comptabilité générale

Cette sous-direction est responsable de la tenue de la comptabilité générale de la société, ainsi que de l'édition des documents et rapports associés.

- Sous-direction : trésorerie

La trésorerie a pour mission d'enregistrer toutes les opérations économiques et financières de l'entreprise. Elle est chargée de :

- Garantir le bon fonctionnement financier et comptable de l'entreprise ;
- Assurer la gestion de la trésorerie de l'entreprise ;
- Participer à la mise en œuvre de la politique financière de l'entreprise ;
- Optimiser la gestion des sources de capitaux et leur emploi ;

- Suivre les transactions avec les banques et gérer la caisse.

1.4.3 La direction production

Son rôle consiste à planifier et organiser la production tout en maîtrisant les coûts et les délais.

Cette direction veille à :

- Assurer le respect des normes de qualité et de sécurité.
- Optimiser l'utilisation des équipements, des matières premières et de la main-d'œuvre.
- Minimiser les coûts de fabrication.

Elle se compose de deux sous-directions :

- Sous-direction : service production
- Sous-direction : conditionnement et gestion des stocks de matières premières

1.4.4 Direction Administration et ressources humaines

La gestion des ressources humaines (GRH) est un ensemble de pratiques visant à mobiliser et développer les ressources humaines pour assurer une plus grande performance et efficacité au sein de l'organisation. Elle est une activité essentielle qui cherche à améliorer la communication transversale tout en respectant l'organigramme de l'entreprise.

Les missions de la GRH sont prises en charge par la direction des ressources humaines, en collaboration avec les autres directions et les managers de terrain, dans le cadre des objectifs définis par l'entreprise (Association ou Administration). Parmi les nombreuses tâches relevant de cette fonction, on peut citer les suivantes :

L'administration du personnel

Cette dimension marque le début de l'existence de la fonction au sein de l'entreprise et en assure la visibilité. Elle inclut trois domaines principaux :

- **L'acquisition des ressources humaines** : recrutement, plans de carrières, mutations, promotions, analyse des postes et évaluation des collaborateurs.
- **La gestion de la rémunération** : analyse et évolution des postes, grilles salariales, politique de rémunération, intéressement et participation.
- **La gestion de la formation** : identification des besoins, élaboration des plans de formation, mise en œuvre des actions de formation et évaluation des résultats.

La GRH utilise toutes les techniques et moyens nécessaires pour garantir le bon fonctionnement de l'entreprise du point de vue du personnel. Elle veille également à la mise en place des mesures préventives et à la gestion des problèmes socioprofessionnels des travailleurs.

1.4.4.1 Présentation des services

Cette direction comprend trois sous-directions :

- Sous-direction : service personnel
- Sous-direction : paie et prestations sociales
- Sous-direction : moyens généraux

- **Service gestion du personnel**

Il s'occupe des recrutements, du suivi des carrières, de la formation et de la gestion des dossiers administratifs.

- **Service paie et prestations sociales**

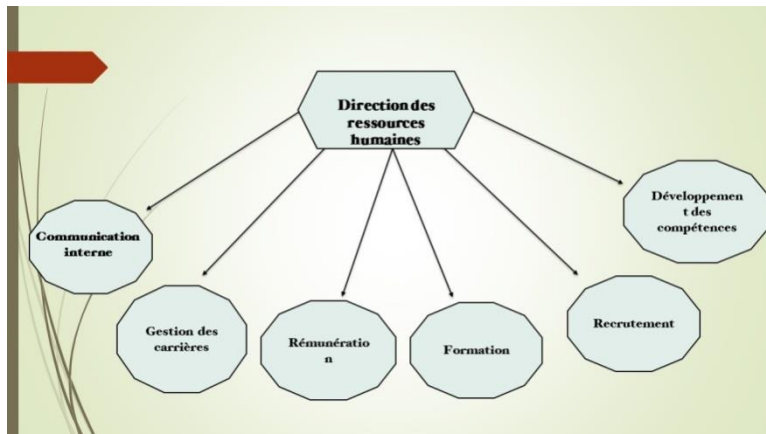
Ce service est chargé de l'élaboration de la paie des travailleurs en fonction de leur présence (pointage) et du suivi des activités liées aux œuvres sociales.

- **Service des moyens généraux**

Les principales fonctions de ce service sont la gestion du transport, de l'hygiène et de la sécurité.

1.5.4.2 L'organigramme de la direction des ressources humaines

Figure 3 : L'organigramme de la direction des ressources humaines



Source : document d'entreprise

1.4.5 La direction des approvisionnements

Le Service de l'approvisionnement est responsable de la mise en œuvre des politiques d'achats de la société, visant à acquérir des biens, équipements ou services par le biais d'appels d'offres, afin d'assurer le bon fonctionnement des services municipaux.

Chez **CIC Moulines et conserves**, ce service se divise en deux principales divisions :

- Achats (achats de services, achats d'emballage)

- Magasin

Le service Approvisionnement a pour missions principales :

- Exploiter la capacité d'approvisionnement élevée afin d'optimiser les ressources, en particulier les coûts globaux du cycle de vie.
- Maintenir de bonnes relations avec les fournisseurs.
- Favoriser un environnement de concurrence libre, transparent et collaboratif, bénéfique à la fois pour l'entreprise et ses fournisseurs.
- Assurer la responsabilité du développement des activités d'approvisionnement de l'entreprise, notamment l'identification des opportunités et des tendances, la gestion des risques, la conception de modèles de chaîne d'approvisionnement avantageux pour toutes les parties, et l'évaluation de l'efficacité des procédures.
- Fournir une chaîne d'approvisionnement fiable, éthique et performante, afin de livrer tous les services de l'entreprise en temps voulu et au meilleur prix.

1.5 Produits CIC MOULINS Guelma

L'entreprise se distingue par une large gamme de produits, capable de répondre aux besoins variés des consommateurs. La politique de **CIC Moulins** consiste à diversifier ses produits et à couvrir plusieurs secteurs du marché des pâtes. Les différents produits sont :

- Il y a douze genres des pâtes courtes dans l'usine Pâte de l'Est sont :
(Macaroni, vermicelle, plomb, langues d'oiseaux, Millet, Penne, coquillettes, Torsade, coquillages, serpentins, coudes, tiliti, cheveux d'anges.).
- Le Couscous : Le couscous Moyens, Fin, gros, seffa et blé complet
- Les pâtes spéciales : Cannilloni, Lasagne et Farfalline
- Les pâtes longues : Spaguetti, Languine et Vermicelli

Section 2 : la démarche méthodologies et choix de la méthode

Dans cette deuxième partie du chapitre, nous présentons le cadre méthodologique adopté pour la collecte et l'analyse des données nécessaires à notre recherche. Cette démarche vise à répondre à notre problématique principale : Dans quelle mesure les méthodes de recrutement traditionnelles se comparent-elles aux méthodes modernes en termes d'efficacité, de rapidité et de satisfaction des candidats au sein de CIC Moulins Guelma ?

Nous détaillerons la méthode choisie pour mener notre étude, ainsi que les différents outils mobilisés pour la collecte et l'analyse des données.

2.1 La posture épistémologique

Dans le cadre de cette étude, nous adoptons une démarche épistémologique de type positiviste, visant à comparer de manière objective les méthodes de recrutement traditionnelles et modernes à partir de données empiriques, observables et mesurables. Cette orientation repose sur l'idée que le processus de recrutement peut être appréhendé à travers des éléments concrets et quantifiables. Par conséquent, notre travail se fonde principalement sur une méthodologie quantitative, permettant de mettre en lumière les atouts, les limites ainsi que les effets de chaque méthode sur la qualité du recrutement. En utilisant des instruments tels que le questionnaire, nous cherchons à collecter des données auprès des professionnels du secteur, dans le but de dégager des tendances globales et d'offrir une analyse rigoureuse et comparative des deux approches.

2.2 L'Approche méthodologique

Dans cette section, nous allons exposer de manière détaillée l'approche méthodologique adoptée pour mener notre étude comparative entre les méthodes de recrutement traditionnelles et modernes. Notre objectif principal est d'identifier les différences clés entre ces deux approches en termes d'efficacité, de rapidité, de coût, et de qualité des candidatures obtenues. Pour ce faire, nous avons opté pour une méthodologie quantitative, qui nous permet d'analyser objectivement les données recueillies auprès d'un échantillon ciblé.

Nous commencerons par présenter les outils utilisés pour la collecte des données, notamment un questionnaire structuré diffusé auprès des responsables RH et employés de l'entreprise. Ce questionnaire a été conçu de manière à recueillir des données précises et mesurables sur les perceptions, les pratiques, et les résultats liés à chaque méthode. Nous avons également eu recours à des bases de données internes d'entreprises pour enrichir notre analyse avec des données concrètes sur les processus de recrutement.

Conformément à la formule de calcul statistique de la taille d'échantillon pour une population finie (500 employés), avec un niveau de confiance de 95 % et une marge d'erreur de 5 %, la taille optimale de l'échantillon devait être d'environ 218 individus. Toutefois, en raison de contraintes de terrain (disponibilité, accès aux répondants), nous avons obtenu 100 réponses valides. Cette taille, bien qu'inférieure à l'idéale, reste exploitable et permet d'obtenir des tendances significatives, à condition de reconnaître cette limite dans l'interprétation des résultats.

Ensuite, nous décrivons les techniques d'analyse de données employées. Cela inclut des méthodes statistiques telles que l'analyse descriptive, les tests de corrélation, ainsi que des tests comparatifs afin d'évaluer l'existence de différences significatives entre les méthodes étudiées. Ces outils nous ont permis d'interpréter rigoureusement les résultats obtenus et d'en dégager des tendances claires.

En mettant l'accent sur cette approche quantitative, nous visons à garantir la transparence et la solidité de notre démarche scientifique. Cela permettra non seulement d'assurer la crédibilité de nos résultats, mais aussi de faciliter la reproduction de notre étude par d'autres chercheurs intéressés par le domaine du recrutement. À travers cette analyse méthodique, nous espérons contribuer à une meilleure compréhension des atouts et des limites des méthodes traditionnelles et modernes de recrutement.

2.3 Les outils de la collecte des données

2.3.1 La documentation

Notre étude s'est appuyée sur un ensemble varié de sources documentaires, parmi lesquelles :

- Les ouvrages disponibles à la bibliothèque de l'École nationale supérieure de management ;
- Le système national de documentation en ligne (SNDL) ;
- Les études et articles en ligne sur des plateformes telles que ResearchGate, ASJP et GoogleScholar.

2.3.2 Questionnaire

Le questionnaire constitue un outil méthodologique de collecte de données, structuré autour d'une série de questions organisées de manière logique et cohérente. Il vise à observer, analyser et comprendre certaines tendances, comportements ou phénomènes à partir des réponses obtenues.

Dans le cadre de notre étude, cet outil garantit également la confidentialité des employés de (l'entreprise CIC Moulins Guelma), les données étant recueillies de façon totalement anonyme. (voir l'annexe).

2.3.2.1 La structure du questionnaire

Dans le cadre de notre étude, nous avons élaboré un questionnaire structuré, visant à comparer les méthodes de recrutement traditionnelles et modernes. Ce questionnaire se compose de cinq sections principales, chacune conçue pour recueillir des données spécifiques liées à notre problématique de recherche.

- La première section regroupe les informations générales des répondants (sexe, âge, niveau d'études, expérience professionnelle, taille de l'entreprise), afin de mieux situer le profil socio-professionnel de l'échantillon.
- La deuxième section s'intéresse aux méthodes traditionnelles de recrutement, en évaluant des aspects comme les canaux utilisés (presse, agences, recommandations), l'accessibilité, le coût, l'expérience candidat, et la fiabilité.
- La troisième section porte sur les méthodes modernes de recrutement, telles que les plateformes en ligne, les réseaux sociaux professionnels, l'intelligence artificielle, et les ATS, en analysant leur efficacité, leur accessibilité, leur coût et leur adaptabilité.
- La quatrième section explore l'opinion générale des participants concernant l'approche la plus efficace selon eux : traditionnelle, moderne, ou une combinaison des deux.
- La cinquième section est pour le processus recrutement

Les réponses ont été recueillies à travers des échelles de Likert à cinq points, permettant d'évaluer le degré de satisfaction des répondants sur chaque aspect abordé. Cette structure nous a permis de recueillir des données comparatives riches et exploitables, en lien direct avec notre problématique.

- La moyenne pondérée de l'échelle de likert est la suivante :

Tableau4: Réponses pondérées selon l'échelle de likert en cinq points

| Thème | Evaluation | Limites de catégorie | | Classe |
|------------------|-------------|----------------------|------|--------|
| | | A | De | |
| Très insatisfait | Très faible | 1.80 | 1 | 1 |
| Insatisfait | Faible | 2.60 | 1.81 | 2 |
| Neutre | Moyen | 3.40 | 2.61 | 3 |
| Satisfait | Fort | 4.20 | 3.41 | 4 |
| Très Satisfait | Très fort | 5 | 4.21 | 5 |

Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

- ou la plage est calculée, pour connaître la différence entre la valeur la plus grande et la plus basse ($5 - 1 = 4$) pour déterminer la longueur des cellules d'échelle.
- Ensuite, il est divisé par la plus grande valeur de l'échelle pour obtenir la longueur de la cellule, c'est - à- dire ($5/4 = 0.80$).
- Et puis ajoutez cette valeur à l'échelle, qui est un, pour déterminer la limite supérieure de cette cellule.

2.3.3 Validité et fiabilité de l'outil d'étude

2.3.3.1 La validité du questionnaire

La validité de l’outil d’étude renvoie à la capacité des questions du questionnaire à évaluer précisément les éléments qu’elles sont censées mesurer. Cette validité a été vérifiée selon les modalités suivantes :

- validité de cohérence interne

Cette méthode est effectuée en utilisant le coefficient corrélation entre la phrase et la somme des axes, et le tableau suivant la montre :

A. Mesurer la validité de la cohérence interne des méthodes traditionnelles

1- canaux de diffusion

Tableau5:Corrélation pearson de canaux de diffusion

| canaux de diffusion | | |
|---|----------------------------|--------------|
| Phrases | Corrélation pearson | Sig |
| L’utilisation de la presse écrite comme canal de diffusion a été : | 0.725** | 0.000 |
| L’utilisation de l’affichage interne pour diffuser les offres a été : | 0.675** | 0.000 |
| Le recours aux agences de placement comme canal de diffusion a été : | 0.679** | 0.000 |
| L’usage des réseaux personnels / recommandations dans la diffusion des offres a été : | 0.540** | 0.000 |

Source : préparé par l’étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Il ressort clairement du tableau que le coefficient de corrélation pour les canaux de diffusion variait entre 0.540 et 0.725, ce qui est positif et statistiquement significatif au niveau de signification de 0.01, ainsi, les énoncés sont fidèles à ce qu’ils sont censés mesurer.

2- temps et cout du processus

Tableau6: Corrélation pearson de temps et cout du processus

| temps et cout du processus | | |
|--|----------------------------|--------------|
| Phrases | Corrélation pearson | Sig |
| La durée du processus de recrutement traditionnel a été : | 0.805** | 0.000 |
| Le coût global du processus traditionnel (publication, tri manuel, etc.) a été : | 0.887** | 0.000 |

Source : préparé par l’étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Il ressort clairement du tableau que le coefficient de corrélation pour le temps et cout du processus variait entre 0.805 et 0.887, ce qui est positif et statistiquement significatif au niveau de signification de 0.01, ainsi, les énoncés sont fidèles à ce qu'ils sont censés mesurer.

3- Qualité et pertinence des candidatures

Tableau7: Corrélation pearson de Qualité et pertinence des candidatures

| Qualité et pertinence des candidatures | | |
|--|---------------------|-------|
| Phrases | Corrélation pearson | Sig |
| La pertinence des candidatures reçues via les méthodes traditionnelles a été : | 0.822** | 0.000 |
| Le tri manuel des CV dans le processus traditionnel a été : | 0.834** | 0.000 |

Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Il ressort clairement du tableau que le coefficient de corrélation pour la Qualité et pertinence des candidatures variait entre 0.822 et 0.834, ce qui est positif et statistiquement significatif au niveau de signification de 0.01, ainsi, les énoncés sont fidèles à ce qu'ils sont censés mesurer.

4- technologies et outils utilisés

Tableau8: Corrélation pearson de technologies et outils utilisés

| technologies et outils utilisés | | |
|--|---------------------|-------|
| Phrases | Corrélation pearson | Sig |
| L'utilisation des supports papier dans le processus a été : | 0.754** | 0.000 |
| Le recours aux appels téléphoniques pour contacter les candidats a été : | 0.717** | 0.000 |
| L'utilisation des courriers postaux pour le recrutement a été : | 0.633** | 0.000 |

Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Il ressort clairement du tableau que le coefficient de corrélation pour les technologies et outils utilisés variait entre 0.633 et 0.754, ce qui est positif et statistiquement significatif au niveau de signification de 0.01, ainsi, les énoncés sont fidèles à ce qu'ils sont censés mesurer.

B. Mesurer la validité de la cohérence interne des méthodes modernes

1- canaux de diffusion

Tableau9: Corrélation pearson de canaux de diffusion

| canaux de diffusion | | |
|--|----------------------------|--------------|
| Phrases | Corrélation pearson | Sig |
| L'utilisation des plateformes de recrutement en ligne a été : | 0.615** | 0.000 |
| L'usage des réseaux sociaux professionnels dans la diffusion des offres a été : | 0.618** | 0.000 |
| L'utilisation d'applications mobiles RH a été : | 0.757** | 0.000 |
| L'utilisation du site web de l'entreprise pour la publication des offres a été : | 0.804** | 0.000 |

Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Il ressort clairement du tableau que le coefficient de corrélation pour les canaux de diffusion variait entre 0.615 et 0.804, ce qui est positif et statistiquement significatif au niveau de signification de 0.01, ainsi, les énoncés sont fidèles à ce qu'ils sont censés mesurer.

2- temps et cout du processus

Tableau10: Corrélation pearson de temps et cout du processus

| temps et cout du processus | | |
|--|----------------------------|--------------|
| Phrases | Corrélation pearson | Sig |
| La rapidité du processus de recrutement moderne a été : | 0.849** | 0.000 |
| La réduction des coûts grâce aux outils numériques a été : | 0.781** | 0.000 |

Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Il ressort clairement du tableau que le coefficient de corrélation pour le temps et cout du processus variait entre 0.781 et 0.849, ce qui est positif et statistiquement significatif au niveau de signification de 0.01, ainsi, les énoncés sont fidèles à ce qu'ils sont censés mesurer.

3- Qualité et pertinence des candidatures :

Tableau11: Corrélation pearson de Qualité et pertinence des candidatures

| Qualité et pertinence des candidatures |
|---|
|---|

| Phrases | Corrélation pearson | Sig |
|--|---------------------|-------|
| Le ciblage automatique (filtres, algorithmes) des candidatures a été : | 0.687** | 0.000 |
| L'utilisation de tests de présélection en ligne a été : | 0.839** | 0.000 |
| Le matching intelligent entre profils et postes a été : | 0.726** | 0.000 |

Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Il ressort clairement du tableau que le coefficient de corrélation pour la Qualité et pertinence des candidatures variait entre 0.687 et 0.839, ce qui est positif et statistiquement significatif au niveau de signification de 0.01, ainsi, les énoncés sont fidèles à ce qu'ils sont censés mesurer.

4- technologies et outils utilisés

Tableau12: Corrélation pearson de technologies et outils utilisés

| technologies et outils utilisés | | |
|--|---------------------|-------|
| Phrases | Corrélation pearson | Sig |
| L'utilisation d'un ATS (Applicant Tracking System) a été : | 0.664** | 0.000 |
| L'utilisation de l'IA pour le tri des CV a été : | 0.623** | 0.000 |
| L'usage de chatbots RH pour communiquer avec les candidats a été : | 0.783** | 0.000 |

Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Il ressort clairement du tableau que le coefficient de corrélation pour les technologies et outils utilisés variait entre 0.623 et 0.783, ce qui est positif et statistiquement significatif au niveau de signification de 0.01, ainsi, les énoncés sont fidèles à ce qu'ils sont censés mesurer.

C. Mesurer la validité de la cohérence interne des processus de recrutement

1- organisation et structure

Tableau13: Corrélation pearson d'organisation et structure

| organisation et structure | | |
|-----------------------------------|---------------------|-------|
| Phrases | Corrélation pearson | Sig |
| La clarté des étapes du processus | 0.799** | 0.000 |

| | | |
|---|---------|--------------|
| de recrutement a été : | | |
| Le respect du calendrier de recrutement a été : | 0.830** | 0.000 |

Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Il ressort clairement du tableau que le coefficient de corrélation pour organisation et structure variait entre 0.799 et 0.830, ce qui est positif et statistiquement significatif au niveau de signification de 0.01, ainsi, les énoncés sont fidèles à ce qu'ils sont censés mesurer.

2- communication avec les candidats

Tableau14: Corrélation pearson de communication avec les candidats

| communication avec les candidats | | |
|--|---------------------|--------------|
| Phrases | Corrélation pearson | Sig |
| La qualité de la communication avec les candidats pendant le processus a été : | 0.778** | 0.000 |
| La réactivité des recruteurs face aux questions des candidats a été : | 0.749** | 0.000 |

Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Il ressort clairement du tableau que le coefficient de corrélation pour communication avec les candidats variait entre 0.749 et 0.778, ce qui est positif et statistiquement significatif au niveau de signification de 0.01, ainsi, les énoncés sont fidèles à ce qu'ils sont censés mesurer.

3- Transparence et équité

Tableau15: Corrélation pearson de Transparence et équité

| Transparence et équité | | |
|--|---------------------|--------------|
| Phrases | Corrélation pearson | Sig |
| La transparence des critères de sélection a été : | 0.908** | 0.000 |
| Le sentiment d'équité ressenti tout au long du processus a été : | 0.917** | 0.000 |

Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Il ressort clairement du tableau que le coefficient de corrélation pour Transparence et équité variait entre 0.908 et 0.917, ce qui est positif et statistiquement significatif au niveau de signification de 0.01, ainsi, les énoncés sont fidèles à ce qu'ils sont censés mesurer.

4- évaluation des compétences

Tableau16: Corrélation pearson d'évaluation des compétences

| évaluation des compétences | | |
|--|---------------------|-------|
| Phrases | Corrélation pearson | Sig |
| Les méthodes utilisées pour évaluer les compétences (tests, entretiens...) ont été : | 0.845** | 0.000 |
| La pertinence des questions posées lors des entretiens a été : | 0.846** | 0.000 |

Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Il ressort clairement du tableau que le coefficient de corrélation pour évaluation des compétences variait entre 0.845 et 0.846, ce qui est positif et statistiquement significatif au niveau de signification de 0.01, ainsi, les énoncés sont fidèles à ce qu'ils sont censés mesurer.

5- Délais et réactivité

Tableau17: Corrélation pearson de Délais et réactivité

| Délais et réactivité | | |
|---|---------------------|-------|
| Phrases | Corrélation pearson | Sig |
| Le délai de réponse après chaque étape du processus a été : | 0.845** | 0.000 |
| La durée globale du processus de recrutement a été : | 0.810** | 0.000 |

Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Il ressort clairement du tableau que le coefficient de corrélation pour Délais et réactivité variait entre 0.810 et 0.845, ce qui est positif et statistiquement significatif au niveau de signification de 0.01, ainsi, les énoncés sont fidèles à ce qu'ils sont censés mesurer.

6- intégration des nouveaux employés

Tableau18: Corrélation pearson d'intégration des nouveaux employés

| intégration des nouveaux employés | | |
|---|---------------------|-------|
| Phrases | Corrélation pearson | Sig |
| Les démarches mises en place pour faciliter l'intégration des nouveaux employés ont été : | 0.858** | 0.000 |

| | | |
|--|---------|-------|
| L'accompagnement pendant la période d'essai ou d'intégration a été : | 0.844** | 0.000 |
|--|---------|-------|

Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Il ressort clairement du tableau que le coefficient de corrélation pour intégration des nouveaux employés variait entre 0.844 et 0.858, ce qui est positif et statistiquement significatif au niveau de signification de 0.01, ainsi, les énoncés sont fidèles à ce qu'ils sont censés mesurer.

D. Mesure de la validité de la cohérence interne des axes du questionnaire

Tableau19: coefficient de corrélation de pearson pour les axes du questionnaire

| Thème | Corrélation pearson | Sig | Résultat |
|--------------------------------------|---------------------|-------|--------------|
| Méthodes traditionnelles et modernes | 0.955** | 0.000 | significatif |
| Le processus de recrutement | 0.771** | 0.000 | significatif |

Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Il ressort clairement du tableau que le coefficient de corrélation des axes du questionnaire variait entre 0.771 et 0.955, ce qui est positif et statistiquement significatif au niveau de signification de 0.01, ainsi, les énoncés sont fidèles à ce qu'ils sont censés mesurer.

2.3.3.2 La fiabilité du questionnaire

La stabilité du questionnaire a été vérifiée en mesurant le coefficient d'alpha crombach, car la règle statistique de ce test stipule que le pourcentage acceptable pour la stabilité du questionnaire est de 60% ou plus, et le tableau suivant la montre :

Tableau20 : Alpha crombach

| Thèmes | Phrases | coefficient Alpha crombach |
|-----------------------------|---------|----------------------------|
| Méthodes traditionnelles | 11-1 | 0.775 |
| Méthodes modernes | 12-1 | 0.837 |
| Le processus de recrutement | 12-1 | 0.793 |
| Total | 24-1 | 0.899 |

Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Il ressort du tableau précédent que le coefficient de stabilité globale est élevé, atteignant **0.899**, et que tous les axes ont un degré de stabilité élevé. Ces valeurs sont acceptables et indiquent la stabilité de l’outil d’étude.

2.3.4 Essai de distribution normale

Nous devons vous assurer que la population est soumise à une distribution normale, ceci utilise le Test de Kolmogorov- Smirnov suivant :

Tableau20: Test de Kolmogorov- Smirnov

| Thème | Z | sig | Résultat du test |
|-----------------------------|-------|-------|----------------------|
| Méthodes traditionnelles | 0.939 | 0.341 | Distribution normale |
| Méthodes modernes | 0.658 | 0.779 | Distribution normale |
| Le processus de recrutement | 0.984 | 0.287 | Distribution normale |
| Total | 0.793 | 0.555 | Distribution normale |

Source : préparé par l’étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Il ressort clairement des résultats des tests que la valeur de sig était supérieure au niveau de signification pour tous les axes, ce qui indique que les données suivent une distribution normale.

2.4 L’échantillon de l’étude

nous avons mené notre étude au sein de l’entreprise CIC Moulins Guelma. Nous avons opté pour une méthode d’échantillonnage non probabiliste, où les participants ont été sélectionnés de manière aléatoire afin de garantir une certaine représentativité de la population cible et de réduire les biais de sélection.

La population totale de l’entreprise compte 500 employés. Ainsi, pour les besoins de notre étude, un échantillon a été constitué, et 100 employés ont effectivement répondu au questionnaire, représentant 20% de l’ensemble du personnel. Ce taux de réponse constitue une base suffisante pour recueillir des données pertinentes et représentatives en lien avec les objectifs de notre recherche.

Il est important de noter que l’écart entre le nombre total d’employés et ceux ayant répondu s’explique par plusieurs facteurs : certains employés étaient en congé ou en mission

de travail au moment de l'enquête, d'autres travaillaient selon un système de roulement (postes), ce qui a limité leur accessibilité. En outre, une partie du personnel a exprimé un refus explicite de répondre au questionnaire.

2.5 Méthode de traitement des données

Le programme statistique appelé **Statistical package of social sciences (spss)** a été utilisé. Nous nous sommes également appuyés sur les techniques statistiques suivantes :

- pourcentages et fréquences pour décrire l'échantillon ;
- coefficient de corrélation de Pearson pour révéler la validité de la cohérence interne, ainsi que la relation entre les deux variables ;
- Le coefficient de stabilité α pour connaître la stabilité des items du questionnaire ;
- Essai de distribution normale ;
- La moyenne arithmétique pour mesurer la centralité des réponses.
- Ecart – type pour mesurer l'étendue de l'accord et de la non – dispersion des réponses.

Conclusion

En conclusion de ce chapitre, nous avons présenté dans un premier temps le cadre organisationnel de l'entreprise CIC Moulins Guelma, ce qui nous a permis de contextualiser notre étude. Ensuite, nous avons détaillé la méthodologie adoptée dans notre mémoire intitulé « Enjeux et performances du recrutement : Approche comparative entre méthodes traditionnelles et innovations moderne ». En adoptant une approche quantitative, nous avons expliqué le recours au questionnaire comme outil principal de collecte des données. Cette démarche nous a permis de préparer le terrain pour l'analyse des résultats.

CHAPITRE III : ANALYSE DES RÉSULTATS ET DISCUSSION

Introduction

Dans ce chapitre, nous présentons et analysons les résultats de l’enquête quantitative menée au sein de CIC Moulins Guelma. L’objectif est de comprendre comment les méthodes traditionnelles et modernes de recrutement sont perçues et appliquées dans cette entreprise, et d’évaluer leur impact en termes de performance et de gestion des talents. À travers une lecture statistique des données recueillies, nous chercherons à valider les hypothèses formulées précédemment, tout en mettant en évidence les tendances significatives et les éventuelles corrélations. Cette analyse vise également à fournir des pistes concrètes pour l’amélioration du processus de recrutement.

Section 01 : Analyse des résultats

1.1 Présentation et analyse des données de l’étude

1.1.1 Description statistique de l’échantillon d’étude

✓ **sexe**

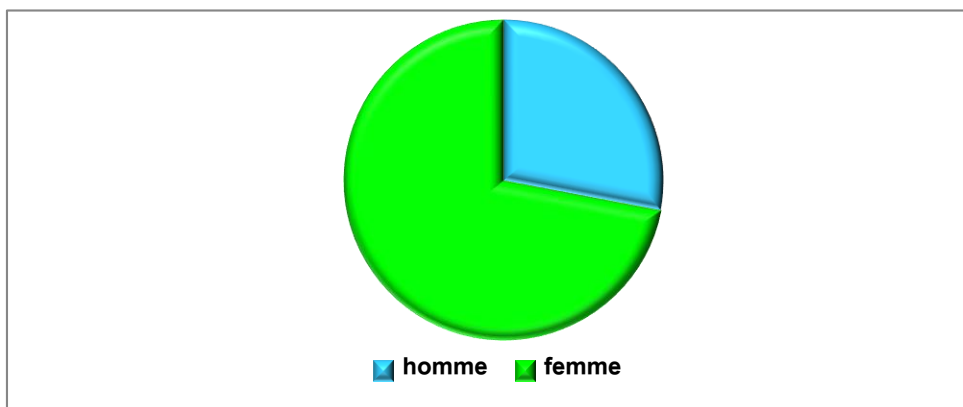
Tableau21: Répartition des Membres de l’échantillon par sexe

| Option | N | % |
|--------|-----|-----|
| Homme | 28 | 28 |
| Femme | 72 | 72 |
| Total | 100 | 100 |

Source : préparé par l’étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Il ressort du tableau ci – dessus que 72% des répondants sont des femmes, alors que 28% sont des hommes.

Figure 4 : Répartition des Membres de l’échantillon par sexe



Source : préparé par l’étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

✓ Age :

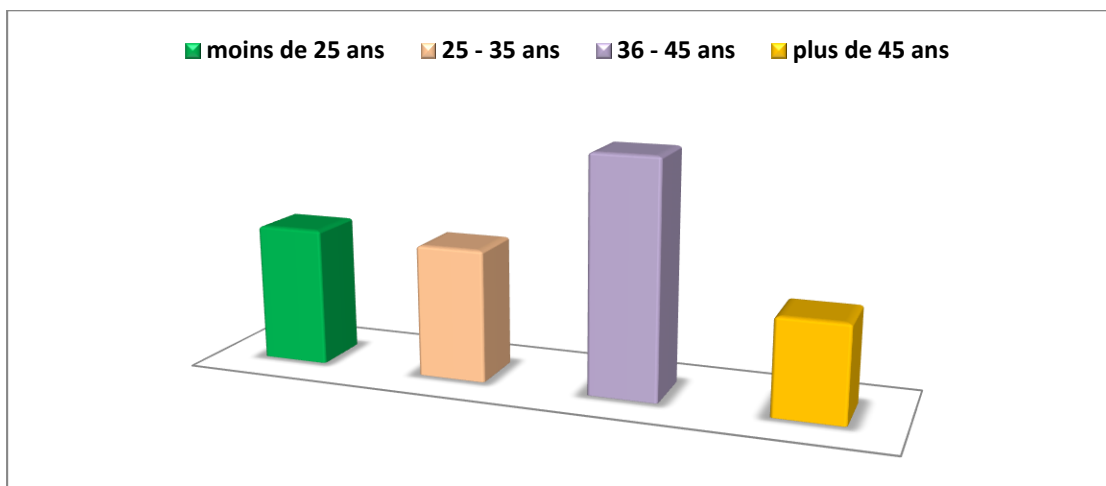
Tableau22: Répartition des Membres de l'échantillon par Age

| Option | N | % |
|-----------------|-----|-----|
| Moins de 25 ans | 23 | 23 |
| 25 – 35 ans | 22 | 22 |
| 36 – 45 ans | 39 | 39 |
| Plus de 45 ans | 16 | 16 |
| Total | 100 | 100 |

Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Il ressort du tableau ci – dessus que 39% des répondants leur Age varie entre 36 et 45 ans, alors que 23% et 22%d'entre eux leur âge moins de 25 ans et entre 25 et 35 ans, ainsi que 16% des répondants ont plus de 45 ans.

Figure 5 : Répartition des Membres de l'échantillon par Age



Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21)

✓ niveau d'études

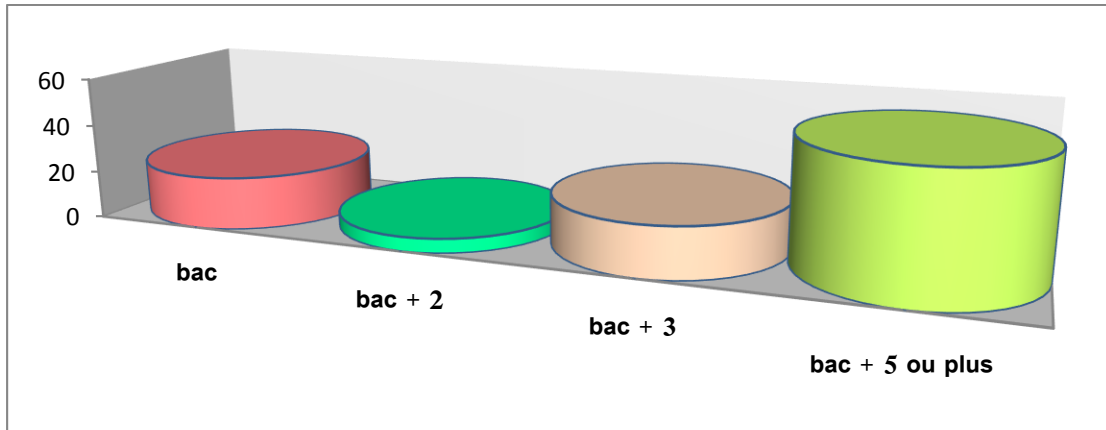
Tableau23: Répartition des Membres de l'échantillon par niveau d'étude

| Option | N | % |
|-----------------|-----|-----|
| Bac | 22 | 22 |
| Bac + 2 | 6 | 6 |
| Bac + 3 | 21 | 21 |
| Bac + 5 ou plus | 51 | 51 |
| Total | 100 | 100 |

Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Il ressort du tableau ci – dessus que 51% des répondants ont un niveau d'étude bac + 5 ou plus, tandis que le nombre total 43% vient montrer aux individus le niveau du bac et bac + 3, A la fin vient le pourcentage 6% qui montre le niveau bac + 3.

Figure 6 : Répartition des Membres de l'échantillon par niveau d'étude



Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21)

✓ **expérience professionnelle**

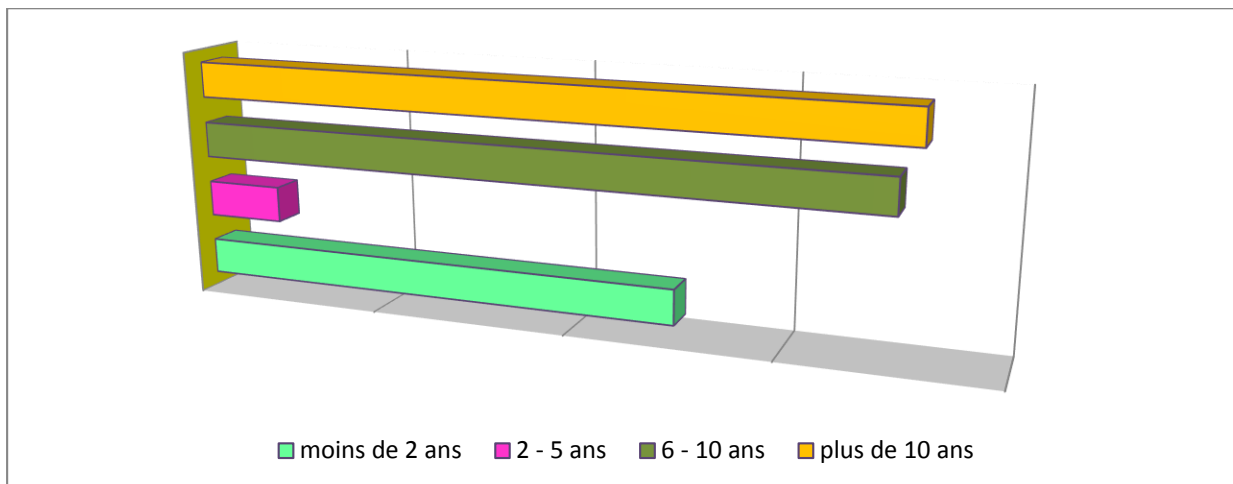
Tableau24: Répartition des Membres de l'échantillon par expérience professionnelle

| Option | N | % |
|----------------|-----|-----|
| Moins de 2 ans | 25 | 25 |
| 2 – 5 ans | 4 | 4 |
| 6 – 10 ans | 35 | 35 |
| Plus de 10 ans | 36 | 36 |
| Total | 100 | 100 |

Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Il ressort dutableau ci – dessus que 36% des répondants ont plus de 10 ans d'expérience dans l'entreprise, alors que 35% ont une expérience entre 6 et 10 ans, A la fin vient le pourcentage total 25% et 4% pour ceux qui ont une expérience entre 2 et 5 ans et moins de 2 ans.

Figure 7: Répartition des Membres de l'échantillon par expérience professionnelle



Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

1.1.2 Description statistique du thème d'étude

- **Résultat d'analyse descriptive liée à l'axe de Méthodes traditionnelles**

1- canaux de diffusion

Tableau25: Les résultats des réponses des répondants aux phrases des canaux de diffusion

| Phrases | Moyenne | Ecart - type | Arrangemen t | Degré d'accord |
|---|---------|--------------|--------------|----------------|
| L'utilisation de la presse écrite comme canal de diffusion a été : | 3.67 | 1.393 | 3 | Fort |
| L'utilisation de l'affichage interne pour diffuser les offres a été : | 3.32 | 1.354 | 4 | Moyen |
| Le recours aux agences de placement comme canal de diffusion a été : | 3.90 | 1.201 | 2 | Fort |
| L'usage des réseaux personnels / recommandations dans la diffusion des offres a été : | 4.05 | 1.095 | 1 | Fort |
| canaux de diffusion | 3.73 | 0.833 | / | Fort |

Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Les résultats du tableau montrent que la majorité des expressions exprimant la dimension des canaux de diffusion par l'échantillon d'étude, représenté par les employés du CIC Moulins Guelma ont obtenu des scores entre moyen et fort, qui variaient entre (3.32 – 4.05). D'où vient le paragraphe « Utiliser les réseaux personnels/ recommandations comme canal de

diffusion » au plus haut niveau ou il a atteint (4.05) avec un écart type (1.095), tout en obtenant le paragraphe « Utiliser l’affichage interne comme canal de diffusion des offres » d’une moyenne basse ou il atteint (3.32) avec un écart type 1.354. Quant à la moyenne générale obtenue par la dimension « canaux de diffusion » est du haut niveau 3.73 et un écart type de 0.833.

2- temps et cout du processus

Tableau26: Les résultats des réponses des répondants aux phrase de temps et cout du processus

| Phrases | Moyenne | Ecart - type | arrangement | Degré d’accord |
|--|---------|-----------------|-------------|-------------------|
| La durée du processus de recrutement traditionnel a été : | 3.34 | 1.232 | 2 | Moyen |
| Le coût global du processus traditionnel (publication, tri manuel, etc.) a été : | 3.36 | 1.579 | 1 | Moyen |
| temps et cout du processus | 3.35 | 1.196 | / | Moyen |

Source : préparé par l’étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Les résultats du tableau montrent que la majorité des expressions exprimant la dimension du temps et cout du processus par l’échantillon d’étude, représenté par les employés du CIC Moulins Guelma ont obtenu des scores moyenne, qui variaient entre (3.34 – 3.36). D’où vient le paragraphe « Etes – vous satisfait (e) du cout du processus (publication, tri manuel, etc.) ? » au plus haut niveau ou il a atteint (3.36) avec un écart type (1.579), tout en obtenant le paragraphe « Etes – vous satisfait (e) de la durée du processus ? » d’une moyenne basse ou il atteint (3.34) avec un écart type 1.232. Quant à la moyenne générale obtenue par la dimension « temps et cout du processus » est du moyen niveau 3.35 et un écart type de 1.196.

3- Qualité et pertinence des candidatures

Tableau27: Les résultats des réponses de Qualité et pertinence des candidatures

| Phrases | Moyenne | Ecart – type | arrangement | Degré d’accord |
|--|---------|-----------------|-------------|-------------------|
| La pertinence des candidatures reçues via les méthodes traditionnelles a été : | 3.95 | 1.149 | 2 | Fort |
| Le tri manuel des CV dans le processus traditionnel a été : | 3.99 | 1.184 | 1 | Fort |
| Qualité et pertinence des candidatures | 3.97 | 0.966 | / | Fort |

Source : préparé par l’étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Les résultats du tableau montrent que la majorité des expressions exprimant la dimension de la Qualité et pertinence des candidatures par l'échantillon d'étude, représenté par les employés du CIC Moulins Guelma ont obtenu des scores Fort, qui variaient entre (3.95 – 3.99). D'où vient le paragraphe « Etes – vous satisfait (e) du tri manuel des cv ? » au plus haut niveau ou il a atteint (3.99) avec un écart type (1.184), tout en obtenant le paragraphe « Etes – vous satisfait (e) de la pertinence des candidatures ? » d'une moyenne basse ou il atteint (3.95) avec un écart type 1.149. Quant à la moyenne générale obtenue par la dimension « Qualité et pertinence des candidatures » est du haut niveau 3.97 et un écart type de 0.966.

4- technologies et outils utilisés

Tableau28: Les résultats des réponses de technologies et outils utilisés

| Phrases | Moyenne | Ecart - type | arrangement | Degré d'accord |
|--|---------|-----------------|-------------|-------------------|
| L'utilisation des supports papier dans le processus a été : | 3.73 | 1.285 | 2 | Fort |
| Le recours aux appels téléphoniques pour contacter les candidats a été : | 3.38 | 1.178 | 3 | Moyen |
| L'utilisation des courriers postaux pour le recrutement a été : | 4.01 | 1.201 | 1 | Fort |
| technologies et outils utilisés | 3.70 | 0.858 | / | Fort |

Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Les résultats du tableau montrent que la majorité des expressions exprimant la dimension des technologies et outils utilisés des candidatures par l'échantillon d'étude, représenté par les employés du CIC Moulins Guelma ont obtenu des scores entre moyen et fort, qui variaient entre (3.38 – 4.01). D'où vient le paragraphe « Utiliser les courriers postaux » au plus haut niveau ou il a atteint (4.01) avec un écart type (1.201), tout en obtenant le paragraphe « Utiliser les appels téléphoniques » d'une moyenne basse ou il atteint (3.38) avec un écart type 1.178. Quant à la moyenne générale obtenue par la dimension « technologies et outils utilisés » est du haut niveau 3.70 et un écart type de 0.858.

➤ **Méthodes traditionnelles**

Tableau29: Les résultats des réponses de Méthodes traditionnelles

| Phrases | Moyenne | Ecart – type | arrangement | Degré d'accord |
|---------|---------|-----------------|-------------|-------------------|
|---------|---------|-----------------|-------------|-------------------|

| | | | | |
|--|------|-------|---|--------------|
| Canaux de diffusion | 3.73 | 0.833 | 2 | Fort |
| Temps et cout du processus | 3.35 | 1.196 | 4 | Moyen |
| Qualité et pertinence des candidatures | 3.97 | 0.966 | 1 | Fort |
| Technologies et outils utilisés | 3.70 | 0.858 | 3 | Fort |
| Méthodes traditionnelles | 3.70 | 0.702 | / | Fort |

Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21)

Les résultats du tableau montrent que la majorité des expressions exprimant les dimensions de la Méthodes traditionnelles des candidatures par l'échantillon d'étude, représenté par les employés du CIC Moulines Guelma ont obtenu des scores entre moyen et fort, qui variaient entre (3.35 – 3.97). D'où vient la dimension « Qualité et pertinence des candidatures » au plus haut niveau ou il a atteint (3.97) avec un écart type (0.966), tout en obtenant la dimension « Temps et cout du processus » d'une moyenne basse ou il atteint (3.35) avec un écart type 1.196. Quant à la moyenne générale obtenue par l'axe « Méthodes traditionnelles » est du haut niveau 3.70 et un écart type de 0.702.

- **Résultat d'analyse descriptive liée à l'axe de Méthodes modernes**

1- canaux de diffusion

Tableau30: Les résultats des réponses des répondants aux phrases des canaux de diffusion

| Phrases | Moyenne | Ecart – type | arrangement | Degré d'accord |
|--|---------|--------------|-------------|----------------|
| L'utilisation des plateformes de recrutement en ligne a été : | 3.11 | 1.384 | 2 | Moyen |
| L'usage des réseaux sociaux professionnels dans la diffusion des offres a été : | 3.79 | 1.157 | 1 | Fort |
| L'utilisation d'applications mobiles RH a été : | 2.68 | 1.510 | 4 | Moyen |
| L'utilisation du site web de l'entreprise pour la publication des offres a été : | 3.02 | 1.543 | 3 | Moyen |
| canaux de diffusion | 3.15 | 0.987 | / | Moyen |

Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Les résultats du tableau montrent que la majorité des expressions exprimant la dimension des canaux de diffusion par l'échantillon d'étude, représenté par les employés du CIC Moulines Guelma ont obtenu des scores entre moyen et fort, qui variaient entre (2.68 – 3.79). D'où vient le paragraphe « Utiliser les réseaux sociaux professionnelles » au plus haut niveau ou il a atteint (3.79) avec un écart type (1.157), tout en obtenant le paragraphe « Utiliser des

applications mobiles RH » d’une moyenne basse ou il atteint (2.68) avec un écart type 1.510. Quant à la moyenne générale obtenue par la dimension « canaux de diffusion » est du moyen niveau 3.15 et un écart type de 0.987.

2- temps et cout du processus

Tableau31: Les résultats des réponses des répondants aux phrase de temps et cout du processus

| Phrases | Moyenne | Ecart – type | arrangement | Degré d’accord |
|--|---------|--------------|-------------|----------------|
| La rapidité du processus de recrutement moderne a été : | 3.33 | 1.428 | 2 | Moyen |
| La réduction des coûts grâce aux outils numériques a été : | 3.55 | 1.209 | 1 | Fort |
| temps et cout du processus | 3.44 | 1.078 | / | Fort |

Source : préparé par l’étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Les résultats du tableau montrent que la majorité des expressions exprimant la dimension du temps et cout du processus par l’échantillon d’étude, représenté par les employés du CIC Moulins Guelma ont obtenu des scores entre moyen et fort, qui variaient entre (3.33 – 3.55). D’où vient le paragraphe « Etes – vous satisfait (e) de la réduction des couts ? » au plus haut niveau ou il a atteint (3.55) avec un écart type (1.209), tout en obtenant le paragraphe « Etes – vous satisfait (e) de la rapidité du processus ? » d’une moyenne basse ou il atteint (3.33) avec un écart type 1.428. Quant à la moyenne générale obtenue par la dimension « temps et cout du processus » est du haut niveau 3.44 et un écart type de 1.078.

3- Qualité et pertinence des candidatures

Tableau32: Les résultats des réponses de Qualité et pertinence des candidatures

| Phrases | Moyenne | Ecart – type | arrangement | Degré d’accord |
|--|---------|--------------|-------------|----------------|
| Le ciblage automatique (filtres, algorithmes) des candidatures a été : | 3.28 | 1.311 | 2 | Moyen |
| L’utilisation de tests de présélection en ligne a été : | 3.24 | 1.407 | 3 | Moyen |
| Le matching intelligent entre profils et postes a été : | 3.65 | 1.290 | 1 | Fort |
| Qualité et pertinence des candidatures | 3.39 | 1.006 | / | Moyen |

Source : préparé par l’étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Les résultats du tableau montrent que la majorité des expressions exprimant la dimension de la Qualité et pertinence des candidatures par l'échantillon d'étude, représenté par les employés du CIC Moulins Guelma ont obtenu des scores entre moyen et fort, qui variaient entre (3.24 – 3.65). D'où vient le paragraphe « Etes – vous satisfait (e) du matching intelligent des profils ? » au plus haut niveau ou il a atteint (3.65) avec un écart type (1.290), tout en obtenant le paragraphe « Etes – vous satisfait (e) des tests de présélection en ligne ? » d'une moyenne basse ou il atteint (3.24) avec un écart type 1.407. Quant à la moyenne générale obtenue par la dimension « Qualité et pertinence des candidatures » est du moyen niveau 3.39 et un écart type de 1.006.

4- technologies et outils utilisés

Tableau33: Les résultats des réponses de technologies et outils utilisés

| Phrases | Moyenne | Ecart – type | arrangement | Degré d'accord |
|--|---------|--------------|-------------|----------------|
| L'utilisation d'un ATS (Applicant Tracking System) a été : | 3.74 | 1.106 | 3 | Fort |
| L'utilisation de l'IA pour le tri des CV a été : | 3.98 | 1.109 | 1 | Fort |
| L'usage de chatbots RH pour communiquer avec les candidats a été : | 3.86 | 1.128 | 2 | Fort |
| technologies et outils utilisés | 3.86 | 0.770 | / | Fort |

Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Les résultats du tableau montrent que la majorité des expressions exprimant la dimension des technologies et outils utilisés des candidatures par l'échantillon d'étude, représenté par les employés du CIC Moulins Guelma ont obtenu des scores fort, qui variaient entre (3.74 – 3.98). D'où vient le paragraphe « Utiliser l'IA pour le tri des CV » au plus haut niveau ou il a atteint (3.98) avec un écart type (1.109), tout en obtenant le paragraphe « Utiliser un ATS (applicant tracking system) » d'une moyenne basse ou il atteint (3.74) avec un écart type 1.106. Quant à la moyenne générale obtenue par la dimension « technologies et outils utilisés » est du haut niveau 3.86 et un écart type de 0.770.

➤ Méthodes modernes

Tableau34: Les résultats des réponses de Méthodes modernes

| Phrases | Moyenne | Ecart – type | arrangement | Degré d'accord |
|--|---------|--------------|-------------|----------------|
| Canaux de diffusion | 3.15 | 0.987 | 4 | Fort |
| Temps et cout du processus | 3.44 | 1.078 | 2 | Moyen |
| Qualité et pertinence des candidatures | 3.39 | 1.006 | 3 | Fort |
| Technologies et outils utilisés | 3.86 | 0.770 | 1 | Fort |
| Méthodes modernes | 3.43 | 0.783 | / | Fort |

Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Les résultats du tableau montrent que la majorité des expressions exprimant les dimensions de la Méthodes modernes des candidatures par l'échantillon d'étude, représenté par les employés du CIC Moulins Guelma ont obtenu des scores entre moyen et fort, qui variaient entre (3.15 – 3.86). D'où vient la dimension « Technologies et outils utilisés » au plus haut niveau ou il a atteint (3.86) avec un écart type (0.770), tout en obtenant la dimension « Canaux de diffusion » d'une moyenne basse ou il atteint (3.15) avec un écart type 0.987 Quant à la moyenne générale obtenue par l'axe « Méthodes modernes » est du haut niveau 3.43 et un écart type de 0.783.

- **Résultat d'analyse descriptive liée à l'axe de Quelle méthode préférez – vous ?**

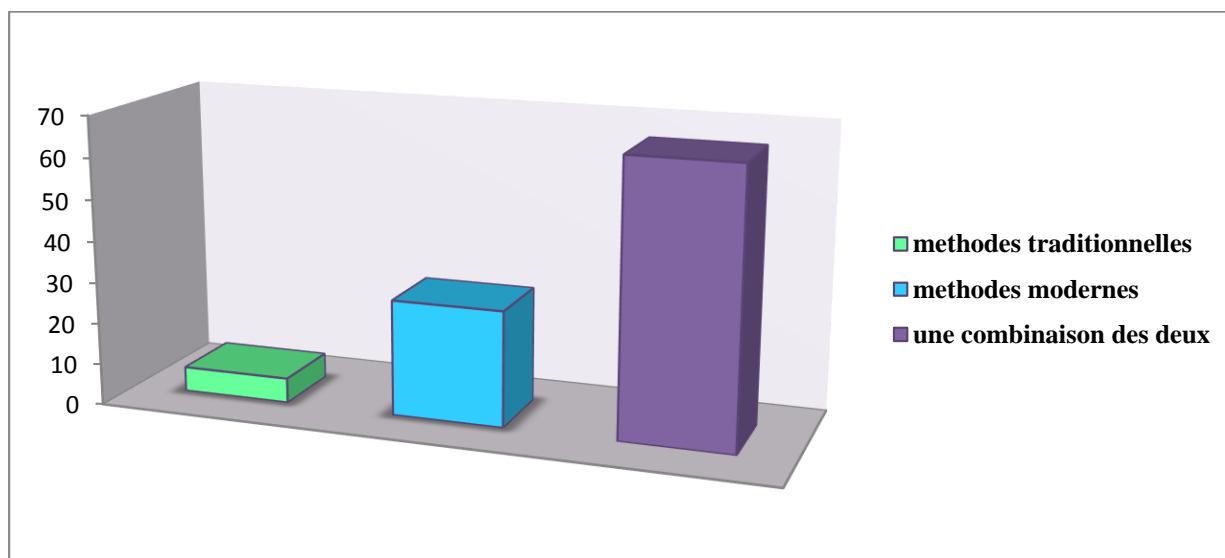
Tableau35: quelle méthode préférez-vous

| Option | N | % |
|--------------------------|-----|-----|
| Méthodes traditionnelles | 6 | 6 |
| Méthodes modernes | 28 | 28 |
| Une combinaison des deux | 66 | 66 |
| Total | 100 | 100 |

Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21)

Il ressort du tableau ci – dessus que 66% des répondants préféré une combinaison des deux méthodes, alors que 28% préfère les méthodes modernes, ainsi que 6% des répondants préfère Méthodes traditionnelles.

Figure 8: quelle méthode préférez-vous



Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

- **Résultat d'analyse descriptive liée à l'axe du processus de recrutement**

Tableau36: Les résultats des réponses des répondants aux le processus de recrutement

| Phrases | Moyenne | Ecart - type | arrangement | Degré d'accord |
|---|---------|-----------------|-------------|-------------------|
| Organisation et structure | | | | |
| La clarté des étapes du processus de recrutement a été : | 4.02 | 1.044 | 1 | Fort |
| Le respect du calendrier de recrutement a été : | 3.94 | 1.126 | 2 | Fort |
| Communication avec les candidats | | | | |
| La qualité de la communication avec les candidats pendant le processus a été : | 3.89 | 1.171 | 4 | Fort |
| La réactivité des recruteurs face aux questions des candidats a été : | 3.76 | 1.111 | 5 | Fort |
| Transparence et équité | | | | |
| La transparence des critères de sélection a été : | 3.56 | 1.148 | 9 | Fort |
| Le sentiment d'équité ressenti tout au long du processus a été : | 3.42 | 1.207 | 12 | Fort |
| Evaluation des compétences | | | | |
| Les méthodes utilisées pour évaluer les compétences (tests, entretiens...) ont été : | 3.49 | 1.193 | 10 | Fort |
| La pertinence des questions posées lors des entretiens a été : | 3.62 | 1.195 | 8 | Fort |
| Délais et réactivité | | | | |
| Le délai de réponse après chaque étape du processus a été : | 3.48 | 1.132 | 11 | Fort |
| La durée globale du processus de recrutement a été : | 3.69 | 1.031 | 7 | Fort |
| Intégration des nouveaux employés | | | | |
| Les démarches mises en place pour faciliter l'intégration des nouveaux employés ont été : | 3.76 | 0.830 | 6 | Fort |
| L'accompagnement pendant la période d'essai ou d'intégration a été : | 3.93 | 0.794 | 3 | Fort |
| le processus de recrutement | 3.71 | 0.602 | / | Fort |

Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Les résultats du tableau montrent que la majorité des expressions exprimant le processus de recrutement utilisés des candidatures par l'échantillon d'étude, représenté par les employés du CIC Moulins Guelma ont obtenu des scores fort, qui variaient entre (3.42 – 4.02). D'où vient le paragraphe « Etes – vous satisfait (e) de la clarté des étapes du processus de recrutement ? » au plus haut niveau ou il a atteint (4.02) avec un écart type (1.044), tout en obtenant le paragraphe « Etes – vous satisfait (e) du sentiment d'équité tout au long du processus ? » d'une moyenne basse ou il atteint (3.42) avec un écart type 1.207. Quant à la moyenne

générale obtenue par l'axe « le processus de recrutement » est du haut niveau 3.71 et un écart type de 0.602.

1.2 Tester les hypothèses de l'étude

- La première sous – hypothèse

H₀ : il n'ya pas un effet de signification statistique entre canaux de diffusion et le processus de recrutement dans les méthodes traditionnelles et modernes.

H₁ : il Ya un effet de signification statistique entre canaux de diffusion et le processus de recrutement dans les méthodes traditionnelles et modernes.

Tableau37: les résultats du premier test sous - hypothèse

| Méthodes | variable indépendante | Le processus de recrutement R | R ² | T | Sig | F | A (Bêta) | Hypothèse |
|-----------------|-----------------------|-------------------------------|----------------|-------|-------|--------|----------|----------------|
| Traditionnelles | Canaux de diffusion | 0.230 | 0.053 | 2.344 | 0.021 | 5.493 | 0.167 | H ₁ |
| Modernes | | 0.406 | 0.165 | 4.400 | 0.000 | 19.363 | 0.248 | H ₁ |

Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Il ressort du tableau ci-dessus que le coefficient de corrélation R, qui mesure le degré de corrélation entre la variable indépendante (les canaux de diffusion) et la variable dépendante (le processus de recrutement), a atteint respectivement 23 % pour les méthodes traditionnelles, ce qui représente un lien relativement faible, et 40,6 % pour les méthodes modernes, indiquant un lien moyen.

Le coefficient de détermination R², qui mesure la part de la variance de la variable dépendante expliquée par les variables indépendantes, est de 53 % pour les méthodes traditionnelles et de 16,5 % pour les méthodes modernes. Ces taux sont relativement acceptables, le reste de la variance étant attribuable à d'autres facteurs non inclus parmi les variables indépendantes. Les valeurs de T sont respectivement de 2,344 pour les méthodes traditionnelles et de 4,400 pour les méthodes modernes.

On observe également que le niveau de signification de ce test est de sig=0,021 pour les méthodes traditionnelles et de sig=0,000 pour les méthodes modernes, ce qui est inférieur au seuil de signification de 0,05. Les valeurs de F calculées sont de 5,493 pour les méthodes

traditionnelles et de 19,363 pour les méthodes modernes, ce qui confirme la significativité de cet effet. Par conséquent, nous rejetons l’hypothèse nulle et confirmons l’hypothèse alternative, c’est-à-dire qu’il existe un effet entre les canaux de diffusion et le processus de recrutement.

Les valeurs du coefficient de régression sont respectivement de 0,167 pour les méthodes traditionnelles et de 0,248 pour les méthodes modernes. Cela indique le degré d’influence de la variable indépendante sur la variable dépendante. Ainsi, cette relation peut être exprimée par les équations mathématiques suivantes :

$$Y_{\text{méthodes traditionnelles}} = 0.167x + 3.091$$

$$Y_{\text{méthodes modernes}} = 0.248x + 2.933$$

Par conséquent, nous concluons qu’il existe un effet des canaux de diffusion sur le processus de recrutement, avec un degré de corrélation variable. Les méthodes modernes occupent la première place en termes d’influence, suivies des méthodes traditionnelles en deuxième position.

- La deuxième sous – hypothèse

H₀ : il n Ya pas un effet de signification statistique entre temps et cout du processus et le processus de recrutement dans les méthodes traditionnelles et modernes.

H₁ : il Ya un effet de signification statistique entre temps et cout du processus et le processus de recrutement dans les méthodes traditionnelles et modernes.

Tableau38: les résultats du deuxième test sous - hypothèse

| Méthodes | variable indépendante | Le processus de recrutement R | R ² | T | Sig | F | A (Bêta) | Hypothèse |
|-----------------|----------------------------|-------------------------------|----------------|-------|-------|--------|----------|----------------|
| Traditionnelles | Temps et cout du processus | 0.357 | 0.128 | 3.787 | 0.000 | 14.343 | 0.180 | H ₁ |
| Modernes | | 0.374 | 0.140 | 3.997 | 0.000 | 15.974 | 0.200 | H ₁ |

Source : préparé par l’étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Il ressort du tableau ci-dessus que le coefficient de corrélation R, qui mesure le degré de corrélation entre la variable indépendante (temps et cout du processus) et la variable dépendante (le processus de recrutement), a atteint respectivement 35.7 % pour les méthodes

traditionnelles, ce qui représente un lien relativement faible, et 37,4 % pour les méthodes modernes, indiquant un lien faible aussi.

Le coefficient de détermination R², qui mesure la part de la variance dépendante expliquée par les variables indépendantes, est de 12.8 % pour les méthodes traditionnelles et de 14 % pour les méthodes modernes. Ces taux sont relativement acceptables, le reste de la variance étant attribuable à d'autres facteurs non inclus parmi les variables indépendantes. Les valeurs de T sont respectivement de 3,787 pour les méthodes traditionnelles et de 3,997 pour les méthodes modernes.

On observe également que le niveau de signification de ce test est de sig=0,000 pour les méthodes traditionnelles et de sig=0,000 pour les méthodes modernes, ce qui est inférieur au seuil de signification de 0,05. Les valeurs de F calculées sont de 14,343 pour les méthodes traditionnelles et de 15,974 pour les méthodes modernes, ce qui confirme la significativité de cet effet. Par conséquent, nous rejetons l'hypothèse nulle et confirmons l'hypothèse alternative, c'est-à-dire qu'il existe un effet entre le temps et cout du processus et le processus de recrutement.

Les valeurs du coefficient de régression sont respectivement de 0,180 pour les méthodes traditionnelles et de 0,209 pour les méthodes modernes. Cela indique le degré d'influence de la variable indépendante sur la variable dépendante. Ainsi, cette relation peut être exprimée par les équations mathématiques suivantes :

$$Y_{\text{méthodes traditionnelles}} = 0.180x + 3.111$$

$$Y_{\text{méthodes modernes}} = 0.209x + 2.994$$

Par conséquent, nous concluons qu'il existe un effet des temps et cout du processus sur le processus de recrutement, avec un degré de corrélation variable. Les méthodes modernes occupent la première place en termes d'influence, suivies des méthodes traditionnelles en deuxième position.

- La troisième sous – hypothèse

H₀ : il n Ya pas un effet de signification statistique entre qualité et pertinence des candidatures et le processus de recrutement dans les méthodes traditionnelles et modernes.

H₁ :il Ya un effet de signification statistique entre qualité et pertinence des candidatures et le processus de recrutement dans les méthodes traditionnelles et modernes.

Tableau39: les résultats du troisième test sous – hypothèse

Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

| Méthodes | variable indépendante | Le processus de recrutement R | R ² | T | Sig | F | A (Bêta) | Hypothèse |
|-----------------|--|-------------------------------|----------------|-------|-------|--------|----------|----------------|
| Traditionnelles | qualité et pertinence des candidatures | 0.311 | 0.097 | 3.243 | 0.002 | 10.516 | 0.194 | H ₁ |
| Modernes | | 0.530 | 0.281 | 6.193 | 0.000 | 38.357 | 0.317 | H ₁ |

Il ressort du tableau ci-dessus que le coefficient de corrélation R, qui mesure le degré de corrélation entre la variable indépendante (qualité et pertinence des candidatures) et la variable dépendante (le processus de recrutement), a atteint respectivement 31.1 % pour les méthodes traditionnelles, ce qui représente un lien relativement faible, et 53 % pour les méthodes modernes, indiquant un lien moyen.

Le coefficient de détermination R², qui mesure la part de la variance dépendante expliquée par les variables indépendantes, est de 9.7 % pour les méthodes traditionnelles et de 28.1 % pour les méthodes modernes. Ces taux sont relativement acceptables, le reste de la variance étant attribuable à d'autres facteurs non inclus parmi les variables indépendantes. Les valeurs de T sont respectivement de 3,243 pour les méthodes traditionnelles et de 6,193 pour les méthodes modernes.

On observe également que le niveau de signification de ce test est de sig=0,002 pour les méthodes traditionnelles et de sig=0,000 pour les méthodes modernes, ce qui est inférieur au seuil de signification de 0,05. Les valeurs de F calculées sont de 10,516 pour les méthodes traditionnelles et de 38,357 pour les méthodes modernes, ce qui confirme la significativité de cet effet. Par conséquent, nous rejetons l'hypothèse nulle et confirmons l'hypothèse alternative, c'est-à-dire qu'il existe un effet entre qualité et pertinence des candidatures et le processus de recrutement.

Les valeurs du coefficient de régression sont respectivement de 0,194 pour les méthodes traditionnelles et de 0,317 pour les méthodes modernes. Cela indique le degré d'influence de la variable indépendante sur la variable dépendante. Ainsi, cette relation peut être exprimée par les équations mathématiques suivantes :

$$Y_{\text{méthodes traditionnelles}} = 0.194x + 2.943$$

$$Y_{\text{méthodes modernes}} = 0.317x + 2.637$$

Par conséquent, nous concluons qu'il existe un effet de qualité et pertinence des candidatures sur le processus de recrutement, avec un degré de corrélation variable. Les méthodes modernes occupent la première place en termes d'influence, suivies des méthodes traditionnelles en deuxième position.

- La quatrième sous – hypothèse

H₀ : il n Ya pas un effet de signification statistique entre technologies et outils utilisés et le processus de recrutement dans les méthodes traditionnelles et modernes.

H₁ :il Ya un effet de signification statistique entre qualité et technologies et outils utilisés et le processus de recrutement dans les méthodes traditionnelles et modernes.

Tableau 40:les résultats du quatrième test sous - hypothèse

| Méthodes | variable indépendante | Le processus de recrutement R | R ² | T | Sig | F | A (Bêta) | Hypothèse |
|-----------------|---------------------------------|-------------------------------|----------------|-------|-------|--------|----------|----------------|
| Traditionnelles | technologies et outils utilisés | 0.390 | 0.152 | 4.198 | 0.000 | 17.620 | 0.274 | H ₁ |
| Modernes | | 0.535 | 0.286 | 6.271 | 0.000 | 39.328 | 0.419 | H ₁ |

Source : préparé par l'étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Il ressort du tableau ci-dessus que le coefficient de corrélation R, qui mesure le degré de corrélation entre la variable indépendante (technologies et outils utilisés) et la variable dépendante (le processus de recrutement), a atteint respectivement 39 % pour les méthodes traditionnelles, ce qui représente un lien relativement faible, et 53.5 % pour les méthodes modernes, indiquant un lien moyen.

Le coefficient de détermination R², qui mesure la part de la variance dépendante expliquée par les variables indépendantes, est de 15.2 % pour les méthodes traditionnelles et de 28.6 % pour les méthodes modernes. Ces taux sont relativement acceptables, le reste de la variance étant attribuable à d'autres facteurs non inclus parmi les variables indépendantes. Les valeurs de T sont respectivement de 4,198 pour les méthodes traditionnelles et de 6,271 pour les méthodes modernes.

On observe également que le niveau de signification de ce test est de sig=0,000pour les méthodes traditionnelles et de sig=0,000pour les méthodes modernes, ce qui est inférieur au

seuil de signification de 0,05. Les valeurs de F calculées sont de 17,620 pour les méthodes traditionnelles et de 39,328 pour les méthodes modernes, ce qui confirme la significativité de cet effet. Par conséquent, nous rejetons l’hypothèse nulle et confirmons l’hypothèse alternative, c’est-à-dire qu’il existe un effet entre technologies et outils utilisés et le processus de recrutement.

Les valeurs du coefficient de régression sont respectivement de 0,274 pour les méthodes traditionnelles et de 0,419 pour les méthodes modernes. Cela indique le degré d’influence de la variable indépendante sur la variable dépendante. Ainsi, cette relation peut être exprimée par les équations mathématiques suivantes :

$$Y_{\text{méthodes traditionnelles}} = 0.274x + 2.698$$

$$Y_{\text{méthodes modernes}} = 0.419x + 2.098$$

Par conséquent, nous concluons qu’il existe un effet de technologies et outils utilisés sur le processus de recrutement, avec un degré de corrélation variable. Les méthodes modernes occupent la première place en termes d’influence, suivies des méthodes traditionnelles en deuxième position.

- l’hypothèse principale

H₀ : il n’y a pas un effet de signification statistique entre les méthodes traditionnelles et modernes et le processus de recrutement.

H₁ : il y a un effet de signification statistique entre les méthodes traditionnelles et modernes et le processus de recrutement.

Tableau41: les résultats de l’hypothèse principale

| Méthodes | variable indépendante | Le processus de recrutement R | R ² | Sig | F | Hypothèse |
|-----------------|------------------------|-------------------------------|----------------|-------|--------|----------------|
| Traditionnelles | Dimension des méthodes | 0.418 | 0.175 | 0.000 | 20.746 | H ₁ |
| Modernes | | 0.559 | 0.312 | 0.000 | 44.454 | H ₁ |

Source : préparé par l’étudiant sur la base des résultats de la sortie du spss v (21).

Il ressort du tableau ci-dessus que le coefficient de corrélation R, qui mesure le degré de corrélation entre la variable indépendante (dimension des méthodes) et la variable dépendante (le processus de recrutement), a atteint respectivement 41.8 % pour les méthodes

traditionnelles, ce qui représente un lien relativement faible, et 55.9 % pour les méthodes modernes, indiquant un lien moyen.

Le coefficient de détermination R^2 , qui mesure la part de la variance dépendante expliquée par les variables indépendantes, est de 17.5 % pour les méthodes traditionnelles et de 31.2 % pour les méthodes modernes. Ces taux sont relativement acceptables, le reste de la variance étant attribuable à d'autres facteurs non inclus parmi les variables indépendantes. On observe également que le niveau de signification de ce test est de $\text{sig}=0,000$ pour les méthodes traditionnelles et de $\text{sig}=0,000$ pour les méthodes modernes, ce qui est inférieur au seuil de signification de 0,05. Les valeurs de F calculées sont de 20,746 pour les méthodes traditionnelles et de 44,454 pour les méthodes modernes, ce qui confirme la significativité de cet effet. Par conséquent, nous rejetons l'hypothèse nulle et confirmons l'hypothèse alternative, c'est-à-dire qu'il existe un effet entre les dimensions des deux méthodes et le processus de recrutement.

Par conséquent, nous concluons qu'il existe un effet, avec un degré de corrélation variable. Les méthodes modernes occupent la première place en termes d'influence, suivies des méthodes traditionnelles en deuxième position.

Section 02: Discussions des resultants

Cette recherche a exploré les perceptions des employés de CIC Moulins Guelma concernant l'impact des méthodes de recrutement sur le processus d'embauche. Les résultats mettent en lumière des différences notables dans la manière dont les employés perçoivent et valorisent les méthodes traditionnelles et modernes.

En ce qui concerne les méthodes traditionnelles, il est clair que les canaux de diffusion basés sur les relations personnelles et les recommandations restent des outils puissants. Les employés semblent accorder une grande confiance à ces sources, les considérant probablement comme fiables et génératrices de candidats de qualité. Cependant, d'autres méthodes traditionnelles, comme l'affichage interne, semblent moins efficaces ou moins appréciées, ce qui suggère qu'elles pourraient ne pas atteindre le même niveau d'engagement ou ne pas être perçues comme suffisamment dynamiques.

L'analyse révèle également que les employés ont des sentiments mitigés quant à l'efficacité globale des méthodes traditionnelles en termes de temps et de coût. Bien que ces méthodes puissent être perçues comme économiques dans certains cas, il est possible que la lenteur du processus ou le temps consacré à la gestion des candidatures posent des défis. La qualité et la pertinence des candidats issus des méthodes traditionnelles sont généralement bien

considérées, tout comme l'utilisation des outils et des technologies associées, ce qui suggère que, malgré certaines limites, ces méthodes continuent d'apporter une valeur ajoutée.

Du côté des méthodes modernes, l'adoption des réseaux sociaux professionnels est perçue positivement, ce qui indique que les employés reconnaissent l'importance de ces plateformes pour atteindre un large éventail de candidats et attirer des profils spécifiques. En revanche, l'enthousiasme pour les applications mobiles RH est plus modéré, ce qui soulève des questions quant à leur convivialité, leur pertinence ou leur intégration dans le processus de recrutement.

L'évaluation du temps et du coût des méthodes modernes est globalement positive, ce qui suggère que ces approches sont perçues comme plus efficaces et plus rapides que les méthodes traditionnelles. Cependant, la perception de la qualité et de la pertinence des candidatures obtenues via les méthodes modernes est légèrement moins favorable, ce qui pourrait indiquer des préoccupations quant à la capacité de ces méthodes à filtrer efficacement les candidats. L'utilisation des technologies modernes, telles que l'intelligence artificielle pour le tri des CV, est appréciée, ce qui souligne l'importance de l'innovation et de l'automatisation dans le processus de recrutement.

Il est intéressant de noter que la majorité des répondants expriment une préférence pour une combinaison des deux types de méthodes. Cela suggère que les employés reconnaissent les avantages de chaque approche et estiment qu'une stratégie de recrutement optimale doit intégrer à la fois les forces des méthodes traditionnelles et les atouts des méthodes modernes.

Enfin, l'évaluation globale du processus de recrutement dans son ensemble est positive, ce qui indique que les employés sont généralement satisfaits de la manière dont l'entreprise gère l'embauche. Les aspects liés à la clarté des étapes et à l'accompagnement des nouveaux employés sont particulièrement bien perçus, ce qui met en évidence l'importance d'une communication efficace et d'un soutien adéquat pendant la phase d'intégration. Cependant, les préoccupations concernant la transparence et l'équité du processus soulignent la nécessité de continuer à travailler sur ces aspects pour renforcer la confiance des employés.

Cette étude fournit des informations précieuses sur les perceptions des employés concernant les méthodes de recrutement et le processus d'embauche. Les résultats suggèrent que CIC Moulins Guelma peut bénéficier d'une approche de recrutement équilibrée, qui tire parti des forces des méthodes traditionnelles et modernes, tout en accordant une attention particulière à la clarté, à la transparence et à l'équité du processus.

Après avoir examiné les résultats précédents les plus importants, nous avons conclu ce qui suit :

- Le sujet de l'analyse comparative des méthodes de recrutement traditionnelle et moderne a reçu un grand intérêt aux niveaux local et international
- La plupart des études précédentes s'appuyaient sur le côté appliqué ; En étudiant la réalité de l'échantillon étudié et de la société.
- La présente étude s'est distinguée par sa prise en charge d'un secteur important, qui est le secteur du des recrute, et elle s'est spécialisée les méthodes moderne ou traditionnelle', contrairement à une étude (KEBBAB. Liza & MOKDAD. Hakim, 2023) qui a un but de vise à souligner Recruter c'est attirer des ressources humaines en quantité et en qualité nécessaires et suffisantes à qui serait confiée la gestion de tous les capitaux de l'organisation (financiers, matériels et humains), car elle est considérée comme l'épine dorsale des opérations de recrutements.
- Cette étude a été caractérisée par son utilisation de méthodes quantitatives, en utilisant des données sur les méthodes de recrutement

Cette étude est en accord avec celle de (Mrs. Ningambika G Meti, 2024) qui vise à identifier « Recrutement électronique ou recrutement traditionnel : l'impact des médias sociaux ». Le recrutement en ligne est un phénomène relativement récent qui présente des défis à la fois pour les recruteurs et pour les candidats.

Après avoir examiné diverses sources littéraires, nous pouvons conclure que le recrutement moderne, avec ses applications parallèles, constitue un facteur fondamental dans l'amélioration et le développement du service fonctionnel d'une entreprise. Bien que de nombreux auteurs et chercheurs se soient penchés sur cette question, peu ont été en mesure de répondre à la question de savoir si et comment appliquer une analyse comparative du recrutement traditionnel et moderne dans une organisation qui manque de connaissances et de compétences.

Par conséquent, cette étude vise à combler cette lacune de recherche en fournissant des preuves appropriées sur la comparaison entre les méthodes de recrutement traditionnelles et contemporaines et en dérivant la méthode optimale qui mène au succès et donc à une continuité complète.

Les suggestions

À la lumière des résultats obtenus, les recommandations suivantes sont formulées pour optimiser les méthodes et le processus de recrutement :

• Méthodes Traditionnelles

- Continuer à privilégier les réseaux personnels et les recommandations, qui sont perçus comme des canaux de diffusion efficaces.

- Réévaluer l'utilisation de l'affichage interne, en explorant des formats plus attractifs et une meilleure visibilité des offres.
- Analyser en détail les coûts et les délais liés aux méthodes traditionnelles afin d'identifier les sources d'inefficience et de mettre en place des solutions pour les réduire.
- Maintenir l'accent sur la qualité et la pertinence des candidatures issues des méthodes traditionnelles, qui sont bien appréciées.
- Moderniser les outils et technologies utilisés dans le cadre des méthodes traditionnelles, en intégrant par exemple des solutions numériques pour le tri des CV.

• Méthodes Modernes

- Renforcer l'utilisation des réseaux sociaux professionnels, qui sont considérés comme un canal de diffusion prometteur.
- Étudier les raisons de la faible appréciation des applications mobiles RH et envisager des améliorations ou des alternatives.
- Continuer à optimiser les méthodes modernes en termes de temps et de coût, qui sont perçus positivement.
- Améliorer la qualité et la pertinence des candidatures issues des méthodes modernes, en affinant les techniques de ciblage et de sélection.
- Continuer à investir dans les technologies modernes, telles que l'IA pour le tri des CV et les chatbots RH, qui sont bien accueillies.

• Processus de Recrutement

- Maintenir la clarté des étapes du processus, qui est un point fort.
 - Améliorer la transparence et l'équité du processus, qui sont des aspects perfectibles.
 - Continuer à assurer un bon accompagnement des nouveaux employés, qui est apprécié.
- Ces suggestions visent à aider CIC Moulins Guelma à optimiser ses pratiques de recrutement, à attirer les meilleurs talents et à améliorer l'expérience des candidats et des nouveaux employés.

Conclusion

Ce chapitre a présenté les résultats de l'étude quantitative réalisée au sein de l'entreprise CIC Moulins Guelma, dans le cadre de notre analyse comparative entre les méthodes traditionnelles et modernes de recrutement. Ces résultats ont permis d'évaluer l'efficacité de chaque approche en termes de performance et d'adéquation avec les besoins de l'entreprise, tout en mettant en lumière les défis spécifiques à chaque méthode. La discussion des résultats

a également fait ressortir certaines pistes d'évolution, notamment dans le contexte de la transformation numérique et des mutations du marché de l'emploi. En conclusion, des recommandations concrètes ont été proposées afin de favoriser un équilibre pertinent entre les deux approches et d'optimiser la stratégie de recrutement de l'entreprise.

CONCLUSION GENERALE

Dans un environnement professionnel en constante mutation, où l'acquisition de talents compétents représente un enjeu stratégique majeur, cette recherche s'est attachée à analyser comparativement les méthodes traditionnelles et modernes de recrutement au sein de CIC Moulins Guelma. Notre objectif initial était d'évaluer comment ces différentes approches influencent l'efficacité du processus de recrutement, en termes d'enjeux, de performance et de perspectives d'évolution. La problématique centrale visait à identifier les forces et faiblesses de chaque méthode, et à déterminer les leviers d'optimisation pour CIC Moulins Guelma dans un contexte de transformation digitale et d'évolution des attentes des candidats.

La validation de nos hypothèses a été réalisée grâce à une méthodologie quantitative, exploitant les données empiriques recueillies auprès des employés de CIC Moulins Guelma et analysées à l'aide du logiciel SPSS. Les résultats ont permis de mettre en évidence que si les méthodes traditionnelles conservent une certaine pertinence, notamment à travers l'utilisation des réseaux personnels et des recommandations, les méthodes modernes, en particulier celles s'appuyant sur les technologies et outils numériques, offrent un potentiel significatif pour améliorer la qualité des candidatures et optimiser le processus de recrutement. L'étude a également souligné l'importance cruciale d'un processus de recrutement bien structuré, transparent et équitable, qui favorise une communication efficace avec les candidats et une intégration réussie des nouvelles recrues.

Cependant, nos analyses révèlent que CIC Moulins Guelma pourrait encore renforcer son attractivité en tant qu'employeur en développant davantage certains aspects de ses pratiques de recrutement. Notamment, une attention accrue à la marque employeur, à l'expérience candidat et à l'adoption plus systématique des outils digitaux pourrait permettre à l'institution de mieux se positionner sur le marché du travail et d'attirer les profils les plus recherchés.

Pour les développements futurs, il serait pertinent d'approfondir l'étude de l'impact de la digitalisation sur les compétences des recruteurs et sur les attentes des candidats, ainsi que d'explorer les stratégies pour renforcer la marque employeur de CIC Moulins Guelma. Des recherches complémentaires pourraient également s'intéresser à l'évaluation du retour sur investissement des différentes méthodes de recrutement, afin d'éclairer les décisions stratégiques de l'institution.

En conclusion, cette recherche apporte un éclairage précieux sur les enjeux de l'évolution des méthodes de recrutement et offre des pistes concrètes pour CIC Moulins Guelma. Elle souligne la nécessité d'une approche agile et adaptative, combinant les atouts des méthodes traditionnelles et modernes, afin de relever les défis du recrutement de talents dans un contexte de transformation. Elle réaffirme également l'importance d'une démarche

d'amélioration continue, basée sur l'évaluation rigoureuse des pratiques et l'ouverture aux innovations, pour garantir la performance et la compétitivité de l'institution sur le long terme.

BIBLIOGRAPHIE

- KEBBAB LizaMOKDAD Hakim. (2022).
- Abdellah Bakrim. (2024).
- Abdellah. Bakrim. (2024). La transformation digitale et l'optimisation du processus de recrutement : étude exploratoire. *International Journal of Digitalization and Applied Management*,1(1) , pp. 1-17,<https://doi.org/10.23882/ijdam.24077>.<https://doi.org/10.23882/ijdam.24077>
- Barabel. M. & Loeuilleux. S. & Meier. O. (2022). *Les principaux enjeux de la transformation pour la fonction RH. In Questions de société (Eds.), Innovations RH et managériales (pp. 16-55)*.EMS Editions.
- Baudoin. E & Diard. C & Benabid. M & Cherif. K. (2019). *Transformation digitale de la fonction RH*. Dunod.
- Benedetto-Meyer M & Boboc, A. (2019). Accompagner la «transformation digitale»: du flou des discours à la réalité des mises en œuvre. *Travail et emploi, (159)* , pp. 93-118.
- Bharadwaj, S. (2024). How the interplay of social media usage and online reviews generate intention to apply for a job vacancy: an employer branding-based agenda. *Management Research Review*,47(3) , pp. 441–463.
- Bhupendra. S. H. & Swati. G. (2015). Opportunities and challenges of e-recruitment. *Journal of Management Engineering and Information Technology*,2(2) , pp. 1–4.
- Black. J. S. & van Esch, P. (2020). AI-enabled recruiting: What is it and how should a manager use it?. *Business Horizons*, 63(2) , pp. 215-226.
- Bondarouk. T. V. & Ruël. H. J. M. (2009). Electronic Human Resource Management: Challenges in the digital era. . *The International Journal of Human Resource Management*, 20(3) , pp. 505-514.
- bougerra basma2020
- Bournois. F.& Point. S.& Rojot. J. & Louis. J. (2007). *Les pratiques de GRH*. Paris: Éditions d'Organisation , p :197.
- CHEKABA. Abdelghani. et TIMZIT, T. (2016). *Etude du processus de recrutement : la phase de sélection ,Cas: SPA CEVITAL*.Bejaia.
- Cianni. M & Steckler. S. (2017). Transforming organizations to a digital world. *People & Strategy*, 40(2) , pp. 14-20.
- De Larquier G & Monchatre, S. (2014). Recruter : les enjeux de la sélection. *française de socio-économie, (2)* , pp. 41-49.
- Diard. C.& Baudoin. E. & Berthet, S. (2022). *Recrutement et intégration. In Aide-Mémoire (Ed.), Ressources humaines (pp 61-88)*. Dunod.
- Eymard-Duvernay. F. & Marchal, E. (2000). *Théories du processus du recrutement*. E.Benet.
- F. Silva. (2008). *Etre e-DRH*. Edition liaison.
- Fatma Djennati. (2023).
- Fatma. Djennati. (2023). L'étude de méthodes de recrutement : cas Emploiartner / Recruitment Methods 4.0: Emploiartner case. *Revue Recherche Économique Contemporaine*,6(2) , pp. 423-438.

Ouvrage

- Florea. V. N. & Badea. M. (2013,May). Acceptance of new Technologies in HR: E-Recruitment in Organizations. *In Proceedings of the European Conference on Information Management & Evaluation*, (pp. 344-352).
- Fondeur, Y. (2014). La “professionnalisation du recrutement » au prisme des dispositifs de sélection. *Revue Française de Socio-Economie*, 2(14) , pp. 135-153.
- FRANK Bournois & Sébastien Point & Jacques Rojot & Jean-Louis. (2007). « *Scaringella, les meilleurs pratique RH* ». paris: Edition d'organisation groupe Eyrolles.
- Galanaki. E. (2002). The decision to recruit online: A descriptive study. *Career Development International*, 7(4) , pp. 243-251.
- Gigauri. I. & Gulua. E. & Mushkudiani, Z. (2020). Current advances in digital recruitment of human resources and its potential for companies. *SEU & Science*.
- Kapse. A. S. & Patil. V. S. & Patil. N. V. (2012). E-recruitment. *International Journal of Engineering and Advanced Technology*, 1(4) , pp. 82-86.
- LACHAR. (2008). *Processus de recrutement* . Ed.Geueve.
- Okolie. U. C. & Irabor. I. E. (2017). E-recruitment: practices, opportunities and challenges. *European journal of business and management*, 9(11) , pp. 116-122.
- Orlikowski. W. J. & Scott, S. V. (2008). sociomateriality: challenging the separation of technology, work and organization. *Academy of Management annals*, 2(1) , pp. 433-474.
- Peretti, J.-M. (2013). *La gestion des ressources humaines (19e éd.)*. Paris: Vuibert.
- R. REIX. (2000). *système d'information et management des organisations*. paris: Edition Vuibert.
- Sotnikova.Y & Nazarova. G & Nazarov. N & Bilokononko, H. (2020). Digital technologies in HR Management. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 42(4) , pp. 527-535.
- Trivedi A & Pillai, L. (2020). *HR: DIGITAL TRANSFORMATION 2020*.
- Van Kruining, I. (2017). *The dis-app-earance of HRM: Impact of Digitization on the HRM Profession*. In *Electronic HRM in the Smart Era*. Emerald Publishing Limited.

Article

- Géraldine. Rieucan & Guillemette de. Larquier. (2020). Les pratiques de recrutement des entreprises : un pouvoir de segmentation et de valorisation. Université de Lille, Clersé et CEET.
- Habachi. M. et al. (2022). Impact of digitalization on the attractiveness of employee recruitment and retention in Moroccan companies. *Problems and Perspectives in Management*, 20(3) , pp. 12–27.
- HARRIS, N. (2013). « Building a positive candidate experience: towards a networked model of e- recruitment ». *Journal of Business Strategy*, 34 , pp. 36-47.
- IMBERT, J. (2007). *les tableaux de bord RH*. groupe Eyrolles.

- Kaur. T & Dubey. R. K. (2020). Employee review websites as source of recruitment communication: The role of source credibility, realistic information, and specific information. *Journal of Electronic Commerce in Organizations (JECO)*,18(3) , pp. 74–94.
- KEBBAB. Liza & MOKDAD. Hakim. (2023). Le recrutement de la ressource humaine et la mobilité professionnelle dans l'entreprise Algérienne : illustration par le cas de l'ENEL. Algérie: Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou.
- Kissel. P & Büttgen. M. (2015). Using social media to communicate employer brand identity: The impact on corporate image and employer attractiveness. *Journal of Brand Management*,22 , pp. 755–777.
- Lessard, L. (2015). *Recrutement et marque employeur*. Québec: Presses de l'Université du Québec
- LIEVENS. F. & HARRIS. M.M. (2003). « Research on Internet recruiting and testing: Current status and Future Direction ». In C.L Cooper & I.T. Robertson (Eds) *International Review of industrial and Organizational psychology* vol.16. Chicester: John Wiley & Sons, ltd.
- Noura. Z.& Ait Soudane. J.& Hajaji. O. & Rguibi. K. (2021). L'évolution de l'e-recrutement dans la fonction RH. *IOSR Journal of Business and Management*, 23(5) , pp. 33-48.
- Prud'homme, L. (2015). Dossier 9. Le recrutement. Dans : éd., RH au quotidien : 100. Paris : Dunod.
- Reyre, I. (2014). Le numérique et la fonction RH : Une histoire porteuse d'avenir. Dans *A quoi ressemblera la fonction RH de demain ?* (pp. 35–41). Fonctions de l'entreprise (Eds.).
- Sekiou. L. et al. (2004). *Gestion des ressources humaines*. Bruxelles : Boeck.
- SOULEZ, C. G. (2019). *la Gestion Ressource Humaine* .Gualino, Lextenso.
- Sylva. H. & Mol. S. T. (2009). E- Recruitment: A study into applicant perceptions of an online application system. . *International Journal of Selection and Assessment*, 17(3) , 311-323.

Site web

- Zhisheng. Chen. (2022). Collaboration among recruiters and artificial intelligence: Removing human prejudices in employment,<https://www.researchgate.net/institution/Nanjing-University-of-Aeronautics-and-Astronautics>.<https://www.researchgate.net/institution/Nanjing-University-of-Aeronautics-and-Astronautics>
- www.emploi.com 22/03/2025
- www.emploiPartner.com22/03/2025
- www.Optioncarriere.com22/03/2025
- www.Algeriejob.com22/03/2025

LES ANNEXES

ANNEXE A :

Figure 7 : Page carrière de Rolex



Source : site carrière de Rolex dans <https://www.carrieres-rolex.com/>

Figure : CV thèques de jobs



Source : jobs dans <https://www.jobintree.com/> consulté le 25/03/2025.

Figure 9 : Logo de l'entreprise CIC Moulines Guelma



Source : document d'entreprise

ANNEXE B :**Questionnaire : Analyse comparative de la méthode traditionnelle et moderne de recrutement : enjeux, performances et perspectives d'évolution**

Ce questionnaire est réalisé dans le cadre d'un mémoire académique. Les réponses resteront anonymes.

Section 1: Informations generals.**Sexe :**

- Homme
Femme

Âge :

- Moins de 25 ans
25 – 35 ans
36 – 45 ans
Plus de 45 ans

Niveau d'études :

- Bac
Bac+2
Bac+3
Bac +5 ou plus

Expérience professionnelle :

- Moins de 2 ans
2 – 5 ans
6 – 10 ans
Plus de 10 ans

Section 2 : Méthodes traditionnelles**Canaux de diffusion :**

- **L'utilisation de la presse écrite comme canal de diffusion a été :**
 - Très satisfait
 - Satisfait
 - Neutre
 - Insatisfait
 - Très insatisfait
- **L'utilisation de l'affichage interne pour diffuser les offres a été :**
 - Très satisfait
 - Satisfait
 - Neutre
 - Insatisfait
 - Très insatisfait
- **Le recours aux agences de placement comme canal de diffusion a été :**
 - Très satisfait

- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait
- **L'usage des réseaux personnels / recommandations dans la diffusion des offres a été :**
- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

Accessibilité et portée :

- **La portée locale ou régionale des méthodes traditionnelles a été :**
- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait
- **L'accès aux candidats à travers les méthodes traditionnelles a été :**
- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

Temps et coût du processus :

- **La durée du processus de recrutement traditionnel a été :**
- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait
- **Le coût global du processus traditionnel (publication, tri manuel, etc.) a été :**
- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

Qualité et pertinence des candidatures :

- **La pertinence des candidatures reçues via les méthodes traditionnelles a été :**
- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre

- Insatisfait
- Très insatisfait
- **Le tri manuel des CV dans le processus traditionnel a été :**
- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

Expérience candidat :

- **Le dépôt physique des dossiers a été :**
- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait
- **Les déplacements requis pour postuler ont été :**
- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

Technologies et outils utilisés :

- **L'utilisation des supports papier dans le processus a été :**
- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait
- **Le recours aux appels téléphoniques pour contacter les candidats a été :**
- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait
- **L'utilisation des courriers postaux pour le recrutement a été :**
- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

Fiabilité et objectivité :

- **Le niveau de subjectivité perçu dans le tri et les entretiens a été :**

- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

Adaptabilité au marché :

- **La capacité d'adaptation des méthodes traditionnelles au marché a été :**
 - Très satisfait
 - Satisfait
 - Neutre
 - Insatisfait
 - Très insatisfait

Section 3 : Méthodes modernes

Canaux de diffusion :

- **L'utilisation des plateformes de recrutement en ligne a été :**
 - Très satisfait
 - Satisfait
 - Neutre
 - Insatisfait
 - Très insatisfait
- **L'usage des réseaux sociaux professionnels dans la diffusion des offres a été :**
 - Très satisfait
 - Satisfait
 - Neutre
 - Insatisfait
 - Très insatisfait
- **L'utilisation d'applications mobiles RH a été :**
 - Très satisfait
 - Satisfait
 - Neutre
 - Insatisfait
 - Très insatisfait
- **L'utilisation du site web de l'entreprise pour la publication des offres a été :**
 - Très satisfait
 - Satisfait
 - Neutre
 - Insatisfait
 - Très insatisfait

Accessibilité et portée :

- **La portée nationale ou internationale via les méthodes modernes a été :**
 - Très satisfait
 - Satisfait

- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

• **L'accès à un vivier large et diversifié de candidats a été :**

- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

Temps et coût du processus :

• **La rapidité du processus de recrutement moderne a été :**

- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

• **La réduction des coûts grâce aux outils numériques a été :**

- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

Qualité et pertinence des candidatures :

• **Le ciblage automatique (filtres, algorithmes) des candidatures a été :**

- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

• **L'utilisation de tests de présélection en ligne a été :**

- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

• **Le matching intelligent entre profils et postes a été :**

- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

Expérience candidat :

• **La simplicité des candidatures en ligne a été :**

- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

• **Le suivi en temps réel par les candidats a été :**

- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

Technologies et outils utilisés :

• **L'utilisation d'un ATS (Applicant Tracking System) a été :**

- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

• **L'utilisation de l'IA pour le tri des CV a été :**

- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

• **L'usage de chatbots RH pour communiquer avec les candidats a été :**

- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

Fiabilité et objectivité :

• **L'objectivité apportée par les outils numériques a été :**

- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

• **L'analyse prédictive utilisée pour la sélection a été :**

- Très satisfait
- Satisfait

- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

Adaptabilité au marché :

• L'agilité des outils modernes face aux évolutions du marché a été :

- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

• L'usage de bases de données actualisées dans le processus a été :

- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

Section 4 : Le processus de recrutement

Organisation et structure:

• La clarté des étapes du processus de recrutement a été :

- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

• Le respect du calendrier de recrutement a été :

- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

Communication avec les candidats:

• La qualité de la communication avec les candidats pendant le processus a été :

- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

• La réactivité des recruteurs face aux questions des candidats a été :

- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

Transparence et équité:

• **La transparence des critères de sélection a été :**

- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

• **Le sentiment d'équité ressenti tout au long du processus a été :**

- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

Évaluation des compétences:

• **Les méthodes utilisées pour évaluer les compétences (tests, entretiens...) ont été :**

- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

• **La pertinence des questions posées lors des entretiens a été :**

- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

Délais et réactivité:

• **Le délai de réponse après chaque étape du processus a été :**

- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

• **La durée globale du processus de recrutement a été :**

- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

Intégration des nouveaux employés:

• **Les démarches mises en place pour faciliter l'intégration des nouveaux employés ont été:**

- Très satisfait
- Satisfait

- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

• **L'accompagnement pendant la période d'essai ou d'intégration a été :**

- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Très insatisfait

Section 5 : Opinion générale

Quelle méthode préférez-vous ?

- Méthodes traditionnelles
- Méthodes modernes
- Une combinaison des deux

Mesurer la validité de la cohérence interne des méthodes traditionnelles :

Corrélations

| | | at |
|----|-------------------|--------|
| a1 | Corrélation de | ,725** |
| | Pearson | |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 |
| | N | 100 |
| a2 | Corrélation de | ,675** |
| | Pearson | |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 |
| | N | 100 |
| a3 | Corrélation de | ,679** |
| | Pearson | |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 |
| | N | 100 |
| a4 | Corrélation de | ,540** |
| | Pearson | |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 |
| | N | 100 |
| at | Corrélation de | 1 |
| | Pearson | |
| | Sig. (bilatérale) | |
| | N | 100 |

La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

Corrélations

| | | | Bt |
|----|-------------------|----|-------------------|
| b1 | Corrélation | de | ,805** |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| b2 | N | | 100 |
| | Corrélation | de | ,887** |
| | Pearson | | |
| bt | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| | N | | 100 |
| | Corrélation | de | 1 |
| | | | Pearson |
| | | | Sig. (bilatérale) |
| | | | N |
| | | | 100 |

La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

| | | | Ct |
|----|-------------------|----|-------------------|
| c1 | Corrélation | de | ,822** |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| c2 | N | | 100 |
| | Corrélation | de | ,834** |
| | Pearson | | |
| ct | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| | N | | 100 |
| | Corrélation | de | 1 |
| | | | Pearson |
| | | | Sig. (bilatérale) |
| | | | N |
| | | | 100 |

La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

| | | | Dt |
|----|-------------------|----|--------|
| d1 | Corrélation | de | ,754** |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| | | | N |
| | | | 100 |

| | | | |
|----|-------------------|----|--------|
| d2 | Corrélation | de | ,717** |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| d3 | N | | 100 |
| | Corrélation | de | ,633** |
| | Pearson | | |
| dt | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| | N | | 100 |
| | Corrélation | de | 1 |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| | N | | 100 |

La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Mesurer la validité de la cohérence interne des méthodes modernes :

Corrélations

| | | | Aat |
|-----|-------------------|----|--------|
| aa1 | Corrélation | de | ,615** |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| aa2 | N | | 100 |
| | Corrélation | de | ,618** |
| | Pearson | | |
| aa3 | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| | N | | 100 |
| | Corrélation | de | ,757** |
| aa4 | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| | N | | 100 |
| aat | Corrélation | de | ,804** |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| | N | | 100 |
| | Corrélation | de | 1 |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| | N | | 100 |

La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

| | |
|--|-----|
| | Bbt |
|--|-----|

| | | | |
|-----|-------------------|----|--------|
| bb1 | Corrélation | de | ,849** |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| bb2 | N | | 100 |
| | Corrélation | de | ,781** |
| | Pearson | | |
| bbt | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| | N | | 100 |
| | Corrélation | de | 1 |
| bbt | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | |
| | N | | 100 |

La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

| | | | Cct |
|-----|-------------------|----|--------|
| cc1 | Corrélation | de | ,687** |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| cc2 | N | | 100 |
| | Corrélation | de | ,839** |
| | Pearson | | |
| cc3 | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| | N | | 100 |
| | Corrélation | de | ,726** |
| cct | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | |
| | N | | 100 |

La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

| | | | Ddt |
|-----|-------------------|----|--------|
| dd1 | Corrélation | de | ,664** |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| dd1 | N | | 100 |

| | | | |
|-----|-------------------|----|--------|
| dd2 | Corrélation | de | ,623** |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| dd3 | N | | 100 |
| | Corrélation | de | ,783** |
| | Pearson | | |
| ddt | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| | N | | 100 |
| | Corrélation | de | 1 |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| | N | | 100 |

La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Mesurer la validité de la cohérence interne des processus de recrutement

Corrélations

| | | | h1 |
|-----|-------------------|----|--------|
| hh1 | Corrélation | de | ,799** |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| hh2 | N | | 100 |
| | Corrélation | de | ,830** |
| | Pearson | | |
| h1 | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| | N | | 100 |
| | Corrélation | de | 1 |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| | N | | 100 |

La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

| | | | h2 |
|-----|-------------------|----|--------|
| hh3 | Corrélation | de | ,778** |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| hh4 | N | | 100 |
| | Corrélation | de | ,749** |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| | N | | 100 |

| | | | |
|----|-------------------|----|-----|
| h2 | Corrélation | de | 1 |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | |
| | N | | 100 |

La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

| | | | |
|-----|-------------------|----|--------|
| | | | h3 |
| hh5 | Corrélation | de | ,908** |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| | N | | 100 |
| hh6 | Corrélation | de | ,917** |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| | N | | 100 |
| h3 | Corrélation | de | 1 |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | |
| | N | | 100 |

La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

| | | | |
|-----|-------------------|----|--------|
| | | | h4 |
| hh7 | Corrélation | de | ,845** |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| | N | | 100 |
| hh8 | Corrélation | de | ,846** |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| | N | | 100 |
| h4 | Corrélation | de | 1 |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | |
| | N | | 100 |

La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

| | | | |
|--|--|--|----|
| | | | h5 |
|--|--|--|----|

| | | | |
|------|-------------------|----|--------|
| hh9 | Corrélation | de | ,845** |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| hh10 | N | | 100 |
| | Corrélation | de | ,810** |
| | Pearson | | |
| h5 | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| | N | | 100 |
| | Corrélation | de | 1 |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | |
| | N | | 100 |

La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

| | | | h6 |
|------|-------------------|----|--------|
| hh11 | Corrélation | de | ,858** |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| hh12 | N | | 100 |
| | Corrélation | de | ,844** |
| | Pearson | | |
| h6 | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| | N | | 100 |
| | Corrélation | de | 1 |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | |
| | N | | 100 |

La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Mesure de la validité de la cohérence interne des axes du questionnaire :

Corrélations

| | | | total |
|------|-------------------|----|--------|
| totA | Corrélation | de | ,955** |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| totB | N | | 100 |
| | Corrélation | de | ,771** |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| | N | | 100 |

| | | |
|-------|-------------------|-----|
| total | Corrélation de | 1 |
| | Pearson | |
| | Sig. (bilatérale) | |
| | N | 100 |

La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Alpha cronbach :

méthodes traditionnelles

méthodes modernes

Statistiques de fiabilité

| | |
|----------|------------|
| Alpha de | Nombre |
| Cronbach | d'éléments |
| ,775 | 11 |

Statistiques de fiabilité

| | |
|----------|------------|
| Alpha de | Nombre |
| Cronbach | d'éléments |
| ,837 | 12 |

Leprocessus de recrutement

Total

Statistiques de fiabilité

| | |
|----------|------------|
| Alpha de | Nombre |
| Cronbach | d'éléments |
| ,793 | 12 |

Statistiques de fiabilité

| | |
|----------|------------|
| Alpha de | Nombre |
| Cronbach | d'éléments |
| ,899 | 35 |

Essai de distribution normale

Test de Kolmogorov-Smirnov à un échantillon

| | tot1 | tot2 | totB | total | |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|--------|
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | |
| Paramètres normaux ^{a,b} | Moyenne | 3,7000 | 3,4358 | 3,7133 | 3,6140 |
| | Ecart-type | ,70246 | ,78316 | ,60225 | ,58204 |
| Différences les plus extrêmes | Absolue | ,094 | ,066 | ,098 | ,079 |
| | Positive | ,067 | ,062 | ,098 | ,079 |
| | Négative | -,094 | -,066 | -,064 | -,066 |
| Z de Kolmogorov-Smirnov | ,939 | ,658 | ,984 | ,793 | |
| Signification asymptotique (bilatérale) | ,341 | ,779 | ,287 | ,555 | |

a. La distribution à tester est gaussienne.

b. Calculée à partir des données.

Informations générales

sex

| | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|--------------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| homme | 28 | 28,0 | 28,0 | 28,0 |
| Valide femme | 72 | 72,0 | 72,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

age

| | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|-----------------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| moins de 25 ans | 23 | 23,0 | 23,0 | 23,0 |
| 25 - 35 ans | 22 | 22,0 | 22,0 | 45,0 |
| 36 - 45 ans | 39 | 39,0 | 39,0 | 84,0 |
| plus de 45 ans | 16 | 16,0 | 16,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

niveau

| | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|-----------------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| bac | 22 | 22,0 | 22,0 | 22,0 |
| bac + 2 | 6 | 6,0 | 6,0 | 28,0 |
| bac + 3 | 21 | 21,0 | 21,0 | 49,0 |
| bac + 5 ou plus | 51 | 51,0 | 51,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

experience

| | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|----------------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| moins de 2 ans | 25 | 25,0 | 25,0 | 25,0 |
| 2 - 5 ans | 4 | 4,0 | 4,0 | 29,0 |
| 6 - 10 ans | 35 | 35,0 | 35,0 | 64,0 |
| plus de 10 ans | 36 | 36,0 | 36,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

moyen et ecart - type des axes :

méthodes traditionnelles :

Statistiques sur échantillon unique

| | N | Moyenne | Ecart-type | Erreur standard moyenne |
|----|-----|---------|------------|-------------------------|
| a1 | 100 | 3,6700 | 1,39302 | ,13930 |
| a2 | 100 | 3,3200 | 1,35498 | ,13550 |
| a3 | 100 | 3,9000 | 1,20185 | ,12019 |
| a4 | 100 | 4,0500 | 1,09521 | ,10952 |
| at | 100 | 3,7350 | ,83320 | ,08332 |

Statistiques sur échantillon unique

| | N | Moyenn e | Ecart- type | Erreur standard moyenne |
|----|-----|-------------|----------------|-------------------------------|
| b1 | 100 | 3,3400 | 1,23272 | ,12327 |
| b2 | 100 | 3,3600 | 1,57967 | ,15797 |
| bt | 100 | 3,3500 | 1,19659 | ,11966 |

Statistiques sur échantillon unique

| | N | Moyenn e | Ecart- type | Erreur standard moyenne |
|----|-----|-------------|----------------|-------------------------------|
| c1 | 100 | 3,9500 | 1,14922 | ,11492 |
| c2 | 100 | 3,9900 | 1,18488 | ,11849 |
| ct | 100 | 3,9700 | ,96614 | ,09661 |

Statistiques sur échantillon unique

| | N | Moyenn e | Ecart- type | Erreur standard moyenne |
|----|-----|-------------|----------------|-------------------------------|
| d1 | 100 | 3,7300 | 1,28594 | ,12859 |
| d2 | 100 | 3,3800 | 1,17877 | ,11788 |
| d3 | 100 | 4,0100 | 1,20181 | ,12018 |
| dt | 100 | 3,7067 | ,85842 | ,08584 |

Statistiques sur échantillon unique

| | N | Moyenn e | Ecart- type | Erreur standard moyenne |
|------|-----|-------------|----------------|-------------------------------|
| at | 100 | 3,7350 | ,83320 | ,08332 |
| bt | 100 | 3,3500 | 1,19659 | ,11966 |
| ct | 100 | 3,9700 | ,96614 | ,09661 |
| dt | 100 | 3,7067 | ,85842 | ,08584 |
| tot1 | 100 | 3,7000 | ,70246 | ,07025 |

méthodes modernes :**Statistiques sur échantillon unique**

| | N | Moyenn e | Ecart- type | Erreur standard moyenne |
|-----|-----|-------------|----------------|-------------------------------|
| aa1 | 100 | 3,1100 | 1,38458 | ,13846 |

| | | | | |
|-----|-----|--------|---------|--------|
| aa2 | 100 | 3,7900 | 1,15728 | ,11573 |
| aa3 | 100 | 2,6800 | 1,51010 | ,15101 |
| aa4 | 100 | 3,0200 | 1,54384 | ,15438 |
| aat | 100 | 3,1500 | ,98793 | ,09879 |

Statistiques sur échantillon unique

| | N | Moyenn e | Ecart- type | Erreur standard moyenne |
|-----|-----|-------------|----------------|-------------------------------|
| bb1 | 100 | 3,3300 | 1,42882 | ,14288 |
| bb2 | 100 | 3,5500 | 1,20918 | ,12092 |
| bbt | 100 | 3,4400 | 1,07844 | ,10784 |

Statistiques sur échantillon unique

| | N | Moyenn e | Ecart- type | Erreur standard moyenne |
|-----|-----|-------------|----------------|-------------------------------|
| cc1 | 100 | 3,2800 | 1,31103 | ,13110 |
| cc2 | 100 | 3,2400 | 1,40791 | ,14079 |
| cc3 | 100 | 3,6500 | 1,29002 | ,12900 |
| cct | 100 | 3,3900 | 1,00622 | ,10062 |

Statistiques sur échantillon unique

| | N | Moyenn e | Ecart- type | Erreur standard moyenne |
|-----|-----|-------------|----------------|-------------------------------|
| dd1 | 100 | 3,7400 | 1,10664 | ,11066 |
| dd2 | 100 | 3,9800 | 1,10992 | ,11099 |
| dd3 | 100 | 3,8600 | 1,12833 | ,11283 |
| ddt | 100 | 3,8600 | ,77006 | ,07701 |

Statistiques sur échantillon unique

| | N | Moyenn e | Ecart- type | Erreur standard moyenne |
|------|-----|-------------|----------------|-------------------------------|
| aat | 100 | 3,1500 | ,98793 | ,09879 |
| bbt | 100 | 3,4400 | 1,07844 | ,10784 |
| cct | 100 | 3,3900 | 1,00622 | ,10062 |
| ddt | 100 | 3,8600 | ,77006 | ,07701 |
| tot2 | 100 | 3,4358 | ,78316 | ,07832 |

le processus de recrutement :

Statistiques sur échantillon unique

| | N | Moyenn e | Ecart- type | Erreur standard moyenne |
|------|-----|-------------|----------------|-------------------------------|
| hh1 | 100 | 4,0200 | 1,04427 | ,10443 |
| hh2 | 100 | 3,9400 | 1,12654 | ,11265 |
| hh3 | 100 | 3,8900 | 1,17116 | ,11712 |
| hh4 | 100 | 3,7600 | 1,11119 | ,11112 |
| hh5 | 100 | 3,5600 | 1,14874 | ,11487 |
| hh6 | 100 | 3,4200 | 1,20755 | ,12076 |
| hh7 | 100 | 3,4900 | 1,19337 | ,11934 |
| hh8 | 100 | 3,6200 | 1,19578 | ,11958 |
| hh9 | 100 | 3,4800 | 1,13244 | ,11324 |
| hh10 | 100 | 3,6900 | 1,03177 | ,10318 |
| hh11 | 100 | 3,7600 | ,83024 | ,08302 |
| hh12 | 100 | 3,9300 | ,79462 | ,07946 |
| totB | 100 | 3,7133 | ,60225 | ,06022 |

question555

| | Effectifs | Pourcentag e | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|--------------------------|-----------|-----------------|-----------------------|-----------------------|
| Valides | | | | |
| méthodes traditionnelles | 6 | 6,0 | 6,0 | 6,0 |
| méthodes modernes | 28 | 28,0 | 28,0 | 34,0 |
| une combinaison des deux | 66 | 66,0 | 66,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Tester les hypothèses de l'étude :
méthodes traditionnelles :

- H_1 :

Récapitulatif des modèles

| Modèl e | R | R-deux | R-deux ajusté | Erreur standard de l'estimation |
|------------|-------------------|--------|------------------|---------------------------------------|
| 1 | ,230 ^a | ,053 | ,043 | ,58903 |

a. Valeurs prédites : (constantes), at

ANOVA^a

| Modèle | Somme des carrés | ddl | Moyenne des carrés | D | Sig. |
|--------------|---------------------|-----|-----------------------|-------|-------------------|
| 1 Régression | 1,906 | 1 | 1,906 | 5,493 | ,021 ^b |
| Résidu | 34,001 | 98 | ,347 | | |
| Total | 35,907 | 99 | | | |

- a. Variable dépendante : totB
- b. Valeurs prédites : (constantes), at

Coefficients^a

| Modèle | Coefficients non standardisés | | Coefficients standardisés | t | Sig. |
|---------------|-------------------------------|-----------------|---------------------------|--------|------|
| | A | Erreur standard | Bêta | | |
| 1 (Constante) | 3,091 | ,272 | | 11,372 | ,000 |
| at | ,167 | ,071 | ,230 | 2,344 | ,021 |

- a. Variable dépendante : totB

- H₂ :

Récapitulatif des modèles

| Modèle | R | R-deux | R-deux ajusté | Erreur standard de l'estimation |
|--------|-------------------|--------|---------------|---------------------------------|
| 1 | ,357 ^a | ,128 | ,119 | ,56535 |

- a. Valeurs prédites : (constantes), bt

ANOVA^a

| Modèle | Somme des carrés | ddl | Moyenne des carrés | D | Sig. |
|--------------|------------------|-----|--------------------|--------|-------------------|
| 1 Régression | 4,584 | 1 | 4,584 | 14,343 | ,000 ^b |
| Résidu | 31,323 | 98 | ,320 | | |
| Total | 35,907 | 99 | | | |

- a. Variable dépendante : totB
- b. Valeurs prédites : (constantes), bt

Coefficients^a

| Modèle | Coefficients non standardisés | | Coefficients standardisés | t | Sig. |
|---------------|-------------------------------|-----------------|---------------------------|--------|------|
| | A | Erreur standard | Bêta | | |
| 1 (Constante) | 3,111 | ,169 | | 18,427 | ,000 |
| bt | ,180 | ,047 | ,357 | 3,787 | ,000 |

- a. Variable dépendante : totB

- H₃ :

Récapitulatif des modèles

| Modèle | R | R-deux | R-deux ajusté | Erreur standard de l'estimation |
|--------|-------------------|--------|---------------|---------------------------------|
| 1 | ,311 ^a | ,097 | ,088 | ,57523 |

a. Valeurs prédites : (constantes), ct

ANOVA^a

| Modèle | Somme des carrés | ddl | Moyenne des carrés | D | Sig. |
|--------------|------------------|-----|--------------------|--------|-------------------|
| 1 Régression | 3,480 | 1 | 3,480 | 10,516 | ,002 ^b |
| Résidu | 32,428 | 98 | ,331 | | |
| Total | 35,907 | 99 | | | |

a. Variable dépendante : totB

b. Valeurs prédites : (constantes), ct

Coefficients^a

| Modèle | Coefficients non standardisés | | Coefficients standardisés | t | Sig. |
|---------------|-------------------------------|-----------------|---------------------------|--------|------|
| | A | Erreur standard | | | |
| 1 (Constante) | 2,943 | ,244 | | 12,040 | ,000 |
| ct | ,194 | ,060 | ,311 | 3,243 | ,002 |

a. Variable dépendante : totB

- H₄ :

Récapitulatif des modèles

| Modèle | R | R-deux | R-deux ajusté | Erreur standard de l'estimation |
|--------|-------------------|--------|---------------|---------------------------------|
| 1 | ,390 ^a | ,152 | ,144 | ,55728 |

a. Valeurs prédites : (constantes), dt

ANOVA^a

| Modèle | Somme des carrés | ddl | Moyenne des carrés | D | Sig. |
|--------------|------------------|-----|--------------------|--------|-------------------|
| 1 Régression | 5,472 | 1 | 5,472 | 17,620 | ,000 ^b |
| Résidu | 30,435 | 98 | ,311 | | |
| Total | 35,907 | 99 | | | |

a. Variable dépendante : totB

b. Valeurs prédites : (constantes), dt

Coefficients^a

| Modèle | Coefficients non standardisés | | Coefficients standardisés | t | Sig. |
|-------------|-------------------------------|-----------------|---------------------------|--------|------|
| | A | Erreur standard | Bêta | | |
| (Constante) | 2,698 | ,248 | | 10,871 | ,000 |
| dt | ,274 | ,065 | ,390 | 4,198 | ,000 |

a. Variable dépendante : totB

- H principale :

Récapitulatif des modèles

| Modèle | R | R-deux | R-deux ajusté | Erreur standard de l'estimation |
|--------|-------------------|--------|---------------|---------------------------------|
| 1 | ,418 ^a | ,175 | ,166 | ,54990 |

a. Valeurs prédites : (constantes), tot1

ANOVA^a

| Modèle | Somme des carrés | ddl | Moyenne des carrés | D | Sig. |
|------------|------------------|-----|--------------------|--------|-------------------|
| Régression | 6,273 | 1 | 6,273 | 20,746 | ,000 ^b |
| Résidu | 29,634 | 98 | ,302 | | |
| Total | 35,907 | 99 | | | |

a. Variable dépendante : totB

b. Valeurs prédites : (constantes), tot1

Coefficients^a

| Modèle | Coefficients non standardisés | | Coefficients standardisés | t | Sig. |
|-------------|-------------------------------|-----------------|---------------------------|-------|------|
| | A | Erreur standard | Bêta | | |
| (Constante) | 2,387 | ,296 | | 8,059 | ,000 |
| tot1 | ,358 | ,079 | ,418 | 4,555 | ,000 |

a. Variable dépendante : totB

*** méthodes modernes :**

- H₁ :

Récapitulatif des modèles

| Modèle | R | R-deux | R-deux ajusté | Erreur standard de l'estimation |
|--------|-------------------|--------|---------------|---------------------------------|
| 1 | ,406 ^a | ,165 | ,156 | ,55313 |

a. Valeurs prédites : (constantes), aat

ANOVA^a

| Modèle | | Somme des carrés | ddl | Moyenne des carrés | D | Sig. |
|--------|------------|------------------|-----|--------------------|--------|-------------------|
| 1 | Régression | 5,924 | 1 | 5,924 | 19,363 | ,000 ^b |
| | Résidu | 29,983 | 98 | ,306 | | |
| | Total | 35,907 | 99 | | | |

a. Variable dépendante : totB

b. Valeurs prédites : (constantes), aat

Coefficients^a

| Modèle | | Coefficients non standardisés | | Coefficients standardisés | t | Sig. |
|--------|-------------|-------------------------------|-----------------|---------------------------|--------|------|
| | | A | Erreur standard | | | |
| 1 | (Constante) | 2,933 | ,186 | | 15,798 | ,000 |
| | aat | ,248 | ,056 | ,406 | 4,400 | ,000 |

a. Variable dépendante : totB

- H₂ :

Récapitulatif des modèles

| Modèle | R | R-deux | R-deux ajusté | Erreur standard de l'estimation |
|--------|-------------------|--------|---------------|---------------------------------|
| 1 | ,374 ^a | ,140 | ,131 | ,56129 |

a. Valeurs prédites : (constantes), bbt

ANOVA^a

| Modèle | | Somme des carrés | ddl | Moyenne des carrés | D | Sig. |
|--------|------------|------------------|-----|--------------------|--------|-------------------|
| 1 | Régression | 5,033 | 1 | 5,033 | 15,974 | ,000 ^b |
| | Résidu | 30,875 | 98 | ,315 | | |
| | Total | 35,907 | 99 | | | |

a. Variable dépendante : totB

b. Valeurs prédites : (constantes), bbt

Coefficients^a

| Modèle | Coefficients non standardisés | | Coefficients standardisés | t | Sig. |
|---------------|-------------------------------|-----------------|---------------------------|--------|------|
| | A | Erreur standard | Bêta | | |
| 1 (Constante) | 2,994 | ,188 | | 15,885 | ,000 |
| bbt | ,209 | ,052 | ,374 | 3,997 | ,000 |

a. Variable dépendante : totB

- H₃ :

Récapitulatif des modèles

| Modèle | R | R-deux | R-deux ajusté | Erreur standard de l'estimation |
|--------|-------------------|--------|---------------|---------------------------------|
| 1 | ,530 ^a | ,281 | ,274 | ,51316 |

a. Valeurs prédites : (constantes), cct

ANOVA^a

| Modèle | Somme des carrés | ddl | Moyenne des carrés | D | Sig. |
|--------------|------------------|-----|--------------------|--------|-------------------|
| 1 Régression | 10,101 | 1 | 10,101 | 38,357 | ,000 ^b |
| Résidu | 25,806 | 98 | ,263 | | |
| Total | 35,907 | 99 | | | |

a. Variable dépendante : totB

b. Valeurs prédites : (constantes), cct

Coefficients^a

| Modèle | Coefficients non standardisés | | Coefficients standardisés | t | Sig. |
|---------------|-------------------------------|-----------------|---------------------------|--------|------|
| | A | Erreur standard | Bêta | | |
| 1 (Constante) | 2,637 | ,181 | | 14,556 | ,000 |
| cct | ,317 | ,051 | ,530 | 6,193 | ,000 |

a. Variable dépendante : totB

- H₄ :

Récapitulatif des modèles

| Modèle | R | R-deux | R-deux ajusté | Erreur standard de l'estimation |
|--------|-------------------|--------|---------------|---------------------------------|
| 1 | ,535 ^a | ,286 | ,279 | ,51134 |

a. Valeurs prédites : (constantes), ddt

ANOVA^a

| Modèle | Somme des carrés | ddl | Moyenne des carrés | D | Sig. |
|--------------|------------------|-----|--------------------|--------|-------------------|
| 1 Régression | 10,283 | 1 | 10,283 | 39,328 | ,000 ^b |
| Résidu | 25,624 | 98 | ,261 | | |
| Total | 35,907 | 99 | | | |

a. Variable dépendante : totB

b. Valeurs prédites : (constantes), ddt

Coefficients^a

| Modèle | Coefficients non standardisés | | Coefficients standardisés | t | Sig. |
|---------------|-------------------------------|-----------------|---------------------------|-------|------|
| | A | Erreur standard | | | |
| 1 (Constante) | 2,098 | ,263 | | 7,988 | ,000 |
| ddt | ,419 | ,067 | ,535 | 6,271 | ,000 |

a. Variable dépendante : totB

- H principale :

Récapitulatif des modèles

| Modèle | R | R-deux | R-deux ajusté | Erreur standard de l'estimation |
|--------|-------------------|--------|---------------|---------------------------------|
| 1 | ,559 ^a | ,312 | ,305 | ,50206 |

a. Valeurs prédites : (constantes), tot2

ANOVA^a

| Modèle | Somme des carrés | ddl | Moyenne des carrés | D | Sig. |
|--------------|------------------|-----|--------------------|--------|-------------------|
| 1 Régression | 11,205 | 1 | 11,205 | 44,454 | ,000 ^b |
| Résidu | 24,702 | 98 | ,252 | | |
| Total | 35,907 | 99 | | | |

a. Variable dépendante : totB

b. Valeurs prédites : (constantes), tot2

Coefficients^a

| Modèle | Coefficients non standardisés | | Coefficients standardisés | t | Sig. |
|---------------|-------------------------------|-----------------|---------------------------|-------|------|
| | A | Erreur standard | Bêta | | |
| 1 (Constante) | 2,237 | ,227 | | 9,857 | ,000 |
| tot2 | ,430 | ,064 | ,559 | 6,667 | ,000 |

a. Variable dépendante : totB