

Pressbook
Du Décembre 2019 à Juillet 2019

Golden Bees



Contact :
Cabinet Escal Consulting

Anna ZHIRNOVA
Tel: +33 1 44 94 95 62
anna@escalconsulting.com





Le Monde



Les Echos.fr

JDN
JOURNAL DU NET

STRATÉGIES



LE FIGARO

Capital

EXCLUSIVE **RH**



LA
TRIBUNE

franceinfo:

Maddyness

HR VOICE

Management

L'USINE DIGITALE

Dirigeant.fr
Un autre regard sur l'entreprise

PARLONS
RH

Forbes

Alliancy
LE MAG NUMÉRIQUE ET BUSINESS

Sommaire

Agence de presse

Agence France Presse	Agenda France 7 jours	13 Mars 2019
----------------------	-----------------------	--------------

Audiovisuel

100pour100 Radio	Interview de Fariha Shah	4 Décembre 2018
------------------	--------------------------	-----------------

L'Usine Nouvelle	Pour trouver les candidats passifs, Golden Bees mobilise les moyens du programmation	15 Janvier 2019
------------------	--	-----------------

Sud Radio	Made in France. Fariha Shah : Golden Bees - 15/01	15 Janvier 2019
-----------	---	-----------------

BFM Business	Compétences : Alexandre Lichan rencontre ce matin Fariha Shah - 18/01	18 Janvier 2019
--------------	---	-----------------

France Bleu	Fariha Shah présente Golden Bees plateforme qui vous aide à recruter en Ligne - 23/01	23 Janvier 2019
-------------	---	-----------------

L'Usine Nouvelle	Intelligence artificielle : Votre sergent recruteur est-il un algorithme ?	24 Janvier 2019
------------------	--	-----------------

France Tv Info	Vidéo. Shah Fariha et Jonathan Bordereau	13 Mars 2019
----------------	--	--------------

Idfm - Radio Enghien 98.0	Golden Bees - 18/03	18 Mars 2019
---------------------------	---------------------	--------------

L'Usine Nouvelle	Savoir gérer ses collaborateurs "stars"	28 Mars 2019
------------------	---	--------------

L'Usine Nouvelle	Votre sergent recruteur est - il un algorithme?	11 Avril 2019
------------------	---	---------------

BFM Business	L'entreprise Goldenbees met en relation des candidats et des employeurs	30 Avril 2019
--------------	---	---------------

Radio Fm Plus	Robotik #16, Wendy-Ann Carpentier reçoit Fariha Shah	26 Juin 2019
---------------	--	--------------

Print

IT for Business	Sciences Et Avenir	1 Décembre 2018
Sud Ouest	Ces métiers qui sont menacés par le digital	5 Janvier 2019
Riskassur Hebdo	Inclusion numérique : un levier pour l'accès à l'emploi des jeunes sans diplômes ?	11 Janvier 2019
Biba	Surfer pour un job	1 Février 2019
Correspondance de La Publicité	La fondatrice de la startup Golden Bees recrute via de la publicité ciblée et intelligente	11 Février 2019
Aujourd'hui En France	Voici les métiers qui payent le mieux les jeunes	18 Février 2019
Aujourd'hui En France	Les pros du digital embauchés à prix d'or	18 Février 2019
Le Parisien Economie	Voici les métiers qui payent le mieux les jeunes	18 Février 2019
l'Entreprise Connectée	Les développeurs en question	6 Mars 2019
Bulletin Quotidien	Mercredi : France Info TV	13 Mars 2019
La Correspondance Economique	L'agenda du dirigeant	13 Mars 2019
I Petite Entreprise	inclusion numérique : un levier pour l'accès à l'emploi des jeunes sans diplômes ?	1 Avril 2019
Executives	Nomination GOLDEN BEES	4 Avril 2019
Option Finance	Les banques sortent des sentiers battus	8 Avril 2019
Aujourd'hui En France	PME: viser l'international dès le départ	23 Avril 2019
Le Parisien Economie	PME: viser l'international dès le départ	23 Avril 2019
Management	Nos experts répondent à toutes vos questions	1 Mai 2019
Le Journal Des Entreprises	PME cherchent développeurs désespérément	1 Mai 2019
Stratégies	Cinq Start-up qui dépoussièrent l'entreprise	9 Mai 2019

24 Heures En Régions	Enquête Les PME girondines face à la pénurie de développeurs	17 Mai 2019
Le Monde	Grandes entreprises, start-up: à qui profite le recrutement high-tech ?	30 Mai 2019
La Correspondance de La Publicité	Pour optimiser la gestion des investissements, Ergalis s'associe avec Golden Bees	4 Juin 2019
Mind	RGPD : 22 éditeurs français ont créé leur propre consent management platform (CMP) en mai 2019	10 Juin 2019
Mind	Les CMP créées par des acteurs français (20 mai 2019)	10 Juin 2019
IT for Business	Aux avant-postes de l'innovation	17 Juin 2019
Capital	En entreprise, comment retenir les talents... sans argent?	20 Juin 2019
Management	Un tiers	1 Juillet 2019

Online

Marketingnews.fr	GoldenBees: la première solution de ciblage intelligent de candidats via la publicité	3 Décembre 2018
Perelafouine.com	Golden Bees propose une solution de ciblage de candidats via la publicité	3 Décembre 2018
presseagence.fr	PARIS : Golden Bees, la première solution de ciblage intelligent de candidats via la publicité	3 Décembre 2018
Ratecard.fr	GoldenBees : la première solution de ciblage intelligent de candidats via la publicité	4 Décembre 2018
Categorynet.com	Golden Bees : la première solution de ciblage intelligent de candidats via la publicité	5 Décembre 2018

Newstimes.fr	Golden Bees : la première solution de ciblage intelligent de candidats via la publicité	7 Décembre 2018
Medium.com	Rencontre avec Fariha Shah et Mounia Rkha, 2 figures féminines du digital	14 Décembre 2018
lesechos.fr	La pénurie de main d'œuvre dans le numérique est d'abord un besoin de compétences	27 Décembre 2018
Emploi.handicap.fr	Intelligence artificielle et handicap : boosteur d'emploi ?	3 Janvier 2019
Notre-Siecle.com	Inclusion numérique : un levier pour l'accès à l'emploi des jeunes sans diplômes ?	3 Janvier 2019
Industrie-Mag.com	Inclusion numérique : un levier pour l'accès à l'emploi des jeunes sans diplômes ?	3 Janvier 2019
sudouest.fr	Economie : ces métiers qui sont menacés par l'Intelligence artificielle	4 Janvier 2019
Newstimes.fr	Inclusion numérique : un levier pour l'accès à l'emploi des jeunes sans diplômes ?	8 Janvier 2019
Usinenouvelle.com	Pour trouver les candidats passifs, Golden Bees mobilise les moyens du programmation	15 Janvier 2019
Sudradio.fr	Made in France. Fariha Shah : Golden Bees - 15/01	15 Janvier 2019
Callways.fr	[Podcast Talent aiguilles] Pour trouver les candidats passifs, Golden Bees mobilise les moyens du programmation	15 Janvier 2019
Bfmbusiness.bfmtv.com	Compétences : Alexandre Lichan rencontre ce matin Fariha Shah - 18/01	18 Janvier 2019
Francebleu.fr	Fariha Shah présente Golden Bees plateforme qui vous aide à recruter en Ligne - 23/01	23 Janvier 2019
Usinenouvelle.com	[Emploi] Votre recruteur est-il un algorithme ?	25 Janvier 2019

Ratecard.fr	Golden Bees : success-story d'une start-up RHTech à la croissance fulgurante	25 Janvier 2019
Perelafouine.com	Golden Bees : success-story d'une start-up RHTech à la croissance fulgurante	28 Janvier 2019
Interviewfrancophone.net	Le futur des solutions RH de demain	28 Janvier 2019
Marketingnews.fr	Golden Bees : success-story d'une start-up RHTech à la croissance fulgurante	28 Janvier 2019
Mtom-Mag.com	Golden Bees : success-story d'une start-up RHTech à la croissance fulgurante	29 Janvier 2019
Journal-Du-Net.fr	Golden Bees : success-story d'une start-up RHTech à la croissance fulgurante	5 Février 2019
Fr.finance.yahoo.com	Cette entrepreneuse recrute des candidats via de la publicité ciblée et intelligente	8 Février 2019
Fr.news.yahoo.com	Cette entrepreneuse recrute des candidats via de la publicité ciblée et intelligente	8 Février 2019
challenges.fr	Cette entrepreneuse recrute des candidats via de la publicité ciblée et intelligente	8 Février 2019
Business-Cool.com	Classements des meilleurs employeurs France 2018-2019	11 Février 2019
Yahoo.fr	Les métiers qui payent le mieux les jeunes	18 Février 2019
Leparisien.fr	Les métiers qui payent le mieux les jeunes	18 Février 2019
Ratecard.fr	Infographie: Le bilan sur l'offre et la demande du marché de l'emploi en France pour l'année 2018 (Golden Bees)	21 Février 2019
Bernieshoot.fr	Golden Bees s'associe avec Manpower pour un meilleur sourcing des candidats	28 Février 2019
hellocoton.fr	Golden Bees s'associe avec Manpower pour un meilleur sourcing des candidats	28 Février 2019
Exclusiverh.com	Sourcing de candidats : Golden Bees s'associe à Manpower	28 Février 2019

Perelafouine.com	Golden Bees s'associe avec Manpower pour un meilleur sourcing des candidats	28 Février 2019
Industrie-Mag.com	Golden Bees s'associe avec Manpower pour un meilleur sourcing des candidats	28 Février 2019
Ratecard.fr	Golden Bees s'associe avec Manpower pour un meilleur sourcing des candidats	1 Mars 2019
maddyness.com	Les startups françaises ont levé 100 millions d'euros du 23 février au 1er mars 2019	1 Mars 2019
Marketingnews.fr	Golden Bees s'associe avec Manpower pour un meilleur sourcing des candidats	4 Mars 2019
Newstimes.fr	Golden Bees s'associe avec Manpower pour un meilleur sourcing des candidats	4 Mars 2019
free.fr	Vidéo. Shah Fariha et Jonathan Bordereau : "Apporter une aide aux candidats en recherche d'emploi"	13 Mars 2019
Francetvinfo.fr	Vidéo. Shah Fariha et Jonathan Bordereau : "Apporter une aide aux candidats en recherche d'emploi"	13 Mars 2019
Afp.com	Votre ciblage respecte-t-il la vie privée des candidats potentiels ?	13 Mars 2019
Fr.news.yahoo.com	Shah Fariha et Jonathan Bordereau : "Apporter une aide aux candidats en recherche d'emploi"	13 Mars 2019
Journal-Du-Net.fr	Golden Bees : success-story d'une start-up RH Tech à la croissance fulgurante	15 Mars 2019
presseagence.fr	Paris : L'initiative de Golden Bees qui s'engage auprès de l'UNICEF pour l'éducation et l'avenir de l'emploi.	16 Mars 2019
Esteval.fr	Donner du sens grâce à la philanthropie intégrée	18 Mars 2019
Observatoire-Ocm.com	Publicité programmatique : des offres d'emplois ciblées à la place des publicités sur internet	18 Mars 2019

businessofeminin.com	5 leviers clés pour retenir vos talents	21 Mars 2019
Emploi-Pro.fr	5 leviers clés pour retenir vos talents numériques	21 Mars 2019
lesechos.fr	Comment retenir les « talents » dans son entreprise	21 Mars 2019
Ceevo95.fr	Promotion : Participation à l'émission "Bar de l'économie" sur Radio IdFM pour la présentation de l'actualité économique du Val d'Oise et les actions	21 Mars 2019
Gestionsociale.fr	Cinq leviers pour retenir les talents	21 Mars 2019
Dirigeant.fr	5 leviers clés pour retenir vos talents	25 Mars 2019
Planet.fr	"Remettez l'humain au cœur de votre culture d'entreprise" : cinq clés RH pour attirer (et retenir) les talents	25 Mars 2019
Hr-Voice.com	5 leviers clés pour retenir vos talents	25 Mars 2019
free.fr	« Remettez l'humain au cœur de votre culture d'entreprise » : cinq clés RH pour attirer (et retenir) les talents	27 Mars 2019
Gpomag.fr	5 leviers clés pour retenir vos talents	27 Mars 2019
LCI.fr	« Remettez l'humain au cœur de votre culture d'entreprise » : cinq clés RH pour attirer (et retenir) les talents	27 Mars 2019
journaldunet.com	Carnet de nominations du 08 avril 2019	5 Avril 2019
Bpifrance.fr	Suivez le rythme de FarihaShah de Golden Bees	8 Avril 2019
Bpifrance.fr	Suivez le rythme de FarihaShah, DG de GoldenBees	8 Avril 2019
Esteval.fr	Nominations Entreprises et Industries	8 Avril 2019
Lemoci.com	Nominations / Mouvements : Gefco, Golden Bees, BPL Global, Quai d'Orsay	11 Avril 2019

Usinenouvelle.com	Votre sergent recruteur est-il un algorithme?	11 Avril 2019
Lsa-Conso.fr	Votre sergent recruteur est-il un algorithme?	11 Avril 2019
usine-digitale.fr	Votre sergent recruteur est-il un algorithme?	11 Avril 2019
ActionCo.fr	Daniel Morais est nommé directeur commercial France et Europe chez Golden Bees	12 Avril 2019
Ratecard.fr	« RHtech et Adtech » avec GoldenBees (Pragmatic by Ratecard)	16 Avril 2019
Leparisien.fr	PME : viser l'international dès le départ	23 Avril 2019
Yahoo.fr	PME : viser l'international dès le départ	23 Avril 2019
Parlonsrh.com	PME: viser l'international dès le départ	24 Avril 2019
Msn.fr	PME: viser l'international dès le départ	24 Avril 2019
Ratecard.fr	Un tiers de candidats postulent via leur smartphone, selon l'étude de GoldenBees	26 Avril 2019
strategies.fr	Le chiffre du jour - 31%	7 Mai 2019
Strategies Newsletter	Newsletter : Le chiffre du jour	7 Mai 2019
Lejournaldesentreprises.com	Enquête Les PME girondines face à la pénurie de développeurs	14 Mai 2019
Focusrh.com	Un tiers des candidats postulent via leur smartphone	15 Mai 2019
Insa-Tlse.fr	Emploi : Un tiers de candidats postulent via leur smartphone	15 Mai 2019
Leparisien.fr	GoldenBees, le recrutement automatisé par la publicité ciblée	15 Mai 2019
Tourmag.com	Emploi : GoldenBees cible les candidats via la publicité programmatique	15 Mai 2019

Forbes.fr	Un Tiers De Candidats Postulent Via Leur Smartphone	17 Mai 2019
Itsocial.fr	Un candidat sur trois postule depuis son smartphone	17 Mai 2019
Change The Work	Viva Tech 2019 : startups RH	20 Mai 2019
usine-digitale.fr	[Viva Tech] Comment la scale-up GoldenBees décline la publicité programmatique au recrutement	21 Mai 2019
Francemobiles.com	Le mobile a simplifié la recherche d'emploi en 2018	24 Mai 2019
Francenetinfos.com	Golden Bees: success-story d'une start-up RHTech à la croissance fulgurante	25 Mai 2019
Nouvelles Du Monde.com	A qui profite le recrutement high-tech?	29 Mai 2019
Le Monde.fr	Grandes entreprises, start-up: à qui profite le recrutement high-tech ?	29 Mai 2019
Alerteinvestissement.fr	Grandes entreprises, start-up: à qui profite le recrutement high-tech ?	29 Mai 2019
Perelafoine.com	Ergalis s'associe avec GoldenBees pour optimiser la gestion des investissements	3 Juin 2019
alliancy.fr	Grâce à Golden Bees les offres d'emploi viennent à nous	5 Juin 2019
Industrie Mag.com	Ergalis s'associe avec Golden Bees	5 Juin 2019
Industrie Mag.com	Ergalis s'associe avec GoldenBees pour optimiser la gestion des investissements	7 Juin 2019
Mtom-Mag.com	Google for job maintenant compatible avec Goldenbees	10 Juin 2019
globalsecuritymag.fr	Ergalis s'associe avec Golden Bees pour optimiser ses investissements de recrutement, juin 2019 par	13 Juin 2019
Parlonsrh.com	Quel bilan pour le marché de l'emploi en 2018 ?	19 Juin 2019

Radiofmplus.org	Robotik #16, Wendy-Ann Carpentier reçoit Fariha Shah	26 Juin 2019
jaimelstartups.fr	Golden Bees	28 Juin 2019
jaimelstartups.fr	Golden Bees	12 Juillet 2019
Wimadame.com	Ne cherche plus ton job il vient à toi	12 Juillet 2019
Perelafouine.com	GoldenBees automatise le recrutement de candidats sur le web	12 Juillet 2019
Industrie Mag.com	GoldenBees automatise le recrutement decandidats sur le web	12 Juillet 2019
Notre-Siecle.com	Le marché du recrutement en pleine restructuration	18 Juillet 2019
LeFigaro.fr	Quand les robots répondront aux offres d'emploi à la place des candidats en quête d'un job...	19 Juillet 2019
yahoo.com	Quand les robots répondront aux offres d'emploi à la place des candidats en quête d'un job...	19 Juillet 2019
Cbanque.com	Quand les robots répondront aux offres d'emploi à la place des candidats en quête d'un job...	19 Juillet 2019
Headtopics.com	Quand les robots répondront aux offres d'emploi à la place des candidats en quête d'un job...	19 Juillet 2019
Riractualités.fr	Quand les robots répondront aux offres d'emploi à la place des candidats en quête d'un job...	19 Juillet 2019
Lesinfos.ma	Quand les robots répondront aux offres d'emploi à la place des candidats en quête d'un job...	19 Juillet 2019

Theworldnews.net	Quand les robots répondront aux offres d'emploi à la place des candidats en quête d'un job...	19 Juillet 2019
Industrie Mag.com	Le marché du recrutement en pleine restructuration	24 Juillet 2019
Hr-Voice.com	Le marché du recrutement en pleine restructuration	29 Juillet 2019

Agence de presse

Agenda France 7 jours

Paris, 13 mars 2019 (AFP) -

Agenda France 7 jours du mercredi 13 au mardi 19 mars 2019

MERCREDI 13 MARS 2019 DOMINANTES

PARIS - Bernard Tapie est jugé, aux côtés de cinq autres prévenus, dans l'affaire de l'arbitrage qui lui avait accordé 403 millions d'euros pour solder son litige avec le Crédit Lyonnais. Tribunal de Paris, Batignolles - 11e chambre correctionnelle, 2e section (jusqu'au 5 avril)

PARIS - 13H30 - Procès de quatre manifestants "gilets jaunes" soupçonnés d'avoir forcé avec un chariot élévateur l'entrée du ministère de Benjamin Griveaux, ou d'avoir participé à la scène. Les quatre prévenus, une femme et trois hommes, sont libres sous contrôle judiciaire. Parmi eux figure le jeune homme qui a reconnu avoir piloté le transpalette lors de l'"acte 8" du mouvement, le 5 janvier. Son avocat devrait demander le renvoi de cette audience à une date ultérieure. Tribunal de Paris, Batignolles - 14e chambre correctionnelle

INVITES RADIOS/TV

RADIO CLASSIQUE - 06H50 - Béatrice Créneau-Jaubaud, présidente de Pro 'Action Retraite

07H15 - Philippe Gombert, président de Relais & Châteaux

08H15 - Philippe de Villiers, président du Mouvement pour la France

08H40 - Bernard Tapie, homme d'affaires

CNEWS - 07H20 - Gilles Le Gendre, président du groupe LREM à l'Assemblée nationale

SUD RADIO - 07H40 - Didier Guillaume, ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation

RTL - 07H45 - Nicolle Beltrame, mère d'Arnaud Beltrame, et Arnaud Tusch

EUROPE 1 - 07H48 - Jean-Christophe Brisard, Il publie avec Me Antoine Béguin "Irrespirable, le scandale de la qualité de l'air en France"

08H17 - Laurent Berger, secrétaire général de la CFDT

FRANCE INTER - 07H50 - Gaspard Gantzer, ex conseiller en communication de François Hollande, candidat à la mairie de Paris

08H20 - Kader Abderrahim, spécialiste du Maghreb et de l'islamisme, Maïssa Bey, écrivaine Amel Boubekeur, sociologue

RFI/FRANCE 24 - 07H50 - Pierre Lequiller, ancien président de la commission des affaires européennes à l'Assemblée nationale, membre de l'association Robert Schuman

Public Sénat/TV5 Monde - 08H00 - Luc Carvounas, député du Val-de-Marne

PUBLIC SENAT - 08H30 - Catherine Troendle, vice-Présidente du Sénat et sénatrice (LR) du Haut-Rhin

FRANCE INFO - 08H30 - Sébastien Chenu, député RN, porte-parole du RN

09H20 - Georges Marque-Bouaret, délégué Général du FIGRA, le festival du grand reportage d'actualité, qui s'ouvre ce mercredi à St Omer

LCI - 08H30 - Bruno Le Maire, ministre de l'Economie et des Finances

RMC/BFMTV - 08H30 - François Ruffin, député LFI, auteur de "Ce pays que tu ne connais pas "

FRANCE INFO TV/AFP - 09H20 - Jonathan Bordereau et Shah Fariha, fondateurs de Golden Bees

POLITIQUE

Elysée

(*) ETHIOPIE - Emmanuel Macron en déplacement en Ethiopie (12 et 13), au Kenya (13 et 14)

Assemblée nationale

PARIS - 12H00 - Richard Ferrand, président de l'Assemblée nationale, invité de l'Association des Journalistes parlementaires (AJP)

(*) PARIS - 15H00 - Séances: Questions au gouvernement, en présence d'Edouard Philippe; nouvelle lecture du projet de loi de croissance et transformation des entreprises (Pacte); 21H30: suite de l'ordre du jour de l'après-midi Sénat

PARIS - 14H30 - Séances: Deuxième lecture de la proposition de loi adoptée par l'Assemblée nationale visant à favoriser la reconnaissance des proches aidants; Proposition de loi centriste tendant à améliorer la lisibilité du droit par l'abrogation de lois obsolètes; Débat sur "la juste mesure du bénévolat dans la société française"; Eventuellement, suite de la deuxième lecture de la proposition de loi visant à prévenir les violences lors des manifestations

PARIS - 14H00 - Auditions de la mission du Sénat sur les infractions sexuelles sur mineurs. Sénat - Salle René Monory

Paris, province et outre-mer

STRASBOURG - Session plénière du Parlement européen (jusqu'au 14)

GUYANE - Déplacement de Jordan Bardella, tête de liste du Rassemblement national aux Européennes. du 12 au 14 mars : Guyane, du 14 au 15 mars : Martinique, du 15 au 17 mars : Guadeloupe (jusqu'au 17)

(+) CAEN - Déplacement de Benoît Hamon. 19H00 point de presse - 19H30 Agora Live Centre de Congrès, 13 av. Albert Sorel

PARIS - Grand débat national : suite des conférences nationales thématiques réunissant les corps intermédiaires. Conférences sur Fiscalité et Dépenses publiques au Ministère de l'Economie et des Finances et sur l'Organisation de l'Etat et des services publics au Ministère de la Cohésion des territoires et des Relations avec les collectivités territoriales

LYON - 09H30 - Le président du conseil départemental de l'Ain, Jean Deguerry, présente les résultats d'une enquête menée dans le cadre du grand débat. Club de la Presse - 5 rue Pizay (1er)

PARIS - 10H00 - Conférence de presse de présentation de la contribution de Territoires Unis au grand débat national. Avec François Baroin, président de l'Association des maires de France et des présidents d'intercommunalité, Dominique Bussereau, président de l'Assemblée des départements de France et Hervé Morin, président de Régions de France - 41 quai d'Orsay (7e)

(*) PARIS - 11H00 - Présentation des premiers résultats du Plan Vélo régional. En présence de Valérie Pécresse, présidente d'Île-de-France Mobilités et présidente de la Région Île-de-France, Stéphane Beaudet, vice-président chargé des Transports et des Mobilités durables, et Grégoire de Lasteyrie, délégué spécial aux Nouvelles mobilités, qui rendront public les lauréats de l'appel à projets "vélo du quotidien" Région Ile-de-France - 33 rue Barbet de Jouy (7e)

(+) PARIS - 18H00 - La France insoumise organise un défilé de "mode, Ya plus de saisons", pour interpeller sur le dérèglement climatique avec les candidats aux européennes Leïla Chaïbi et William Martinet - Place de la République

(+) PARIS - 18H30 - "Rendez-vous des idées" du parti LR, organisé par Guillaume Larrivé, avec le philosophe Pierre Manent. 238 rue de Vaugirard (15e)

(+) PARIS - 19H00 - Réunion publique de LR avec les candidats aux Européennes François-Xavier Bellamy, Agnès Evren et Arnaud Danjean. 238 rue de Vaugirard (15e)

(+) PARIS - 19H30 - Convention sur le thème: "réformer la démocratie ?", organisée par Force républicaine avec notamment Jean-Pierre Chevènement, Dominique Reynié et Benjamin Cauchy. Musée Social - 5 rue Las Cases (7e)

DÉFENSE - DIPLOMATIE

PARIS - 15H00 - Table ronde sur la non-prolifération nucléaire en présence de David Albright. Ambassade des Etats-Unis

ECONOMIE - SOCIAL

(*) PARIS - 09H00 - La Fédération hospitalière de France (FHF) présente les résultats de son enquête sur les Français et les questions de santé. Enquête réalisée dans le cadre du Grand débat national -Espace Cinko - 12 passage Choiseul (2e)

BASTIA - 10H00 - Audience concernant le référé déposé par La Méridionale pour contester son éviction de 2 des 5 lignes de DSP Marseille-Corse. Tribunal administratif

STRASBOURG - 10H00 - La direction régionale des douanes présente ses résultats 2018. Direction régionale - 11 av. de la Liberté

PARIS - 11H00 - Colloque UIT : "Textile, Cap sur le futur". Elyseum - 20 rue Quentin-Bauchart (8e)

CAEN - 19H00 - Rassemblement des Foulards Rouges. "Pour dire #stop aux manifestations, aux blocages économiques, à l'expression du racisme, de l'antisémitisme, de l'homophobie,..."

PROCÈS

AIX-EN-PROVENCE - Procès de l'affaire "Air Cocaïne" devant une cour d'assises spéciale sans jury, avec 9 accusés. Cour d'assises (jusqu'au 5 avril)

PARIS - Quatorze personnes jugées aux assises pour un vaste trafic de cocaïne entre l'Amérique du Sud et Le Havre. En janvier 2013, environ 160 kg de cocaïne étaient saisis, puis plus de 300 kg en novembre 2013. Les trafiquants présumés venaient pour beaucoup des cités de l'Ile-de-France. Palais de justice, Ile de la Cité - Cour d'assises spéciale, salle Georges Vedel (jusqu'au 5 avril)

PARIS - Procès en appel des anciens patrons de France Télévisions, Patrick de Carolis, et de Bygmalion, Bastien Millot pour favoritisme sur les contrats passés entre les deux sociétés en 2008 et 2009. Condamnés en 2017 à cinq mois d'emprisonnement avec sursis et des amendes, ils avaient fait appel. (à 13H30 lundi et mardi en salle Pierre Masse, toute la journée mercredi et jeudi en Chambre des criées) Palais de justice, Ile de la Cité, chambre 5-12 (jusqu'au 14)

PARIS - Volet correctionnel de l'affaire "Excédent de bagages", dans laquelle deux ex-policiers de la PAF ont été condamnés aux assises en février. Vingt-huit personnes comparaissent, notamment pour association de malfaiteurs et trafic de stupéfiants. Le financier Arnaud Mimran, figure de l'arnaque à la "taxe carbone", est jugé pour blanchiment. Du 12 au 5 avril, à 13H30 (sauf les lundis) Tribunal de Paris, Batignolles - Chambre 16-2 du tribunal correctionnel (jusqu'au 5 avril)

BOBIGNY - 13H00 - Délibéré dans l'affaire de l'effondrement du terminal 2E de Roissy en 2004, qui avait fait quatre morts. L'amende maximale, 225.000 euros, a été requise contre ADP. Tribunal correctionnel, 15e chambre

(*) MONTPELLIER - 13H00 - Procès en appel de la maire LR d'Aix-en-Provence Maryse Joissains-Masini pour favoritisme. Maryse Joissains-Masini avait été condamnée en première instance le 18 juillet 2018 par le tribunal correctionnel de Montpellier à un an de prison avec sursis et 10 ans d'inéligibilité pour détournement de fonds publics et prise illégale d'intérêt, pour avoir notamment promu indûment son chauffeur. Cour d'appel de Montpellier

(*) VERSAILLES - 14H00 - Délibéré dans le procès en diffamation intenté par Georges Fenech contre le fils du juge Renaud, assassiné en 1975 à Lyon. Le ministère public a requis la relaxe à l'audience le 18 décembre 2018. L'ancien magistrat Georges Fenech visait dans sa plainte Francis Renaud, fils du juge Renaud assassiné en 1975 à Lyon, et d'autres magistrats interrogés dans un film écrit par M. Renaud retraçant l'assassinat de son père et les zones d'ombre entourant l'enquête. M. Fenech était à l'époque juge d'instruction et a décidé d'un non-lieu dans cette affaire. TGI - tribunal correctionnel - 8e chambre

MÉDECINE - SANTÉ

PARIS - 08H45 - Sanofi organise une conférence de presse : "Sanofi, une empreinte territoriale exceptionnelle en France". 54 rue La Boétie (8e)

ENVIRONNEMENT

(*) NAIROBI (Kenya) - Assemblée de l'ONU pour l'environnement (jusqu'au 15)

CULTURE

PARIS - Exposition "Franz Marc/Auguste Macke. L'aventure du Cavalier bleu". Musée de l'Orangerie - Jardin Tuileries (1er) (jusqu'au 17 juin)

PARIS - Exposition Océanie. Musée du quai Branly-Jacques Chirac - 37 Quai Branly (7e) (jusqu'au 7 juillet)

PARIS - Exposition "Paris-Londres. Music Migrations". Musée national de l'histoire de l'immigration - Palais de la Porte Dorée - 293 av. Daumesnil (12e) (jusqu'au 5 janvier 2020)

VILLENEUVE-D'ASCQ - Rétrospective Giacometti au LaM, en collaboration avec la Fondation Giacometti (jusqu'au 16 juin 2019)..

TOURS - 12e Assises internationales du Journalisme de Tours. MAME - 49 bd Preuilly et Théâtre Olympia - 7 rue de Luce (37000) (jusqu'au 15)



SAINT-OMER - 26eme édition du FIGRA, festival international du grand reportage d'actualité et documentaire de société. La remise des prix aura lieu le 16 mars. (jusqu'au 17)

PARIS - Exposition "Les Nabis et le décor. Bonnard, Vuillard, Maurice Denis...". Musée du Luxembourg - 19 rue de Vaugirard (6e) (jusqu'au 30 juin)

(*) CASSEL - 10H30 - Visite de presse de l'exposition "Fêtes et kermesses au temps des Brueghel (du 16 mars au 14 juillet 2019). Musée de Flandre

(+) PARIS - 11H00 - Présentation des chiffres et analyses du marché des ventes aux enchères en France et chiffres clés du bilan international. Conseil des ventes - 19 av. de l'Opéra (1er)

PARIS - 11H00 - Publication du baromètre du CNL sur les Français et la lecture. 53 rue de Verneuil (7e)

PARIS - 11H00 - Signature de la Charte PFDM (Association pour les femmes dans les médias) en présence de Franck Riester, ministre de la Culture. Ministère de la Culture (1er)

PARIS - 12H00 - Conférence de presse de CANNESERIES, le festival international des Séries de Cannes. Comptoir Général - 80 quai de Jemmapes (10e)

PARIS - 14H00 - Remise du "César des Lycéens". Grand Amphithéâtre de la Sorbonne - 47 rue des Ecoles (5e)

SPORTS

NICE - Cyclisme/Pro Tour/Paris - Nice. (jusqu'au 17)

BARCELONE (Espagne) - 21H00 - Lyon se déplace à Barcelone, en 8e de finale retour de la Ligue des champions avec l'espoir suscité par le nul décroché à l'aller en France (0-0).

ÖSTERSUND (Suède) - Un an après la moisson des Jeux olympiques de Pyeongchang, l'équipe de France de biathlon emmenée par Martin Fourcade tente de récidiver aux Championnats du monde en Suède. (jusqu'au 17)

JEUDI 14 MARS 2019 POLITIQUE

Elysée

(*) NAIROBI (Kenya) - Emmanuel Macron en déplacement au Kenya

Assemblée nationale

PARIS - 09H30 - Séance: suite de la nouvelle lecture du projet de loi de croissance et transformation des entreprises (Pacte); 15H00: suite de l'ordre du jour du matin; 21H30: Suite de l'ordre du jour de l'après-midi

Sénat

PARIS - 10H00 - Entretien de Gérard Larcher avec Jean Rottner, président de la région Grand Est

PARIS - 10H30 - Séance: Débat sur le thème "le bilan des dispositifs de soutien aux territoires ruraux les plus fragiles" (demande du groupe RDSE); 14H30: Débat sur la précarité énergétique des ménages (demande du groupe CRCE)

PARIS - 12H30 - Entretien de Gérard Larcher avec Bernard Stalter, président de l'APCMA

Paris, province et outre-mer

STRASBOURG - Session plénière du Parlement européen

GUYANE - Déplacement de Jordan Bardella, tête de liste du Rassemblement national aux Européennes. du 12 au 14 mars : Guyane, du 14 au 15 mars : Martinique, du 15 au 17 mars : Guadeloupe

(*) CAEN - 20H00 - Meeting de la France insoumise, en présence de Manon Aubry, Murielle Kosman et Jean-Luc Mélenchon; conférence de presse à 17H00. Centre des Congrès - 13 av. Albert Sorel

(*) FRANCE 2 - 21H10 - Marine Le Pen, présidente du RN, est l'invitée de "L'émission politique" . Nathalie Loiseau, ministre des Affaires européennes, lui apportera la contradiction.

ECONOMIE - SOCIAL

LYON - Nouvelle audience du tribunal de Commerce sur l'emboutisseur Steva actuellement en redressement judiciaire. Cette société est implantée à Bessine-sur-Gartempe (Haute-Vienne)

PARIS - Prévisions de croissance pluri-annuelles de la Banque de France

PARIS - Salon Mondial du tourisme. Paris Expo Porte de Versailles - Pavillon 4 (jusqu'au 17)

PARIS - 08H45 - Inflation (résultats définitifs) - Insee - février 2019

PARIS - 09H00 - Gérald Darmanin, ministre de l'Action et des Comptes publics ouvre les débats à l'occasion de la matinée : " Pour une nouvelle relation de confiance entre les entreprises et l'administration fiscale ". Centre de conférences Pierre Mendès France - 139 rue de Bercy (12e)

(*) FRANCE - 14H00 - Une intersyndicale des Finances publiques appelle les agents à la grève contre la "destruction" de leur administration. A Paris, rassemblement à 14h devant Bercy (12e)



BORDEAUX - 14H30 - Cité du Vin : visite de presse de l'exposition Renversant! Quand Art et design s'emparent du verre. La Cité du Vin - Fondation pour la culture et les civilisations du vin 1, esplanade de Pontac

(*) PARIS - 14H30 - Rendez-vous de Grenelle en présence de Muriel Pénicaud, ministre du Travail. Ministère du Travail - 127 rue de Grenelle (7e)

NANTES - 19H00 - Rassemblement Foulards rouges.

SOCIÉTÉ

PARIS - 09H30 - Conférence des ministres européens en charge du handicap, autour de la secrétaire d'État, Sophie Cluzel. Réunion plénière de 09H30 à 12H30. Signature d'une déclaration à 12H30. Point presse à 12h45.

Ministère des affaires étrangères - 130 rue de l'Université (7e)

PROCÈS

AIX-EN-PROVENCE - Procès de l'affaire "Air Cocaine" devant une cour d'assises spéciale sans jury, avec 9 accusés. Cour d'assises (jusqu'au 5 avril)

PARIS - Quatorze personnes jugées aux assises pour un vaste trafic de cocaïne entre l'Amérique du Sud et Le Havre. En janvier 2013, environ 160 kg de cocaïne étaient saisis, puis plus de 300 kg en novembre 2013. Les trafiquants présumés venaient pour beaucoup des cités de l'Ile-de-France. Palais de justice, Ile de la Cité - Cour d'assises spéciale, salle Georges Vedel (jusqu'au 5 avril)

PARIS - Procès en appel des anciens patrons de France Télévisions, Patrick de Carolis, et de Bygmalion, Bastien Millot pour favoritisme sur les contrats passés entre les deux sociétés en 2008 et 2009. Condamnés en 2017 à cinq mois d'emprisonnement avec sursis et des amendes, ils avaient fait appel. (à 13H30 lundi et mardi en salle Pierre Masse, toute la journée mercredi et jeudi en Chambre des criées) Palais de justice, Ile de la Cité, chambre 5-12

PARIS - Bernard Tapie est jugé, aux côtés de cinq autres prévenus, dans l'affaire de l'arbitrage qui lui avait accordé 403 millions d'euros pour solder son litige avec le Crédit Lyonnais. Tribunal de Paris, Batignolles - 11e chambre correctionnelle, 2e section (jusqu'au 5 avril)

PARIS - Volet correctionnel de l'affaire "Excédent de bagages", dans laquelle deux ex-policiers de la PAF ont été condamnés aux assises en février. Vingt-huit personnes comparaissent, notamment pour association de malfaiteurs et trafic de stupéfiants. Le financier Arnaud Mimran, figure de l'arnaque à la "taxe carbone", est jugé pour blanchiment. Du 12 au 5 avril, à 13H30 (sauf les lundis) Tribunal de Paris, Batignolles - Chambre 16-2 du tribunal correctionnel (jusqu'au 5 avril)

PARIS - 13H30 - Procès en diffamation contre "Les réseaux du Kremlin en France", un essai publié par une enseignante-chercheuse. L'auteure de ce livre sur le "soft power" de Moscou dans l'Hexagone, Cécile Vaissié, et son éditeur, sont poursuivis par plusieurs personnalités, notamment Djordje Kuzmanovic (ex-LFI). Tribunal de Paris, Batignolles - 17ème chambre correctionnelle (jusqu'au 15)

JUSTICE - POLICE

(*) PARIS - 14H00 - Tariq Ramadan: la justice se prononce sur sa demande de levée de ses mises en examen pour viols. Délibéré rendu à l'audience, à huis clos Chambre de l'instruction. Cour d'appel de Paris - 4 bd du Palais (1er)

EDUCATION

FRANCE - Dernier jour pour l'inscription sur Parcoursup des futurs bacheliers et étudiants en réorientation

PARIS - 10H00 - Conférence de presse de la Depp (ministère Education) sur les indicateurs de résultats des lycées. Présentation des indicateurs de résultats des lycées (IVAL) 2018 par la directrice de la Depp, l'agence des statistiques du ministère de l'Éducation - 61-65 rue Dutot (15e)

(+) NANTES - 12H00 - mobilisation des enseignants, étudiants et parents d'élèves. École supérieure du professorat et de l'Éducation (ÉSPÉ)

MÉDECINE - SANTÉ

FRANCE - Journée nationale de l'audition

(*) PARIS - 09H30 - Leem : présentation de l'étude "Santé 2030" avec le Think tank Futuribles : comment les Français seront-ils soignés en 2030 ? Blue Shaker - 54 rue de Monceau (8e)

ENVIRONNEMENT

(*) NAIROBI (Kenya) - Assemblée de l'ONU pour l'environnement (jusqu'au 15)

PARIS - 10H00 - Conférence de presse de quatre associations avant dépôt d'un recours contre l'Etat pour inaction



climatique. Auditorium de la Maison Européenne de la Photographie - 5-7 rue de Fourcy (4e)

SCIENCES - TECHNOLOGIES

AGDE - 09H00 - Colloque international sur la Retirada organisé par l'association pour la mémoire du camp d'Agde (AMCA). Le colloque international prendra fin samedi 16 mars avec un concert de Paco Ibanez au Cap d'Agde. (jusqu'au 16)

PARIS - 19H30 - Remise des Prix L'Oréal Unesco pour les femmes en sciences. Maison de l'UNESCO - 125 av. de Suffren (7e)

CULTURE

PARIS - Exposition "Franz Marc/Auguste Macke. L'aventure du Cavalier bleu". Musée de l'Orangerie - Jardin Tuileries (1er) (jusqu'au 17 juin)

PARIS - Exposition Océanie. Musée du quai Branly-Jacques Chirac - 37 Quai Branly (7e) (jusqu'au 7 juillet)

PARIS - Exposition "Paris-Londres. Music Migrations". Musée national de l'histoire de l'immigration - Palais de la Porte Dorée - 293 av. Daumesnil (12e) (jusqu'au 5 janvier 2020)

TOURS - 12e Assises internationales du Journalisme de Tours. MAME - 49 bd Preuilly et Théâtre Olympia - 7 rue de Luce (37000) (jusqu'au 15)

SAINT-OMER - 26eme édition du FIGRA, festival international du grand reportage d'actualité et documentaire de société. La remise des prix aura lieu le 16 mars. (jusqu'au 17)

PARIS - Exposition "Les Nabis et le décor. Bonnard, Vuillard, Maurice Denis...". Musée du Luxembourg - 19 rue de Vaugirard (6e) (jusqu'au 30 juin)

PARIS - 19H00 - Inauguration du Salon du Livre. Pavillon 1 Porte de Versailles (15e)

PARIS - 19H00 - Remise du grand prix RTL-Lire. Pavillon 1 Porte de Versailles (15e)

PARIS - 19H30 - Soirée de lancement de The Well. Tokyo Art Club - Palais de Tokyo - 13 av. du Président Wilson (16e)

SPORTS

ÖSTERSUND (Suède) - Un an après la moisson des Jeux olympiques de Pyeongchang, l'équipe de France de biathlon emmenée par Martin Fourcade tente de récidiver aux Championnats du monde en Suède. (jusqu'au 17)

NICE - Cyclisme/Pro Tour/Paris - Nice. (jusqu'au 17)

VENDREDI 15 MARS 2019 POLITIQUE

Matignon

(+) PARIS - 07H30 - Edouard Philippe invité d'Europe 1

Assemblée nationale

PARIS - 09H30 - Séance: suite de la nouvelle lecture du projet de loi de croissance et transformation des entreprises (Pacte); 15H00 : suite de l'ordre du jour du matin; 21H30: Suite de l'ordre du jour de l'après-midi

Paris, province et outre-mer

MARTINIQUE - Déplacement de Jordan Bardella, tête de liste du Rassemblement national aux Européennes. du 14 au 15 mars : Martinique, du 15 au 17 mars : Guadeloupe

PARIS - Fin du grand débat national lancé en janvier par le président de la République

MARSEILLE - 09H00 - Assemblée plénière du conseil régional

MONTGENÈVRE - 17H00 - Des associations d'aide aux migrants organisent une "maraude géante" pour dénoncer les récentes décisions de justice contre leurs militants. Espace Prarial, Route Italie

DÉFENSE - DIPLOMATIE

(+) PARIS - 20H00 - Dîner de travail de Nathalie Loiseau avec le vice-Premier ministre et ministre des affaires étrangères irlandais, Simon Coveney

ECONOMIE - SOCIAL

PARIS - Salon Mondial du tourisme. Paris Expo Porte de Versailles - Pavillon 4 (jusqu'au 17)

LYON - 10H30 - Conférence de presse sur "H7", incubateur géant de start-up du numérique, projet porté par la métropole et la région. 70 quai Perrache (2e)

PROCÈS

AIX-EN-PROVENCE - Procès de l'affaire "Air Cocaïne" devant une cour d'assises spéciale sans jury, avec 9 accusés. Cour d'assises (jusqu'au 5 avril)



PARIS - Quatorze personnes jugées aux assises pour un vaste trafic de cocaïne entre l'Amérique du Sud et Le Havre. En janvier 2013, environ 160 kg de cocaïne étaient saisis, puis plus de 300 kg en novembre 2013. Les trafiquants présumés venaient pour beaucoup des cités de l'Ile-de-France. Palais de justice, Ile de la Cité - Cour d'assises spéciale, salle Georges Vedel (jusqu'au 5 avril)

PARIS - Bernard Tapie est jugé, aux côtés de cinq autres prévenus, dans l'affaire de l'arbitrage qui lui avait accordé 403 millions d'euros pour solder son litige avec le Crédit Lyonnais. Tribunal de Paris, Batignolles - 11e chambre correctionnelle, 2e section (jusqu'au 5 avril)

PARIS - Volet correctionnel de l'affaire "Excédent de bagages", dans laquelle deux ex-policiers de la PAF ont été condamnés aux assises en février. Vingt-huit personnes comparaissent, notamment pour association de malfaiteurs et trafic de stupéfiants. Le financier Arnaud Mimran, figure de l'arnaque à la "taxe carbone", est jugé pour blanchiment. Du 12 au 5 avril, à 13H30 (sauf les lundis) Tribunal de Paris, Batignolles - Chambre 16-2 du tribunal correctionnel (jusqu'au 5 avril)

PARIS - Procès en diffamation contre "Les réseaux du Kremlin en France", un essai publié par une enseignante-chercheuse. L'auteure de ce livre sur le "soft power" de Moscou dans l'Hexagone, Cécile Vaissié, et son éditeur, sont poursuivis par plusieurs personnalités, notamment Djordje Kuzmanovic (ex-LFI). Tribunal de Paris, Batignolles - 17ème chambre correctionnelle

NICE - Verdict dans le procès en appel d'Eddy Tir, jeune délinquant des quartiers nord de Marseille, accusé du meurtre à la kalachnikov d'un jeune homme. Cour d'appel d'assises de Nice

VERSAILLES - 09H00 - Délibéré concernant le directeur, 3 employés de l'abattoir de Houdan et d'un agent public après plainte de L214 pour mauvais traitements. TGI - Tribunal de police

LILLE - 14H00 - Comparution d'un "gilet jaune" poursuivi pour outrage et pour avoir filmé les fesses d'une policière en tenue devant le commissariat [Renvoyé le 08/02/19]. TGI, av. du Peuple belge

ENVIRONNEMENT

FRANCE - "Grève mondiale" des jeunes pour le Climat

(*) NAIROBI (Kenya) - Assemblée de l'ONU pour l'environnement

SCIENCES - TECHNOLOGIES

AGDE - Colloque international sur la Retirada organisé par l'association pour la mémoire du camp d'Agde (AMCA). Le colloque international prendra fin samedi 16 mars avec un concert de Paco Ibanez au Cap d'Agde. (jusqu'au 16)

RENNES - 11H30 - Appel à projets Neptune: la Région s'engage en faveur de l'archéologie sous-marine

CULTURE

PARIS - Exposition "Franz Marc/Auguste Macke. L'aventure du Cavalier bleu". Musée de l'Orangerie - Jardin Tuileries (1er) (jusqu'au 17 juin)

PARIS - Exposition Océanie. Musée du quai Branly-Jacques Chirac - 37 Quai Branly (7e) (jusqu'au 7 juillet)

PARIS - Exposition "Paris-Londres. Music Migrations". Musée national de l'histoire de l'immigration - Palais de la Porte Dorée - 293 av. Daumesnil (12e) (jusqu'au 5 janvier 2020)

TOURS - 12e Assises internationales du Journalisme de Tours. MAME - 49 bd Preuilly et Théâtre Olympia - 7 rue de Luce (37000)

SAINT-OMER - 26eme édition du FIGRA, festival international du grand reportage d'actualité et documentaire de société. La remise des prix aura lieu le 16 mars. (jusqu'au 17)

PARIS - Exposition "Les Nabis et le décor. Bonnard, Vuillard, Maurice Denis...". Musée du Luxembourg - 19 rue de Vaugirard (6e) (jusqu'au 30 juin)

PARIS - Salon du Livre. Porte de Versailles - 1 place de la Porte de Versailles (15e) (jusqu'au 18)

PARIS - Première rétrospective parisienne "Trois Actes" de l'artiste allemand Thomas Schütte. 11 quai de Conti (6e) (jusqu'au 16 juin)

LILLE - 11H00 - Visite presse avant la réouverture du départements des Plans-Reliefs au musée des Beaux-Arts. Palais des Beaux-Arts - 18 bis, rue de Valmy

SPORTS

ÖSTERSUND (Suède) - Un an après la moisson des Jeux olympiques de Pyeongchang, l'équipe de France de biathlon emmenée par Martin Fourcade tente de récidiver aux Championnats du monde en Suède. (jusqu'au 17)

NICE - Cyclisme/Pro Tour/Paris - Nice. (jusqu'au 17)

VILLENEUVE-D'ASCQ - 20H45 - Lille, dauphin du PSG en Ligue 1, accueille Monaco ,29e journée

SAMEDI 16 MARS 2019POLITIQUE

Paris, province et outre-mer

GUADELOUPE - Déplacement de Jordan Bardella, tête de liste du Rassemblement national aux Européennes (jusqu'au 17)

PARIS - Conseil national du PS

LYON - 09H30 - Conseil national des Républicains. Matmut Stadium - Lyon Gerland - 353 av. Jean Jaurès

LILLE - 10H00 - Obsèques de Pierre de Saintignon, figure politique PS de Lille. Cathédrale Notre Dame de la Treille

LA ROCHETTE (Savoie) - 15H00 - Réunion publique avec Marine Le Pen et Nicolas Bay. Salle polyvalente - av. du Centenaire - Val Gelon

ECONOMIE - SOCIAL

PARIS - Salon Mondial du tourisme. Paris Expo Porte de Versailles - Pavillon 4 (jusqu'au 17)

SOCIÉTÉ

(*) FRANCE - "Gilets jaunes", acte 18 : Grande mobilisation nationale pour marquer les 4 mois d'actions et de manifestations et la fin prévue du grand débat

ENVIRONNEMENT

PARIS - 14H00 - Manifestations de plusieurs collectifs sur le thème "Printemps Climatique et Social". place de la République (11e) et en Province

SCIENCES - TECHNOLOGIES

AGDE - Colloque international sur la Retirada organisé par l'association pour la mémoire du camp d'Agde (AMCA). Le colloque international prendra fin samedi 16 mars avec un concert de Paco Ibanez au Cap d'Agde

CULTURE

PARIS - Exposition "Franz Marc/Auguste Macke. L'aventure du Cavalier bleu". Musée de l'Orangerie - Jardin Tuileries (1er) (jusqu'au 17 juin)

PARIS - Exposition Océanie. Musée du quai Branly-Jacques Chirac - 37 Quai Branly (7e) (jusqu'au 7 juillet)

PARIS - Exposition "Paris-Londres. Music Migrations". Musée national de l'histoire de l'immigration - Palais de la Porte Dorée - 293 av. Daumesnil (12e) (jusqu'au 5 janvier 2020)

SAINT-OMER - 26eme édition du FIGRA, festival international du grand reportage d'actualité et documentaire de société. La remise des prix aura lieu le 16 mars. (jusqu'au 17)

PARIS - Exposition "Les Nabis et le décor. Bonnard, Vuillard, Maurice Denis...". Musée du Luxembourg - 19 rue de Vaugirard (6e) (jusqu'au 30 juin)

PARIS - Salon du Livre. Porte de Versailles - 1 place de la Porte de Versailles (15e) (jusqu'au 18)

PARIS - Première rétrospective parisienne "Trois Actes" de l'artiste allemand Thomas Schütte. 11 quai de Conti (6e) (jusqu'au 16 juin)

LYON - 11H30 - Le directeur général de l'Opéra de Lyon Serge Dorny présente la saison 2019/20. Opéra de Lyon - grand studio de danse Place de la Comédie (1er)

SPORTS

ÖSTERSUND (Suède) - Un an après la moisson des Jeux olympiques de Pyeongchang, l'équipe de France de biathlon emmenée par Martin Fourcade tente de récidiver aux Championnats du monde en Suède. (jusqu'au 17)

NICE - Cyclisme/Pro Tour/Paris - Nice. (jusqu'au 17)

DIMANCHE 17 MARS 2019POLITIQUE

Paris, province et outre-mer

GUADELOUPE - Fin du déplacement de Jordan Bardella, tête de liste du Rassemblement national aux Européennes

(+) SAINT-DENIS DE LA RÉUNION - Déplacement d'Annick Girardin

ECONOMIE - SOCIAL

PARIS - Salon Mondial du tourisme. Paris Expo Porte de Versailles - Pavillon 4

PARIS - Salon Franchise Expo Paris. Paris Expo - Porte de Versailles (15e) (jusqu'au 20)



EDUCATION

BORDEAUX - 10H30 - Marche funèbre des "stylos rouges" de l'académie de Bordeaux. place de la Bourse
CULTURE

PARIS - Exposition "Franz Marc/Auguste Macke. L'aventure du Cavalier bleu". Musée de l'Orangerie - Jardin Tuileries (1er) (jusqu'au 17 juin)

PARIS - Exposition Océanie. Musée du quai Branly-Jacques Chirac - 37 Quai Branly (7e) (jusqu'au 7 juillet)

PARIS - Exposition "Paris-Londres. Music Migrations". Musée national de l'histoire de l'immigration - Palais de la Porte Dorée - 293 av. Daumesnil (12e) (jusqu'au 5 janvier 2020)

SAINT-OMER - 26eme édition du FIGRA, festival international du grand reportage d'actualité et documentaire de société. La remise des prix aura lieu le 16 mars.

PARIS - Exposition "Les Nabis et le décor. Bonnard, Vuillard, Maurice Denis...". Musée du Luxembourg - 19 rue de Vaugirard (6e) (jusqu'au 30 juin)

PARIS - Salon du Livre. Porte de Versailles - 1 place de la Porte de Versailles (15e) (jusqu'au 18)

PARIS - Première rétrospective parisienne "Trois Actes" de l'artiste allemand Thomas Schütte. 11 Quai de Conti (6e) (jusqu'au 16 juin)

(+)FRANCE - 20e Printemps du cinéma(jusqu'au 19)

SPORTS

ÖSTERSUND (Suède) - Un an après la moisson des Jeux olympiques de Pyeongchang, l'équipe de France de biathlon emmenée par Martin Fourcade tente de récidiver aux Championnats du monde en Suède.

NICE - Cyclisme/Pro Tour/Paris - Nice.

SAITAMA (Japon) - 16H00 - Fait rarissime, la France est favorite pour deux des quatre titres en jeu à Saitama (Japon), lors des Mondiaux de patinage artistique: en danse sur glace avec Gabriella Papadakis et Guillaume Cizeron en couple avec Vanessa James et Morgan Ciprès. (jusqu'au 24)

LUNDI 18 MARS 2019ECONOMIE - SOCIAL

PARIS - Salon Franchise Expo Paris. Paris Expo - Porte de Versailles (15e) (jusqu'au 20)

PARIS - 14H00 - Nouvelle séance plénière du Conseil supérieur de la fonction publique territoriale sur le projet de loi de réforme de la fonction publique

PROCÈS

AIX-EN-PROVENCE - Procès "Air cocaïne": Audition de Christophe Naudin, expert aéronautique qui avait aidé les pilotes accusés à fuir la République dominicaine. Cour d'assises

PARIS - Quatorze personnes jugées aux assises pour un vaste trafic de cocaïne entre l'Amérique du Sud et Le Havre. En janvier 2013, environ 160 kg de cocaïne étaient saisis, puis plus de 300 kg en novembre 2013. Les trafiquants présumés venaient pour beaucoup des cités de l'Ile-de-France. Palais de justice, Ile de la Cité - Cour d'assises spéciale, salle Georges Vedel (jusqu'au 5 avril)

PARIS - Bernard Tapie est jugé, aux côtés de cinq autres prévenus, dans l'affaire de l'arbitrage qui lui avait accordé 403 millions d'euros pour solder son litige avec le Crédit Lyonnais. Tribunal de Paris, Batignolles - 11e chambre correctionnelle, 2e section (jusqu'au 5 avril)

PARIS - Volet correctionnel de l'affaire "Excédent de bagages", dans laquelle deux ex-policiers de la PAF ont été condamnés aux assises en février. Vingt-huit personnes comparaissent, notamment pour association de malfaiteurs et trafic de stupéfiants. Le financier Arnaud Mimran, figure de l'arnaque à la "taxe carbone", est jugé pour blanchiment. Du 12 au 5 avril, à 13H30 (sauf les lundis) Tribunal de Paris, Batignolles - Chambre 16-2 du tribunal correctionnel (jusqu'au 5 avril)

CHARLEVILLE-MÉZIÈRES - Procès de Philippe Gillet pour les morts de sa femme en 2012 et de sa jeune maîtresse en 2013. Il est accusé de la mort de son ex-épouse agricultrice Céline, écrasée sous une vache, et de l'assassinat d'Anaïs Guillaume, dont le corps n'a jamais été retrouvé. Cour d'assises des Ardennes: (jusqu'au 29)

NANTERRE - 13H30 - Délibéré dans l'affaire du chanteur congolais Koffi Olomidé poursuivi pour agressions sexuelles et séquestration sur quatre de ses danseuses. Sept ans de prison ferme ont été requis à son encontre. L'audience s'était déroulée à huis clos à la demande des parties civiles et en l'absence du principal prévenu. Deux autres personnes, des hommes de main d'Olomidé, étaient poursuivis pour complicité. Tribunal correctionnel - 20e chambre



EDUCATION

Semaine d'éducation contre le racisme et l'antisémitisme. Projets et actions pédagogiques dans les écoles, collèges et lycées, pour sensibiliser les élèves. (jusqu'au 24)

CULTURE

PARIS - Exposition "Franz Marc/Auguste Macke. L'aventure du Cavalier bleu". Musée de l'Orangerie - Jardin Tuileries (1er) (jusqu'au 17 juin)

PARIS - Exposition Océanie. Musée du quai Branly-Jacques Chirac - 37 Quai Branly (7e) (jusqu'au 7 juillet)

PARIS - Exposition "Paris-Londres. Music Migrations". Musée national de l'histoire de l'immigration - Palais de la Porte Dorée - 293 av. Daumesnil (12e) (jusqu'au 5 janvier 2020)

PARIS - Exposition "Les Nabis et le décor. Bonnard, Vuillard, Maurice Denis...". Musée du Luxembourg - 19 rue de Vaugirard (6e) (jusqu'au 30 juin)

PARIS - Salon du Livre. Porte de Versailles - 1 place de la Porte de Versailles (15e)

PARIS - Première rétrospective parisienne "Trois Actes" de l'artiste allemand Thomas Schütte. 11 Quai de Conti (6e) (jusqu'au 16 juin)

(+) FRANCE - 20e Printemps du cinéma (jusqu'au 19)

(*) MONTPELLIER - 11H00 - Conférence de presse de présentation du 39e Festival Montpellier Danse qui se tiendra du 22 juin au 6 juillet 2019. Siège de Montpellier Méditerranée Métropole

SPORTS

SAITAMA (Japon) - Fait rarissime, la France est favorite pour deux des quatre titres en jeu à Saitama (Japon), lors des Mondiaux de patinage artistique: en danse sur glace avec Gabriella Papadakis et Guillaume Cizeron en couple avec Vanessa James et Morgan Ciprès. (jusqu'au 24)

MARDI 19 MARS 2019 POLITIQUE

Sénat

PARIS - 09H30 - Séance: Questions orales; 14H30 et 21H30: Projet de loi d'orientation des mobilités

ECONOMIE - SOCIAL

PARIS - Salon Franchise Expo Paris. Paris Expo - Porte de Versailles (15e) (jusqu'au 20)

PARIS - Nouvelle journée d'action et de grève pour "amplifier le mouvement social" à l'appel de la CGT, FO, Solidaires, de l'Unef et de l'UNL

PARIS - 09H00 - Débat sur le "rôle de l'infirmier dans la prise en charge des urgences" organisé par l'Ordre national des infirmiers. Siège (4e étage) - 228 rue du Fbg Saint-Martin (10e)

(+) PARIS - 11H00 - Rassemblement à l'appel de la CGT de cheminots/usagers/élus contre la "casse" du service public ferroviaire. Devant le siège IDF de France Mobilités - 39/41 rue de Châteaudun (9e)

PARIS - 14H00 - Salons CE sous le patronage du ministère du Travail (jusqu'au 21) sur la naissance du CSE, le fait religieux en entreprise entre autres. Paris Expo - Porte de Versailles (15e)

PROCÈS

AIX-EN-PROVENCE - Procès de l'affaire "Air Cocaïne" devant une cour d'assises spéciale sans jury, avec 9 accusés. Cour d'assises (jusqu'au 5 avril)

PARIS - Quatorze personnes jugées aux assises pour un vaste trafic de cocaïne entre l'Amérique du Sud et Le Havre. En janvier 2013, environ 160 kg de cocaïne étaient saisis, puis plus de 300 kg en novembre 2013. Les trafiquants présumés venaient pour beaucoup des cités de l'Ile-de-France. Palais de justice, Ile de la Cité - Cour d'assises spéciale, salle Georges Vedel (jusqu'au 5 avril)

PARIS - Bernard Tapie est jugé, aux côtés de cinq autres prévenus, dans l'affaire de l'arbitrage qui lui avait accordé 403 millions d'euros pour solder son litige avec le Crédit Lyonnais. Tribunal de Paris, Batignolles - 11e chambre correctionnelle, 2e section (jusqu'au 5 avril)

PARIS - Volet correctionnel de l'affaire "Excédent de bagages", dans laquelle deux ex-policiers de la PAF ont été condamnés aux assises en février. Vingt-huit personnes comparaissent, notamment pour association de malfaiteurs et trafic de stupéfiants. Le financier Arnaud Mimran, figure de l'arnaque à la "taxe carbone", est jugé pour blanchiment. Du 12 au 5 avril, à 13H30 (sauf les lundis) Tribunal de Paris, Batignolles - Chambre 16-2 du tribunal correctionnel (jusqu'au 5 avril)

CHARLEVILLE-MÉZIÈRES - Procès de Philippe Gillet pour les morts de sa femme en 2012 et de sa jeune



maîtresse en 2013. Il est accusé de la mort de son ex-épouse agricultrice Céline, écrasée sous une vache, et de l'assassinat d'Anaïs Guillaume, dont le corps n'a jamais été retrouvé Cour d'assises des Ardennes: (jusqu'au 29)

SAINT-ÉTIENNE - Comparution devant le tribunal correctionnel de cinq personnes accusées de "dégradation par incendie" d'une cabane de "gilets jaunes" et "violence volontaire avec arme". place du Palais de justice

PARIS - 13H30 - Délibéré au procès du rappeur Nick Conrad, jugé pour son clip "Pendez les Blancs". Le parquet a requis 5.000 euros d'amende contre l'artiste, jugé pour "provocation directe à commettre des atteintes à la vie" après le tollé suscité par ce clip en septembre. Tribunal de Paris, Batignolles - 17ème chambre correctionnelle

LILLE - 14H00 - 4 antisépécistes présumés jugés pour dégradations et violences aggravées

ROUEN - 14H00 - Procès d'un ancien cadre du FN, membre d'une communauté catholique traditionaliste, pour agressions sexuelles sur mineurs

EDUCATION

Semaine d'éducation contre le racisme et l'antisémitisme. Projets et actions pédagogiques dans les écoles, collèges et lycées, pour sensibiliser les élèves. (jusqu'au 24)

CULTURE

PARIS - Exposition "Franz Marc/Auguste Macke. L'aventure du Cavalier bleu". Musée de l'Orangerie - Jardin Tuileries (1er) (jusqu'au 17 juin)

PARIS - Exposition Océanie. Musée du quai Branly-Jacques Chirac - 37 Quai Branly (7e) (jusqu'au 7 juillet)

PARIS - Exposition "Paris-Londres. Music Migrations". Musée national de l'histoire de l'immigration - Palais de la Porte Dorée - 293 av. Daumesnil (12e) (jusqu'au 5 janvier 2020)

PARIS - Exposition "Les Nabis et le décor. Bonnard, Vuillard, Maurice Denis...". Musée du Luxembourg - 19 rue de Vaugirard (6e) (jusqu'au 30 juin)

PARIS - Première rétrospective parisienne "Trois Actes" de l'artiste allemand Thomas Schütte. 11 quai de Conti (6e) (jusqu'au 16 juin)

(+)FRANCE - 20e Printemps du cinéma

SPORTS

SAITAMA (Japon) - Fait rarissime, la France est favorite pour deux des quatre titres en jeu à Saitama (Japon), lors des Mondiaux de patinage artistique: en danse sur glace avec Gabriella Papadakis et Guillaume Cizeron en couple avec Vanessa James et Morgan Ciprès. (jusqu'au 24)

(+) : Evènement ajouté au cours des dernières 24 heures.

(*) : Evènement actualisé au cours des dernières 24 heures.

Redchef/nk/sm/ao

Afp le 13 mars 19 à 04 00.

Audiovisuel



jeudi 4 decembre 2018

Titre de l'article: Interview de Fariha Shah

Citation: Interview de Fariha Shah

Date: 04/12/2018

Theme: Ressources Humaines

Auteur: Emmanuel Bouisset

Supports media: 100pour100 Radio

Client: Golden Bees

Liens:
<http://extranet.escalconsulting.com/multimedia/GOLDENBEES-100radio.mp3>



jeudi 15 janvier 2019

Titre de l'article: Made in France. Fariha Shah : Golden Bees - 15/01

Citation: Made in France. Fariha Shah : Golden Bees - 15/01

Date: 15/01/2019

Theme: Recrutement

Auteur: Pierre-Maël Tisnès

Supports media: Sud Radio

Client: Golden Bees

Liens:
<http://extranet.escalconsulting.com/multimedia/MadeinFrance.FarihaShah.mp4>



jeudi 18 janvier 2019

Titre de l'article: Compétences : Alexandre Lichan rencontre ce matin Fariha Shah - 18/01

Citation: Compétences : Alexandre Lichan rencontre ce matin Fariha Shah - 18/01

Date: 18/01/2019

Theme: Recrutement

Auteur: Alexandre Lichan

Supports media: BFM Business

Client: Golden Bees

Liens:
<http://extranet.escalconsulting.com/multimedia/Competences.AlexandreLichanrencontrecematinFarihaShah.mp4>



jeudi 23 janvier 2019

Titre de l'article: Fariha Shah présente Golden Bees plateforme qui vous aide à recruter en Ligne - 23/01

Citation: Fariha Shah présente Golden Bees plateforme qui vous aide à recruter en Ligne - 23/01

Date: 23/01/2019

Theme: Recrutement

Auteur: Philippe Vigier

Supports media: France Bleu

Client: Golden Bees

Liens:
<http://extranet.escalconsulting.com/multimedia/FarihaShahpresenteGoldenBeesplateforme.mp3>



jeudi 18 mars 2019

Titre de l'article: Golden Bees - 18/03

Citation: Golden Bees - 18/03

Date: 18/03/2019

Theme: Recrutement

Supports media: Idfm - Radio Enghien 98.0

Client: Golden Bees

Liens:

<http://extranet.escalconsulting.com/multimedia/IDFM18-03-201909.00.00.mp3>

<http://extranet.escalconsulting.com/multimedia/IDFM18-03-201910.00.00.mp3>



jeudi 30 avril 2019

Titre de l'article: L'entreprise Goldenbees met en relation des candidats et des employeurs

Résumé: Interview de Jonathan Bordereau, président de Goldenbees

Date: 30/04/2019

Theme: Recrutement

Supports media: BFM Business

Client: Golden Bees

Liens:
<http://extranet.escalconsulting.com/multimedia/goodmorning.mp4>

Print



Plus de talents grâce à l'IA

Depuis quelques années, la fonction RH se tourne vers l'IA pour faciliter le sourcing et le matching des talents sur les plateformes de recrutement comme Golden Bees, par exemple. C'est sur ce domaine que se positionne l'offre Talent & Transformation d'IBM qui exploite l'IA pour « *mobiliser les collaborateurs, éliminer les biais et transformer les compétences des effectifs* ».



Ces métiers qui sont menacés par le digital

PROSPECTIVE [Fariha Shah](#), spécialiste des campagnes de recrutement en ligne, propose son regard sur l'avenir de certains jobs

Recueilli par Pascal Rabiller

Ces métiers qui sont menacés par le digital

PROSPECTIVE

[Fariha Shah](#), spécialiste des campagnes de recrutement en ligne, propose son regard sur l'avenir de certains jobs
« Sud Ouest »

Avant d'évoquer avec vous les métiers qui sont menacés, selon vous, par la digitalisation de l'économie, quelques mots sur [Golden Bees, la société que vous avez co-fondée, à Paris?](#)

[Fariha Shah](#)

[Golden Bees](#) est une société spécialisée dans la mise en ligne de campagnes de recrutement qui utilisent les technologies de la publicité programmatique. En clair, nous aidons les sociétés à recruter via Internet en adressant directement leurs campagnes de recrutement aux profils qu'elles recherchent. Nous utilisons pour cela un outil d'intelligence artificielle (IA), développé en interne à partir d'une des intelligences artificielles mises au point par Google. Cette technologie révolutionne les campagnes de recrutement. Elle nous a permis de séduire de grandes entreprises à la recherche de profils en tension ou très pointus. Résultat, en cinq mois, nous sommes passés de sept à 30 salariés.

La technologie digitale bouleverse nos métiers. Quels sont ceux qu'elle change le plus selon vous?

Toutes les révolutions industrielles et les grandes innovations ont vu des métiers disparaître. Cette fois, avec la révolution digitale, l'explosion de l'IA, le mouvement de remplacement de certains métiers est plus rapide et il concerne des tâches de plus en plus complexes.

Il s'applique notamment à des métiers qualifiés, voire même ultra qualifiés comme les médecins généralistes et de nombreux spécialistes de la santé. Ces derniers vont avoir de plus en plus un rôle d'accompagnateur empathique du patient.

L'intelligence artificielle remplacerait les médecins?

Vu de France, où le retard est grand en matière d'intelligence artificielle, cela semble futuriste. Mais en Asie ou aux États-Unis, le phénomène est enclenché. Les données analysées y sont gigantesques, tout comme les budgets alloués à la recherche.

L'intelligence artificielle améliore la prestation du médecin. Elle est capable de faire un diagnostic précis, de détecter la maladie d'Alzheimer chez un patient soixante-dixmois avant qu'un spécialiste humain puisse la confirmer.

Est-ce qu'on ne prête pas trop de qualités à l'intelligence artificielle?

Franchement non. L'IA se perfectionne encore, bien sûr, elle est toujours en apprentissage et nous sommes en période de transition, mais elle automatise déjà de plus en plus de tâches et donc de métiers. Partout où économiquement ce sera intéressant, la digitalisation des métiers et l'IA s'imposeront.

Quels jobs sont les plus menacés?

Outre certains métiers de la santé, comme les radiologues, les médecins généralistes, la digitalisation supprimera, à terme, d'ici vingt ou trente ans, les caissiers, les conseillers des banques, les comptables, contrôleurs des impôts, secrétaires... Les chauffeurs de taxi, pilotes d'avion, astronautes seront remplacés par la machine. Les codeurs, développeurs informatiques de base n'y échapperont pas. Partout où économiquement ce sera intéressant, la digitalisation des métiers et l'IA s'imposeront.



« Avec la révolution digitale et l'IA, le mouvement de remplacement de certains métiers est plus rapide », selon Fariha Shah.

■

Titre de l'article: Pour trouver les candidats passifs, Golden Bees mobilise les moyens du programme

Citation: Décidément l'innovation est très présente dans le domaine du numérique appliqué au RH. En témoigne ce nouveau podcast avec Fariha Shah, co-fondatrice et dirigeante de Golden Bees, une start-up qui élargit le champ de recherche des bons candidats.

Date: 15/01/2019

Theme: Human Resources

Auteur: Christophe Bys

Supports media: L'Usine Nouvelle

Client: Golden Bees

Liens:
[http://extranet.escalconsulting.com/multimedia/\[PodcastTalentaiguilles\]Pourtrouverlescandidatspassif.mp3](http://extranet.escalconsulting.com/multimedia/[PodcastTalentaiguilles]Pourtrouverlescandidatspassif.mp3)

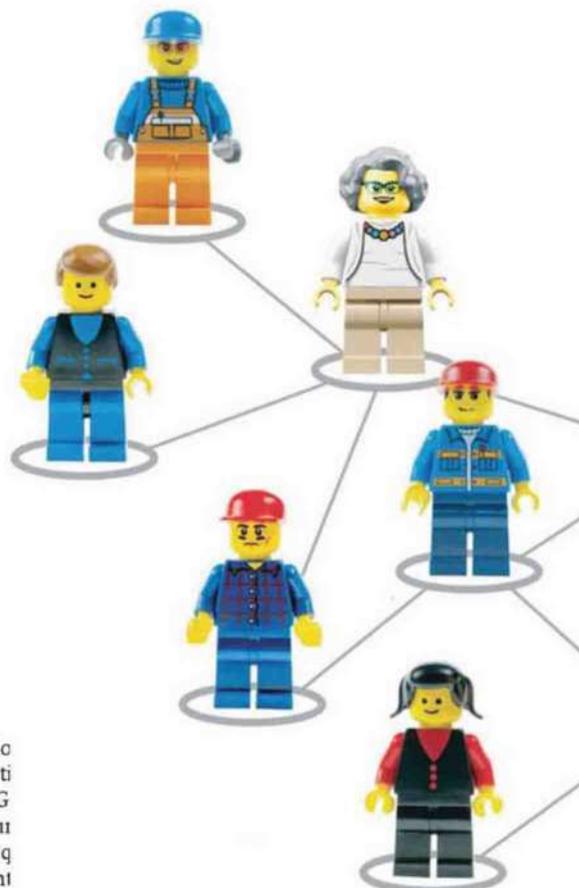
LAUNE

INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

VOTRE SERGENT RECRUTEUR EST-IL UN ALGORITHME ?

Vous ne le savez peut-être pas, mais sans intelligence artificielle vous n'auriez peut-être pas décroché votre dernier poste. Des technos pour le meilleur ou pour le pire...

CHRISTOPHE BYS



Vous avez sélectionné l'offre d'emploi, votre CV, préparé et réussi vos entretiens, finalement obtenu le job de vos rêves. Grâce à vos talents et à la perspicacité du recruteur, et vous avez raison. À ceci près que certaines étapes du processus de recrutement sont infiltrées par des briques d'intelligence artificielle (IA). À commencer par la lecture et l'analyse de votre CV. C'est ce que propose Textkernel, qui édite des logiciels d'IA qui se connectent aux SIRH (systèmes d'information des ressources humaines). « Nous avons développé des "robots" capables de lire et de comprendre les concepts d'un CV », résume Yves Loiseau, le general manager Europe du Sud. Pour cela, on fait lire aux robots des dizaines et des dizaines de CV pour qu'ils comprennent que, selon le contexte, « ingénieur d'affaires » et « ingénieur commercial » signifient la même chose. L'autre talent des briques de Textkernel est d'améliorer la rencontre de l'offre et de la demande, le matching, comme on dit en français dans les start-up RH.

Bordeaux, ont développé le « CV catcher ». Il s'agit d'analyser les termes clés d'un CV (qu'il soit téléchargé ou photographié par le candidat) pour mettre en face les offres qui correspondent le mieux. Une équipe d'une dizaine de personnes y travaille. Quarante entreprises, parmi lesquelles EDF et Manpower, utilisent ces services, assure Thomas Allaire, le cofondateur de Jobijoba. Il faut entraîner les robots pour qu'ils découvrent le vocabulaire d'une profession, d'un secteur, notamment « les compétences et les certifications », précise-t-il.

CE QUE DIT LA LOI

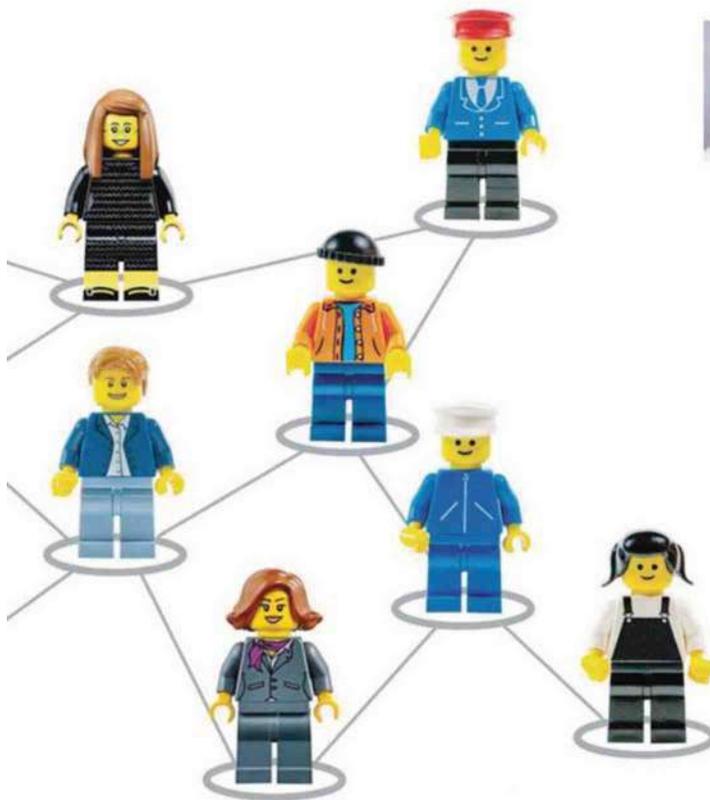
En matière d'IA, le règlement général de protection des données (RGPD) complète les dispositions contenues dans la loi Informatique et libertés. L'utilisation de l'IA dans des opérations de recrutement ressort de ce que le droit appelle une « décision individuelle automatisée ». Frédéric Sardain, avocat responsable du pôle IP, tech et data au sein du cabinet Jeantet, rappelle que « le recrutement sans intervention humaine, assimilé à une "décision individuelle automatisée", est interdit par principe ». L'IA peut toutefois être autorisée sous

certaines conditions. En matière de recrutement automatisé, il faut recueillir le consentement de la personne concernée. Parmi les garanties spécifiques prévues par le RGPD, figure un droit à une intervention humaine pour que la situation soit réexaminée ou pour obtenir une explication de la décision. La personne a aussi le droit de la contester ou d'exprimer son propre point de vue.

Embaucher mieux et différemment

L'usage n'est pas le même, mais la démarche est proche chez Golden Bees. L'IA sert à « comprendre la description d'un poste, des missions et des expertises requises pour le proposer au bon profil de candidat », explique Jonathan Bordereau, le président de la start-up. Golden Bees utilise les outils de la programmation (une technique de la publicité en ligne), puis affiche, sur la page web que vous êtes en train de lire, la publicité RH qui vous amènera peut-être sur la page de votre futur employeur, alors même que vous n'êtes pas en recherche active. Et les

FLORÉNT FORTNET, 12/2018



usages de l'IA appliquée au recrutement ne s'arrêtent pas là. Pour prendre un dernier exemple, chez Randstad, c'est un chatbot, un robot de conversation, qui assiste en ligne les candidats dans la constitution de leur dossier.

Avec l'IA, on recrutera mieux et différemment, promettent certains. « Quand on demande à un humain comment reconnaître un lion, il cite la crinière. Des logiciels de reconnaissance visuels ont découvert que la forme de l'iris du lion était si particulière que c'était un moyen plus fiable de l'identifier », détaille François Geuze, le directeur scientifique du HR FiabLab Europe. Mais il précise qu'en matière de ressources humaines, on ne peut pas laisser agir l'IA comme une boîte noire, sans comprendre ce qu'elle fait.

Superviser l'IA

Tout le monde a en tête les mésaventures d'Amazon. Le géant du numérique utilisait une IA pour ses recrutements jusqu'au jour où il découvrit qu'elle privilégiait les candidats hommes aux femmes, répétant les pratiques passées de la firme. Comme le dit Yves Loiseau, de Textkernel, « un robot n'a pas de point de vue », il réplique ce que lui enseignent les données de l'expérience. Pour éviter ces dérives, « pendant le test, on doit regarder comment fonctionne l'IA et faire des réglages fins », estime François Geuze. Et se méfier d'applications qui pointent leur nez. Des start-up proposent d'analyser les vidéos d'entretien de candidats. À partir du



« Avec l'IA non maîtrisée, gare à l'idiotie augmentée »

JÉRÉM Y LAMRI, directeur du pôle Recherche, innovation et prospective de JobTeaser

Pourquoi y a-t-il eu des ratages dans l'utilisation de l'IA dans le recrutement ?

Si l'on fait de l'intelligence artificielle bêtement dans le recrutement, c'est-à-dire en prenant les résultats obtenus pour argent comptant, on fait comme si l'on considérait que les pratiques passées étaient les bonnes. C'est ce qui est arrivé à Amazon avec son IA. Celle-ci sélectionnait plutôt les CV d'hommes, car Amazon recrutait plus d'hommes que de femmes depuis plusieurs années, parce que ce sont majoritairement des hommes qui suivent des études d'informatique. Quand l'IA étudiait les dossiers, elle estimait très logiquement qu'être une femme était un moins.

Que faudrait-il faire ?

On a tendance à croire que l'IA est magique. Il faut réfléchir encore plus à ce que l'on fait quand on l'utilise.

Si l'on reprend l'exemple d'Amazon ou que l'on intéresse à la diversité ethnique, les résultats seront très différents selon que l'on décide que l'IA sélectionnera les 3, les 20 ou les 200 meilleurs CV. Suit-on l'ordre dans lequel ils ont été triés ou décide-t-on que le choix est fait par un humain ? Il faut garder la main sur le process.

À quoi peut servir l'IA dans le recrutement ?

C'est un outil puissant qui peut aider à mieux recruter, mais qu'il faut manier avec précaution. On ne peut pas l'adopter aveuglément, comme y incitent certains de ses promoteurs. Il faut prendre le temps d'analyser les performances, de regarder les résultats, de les comprendre et les comparer avec ceux obtenus par des experts RH... En résumé, il ne faut digitaliser que ce que l'on maîtrise par ailleurs, sinon on fait de l'idiotie augmentée.

comportement de ces derniers - transpiration, rythme de la parole, clignement des yeux -, on pourra dire s'ils possèdent les qualités pour le poste qu'ils visent. Ce mariage de l'IA et des sciences cognitives ressemble, selon la formule de François Geuze, à une nouvelle « phrénologie », du nom de cette théorie qui définissait le caractère d'une personne à partir de la forme de son crâne. Pour l'heure, dans l'écosystème français, on regarde ces outils avec méfiance et on jure que l'on ne les utilisera pas. Une promesse d'humain est-elle plus fiable qu'un algorithme ?

C'EST MOI LE BOSS

3 livres business inspirants

Envie d'entreprendre ? Ces livres de femmes vont nous booster.



Entrepreneuse, pourquoi pas vous ?

Un genre de « livre coach » indispensable à toute girl-boss en devenir, et pour cause, il a été écrit par la fondatrice de Paris Pionnières (et sa responsable de com) : l'incubateur leader en France pour les femmes entrepreneurs. Comment bien choisir son associé, comment organiser sa levée de fonds, comment décrocher

ses premiers clients, quel business model adopter... la lecture est pimentée de témoignages d'entrepreneuses, de recommandations de lectures plus spécifiques dans le marketing, le droit ou le Web... ou de quiz pour tester la motivation des volontaires et leur capacité à diriger une entreprise.

DE FRÉDÉRIQUE CLAVEL ET SOPHIE MEURISSE, ÉDITIONS EYROLLES, 18 €.



Je suis une femme et j'ai décidé de réussir mon business !

L'auteur a créé son entreprise en 2009, trois mois après la naissance de son premier enfant : ce livre est un réservoir d'énergie à mettre notamment entre les mains de toutes les auto-entrepreneuses, qui peuvent le lire d'une traite ou le garder en livre de chevet pour y piocher une bonne idée ou trouver un regain d'énergie, notamment dans les témoignages de femmes du monde entier qui ont tenté l'aventure entrepreneuriale et qui ont réussi.

DE STÉPHANIE BENLEMSLI, ÉDITIONS KAWA, 24,95 €.



#Girlboss

Un best-seller incontournable, paru en 2015 et écrit par Sophia Amoruso, une jeune femme partie de rien, sans réseau particulier, sans formation prestigieuse (elle a quitté l'école à 15 ans) ni patrimoine, créatrice d'une petite boutique eBay devenue empire online de la fringue (Nasty Gal). Les clés du succès de Sophia : créativité et débrouillardise, ça change. Emmanuelle Rodeghiero

DE SOPHIA AMORUSO, ÉDITIONS GLOBE, 18 €.



BUREAU CHIC

On les range dans quoi ses outils de travail ? Dans ces pots et boîtes en bois aussi beaux que pratiques. Idéal pour un coin desk stylé. **Anne Black** • Accessoires de bureau en bois Monuments Paris, Luckies of London, 21 €, amazon.fr

C'est bien, le flex office ?

Ce nouveau concept va-t-il détrôner le bureau attitré ?

Comment ça marche ? Tous les matins, on arrive, on prend son casier à roulettes et on s'installe à un nouvel endroit sur le plateau. Sous couvert de modernité, c'est super avantageux pour les entreprises dont l'immobilier est le deuxième poste de dépense.

On peut y trouver des avantages. Le chefaillon qui contrôle les horaires, c'est fini. Les boss doivent passer à une logique de « management de confiance ». C'est donc le moment de pousser pour obtenir plus de télétravail. Mais pas pour rester les doigts de pied en éventail devant la télé... On aura des tâches précises et un délai pour les accomplir au lieu d'horaires à respecter.

Et ruser un peu avec le système. Les jours où l'on vient au bureau, on a intérêt à arriver tôt si on veut pouvoir choisir sa place. Et l'on peut aussi s'organiser avec les collègues pour se mettre toujours au même endroit. C'est ce que font beaucoup de salariés qui sont en flex office. Pourtant, cela ne les empêche pas d'avoir quelquefois l'impression d'être aussi interchangeable que les bureaux. C'est une révolution psychologique souvent difficile à intégrer.

Romuald Jay

SURFER POUR UN JOB

On cherche un job ? Ce site propose de surfer sur Internet tout en remplaçant les pubs sur les sites que l'on visite par des annonces d'emploi, ciblées selon nos critères. Pour rester au taquet. **A.B.** • Gratuit, inscription sur wan2bee.com

LA VBI

wan2bee

Cette entrepreneuse recrute des candidats via de la publicité ciblée et intelligente



Fariha Shah est la fondatrice de la start-up Golden Bees, qui a pour ambition de révolutionner les RH en s'appuyant sur de la publicité programmatique. Explications.

À 33 ans, Fariha Shah est l'une des fondatrices de Golden Bees, une start-up parisienne experte en intelligence artificielle. Créée en juillet 2015, elle a mis au point une plateforme de recrutement en ligne qui permet de diffuser des offres d'emploi de manière ciblée et automatisée via ce qu'on appelle la publicité programmatique. Pionnière sur un marché encore émergent en France, cette start-up compte aujourd'hui plus de 200 références, avec à son portefeuille de gros clients comme Bouygues, Korian, Vinci ou encore la SNCF.

"La publicité programmatique consiste à l'automatisation des tâches, qui sont liées à l'achat d'espaces publicitaires", explique cette entrepreneuse qui a travaillé pendant plus de dix ans dans le domaine du digital et de la publicité ciblée. "La publicité programmatique permet de faire du ciblage d'audience. Nous allons chercher l'internaute là où il se trouve en fonction du profil que nous

recherchons." Concrètement, cet outil va envoyer des offres d'emploi à la place des publicités lorsque vous naviguez sur Internet. Grâce à cette solution qui intègre l'intelligence artificielle via des algorithmes dans son processus de recrutement, la renco [...]

Lire la suite sur challenges.fr



CARRIÈRES P.XI

Ces métiers paient bien les jeunes



CARRIÈRES

Voici les métiers qui payent le mieux les jeunes

SECTEURS Bonne nouvelle : quel que soit le niveau de qualification, la pénurie dans certaines branches tire les premiers salaires vers le haut.

■ **LES BAC +4 OU 5**

« C'est une catégorie où les candidats peuvent être sur-sollicités », note Alain Mlanao, directeur général du cabinet de recrutement Walters People France. Résultat : « Ils regardent d'abord la rémunération du poste proposé, puis si la société propose des plans de professionnalisation ou de formation, et enfin comment elle est notée par ses anciens salariés », poursuit-il. Les diplômés bac +4/5 ou de grande école d'ingénieur ou de commerce sont souvent recrutés avant même la fin de la formation, quel que soit le secteur. « Ils bénéficient de la situation de plein-emploi des cadres : les entreprises sont souvent en pénurie de candidats », poursuit Alain Mlanao.

■ **LES TITULAIRES D'UN BTS OU D'UN BAC +2**

Eux aussi tirent leur épingle du jeu. A une condition : « Qu'ils aient une spécialité technique », explique Fariha Shah, cofondatrice de Golden Bees, une start-up de recrutement programmatique (une manière d'envoyer des offres d'emploi en ligne adaptées aux candidats, comme des publicités ciblées). Exemple : les techniciens ferroviaires sont très recherchés, tout comme les techniciens de travaux. « Ces profils peuvent facilement démarrer avec un salaire mensuel de 1 800 € brut »,

note-t-elle.

■ **LES DÉTENTEURS D'UN CAP**

Ils disposent de compétences industrielles adaptées à certains secteurs, comme les chaudronniers aéronautiques ou les soudeurs automobiles, et profitent de la rareté de candidats. S'ils démarrent généralement un peu au-dessus du smic, ils peuvent tirer leur salaire à la hausse en cumulant les heures sup ou en travaillant en horaires décalés. Les métiers de bouche restent aussi une voie attractive pour des jeunes qui n'ont pas souhaité poursuivre d'études généralistes.

■ **LES PROFILS BANCAIRES, JURIDIQUES ET COMPTABLES**

Au-delà du niveau de diplôme, certaines opportunités conjoncturelles sont aussi à saisir. La perspective du Brexit, par exemple, a créé un appel d'air auprès de profils bancaires « back/middle office » (qui gèrent les ordres notamment) de banques étrangères venues s'installer en France, ou de banques en ligne. « Les téléconseillers ou les salariés back-office peuvent gagner entre 28 000 € et 35 000 € par an pour un premier emploi », estime Alain Mlanao.

De même, les candidats aux CV juridiques et comptables sont très demandés par des en-

treprises tétanisées par la prolifération de nouvelles contraintes réglementaires : RGPD (règlement général sur la protection des données), prélèvement à la source, etc. Les gestionnaires de risques, par exemple, ont vu leur rémunération bondir aux alentours de 35 000 € annuels, voire 40 000 €.

■ **LA CARTE DU DIGITAL**

La transformation numérique, lame de fond qui traverse toute l'économie, joue en faveur des jeunes. Non seulement ceux qui disposent de compétences Internet pures comme les développeurs Web, data scientists et autres (*lire ci-dessous*), mais aussi ceux qui ajoutent cette corde digitale à leur arc. Par exemple des commerciaux capables de gérer aussi bien des ventes en magasin qu'en ligne, ou encore des logisticiens travaillant sur une supply chain utilisant le numérique. Surfer sur la vague digitale, ajouter une ou deux compétences spécifiques dans des secteurs particulièrement demandeurs : voilà quelques clés pour s'assurer d'un bon salaire d'entrée de carrière.

CLAIRE AUBÉ

35 000 €
SALAIRE ANNUEL QUE PEUT GAGNER UN JEUNE TÉLÉCONSEILLER OU EMPLOYÉ DE BACK OFFICE DANS LA BANQUE

**Plus
D'INFOS**

À LIRE ● www.onisep.fr : toutes les informations pratiques sur les formations et les métiers, avec des conseils d'orientation dès le collège.
● www.robertwalters.fr/etude-de-remuneration.html : l'étude annuelle des rémunérations des cadres par secteurs et régions menée par le cabinet Robert Walters.



Les postes de techniciens ferroviaires font partie des opportunités alléchantes pour un jeune titulaire d'un BTS.



CARRIÈRES

Les pros du digital embauchés à prix d'or

ON NE LE DIRA JAMAIS

ASSEZ : le digital est un secteur en or massif. Si vous êtes chef de projet dans le numérique, responsable e-commerce, ingénieur commercial, vous pouvez espérer toucher rapidement un très gros salaire. « Avec une qualification élevée, le

niveau démarre à 50 000 € mais peut rapidement atteindre les 100 000 € annuels », constate Fariha Shah, de Golden Bees. C'est aussi un secteur où se livre une véritable guerre des talents. Un développeur pourra commencer sa carrière avec un salaire

avoisinant les 35 000 € par an, pour être « chassé » quelque mois plus tard par une autre société, augmentant au passage sa rémunération de 10 à 20 %, et recommencer ce saut profitable une année plus tard. A noter, de plus en plus

d'experts numériques optent pour un statut d'indépendant. « Avec l'arrivée de plates-formes de mises en relation, ces free-lances choisissent leur mission et parviennent généralement encore à augmenter leur rémunération », conclut Fariha Shah. **C.A.**



Voici les métiers qui payent le mieux les jeunes

SECTEURS Bonne nouvelle : quel que soit le niveau de qualification, la pénurie dans certaines branches tire les premiers salaires vers le haut.

■ LES BAC +4 OU 5

« C'est une catégorie où les candidats peuvent être sur-sollicités », note Alain Mlanao, directeur général du cabinet de recrutement Walters People France. Résultat : « Ils regardent d'abord la rémunération du poste proposé, puis si la société propose des plans de professionnalisation ou de formation, et enfin comment elle est notée par ses anciens salariés », poursuit-il. Les diplômés bac +4/5 ou de grande école d'ingénieur ou de commerce sont souvent recrutés avant même la fin de la formation, quel que soit le secteur. « Ils bénéficient de la situation de plein-emploi des cadres : les entreprises sont souvent en pénurie de candidats », poursuit Alain Mlanao.

■ LES TITULAIRES D'UN BTS OU D'UN BAC + 2

Eux aussi tirent leur épingle du jeu. A une condition : « Qu'ils aient une spécialité technique », explique Fariha Shah, cofondatrice de Golden Bees, une start-up de recrutement programmatique (une manière d'envoyer des offres d'emploi en ligne adaptées aux candidats, comme des publicités ciblées). Exemple : les techniciens ferroviaires sont très recherchés, tout comme les techniciens de travaux. « Ces profils peuvent facilement démarrer avec un salaire mensuel de 1 800 € brut », note-t-elle.

■ LES DÉTENTEURS D'UN CAP

Ils disposent de compétences industrielles adaptées à certains secteurs, comme les chaudronniers aéronautiques ou les soudeurs automobiles, et profitent de la rareté de candidats. S'ils démarrent généralement un peu au-dessus du smic, ils peuvent tirer leur salaire à la hausse en cumulant les heures sup ou en travaillant en

horaires décalés. Les métiers de bouche restent aussi une voie attractive pour des jeunes qui n'ont pas souhaité poursuivre d'études généralistes.

■ LES PROFILS BANCAIRES, JURIDIQUES ET COMPTABLES

Au-delà du niveau de diplôme, certaines opportunités conjoncturelles sont aussi à saisir. La perspective du Brexit, par exemple, a créé un appel d'air auprès de profils bancaires « back/middle office » (qui gèrent les ordres notamment) de banques étrangères venues s'installer en France, ou de banques en ligne. « Les téléconseillers ou les salariés back-office peuvent gagner entre 28 000 € et 35 000 € par an pour un premier emploi », estime Alain Mlanao.

De même, les candidats aux CV juridiques et comptables sont très demandés par des entreprises tétanisées par la prolifération de nouvelles contraintes réglementaires : RGPD (règlement général sur la protection des données), prélèvement à la source, etc. Les gestionnaires de risques, par exemple, ont vu leur rémunération bondir aux alentours de 35 000 € annuels, voire 40 000 €.

■ LA CARTE DU DIGITAL

La transformation numérique, lame de fond qui traverse toute l'économie, joue en faveur des jeunes. Non seulement ceux qui disposent de compétences Internet pures comme les développeurs Web, data scientists et autres (lire ci-dessous), mais aussi ceux qui ajoutent cette corde digitale à leur arc. Par exemple des commerciaux capables de gérer aussi bien des ventes en magasin qu'en ligne, ou encore des logisticiens travaillant sur une supply chain utilisant le numérique. Surfer sur la vague digitale, ajouter une ou deux compétences spé-

cifiques dans des secteurs particulièrement demandeurs : voilà quelques clés pour s'assurer d'un bon salaire d'entrée de carrière

CLAIRE AUBÉ



35 000 €

SALAIRE ANNUEL QUE PEUT GAGNER UN JEUNE TÉLÉCONSEILLER OU EMPLOYÉ DE BACK OFFICE DANS LA BANQUE



Les postes de techniciens ferroviaires font partie des opportunités alléchantes pour un jeune titulaire d'un BTS.

**Plus
D'INFOS**

À LIRE • www.onisep.fr : toutes les informations pratiques sur les formations et les métiers, avec des conseils d'orientation dès le collège.
• www.robertwalters.fr/etude-de-remuneration.html : l'étude annuelle des rémunérations des cadres par secteurs et régions menée par le cabinet Robert Walters.

Les pros du digital embauchés à prix d'or

ON NE LE DIRA JAMAIS ASSEZ : le digital est un secteur en or massif. Si vous êtes chef de projet dans le numérique, responsable e-commerce, ingénieur commercial, vous pouvez espérer toucher rapidement un très gros salaire. « Avec une qualification élevée, le niveau démarre à 50 000 € mais peut rapidement atteindre les 100 000 € annuels », constate [Fariha Shah](#), de [Golden Bees](#). C'est aussi un secteur où se livre une véritable guerre des talents. Un développeur pourra commencer sa carrière avec un salaire

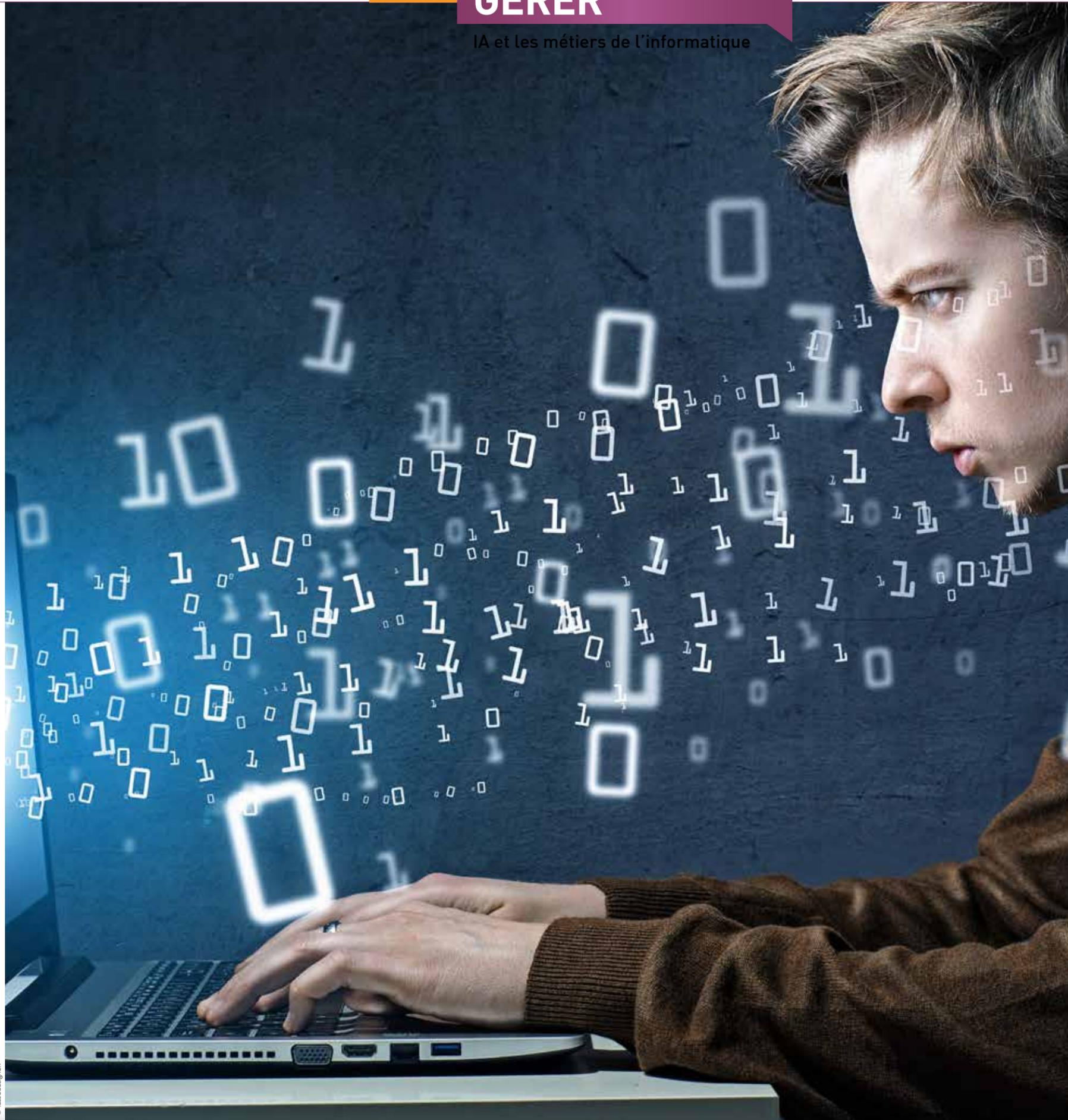
avoisinant les 35 000 € par an, pour être « chassé » quelque mois plus tard par une autre société, augmentant au passage sa rémunération de 10 à 20 %, et recommencer ce saut profitable une année plus tard.

A noter, de plus en plus d'experts numériques optent pour un statut d'indépendant. « Avec l'arrivée de plateformes de mises en relation, ces free-lances choisissent leur mission et parviennent généralement encore à augmenter leur rémunération », conclut [Fariha Shah](#).

C.A.

GÉRER

IA et les métiers de l'informatique



Les développeurs en question

Des entreprises de plus en plus exigeantes en matière de recrutement et une évolution de l'intelligence artificielle qui menace certains emplois. Le milieu professionnel de l'informatique doit aujourd'hui composer avec de nouvelles réalités.

16 janvier 2019 : « Une nouvelle école de développeurs web s'installe dans les Yvelines ». 2 janvier 2019 : « Une nouvelle formation en alternance pour des développeurs informatiques dans les Landes ». Chaque jour ou presque, de nouvelles écoles spécialisées dans le domaine du développement web fleurissent un peu partout en France comme nous l'informe la presse locale. Ainsi, d'après les chiffres les plus récents, plusieurs centaines de nouvelles formations ont été labellisées en décembre par le ministère de l'Économie. Cette tendance répond à un objectif précis : faciliter la

transition numérique du pays en misant aussi sur l'inclusion. À la lecture de cette actualité, Fariha Shah pousse un soupir. La fondatrice de Golden Bees, une start-up française spécialisée dans le ciblage de candidats à travers la publicité programmatique, connaît mieux que personne le marché de l'emploi, surtout dans le domaine de la tech qui est l'essence-même de son entreprise. Alors, savoir que de plus en plus de personnes se destinent au métier de développeur quand celui-ci est amené à disparaître ne la fait pas sourire.



Des machines entraînées à coder

Ce n'est pas une surprise, l'IA en s'appuyant sur des méthodes d'apprentissage automatiques sophistiquées, jouera les trouble-fête sur le marché de l'emploi d'ici les prochaines années. En effet, l'intelligence artificielle repose sur des technologies aptes à s'approprier des capacités physiques mais aussi cognitives. « Dans un avenir de trente ans, il est possible que les ordinateurs apprennent plus sur les analyses comportementales des hommes que les hommes eux-mêmes », prévient Fahira Shah. Aujourd'hui, tous les métiers, à différents degrés, sont amenés à être impactés, à commencer par le milieu de l'informatique. La création de l'homme serait-elle en train de rattraper l'homme lui-même ? En tout cas, force est de constater que des outils intelligents comme DeepCoder, conçu par Microsoft, sont déjà capables de reproduire les compétences de base d'un développeur pour coder ses propres programmes. Une machine qui alimente une autre machine en somme.

L'exemple du programme lancé par Gamalon

Ce concept, l'un des pionniers sortis en 2017, est aujourd'hui quasiment dépassé. En effet, on retrouve sur le marché des technologies comme celle développée par la start-up Gamalon qui utilise un système inédit : le programme de Synthèse Bayésien. Derrière ce nom scientifique barbare se cache en fait une avancée incroyable : le programme lancé par Gamalon ne fait plus simplement appel à la répétition pour produire du codage mais intègre des probabilités. Par exemple, pour lui faire apprendre à reconnaître une voiture, il n'est plus nécessaire de lui montrer la voiture dans son intégralité mais une simple caractéristique de l'objet, les phares ou la roue, suffit pour faire le rapprochement. Nous entrons dans l'ère du cognitif.

Réorienter les métiers

Face à ces avancées technologiques qui vont plus vite que nos formations, Fahira Shah considère qu'il est désormais inutile de former des gens en masse sur des métiers qui perdent de la valeur économique. À l'inverse, « il serait plus judicieux de se concentrer sur des métiers qui vont plus durer dans le temps », explique-t-elle. Pour l'instant, aucun poste n'est concrètement menacé mais les premiers à l'être d'ici les trente prochaines années seront ceux les moins qualifiés. « Les postes qualifiés qui vont évoluer seront des entraîneurs de l'IA », précise la co-fondatrice de Golden Bees avant de tableur sur un chiffre de « 80-90 % des personnes sous-qualifiées concernées par des disparitions de postes ».

Préparer demain

Alors que les Etats-Unis ou encore la Chine ont déjà intégré ces méthodes d'apprentissage automatique, la France reste encore à la traîne. « Notre société et notre culture doivent intégrer cette nécessaire capacité d'adaptation dont l'homme moderne a besoin aujourd'hui », justifie-t-elle. Ainsi, elle propose (voir tribune) de rediriger les profils en difficulté sociale vers des métiers indépendants qui prendront de l'ampleur face à cette tension du marché de l'emploi. Typiquement des services ayant trait à l'ubérisation. « A condition que l'on impose un cadre, une législation », nuance-t-elle.

Big data au service de l'emploi

« Le recrutement est un moment qui arrive à maturité », analyse Fahira Shah. « Les sites d'emploi classiques ont des audiences qui n'évoluent plus, ils ont d'ailleurs du mal à trouver des profils de type « cols bleus ». Notre société est arrivée sur le marché à un moment opportun où nous pouvions proposer la suite logique à tout ce qui existe », poursuit-elle. La solution de Golden Bees pour booster le marché de l'emploi ? La publicité.

Jugée polluante, envahissante, inintéressante, la publicité est plus souvent évoquée pour ses désagréments que pour son utilité. Pourtant, il y a quelques années, une équipe de jeunes webmarketeurs a identifié tout le potentiel de la diffusion d'annonces en ligne. Face au manque de solutions de recrutement sur internet, la start-up Golden Bees a été fondée en 2015 dans l'idée d'exploiter le Big Data et les algorithmes de Deep Learning pour proposer des offres d'emplois « personnalisées ». La plateforme collecte des données d'internautes par le biais de cookies pour ensuite leur faire visualiser des annonces d'emploi sous forme de publicité ciblée. 300 000 offres sont ainsi proposées chaque mois sur l'intégralité des contextes médias pertinents et des supports connectés, ce qui représente plusieurs millions de candidats touchés.

Cibler les potentiels

Golden Bees va ainsi chercher des candidats partout où ils sont, sans même qu'ils soient inscrits sur une plateforme de recherche d'emploi. Si l'emploi vient à eux plus facilement et de manière ciblée, les entreprises bénéficient elles aussi d'un repérage de candidats plus affiné. Plus d'une centaine d'entreprises font partie de la clientèle de Golden Bees et reçoivent des candidatures d'individus déjà « pré-sélectionnés ». Parmi elles, de grands groupes comme Vinci, SNCF, Manpower, L'Armée de terre, Wurth, Korian ou encore Société Générale. Parmi ses collaborateurs, la start-up compte une trentaine d'experts en Big Data, en développement informatique, en ressources humaines et en webmarketing. En octobre 2018, elle d'ailleurs obtenu le Pass French Tech, un programme national d'accompagnement à destination des entreprises en hyper-croissance, pépites de la French Tech. ■

A VOIR - A ENTENDRE <

→ La plupart des émissions signalées peuvent être vues ou écoutées en différé sur les sites Internet des médias concernés.

Mercredi

- 6h20 **France Inter** : M. Vincent MONADE, président du Centre national du livre ("Le 5/7" – Mathilde MUNOS)
- 6h45 **France Culture** : M. Jean-Joseph BOILLLOT, professeur agrégé de sciences sociales et docteur en économie, conseiller au club du CEPII ("Les enjeux internationaux" : "Ethiopie - visite d'Emmanuel Macron")
- 6h50 **Radio Classique** : Mme Béatrice CRENEAU-JABAUD, présidente de Pro 'Action Retraite ("Radio Classique info")
- 7h15 **Radio Classique** : M. Philippe GOMBERT, président de Relais & Châteaux ("Radio Classique info")
- 7h20 **CNews** : M. Gilles LE GENDRE, député de Paris, président du groupe La République en Marche à l'Assemblée nationale ("L'interview de Damien FLEUROT")
- 7h40 **Sud Radio** : M. Didier GUILLAUME, ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation
- 7h50 **France Inter** : M. Gaspard GANTZER, ancien conseiller en communication de M. François HOLLANDE à l'Élysée ("L'invité de Léa SALAME")
- 7h50 **RFI** : M. Pierre LEQUILLER, ancien député (LR) des Yvelines, ancien président de la commission des affaires européennes à l'Assemblée nationale ("L'invité du matin")
- 8h00 **Public Sénat - Les Indés Radios - TV5 Monde** : M. Luc CARVOUNAS, député (PS) du Val-de-Marne ("Territoires d'infos")
- 8h15 **Radio Classique – Paris Première** : M. Philippe de VILLIERS, président du Mouvement pour la France ("L'invité politique")
- 8h17 **Europe 1** : M. Laurent BERGER, secrétaire général de la CFDT ("L'interview d'Audrey CRESPO-MARA")
- 8h20 **France Inter** : MM. Kader ABDERRAHIM, spécialiste du Maghreb et de l'islamisme, Amel BOUBEKEUR, sociologue, Maïssa BEY, écrivaine ("Le grand entretien du 7/9 avec Nicolas DEMORAND, Léa SALAME et les auditeurs")

- 8h30 **Public Sénat** : Mme Esther BENBASSA, sénatrice (EELV) de Paris ("Territoires Sénat")
- 8h30 **LCI** : M. Bruno LE MAIRE, ministre de l'Economie et des Finances ("L'invité de LCI Matin")
- 8h30 **France Info** : M. Sébastien CHENU, député du Nord, porte-parole du Rassemblement national ("8h30 Politique")
- 8h30 **RMC - BFMTV** : M. François RUFFIN, député (LFI) de la Somme, auteur de "Ce pays que tu ne connais pas" ("Bourdin Direct")
- 9h20 **France Info** : M. Georges MARQUE-BOUARET, délégué général du Festival du grand reportage d'actualité ("Les Infos médias" - Célyne BAÏT-DARCOURT)
- 9h20 **France Info TV** : M. Jonathan BORDEREAU et Mme Shah FARIHA, fondateurs de **Golden Bees** ("l'éco" - Jean-Paul CHAPEL)
- 9h40 **France Inter** : M. Omar BELHOUCHE, directeur d'El Watan ("L'instant M" - Sonia DEVILLERS : "Les journalistes algériens face au soulèvement")
- 9h40 **Radio Classique** : L'ancien ministre Bernard TAPIE ("Radio Classique info")
- 11h00 **France Culture** : MM. Mathieu DUCHATEL, directeur du programme Asie à l'Institut Montaigne, Antoine BONDAZ, chercheur à la Fondation pour la recherche stratégique, Roger FALIGOT, journaliste, ancien correspondant pour l'Asie d'Intelligence on line ("Culturesmonde" : "De Taïwan à Djibouti : l'armée populaire sur tous les fronts")
- 12h15 **BFM Business** : M. Dominique MOISI, directeur général de la Fondation pour l'innovation politique ("L'Heure H" - Hedwige CHEVRILLON")
- 12h30 **BFM Business** : Mme Véronique MORALI, vice-présidente du comité exécutif de Fimalac, présidente du directoire de Webedia, M. Emmanuel CHAIN, président et cofondateur d'Eléphant et Cie ("L'Heure H" - Hedwige CHEVRILLON")
- 17h00 **Public Sénat** : M. Martial BOURQUIN, sénateur (PS) du Doubs ("Questions aux sénateurs")
- 18h20 **France Culture** : M. Pierre-Jean BENGHOZI, professeur à l'Ecole polytechnique, membre du collège de l'Arcep, Mme Laurence ALLARD, sémiologue, maître de conférences en sciences de la communication et chercheuse à l'université Sorbonne Nouvelle Paris 3-IRCAV, M. Dominique BOULLIER, professeur des universités en sociologie, spécialiste des usages du numérique et des technologies cognitives, chercheur senior au Digital Humanities Institute de l'Ecole polytechnique fédérale de Lausanne ("Du grain à moudre" : "La 5G va-t-elle nous simplifier la vie ?")
- 19h20 **France Inter** : M. Jérôme TEILLARD, chef de projet de la réforme de l'accès à l'enseignement supérieur ("Le téléphone sonne" : "Parcoursup saison 2")
- 20h30 **LCP Assemblée nationale - Public Sénat** : "Cette France qui n'attendait pas Macron" ("Droit de suite")



L'AGENDA DU DIRIGEANT

A VOIR - A ENTENDRE ◀

→ La plupart des émissions signalées peuvent être vues ou écoutées en différé sur les sites Internet des médias concernés.

Mercredi

- 6h45 **France Culture** : M. Jean-Joseph BOILLOT, professeur agrégé de sciences sociales et docteur en économie, conseiller au club du CEPIL ("Les enjeux internationaux" : "Ethiopie - visite d'Emmanuel Macron")
- 6h50 **Radio Classique** : Mme Béatrice CRENEAU-JABAUD, présidente de Pro 'Action Retraite ("Radio Classique info")
- 7h15 **Radio Classique** : M. Philippe GOMBERT, président de Relais & Châteaux ("Radio Classique info")
- 7h40 **Sud Radio** : M. Didier GUILLAUME, ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation
- 8h17 **Europe 1** : M. Laurent BERGER, secrétaire général de la CFDT ("L'interview d'Audrey CRESPO-MARA")
- 8h30 **LCI** : M. Bruno LE MAIRE, ministre de l'Economie et des Finances ("L'invité de LCI Matin")
- 9h20 **France Info TV** : M. Jonathan BORDEREAU et Mme Shah FARIHA, fondateurs de Golden Bees ("l'éco" – Jean-Paul CHAPEL)
- 9h40 **Radio Classique** : L'ancien ministre Bernard TAPIE ("Radio Classique info")
- 12h30 **BFM Business** : Mme Véronique MORALI, vice-présidente du comité exécutif de Fimalac, présidente du directoire de Webedia, M. Emmanuel CHAIN, président et cofondateur d'Eléphant et Cie ("L'Heure H" - Hedwige CHEVRILLON")
- 18h20 **France Culture** : M. Pierre-Jean BENGHOZI, professeur à l'Ecole polytechnique, membre du collège de l'Arcep, Mme Laurence ALLARD, sémiologue, maître de conférences en sciences de la communication et chercheuse à l'université Sorbonne Nouvelle Paris 3-IRCAV, M. Dominique BOULLIER, professeur des universités en sociologie, spécialiste des usages du numérique et des technologies cognitives, chercheur senior au Digital Humanities Institute de l'Ecole polytechnique fédérale de Lausanne ("Du grain à moudre" : "La 5G va-t-elle nous simplifier la vie ?")

« La question AFP » du mercredi 13 mars 2019



Invitée : Shah Fariha et Jonathan Bordereau, fondateurs de Golden Bees, sont venus présenter cette start-up fondée sur le ciblage des candidats au recrutement.

- « Votre ciblage respecte-t-il la vie privée des candidats potentiels ? »

VIDEO. Shah Fariha et Jonathan Bordereau : "Apporter une aide aux candidats en recherche d'emploi"



Golden Bees est une jeune start-up créée il y a quatre ans, destinée au ciblage des profils pour améliorer le recrutement. "C'est une solution qui va automatiser la recherche du côté du recruteur et du candidat pour faciliter la rencontre entre l'offre et la demande. On utilise la publicité qui est un vecteur de communication qui a déjà fait ses preuves sur le web" détail Shah Fariha, co-fondatrice de Golden Bees. "Aujourd'hui on a modélisé un peu plus de huit millions de profils. Modéliser c'est être capable de comprendre quel est le profil d'un candidat par rapport au poste qui peut l'intéresser, à sa localisation et aux missions qui pourraient lui plaire puis être capable de lui dire quelles sont les offres d'emplois qui correspondent à ses attentes" ajoute Jonathan Bordereau, co-fondateur de Golden Bees. La question AFP : "Votre ciblage respecte-t-il la vie privée des candidats potentiels ?" "Oui, évidemment. La protection des données, quand elle est utilisée par les entreprises, est la responsabilité des entreprises. Avec la réglementation européenne sur la protection des données on a renforcé tous les dispositifs de protection pour respecter les nouvelles normes" répond Shah Fariha. L'interview s'est achevée sur la chanson "Mask off" de Kendrick Lamar.



LE GUIDE

MANAGEMENT

SAVOIR GÉRER SES COLLABORATEURS "STARS"

Dans les entreprises, des collaborateurs précieux peuvent devenir des « stars » ingérables. Apprenez à les manager sans y laisser votre chemise et... votre collectif de travail.

ÉRIC DELON

Zlatan Ibrahimović, l'ex-butteur du PSG, l'actrice Kate Moss, Steve Jobs, le génial créateur d'Apple... Outre leur incommensurable célébrité, ces grands noms ont en commun la réputation d'être ou d'avoir été ingérables. « Ce sont des talents exceptionnels, des personnalités hors du commun qui livrent ce que l'on attend d'eux. Ils justifient le fait qu'on les paie aussi cher. Rentables pour les entreprises qui les engagent, ils sont souvent les principaux créateurs de valeur ajoutée pour les marques qui leur font confiance », explique Christophe Chenut, ancien directeur du journal « L'Équipe » et auteur d'« Ingérables ! »*. Si ces talents sont souvent indispensables à la réussite de l'entreprise, reste à savoir comment les gérer avec tact et pertinence sans que leurs collègues en prennent ombrage. « Un talent hors norme, cela doit être un tiers de reconnaissance, un tiers de rémunération et un tiers de formation »,



résume Bruno Diehl, ancien directeur de la performance de France Télécom et qui accompagne aujourd'hui le développement de talents chez Talents & Mentoring.

QU'EST-CE QU'UN TALENT ?

Selon Christophe Chenut, dirigeant d'entreprises et auteur d'« Ingérables ! », les véritables talents possèdent quatre grandes caractéristiques.

La remplaçabilité « Il est plus difficilement remplaçable que ceux qui le managent. »

La rareté « Il est moins disponible et plus recherché au regard de ses compétences et qualités. »

La valeur « Il est à l'origine de la création de la valeur ajoutée, d'où l'importance de sa rémunération. »

La nécessité « Sans lui, l'entreprise ne fonctionne pas. »

1 ADOPTER UN MANAGEMENT PERSONNALISÉ

Sous peine de voir la recrue chèrement acquise prendre la clé des champs faute de voir ses aspirations satisfaites, il est nécessaire d'utiliser à son endroit un management personnalisé et de proximité. « Pour ce type de profil, qui recherche de l'attention et de la considération, le feed-back doit être régulier. Oubliez l'unique entretien annuel d'évaluation. L'une de mes "stars" est venue m'annoncer un jour qu'elle quittait mon département faute d'attention de ma part. J'en ai été autant surpris que meurtri », explique Bruno Diehl. « La fidélité de ce type de talent dépend de la qualité de la relation avec l'organisation, du contrat psychologique conclu, des promesses réciproques échangées lors du recrutement », confirme Franck Biétry, maître de conférences à l'Institut d'administration des entreprises de Caen (Calvados), spécialiste en gestion des ressources humaines.

2 ACCORDER DES AVANTAGES SUPPLÉMENTAIRES

Gérer des stars implique souvent de leur octroyer des avantages particuliers. À l'image de la start-up parisienne Golden Bees (30 collaborateurs), spécialisée dans le ciblage de candidats à travers la publicité programmatique. Sou-



LE GUIDE

« Il faut leur ouvrir le champ des possibles », analyse-t-il. Obliger un multipotentiel à ne réaliser qu'une seule tâche revient à le brider et à le pousser vers la sortie. « Des missions transverses représentent un excellent moyen pour leur fournir davantage d'amplitude tout en restant dans le giron et les intérêts de l'entreprise. Il peut être pertinent, par ailleurs, de leur faire encadrer un projet social ou solidaire qui possède un sens pour l'ensemble de l'entreprise », avance Franck Biétry. Soucieuse de valoriser individuellement ses collaborateurs stars, la société Golden Bees mise également sur l'implication de ces derniers dans chacune des dimensions de l'entreprise. « Nous organisons régulièrement des hackathons pour nos développeurs afin qu'ils mènent des projets intrapreneuriaux en collaboration avec tous les autres départements de la société », souligne Fariha Shah.

4 JOUER COLLECTIF

Même si un talent unique requiert une attention de tous les instants, il importe de ne pas adopter une approche trop individualiste et élitiste, sous peine de susciter jalousie et rancœur chez ses collègues moins exposés. « En public, il faut éviter d'utiliser un ton particulier vis-à-vis du talent. Il est pertinent de faire en sorte qu'il donne envie à ses collègues de lui ressembler, de s'inspirer de ses pratiques, en leur livrant les clés de son succès. Cela permet aussi à ce dernier de réaliser un travail sur lui-même et de faire preuve d'humilité », recommande Fabrice Coudray. Selon Philippe Deljurie, spécialiste du recrutement, la gestion des stars dans une entreprise ne ressemble nullement à un chemin pavé de roses. Sa recommandation principale : acheter l'expertise. « Cela peut être de manière temporaire, sur un besoin bien précis, qualifié. Une star n'est pas faite pour rester dans une entreprise », assure-t-il. « Beaucoup de patrons et de managers ne veulent pas gérer ce type de profil car cela consomme beaucoup d'énergie au quotidien et cela génère des phénomènes collatéraux, de type jalousie, rancœur... », reconnaît Fabrice Coudray.

cieuse de conserver ses datascientists, développeurs et ingénieurs que s'arrache le marché, sa fondatrice et directrice, Fariha Shah, a mis en place une politique de souplesse en termes de conditions de travail pour ces derniers : primes, horaires aménagés, télétravail. Récemment, l'entreprise est parvenue in extremis à retenir l'un de ses développeurs stars chassé par une société concurrente. « Nous l'avons promu lead developer, augmenté et autorisé à travailler deux jours par semaine chez lui, à 350 km de Paris, pour lui éviter des heures de train », explique-t-elle. « Quoi qu'il en soit, vous ne garderez pas une star en vous livrant à une surenchère salariale car on lui proposera toujours davantage ailleurs », prévient Bruno Diehl.

3 PROPOSER DES FORMATIONS ET FAVORISER LA POLYVALENCE

« La formation demeure le meilleur moyen pour développer et motiver les talents en entreprise. Cela permet de les challenger et de les faire sortir de leur fameuse zone de confort », estime Bruno Diehl. Mais aussi de les faire monter en compétences. « Ces talents purs cherchent avant tout à cultiver leur potentiel et à mettre en application les nouvelles compétences acquises. L'objectif pour l'entreprise est que ces dernières soient également utiles à son plan stratégique », précise Bruno Diehl. Selon Fabrice Coudray, le directeur exécutif du cabinet de recrutement Robert Half, les stars sont particulièrement sensibles à l'expression de la polyvalence de leurs compétences.

www.usinenouvelle.com

* « Ingérables, comment manager vos talents dans l'entreprise », éditions Bréal, 2018



TRIBUNE

INCLUSION NUMÉRIQUE :

UN LEVIER POUR L'ACCÈS À L'EMPLOI DES JEUNES SANS DIPLÔMES ?

Selon l'édition 2018 de l'enquête BMO⁽¹⁾ de pôle emploi recense plus de 75 000 postes, sur les métiers de l'informatique. Alors que la demande des professionnels des technologies web croît de 4% par an, les entreprises peinent à recruter les bons profils, ainsi qualifiés de « pénuriques ».

Face à la pénurie de profils en informatique, l'État a initié un plan de formation aux métiers du numérique à destination des demandeurs d'emploi non diplômés et des jeunes éloignés du monde du travail. L'objectif ? Réduire le taux de chômage en favorisant l'insertion professionnelle des jeunes en difficulté.

Les quelques centaines de formations labellisées dans le cadre du programme 10Knum du Plan d'Investissement des Compétences, visent principalement l'acquisition de compétences de base dans l'informatique, pour développer des métiers de « supports » (Développeurs, Techniciens informatique, Web Designer...etc.). La durée de session moyenne est de quatre mois et les formations sont accessibles sans conditions de diplômes.

Bien que l'équation paraisse logique, il n'est pas certain que la formule choisie pour aboutir au résultat recherché soit correcte. En effet,

un certain nombre de variables inhérentes au contexte du marché risquent d'influer sur le taux de réussite de ce plan.

Pénurie de compétence prime sur le pénurie de candidats

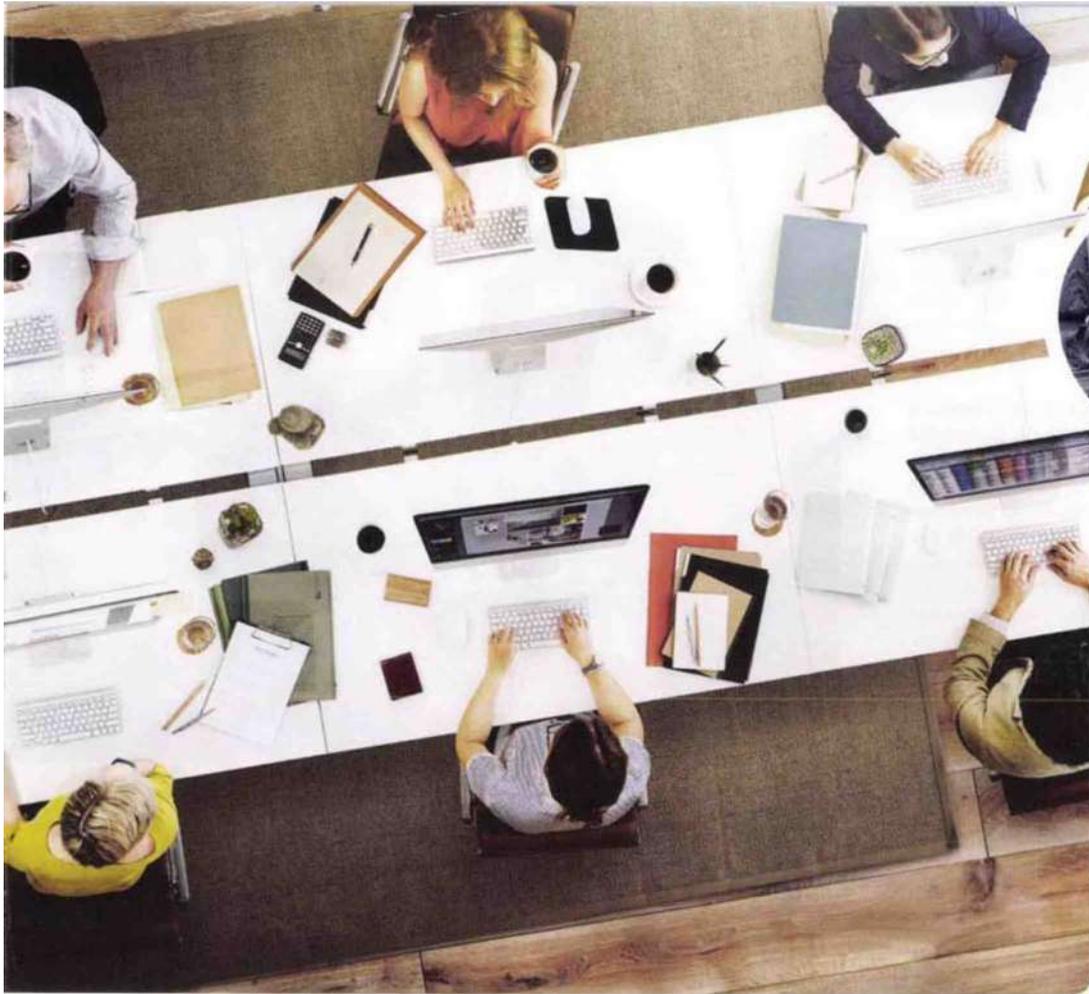
En 2018 il y a eu en moyenne 1,5 fois plus de candidats que d'offres sur des postes en informatique. Les nouvelles méthodes de sourcing, telle que la publicité programmatique permettent d'augmenter le volume de candidatures. Les difficultés d'embauches sont surtout dues au niveau d'exigence des entreprises en ce qui concerne le degré de compétences des candidats.

La génération des « Digital workers » déjà bien présente sur le marché de l'emploi

En plus de nombreuses écoles gratuites en informatique (l'école 42,

(1) Les recrutements des profils IT sont souvent soumis à des tests techniques, des tests de logique et parfois même des tests de culture générale de l'environnement informatique. Faute d'expérience et/ou de niveau de qualification suffisant(s), nombreux profils ne sont pas retenus par les entreprises, même lorsqu'il s'agit de startup. Or, un apprentissage de quelques mois pour s'approprier les bases du numérique n'aura que peu de chances de préparer efficacement les candidats, ne serait-ce qu'aux « tests d'entrée ». Contrairement à ce qu'on pourrait penser, les entreprises ne cherchent pas à recruter à tout prix des profils formés au numérique, mais plutôt à recruter les meilleurs talents peu importe le prix. De plus, une des alternatives au recrutement est d'avoir recours aux freelances ou aux sociétés qui mettent à disposition de professionnels qualifiés, provenant de la France ou de l'étranger... De ce fait, pas certain que la « pénurie » de candidats en France soit véritablement un frein au développement de l'économie numérique.





Fariha Shah,
Directrice Générale,
Golden Bees

Simplon, Wild Code School, OpenHacker Academy, ...), les MOOCS en ligne tels que Code Academy, OpenClassRoom ou la Khan Academy se multiplient, et les grands acteurs technologiques tels que Samsung ont développé des centres de formations.

À ceux-ci s'ajoute les formations payantes et/ou études longues dans le numérique avec : les centres de formation, les écoles d'ingénieurs et les universités ... L'ère de la production massive de « Digital workers » est déjà d'actualité et est surtout, accessible à tous. Ces centaines de dispositifs préparent des milliers de professionnels du numériques tous les ans pour le marché du travail, rendant éphémère le caractère « pénurique » de ces métiers.

Diversité, niveau de qualifications, mœurs : une mise en concurrence inégale des candidats

Face à des profils plus qualifiés et multidisciplinaires qui entrent « dans les codes » des entreprises françaises, les

candidats aux compétences limitées issus de formations peu développées pourraient être évincés. Cela est encore plus vrai, à l'heure où les discriminations liées aux genres, à l'âge, à l'handicap, aux origines, au niveau académique et à la situation géographique persistent. L'évolution des mœurs sur l'intégration de collaborateurs issus de la diversité, sur un laps de temps aussi court, paraît difficile.

INVESTIR DANS L'ACCULTURATION NUMÉRIQUE

L'évolution de l'Intelligence Artificielle au détriment des postes de support informatique

L'évolution des nouvelles formes d'intelligences numériques permettent aux entreprises de toutes tailles, d'améliorer significativement leurs performances informatiques à moindres coûts. Les PME et start-up, premières visées par le plan d'embauches des nouveaux candidats formés, seront également les premières à s'équiper. L'avènement de l'intelligence artificielle freinera ainsi les embauches des mé-

TRIBUNE

tiers sous-qualifiés dans le milieu de l'informatique et rendront inéluctablement les emplois à faible valeur ajoutée, obsolètes. Et on parle bien ici d'une situation dans un futur très proche.

Si le plan de formation au numérique des jeunes en marge de la société est en apparence plein de bon sens, il présente en réalité de nombreuses limites. En ce sens, l'insertion professionnelle dans le secteur du numérique d'un million de jeunes sans diplômes semble ambitieux. En revanche, cela n'exclut pas la nécessité d'investir dans l'acculturation numérique, pour que tous les français puissent se saisir des enjeux. De plus, si on s'intéresse aux alternatives, le numérique reste un outil qui peut aider la jeune population sans emploi à se réinsérer dans la vie professionnelle.

Les plateformes collaboratives : outil du numérique en faveur de l'insertion professionnelle des chômeurs

Les nouveaux modèles de travail émergeant des plateformes collaboratives, apportent des solutions concrètes pour les enjeux de l'emploi en France. Un jeune sans diplôme peut exercer un métier de service manuel accessible par des formations courtes, tout en bénéficiant des avantages du statut d'indépendant : autonomie, flexibilité, choix de salaires... sans les inconvénients,



© goodiaz

LE NUMÉRIQUE RESTE UN OUTIL QUI AIDE LA POPULATION SANS EMPLOI

Plombier, Électricien(ne), Peintre, Nounou, Esthéticien(ne). etc. sont autant de métiers en pénurie et qui répondent une forte demande en France. Il s'agit surtout de métiers qui ne seront pas affectés (ou que très tard) par la destruction d'emploi attendue par la montée en puissance de l'intelligence artificielle.

En revanche, il est évident que l'adoption du travail via les plateformes collaboratives nécessite un accompagnement adapté, notamment sur les questions de statuts, droits sociaux, ou encore de protection des travailleurs...

Biographie

Fariha Shah est co-fondatrice et Directrice Générale de **Golden Bees**, la première solution de ciblage intelligent de candidats via la publicité pour le recrutement. Dotée d'un profil 100% digital, **Fariha Shah** a rapidement intégré l'écosystème de la publicité en ligne, en rejoignant des acteurs

de référence sur le marché de la publicité display, pour ensuite se spécialiser dans le conseil. En 2015, après 8 ans dans le domaine du digital, Fariha met à profit son expertise pour fluidifier le marché de l'emploi en ligne grâce à la technologie numérique de **Golden Bees**.

GOLDEN BEES

Daniel Morais est nommé directeur commercial de cette société, qui propose une solution de ciblage intelligent de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique.

*Né en 1978, Ecole Centrale d'Electronique, il débute, en 2004, en tant que manager chez Segula Technologies, avant de rejoindre, en 2007, Figaro Classifieds, comme ingénieur d'affaires grands comptes, expert cadres on line (2008) et, en 2010, directeur des ventes. En 2013, il intègre Work4, en tant que directeur commercial EMEA. Il est chez **Golden Bees** depuis 2018.*

www.executives.fr/a.asp?a=152990



■ Carrières & management



Processus de recrutement

Malgré des difficultés dans leurs activités de détail et d'investissement, les banques continuent d'afficher d'importants besoins en termes de recrutement, en particulier dans les domaines commercial et informatique. Leur tâche tend toutefois à devenir de plus en plus complexe, le secteur ayant perdu en attractivité ces dernières années. Pour y remédier, les établissements bancaires n'hésitent plus à innover dans leurs processus de recrutement, de manière à surprendre, et surtout à attirer, les profils idoines.

Les banques sortent des sentiers battus

Avec plus de 42 000 recrutements par an, les acteurs du secteur bancaire s'imposent parmi les premiers employeurs du privé en France, se félicite la Fédération bancaire française. Malgré les difficultés rencontrées dans les activités de banque de détail et de banque de financement et d'investissement (BFI), cette dynamique à l'embauche devrait se poursuivre en 2019. Par exemple, Société Générale prévoit d'engager cette année plus de 2 000 personnes en contrats en durée indéterminée, 3 000 jeunes en stage ou en alternance ainsi que 300 collaborateurs au travers du «volontariat international en entreprise» (VIE). Le Crédit Agricole d'Ile-de-France, pour sa part, envisage de recruter plus de 1 000 salariés, dont 360 en CDI. «Le marché de l'emploi sur le secteur bancaire est très actif, voire sous tension sur certains profils experts en matière de conformité (compliance), de réglementation mais aussi d'informatique, constate Solène Bonduelle, consultante senior en recrutement, practice finance au sein du cabinet Taste. La digitalisation du secteur a en effet généré un besoin en nouvelles compétences articulées par exemple autour des data ou de l'intelligence artificielle.»

A cela s'ajoutent également des besoins en ressources humaines toujours aussi prononcés dans les fonctions supports (juristes, fiscalistes, etc.) et du côté des commerciaux, qui représentent plus de la moitié des effectifs du secteur. Problème : les offres peinent parfois à trouver preneurs. «Si les banques avaient auparavant le monopole sur un certain nombre de ces profils, et représentaient par ailleurs la voie royale pour les jeunes diplômés, ce n'est plus le cas aujourd'hui, observe Solène Bonduelle. Ce changement de paradigme est notamment dû à la concurrence des fintechs et insurtechs notamment pour certains profils de commerciaux et d'informaticiens, ainsi qu'à l'évolution des attentes des candidats, aujourd'hui plus sensibles à la marque employeur et aux valeurs de l'entreprise.»

Une volonté de créer le buzz

Pour attirer les candidats idoines, les banques doivent donc se réinventer et innover dans leur processus de recrutement. «Pour nous différencier auprès des candidats, nous devons proposer des processus de recrutement plus modernes et rapides que ce que nous faisons jusqu'à récemment, par exemple lors des forums de l'emploi», explique Vanessa Morin, chargée de recrute-



ment au Crédit Agricole d'Ile-de-France. Dans le cadre de cette démarche, les banques organisent par exemple de plus en plus des «after work» en particulier pour le recrutement de commerciaux et chargés de clientèle. «Ces soirées sont l'occasion pour la banque de rencontrer dans un cadre informel une quarantaine de profils qualifiés que nous présélectionnons parmi notre réseau de plus de 500 000 adhérents mais aussi grâce à un important travail de sourcing, de leur présenter leurs équipes, les postes à pourvoir et les valeurs de l'entreprise, puis d'échanger en toute convivialité avec eux, explique Suzy Aboukheir, talent acquisition specialist chez DogFinance, réseau social professionnel en finance, banque, assurance, audit et IT.

A l'automne dernier, Crédit Agricole d'Ile-de-France est allé jusqu'à organiser un after work articulé autour d'une séance de cinéma à l'UGC Bercy. «Cette soirée nous a permis de rencontrer environ 70 candidats, dont une cinquantaine ont été retenus pour passer les tests de recrutement, détaille Vanessa Morin. Au final, une dizaine d'entre eux ont intégré le Crédit Agricole d'Ile-de-France. Lors d'un tel événement, la notion de relation humaine est importante et nous permet de découvrir des facettes de la personnalité d'un candidat que nous n'aurions pas forcément pu repérer à travers la lecture de son CV. Un processus de recrutement qui, par ailleurs, nous permet d'élargir notre visibilité au-delà des traditionnelles annonces sur LinkedIn et grâce auquel nous avons créé le buzz.»

Les profils confirmés également concernés

Pour mieux capter les jeunes profils, notamment en informatique, Société Générale n'hésite pas à organiser pour sa part des «hackathons» en partenariat avec des écoles d'ingénieurs. «L'objectif est de travailler par équipe sur un projet commun pendant plusieurs heures à l'issue desquelles un jury décerne le prix du meilleur projet, explique Hélène Krief, directrice recrutement et mobilité chez Société Générale. Cette approche permet aux étudiants de valoriser leurs compétences techniques mais également leur capacité à travailler en équipe. Les gagnants peuvent gagner, entre autres, une offre d'emploi au sein de notre banque». Toujours dans le domaine informatique, le groupe BPCE a enfin organisé en octobre dernier un «speed meeting», au cours duquel candidat et recruteur ont dix minutes pour se présenter, discuter, et plus si affinités...

Mais l'innovation dans le recrutement vaut également pour des postes plus confirmés, hors IT. A ce titre, elle ne vise cependant pas forcément à susciter des vocations. C'est le cas, par exemple, pour le concours de l'inspection générale organisé par les banques. Très convoité, il attire chaque année de nombreux candidats. «En 2018, nous avons reçu plus de 2 245 candidatures à ce concours pour 40 postes seulement, illustre

Image non disponible.
Restriction de l'éditeur

Hélène Krief, directrice
recrutement et mobilité
Société Générale

Hélène Krief. Pour mieux départager les 300 candidats arrivés en tête de liste à la suite des premières étapes de présélection, nous organisons depuis deux ans un escape game. Nous détectons ainsi les candidats les plus curieux et logiques dans leurs démarches de réflexion tout en identifiant ceux capables de collaborer avec leurs coéquipiers. Autant d'initiatives qui ont vocation à se généraliser. Car les banques l'assurent : elles n'ont pas fini de surprendre les candidats. ■

Anne del Pozo

[@anne_delpozo](#)

«Depuis deux ans, pour mieux départager les 300 candidats au concours de l'inspection générale arrivés en tête de liste à la suite des premières étapes de présélection, nous organisons un escape game.»

Des processus en voie de digitalisation

● De plus en plus, les banques recourent aux solutions digitales pour présenter leurs métiers, dépoussiérer leur image, développer leur présence sur les réseaux sociaux ou encore accélérer leurs processus de recrutement.

● Ainsi, 40 collaborateurs de Société

Générale consacrent deux heures par mois de leur temps à tchater avec des candidats sur la plateforme «My Job Glasses» pour échanger sur leurs missions. Sur le site «Welcome to the Jungle», la banque présente également six de ses métiers au travers de petites vidéos.

● Le Crédit Agricole d'Ile-de-France s'appuie pour sa part sur la plateforme «Golden Bees» qui, grâce à une nouvelle technologie utilisée dans le marketing client, envoie en «push» aux candidats des propositions d'emploi susceptibles de les intéresser. La banque a également digitalisé une partie de son processus de recrutement via sa nouvelle plateforme Numen, ou encore mis en place un test prédictif en ligne, développé par Infor, lui permettant d'identifier des profils cibles en fonction de la personnalité des candidats.

Image non disponible.
Restriction de l'éditeur



LES MÉTIERS

EMPLOI

VOTRE SERGENT RECRUTEUR EST-IL UN ALGORITHME ?

Vous ne le savez peut-être pas, mais sans intelligence artificielle vous n'auriez peut-être pas décroché votre dernier poste. Des technos pour le meilleur ou pour le pire...

CHRISTOPHE BYS

Vous avez sélectionné l'offre d'emploi, soigné votre CV, préparé et réussi vos entretiens pour finalement obtenir le job de vos rêves. Grâce à vos talents et à la perspicacité du recruteur, pensez-vous, et vous avez raison.

À ceci près qu'à différentes étapes du processus de recrutement sont intervenues des briques d'intelligence artificielle (IA). À commencer par la lecture et l'analyse de votre CV. C'est ce que propose la société Textkernel, qui édite des logiciels d'IA qui se connectent aux SIRH (systèmes d'information des ressources humaines). « Nous avons développé des robots capables de lire et de comprendre les concepts d'un CV », résume Yves Loiseau, le general manager Europe du Sud. Pour cela, on fait lire aux robots des dizaines et des dizaines de CV pour qu'ils comprennent que, selon le contexte,

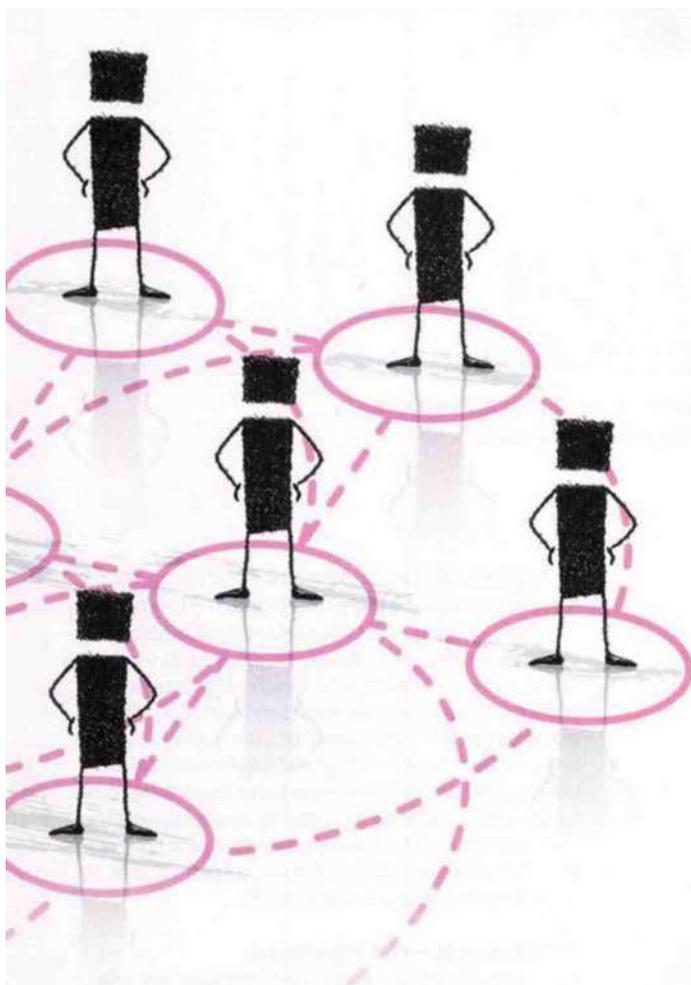
« ingénieur d'affaires » et « ingénieur commercial » signifie la même chose. L'autre talent des briques de Textkernel est d'améliorer la rencontre de l'offre et de la demande, le matching, comme on dit en français dans les start-up RH.

Les équipes de Jobijoba, un agrégateur de sites d'emploi situé dans la banlieue de Bordeaux, ont développé le « CV catcher ». Il s'agit d'analyser les termes clés d'un CV (qu'il soit téléchargé ou photographié par le candidat) pour mettre en face les offres qui correspondent le mieux. Une équipe d'une dizaine de personnes y travaille. Quarante entreprises, parmi lesquelles EDF et Manpower, utilisent ces services, assure Thomas Allaire, le cofondateur de Jobijoba. Il faut entraîner les robots pour qu'ils découvrent le vocabulaire d'une profession, d'un secteur, notamment « les compétences et les certifications », précise-t-il.

Embaucher mieux et différemment

L'usage n'est pas le même, mais la démarche est proche chez Golden Bees. L'IA sert à « comprendre la description d'un poste, des missions et des expertises requises pour le proposer au bon profil de candidat », explique Jonathan Bordereau, le président de la start-up. Golden Bees utilise les outils de la programmation (une technique de la publicité en ligne), puis affiche, sur la page web que vous êtes en train de lire, la publicité RH qui vous amènera peut-être sur la page de votre futur

Ce que dit la loi. En matière d'IA, le règlement général de protection des données (RGPD) complète les dispositions contenues dans la loi Informatique et libertés. L'utilisation de l'IA dans des opérations de recrutement ressort de ce que le droit appelle une « décision individuelle automatisée ». Frédéric Sardain, avocat responsable du pôle IP, tech et data au sein du cabinet Jeantet, rappelle que « le recrutement sans intervention humaine, assimilé à une "décision individuelle automatisée", est interdit par principe ». L'IA peut toutefois être autorisée sous certaines conditions. En matière de recrutement automatisé, il faut recueillir le consentement de la personne concernée. Parmi les garanties spécifiques prévues par le RGPD figure un droit à une intervention humaine pour que la situation soit réexaminée ou pour obtenir une explication de la décision. La personne a aussi le droit de la contester ou d'exprimer son propre point de vue.



LES MÉTIERS
EMPLOI



JÉRÉMY LAMRI,
directeur du pôle
Recherche, innovation
et prospective de JobTeaser

« Avec l'IA non maîtrisée,
gare à l'idiotie augmentée »

Pourquoi y a-t-il eu des ratages dans l'utilisation de l'IA dans le recrutement ?

Si l'on fait de l'intelligence artificielle bêtement dans le recrutement, c'est-à-dire en prenant les résultats obtenus pour argent comptant, on fait comme si l'on considérait que les pratiques passées étaient les bonnes. C'est ce qui est arrivé à Amazon avec son IA. Celle-ci sélectionnait plutôt les CV d'hommes, car Amazon recrutait plus d'hommes que de femmes depuis plusieurs années, parce que ce sont majoritairement des hommes qui suivent des études d'informatique. L'IA estimait logiquement qu'être une femme était un moins.

Que faudrait-il faire ?

On a tendance à croire que l'IA est magique. Il faut réfléchir encore plus à ce que l'on fait quand on l'utilise. Si l'on reprend l'exemple d'Amazon ou que l'on s'intéresse à la diversité ethnique, les résultats seront très différents selon que l'on décide que l'IA sélectionnera les 3, les 20 ou les 200 meilleurs CV. Suit-on l'ordre dans lequel ils ont été triés ou décide-t-on que le choix est fait par un humain ? Il faut garder la main sur le process.

À quoi peut servir l'IA dans le recrutement ?

C'est un outil puissant qui peut aider à mieux recruter, mais qu'il faut manier avec précaution. On ne peut pas l'adopter aveuglément, comme y incitent certains de ses promoteurs. Il faut prendre le temps d'analyser les performances, de regarder les résultats, de les comprendre et les comparer avec ceux obtenus par des experts RH... En résumé, il ne faut digitaliser que ce que l'on maîtrise par ailleurs, sinon on fait de l'idiotie augmentée.

employeur, alors même que vous n'êtes pas en recherche active. Et les usages de l'IA appliquée au recrutement ne s'arrêtent pas là. Pour prendre un dernier exemple, chez Randstad, c'est un chatbot, un robot de conversation, qui assiste en ligne les candidats dans la constitution de leur dossier.

Éviter les dérives

Avec l'IA, on recrutera mieux et différemment, promettent certains. « Quand on demande à un humain comment reconnaître un lion, il cite la crinière. Des logiciels de reconnaissance visuelle ont découvert que la forme de l'iris du lion était si particulière que c'était un moyen plus fiable de l'identifier », détaille François Geuze, le directeur scientifique du HR FiabLab Europe. Mais il précise qu'en matière de ressources humaines, on ne peut pas laisser agir l'IA comme une boîte noire, sans comprendre ce qu'elle fait.

Tout le monde a en tête les mésaventures d'Amazon. Le géant du numérique utilisait une IA pour ses recrutements jusqu'au jour où il découvrit qu'elle privilégiait les candidats hommes aux femmes, répétant les pratiques passées de la firme. Comme le dit Yves Loiseau, de Textkernel, « un robot n'a pas de point de vue », il réplique ce que lui enseignent les données de l'expérience. Pour éviter ces dérives, « pendant le test, on doit regarder comment fonctionne l'IA et faire des réglages fins », estime François Geuze. Et se méfier

d'applications qui pointent leur nez. Des start-up proposent d'analyser les vidéos d'entretien de candidats. À partir du comportement de ces derniers - transpiration, rythme de la parole, clignement des yeux -, on pourra dire s'ils possèdent les qualités pour le poste qu'ils visent. Ce mariage de l'IA et des sciences cognitives ressemble, selon la formule de François Geuze, à une nouvelle « phrénologie », du nom de cette théorie qui définissait le caractère d'une personne à partir de la forme de son crâne. Pour l'heure, dans l'écosystème français, on regarde ces outils avec méfiance et on jure que l'on ne les utilisera pas. Une promesse d'humain est-elle plus fiable qu'un algorithme ?

DR

**BUSINESS PROSPECTIVE**

PME : viser l'international dès le départ

ÉCHELLE Il n'est pas forcément nécessaire d'attendre pour se lancer à la conquête des marchés étrangers. Des entrepreneurs audacieux témoignent.

CRÉER UNE ENTREPRISE en l'imaginant tout de suite à l'échelle mondiale ? Certains n'hésitent pas à franchir le pas. « On me disait qu'il fallait attendre d'avoir une certaine taille pour aller sur le marché étranger, notamment américain, ou que je devais faire mes preuves d'abord », raconte Christopher des Fontaines. Il est le fondateur de JollyClick, un site Internet qui met en relation start-up, associations et entreprises avec les bonnes compétences pour leurs projets.

Pour ce Franco-Suédois, se lancer tout de suite dans plusieurs pays était une évidence, afin de bénéficier de marchés de taille suffisante. « J'estimais que soit nous étions immédiatement internationaux, soit nous courions le risque de disparaître à peine nés, poursuit-il.

D'ailleurs, on dit que pour créer une licorne (NDLR : une start-up valorisée à plus d'1 Md\$), il faut dépasser le seuil de 60 millions de consommateurs potentiels. » Traduction du site, ouverture de bureaux à Londres (Royaume-Uni), Stockholm (Suède), Paris, ont donc été des priorités après la création de la société, au printemps 2015.

Il est vrai que les entreprises digitales ont un gros avantage sur d'autres. « Nous avons tous une culture commune : l'utilisation du numérique, ce qui nous permet d'avoir un langage universel. Dès lors, il est logique et naturel d'intégrer une dimension internationale dès le début et de faire en sorte que notre modèle soit compris et adaptable par tous »,

reconnait Fariha Shah, cofondatrice de Golden Bees. Sa société est spécialisée dans le recrutement programmatique (envoi d'annonces ci-

blées de recrutement aux internautes en fonction de leur profil). Ainsi, Golden Bees s'est déployé au Benelux (Belgique, Pays-Bas, Luxembourg), en Allemagne et au Royaume-Uni, tout en se développant sur le marché français.

AIDE FINANCIÈRE ET ACCOMPAGNEMENT

Qu'on soit entreprise du numérique ou classique, il faut néanmoins des moyens pour tenter l'aventure internationale, ne serait-ce que pour prospecter les clients, partenaires et investisseurs potentiels. Les PME peuvent compter sur plusieurs dispositifs pour y parvenir. En partenariat avec Business France, agence qui promeut l'internationalisation de l'économie française, et la Coface (expert en assurance-crédit), Bpi France, la banque publique d'investissement, propose des aides à l'export sous forme d'enveloppe financière et d'accompagnement personnalisé.

Golden Bees a ainsi pu participer à quatre salons professionnels en 2018, ainsi qu'à un séjour prolongé aux Pays-Bas et en Belgique. Des rendez-vous avec des prospects qualifiés ont été organisés par l'intermédiaire du bureau de représentation de Business France. « Cela nous a permis par la suite de recruter des commerciaux locaux et d'ouvrir un bureau dans les pays ciblés », indique Fariha Shah.

Des aides locales sont également souvent disponibles. JollyClick a ainsi bénéficié du soutien de la région Occitanie.

Ces coups de pouce permettent aussi de rectifier les « faux pas cul-

turels », qui ne manquent pas de se produire. Chez JollyClick par exemple, une publicité à l'esprit bien français a dû être remplacée par une autre, plus policée, pour le marché américain. Cela n'a pas découragé le cofondateur. « Il ne faut pas croire que tout va fonctionner tout de suite, mais cette expérience internationale, acquise très tôt, nous a permis de mieux connaître la culture et de trouver les bons partenaires dans chaque pays », conclut-il. **C.A.**



PME : viser l'international dès le départ

ÉCHELLE Il n'est pas forcément nécessaire d'attendre pour se lancer à la conquête des marchés étrangers. Des entrepreneurs audacieux témoignent.

CRÉER UNE ENTREPRISE en l'imaginant tout de suite à l'échelle mondiale ? Certains n'hésitent pas à franchir le pas. « On me disait qu'il fallait attendre d'avoir une certaine taille pour aller sur le marché étranger, notamment américain, ou que je devais faire mes preuves d'abord », raconte Christopher des Fontaines. Il est le fondateur de JollyClick, un site Internet qui met en relation start-up, associations et entreprises avec les bonnes compétences pour leurs projets.

Pour ce Franco-Suédois, se lancer tout de suite dans plusieurs pays était une évidence, afin de bénéficier de marchés de taille suffisante. « J'estimais que soit nous étions immédiatement internationaux, soit nous courions le risque de disparai-

tre à peine nés, poursuit-il. D'ailleurs, on dit que pour créer une licorne (NDLR : une start-up valorisée à plus d'1 Md\$), il faut dépasser le seuil de 60 millions de consommateurs potentiels. » Traduction du site, ouverture de bureaux à Londres (Royaume-Uni), Stockholm (Suède), Paris, ont donc été des priorités après la création de la société, au printemps 2015.

Il est vrai que les entreprises digitales ont un gros avantage sur d'autres. « Nous avons tous une culture commune : l'utilisation du numérique, ce qui nous permet d'avoir un langage universel. Dès lors, il est logique et naturel d'intégrer une dimension internationale dès le début et de faire en sorte que notre modèle soit compris et adaptable par tous »,

reconnait Fariha Shah, cofondatrice de Golden Bees. Sa société est spécialisée dans le recrutement programmatique (envoi d'annonces ciblées de recrutement aux internautes en fonction de leur profil). Ainsi, Golden Bees s'est déployé au Benelux (Belgique, Pays-Bas, Luxembourg), en Allemagne et au Royaume-Uni, tout en se développant sur le marché français.

AIDE FINANCIÈRE ET ACCOMPAGNEMENT

Qu'on soit entreprise du numérique ou classique, il faut néanmoins des moyens pour tenter l'aventure internationale, ne serait-ce que pour prospecter les clients, partenaires et investisseurs potentiels. Les PME



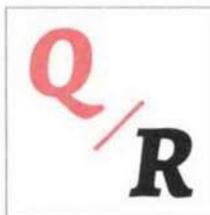
peuvent compter sur plusieurs dispositifs pour y parvenir. En partenariat avec Business France, agence qui promeut l'internationalisation de l'économie française, et la Coface (expert en assurance-crédit), Bpi France, la banque publique d'investissement, propose des aides à l'export sous forme d'enveloppe financière et d'accompagnement personnalisé.

Golden Bees a ainsi pu participer à quatre salons professionnels en 2018, ainsi qu'à un séjour prolongé aux Pays-Bas et en Belgique. Des rendez-vous avec des prospects qualifiés ont été organisés par l'intermédiaire du bureau de représentation de Business France. « Cela nous a permis par la suite de recruter des commerciaux locaux et

d'ouvrir un bureau dans les pays ciblés », indique Fariha Shah.

Des aides locales sont également souvent disponibles. JollyClick a ainsi bénéficié du soutien de la région Occitanie.

Ces coups de pouce permettent aussi de rectifier les « faux pas culturels », qui ne manquent pas de se produire. Chez JollyClick par exemple, une publicité à l'esprit bien français a dû être remplacée par une autre, plus policée, pour le marché américain. Cela n'a pas découragé le cofondateur. « Il ne faut pas croire que tout va fonctionner tout de suite, mais cette expérience internationale, acquise très tôt, nous a permis de mieux connaître la culture et de trouver les bons partenaires dans chaque pays », conclut-il. **C.A.**



Nos experts répondent à toutes vos questions

Les recettes pour fidéliser ses salariés, les avantages pour ceux qui démissionnent, la meilleure façon de rater un changement et des conseils pour entreprendre en solo...

/Q/ Vaut-il mieux monter sa boîte seul ou à plusieurs ?



SOPHIE BAILLOT

Cheffe d'entreprise, fondatrice de l'agence de com So Between, directrice générale du tour-opérateur Un océan de croisières.



S. B. Autant vous le dire tout de suite : impossible de vous répondre en généralisant ! Et plus vous poserez la question à des entrepreneurs, moins vous en saurez ! L'expérience des uns n'éclaire que le chemin parcouru. Partons alors de ce qui est vrai pour tout le monde : on entreprend parce qu'on a un projet, et réfléchir à plusieurs permet souvent d'accélérer les choses, de faire le tri dans les idées et d'y voir plus clair. Ensuite, c'est une aventure magnifique mais plus que prenante. Entreprendre en groupe permet de partager les tâches, et donc de soulager le poids porté par chacun,

tout en gagnant du temps. Autre vérité qu'il est bon de rappeler : mieux vaut être seul que mal accompagné. La route de la création d'entreprise est longue et l'on connaît tous de nombreux cas où les associés ont fini par se tourner le dos. Cependant, progresser seul est réellement compliqué. On apprend en marchant et en se prenant les pieds dans le tapis. Par moments, on progresse nettement moins vite que si l'on était plusieurs et on est obligé d'apprendre à faire plein d'autres métiers que celui qui nous motivait lorsqu'on a monté notre boîte. Etre à plusieurs, dans les moments de doutes,

c'est un plus indéniable. On se remotive, on se soutient. L'émulation collective est un puissant carburant. Alors plutôt que de trancher, je répondrai en parlant de mon expérience : entreprendre seule est plus éprouvant, mais on apprend davantage et, au moins, les fondations sont solides. On sait de quoi l'on parle et comment ça marche. Commencer seul est formateur, s'associer ensuite permet de grandir plus vite. Alors, pourquoi choisir ?



/Q/ Va-t-on vraiment pouvoir bénéficier du chômage en cas de démission ?



LUCIEN FLAMENT
Avocat au cabinet Valmy, spécialiste de droit social et de droit du travail.



L. F. Par principe, jusqu'à présent, démissionner ne donnait pas droit à l'assurance chômage. A la suite d'une promesse de campagne d'Emmanuel Macron, la loi Avenir professionnel du 5 septembre 2018 prévoit désormais la possibilité d'être indemnisé même en cas de démission. Sont concernés les salariés ayant un projet de reconversion professionnelle nécessitant une formation et ceux portant un projet de création ou de reprise d'entreprise. Leur projet devra présenter un caractère réel et sérieux, validé par les commissions paritaires interprofessionnelles régionales (art. L 5422-1 du Code du travail). En outre, l'indemnisation ne peut bénéficier qu'aux collaborateurs ayant été employés pendant au moins cinq années de suite. Préalablement à sa démission, le salarié devra demander un « conseil en évolution professionnelle » auprès d'une institution, d'un organisme ou d'un opérateur agréé qui l'aidera à établir son projet (art. L 5422-1-1 et L 6111-6 du Code du travail). Pôle emploi aura vocation à contrôler que les démarches de reconversion professionnelle sont effectives, au plus tard dans les six mois suivant l'ouverture des droits (art. L 5426-1-2 du Code du travail). Mais, attention, ces nouvelles dispositions ne sont pas encore applicables. Elles auraient dû le devenir à la suite de la renégociation de l'accord d'assurance chômage entre les partenaires sociaux. Celle-ci ayant échoué, le gouvernement a annoncé son intention de faire voter une loi d'ici à l'été. Rappelons qu'un certain nombre de cas de démission sont déjà considérés comme « légitimes » et donnent droit à une indemnisation. Par exemple, quand la démission est posée pour suivre son (sa) conjoint(e) muté(e) dans une autre région.

/Q/ Puis-je refuser que l'on me mute à une heure de route de mon domicile ?

L. F. L'employeur peut modifier unilatéralement le lieu de travail du salarié dès lors que les locaux restent dans le même secteur géographique. Toutefois, la notion de secteur géographique est appréciée assez librement par la jurisprudence, comme en témoigne une affaire récente. La comptable d'une entreprise industrielle vivait et travaillait depuis plus de quinze ans dans la banlieue d'Avignon quand son employeur lui impose une mutation à Aix-en-Provence, à près de 80 kilomètres de là. Elle refuse et est licenciée. Contestant

ce licenciement, elle obtient gain de cause devant le conseil de prud'hommes d'Avignon puis devant la cour d'appel de Nîmes. L'employeur se pourvoit en cassation. Il soutient que le déménagement a eu lieu dans le même secteur géographique, les nouveaux et les anciens bureaux étant situés dans deux départements limitrophes pouvant être facilement rejoints en plus ou moins une heure de trajet. La chambre sociale confirme l'avis de la cour d'appel, qui avait relevé que le nouveau lieu de travail n'appartenait

pas au même bassin d'emploi (l'espace géographique à l'intérieur duquel la plupart des actifs résident et travaillent) et qu'en conséquence il ne se situait pas dans le même secteur géographique (Soc., 20/2/2019). Une mutation vers un nouveau lieu de travail trop éloigné peut donc être contestée, sauf si le contrat a prévu une clause de mobilité ou s'il s'agit d'un déplacement occasionnel justifié.



JENNIFER SITRUK
Directrice France de Perkbox, plateforme au service du bien-être et de l'engagement des salariés.



/Q/ Compliment et reconnaissance, quelle différence ?

J. S. 44% des Français estiment que leur travail n'est pas reconnu à sa juste valeur. Mais remercier en tête-à-tête ne suffit pas à susciter un sentiment de reconnaissance, car celle-ci, pour être ressentie, doit être partagée. Il est important de faire connaître chaque petite ou grande victoire d'un collaborateur. Un contrat signé, un partenariat conclu ou tout autre fait positif pour l'entreprise doit être souligné pour marquer les esprits. Envoyer un e-mail à l'ensemble de l'équipe pour mettre en valeur le collaborateur qui a remporté le succès est un geste simple qui produit de l'émulation tout en reconnaissant l'effort individuel. Pour favoriser ce sentiment de reconnaissance, il est aussi important de se concentrer sur

le positif plutôt que de s'appesantir sur les échecs. Enfin, l'entreprise peut essayer d'encourager les compliments entre collègues, via, par exemple, des plateformes sur lesquelles salariés et managers sont amenés à reconnaître et à apprécier le travail des autres. Chacun peut témoigner sa reconnaissance pour le travail effectué par autrui, son intégration des valeurs, ou mettre en avant une personne pour la remercier. Cette démarche permet à chacun de prendre du recul et de se demander à qui il pourrait envoyer un compliment. Loin d'être artificiel, un tel outil renforce l'attention portée au travail de ses coéquipiers et met en lumière le fait que le succès d'une entreprise repose avant tout sur de belles victoires humaines.



/Q/ Comment retenir les talents... sans argent ?

F. S. D'après une enquête de BPI publiée en janvier 2018, 42% des PME et ETI ont déjà fait face à des départs non souhaités de salariés clés. Or la rétention des talents est un enjeu majeur, surtout pour les start-up, dont l'activité et la croissance dépendent des ressources humaines. Alors, comment fidélise-t-on des collaborateurs sur le long terme ? D'abord, sondez-les ! En sollicitant vos salariés directement ou à travers un sondage anonyme, vous aurez des informations concrètes pour comprendre vos forces et vos faiblesses. Cette étape vous permet non seulement de prouver à vos collaborateurs

que vous êtes à leur écoute, mais également de cibler les actions à mener pour augmenter leur niveau de satisfaction. Ensuite, adoptez le management collaboratif. Dites-vous que vos employés travaillent avec vous et non pour vous. En adoptant cette logique, vous allez déléguer des missions que le salarié pilotera de manière autonome. Le rôle du manager consiste alors non pas à diriger mais à accompagner. Cela signifie prendre en considération la personnalité et les compétences de chacun, et offrir les ressources nécessaires pour améliorer la productivité individuelle. Enfin, n'oubliez pas que chacun est différent ! Porter

de l'attention aux autres et vouloir leur bien nourrir la cohésion des groupes. La valorisation passe par des mots pour encourager ou féliciter. Mais pas seulement ! Vous identifiez des compétences managériales chez une personne ? Proposez-lui de devenir leader de son équipe. Vous sentez chez une autre un esprit entrepreneurial ? Délégez-lui le pilotage d'un projet. Vous décelez chez une troisième des compétences non utilisées ? Proposez-lui de créer un département.



FARIHA SHAH
Directrice générale de Golden Bees, solution de ciblage intelligent de candidats via la publicité pour le recrutement.



/Q/ Certains changements sont-ils impossibles ?

E. N. Réussir le Brexit ? Redresser les comptes publics ? Parvenir à hisser le PSG en finale de la Ligue des champions ? Certains projets ressemblent à des combats perdus d'avance. Existerait-il des changements impossibles, de ceux dont on se dit (souvent trop tard) qu'on aurait dû y réfléchir à deux fois avant de se lancer ? Une vidéo publicitaire s'est récemment propagée sur les réseaux sociaux montrant Theresa May harcelée par les journalistes et poussant derrière elle la porte du 10 Downing Street. Une fois dans son hall d'entrée, exténuée par son harassante journée, elle multiplie les gestes obscènes en direction de l'extérieur. La scène se termine par la question que se pose tout responsable confronté à une situation de changement quasi inextricable : «Vous en avez plus qu'assez de votre job ?» Et vous êtes incité à cliquer sur le lien qui vous permettra d'en trouver un autre. Cette fausse Theresa May pourrait bien devenir la nouvelle égérie de cette race éternelle d'antihéros qui, de Sisyphe à Batman, d'Œdipe à Cyrano, ont travaillé sans relâche pour des causes perdues. Qui sont de nos jours ces «leaders-martyrs» des projets à espérance de réalisation faible ? Patrons de projets d'ERP, responsables du déploiement de nouvelles normes comptables, managers des plans de sauvegarde de l'emploi, responsables de la numérisation dans le secteur de l'assurance et bien d'autres encore, tous partagent dans une forme d'angoisse paranoïaque le sentiment du devoir non pas accompli mais impossible à accomplir. Bien loin des *bullshit jobs*, ils portent haut les couleurs

d'un genre trop souvent négligé et pourtant plein de panache, auquel toutes les organisations devraient tirer leur chapeau : celui du *beautiful loser*. Quand je me suis lancé dans le métier, mon premier cabinet de conseil revendiquait cette ambition digne d'un épisode de *Mission impossible* : réussir un changement quand les forces sociales et politiques s'y opposent. Alors, impossible, le changement ? Mais non ! Parce que projet raté ou pas, «on ne se baigne jamais deux fois dans le même fleuve». Supposons que le Brexit échoue, nos amis britanniques redeviendront-ils les mêmes que dans le passé ? Certes non. Et je prends ici un pari osé : oui, le PSG arrivera en finale de la Ligue des champions d'ici deux ans. Même quand le défi qu'on vous a confié vous semble perdu d'avance, quelques réflexes peuvent vous sauver, que l'on pourrait qualifier de bon sens s'ils n'étaient pas systématiquement oubliés. D'abord, vous demander ce que ce défi ne va pas changer avant de vous demander ce qu'il va changer. Que va-t-il perpétuer, que va-t-il faire briller dans l'histoire de votre organisation ? Ensuite, repérer vos alliés, ces bonnes âmes qui vont vous aider à mettre de l'intelligence et de l'énergie dans votre entreprise. Enfin, accepter que cela prenne le temps qu'il faudra et, en attendant, chercher des sources de plaisir. Oublier que celui-ci est une source infinie de créativité et d'effort est une erreur commune, et sans doute plus tragique encore que le ratage d'un projet.



ERWAN NABAT
Associé au sein
du groupe Mazars
Alter&Go,
conseil en
accompagnement
du changement.





GIRONDE NUMÉRIQUE

PME CHERCHENT DÉVELOPPEURS DÉSESPÉRÉMENT

Astrid Gouzik avec Jean Berthelot de la Glétais

C'est une antienne qui revient avec une régularité de métronome ces derniers mois : les entreprises de Gironde ont le plus grand mal à recruter des profils technologiques. La pénurie est telle que le rapport de force s'est inversé, au grand dam des recruteurs, et que les salaires atteignent des niveaux jugés parfois injustifiés.

« Je suis bien placé pour savoir que vous recrutez beaucoup puisque tous les profils technologiques que nous employons chez Bordeaux Métropole partent chez vous... Et nous n'avons pas les moyens de leur proposer les mêmes niveaux de salaire. » Lancée sur le ton de la plaisanterie, en janvier dernier lors d'une table-ronde, cette remarque d'Alain Juppé, ancien président de Bordeaux Métropole, à Nicolas Leroy-Fleuriot, PDG de Cheops Technology, en dit long sur l'état d'esprit des patrons girondins. En tension, comme le marché du travail dans le domaine des nouvelles technologies. Qu'elle soit ETI, comme Cheops Technology, ou startup, comme Welyb. Qu'il s'agisse d'une entreprise purement numérique, comme Cartégie, ou issue d'un secteur plus traditionnel, comme Qérys. C'est toujours le même refrain : où sont passés les « informaticiens » ? « Ce que je note, c'est que nous recevons moins de candidatures spontanées qu'il y a

quelques années », raconte Jean-Baptiste de la Rivière, directeur R & D chez Immersion, spécialiste de la réalité virtuelle (48 salariés, 8 M de CA en 2018). « Clairement, la compétition est plus rude parce qu'il y a de plus en plus d'entreprises qui recherchent ces compétences. »

Le règne des ESN ?

Bordeaux entreverrait donc le revers de la médaille de sa récente attractivité ? Il faut dire que les nouveaux arrivants, Ubisoft, Betclic, Deezer, pour ne citer qu'eux, sont très gourmands en profils IT. Puis il faut composer avec les entreprises de services du numérique (ESN), à l'instar de CGI qui annonçait début 2018 vouloir recruter 250 personnes à Bordeaux.

« Fatalement, quand ces entreprises recrutent des dizaines de salariés sur plusieurs mois, cela a tendance à assécher un peu le marché... même si nous n'avons pas exactement les mêmes besoins », confie Jean-Baptiste de la Rivière. Plus discrètes, les start-up recrutent moins mais elles sont nombreuses dans la métropole bordelaise.

« Assez régulièrement, lorsqu'un salarié quitte l'entreprise, c'est pour une start-up », raconte Romain Boiteux, responsable des ressources humaines pour le groupe Cartégie, PME spécialisée dans la data, fondée à Bruges en 1988 (100 salariés). Pour cet acteur historique du numérique dans la région bordelaise, le recrutement est un

frein à son développement. « Nos salariés pouvaient rester entre 10 et 15 ans. Aujourd'hui, on observe une réelle pression du marché local s'exercer sur nos équipes. Il y a une forme de surenchère sur les salaires, de la part des nouveaux entrants notamment », souligne-t-il.

La pénurie de profils qualifiés, notamment de développeurs, ralentit la digitalisation des entreprises traditionnelles en Gironde, particulièrement dans l'industrie.

L'ENQUÊTE

L'INTERVIEW JACQUES TRÉPANT, DIRECTEUR DES OPÉRATIONS DE SERMA ENERGYP. 28

INTERNATIONAL CE QU'APPORTE L'EUROPE AUX PME FRANÇAISES. 30

Cherche développeur senior spécialisé

« Nous voyons certains jeunes diplômés négocier jusqu'à 6 000 euros mensuels », assure Fariha Shah, présidente de Golden Bees, solution spécialisée dans le recrutement des profils très qualifiés dans le numérique. Le prix de la rareté ! Or, dénicher un développeur, un analyste programmeur ou un architecte java sur le marché girondin de l'emploi semble s'apparenter à la quête du Graal. « De manière générale, il y a une réelle pénurie de développeurs. Puis il y a des pénuries plus spécifiques, sur la technologie Symfony par exemple qui est très demandée, ou



sur le framework JavaScript Angular », insiste Romain Boiteux. Plus le collaborateur est spécialisé, plus les salaires s'envolent. « Ce qui peut rendre notre recherche plus complexe, c'est que nous sommes aussi en demande de profils qui soient structurants, pas uniquement des juniors sortis d'école. Et nous ne pouvons pas rentrer dans le combat des salaires, en revanche, nous pouvons jouer la carte de l'entreprise qui évolue dans un univers de pointe », reconnaît Jean-Baptiste de la Rivière. Même son de cloche du côté de Cartégie qui insiste : « Cette pression nous amène parfois à des différences de salaires au sein de l'entreprise, entre les développeurs et le marketing par exemple, qui ne sont pas justifiées ! »

L'industrie particulièrement touchée Mais les entreprises du numérique ne sont pas les seules à blâmer pour cette pénurie. « La digitalisation est stratégique pour toutes les sociétés quel que soit leur domaine d'activité, notamment la modernisation du système d'information », observe Laura Painot, responsable de division IT chez Hays Bordeaux. « Dans la région, ces problèmes de recrutement touchent particulièrement l'industrie, le BTP et la santé. Contrairement aux idées reçues, ces entreprises traditionnelles ont du mal à s'aligner sur les salaires proposés dans les sociétés du numérique mais vont proposer des perspectives d'évolution plus intéressantes », fait valoir la spécialiste du recrutement. Alors quand une entreprise chanceuse arrive à trouver développeur à son pied, elle déploie des trésors d'inventivité pour le retenir.

C'est notamment le cas de l'agence de stratégie digitale Ekino (40

salariés à Bordeaux) qui affirme ne pas rencontrer de problème de recrutement. « Parce que notre offre est différente. Nos collaborateurs savent qu'ils travailleront en équipe, dans nos locaux dans le centre-ville. Ils ne seront pas envoyés seuls chez le client. Et nous leur laissons du temps pour la veille technologique, cruciale dans ces métiers », explique Sébastien Collery, directeur de l'agence. Cartégie, de son côté, mise de plus en plus sur l'alternance : « On s'y met même si cela nous coûte cher car c'est un des seuls moyens d'attirer des jeunes développeurs et d'espérer les garder à l'issue de la formation », souligne Romain Boiteux. « Même si on voit fortement se développer les contrats en free lance, le CDI est roi. Il n'est plus question de CDD, ni d'intérim », assure Laura Painot.

Quand le marché de l'emploi est en tension, c'est à l'entreprise de s'adapter. Le prix de la rareté.

« Il y a une forme de surenchère sur les salaires, de la part des nouveaux entrants notamment. » Romain Boiteux

Romain Boiteux, responsable des ressources humaines pour le groupe Cartégie. ■



MANAGEMENT Actualité

CINQ START-UP QUI DÉPOUSSIÈRENT L'ENTREPRISE

RESSOURCES HUMAINES Recrutement, organisation, marque employeur, bien-être salarial... Les start-up de la « RH Tech » se sont emparées de tous les niveaux du management, à grand renfort d'innovations technologiques. De nouvelles méthodes de travail.

CÉCILIA DI QUINZIO @CciliaDiQuinzio

La « RH Tech » ou « HR Tech » (*human resources*) désigne l'écosystème des start-up œuvrant dans les nouvelles technologies appliquées aux ressources humaines et au management dans l'entreprise : logiciels, plateformes en ligne, applications mobiles... Autant d'outils qui permettent d'automatiser un certain nombre de tâches, de digitaliser certains systèmes, d'optimiser les processus... La RH Tech a connu, notamment en France, un développement rapide ces dernières années : plus de 600 jeunes pousses sont positionnées sur le terrain. Les grands groupes ont largement adopté les logiciels pour moderniser leurs RH, et se tournent désormais vers une deuxième génération de technologies : les plateformes en cloud et même, pour certains, l'intelligence artificielle.

De leur côté, les PME et TPE poursuivent la numérisation de leurs équipements. L'entreprise est encore en pleine mutation, on comprend dès lors que les opportunités pour les start-up sont nombreuses, à tous les niveaux du management : marque employeur, repérage, recrutement et gestion des candidats, qualité de vie au

travail, outils collaboratifs... Voici cinq exemples de technologies à intégrer dans son organisation.

SUPERMOOD, LE BIEN-ÊTRE SALARIAL

L'OUTIL. Il s'agit d'une solution qui invite régulièrement les salariés à répondre à des sondages afin de détecter les points faibles et les points forts de l'entreprise en temps réel. Objectif : améliorer leurs conditions de travail ainsi que leur productivité.

COMMENT ÇA FONCTIONNE ? Chaque semaine, les collaborateurs reçoivent des questionnaires réduits créés par des psychologues du travail. La machine se charge ensuite de faire parler les chiffres et d'identifier leurs besoins pour les transmettre aux dirigeants. Ces derniers pourront alors mettre en place des actions destinées à renforcer le dialogue interne et la marque employeur de leur entreprise.

L'HISTOIRE. Kevin Bourgeois et Robin Nicollet, parce qu'ils regrettent de ne pas avoir pu exprimer leurs manques dans les sociétés qu'ils ont quittées, décident de fonder en 2015, une start-up qui innove sur le terrain des enquêtes annuelles de satisfaction des salariés. Supermood est née, alors qu'ils étaient tou-

jours étudiants en ingénierie télécoms en Bretagne, de la volonté d'ouvrir entre collaborateurs, managers et RH des dialogues plus fréquents, plus personnalisés et plus pertinents.

STEEPLE, LA COMMUNICATION INTERNE

L'OUTIL. Disponible sur de grands écrans tactiles dans les lieux de vie de l'entreprise, mais aussi via une application mobile et web, Steeple (clocher, en anglais) permet aux collaborateurs de se tenir au courant des actualités, des nouveautés et des informations relatives à leur société en un seul lieu. **COMMENT ÇA FONCTIONNE ?** Steeple prend la forme d'un tableau de bord qui s'adapte aux utilisateurs, qu'ils soient en pause dans les locaux de l'entreprise, en déplacement, devant leur poste... À la manière d'un réseau social, il permet à tous de publier facilement des documents, des vidéos, des GIF... Une fois connecté, l'utilisateur a accès à une liste de propositions géolocalisées des membres de son équipe. Il peut entrer en contact avec eux pour organiser une activité, demander de l'aide ou pour communiquer sur un projet.

L'HISTOIRE. Lancée en 2015, par Jean-Baptiste de Bel-Air et Nicolas



Maloeuvre à Rennes, cette jeune pousse a pour ambition de se substituer au traditionnel tableau d'affichage. Cette solution propose de moderniser la communication à l'intérieur des entreprises.

GOLDEN BEES, LE RECRUTEMENT

L'OUTIL. Tourné vers le recrutement, Golden Bees dispose d'un algorithme auto-apprenant alimenté par les données des candidats potentiels afin de diffuser des offres d'emploi au sein des espaces publicitaires digitaux.

COMMENT ÇA FONCTIONNE ? Les équipes de Golden Bees ont modélisé plus de 8 millions de profils de candidats, grâce à des données achetées auprès de professionnels, tels que Mastercard : localisation, poste actuel... Ces informations sont comparées aux missions proposées par le recruteur afin que la solution de ciblage génère des bannières « emploi » aux couleurs de l'entreprise, adaptées au profil des candidats. L'outil permet aussi de mesurer les performances des campagnes de recrutement.

L'HISTOIRE. En 2015, Jonathan Bordereau, Fariha Shah, Sébastien Accambray et Saqab Hassnaïn,

quatre Parisiens passionnés de webmarketing, ont l'heureuse idée d'adapter les meilleures pratiques de la publicité programmatique aux besoins du recrutement...

SPARTED, LA FORMATION

L'OUTIL. Sparted se définit comme une plateforme de « *micro learning social et gamifié sur mobile* ». Elle permet à n'importe qui au sein de la société de se former tous les jours, en quelques minutes, autour de thématiques très variées via de multiples jeux sur son smartphone ou tablette.

COMMENT ÇA FONCTIONNE ? Par le biais de cette plateforme, les collaborateurs progressent à travers un système de niveaux et de classements. Ils cumulent des points, des badges et des récompenses. Et pour plus de motivation, l'interface est très inspirée des jeux sur mobile : elle est attractive voire addictive.

L'HISTOIRE. Matthieu le Vasseur, qui a fondé Sparted en 2014 à Paris, a la conviction que la plupart des gens ont envie de s'améliorer, dans leur métier et dans leurs connaissances en général, mais que tout le monde n'est pas prêt à

en faire l'effort. La clé : enlever la friction de l'effort en permettant aux entreprises de former leurs salariés... en s'amusant.

BUBBLE PLAN, LA PLANIFICATION DE PROJETS

L'OUTIL. Planning opérationnel, gestion des tâches, feuille de route, présentation client... Bubble Plan propose une série de tableaux de bord qui regorgent de fonctionnalités et de services (reporting, checklist, messagerie...) pour planifier et piloter des projets. En somme, c'est le planning augmenté par excellence.

COMMENT ÇA FONCTIONNE ? Bubble Plan permet à ses utilisateurs de positionner des tâches ou actions sous forme de bulles dans un planning partagé en cloud. Un système de « drag and drop » (glisser-déposer) plutôt intuitif pour une approche facile d'utilisation, voire ludique.

L'HISTOIRE. Les frères Julien et Benoît Seligmann, lassés des paperboards, des tableaux Excel et autres Powerpoint, décident de créer Bubble Plan en 2015 à Paris, une gamme d'outils collaboratifs en ligne, simples d'utilisation et très visuels. ♦



APPLICATIONS MOBILES,
plateformes en ligne, logiciels... De nombreux outils permettent d'automatiser et d'optimiser les processus en termes de ressources humaines.



Enquête Les PME girondines face à la pénurie de développeurs

Astrid Gouzik a

C'est une antienne qui revient avec une régularité de métronome ces derniers mois : les entreprises de Gironde ont le plus grand mal à recruter des profils technologiques. La pénurie est telle que le rapport de force s'est inversé, au grand dam des recruteurs, et que les salaires atteignent des niveaux jugés parfois injustifiés.

- La pénurie de profils qualifiés, notamment de développeurs, ralentit la digitalisation des entreprises traditionnelles en Gironde, notamment dans l'industrie. —

Photo : CC0

Au menu Le règne des ESN ? Cher développeur senior spécialisé L'industrie particulièrement touchée L'inventivité pour fidéliser les développeurs La formation en question

« Je suis bien placé pour savoir que vous recrutez beaucoup, puisque tous les profils technologiques que nous employons chez Bordeaux Métropole partent chez vous... Et nous n'avons pas les moyens de leur proposer les mêmes niveaux de salaire ». Lancée sur le ton de la plaisanterie, en janvier dernier, lors d'une table-ronde, cette remarque d'Alain Juppé, ancien président de Bordeaux Métropole, à Nicolas Leroy-Fleuriot, PDG de Cheops Technology, en dit long sur l'état d'esprit des patrons girondins. En tension, comme le marché du travail dans le domaine des nouvelles technologies.

Qu'elle soit ETI, comme Cheops

Technology, ou start-up, comme Welyb, qu'il s'agisse d'une entreprise purement numérique, comme Immersion, ou issue d'un secteur plus traditionnel, comme Qérys, c'est toujours le même refrain : où sont passés les « informaticiens » ?

« Ce que je note, c'est que nous recevons beaucoup moins de candidatures spontanées qu'il y a quelques années », raconte Jean-Baptiste de la Rivière, directeur R&D chez Immersion, spécialiste de la réalité virtuelle (48 salariés, 8 M€ de CA en 2018). « Clairement, la compétition est plus rude, parce qu'il y a de plus en plus d'entreprises qui recherchent ces compétences. »

Le règne des ESN ?

Bordeaux entreverrait donc le revers de la médaille de sa récente attractivité ? Il faut dire que les nouveaux arrivants, Ubisoft, Betclit, Deezer, pour ne citer qu'eux, sont très gourmands en profils IT. Puis il faut composer avec les entreprises de services du numérique (ESN), à l'instar de CGI, qui annonçait, début 2018, vouloir recruter 250 personnes à Bordeaux. « Fatalement, quand ces entreprises recrutent des dizaines de salariés sur plusieurs mois, cela a tendance à assécher un peu le marché... même si nous n'avons pas exactement les mêmes besoins », confie Jean-Baptiste de la Rivière.

« Avant, nos salariés pouvaient rester entre 10 et 15 ans.

Aujourd'hui, on observe une réelle pression du marché local sur nos équipes. »

Plus discrètes, les start-up recrutent

moins, mais elles sont nombreuses dans la métropole bordelaise.

« Assez régulièrement, lorsqu'un salarié quitte l'entreprise, c'est pour une start-up », raconte Romain Boiteux, responsable des ressources humaines pour le groupe Cartégie, PME spécialisée dans la data, fondée à Bruges en 1988 (100 salariés). Pour cet acteur historique du numérique dans la région bordelaise, le recrutement est un frein à son développement. « Nos salariés pouvaient rester entre 10 et 15 ans. Aujourd'hui, on observe une réelle pression du marché local s'exercer sur nos équipes. Il y a une forme de surenchère sur les salaires, de la part de nouveaux entrants notamment », souligne-t-il.

Cher développeur senior spécialisé « Nous voyons certains jeunes diplômés négocier jusqu'à 6 000 euros mensuels », assure Fariha Shah, présidente de Golden Bees, solution spécialisée dans le recrutement des profils très qualifiés dans le numérique. Le prix de la rareté ! Or, dénicher un développeur, un analyste programmeur ou un architecte Java sur le marché girondin de l'emploi semble s'apparenter à la quête du Graal. « De manière générale, il y a une réelle pénurie de développeurs. Puis il y a des pénuries plus spécifiques, sur la technologie Symfony, par exemple, qui est très demandée, ou sur le framework JavaScript Angular », insiste Romain Boiteux. Plus le salarié est spécialisé, plus les salaires s'envolent. « Ce qui peut



rendre notre recherche plus complexe, c'est que nous sommes en demande de profils qui soient structurants, pas des juniors sortis d'école et nous ne pouvons pas rentrer dans le combat des salaires », reconnaît Jean-Baptiste de la Rivière.

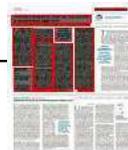
Même son de cloche du côté de Cartégie, qui insiste : « Cette pression nous amène parfois à des différences de salaires au sein de l'entreprise, entre les développeurs et le marketing par exemple, qui ne sont pas justifiées ! »

L'industrie particulièrement touchée Mais les entreprises du numérique ne sont pas les seules à blâmer pour cette pénurie. « La digitalisation est stratégique pour toutes les sociétés, quel que soit leur domaine d'activité, notamment la modernisation du système d'information », observe Laura Painot, responsable de division IT chez Hays Bordeaux. « Dans la région, ces problèmes de recrutement touchent particulièrement l'industrie, le BTP et la santé. Contrairement aux idées reçues, ces entreprises traditionnelles ont du mal à s'aligner sur les salaires proposés dans les sociétés du numérique, mais vont proposer des perspectives d'évolution plus intéressantes », fait valoir la spécialiste du recrutement. L'inventivité pour fidéliser les développeurs

Alors quand une entreprise chanceuse arrive à trouver développeur à son pied, elle déploie des trésors d'inventivité pour le retenir. C'est notamment le cas de l'agence de stratégie digitale Ekino (40 salariés à Bordeaux) qui affirme ne pas rencontrer de problème de recrutement. « Parce que notre offre est différente. Nos collaborateurs savent qu'ils travailleront en équipe, dans nos locaux, dans le centre-ville. Ils ne seront pas envoyés seuls chez le client. Et nous leur laissons du temps pour la veille technologique, cruciale dans ces métiers », explique Sébastien Collery, directeur de l'agence.

Cartégie, de son côté, mise de plus en plus sur l'alternance : « On s'y met, même si cela nous coûte cher, car c'est l'un des seuls moyens d'attirer des jeunes développeurs et d'espérer les garder à l'issue de la formation », souligne Romain Boiteux. « Bien que se développent fortement les contrats en freelance, le CDI est roi. Il n'est plus question de CDD, ni d'intérim », assure Laura Painot. Quand le marché de l'emploi est en tension, c'est à l'entreprise de s'adapter. Le prix de la rareté. La formation en question « Nous payons actuellement le manque de formations dans le domaine du numérique, il y a quelques années. Mais ce manque tend à être comblé », analyse Laura

Painot, responsable de division IT chez Hays Bordeaux. La Région a notamment entrepris une démarche qui englobe tout un écosystème, incluant les structures éducatives, pour tenter de faire face à cette nouvelle donne. Parmi ces formations désormais proposées en Gironde, il y a notamment celles que dispense Bordeaux Digital Campus. Web marketing, multimédia, digital et webdesign, big data : les filières y sont nombreuses « mais on n'arrive pas pour autant à fournir aux entreprises tous les profils dont elles auraient besoin », regrette Yvan Perrière, directeur de l'établissement. « Depuis l'ouverture de notre formation dédiée au big data, 100 % de nos étudiants ont été très rapidement embauchés - dans l'entreprise où ils avaient fait leur alternance, pour les trois quarts d'entre eux. Et la concurrence est rude pour tenter de débaucher les meilleurs éléments. » ■



MANAGEMENT

Grandes entreprises, start-up : à qui profite le recrutement high-tech ?

Les outils numériques facilitent la chasse aux profils multicompetents et aux cols bleus

Les grandes entreprises s'intéressent à tout ce qui leur offre des solutions pour gagner la « guerre des talents ». Captation de candidatures sur les réseaux sociaux, ergonomie des sites carrières pour postuler en un clic, tri sophistiqué des candidatures : chaque détail compte pour brasser le plus large possible, puis être en capacité de choisir le meilleur. « Les entreprises doivent aller vite dans les entretiens, la convocation, pour que l'expérience candidat soit bonne et pour garder leur attention », explique Yves Grandmontagne, président du Lab RH, un groupe de start-up spécialisées dans les ressources humaines.

Impossible aujourd'hui pour une grande entreprise de se contenter des méthodes traditionnelles de recrutement que sont la publication d'annonces ou l'organisation de salons. « Il faut des solutions nouvelles », explique Vincent Mattei, directeur de l'acquisition des talents de Thales. Pour trouver les meilleurs ingénieurs, féminiser ses métiers ou encore dénicher des experts en cybersécurité, le groupe électronique de défense s'appuie sur des start-up du numérique, qui augmentent ses canaux de recrutement : des forums virtuels de recrutement aux chatbots, en passant par des campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux ciblées sur les candidats qui ne sont pas en recherche active. Outre les campa-

gnes réalisées sur LinkedIn, l'ensemble de ces méthodes représenterait grosso modo un cinquième des recrutements du groupe.

Les grandes entreprises sont les plus grandes consommatrices de ce type de services. « Elles ont plus de besoins en recrutement et une plus grande proximité avec la technologie », souligne Fariha Shah, directrice générale de Golden Bees, start-up spécialisée dans le ciblage publicitaire d'annonces d'emplois. Il s'agit surtout « de clients qui ont de gros besoins, avec plusieurs centaines de recrutements annuels », souligne Thomas Allaire, fondateur de Jobijoba qui édite CV Catcher, un logiciel qui traduit les CV déposés par les candidats en « compétences », puis opère les appariements les plus pertinents.

Le « data scientist », un oiseau rare

Si son outil s'adresse potentiellement à tous, il sert d'abord au recrutement de cadres ou des profils techniques comme dans l'informatique, où les employeurs déplorent des pénuries. Autre usage possible : identifier des compétences auxquelles ne correspondent que très peu de formations ou de certifications. L'exemple type est celui du *data scientist*, un oiseau rare que s'arrachent les entreprises. Il faut en effet « qu'il soit matheux, bon en statistiques, puisse faire du développement informatique et ait un sens du sujet qu'il traite » précise



Thomas Allaire.

Les start-up RH devançant le désir de certaines entreprises d'avoir clés en main des candidatures sur mesure, avec des profils multicompétents. « *Il nous faut un mélange d'expertise et de capacité d'écoute propre au consultant avec aussi des connaissances techniques* », analyse ce responsable du recrutement d'un grand cabinet de conseil qui souhaite garder l'anonymat. Afin de renforcer son niveau de service en matière de transformation numérique, il expérimente le recrutement de profils issus de formations moins habituelles, pour peu qu'ils aient les compétences comportementales – les fameuses *soft skills* – nécessaires au métier. Pour ce faire, il s'appuie sur des start-up qui suggèrent les profils les plus atypiques qui auraient fait leurs preuves dans d'autres contextes.

Mais les technologies numériques bénéficient aussi au recrutement des non-cadres. « *Tous les secteurs sont intéressés quand ils ont des difficultés de recrutement* », affirme Christian Boghos, directeur général communication, marketing et influence du groupe Manpower. Pour en témoigner, il cite le cas d'un groupe automobile qui a réussi à glaner des candidatures pour des postes d'opérateur de ligne, en envoyant des publicités à des personnes ayant déclaré s'intéresser au tuning... sur Facebook.

**Impossible,
aujourd'hui,
de se contenter
de la publication
d'annonces ou
de l'organisation
de salons**

Spécialiste de ce type de ciblage, Golden Bees a contribué au recrutement d'un large éventail de métiers où des pénuries se font sentir : psychologues, médecins, mais aussi conseillers en banque, voire aiguilleurs de train... De son côté, la start-up Goshaba, spécialisée dans l'évaluation des candidats à partir de jeux cognitifs, a aussi pu mobiliser sa solution pour des managers de la restauration rapide ou des postes de vendeurs. Comme d'autres, ces deux start-up espèrent que leurs innovations changeront les pratiques de recrutement vers plus d'objectivité. « *On veut rendre le marché du travail plus juste* », souligne Camille Morvan, cofondatrice de Goshaba. C'est aussi l'espoir de Mozaik RH, qui travaille sur l'égalité des chances des candidats issus de quartiers défavorisés. Avec sa plate-forme Diversifiezvos Talents.com en partenariat avec l'éditeur de tests AssessFirst, il s'appuie sur l'évaluation des traits de personnalité des candidats pour adresser aux employeurs des suggestions de *matching* effaçant le biais de la formation initiale. De quoi, espère son fondateur Saïd Hammouche, faire « *abandonner le réflexe du CV* ».

Mais sur ce sujet, « *il y a encore beaucoup à faire* », estime Fariha Shah, de Golden Bees. Car, malgré l'expérience de fortes pénuries, les entreprises n'abandonnent guère l'espoir de trouver un candidat 100 % prêt à l'emploi, grâce au numérique... « *Elles ont besoin de beaucoup de volume pour recruter ceux qui correspondent le mieux à leurs critères* », observe M^{me} Shah. En général, les candidats privilégiés sont très souvent ceux dont les CV, analysés par algorithme, affichent le meilleur taux de correspondance sémantique avec le poste à pourvoir, autrement dit : sur mesure. ■

CATHERINE ABOU EL KHAIR

LES CHIFFRES

49 %

C'est la part des recruteurs qui, en 2017, ont eu recours aux réseaux sociaux professionnels pour trouver un candidat, selon une étude de l'APEC.

44 %

C'est, en 2018, la part de candidats qui utilisent des sites ou des applications d'appariements, dits « *matching* », selon un sondage du cabinet de recrutement Robert Walters.



Pour optimiser la gestion des investissements, Ergalis s'associe avec Golden Bees

Golden Bees diffuse des annonces de recrutement sous forme de publicité, de manière ciblée et automatisée sur l'intégralité des médias pertinents et des supports connectés. Depuis 2016, la start-up collabore avec Ergalis qui accompagne des entreprises et des candidats dans leurs projets RH.

Dans l'objectif de répondre efficacement aux besoins en candidatures, Ergalis s'appuie sur la technologie et l'expertise de Golden Bees à travers ses solutions de sourcing et détermine les cibles média afin d'attirer des profils qualifiés et recherchés.

Depuis le début de la collaboration, le retour sur investissement d'Ergalis a augmenté avec Golden Bees car l'algorithme de ce dernier permet une gestion de fonds. Ergalis a confié à Golden Bees le challenge de recruter à l'international pour un de ses clients. L'objectif était de trouver des téléconseillers francophones pour travailler au Portugal. Pour cette campagne, Golden Bees a réussi à attirer plus de 300 candidats.



RGPD : 22 éditeurs français ont créé leur propre consent management platform (CMP) en mai 2019

En 2018, l'entrée en application du RGPD a provoqué une multiplication du nombre de consent management platforms (CMP), ces outils qui permettent aux éditeurs de transmettre le consentement internaute à leurs partenaires. Un an après, plus d'une vingtaine de pure players se sont lancés sur ce marché, et plus de soixante-dix éditeurs en ont créé une.

Pour faciliter la transmission du consentement dans le cadre du RGPD, l'IAB Europe a mis en place, il y a un an, le transparency & consent framework (TCF) ([lire sur notre site](#)). Ce mécanisme prévoit la mise en place par les éditeurs d'une consent management platform (CMP), qui enregistre les choix des internautes et les transmet à leurs partenaires. Ils peuvent développer cet outil eux-mêmes, ou faire appel à ceux proposés par des acteurs spécialisés ou des sociétés adtech. Pour être compatibles avec le TCF, ces CMP doivent être enregistrées auprès de l'IAB Europe ([la liste ici](#)), moyennant 1 350 dollars.

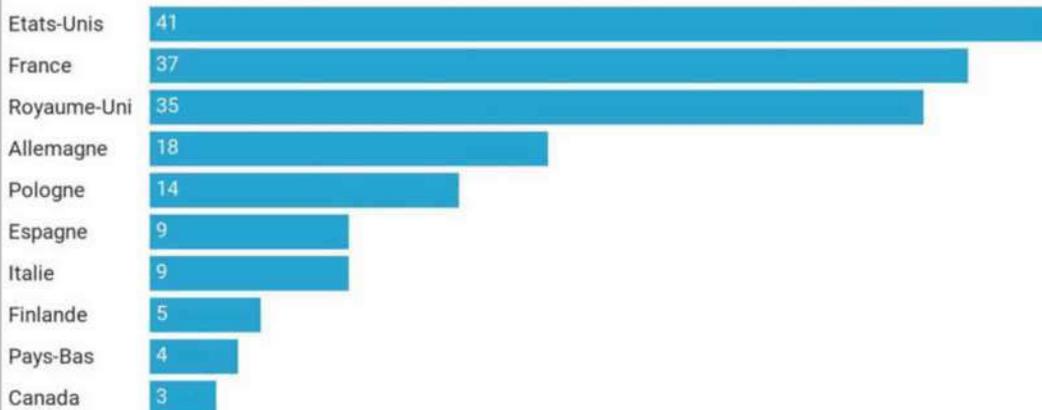
qui en comptait le plus à l'automne dernier. Il a depuis été devancé par les États-Unis, qui en ont 41 (+ 12), et la France, qui en dispose de 37 (+ 8). L'Allemagne en a gagné quatre nouvelles et la Pologne six.

Presque autant de CMP privées que de CMP commercialisées et publiques

l'IAB Europe a classé ces plateformes en trois catégories. Premièrement, les CMP dites de "service", c'est-à-dire commercialisées ou proposées gratuite-

Cinq pays ont vu la création de plus de 10 CMP

Nombre de consent manager platforms (CMP) créées dans les 10 pays qui en ont vu naître le plus.



Graphique: mind Media • Source: IAB Europe (20/05/2019) • Créé avec Datawrapper

Les États-Unis, premiers sur les CMP

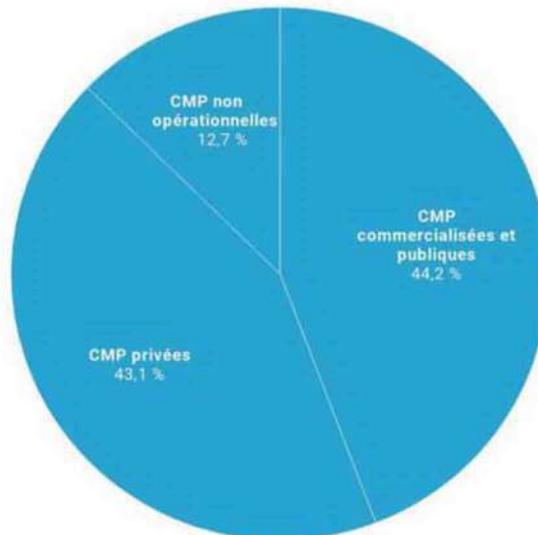
En octobre 2018, [mind Media avait analysé la liste des plateformes](#) qui avaient fait cette démarche pour mieux connaître le profil de ces nouveaux acteurs. Nous avons réitéré cet exercice pour comprendre l'évolution de ce marché. 197 services étaient enregistrés auprès de l'association le 20 mai 2019, contre 151 en octobre 2018 et seulement 50 en juin. Avec 32 CMP enregistrées, le Royaume-Uni était le pays

ment à tous les acteurs qui voudraient en installer une sur leur site. Il en existe 87. Deuxièmement, les CMP "privées", créées par un acteur – généralement un éditeur – pour ses seuls besoins. Ils sont 85 à avoir fait ce choix. Troisièmement, les CMP "non opérationnelles", au nombre de 25, qui se sont enregistrées auprès de l'IAB Europe mais n'ont pas confirmé avoir mis leur technologie en conformité avec les spécifications techniques du framework. ■■■



Une CMP sur huit n'a pas reçu la validation de l'IAB Europe

Répartition des consent manager platforms (CMP) enregistrées auprès de l'IAB Europe, par catégories ("service", "privée", "non opérationnelle").



Graphique: mind Media • Source: IAB Europe (20/05/2019) • Créé avec Datawrapper

24 pure players des consent management platforms

Parmi les 197 acteurs à avoir créé une plateforme, 24 peuvent être considérés comme des pure players, bien que certains soient aussi connus pour d'autres activités dans le domaine de la privacy et de la gestion de l'adblocking, comme Sourcepoint. Deux d'entre eux, Chandago et Didomi, sont français (voir encadrés). Le Royaume-Uni compte neuf pure players, dont trois – Bitqueen (Bit Q Holdings), Clym (fondée en 2018, l'entreprise est enregistrée au Royaume-Uni, mais tous ses fondateurs et salariés sont basés en Roumanie) et Syrenis (créée en 2015 par Nicky Watson) – ont intégré la liste depuis octobre. Trois autres spécia-

listes de la privacy y sont apparus au cours de la même période : les américains PrivacyCheq (ex-AgeCheq, l'entreprise a levé 2 millions de dollars depuis sa création en 2013) et Ensignten (plus de 100 millions de dollars levés depuis sa création en 2009) ainsi que l'italien iubenda (fondée en 2011 par Andrea Giannangelo et Domenico Vele). Mais deux autres, Databoxer et Predesto, l'ont quittée. Leurs sites ne sont même plus accessibles.

Parmi ces pure players, certains semblent avoir profité du RGPD pour se lancer : Clym et Usercentrics ont été créés en 2018, Chandago, ConsentEye, Didomi, Faktor (LiveRamp) et Uniconsent ont vu le jour en 2017. D'autres CMP ont été développées par des entreprises spé- ■■■

Didomi

Didomi a été créé à l'été 2017 par deux anciens salariés de la DSP MediaMath, Romain Gauthier (ex-directeur EMEA Activation) et Jawad Stouli (ex-VP of Engineering), ainsi que Taphaël Boukris et Julie Tamba, ancienne avocate au sein du cabinet CMS Francis Lefebvre. L'entreprise

compte 14 salariés. Elle commercialise en SaaS et sous marque blanche une CMP disponible sur le web, iOS et Android, et un privacy center où les éditeurs peuvent expliquer à leurs internautes l'usage qu'ils font de leurs données. Didomi compte une centaine de clients dans 13 pays. Sa

plateforme est déployée sur plus de 20 000 sites web et applications mobiles. En France, elle a été adoptée par Les Échos-Le Parisien, L'Équipe, le groupe Mondadori et La Dépêche du Midi, notamment. La société a levé 215 000 euros en décembre 2017 auprès de business angels. ■



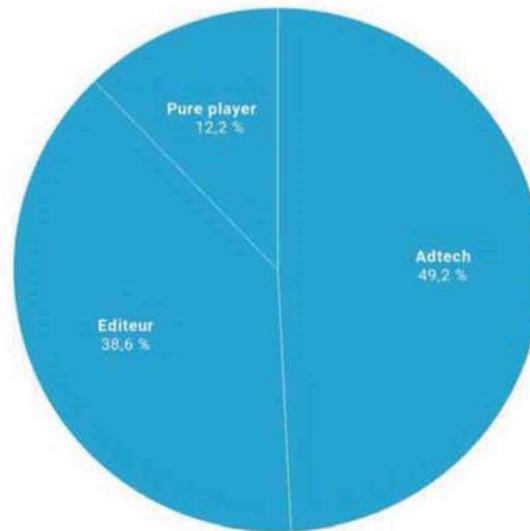
■ ■ ■ cialisées depuis très longtemps dans la gestion de l'e-privacy, comme Ensignten, Baycloud, Trunomi et TrustArc.

Parmi les 87 CMP commercialisées ou publiques, 61 ont été créées par une société adtech. Dont neuf par un acteur français : Commanders Act, Fidzup,

dre d'opportunité de monétisation", expliquait, en octobre 2018, à mind Media le cofondateur d'Adlive, Hammad Benjelloun. C'est aussi pour aider les éditeurs de son réseau à lui fournir une information de consentement valide que le spécialiste de la collecte de données Sirdata a lancé sa CMP. Commanders Act, de son côté, a profité de la créa-

Près de une CMP sur deux a été créée par une société adtech

Part des Consent Manager Platforms (CMP) enregistrées auprès de l'IAB Europe, par le positionnement de leur créateur.



Graphique: mind Media • Source: IAB Europe (20/05/2019) • Créé avec Datawrapper

Golden Bees (mise en avant d'offres d'emploi via la publicité programmatique), Madvertise, Ogury, Singlespot, Sirdata, Vectaury et Adlive. "Les éditeurs avec lesquels nous travaillons ne font pas toujours l'effort de mettre en place une consent management platform, si bien que les DSP, qui sont sensibles à cette question, risquent de ne pas enchérir sur leurs bid requests. Nous avons donc développé une CMP pour les aider à ne pas per-

tion du transparency & consent framework pour y enregistrer la solution de recueil du consentement qu'il a élaborée dès 2012.

Plutôt que de développer une CMP, le data provider LiveRamp a choisi d'en acquérir une. Il a racheté en avril 2019, pour un montant non précisé, le pure player Faktor, créé en mai 2017 aux Pays-Bas par Tim Geenen.

Chandago

Chandago a été créé en août 2017 par deux anciens salariés de Weborama, Bruno Delcombel-Delbos (ex-head of product DMP) et Emmanuelle Dubourg (ex-CFO). Sa consent management platform (CMP), baptisée AppConsent, stocke le consentement des

internautes dans une blockchain privée, via le protocole Hyperledger. L'entreprise, qui compte 20 salariés, travaille notamment avec le groupe Figaro - CCM Benchmark et l'application de shopping FidMe. Sa CMP, présente sur une centaine de sites et applications mobiles au

total, est commercialisée via des frais de licence qui dépendent du nombre de consentements traités. Le family office de Maurice Lévy, Ycor, a pris une participation majoritaire dans l'entreprise en 2018, via une augmentation de capital. ■



■ ■ ■ 19 éditeurs français ont leur propre CMP

Par ailleurs, de nombreux éditeurs ont créé leur service privé. 17 français ont fait ce choix, ce qui en fait le plus grand contingent, puisque seulement huit médias polonais les ont imités. Il sont sept au Royaume-Uni ainsi qu'aux États-Unis et six en Italie. Six de ces éditeurs hexagonaux ont mis au point leur plateforme depuis octobre 2018. Il s'agit d'Auféminin (Unify / TF1), Leboncoin, Orange, Pages Jaunes, Paru Vendu et Web Media. Celle de Dailymotion est passée de "non-opérationnelle" à "privée".

À l'international, DMG Media (Daily Mail, Mail Online) au Royaume-Uni, Burda Forward en Allemagne et Rossel en Belgique ont aussi sauté le pas. Axel Springer (Bild, Welt) a choisi de lancer une CMP de service, avec un code open source.

"Les CMP sont un élément clé de la monétisation publicitaire des éditeurs et de la relation avec leurs lecteurs, il est donc compréhensible que ceux qui ont une expertise technologique suffisamment forte soient tentés de créer la leur", analysait en octobre 2018 Bruno Delcombel-Delbos (Chandago).

25 CMP n'ont pas été validées par l'IAB Europe

En revanche, 25 CMP candidates au transparency & consent framework n'avaient pas reçu, au 20 mai, l'autorisation de transmettre un consentement valide, soit 11 de moins qu'en octobre. "Les CMP qui figurent dans la catégorie "non-opérationnelle" sont celles qui se sont enregistrées mais n'ont pas confirmé que leur installation technique est conforme à nos spécifications. L'IAB Europe demande régulièrement à toutes les CMP qu'elles réaffirment qu'elles adhèrent aux règles et aux conditions générales du framework. Seules les CMP conformes peuvent transmettre une information de consentement valide", précisait fin 2018 Mattias Mathiesen, alors directeur privacy & public policy de l'IAB Europe. Pour l'heure, les CMP validées le sont donc uniquement sur la base de leurs déclarations. Pour aller plus loin, [l'IAB a annoncé](#) en février 2019 le lancement de CMP Validator, une extension pour le navigateur Chrome qui analyse le respect des spécifications techniques du transparency & consent framework par les outils de gestion du consentement.

Parmi les acteurs qui n'ont pas encore répondu positivement aux questions de l'IAB Europe fi-

gurent de grands noms de l'adtech, comme l'outil de recommandation de contenus Taboola, et de grands éditeurs, dont ProSiebenSat.1 et Prisa. Quatre acteurs français sont aussi concernés : les prestataires Eulerian Technologies et Teads, ainsi que les éditeurs Cambium Media et Planet Media.

Comme mind Media l'expliquait en octobre, les raisons sont nombreuses. Rémi Cackel, senior product manager en charge de la donnée utilisateur chez Teads justifiait ainsi la non-conformité de sa solution : "Le fait d'être enregistré en tant que CMP non opérationnelle nous permet de récupérer l'information du consentement quand elle est présente, mais pas de la collecter auprès de l'utilisateur. Cela nous permet par exemple de récupérer cette information même lorsque la CMP choisie par l'éditeur est trop lente, ou lorsque l'éditeur n'a pas implémenté de CMP. Ainsi, le consentement de l'utilisateur peut tout de même être utilisé, notamment pour déterminer si une publicité ciblée peut lui être proposée ou non".

Certains acteurs ont aussi fait le choix de se déclarer non-conformes en raison de l'incertitude juridique qui entoure encore le TCF : "Nous avons déclaré notre CMP très tôt mais nous attendons, pour aller plus loin, des clarifications juridiques sur ce qui constitue un consentement valide aux yeux des autorités de protection des données personnelles de chaque pays", précisait le fondateur d'Eulerian Technologies Emmanuel Brunet.

Certaines des plateformes classées comme "non-opérationnelles" en octobre ont depuis changé de catégorie. C'est notamment le cas de celle du Guardian, passée "privée", et de celle du retargeter américain AdRoll, qui figure dorénavant dans la catégorie "service". Certaines ont purement quitté la liste, comme celles de la SSP-DSP danoise Adform et du spécialiste du marketing contextuel américain Vibrant Media. ■

Léa Nivet et Aymeric Marolleau

Voir page suivante la liste des CMP créées par des acteurs français

Voir sur notre site web

Pour améliorer votre expérience de mind Media, nous avons réuni nos panoramas, bases de données et outils dans une nouvelle rubrique dédiée : [Research & Data](#)



Les CMP créées par des acteurs français (20 mai 2019)

Société	Catégorie	Positionnement	Site web
Adlive Technology	Service	Adtech	http://adlive.io/fr/?l=n
ADN CONTENTS	Privée	Éditeur	https://www.adncontents.com/
AuFeminin	Privée	Éditeur	https://www.aufeminin.com/
Cambium Media	Non opérationnelle	Éditeur	http://www.cambium-media.com/solutions/
Car&Boat Media	Privée	Éditeur	http://www.annoncesbateau.com/
Car&Boat Media	Privée	Éditeur	https://www.caradisiac.com
Car&Boat Media	Privée	Éditeur	https://www.lacentrale.fr
Car&Boat Media	Privée	Éditeur	https://www.promoneuve.fr
Chandago	Service	Pure player	https://www.chandago.com
Commanders Act	Service	Adtech	https://www.commandersact.com
DAILYMOTION SA	Privée	Éditeur	https://www.dailymotion.com
Deezer	Privée	Éditeur	https://www.deezer.com
Didomi	Service	Pure player	https://www.didomi.io/en/
Eulerian Technologies	Non opérationnelle	Adtech	https://www.eulerian.com
Fidzup	Service	Adtech	https://www.fidzup.com/en/
Golden Bees	Service	Adtech	http://goldenbees.fr/
Groupe Sud Ouest	Privée	Éditeur	http://www.groupe-sudouest.com/
Leboncoin France	Privée	Éditeur	https://www.leboncoin.fr/
M6 Web	Privée	Éditeur	http://www.groupe-m6.fr/
Madvertise Media	Service	Adtech	http://madvertise.com/en/
Mappy	Privée	Éditeur	https://www.Mappy.com
Ogury Ltd	Service	Adtech	https://www.ogury.com/
Orange SA	Privée	Éditeur	https://www.orange.fr/portail
PAGESJAUNES	Privée	Éditeur	https://www.pagesjaunes.fr/
ParuVendu.fr	Privée	Éditeur	https://www.paruvenu.fr/
Planet Media	Non opérationnelle	Éditeur	https://www.planet.fr
PRESSIMMO ON LINE	Privée	Éditeur	https://www.seloger.com/
SFR	Privée	Éditeur	https://www.sfr.fr
Singlespot	Service	Adtech	https://www.singlespot.com/en
SIPA	Privée	Éditeur	https://www.ouest-france.fr/
SIRDATA	Service	Adtech	https://www.sirdata.com
Smart Adserver	Privée	Adtech	https://smatadserver.com
SOCIETE SAS	Privée	Éditeur	https://www.societe.com
Teads SA	Non opérationnelle	Adtech	https://teads.tv/
VECTAURY	Service	Adtech	https://www.vectaury.io/fr/
WEBEDIA	Privée	Éditeur	http://fr.webedia-group.com/
WebMediaRM	Privée	Adtech	http://www.webmediarm.com/

l'événement

→ L'événement Viva Technology est indéniablement un succès et se révèle une composante majeure de l'attractivité de l'écosystème français de l'innovation à l'international. Florilège de cette quatrième édition.

Aux avant-postes de l'innovation

Le dynamisme des start-up françaises, leur réussite à l'international et leur pérennité dépendent largement de la volonté politique. C'est – en partie – cette volonté qui est derrière l'accompagnement, chaque année, de centaines d'entreprises au CES de Las Vegas, comme derrière la création de l'événement Viva Technology en 2016. En partie seulement, parce que, côté privé, les grands comptes français sont désormais ancrés dans le mouvement et bien souvent même devenus des incubateurs et des investisseurs de référence aux côtés des business angels.

Vivatech se révèle ainsi un « melting pot » de start-up dont l'activité repose sur les technologies ou les

usages de ces technologies et qui sont hébergées et mises en avant par des grandes entreprises (Accor, Allianz, BNP Paribas, Bouygues, Citroën, EDF, Engie, LVMH, L'Oréal, Orange, La Poste, RATP, Renault, Sanofi, Société Générale, Sodexo, Valeo, Vinci...), des institutions publiques comme le CEA, des régions (Occitanie, Val de Loire...) voire des pays (Allemagne, Brésil, Italie, Maroc, Rwanda, Suisse...). Le tout sous le haut patronage du président de la République.

Et ça marche ! L'événement, qui se tient toujours conjointement au sommet Tech for Good, s'est encore agrandi et a accueilli encore plus de visiteurs (124000 contre 100000 en 2018), d'investisseurs (3300 contre 1900), de journalistes (2500 contre 1900), d'intervenants (450 répar-



L'édition 2019 de Viva Technology (Vivatech) s'est tenue du 16 au 18 mai à Paris Expo Porte de Versailles.

tis sur 180 sessions), et bien sûr de start-up : elles étaient déjà 9000 en 2018 ; cette année leur nombre atteint 13000 ! Impressionnant.

Un focus sur les talents

Impossible bien sûr de toutes les citer. Ni même de citer tous les lauréats de tous les concours et autres « innovation challenges » : presque chaque grand compte ou « village » en organisait un au sein de son propre écosystème. Nous retiendrons juste la promotion d'OpenClassrooms

OpenClassrooms, prochaine licorne européenne ?



Un jury présidé par John Chambers (ancien dirigeant de Cisco) était chargé d'élire

les start-up européennes les plus susceptibles de devenir un jour des licornes (1 Md€ de CA). C'est OpenClassrooms qui l'a emporté devant les leaders des différentes catégories :

la britannique Olio (gestion des surplus alimentaires entre voisins), la française

Payfit (gestion de paie et RH pour petites entreprises), la britannique Snyk (détection de vulnérabilités dans les dépendances entre applications), la lituanienne Vinted (vêtements et accessoires d'occasion) et la française Algolia (moteur de recherche sur site). Lancée en 2013 par Pierre Dubuc et Mathieu Nebra, OpenClassrooms édite une plateforme de formation professionnelle en ligne. Au-delà des Mooc, la start-up propose des

parcours de formation gratuits dont certains élaborés en partenariat avec des grandes écoles (CentraleSupélec, Ensa...) donnent lieu à des diplômes, d'autres, en partenariat avec des acteurs tels que Microsoft, IBM et Salesforce, donnent lieu à des certifications. Des cursus en alternance sont également proposés : des entreprises telles que Capgemini et BPCE y ont déjà eu recours.



Intervenant aux côtés de cinq dirigeants de start-up (dont deux françaises), Emmanuel Macron a rappelé que la France veillait à ce que le cadre de concurrence soit le même pour les entreprises françaises - notamment les start-up - et les géants américains, justifiant en cela la « taxe Gafa ».

« Quand vous grossissez aux États-Unis, c'est comme si vous couriez un 100 mètres. En Europe, c'est comme un 110 mètres haies »

Frédéric Mazzela, président-fondateur de BlaBlaCar

(voir encadré) et une incroyable effervescence, justement, dans les domaines de l'augmentation de l'employabilité et du recrutement des talents. Avec notamment le Talent Center et le lab FutureOfWork opérés par ManpowerGroup autour de nombreuses start-up (Bleexo, Crafty - voir *IT for Business* 2233 -, Evaveo, Fabskill, Golden Bees...). Selon Pierre Dubuc, cofondateur d'OpenClassrooms, « pour attirer les talents, il faut définir sa mission, sa vision et ses principes, les communiquer et aligner ses process RH et de management dessus ».

Tech for Good, le retour

Pas étonnant, notamment dans une optique de séduction des talents comme des clients, que l'accent soit mis, par les start-up comme par les grands groupes qui les chaperonnent, sur des missions nobles et fédératrices comme l'économie, la réutilisation et le partage des res-

sources, ainsi que sur la responsabilité sociale et environnementale. Avec un business model profitable bien sûr, car la philanthropie a ses limites... De responsabilité, en l'occurrence des acteurs du numérique, il en était également question lors du sommet Tech for Good avec l'appel de ChristChurch contre le terrorisme et l'extrémisme violent en ligne. L'égalité hommes-femmes était aussi à l'honneur, avec la promesse de grandes entreprises de compter plus de femmes aux postes de direction et, entre autres, la signature d'un manifeste par Syntec Numérique et Cédric O pour la

conversion des femmes dans les métiers du numérique.

La Chine plutôt que les États-Unis ?

Même si Emmanuel Macron veut en faire la « troisième voie », l'Europe apparaît pour l'heure souvent coincée entre les États-Unis et la Chine. Si, l'année dernière, Vivatech avait fait la part belle aux grands patrons américains, les dirigeants d'Alibaba (voir encadré) et de Huawei sont venus rétablir l'équilibre cette année. De la Chine, les orateurs en parlaient aussi souvent, comme Lubomira Rochet, directrice générale en charge du digital chez L'Oréal, rappelant qu'une de ses spécificités est d'être « un écosystème très intégré dans lequel il n'y a pas de barrière entre les plateformes transactionnelles et les plateformes médias ». Pour aider les start-up à investir ce marché, Bpifrance organisait ainsi trois tables rondes avec de nombreux retours d'expériences. Le potentiel est énorme, mais les barrières apparaissent toutefois plus nombreuses. Avis aux amateurs...

PIERRE LANDRY



Les leçons de Jack Ma

Truculent et railleur, le président d'Alibaba Group répondait aux questions de Maurice Lévy, président du conseil de surveillance de Publicis, co-organisateur de Vivatech avec *Les Échos*. La palme à sa comparaison entre les modes de régulation chinois et européen : « En Europe, vous avez des règles et des lois tellement parfaites... En Chine, quand nous avons un problème, nous commençons par le résoudre et nous pensons ensuite aux règles et aux lois. En Europe, quand vous avez un problème, vous créez des règles et des lois... ». Il a également rappelé qu'il fallait se focaliser sur ses clients et ses équipes avant que de se soucier de ses actionnaires et de ses concurrents.



En entreprise, comment retenir les talents... sans argent?



D'après une enquête de BPI publiée en janvier 2018, 42% des PME et ETI ont déjà fait face à des départs non souhaités de salariés clés. Or la rétention des talents est un enjeu majeur, surtout pour les start-up, dont l'activité et la croissance dépendent des ressources humaines. Alors, comment fidélise-t-on nos collaborateurs sur le long terme ? D'abord, sondez-les ! En sollicitant vos salariés directement ou à travers un sondage anonyme, vous aurez des informations concrètes pour comprendre vos forces et vos faiblesses. Il s'agit d'une première étape essentielle qui vous permet non seulement de prouver à vos collaborateurs que vous êtes à leur écoute et que leurs sentiments vous intéressent, mais également de cibler les actions à mener pour augmenter leur niveau de satisfaction.

Ensuite, adoptez le management collaboratif. Dites-vous que vos employés travaillent avec vous et non pour vous. En adoptant cette logique, vous allez déléguer des missions que le salarié pilotera de manière autonome et libre. Le rôle du manager, dans ce cas de figure, consiste non pas à diriger mais à accompagner. Cela signifie prendre en considération la personnalité et les compétences de chacun, et offrir les ressources, l'environnement et le cadre nécessaires pour améliorer la productivité individuelle.

L>>> À lire aussi - Les bonnes idées des startupeurs pour motiver les équipes

Enfin, n'oubliez pas que chacun est différent ! Porter de l'attention aux autres et vouloir leur bien nourrit la cohésion des groupes et l'esprit d'équipe tout en contribuant à créer une ambiance de travail conviviale. La valorisation passe par des mots pour remercier, encourager ou féliciter. Mais pas seulement ! Vous avez identifié des compétences managériales chez une personne ? Proposez-lui de devenir leader de son équipe. Vous sentez chez une autre un esprit entrepreneurial ? Délégez-lui le pilotage d'un nouveau projet. Vous décelez chez une troisième des compétences non utilisées ? Proposez-lui de créer un département.

>>> Notre service - Vous cherchez un emploi ou voulez en changer ? Retrouvez des milliers d'offres sur notre site

Fariha Shah est directrice générale de **GoldenBees**, solution de ciblage intelligent de candidats via la publicité pour le recrutement.



UN TIERS

DES POSTULANTS répondent aux offres d'emploi depuis leur smartphone, selon une étude de Golden Bees, spécialiste du recrutement programmatique.

Online



GoldenBees : la première solution de ciblage intelligent de candidats via la publicité

A l'époque où toutes les entreprises rencontrent des difficultés de recrutement, identifier, atteindre et attirer des profils rares et/ou très demandés constitue un enjeu majeur pour les services des Ressources Humaines. Malgré les technologies facilitant la recherche, l'identification du bon candidat peut prendre beaucoup de temps. Face à cette problématique, **GoldenBees**, spécialiste en ciblage Fondée en juillet 2015 par **JonathanBordereau**, expert en recrutement et publicité avec plus de 10 ans d'expérience, et **FarihaShah**, spécialiste en publicité web à la performance avec 10 ans d'expérience, la start-up **GoldenBees** compte parmi ses collaborateurs une trentaine d'experts en Big Data, développement informatique, Ressources Humaines et webmarketing. Forte de son succès commercial en France, **GoldenBees** enregistre plus de 300 % de croissance et obtient le Pass French Tech en octobre 2018. Parmi une centaine de ses clients figurent Vinci, SNCF, Manpower, L'Armée de terre, Wurth, Korian ou encore Société Générale. Créée par des passionnés des nouvelles technologies, l'entreprise a pour ambition de se positionner comme leader en ciblage de candidats via la publicité programmatique en Europe. Devant l'inefficacité des moyens existants sur le marché de recrutement en ligne, **Golden Bees** a conçu sa plateforme innovante basée sur une suite de technologies propriétaires exploitant le Big Data et des algorithmes de Deep Learning. Grâce à des technologies de pointe, la solution collecte des données d'internautes par le biais de cookies et leur fait visualiser les annonces d'emploi sous forme de publicité de manière ciblée sur l'intégralité du web. Le Candidat s'engage auprès de l'entreprise qui recrute en cliquant sur la publicité d'emploi avant d'être redirigé sur le site carrière de l'entreprise qui recrute pour y déposer son CV. Tout le processus de diffusion d'annonce et de matching entre les offres et les profils des internautes est automatisé notamment grâce à l'IA, pour permettre aux recruteurs de générer des candidatures qualifiées. Etant 100% digitalisé, l'outil nécessite peu d'investissement en infrastructures (serveurs...) et en maintenance. Créée en 2015 par **JonathanBordereau** et **FarihaShah**, **GoldenBees** est la première solution de ciblage intelligent de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique. Basée sur une suite de technologies propriétaires d'Intelligence Artificielle, **GoldenBees** diffuse des annonces de recrutement, sous forme de publicité, de manière ciblée et automatisée sur l'intégralité des contextes médias pertinents et des supports connectés. **Golden Bees**, qui compte plus de cents entreprises clientes, dont Vinci, SNCF, Manpower, L'Armée de terre, Wurth, Korian ou encore Société Générale a été labellisé Pass French Tech en 2018. Katarzyna WADOLOWSKA - Cabinet ESCAL Consulting - 01 73 01 45 59



URL :<http://www.twitter.com>

PAYS :France

TYPE :Médias sociaux



► 3 décembre 2018

> Version en ligne



Olivier_Kauf

@Olivier_Kauf

349815

Tweets

842

Following

7839

Followers

Golden Bees propose une solution de ciblage de candidats via la publicité <https://t.co/Yocb3VCMxd>

Golden Bees propose une solution de ciblage de candidats via la publicité <https://t.co/Yocb3VCMxd>

Golden Bees propose une solution de ciblage de candidats via la publicité



A l'époque où toutes les entreprises rencontrent des difficultés de recrutement, identifier, atteindre et attirer des profils rares et/ou très demandés constitue un enjeu majeur pour les services des Ressources Humaines. Malgré les technologies facilitant la recherche, l'identification du bon candidat peut prendre beaucoup de temps.

Face à cette problématique, Golden Bees, spécialiste en ciblage intelligent de candidats, a mis au point sa solution innovante basée sur une suite de technologies propriétaires exploitant le Big Data et l'Intelligence Artificielle. Cette technologie permet aux recruteurs d'identifier et sélectionner les internautes-candidats qui correspondent aux profils recherchés et de leur adresser des offres d'emploi personnalisées sur tout le web. Explications.

Golden Bees : start-up française aux ambitions internationales

Fondée en juillet 2015 par Jonathan Bordereau, expert en recrutement et publicité avec plus de 10 ans d'expérience, et Fariha Shah, spécialiste en publicité web à la performance avec 10 ans d'expérience, la start-up Golden Bees compte parmi ses collaborateurs une trentaine d'experts en Big Data, développement informatique, Ressources Humaines et webmarketing.

Forte de son succès commercial en France, Golden Bees enregistre plus de 300 % de croissance et obtient le Pass French Tech en octobre 2018. Parmi une centaine de ses clients figurent Vinci, SNCF, Manpower, L'Armée de terre, Würth, Korian ou encore Société Générale. Créée par des passionnés des nouvelles technologies, l'entreprise a pour ambition de se positionner comme leader en ciblage de candidats via la publicité programmatique en Europe.

Golden Bees : leader technologique en ciblage intelligent de candidats

Devant l'inefficacité des moyens existants sur le marché de recrutement en ligne, Golden Bees a conçu sa plateforme innovante basée sur une suite de technologies propriétaires exploitant le Big Data et des algorithmes de Deep Learning.

Grâce à des technologies de pointe, la solution collecte des données d'internautes par le biais de cookies et leur fait visualiser les annonces d'emploi sous forme de publicité de manière ciblée sur l'intégralité du web. Le Candidat s'engage auprès de l'entreprise qui recrute en cliquant sur la publicité d'emploi avant d'être redirigé sur le site carrière de l'entreprise qui recrute pour y déposer son CV.

Tout le processus de diffusion d'annonce et de matching entre les offres et les profils des internautes est automatisé notamment grâce à l'IA, pour permettre aux recruteurs de générer des candidatures qualifiées. Etant 100% digitalisé, l'outil nécessite peu d'investissement en infrastructures (serveurs...) et en maintenance.

Golden Bees comble le manque de solutions de recrutement en ligne

Ayant pour l'objectif de combler le manque de solutions technologiques pour le marché du recrutement qui devient de plus en plus chronophage et de moins en moins efficace, la plateforme de Golden Bees disrupte le marché des Ressources Humaines en répondant à un besoin réel.

Proposant un ciblage intelligent et affinitaire de candidats lors du processus de recrutement, la solution permet d'adapter la publicité programmatique aux besoins du recrutement en ligne. Golden Bees ce sont 300 000 offres d'emplois proposés par mois et plusieurs millions de candidats touchés.

À propos de Golden Bees

Créée en 2015 par Jonathan Bordereau et Fariha Shah, Golden Bees est la première solution de ciblage intelligent de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique. Basée sur une suite de technologies propriétaires d'Intelligence Artificielle, Golden Bees diffuse des annonces de recrutement, sous forme de publicité, de manière ciblée et automatisée sur l'intégralité des contextes médias pertinents et des supports connectés. Golden Bees, qui compte plus de cents entreprises clientes, dont Vinci, SNCF, Manpower, L'Armée de terre, Würth, Korian ou encore Société Générale a été labelisé Pass French Tech en 2018.

PARIS : Golden Bees, la première solution de ciblage intelligent de candidats via la publicité



Malgré les technologies facilitant la recherche, l'identification du bon candidat peut prendre beaucoup de temps. Face à cette problématique, Golden Bees, spécialiste en ciblage intelligent de candidats, a mis au point sa solution innovante basée sur une suite de technologies propriétaires exploitant le Big Data et l'Intelligence Artificielle. Cette technologie permet aux recruteurs d'identifier et sélectionner les internautes-candidats qui correspondent aux profils recherchés et de leur adresser des offres d'emploi personnalisées sur tout le web. Explications.

Golden Bees : start-up française aux ambitions internationales

Fondée en juillet 2015 par Jonathan Bordereau, expert en recrutement et publicité avec plus de 10 ans d'expérience, et Fariha Shah, spécialiste en publicité web à la performance avec 10 ans d'expérience, la start-up Golden Bees compte parmi ses collaborateurs une trentaine d'experts en Big Data, développement informatique, Ressources Humaines et webmarketing. Forte de son succès

commercial en France, Golden Bees enregistre plus de 300 % de croissance et obtient le Pass French Tech en octobre 2018. Parmi une centaine de ses clients figurent Vinci, SNCF, Manpower, L'Armée de terre, Würth, Korian ou encore Société Générale. Créée par des passionnés des nouvelles technologies, l'entreprise a pour ambition de se positionner comme leader en ciblage de candidats via la publicité programmatique en Europe.

Golden Bees : leader technologique en ciblage intelligent de candidats

Devant l'inefficacité des moyens existants sur le marché de recrutement en ligne, Golden Bees a conçu sa plateforme innovante basée sur une suite de technologies propriétaires exploitant le Big Data et des algorithmes de Deep Learning. Grâce à des technologies de pointe, la solution collecte des données d'internautes par le biais de cookies et leur fait visualiser les annonces d'emploi sous forme de publicité de manière ciblée sur l'intégralité du web. Le Candidat s'engage auprès de l'entreprise qui recrute en cliquant sur la publicité d'emploi avant d'être redirigé sur le site carrière de l'entreprise qui recrute pour y déposer son CV.

Tout le processus de diffusion d'annonce et de matching entre les offres et les profils des internautes est automatisé notamment grâce à l'IA, pour permettre aux recruteurs de générer des candidatures qualifiées. Etant 100% digitalisé, l'outil nécessite peu d'investissement en infrastructures (serveurs...) et en maintenance.

Golden Bees comble le manque de solutions de recrutement en ligne

Ayant pour l'objectif de combler le manque de solutions technologiques pour le marché du recrutement qui devient de plus en plus chronophage et de moins en moins efficace, la plateforme de Golden Bees disrupte le marché des Ressources Humaines en répondant à un besoin réel. Proposant un ciblage intelligent et affinitaire de candidats lors du processus de recrutement, la solution permet d'adapter la publicité programmatique aux besoins du recrutement en ligne. Golden Bees ce sont 300 000 offres d'emplois proposés par mois et plusieurs millions de candidats touchés.

À propos de Golden Bees

Créée en 2015 par Jonathan Bordereau et Fariha Shah, Golden Bees est la première solution de ciblage intelligent de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique. Basée sur une suite de technologies propriétaires d'Intelligence Artificielle, Golden Bees diffuse des annonces de recrutement, sous forme de publicité, de manière ciblée et automatisée sur l'intégralité des contextes médias pertinents et des supports connectés. Golden Bees, qui compte plus de cents entreprises clientes, dont Vinci, SNCF, Manpower, L'Armée de terre, Würth, Korian ou encore Société Générale a été labelisé Pass French Tech en 2018.

Date de création : 2015

Effectif : 28 collaborateurs

Enseignes clientes : Bouygues, Korian, Société Générale, Vinci, FED, Mazars, SNCF, ING, Manpower, Assystem...

Site : <https://goldenbees.fr/>



GoldenBees : la première solution de ciblage intelligent de candidats via la publicité



Partager l'article sur :

-
-
-
-

Partager la publication ""

GoldenBees : la première solution de ciblage intelligent de candidats via la publicité

Face aux difficultés de recrutement persistantes des entreprises, ce malgré les diverses solutions existantes sur le marché, **GoldenBees**, spécialiste en ciblage intelligent de candidats, a mis au point une solution innovante basée sur une suite de technologies propriétaires alliant Big Data et Intelligence Artificielle.

Comblent le manque de solutions de recrutement en ligne : l'objectif de GoldenBees, start-up aux ambitions internationales

Fondée en juillet 2015 par **JonathanBordereau**, expert en recrutement et publicité et **Fariha Shah**, spécialiste en publicité web à la performance, **GoldenBees** a pour objectif de combler le manque de solutions technologiques et d'apporter plus d'efficacité au marché du recrutement. **GoldenBees** propose 300 000 offres d'emplois par mois et touche plusieurs millions de candidats. Parmi ses clients figurent : Vinci, SNCF, Manpower, L'Armée de terre, Wurth, Korian ou encore Société Générale.

La société a pour ambition de se positionner comme leader en ciblage de candidats via la publicité programmatique en Europe.

Sélectionner les profils-cibles grâce au Big Data et au Deep Learning

En exploitant le Big Data et des algorithmes de Deep Learning basés sur l'Intelligence Artificielle, la technologie de **GoldenBees** permet aux recruteurs d'identifier ainsi que de sélectionner automatiquement les internautes-candidats qui correspondent aux profils recherchés et de leur adresser des offres d'emploi personnalisées. La solution collecte des données d'internautes par le biais de cookies et leur fait visualiser les annonces d'emploi sous forme de publicité de manière ciblée sur l'intégralité du web. Le candidat s'engage auprès de l'entreprise en cliquant sur la publicité d'emploi avant d'être redirigé sur le site pour y déposer son CV. Etant 100% digitalisé, l'outil nécessite peu d'investissement en infrastructures (serveurs...) et en maintenance.

Avec plus de 300 % de croissance, **GoldenBees** a obtenu le Pass French Tech en octobre 2018.

Partager la publication "**GoldenBees** : la première solution de ciblage intelligent de candidats via la publicité"

Partager l'article sur :

-
-
-
-

Golden Bees : la première solution de ciblage intelligent de candidats via la publicité

A l'époque où toutes les entreprises rencontrent des difficultés de recrutement, identifier, atteindre et attirer des profils rares et/ou très demandés constitue un enjeu majeur pour les services des Ressources Humaines. Malgré les technologies facilitant la recherche, l'identification du bon candidat peut prendre beaucoup de temps.

Face à cette problématique, Golden Bees, spécialiste en ciblage intelligent de candidats, a mis au point sa solution innovante basée sur une suite de technologies propriétaires exploitant le Big Data et l'Intelligence Artificielle. Cette technologie permet aux recruteurs d'identifier et sélectionner les internautes-candidats qui correspondent aux profils recherchés et de leur adresser des offres d'emploi personnalisées sur tout le web. Explications.

Contact Presse :

Golden Bees

Katarzyna Wadolowska

0614242987

katarzyna@escalconsulting.com

<https://goldenbees.fr/>

Golden Bees : la première solution de ciblage intelligent de candidats via la publicité



Paris, le 3 décembre 2018,

A l'époque où toutes les entreprises rencontrent des difficultés de recrutement, identifier, atteindre et attirer des profils rares et/ou très demandés constitue un enjeu majeur pour les services des Ressources Humaines. Malgré les technologies facilitant la recherche, l'identification du bon candidat peut prendre beaucoup de temps.

Face à cette problématique, Golden Bees, spécialiste en ciblage intelligent de candidats, a mis au point sa solution innovante basée sur une suite de technologies propriétaires exploitant le Big Data et l'Intelligence Artificielle. Cette technologie permet aux recruteurs d'identifier et sélectionner les internautes-candidats qui correspondent aux profils recherchés et de leur adresser des offres d'emploi personnalisées sur tout le web. Explications.

Golden Bees : start-up française aux ambitions internationales



Fondée en juillet 2015 par Jonathan Bordereau, expert en recrutement et publicité avec plus de 10 ans d'expérience, et Fariha Shah, spécialiste en publicité web à la performance avec 10 ans d'expérience, la start-up Golden Bees compte parmi ses collaborateurs une trentaine d'experts en Big Data, développement informatique, Ressources Humaines et webmarketing.

Forte de son succès commercial en France, Golden Bees enregistre plus de 300 % de croissance et obtient le Pass French Tech en octobre 2018. Parmi une centaine de ses clients figurent Vinci, SNCF, Manpower, L'Armée de terre, Würth, Korian ou encore Société Générale. Créée par des passionnés des nouvelles technologies, l'entreprise a pour ambition de se positionner comme leader en ciblage de candidats via la publicité programmatique en Europe.

Golden Bees : leader technologique en ciblage intelligent de candidats

Devant l'inefficacité des moyens existants sur le marché de recrutement en ligne, Golden Bees a conçu sa plateforme innovante basée sur une suite de technologies propriétaires exploitant le Big Data et des algorithmes de Deep Learning.

Grâce à des technologies de pointe, la solution collecte des données d'internautes par le biais de cookies et leur fait visualiser les annonces d'emploi sous forme de publicité de manière ciblée sur l'intégralité du web. Le Candidat s'engage auprès de l'entreprise qui recrute en cliquant sur la publicité d'emploi avant d'être redirigé sur le site carrière de l'entreprise qui recrute pour y déposer son CV.

Tout le processus de diffusion d'annonce et de matching entre les offres et les profils des internautes est automatisé notamment grâce à l'IA, pour permettre aux recruteurs de générer des candidatures qualifiées. Etant 100% digitalisé, l'outil nécessite peu d'investissement en infrastructures (serveurs...) et en maintenance.



Golden Bees comble le manque de solutions de recrutement en ligne

Ayant pour l'objectif de combler le manque de solutions technologiques pour le marché du recrutement qui devient de plus en plus chronophage et de moins en moins efficace, la plateforme de Golden Bees disrupte le marché des Ressources Humaines en répondant à un besoin réel.

Proposant un ciblage intelligent et affinitaire de candidats lors du processus de recrutement, la solution permet d'adapter la publicité programmatique aux besoins du recrutement en ligne. Golden Bees ce sont 300 000 offres d'emplois proposés par mois et plusieurs millions de candidats touchés.

À propos de Golden Bees

Créée en 2015 par Jonathan Bordereau et Fariha Shah, Golden Bees est la première solution de ciblage intelligent de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique. Basée sur une suite de technologies propriétaires d'Intelligence Artificielle, Golden Bees diffuse des annonces de recrutement, sous forme de publicité, de manière ciblée et automatisée sur l'intégralité des contextes médias pertinents et des supports connectés. Golden Bees, qui compte plus de cents entreprises clientes, dont Vinci, SNCF, Manpower, L'Armée de terre, Würth, Korian ou encore Société Générale a été labelisé Pass French Tech en 2018.

Date de création : 2015

Effectif : 28 collaborateurs

Enseignes clientes : Bouygues, Korian, Société Générale, Vinci, FED, Mazars, SNCF, ING, Manpower, Assystem...

Site : <https://goldenbees.fr/>

Rencontre avec Fariha Shah et Mounia Rkha, 2 figures féminines du digital



Lors de notre 4ème MTI Talk nous avons eu la chance d'accueillir non pas 1 mais 2 invitées... Et non pas des moindres puisqu'il s'agissait respectivement de Fariha, Managing Director et co-fondatrice de Golden Bees, entreprise lauréate du Pass French Tech, et Mounia Rkha, Seed Manager chez ISAI mais aussi co-fondatrice de l'association StartHer.

L'échange s'est placé sous le signe du digital et des mutations sociétales positives (mais pas seulement !) qu'il pouvait provoquer, notamment pour les femmes mais aussi pour les hommes ;-).

À ce sujet, Mounia commençant d'ailleurs rapidement une présentation de son parcours, et les raisons qui l'ont mené là où elle est aujourd'hui, explique que l'écosystème start-up a eu sur elle un véritable effet « antidépresseur ».

Les gens, libres d'y casser les codes, changent de fait ce qu'il y a autour d'eux, repoussant ainsi l'idée d'une société où la femme n'aurait pas sa place. Le digital constitue une solution palliative pour l'instant, car sans radicalement changer les mœurs de nos sociétés, il permet de créer une flexibilité dont les femmes

manquent dans des structures plus classiques, les poussant souvent à arrêter l'élan de leur carrière pour se focaliser, par exemple, sur leurs rôles de mère.

Mounia prononce d'ailleurs cette simple phrase, mais qui condense bien les enjeux mentionnés « Moi, 75% de mon boulot je peux le faire avec mon portable, et ça, c'est une formidable opportunité pour rattraper la différence ». Car même si elle rentre parfois à 18h pour récupérer sa fille à l'école et ensuite passer du temps avec elle jusqu'à l'heure du coucher, rien ne l'empêche alors de reprendre ses activités professionnelles avec rien de plus que son portable !



Fariha nous a également partagé l'expérience de ses débuts, mentionnant que sa montée en compétence sur les sujets liés à la publicité digitale lui a permis de tirer son épingle du jeu et de co-fonder son entreprise au moment où cela semblait sûrement le moins opportun... Lorsqu'elle était enceinte de son deuxième enfant ! Son esprit ne peut cependant se débarrasser de cette injonction paradoxale qui est « celle de vouloir être une mère parfaite tout en continuant sa carrière en y excellant ». Mais, aussi pressurant et demandant qu'est l'entrepreneuriat, il autorise une dose de flexibilité qui était vitale à Fariha dans sa situation.

Selon elles, l'augmentation du nombre de femmes dans la tech et dans des postes à responsabilité passe par la valorisation de « role-models » dont la diffusion passe souvent par Internet, entrepreneuses à succès, femmes aux commandes du gouvernement, autant d'exemples qui permettent aux plus jeunes de se projeter dans une variété de rôles qui leurs éviteront d'auto-

censurer leurs véritables envies sous couvert que cela ne se fait pas. Il y a donc véritablement un travail de « casser les croyances limitantes » et cela est autant valable pour les jeunes garçons que pour les jeunes filles car les modèles pré-existants sont généralement discriminants dans les deux sens.

Mounia nous raconte justement qu'alors qu'elle était en école d'ingénieur elle n'avait jamais appris à coder un seul algorithme car elle était bourrée de « préjugés » à ce sujet démontrant bien qu'il est essentiel d'aller parler aux enfants dès leurs plus jeunes âges pour ouvrir un maximum leurs horizons. Elle le fait d'ailleurs avec son association Starther qui va régulièrement avec des figures féminines du digital dans les collèges à la rencontre de jeunes filles.

Fariha complète en nous signalant l'importance de combler ces mutations quoi que lentes avec des mesures politiques pour ancrer un changement dans les mœurs. Elle nous parle de l'Islande qui a mis en place des récompenses pour les entreprises respectant la parité et des pénalités pour celles distribuant un salaire inégal aux femmes et aux hommes. De telles réglementations permettent de normaliser l'absence de différenciation et de ségrégation de façon à ce que chacun l'intègre.



Pour autant nous disent nos deux intervenantes, il s'agit même d'utiliser le digital pour sortir des problématiques liés à l'égalité homme-femme et s'attaquer à l'intégration de la diversité au sens large, qu'elle touche au handicap, aux personnes en reconversion ou en difficulté. Cela est d'autant plus important que l'IA se fait de plus en plus grandissante et va profondément bouleverser nos rapports au travail mais aussi aux uns et autres.

L'entière de notre tissu social va s'altérer. Et pour cela nous devons nous apprêter à avoir une société la plus solide possible.

La pénurie de main d'œuvre dans le numérique est d'abord un besoin de compétences



Les entreprises proposent de nombreuses offres d'emploi pour les professionnels de l'informatique, encore faut-il avoir les compétences exigées. - Shutterstock

LE CERCLE DE L'IA/POINT DE VUE - L'informatique embauche, certes, et parfois à des salaires faramineux. Mais ça ne veut pas dire que les entreprises sont prêtes à revoir leurs exigences en compétences à la baisse.

Pôle emploi recense plus de 75.000 projets de recrutement sur les métiers de l'informatique. Alors que la demande des professionnels des technologies web croît de 4% par an, les entreprises peinent à recruter les bons profils, ainsi qualifiés de « pénuriques ».

Dans ce contexte, l'Etat a initié un plan de formation aux métiers du numérique à destination des demandeurs d'emploi non diplômés et des jeunes éloignés du monde du travail. L'objectif ? Réduire le taux de chômage en favorisant l'insertion professionnelle des jeunes en difficulté.

Bien que l'équation paraisse logique, il n'est pas certain que la formule choisie soit correcte.

Les quelques centaines de formations labellisées dans le cadre du programme 10Knum du Plan d'Investissement des Compétences, visent principalement l'acquisition de compétences de base dans l'informatique, pour développer des métiers de « supports » (Développeurs, Techniciens informatique, Web Designer...etc.). La durée de session moyenne est de quatre mois et les formations sont accessibles sans conditions de diplômes.

Bien que l'équation paraisse logique, il n'est pas certain que la formule choisie pour aboutir au résultat recherché soit correcte. En effet, un certain nombre de variables inhérentes au contexte du marché risquent d'influer sur le taux de réussite de ce plan.

Une pénurie de compétences

En 2018 il y a eu en moyenne 1,5 fois plus de candidats que d'offres sur des postes en informatique. Les nouvelles méthodes de sourcing, telle que la publicité programmatique permettent d'augmenter le volume de candidatures. Les difficultés d'embauches sont surtout dues au niveau d'exigence des entreprises en ce qui concerne le degré de compétences des candidats.

Les recrutements des profils IT sont souvent soumis à des tests techniques, des tests de logique et parfois même des tests de culture générale de l'environnement informatique. Faute d'expérience et/ou de niveau de qualification suffisant(s), nombreux profils ne sont pas retenus par les entreprises, même lorsqu'il s'agit de startup. Or, un apprentissage de quelques mois pour s'approprier les bases du numérique n'aura que peu de chances de préparer efficacement les candidats, ne serait-ce qu'aux « tests d'entrée ».

Contrairement à ce qu'on pourrait penser, les entreprises ne cherchent pas à recruter à tout prix des profils formés au numérique, mais plutôt à recruter les meilleurs talents peu importe le prix.

De plus, une des alternatives au recrutement est d'avoir recours aux freelances ou aux sociétés qui mettent à disposition de professionnels qualifiés, provenant de la France ou de l'étranger... De ce fait, pas certain que la « pénurie » de candidats en France soit véritablement un frein au développement de l'économie numérique.

Vers la fin de la pénurie

En plus de nombreuses écoles gratuites en informatique qui remplissent déjà leurs bancs (l'école 42, Simplon, Wild Code School, OpenHackademy, ...), les MOOCS tels que Code Academy, OpenClassRoom ou la Khan Academy se multiplient, et les grands acteurs technologiques tels que Samsung ont développé des centres de formations pour recruter parmi tous des génies du numérique.

A ceux-ci s'ajoute les formations payantes et/ou études longues dans le numérique avec : les centres de formation, les écoles d'ingénieurs et les universités ... L'ère de la production massive de « Digital workers » est déjà d'actualité et est surtout, accessible à tous. Ces centaines de dispositifs préparent des milliers de professionnels du numériques tous les ans pour le marché du travail, rendant éphémère le caractère « pénurique » de ces métiers.

Une mise en concurrence inégale des candidats

Face à des profils plus qualifiés et multidisciplinaires qui entrent « dans les codes » des entreprises françaises, les candidats aux compétences limitées issus de formations peu développées pourraient être évincés. Cela est encore plus vrai, à l'heure où les discriminations liées aux genres, à l'âge, au handicap, aux origines, au niveau académique et à la situation géographique persistent. L'évolution des mœurs sur l'intégration de collaborateurs issus de la diversité, sur un laps de temps aussi court, paraît difficile.

L'évolution des nouvelles formes d'intelligences numériques permettent aux entreprises de toutes tailles, d'améliorer significativement leurs performances informatiques à moindres coûts. Les PME et startup, premières visées par le plan d'embauches des nouveaux candidats formés, seront également les premières à s'équiper

L'avènement de l'intelligence artificielle freinera ainsi les embauches des métiers sous-qualifiés dans le milieu de l'informatique et rendront inéluctablement les emplois à faible valeur ajoutée, obsolètes. Et on parle bien ici d'une situation dans un futur très proche.

Si le plan de formation au numérique des jeunes en marge de la société est en apparence plein de bon sens, il présente en réalité de nombreuses limites. En ce sens, l'insertion professionnelle dans le secteur du numérique d'un million de jeunes sans diplômes semble ambitieux. En revanche, cela n'exclut pas la nécessité d'investir dans l'acculturation numérique, pour que tous les français puissent se saisir des enjeux. De plus, si on s'intéresse aux alternatives, le

numérique reste un outil qui peut aider la jeune population sans emploi à se réinsérer dans la vie professionnelle.

Les plateformes collaboratives

Les nouveaux modèles de travail des plateformes collaboratives, apportent des solutions concrètes pour les enjeux de l'emploi en France. Un jeune sans diplôme peut exercer un métier de service manuel accessible par des formations courtes, tout en bénéficiant des avantages du statut d'indépendant : autonomie, flexibilité, choix de salaires... sans les inconvénients. Plombier, Electricien(ne), Peintre, Nounou, Esthéticien(ne). etc. sont autant de métiers en pénurie et qui répondent une forte demande en France.

Il s'agit surtout de métiers qui ne seront pas affectés (ou que très tard) par la destruction d'emploi attendue par la montée en puissance de l'intelligence artificielle.

En revanche, il est évident que l'adoption du travail via les plateformes collaboratives nécessite un accompagnement adapté, notamment sur les questions de statuts, droits sociaux, ou encore de protection des travailleurs...

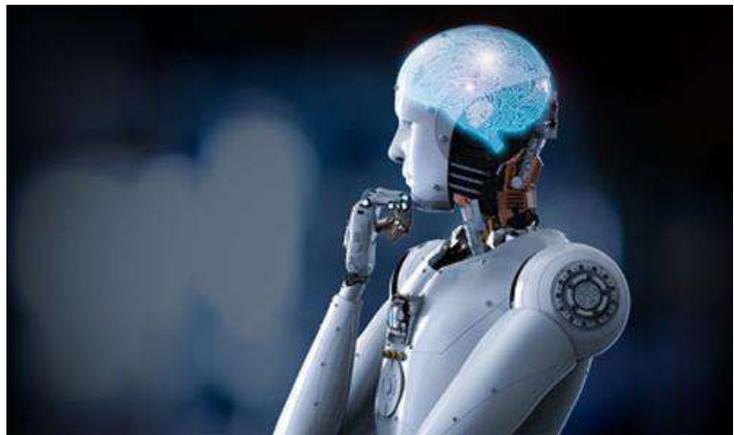
Fariha Shah est cofondatrice et directrice générale de Golden Bees

Intelligence artificielle et handicap : boosteur d'emploi ?

L'intelligence artificielle est en passe de révolutionner la manière de travailler de tous les individus sur la planète, y compris les personnes handicapées. Fariha Shah, directrice de Golden Bees*, fait un point sur ces nouvelles opportunités.

Handicap.fr : Tout d'abord, comment définissez-vous l'intelligence artificielle (IA) ?

Fariha Shah : C'est une technologie qui, via le traitement d'un volume de données très important, non accessible à l'être humain classique, permet de prendre des décisions ou de mettre en marche des actions de manière plus parfaites, intelligentes et pertinentes que le cerveau humain.



H.fr : Dans le domaine de l'emploi, comment cela se manifeste-t-il ?

FS : Tout ce qui est produit dans le domaine de l'emploi et du numérique a pour objectif de faciliter les usages de l'utilisateur, notamment les phases de recrutement et d'embauche. Nous l'utilisons chez Golden Bees pour faire correspondre des milliers d'offres d'emploi et des profils d'internautes. Ce système nous permet, entre autres, de connaître leurs intérêts professionnels et leur comportement face à des offres d'emploi.

H.fr : Cela ne concerne donc pas uniquement des personnes qui sont, effectivement, à la recherche d'un emploi ?

FS : Exactement, tout le monde peut être touché. La recherche est automatisée : la personne n'a plus de démarche active à faire, les emplois viennent à elle en fonction d'informations que l'on a obtenues.

H.fr : Ce système permet-il de mettre en avant des profils de travailleurs handicapés recherchés par les entreprises ?

FS : Bien sûr, c'est typiquement ce qui peut être fait pour faciliter la rencontre entre l'entreprise qui recherche des profils spécifiques et le demandeur d'emploi, à condition qu'il mentionne sa RQTH. C'est un avantage pour les deux parties. Mais des solutions permettent de mettre surtout en avant les "soft skills" (ndlr : compétences personnelles) de chacun avant de les faire correspondre avec les attentes des recruteurs. Un même profil peut matcher avec plusieurs recruteurs sans qu'ils ne sachent forcément que le candidat est en situation de handicap ; c'est tout l'intérêt de l'intelligence artificielle. Ainsi, l'employeur analyse d'abord la personnalité et évalue la capacité de cette personne à s'intégrer dans son entreprise et à apprendre puisque l'on sait que, dans de nombreux cas, le handicap n'empêche ni l'apprentissage ni les compétences.

H.fr : En somme, l'objectif est de donner sa chance à chacun ?

FS : Exactement, ce système a été pensé pour des profils issus de la diversité : qui ont peu d'expérience, ne parle pas la langue du pays ou des personnes qui sont en reconversion totale. Au-delà des capacités, la personnalité est de plus en plus importante dans les recrutements.

H.fr : Cette approche concerne-t-elle tous types de métiers ?

FS : C'est extrêmement varié : du poste d'agent administratif, pour les personnes en fauteuil roulant par exemple, qui ne nécessite aucun déplacement, à la manutention pour une personne malentendante... Il est possible de s'adapter. Avec l'intelligence artificielle, encore une fois, c'est la personnalité qui prime et non le handicap. C'est important car de nombreux préjugés persistent dans le monde du travail. Mettons-les de côtés et augmentons les chances de séduire le recruteur.

H.fr : Ces dernières années, on note une recrudescence d'embauches de personnes autistes Asperger. Des grosses entreprises comme Google et

Microsoft ont notamment été séduites. De votre côté, avez-vous remarqué cette "tendance" ?

FS : En toute honnêteté, non. C'est un modèle et tout le monde sait qu'on a intérêt à "surfer sur cette vague" mais ce n'est pas encore le cas.

H.fr : **On entend souvent que l'intelligence artificielle pourrait créer jusqu'à 21 millions d'emplois mais qu'est-ce que cela signifie concrètement ?**

FS : L'IA va créer de nouveaux emplois et ceux qui existent vont se transformer. De nouveaux profils vont donc apparaître mais c'est la suite logique de ce qui existe déjà. Les métiers liés au traitement des données et tous ceux qui peuvent être automatisés sont, en revanche, amenés à disparaître.

H.fr : **Un exemple ?**

FS : Si on extrapole un peu, le diagnostic d'un médecin généraliste peut aussi être automatisé. Aujourd'hui, certaines technologies sont déjà capables de faire des diagnostics si on leur fournit assez de données. Ça fait un peu peur mais cela ne signifie pas pour autant la fin des médecins, plutôt une évolution. Ils auront davantage un rôle d'accompagnement basé sur le conseil, l'empathie et l'humain mais leur savoir-faire en termes de détection de pathologie n'aura plus aucun sens. Tous les nouveaux métiers vont se créer autour de l'automatisation et c'est déjà le cas pour la banque. Le service-client peut se faire en ligne grâce à des "chatbots" (ndlr : assistants virtuels) capables de répondre à des problématiques automatiquement. Ces machines sont en auto-apprentissage de manière permanente et ne commettent jamais deux fois la même erreur. L'homme, quant à lui, aide la machine à se perfectionner.

H.fr : **Plus spécifiquement, l'IA est-elle en mesure d'accompagner les travailleurs handicapés qui ont des restrictions et pourraient, grâce à tous ces nouveaux outils, compenser leur handicap ?**

FS : Ces compétences sont plus liées à la biotechnologie... Mais, effectivement, avec les avancées observées, il pourrait être rapidement question d'anticiper ou de compenser un handicap. C'est un domaine très puissant et qui va extrêmement vite grâce à cette énorme base de données que nous nourrissons au quotidien mais je pense que ces transformations viendront d'abord des GAFA (ndlr : "les géants du web" : Google, Amazon, Facebook et Apple) plutôt que des petits acteurs de la technologie en Europe.

H.fr : Un certain fantasme plane autour de l'IA... Alors, finalement, est-ce qu'on doit redouter que les robots finissent par nous remplacer ou est-ce une plus-value pour l'Homme en général ?

FS : Tout ce qui est fait par l'intelligence artificielle a pour unique but de nous faciliter la vie donc notre société finira par l'accepter totalement. Et même si cette approche va détruire des emplois, c'est indéniable, elle va aussi en créer, augmenter la valeur des profils de chacun mais également nous pousser à diriger notre concentration intellectuelle vers d'autres sujets. L'IA intervient donc pour perfectionner ce qui existe déjà mais viendra aussi le moment où il faudra la contrôler car cela risque de nous dépasser très rapidement. A partir du moment où elle devient autonome, capable de prendre des décisions pour plusieurs machines, ça peut devenir compliqué. En France, nous n'en sommes pas là mais, de l'autre côté de la planète, aux États-Unis, ils sont très en avance et ont énormément de données. Ils travaillent depuis des années sur ce sujet et créent des IA très puissantes, capables de devenir autonomes. Il faut être conscient de ce qui est en train de se passer... Mais là où nous avons des règles, des pays comme la Chine et les États-Unis n'en ont pas et, de ce fait, ils rendent leurs outils et leur technologie beaucoup plus puissante quand nous sommes encore un peu limités. Le danger, c'est aussi que l'on reste en marge.

* Golden Bees : start-up spécialisée dans le ciblage de candidats via la publicité programmatique

Emmanuelle Dal'Secco

Inclusion numérique : un levier pour l'accès à l'emploi des jeunes sans diplômes ? (par Fariha Shah, Directrice Générale, Golden Bees)



Selon l'édition 2018 de l'enquête BMO1 de pôle emploi recense plus de 75 000 postes, sur les métiers de l'informatique. Alors que la demande des professionnels des technologies web croit de 4% par an, les entreprises peinent à recruter les bons profils, ainsi qualifiés de « pénuriques ».

Dans ce contexte, l'Etat a initié un plan de formation aux métiers du numérique à destination des demandeurs d'emploi non diplômés et des jeunes éloignés du monde du travail. L'objectif ? Réduire le taux de chômage en favorisant l'insertion professionnelle des jeunes en difficulté.

Les quelques centaines de formations labellisées dans le cadre du programme 10Knum du Plan d'Investissement des Compétences , visent principalement l'acquisition de compétences de base dans l'informatique, pour développer des métiers de « supports » (Développeurs, Techniciens informatique, Web Designer...etc.). La durée de session moyenne est de quatre mois et les formations sont accessibles sans conditions de diplômes.

Bien que l'équation paraisse logique, il n'est pas certain que la formule choisie pour aboutir au résultat recherché soit correcte. En effet, un certain nombre de variables inhérentes au contexte du marché risquent d'influer sur le taux de réussite de ce plan.

La pénurie de compétences prime sur la pénurie de candidats

En 2018 il y a eu en moyenne 1,5 fois plus de candidats que d'offres sur des postes en informatique. Les nouvelles méthodes de sourcing, telle que la publicité programmatique permettent d'augmenter le volume de candidatures. Les difficultés d'embauches sont surtout dues au niveau d'exigence des entreprises en ce qui concerne le degré de compétences des candidats. Les recrutements des profils IT sont souvent soumis à des tests techniques, des tests de logique et parfois même des tests de culture générale de l'environnement informatique. Faute d'expérience et/ou de niveau de qualification suffisant(s), nombreux profils ne sont pas retenus par les entreprises, même lorsqu'il s'agit de startup. Or, un apprentissage de quelques mois pour s'approprier les bases du numérique n'aura que peu de chances de préparer efficacement les candidats, ne serait-ce qu'aux « tests d'entrée ».

Contrairement à ce qu'on pourrait penser, les entreprises ne cherchent pas à recruter à tout prix des profils formés au numérique, mais plutôt à recruter les meilleurs talents peu importe le prix.

De plus, une des alternatives au recrutement est d'avoir recours aux freelances ou aux sociétés qui mettent à disposition de professionnels qualifiés, provenant de la France ou de l'étranger... De ce fait, pas certain que la « pénurie » de candidats en France soit véritablement un frein au développement de l'économie numérique.

La génération des « Digital workers » déjà bien présente sur le marché de l'emploi

En plus de nombreuses écoles gratuites en informatique qui remplissent déjà leurs bancs (l'école 42, Simplon, Wild Code School, OpenHackademy, ...), les MOOCS en ligne tels que Code Academy, OpenClassRoom ou la Khan Academy se multiplient, et les grands acteurs technologiques tels que Samsung ont développé des centres de formations pour recruter parmi tous des génies du numérique.

A ceux-ci s'ajoute les formations payantes et/ou études longues dans le numérique avec : les centres de formation, les écoles d'ingénieurs et les

universités ... L'ère de la production massive de « Digital workers » est déjà d'actualité et est surtout, accessible à tous. Ces centaines de dispositifs préparent des milliers de professionnels du numérique tous les ans pour le marché du travail, rendant éphémère le caractère « pénurique » de ces métiers.

Diversité, niveau de qualifications, mœurs : une mise en concurrence inégale des candidats

Face à des profils plus qualifiés et multidisciplinaires qui entrent « dans les codes » des entreprises françaises, les candidats aux compétences limitées issus de formations peu développées pourraient être évincés. Cela est encore plus vrai, à l'heure où les discriminations liées aux genres, à l'âge, à l'handicap, aux origines, au niveau académique et à la situation géographique persistent. L'évolution des mœurs sur l'intégration de collaborateurs issus de la diversité, sur un laps de temps aussi court, paraît difficile.

L'évolution de l'Intelligence Artificielle au détriment des postes de support informatique

L'évolution des nouvelles formes d'intelligences numériques permettent aux entreprises de toutes tailles, d'améliorer significativement leurs performances informatiques à moindres coûts. Les PME et startup, premières visées par le plan d'embauches des nouveaux candidats formés, seront également les premières à s'équiper. L'avènement de l'intelligence artificielle freinera ainsi les embauches des métiers sous-qualifiés dans le milieu de l'informatique et rendront inéluctablement les emplois à faible valeur ajoutée, obsolètes. Et on parle bien ici d'une situation dans un futur très proche.

Si le plan de formation au numérique des jeunes en marge de la société est en apparence plein de bon sens, il présente en réalité de nombreuses limites. En ce sens, l'insertion professionnelle dans le secteur du numérique d'un million de jeunes sans diplômes semble ambitieux. En revanche, cela n'exclut pas la nécessité d'investir dans l'acculturation numérique, pour que tous les français puissent se saisir des enjeux. De plus, si on s'intéresse aux alternatives, le numérique reste un outil qui peut aider la jeune population sans emploi à se réinsérer dans la vie professionnelle.

Les plateformes collaboratives : outil du numérique en faveur de l'insertion professionnelle des chômeurs

Les nouveaux modèles de travail émergents des plateformes collaboratives, apportent des solutions concrètes pour les enjeux de l'emploi en France. Un

jeune sans diplôme peut exercer un métier de service manuel accessible par des formations courtes, tout en bénéficiant des avantages du statut d'indépendant : autonomie, flexibilité, choix de salaires... sans les inconvénients. Plombier, Electricien(ne), Peintre, Nounou, Esthéticien(ne). etc. sont autant de métiers en pénurie et qui répondent une forte demande en France. Il s'agit surtout de métiers qui ne seront pas affectés (ou que très tard) par la destruction d'emploi attendue par la montée en puissance de l'intelligence artificielle.

En revanche, il est évident que l'adoption du travail via les plateformes collaboratives nécessite un accompagnement adapté, notamment sur les questions de statuts, droits sociaux, ou encore de protection des travailleurs...

Fariha Shah est co-fondatrice et Directrice Générale de Golden Bees, la première solution de ciblage intelligent de candidats via la publicité pour le recrutement. Dotée d'un profil 100% digital, Fariha Shah a rapidement intégré l'écosystème de la publicité en ligne, en rejoignant des acteurs de référence sur le marché de la publicité display, pour ensuite se spécialiser dans le conseil. En 2015, après 8 ans dans le domaine du digital, Fariha met à profit son expertise pour fluidifier le marché de l'emploi en ligne grâce à la technologie numérique de Golden Bees.

Olivier Kauf

Inclusion numérique : un levier pour l'accès à l'emploi des jeunes sans diplômes ?



Selon l'édition 2018 de l'enquête BMO1de pôle emploi recense plus de 75 000 postes, sur les métiers de l'informatique. Alors que la demande des professionnels des technologies web croît de 4% par an...

Dans ce contexte, l'Etat a initié un plan de formation aux métiers du numérique à destination des demandeurs d'emploi non diplômés et des jeunes éloignés du monde du travail. L'objectif ? Réduire le taux de chômage en favorisant l'insertion professionnelle des jeunes en difficulté.

Les quelques centaines de formations labellisées dans le cadre du programme 10Knum du Plan d'Investissement des Compétences [1], visent principalement l'acquisition de compétences de base dans l'informatique, pour développer des métiers de « supports » (Développeurs, Techniciens informatique, Web Designer...etc.). La durée de session moyenne est de quatre mois et les formations sont accessibles sans conditions de diplômes.

Bien que l'équation paraisse logique, il n'est pas certain que la formule choisie pour aboutir au résultat recherché soit correcte. En effet, un certain nombre de variables inhérentes au contexte du marché risquent d'influer sur le taux de réussite de ce plan.

La pénurie de compétences prime sur la pénurie de candidats

En 2018 il y a eu en moyenne 1,5 fois plus de candidats que d'offres sur des postes en informatique. Les nouvelles méthodes de sourcing, telle que la publicité programmatique permettent d'augmenter le volume de candidatures. Les difficultés d'embauches sont surtout dues au niveau d'exigence des entreprises en ce qui concerne le degré de compétences des candidats. Les recrutements des profils IT sont souvent soumis à des tests techniques, des tests de logique et parfois même des tests de culture générale de l'environnement informatique. Faute d'expérience et/ou de niveau de qualification suffisant(s), nombreux profils ne sont pas retenus par les entreprises, même lorsqu'il s'agit de startup. Or, un apprentissage de quelques mois pour s'approprier les bases du numérique n'aura que peu de chances de préparer efficacement les candidats, ne serait-ce qu'aux « tests d'entrée ».

Contrairement à ce qu'on pourrait penser, les entreprises ne cherchent pas à recruter à tout prix des profils formés au numérique, mais plutôt à recruter les meilleurs talents peu importe le prix.

De plus, une des alternatives au recrutement est d'avoir recours aux freelances ou aux sociétés qui mettent à disposition de professionnels qualifiés, provenant de la France ou de l'étranger... De ce fait, pas certain que la « pénurie » de candidats en France soit véritablement un frein au développement de l'économie numérique.

La génération des « Digital workers » déjà bien présente sur le marché de l'emploi

En plus de nombreuses écoles gratuites en informatique qui remplissent déjà leurs bancs (l'école 42, Simplon, Wild Code School, OpenHackademy, ...), les MOOCS en ligne tels que Code Academy, OpenClassRoom ou la Khan Academy se multiplient, et les grands acteurs technologiques tels que Samsung ont développé des centres de formations pour recruter parmi tous des génies du numérique.

A ceux-ci s'ajoute les formations payantes et/ou études longues dans le numérique avec : les centres de formation, les écoles d'ingénieurs et les universités ... L'ère de la production massive de « Digital workers » est déjà d'actualité et est surtout, accessible à tous. Ces centaines de dispositifs préparent des milliers de professionnels du numériques tous les ans pour le marché du travail, rendant éphémère le caractère « pénurique » de ces métiers.

Diversité, niveau de qualifications, mœurs : une mise en concurrence inégale des candidats

Face à des profils plus qualifiés et multidisciplinaires qui entrent « dans les codes » des entreprises françaises, les candidats aux compétences limitées issus de formations peu développées pourraient être évincés. Cela est encore plus vrai, à l'heure où les discriminations liées aux genres, à l'âge, à l'handicap, aux origines, au niveau académique et à la situation géographique persistent. L'évolution des mœurs sur l'intégration de collaborateurs issus de la diversité, sur un laps de temps aussi court, paraît difficile.

L'évolution de l'Intelligence Artificielle au détriment des postes de support informatique

L'évolution des nouvelles formes d'intelligences numériques permettent aux entreprises de toutes tailles, d'améliorer significativement leurs performances informatiques à moindres coûts. Les PME et startup, premières visées par le plan d'embauches des nouveaux candidats formés, seront également les premières à s'équiper. L'avènement de l'intelligence artificielle freinera ainsi les embauches des métiers sous-qualifiés dans le milieu de l'informatique et rendront inéluctablement les emplois à faible valeur ajoutée, obsolètes. Et on parle bien ici d'une situation dans un futur très proche.

Si le plan de formation au numérique des jeunes en marge de la société est en apparence plein de bon sens, il présente en réalité de nombreuses limites. En ce sens, l'insertion professionnelle dans le secteur du numérique d'un million de jeunes sans diplômes semble ambitieux. En revanche, cela n'exclut pas la nécessité d'investir dans l'acculturation numérique, pour que tous les français puissent se saisir des enjeux. De plus, si on s'intéresse aux alternatives, le numérique reste un outil qui peut aider la jeune population sans emploi à se réinsérer dans la vie professionnelle.

Les plateformes collaboratives : outil du numérique en faveur de l'insertion professionnelle des chômeurs

Les nouveaux modèles de travail émergents des plateformes collaboratives, apportent des solutions concrètes pour les enjeux de l'emploi en France. Un jeune sans diplôme peut exercer un métier de service manuel accessible par des formations courtes, tout en bénéficiant des avantages du statut d'indépendant : autonomie, flexibilité, choix de salaires... sans les inconvénients. Plombier, Electricien(ne), Peintre, Nounou, Esthéticien(ne). etc. sont autant de métiers en

pénurie et qui répondent une forte demande en France. Il s'agit surtout de métiers qui ne seront pas affectés (ou que très tard) par la destruction d'emploi attendue par la montée en puissance de l'intelligence artificielle.

En revanche, il est évident que l'adoption du travail via les plateformes collaboratives nécessite un accompagnement adapté, notamment sur les questions de statuts, droits sociaux, ou encore de protection des travailleurs...

Fariha Shah



Economie : ces métiers qui sont menacés par l'Intelligence artificielle



« Sud Ouest ». Avant d'évoquer avec vous les métiers qui sont menacés, selon vous, par la digitalisation de l'économie, quelques mots sur [GoldenBees](#), la société que vous avez co-fondée, à Paris ?



[FarihaShah](#). Crédit photo : [FarihaShah](#)
[FarihaShah](#) Golden...

Inclusion numérique : un levier pour l'accès à l'emploi des jeunes sans diplômes ?



Selon l'édition 2018 de l'enquête BMO1 de pôle emploi recense plus de 75 000 postes, sur les métiers de l'informatique. Alors que la demande des professionnels des technologies web croît de 4% par an, les entreprises peinent à recruter les bons profils, ainsi qualifiés de « pénuriques ».

Dans ce contexte, l'Etat a initié un plan de formation aux métiers du numérique à destination des demandeurs d'emploi non diplômés et des jeunes éloignés du monde du travail. L'objectif ? Réduire le taux de chômage en favorisant l'insertion professionnelle des jeunes en difficulté.

Les quelques centaines de formations labellisées dans le cadre du programme 10Knum du Plan d'Investissement des Compétences¹, visent principalement l'acquisition de compétences de base dans l'informatique, pour développer des métiers de « supports » (Développeurs, Techniciens informatique, Web Designer...etc.). La durée de session moyenne est de quatre mois et les formations sont accessibles sans conditions de diplômes.

Bien que l'équation paraisse logique, il n'est pas certain que la formule choisie pour aboutir au résultat recherché soit correcte. En effet, un certain nombre de variables inhérentes au contexte du marché risquent d'influer sur le taux de réussite de ce plan.

La pénurie de compétences prime sur la pénurie de candidats

En 2018 il y a eu en moyenne 1,5 fois plus de candidats que d'offres sur des postes en informatique. Les nouvelles méthodes de sourcing, telle que la publicité programmatique permettent d'augmenter le volume de candidatures. Les difficultés d'embauches sont surtout dues au niveau d'exigence des entreprises en ce qui concerne le degré de compétences des candidats. Les recrutements des profils IT sont souvent soumis à des tests techniques, des tests de logique et parfois même des tests de culture générale de l'environnement informatique. Faute d'expérience et/ou de niveau de qualification suffisant(s), nombreux profils ne sont pas retenus par les entreprises, même lorsqu'il s'agit de startup. Or, un apprentissage de quelques mois pour s'approprier les bases du numérique n'aura que peu de chances de préparer efficacement les candidats, ne serait-ce qu'aux « tests d'entrée ».

Contrairement à ce qu'on pourrait penser, les entreprises ne cherchent pas à recruter à tout prix des profils formés au numérique, mais plutôt à recruter les meilleurs talents peu importe le prix.

De plus, une des alternatives au recrutement est d'avoir recours aux freelances ou aux sociétés qui mettent à disposition de professionnels qualifiés, provenant de la France ou de l'étranger... De ce fait, pas certain que la « pénurie » de candidats en France soit véritablement un frein au développement de l'économie numérique.

La génération des « Digital workers » déjà bien présente sur le marché de l'emploi

En plus de nombreuses écoles gratuites en informatique qui remplissent déjà leurs bancs (l'école 42, Simplon, Wild Code School, OpenHackademy, ...), les MOOCS en ligne tels que Code Academy, OpenClassRoom ou la Khan Academy se multiplient, et les grands acteurs technologiques tels que Samsung ont développé des centres de formations pour recruter parmi tous des génies du numérique.

A ceux-ci s'ajoute les formations payantes et/ou études longues dans le numérique avec : les centres de formation, les écoles d'ingénieurs et les universités ... L'ère de la production massive de « Digital workers » est déjà d'actualité et est surtout, accessible à tous. Ces centaines de dispositifs préparent des milliers de professionnels du numérique tous les ans pour le marché du travail, rendant éphémère le caractère « pénurique » de ces métiers.

Diversité, niveau de qualifications, mœurs : une mise en concurrence inégale des candidats

Face à des profils plus qualifiés et multidisciplinaires qui entrent « dans les codes » des entreprises françaises, les candidats aux compétences limitées issus de formations peu développées pourraient être évincés. Cela est encore plus vrai, à l'heure où les discriminations liées aux genres, à l'âge, à l'handicap, aux origines, au niveau académique et à la situation géographique persistent. L'évolution des mœurs sur l'intégration de collaborateurs issus de la diversité, sur un laps de temps aussi court, paraît difficile.

L'évolution de l'Intelligence Artificielle au détriment des postes de support informatique

L'évolution des nouvelles formes d'intelligences numériques permettent aux entreprises de toutes tailles, d'améliorer significativement leurs performances informatiques à moindres coûts. Les PME et startup, premières visées par le plan d'embauches des nouveaux candidats formés, seront également les premières à s'équiper. L'avènement de l'intelligence artificielle freinera ainsi les embauches des métiers sous-qualifiés dans le milieu de l'informatique et rendront inéluctablement les emplois à faible valeur ajoutée, obsolètes. Et on parle bien ici d'une situation dans un futur très proche.

Si le plan de formation au numérique des jeunes en marge de la société est en apparence plein de bon sens, il présente en réalité de nombreuses limites. En ce sens, l'insertion professionnelle dans le secteur du numérique d'un million de jeunes sans diplômes semble ambitieux. En revanche, cela n'exclut pas la nécessité d'investir dans l'acculturation numérique, pour que tous les français puissent se saisir des enjeux. De plus, si on s'intéresse aux alternatives, le numérique reste un outil qui peut aider la jeune population sans emploi à se réinsérer dans la vie professionnelle.

Les plateformes collaboratives : outil du numérique en faveur de l'insertion professionnelle des chômeurs

Les nouveaux modèles de travail émergents des plateformes collaboratives, apportent des solutions concrètes pour les enjeux de l'emploi en France. Un jeune sans diplôme peut exercer un métier de service manuel accessible par des formations courtes, tout en bénéficiant des avantages du statut d'indépendant : autonomie, flexibilité, choix de salaires... sans les inconvénients. Plombier, Electricien(ne), Peintre, Nounou, Esthéticien(ne). etc. sont autant de métiers en pénurie et qui répondent une forte demande en France. Il s'agit surtout de

métiers qui ne seront pas affectés (ou que très tard) par la destruction d'emploi attendue par la montée en puissance de l'intelligence artificielle. En revanche, il est évident que l'adoption du travail via les plateformes collaboratives nécessite un accompagnement adapté, notamment sur les questions de statuts, droits sociaux, ou encore de protection des travailleurs...

Biographie :

Fariha Shah est co-fondatrice et Directrice Générale de Golden Bees, la première solution de ciblage intelligent de candidats via la publicité pour le recrutement. Dotée d'un profil 100% digital, Fariha Shah a rapidement intégré l'écosystème de la publicité en ligne, en rejoignant des acteurs de référence sur le marché de la publicité display, pour ensuite se spécialiser dans le conseil. En 2015, après 8 ans dans le domaine du digital, Fariha met à profit son expertise pour fluidifier le marché de l'emploi en ligne grâce à la technologie numérique de Golden Bees.

1. <http://statistiques.pole-emploi.org/bmo/>
2. <https://travail-emploi.gouv.fr/actualites/presse/communiqués-de-presse/article/plan-d-investissement-dans-les-compétences-lancement-des-10-000-formations-aux>

Inclusion numérique : un levier pour l'accès à l'emploi des jeunes sans diplômes ?

Fariha Shah, Directrice Générale, Golden Bees



Selon l'édition 2018 de l'enquête BMO1 de pôle emploi recense plus de 75 000 postes, sur les métiers de l'informatique. Alors que la demande des professionnels des technologies web croît de 4% par an, les entreprises peinent à recruter les bons profils, ainsi qualifiés de « pénuriques ».

Dans ce contexte, l'Etat a initié un plan de formation aux métiers du numérique à destination des demandeurs d'emploi non diplômés et des jeunes éloignés du monde du travail.

L'objectif ? Réduire le taux de chômage en favorisant l'insertion professionnelle des jeunes en difficulté.

Les quelques centaines de formations labellisées

dans le cadre du programme 10Knum du Plan d'Investissement des Compétences, visent principalement l'acquisition de compétences de base dans l'informatique, pour développer des métiers de « supports » (Développeurs, Techniciens informatique, Web Designer...etc.).

La durée de session moyenne est de quatre mois et les formations sont accessibles sans conditions de diplômes.

Bien que l'équation paraisse logique, il n'est pas certain que la formule choisie pour aboutir au résultat recherché soit correcte. En effet, un certain nombre de variables inhérentes au contexte du marché risquent d'influer sur le taux de réussite de ce plan.



La pénurie de compétences prime sur la pénurie de candidats

En 2018 il y a eu en moyenne 1,5 fois plus de candidats que d'offres sur des postes en informatique. Les nouvelles méthodes de sourcing, telle que la publicité programmatique permettent d'augmenter le volume de candidatures. Les difficultés d'embauches sont surtout dues au niveau d'exigence des entreprises en ce qui concerne le degré de compétences des candidats.

Les recrutements des profils IT sont souvent soumis à des tests techniques, des tests de logique et parfois même des tests de culture générale de l'environnement informatique. Faute d'expérience et/ou de niveau de qualification suffisant(s), nombreux profils ne sont pas retenus par les entreprises, même lorsqu'il s'agit de startup.

Or, un apprentissage de quelques mois pour s'approprier les bases du numérique n'aura que peu de chances de préparer efficacement les candidats, ne serait-ce qu'aux « tests d'entrée ».

Contrairement à ce qu'on pourrait penser, les entreprises ne cherchent pas à recruter à tout prix des profils formés au numérique, mais plutôt à recruter les meilleurs talents peu importe le prix.

De plus, une des alternatives au recrutement est d'avoir recours aux freelances ou aux sociétés qui mettent à disposition de professionnels qualifiés, provenant de la France ou de l'étranger... De ce fait, pas certain que la « pénurie » de candidats en France soit véritablement un frein au développement de l'économie numérique.

La génération des « Digital workers » déjà bien présente sur le marché de l'emploi

En plus de nombreuses écoles gratuites en informatique qui remplissent déjà leurs bancs (l'école 42, Simplon, Wild Code School, OpenHackademy, ...), les MOOCS en ligne tels que Code Academy, OpenClassRoom ou la Khan Academy se multiplient, et les grands acteurs technologiques tels que Samsung ont développé des centres de formations pour recruter parmi tous des génies du numérique.

A ceux-ci s'ajoute les formations payantes et/ou études longues dans le numérique avec : les centres de formation, les écoles d'ingénieurs et les universités ...

L'ère de la production massive de « Digital workers » est déjà d'actualité et est surtout, accessible à tous. Ces centaines de dispositifs préparent des milliers de professionnels du numériques tous les ans pour le marché du travail, rendant éphémère le caractère « pénurique » de ces métiers.

Diversité, niveau de qualifications, mœurs : une mise en concurrence inégale des candidats

Face à des profils plus qualifiés et multidisciplinaires qui entrent « dans les codes » des entreprises françaises, les candidats aux compétences limitées issus de formations peu développées pourraient être évincés.

Cela est encore plus vrai, à l'heure où les discriminations liées aux genres, à l'âge, à l'handicap, aux origines, au niveau académique et à la situation géographique persistent. L'évolution des mœurs sur l'intégration de collaborateurs issus de la diversité, sur un laps de temps aussi court, paraît difficile.

L'évolution de l'Intelligence Artificielle au détriment des postes de support informatique

L'évolution des nouvelles formes d'intelligences numériques permettent aux entreprises de toutes tailles, d'améliorer significativement leurs performances informatiques à moindres coûts. Les PME et startup, premières visées par le plan d'embauches des nouveaux candidats formés, seront également les premières à s'équiper.

L'avènement de l'intelligence artificielle freinera ainsi les embauches des métiers sous-qualifiés dans le milieu de l'informatique et rendront inéluctablement les emplois à faible valeur ajoutée, obsolètes. Et on parle bien ici d'une situation dans un futur très proche.

Si le plan de formation au numérique des jeunes en marge de la société est en apparence plein de bon sens, il présente en réalité de nombreuses limites. En



ce sens, l'insertion professionnelle dans le secteur du numérique d'un million de jeunes sans diplômes semble ambitieux.

En revanche, cela n'exclut pas la nécessité d'investir dans l'acculturation numérique, pour que tous les français puissent se saisir des enjeux. De plus, si on s'intéresse aux alternatives, le numérique reste un outil qui peut aider la jeune population sans emploi à se réinsérer dans la vie professionnelle.

Les plateformes collaboratives : outil du numérique en faveur de l'insertion professionnelle des chômeurs

Les nouveaux modèles de travail émergents des plateformes collaboratives, apportent des solutions concrètes pour les enjeux de l'emploi en France.

Un jeune sans diplôme peut exercer un métier de service manuel accessible par des formations courtes, tout en bénéficiant des avantages du statut d'indépendant : autonomie, flexibilité, choix de salaires... sans les inconvénients.

Plombier, Electricien(ne), Peintre, Nounou, Esthéticien(ne). etc. sont autant de métiers en pénurie et

qui répondent une forte demande en France. Il s'agit surtout de métiers qui ne seront pas affectés (ou que très tard) par la destruction d'emploi attendue par la montée en puissance de l'intelligence artificielle.

En revanche, il est évident que l'adoption du travail via les plateformes collaboratives nécessite un accompagnement adapté, notamment sur les questions de statuts, droits sociaux, ou encore de protection des travailleurs...

[Fariha Shah](#) est co-fondatrice et Directrice Générale de [Golden Bees](#), la première solution de ciblage intelligent de candidats via la publicité pour le recrutement.

Dotée d'un profil 100% digital, [Fariha Shah](#) a rapidement intégré l'écosystème de la publicité en ligne, en rejoignant des acteurs de référence sur le marché de la publicité display, pour ensuite se spécialiser dans le conseil.

En 2015, après 8 ans dans le domaine du digital, Fariha met à profit son expertise pour fluidifier le marché de l'emploi en ligne grâce à la technologie numérique de [Golden Bees](#).

[Podcast Talent aiguilles] Pour trouver les candidats passifs, Golden Bees mobilise les moyens du programmatique



Décidément l'innovation est très présente dans le domaine du numérique appliqué au RH. En témoigne ce nouveau podcast avec Fariha Shah, cofondatrice et dirigeante de **Golden Bees**, une start-up qui élargit le champ de recherche des bons candidats.

Rien n'est plus difficile à atteindre qu'un candidat potentiellement intéressé par une offre d'emploi mais qui ne le sait pas encore. Pour aider les entreprises confrontées à ce problème, la start-up **Golden Bees** met à disposition des recruteurs les outils utilisés par la publicité en ligne. Comment ? En allant les chercher sur le web et en les incitant à venir sur le site de l'entreprise qui recrute.



Fariha Shah, co-fondatrice et dirigeante de **Golden Bees**

Fariha Shah, une des fondatrices de la jeune pousse, est venue nous expliquer comment cela fonctionne. Elle a aussi évoqué les projets de développement de l'entreprise, notamment en direction des candidats.



Le 15/01/2019

<https://www.sudradio.fr/made-france-2019-01-15>

MADE IN FRANCE

À propos de Pierre-Maël Tisnès



Émission du 15/01/2019



Fariha Shah : Golden Bees

Fariha Shah experte en web marketing et stratégie digitale et à l'origine de **Golden Bees** est invitée. Il s'agit d'une solution de diffusion des offres d'emplois ciblées pour les recruteurs et personnalisées pour les candidats

[Podcast Talent aiguilles] Pour trouver les candidats passifs, Golden Bees mobilise les moyens du programmatique

Décidément l'innovation est très présente dans le domaine du numérique appliqué au RH. En témoigne ce nouveau podcast avec **Fariha Shah**, cofondatrice et dirigeante de **Golden Bees**, une start-up qui élargit le champ de recherche des bons candidats. Rien n'est plus difficile à atteindre qu'un candidat potentiellement [...] Lire l'article ©

Compétences : Alexandre Lichan rencontre ce matin Fariha Shah



Alexandre Lichan rencontre ce matin **Fariha Shah**, cofondatrice de la société **Golden Bees** spécialiste du ciblage candidat via la publicité ou le recrutement programmatique, proposant des offres d'emplois ciblées sous forme de publicités. Cette société est en quête de dix candidats. **Golden Bees** travaille ainsi pour Adecco, Manpower ou de grandes entreprises, Société Générale, Vinci, Korian..



Le 23/01/2019

<https://www.francebleu.fr/emissions/c-connecte/gironde/fariha-shah-presente-golden-bees-plateforme-qui-vous-aide-a-recruter-en-ligne>



Golden Bees - Golden Bees

Fariha Shah présente Golden Bees plateforme qui vous aide à recruter en Ligne.

Par Philippe Vigier



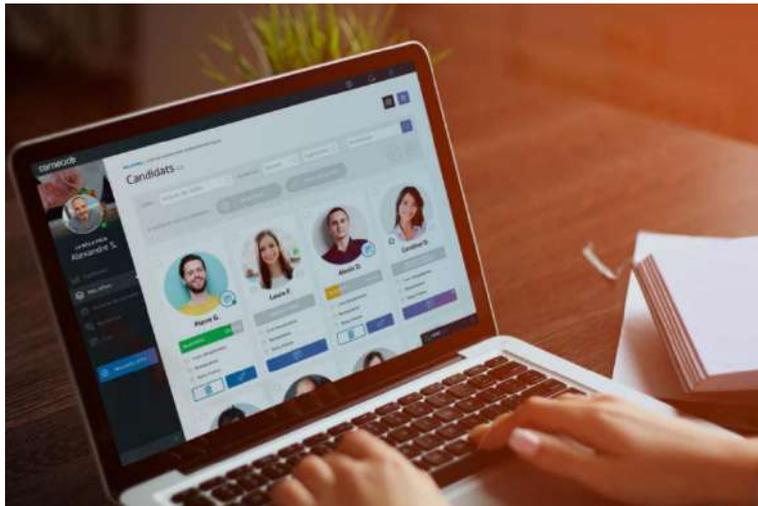
Diffusion du mercredi 23 janvier 2019
Durée : 3min

Un expert en Intelligence Artificielle et créateur d'une plateforme de recrutement en ligne

Je suis en train de regarder un site de maison, je peux consulter dans la colonne des publicités des offres d'emploi concernant des recherches d'architectes ou de maçons.

Golden Bees c'est transformer des internautes en candidats engagés pour qu'ils postulent sur le site d'un recruteur tout en maîtrisant les facteurs de temps et de coût.

[Emploi] Votre recruteur est-il un algorithme ?



Vous ne le savez peut-être pas, mais sans intelligence artificielle vous n'auriez peut-être pas décroché votre dernier poste. Des technos pour le meilleur ou pour le pire... Vous avez sélectionné l'offre d'emploi, soigné votre CV, préparé et réussi vos entretiens pour finalement obtenir le job de vos rêves. Grâce à vos talents et à la perspicacité du recruteur, pensez-vous, et vous avez raison. À ceci près qu'à différentes étapes du processus de recrutement sont intervenues des briques d'intelligence artificielle (IA). À commencer par la lecture et l'analyse de votre CV. C'est ce que propose la société Textkernel, qui édite des logiciels d'IA qui se connectent aux SIRH (systèmes d'information des ressources humaines). « Nous avons développé des "robots" capables de lire et de comprendre les concepts d'un CV », résume Yves Loiseau, le general manager Europe du Sud. Pour cela, on fait lire aux robots des dizaines et des dizaines de CV pour qu'ils comprennent que, selon le contexte, « ingénieur d'affaires » et « ingénieur commercial » signifient la même chose. L'autre talent des briques de Textkernel est d'améliorer la rencontre de l'offre et de la demande, le matching, comme on dit en français dans les start-up RH.

Les équipes de Jobijoba, un agrégateur de sites d'emploi situé dans la banlieue de Bordeaux, ont développé le « CV catcher ». Il s'agit d'analyser les termes clés d'un CV (qu'il soit téléchargé ou photographié par le candidat) pour mettre en face les offres qui correspondent le mieux. Une équipe d'une dizaine de personnes y travaille. Quarante entreprises, parmi lesquelles EDF et Manpower, utilisent ces services, assure Thomas Allaire, le cofondateur de Jobijoba. Il faut entraîner les robots pour qu'ils découvrent le vocabulaire d'une profession, d'un secteur, notamment « les compétences et les certifications », précise-t-il. Embaucher mieux et différemment L'usage n'est pas le même, mais la démarche est proche chez **Golden Bees**. L'IA sert à « comprendre la description d'un poste, des missions et des expertises requises pour le proposer au bon profil de candidat », explique **Jonathan Bordereau**, le président de la start-up. **Golden Bees** utilise les outils de la programmation (une technique de la publicité en ligne), puis affiche, sur la page web que vous êtes en train de lire, la publicité RH qui vous amènera peut-être sur la page de votre futur employeur, alors même que vous n'êtes pas en recherche active. Et les usages de l'IA appliquée au recrutement ne s'arrêtent pas là. Pour prendre un dernier exemple, chez Randstad, c'est un chatbot, un robot de conversation, qui assiste en ligne les candidats dans la constitution de leur dossier. Avec l'IA, on recrutera mieux et différemment, promettent certains. « Quand on demande à un humain comment reconnaître un lion, il cite la crinière. Des logiciels de reconnaissance visuels ont découvert que la forme de l'iris du lion était si particulière que c'était un moyen plus fiable de l'identifier », détaille François Geuze, le directeur scientifique du HR FiabLab Europe. Mais il précise qu'en matière de ressources humaines, on ne peut pas laisser agir l'IA comme une boîte noire, sans comprendre ce qu'elle fait. Superviser l'IA Tout le monde a en tête les mésaventures d'Amazon. Le géant du numérique utilisait une IA pour ses recrutements jusqu'au jour où il découvrit qu'elle privilégiait les candidats hommes aux femmes, répétant les pratiques passées de la firme. Comme le dit Yves Loiseau, de Textkernel, « un robot n'a pas de point de vue », il réplique ce que lui enseignent les données de l'expérience. Pour éviter ces dérives, « pendant le test, on doit regarder comment fonctionne l'IA et faire des réglages fins », estime François Geuze. Et se méfier d'applications qui pointent leur nez. Des start-up proposent d'analyser les vidéos d'entretien de candidats. À partir du comportement de ces derniers – transpiration, rythme de la parole, clignement des yeux –, on pourra dire s'ils possèdent les qualités pour le poste qu'ils visent. Ce mariage de l'IA et des sciences cognitives ressemble, selon la formule de François Geuze, à une nouvelle « phrénologie », du nom de cette

théorie qui définissait le caractère d'une personne à partir de la forme de son crâne. Pour l'heure, dans l'écosystème français, on regarde ces outils avec méfiance et on jure que l'on ne les utilisera pas. Une promesse d'humain est-elle plus fiable qu'un algorithme ?

3 QUESTIONS A : Jérémy Lamri, directeur du pôle Recherche, innovation et prospective de JobTeaser Pourquoi y a-t-il eu des ratages dans l'utilisation de l'IA dans le recrutement ? Si l'on fait de l'intelligence artificielle bêtement dans le recrutement, c'est-à-dire en prenant les résultats obtenus pour argent comptant, on fait comme si l'on considérait que les pratiques passées étaient les bonnes. C'est ce qui est arrivé à Amazon avec son IA. Celle-ci sélectionnait plutôt les CV d'hommes, car Amazon recrutait plus d'hommes que de femmes depuis plusieurs années, parce que ce sont majoritairement des hommes qui suivent des études d'informatique. Quand l'IA étudiait les dossiers, elle estimait très logiquement qu'être une femme était un moins. Que faudrait-il faire ? On a tendance à croire que l'IA est magique. Il faut réfléchir encore plus à ce que l'on fait quand on l'utilise. Si l'on reprend l'exemple d'Amazon ou que l'on intéresse à la diversité ethnique, les résultats seront très différents selon que l'on décide que l'IA sélectionnera les 3, les 20 ou les 200 meilleurs CV. Suit-on l'ordre dans lequel ils ont été triés ou décide-t-on que le choix est fait par un humain ? Il faut garder la main sur le process. À quoi peut servir l'IA dans le recrutement ? C'est un outil puissant qui peut aider à mieux recruter, mais qu'il faut manier avec précaution. On ne peut pas l'adopter aveuglément, comme y incitent certains de ses promoteurs. Il faut prendre le temps d'analyser les performances, de regarder les résultats, de les comprendre et les comparer avec ceux obtenus par des experts RH... En résumé, il ne faut digitaliser que ce que l'on maîtrise par ailleurs, sinon on fait de l'idiotie augmentée.

Golden Bees : success-story d'une start-up RH Tech à la croissance fulgurante



Trois ans après le lancement de sa solution, Golden Bees, start-up spécialisée en marketing programmatique et ciblage intelligent de candidats, affiche une croissance annuelle à trois chiffres.

En diffusant environ 200.000 offres par mois pour le compte d'une centaine d'entreprises, la jeune pousse ambitionne de maintenir cette dynamique de croissance pour s'implémenter durablement sur un marché estimé à plus de 300 millions d'euros en France.

Golden Bees : startup RH Tech en hypercroissance

Il y a tout juste trois ans et demi, Jonathan Bordereau et Fariha Shah lançaient **Golden Bees**. Après avoir réalisé une levée de fonds de 1,1 millions d'euros auprès d'EV (Entrepreneur Venture) et BPI (Banque Publique d'Investissement) en janvier 2018, l'entreprise enregistre aujourd'hui plus de 300 % de croissance avec 4 millions d'euros de chiffre d'affaires.

Fariha Shah, la cofondatrice de Golden Bees, commente : « Pour la troisième année consécutive depuis le lancement de **Golden Bees**, nous avons plus que doublé notre CA, triplé nos effectifs, renouvelé 90 % de nos clients, et démarré notre expansion sur le marché du Benelux.

Golden Bees : leader européen en ciblage automatique de candidats

Depuis sa création en 2015, l'entreprise compte plus de 6 millions d'offres d'emplois diffusées (300 000 offres d'emplois proposés par mois) et plus de 15 millions de candidatures générées.

C'est surtout un leader européen en ciblage de candidats via la publicité programmatique avec plus de 200 références, parmi une centaine de ses clients figurent Vinci, SNCF, MacDonald, Manpower, L'Armée de terre, Würth, Korian ou encore Société Générale.

Golden Bees : une technologie labellisée

Forte de son succès commercial en France, **Golden Bees** rejoint en octobre 2018 la communauté d'excellence des jeunes entreprises innovantes de la technologie, avec l'attribution du label national Pass French Tech.

Elle est également sélectionnée par Bpifrance Excellence ainsi que récompensé en 2017 par l'IAB, pour l'aspect innovant de sa solution avec le trophée Ad innovation Pitch.

Golden Bees obtient, par ailleurs, le label Happy at Work, récompensée pour son excellence dans le management.

Golden Bees : success-story d'une start-up RH Tech à la croissance fulgurante



Trois ans après le lancement de sa solution, Golden Bees, start-up spécialisée en marketing programmatique et ciblage intelligent de candidats, affiche une croissance annuelle à trois chiffres. En diffusant environ 200.000 offres par mois pour le compte d'une centaine d'entreprises, cabinets de recrutement et organisations par le biais de la publicité intelligente, la jeune pousse ambitionne de maintenir cette dynamique de croissance pour s'implémenter durablement sur un marché estimé à plus de 300 millions d'euros en France. Récit d'une véritable réussite à la française.

Golden Bees : startup RH Tech en hypercroissance

Il y a tout juste trois ans et demi, Jonathan Bordereau et Fariha Shah lançaient Golden Bees, start-up innovante spécialisée en ciblage intelligent de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique.

Après avoir réalisé une levée de fonds de 1,1 millions d'euros auprès d'EV (Entrepreneur Venture) et BPI (Banque Publique d'Investissement) en janvier 2018, l'entreprise enregistre aujourd'hui plus de 300 % de croissance avec 4 millions d'euros de chiffre d'affaires rien que pour 2018 et ne cesse de recruter!

Fariha Shah, la cofondatrice de Golden Bees, commente : « *Pour la troisième année consécutive depuis le lancement de Golden Bees, nous avons plus que doublé notre CA. En parallèle, nous avons également triplé nos effectifs, renouvelé 90 % de nos clients, entré plusieurs dizaines de nouveaux comptes stratégiques et démarré notre expansion sur le marché du Benelux. Mais le plus important est que nous avons fortement augmenté la proposition de valeur de technologie, et cela, avec peu de ressources.* »

Golden Bees : leader européen en ciblage automatique de candidats

Golden Bees ce n'est pas qu'une startup en hyper croissance qui, depuis sa création en 2015, compte plus de 6 millions d'offres d'emplois diffusées (300 000 offres d'emplois proposés par mois) et plus de 15 millions de candidatures générées.

C'est surtout un leader européen en ciblage de candidats via la publicité programmatique avec plus de 200 références, parmi lesquelles des entreprises du CAC40, des cabinets de recrutements et des sites d'emploi qui ont amélioré leurs performances en matière de génération de candidatures qualifiées (*60 % de candidatures qualifiées, des coûts de candidatures réduit de 40 %*).

Parmi une centaine de ses clients figurent Vinci, SNCF, MacDonald, Manpower, L'Armée de terre, Wurth, Korian ou encore Société Générale.

Golden Bees : une technologie labellisée

Forte de son succès commercial en France, Golden Bees rejoint en octobre 2018 la communauté d'excellence des jeunes entreprises innovantes de la technologie, avec l'attribution du label national Pass French Tech.

La jeune pousse est également sélectionnée par Bpifrance Excellence qui distingue les entreprises pour leurs parcours de croissance ainsi que récompensé en 2017 par l'IAB, organisme de référence pour la publicité web, pour l'aspect innovant de sa solution avec le trophée Ad innovation Pitch.

Récompensée pour son excellence dans le management, Golden Bees obtient, par ailleurs, le label Happy at Work, label décerné aux entreprises où les salariés s'épanouissent et se sentent heureux dans ce qu'ils font.

À propos de Golden Bees : Créée en 2015 par Jonathan Bordereau et Fariha Shah, Golden Bees est la première solution de ciblage intelligent de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique. Basée sur une suite de technologies propriétaires d'Intelligence Artificielle, Golden Bees diffuse des annonces de recrutement, sous forme de publicité, de manière ciblée et automatisée sur l'intégralité des contextes médias pertinents et des supports connectés. Golden Bees, qui compte plus de cents entreprises clientes, dont Vinci, SNCF, Manpower, L'Armée de terre, Wurth, Korian ou encore Société Générale a été labellisé Pass French Tech en 2018.

Le futur des solutions RH de demain



Interview en exclusivité avec **Fariha Shah**, coFondatrice et Mananging Director de **Golden Bees**

Interview Francophone : Comment résumer votre innovation et quels projets de développement comme LICORNE EUROPEEN du 21e siècle ?

Fariha Shah : Dans un contexte où le marché de l'emploi est en tension avec un taux de chômage de 9% et des besoins grandissants sur de nombreux profils pénuriques, la guerre des talents est réelle : les entreprises redoublent d'effort pour capter les talents. Notre solution invite les entreprises à modifier leurs usages en matière de sourcing de candidats en passant d'une logique de dépôt d'annonce passive, à un système de génération de candidatures, automatisé et intelligent. Golden Bees modifie les codes du marché de l'annonce payantes, pour que les recruteurs gagnent du temps tout en ayant de meilleures performances dans une logique de ROI ; comme c'est le cas dans le webmarketing.

Nos projets de développement doivent nous permettre de passer de la Start'up à la Scale'up. Autrement dit, nous évoluons d'une entreprise dont l'efficacité est éprouvée à l'étape du surdimensionnement national et international.

Golden Bees se dote aujourd'hui des moyens technologiques et humains de s'établir durablement dans le paysage RH et a déjà initié le passage à cette nouvelle étape avec l'ouverture de nouveaux marchés en Europe et le lancement d'une plateforme self-service multilingue fin 2018.

Interview Francophone : Quels ont été les partenaires de l'accélération de Golden Bees et comment le modelé français d'innovation peut inspirer les générations européennes de l'innovation disruptive au service de l'humanité ?

Fariha Shah : Nos investisseurs et partenaires financiers ont permis d'accompagner notre croissance de l'année passée. En 2017, Entrepreneur Venture et la BPI ont financé les projets de développement de Golden Bees à hauteur d'1,1 millions d'€, nous permettant notamment d'accroître nos effectifs.

Nos partenaires ont particulièrement été sensibles à l'aspect sociale de notre solution. Nous avons mis l'accent sur des solutions facilitant la rencontre entre l'offre et la demande sur le marché du travail, en automatisant la recherche du côté des recruteurs mais également du côté du candidat. Ainsi, Golden bees est une solution B2B et en parallèle nous avons également développé un service B2C appelé Wan2bee. Il s'agit d'un service en ligne gratuit qui permet aux internautes-candidats de recevoir des offres d'emploi personnalisés sous différentes formes lors de leurs navigations. A ceci s'ajoute une multitude de services mis à disposition, toujours sans contrepartie, permettant aux candidats de gagner en efficacité dans leur recherche d'emploi.

Aujourd'hui, si nous souhaitons avoir un impact sociétal fort, il est indispensable de s'adresser également à la cible finale, même s'il n'y a pas de bénéfices économiques directs.

Interview Francophone : Quelle est votre meilleure expérience de collaboration pour le succès de cette innovation ? Quels impacts positifs ses propres parties prenantes et territoires ?

Fariha Shah : Il n'y a pas une meilleure expérience de collaboration. C'est l'ensemble des collaborations qui représente une expérience bénéfique. Aujourd'hui Golden Bees collabore avec l'intégralité des acteurs du marché du recrutement : les entreprises, les cabinets de recrutement, les cabinets

d'intérim, les sites d'emplois... soit toutes les organisations qui nécessitent de générer des candidatures. Cela signifie très simplement, que la transformation du marché du recrutement est en cours, et que Golden Bees est un des initiateurs en France. Dans quelques années, la publicité automatisée et ciblée sera la norme, en France et dans de nombreux pays du monde, pour attirer et engager des candidats sur le web.

Interview Francophone : Quel conseil pour les innovateurs européens ?

Fariha Shah : L'innovation doit pouvoir répondre à deux objectifs : améliorer l'existant de manière significative et apporter une réponse à un besoin réel.

Interview Francophone : Quels sont les meilleurs dispositifs qui ont permis la croissance et le succès de votre innovation et comment envisagez-vous des solutions et dispositifs encore plus efficaces pour l'émergence des innovations disruptives françaises au service des territoires, des villes du 21e siècle ?

Fariha Shah : Notre croissance est liée à deux facteurs : une solution qui disrupte le marché des annonces RH tout en répondant à un besoin réel identifié et les performances obtenues sur nos campagnes de recrutement qui fidélisent nos clients.

Les dispositifs d'aides et de financement de la BPI ont permis de soutenir le développement de nos projets technologiques. Nous avons pu recruter plus de talents, et accélérer le développement de nos solutions plus rapidement.

Cependant, l'émergence des innovations disruptives dépend fortement de la visibilité et de la notoriété des jeunes entreprises. Certaines peuvent passer inaperçue faute de ressources et moyens, malgré la qualité de leurs solutions.

Il convient bien évidemment de soutenir le développement technologique, mais il manque des dispositifs accompagnant le développement de la communication et du marketing des entreprises.

Ingrid Vaileanu

Golden Bees : success-story d'une start-up RHtech à la croissance fulgurante

Trois ans après le lancement de sa solution, golden bees, start-up spécialisée en marketing programmatique et ciblage intelligent de candidats, affiche une croissance annuelle à trois chiffres. En diffusant environ 200.000 offres par mois pour le compte d'une centaine d'entreprises, cabinets de recrutement et organisations par le biais de la publicité intelligente, la jeune pousse ambitieuse de ma

Il y a tout juste trois ans et demi, Jonathan Bordereau et Fariha Shah lançaient Golden Bees, start-up innovante spécialisée en ciblage intelligent de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique. Après avoir réalisé une levée de fonds de 1,1 millions d'euros auprès d'EV (Entrepreneur Venture) et BPI (Banque Publique d'Investissement) en janvier 2018, l'entreprise enregistre aujourd'hui plus de 300 % de croissance avec 4 millions d'euros de chiffre d'affaires rien que pour 2018 et ne cesse de recruter!

Fariha Shah, la cofondatrice de Golden Bees, commente : « Pour la troisième année consécutive depuis le lancement de Golden Bees, nous avons plus que doublé notre CA. En parallèle, nous avons également triplé nos effectifs, renouvelé 90 % de nos clients, entré plusieurs dizaines de nouveaux comptes stratégiques et démarré notre expansion sur le marché du Benelux. Mais le plus important est que nous avons fortement augmenté la proposition de valeur de technologie, et cela, avec peu de ressources. »

Golden Bees : success-story d'une start-up RH Tech à la croissance fulgurante

Trois ans après le lancement de sa solution, Golden Bees, start-up spécialisée en marketing programmatique et ciblage intelligent de candidats, affiche une croissance annuelle à trois chiffres...



En diffusant environ 200.000 offres par mois pour le compte d'une centaine d'entreprises, cabinets de recrutement et organisations par le biais de la publicité intelligente, la jeune pousse ambitieuse de maintenir cette dynamique de croissance pour s'implémenter durablement sur un marché estimé à plus de 300 millions d'euros en France. Récit d'une véritable réussite à la française.

Golden Bees : startup RH Tech en hypercroissance

Il y a tout juste trois ans et demi, **Jonathan Bordereau** et **Fariha Shah** lançaient Golden Bees, start-up innovante spécialisée en ciblage intelligent de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique.

Après avoir réalisé une levée de fonds de 1,1 millions d'euros auprès d'EV (Entrepreneur Venture) et BPI (Banque Publique d'Investissement) en janvier 2018, l'entreprise enregistre aujourd'hui plus de 300 % de croissance avec 4 millions d'euros de chiffre d'affaires rien que pour 2018 et ne cesse de recruter !

Fariha Shah, la cofondatrice de Golden Bees, commente : « Pour la troisième année consécutive depuis le lancement de Golden Bees, nous avons plus que doublé notre CA. En parallèle, nous avons également triplé nos effectifs, renouvelé 90 % de nos clients, entré plusieurs dizaines de nouveaux comptes stratégiques et démarré notre expansion sur le marché du Benelux. Mais le plus important est que nous avons fortement augmenté la proposition de valeur de technologie, et cela, avec peu de ressources. »

Golden Bees : leader européen en ciblage automatique de candidats

Golden Bees ce n'est pas qu'une startup en hyper croissance qui, depuis sa création en 2015, compte plus de 6 millions d'offres d'emplois diffusées (300 000 offres d'emplois proposés par mois) et plus de 15 millions de candidatures générées.

C'est surtout un leader européen en ciblage de candidats via la publicité programmatique avec plus de 200 références, parmi lesquelles des entreprises du CAC40, des cabinets de recrutements et des sites d'emploi qui ont amélioré leurs performances en matière de génération de candidatures qualifiées (60 % de candidatures qualifiées, des coûts de candidatures réduit de 40 %).

Parmi une centaine de ses clients figurent Vinci, SNCF, MacDonald, Manpower, L'Armée de terre, Wurth, Korian ou encore Société Générale.

Golden Bees : une technologie labellisée

Forte de son succès commercial en France, Golden Bees rejoint en octobre 2018 la communauté d'excellence des jeunes entreprises innovantes de la technologie, avec l'attribution du label national Pass French Tech.

La jeune pousse est également sélectionnée par Bpifrance Excellence qui distingue les entreprises pour leurs parcours de croissance ainsi que récompensé en 2017 par l'IAB, organisme de référence pour la publicité web, pour l'aspect innovant de sa solution avec le trophée Ad innovation Pitch.

Récompensée pour son excellence dans le management, Golden Bees obtient, par ailleurs, le label Happy at Work, label décerné aux entreprises où les salariés s'épanouissent et se sentent heureux dans ce qu'ils font.

<http://www.goldenbees.fr/>



Le 04 février 2019

<http://www.journal-du-net.fr/entreprise/golden-bees-success-story-dune-start-up-rhtech-a-la-croissance-fulgurante/>



Golden Bees : success-story d'une start-up RHTech à la croissance fulgurante

Trois ans après le lancement de sa solution, Golden Bees, start-up spécialisée en marketing programmatique et ciblage intelligent de candidats, affiche une croissance annuelle à trois chiffres. En diffusant environ 200.000 offres par mois pour le compte d'une centaine d'entreprises, cabinets de recrutement et organisations par le biais de la publicité intelligente, la jeune pousse ambitieuse de maintenir cette dynamique de croissance pour s'implémenter durablement sur un marché estimé à plus de 300 millions d'euros en France. Récit d'une véritable réussite à la française.

Golden Bees : startup RHTech en hypercroissance

Il y a tout juste trois ans et demi, **Jonathan Bordereau** et **Fariha Shah** lançaient Golden Bees, start-up innovante spécialisée en ciblage intelligent de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique. Après avoir réalisé une levée de fonds de 1,1 millions d'euros auprès d'EV (Entrepreneur

Venture) et BPI(Banque Publique d'Investissement) en janvier 2018, l'entreprise enregistre aujourd'hui plus de 300 % de croissance avec 4 millions d'euros de chiffre d'affaires rien que pour 2018 et ne cesse de recruter ! Fariha Shah, la cofondatrice de Golden Bees, commente : « *Pour la troisième année consécutive depuis le lancement de Golden Bees, nous avons plus que doublé notre CA. En parallèle, nous avons également triplé nos effectifs, renouvelé 90 % de nos clients, entré plusieurs dizaines de nouveaux comptes stratégiques et démarré notre expansion sur le marché du Benelux. Mais le plus important est que nous avons fortement augmenté la proposition de valeur de technologie, et cela, avec peu de ressources.* »

Golden Bees : leader européen en ciblage automatique de candidats

Golden Bees ce n'est pas qu'une startup en hyper croissance qui, depuis sa création en 2015, compte plus de 6 millions d'offres d'emplois diffusées (300 000 offres d'emplois proposés par mois) et plus de 15 millions de candidatures générées.

C'est surtout un leader européen en ciblage de candidats via la publicité programmatique avec plus de 200 références, parmi lesquelles des entreprises du CAC40, des cabinets de recrutements et des sites d'emploi qui ont amélioré leurs performances en matière de génération de candidatures qualifiées (60 % de candidatures qualifiées, des coûts de candidatures réduit de 40 %).

Parmi une centaine de ses clients figurent Vinci, SNCF, MacDonald, Manpower, L'Armée de terre, Wurth, Korian ou encore Société Générale.

Golden Bees : une technologie labellisée

Forte de son succès commercial en France, Golden Bees rejoint en octobre 2018 la communauté d'excellence des jeunes entreprises innovantes de la technologie, avec l'attribution du label national Pass French Tech.

La jeune pousse est également sélectionnée par Bpifrance Excellence qui distingue les entreprises pour leurs parcours de croissance ainsi que récompensé en 2017 par l'IAB, organisme de référence pour la publicité web, pour l'aspect innovant de sa solution avec le trophée Ad innovation Pitch

Récompensée pour son excellence dans le management, Golden Bees obtient, par ailleurs, le label Happy at Work, label décerné aux entreprises où les salariés s'épanouissent et se sentent heureux dans ce qu'ils font.



Golden bee start-up labélisée

À propos de Golden Bees

Créée en 2015 par Jonathan Bordereau et Fariha Shah, Golden Bees est la première solution de ciblage intelligent de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique. Basée sur une suite de technologies propriétaires d'Intelligence Artificielle, Golden Bees diffuse des annonces de recrutement, sous forme de publicité, de manière ciblée et automatisée sur l'intégralité des contextes médias pertinents et des supports connectés. Golden Bees, qui compte plus de cents entreprises clientes, dont Vinci, SNCF, Manpower, L'Armée de terre, Würth, Korian ou encore Société Générale a été labélisé Pass French Tech en 2018.

Date de création : 2015

Effectif : 30 collaborateurs

Enseignes clientes : Bouygues, Korian, Société Générale, Vinci, FED, Mazars, SNCF, ING, Manpower, Assystem, Macdonald, Crédit Agricole...

Site : <https://goldenbees.fr/>

Contact presse :

Katarzyna WADOLOWSKA
katarzyna@escalconsulting.com
01 73 01 45 59 / 06 14 24 29 87

Cette entrepreneuse recrute des candidats via de la publicité ciblée et intelligente



Fariha Shah est la fondatrice de la start-up Golden Bees, qui a pour ambition de révolutionner les RH en s'appuyant sur de la publicité programmatique. Explications.

À 33 ans, Fariha Shah est l'une des fondatrices de Golden Bees, une start-up parisienne experte en intelligence artificielle. Créée en juillet 2015, elle a mis au point une plateforme de recrutement en ligne qui permet de diffuser des offres d'emploi de manière ciblée et automatisée via ce qu'on appelle la publicité programmatique. Pionnière sur un marché encore émergent en France, cette start-up compte aujourd'hui plus de 200 références, avec à son portefeuille de gros clients comme Bouygues, Korian, Vinci ou encore la SNCF.

"La publicité programmatique consiste à l'automatisation des tâches, qui sont liées à l'achat d'espaces publicitaires", explique cette entrepreneuse qui a travaillé pendant plus de dix ans dans le domaine du digital et de la publicité ciblée. "La publicité programmatique permet de faire du ciblage d'audience.

Nous allons chercher l'internaute là où il se trouve en fonction du profil que nous recherchons." Concrètement, cet outil va envoyer des offres d'emploi à la place des publicités lorsque vous naviguez sur Internet. Grâce à cette solution qui intègre l'intelligence artificielle via des algorithmes dans son processus de recrutement, la renco [...]

Lire la suite sur challenges.fr

Cette entrepreneuse recrute des candidats via de la publicité ciblée et intelligente



Fariha Shah est la fondatrice de la start-up Golden Bees, qui a pour ambition de révolutionner les RH en s'appuyant sur de la publicité programmatique. Explications.

À 33 ans, Fariha Shah est l'une des fondatrices de Golden Bees, une start-up parisienne experte en intelligence artificielle. Créée en juillet 2015, elle a mis au point une plateforme de recrutement en ligne qui permet de diffuser des offres d'emploi de manière ciblée et automatisée via ce qu'on appelle la publicité programmatique. Pionnière sur un marché encore émergent en France, cette start-up compte aujourd'hui plus de 200 références, avec à son portefeuille de gros clients comme Bouygues, Korian, Vinci ou encore la SNCF.

"La publicité programmatique consiste à l'automatisation des tâches, qui sont liées à l'achat d'espaces publicitaires", explique cette entrepreneuse qui a travaillé pendant plus de dix ans dans le domaine du digital et de la publicité ciblée. "La publicité programmatique permet de faire du ciblage d'audience. Nous allons chercher l'internaute là où il se trouve en fonction du profil que nous recherchons." Concrètement, cet outil va envoyer des offres d'emploi à la

place des publicités lorsque vous naviguez sur Internet. Grâce à cette solution qui intègre l'intelligence artificielle via des algorithmes dans son processus de recrutement, la rencontre entre l'offre et la demande doit être facilitée."Avec à la clé plusieurs millions de candidats potentiels", souligne Fariha Shah, diplômée d'une école de commerce.

Répondre à une pénurie de candidats

Selon un sondage réalisé par la start-up Golden Bees elle-même en mai 2018, les publicités d'emploi ne semblent pas vraiment effrayer le candidat. Bien au contraire. 98% des sondés affirment avoir une perception positive des publicités d'emplois, et 71% d'entre eux ont qualifié ce type d'annonces de publicité utile. Mais le taux d'engagement sur les publicités d'emploi reste difficile à quantifier, variant en fonction des intentions de l'internaute, à savoir s'il est en recherche active ou non.



Quatre ans après sa création et une levée de fonds d'1,1 million d'euros opérée en janvier 2018, Golden Bees compte à ce jour 28 collaborateurs et revendique une hausse de 300% de son chiffre d'affaires par rapport à 2017. Le chiffre d'affaires était d'environ 1 million en 2017 et de presque 4 millions en 2018. "Cette croissance s'explique par le fait que nous apportons des résultats qui sont plus performants que l'offre existante, se félicite sa fondatrice. Non seulement, notre système fonctionne, mais il est aussi moins cher, plus efficace et il répond à des besoins de recrutement qui sont réels."

Côté recruteurs, il existe un réel intérêt à utiliser l'outil Golden Bees. Pour Jean-Philippe Rennard, professeur à Grenoble Ecole de Management, le problème des recruteurs, c'est de trouver les bons profils dans des secteurs en manque de compétences. Or, la publicité programmatique a pour avantages un "ciblage le plus précis possible" et "la massification des candidats". Pour lui, "l'intérêt numéro 1 est donc bien de répondre à la pénurie de candidats pour des métiers qui sont en tension".



Fariha Shah, cofondatrice de la start-up Golden Bees.

Des freins techniques

"En termes d'usage, nous modifions les codes du recrutement, reconnaît volontiers la cofondatrice de Golden Bees. Nous entrons dans une logique proactive, puisque c'est nous qui allons piloter les campagnes en fonction des besoins du recruteur. Ce qui est assez innovant et disruptif, mais ça apporte aussi du résultat." Selon elle, le marché du recrutement programmatique a du sens et créé bien de la valeur. La start-up n'oublie pas de se rémunérer au

passage, en prélevant une marge sur le budget que lui a confié l'annonceur, agissant comme une agence de publicité classique.

Pour David Beaurepaire, directeur délégué à la stratégie et aux relations extérieures à HelloWork, le sujet de la publicité programmatique est bien "émergent depuis deux-trois ans dans l'univers du recrutement et des ressources humaines". Aux Etats-Unis et au Royaume-Uni, Golden Bees compte plusieurs concurrents, mais il est l'un des rares à s'être implanté en France sur ce marché très spécifique. "Ce sujet va continuer à essaimer partout, même s'il existe encore de nombreux freins techniques face à un langage qui reste complexe à appréhender en France", fait savoir David Beaurepaire. Des freins qui n'empêcheront pas Golden Bees de poursuivre son développement, avec dans le viseur le marché du Bénélux que cette start-up compte percer en 2019.

Par Laure Croiset



LE QUOTIDIEN DE LA PUBLICITE : LA PUBLICITE VUE A TRAVERS LA PRESSE

Nous rappelons que les textes et citations contenus dans cette revue de presse ne sauraient être considérés comme reflétant les opinions de notre bulletin.

La fondatrice de la startup **Golden Bees** recrute via de la publicité ciblée et intelligente

"(...) À 33 ans, Fariha SHAH est l'une des fondatrices de Golden Bees, une start-up parisienne experte en intelligence artificielle. Créée en juillet 2015, elle a mis au point une plateforme de recrutement en ligne qui permet de diffuser des offres d'emploi de manière ciblée et automatisée via ce qu'on appelle la publicité programmatique. Pionnière sur un marché encore émergent en France, cette start-up compte aujourd'hui plus de 200 références, avec à son portefeuille de gros clients comme Bouygues, Korian, Vinci ou encore la SNCF.

"La publicité programmatique consiste à l'automatisation des tâches, qui sont liées à l'achat d'espaces publicitaires", explique cette entrepreneuse qui a travaillé pendant plus de dix ans dans le domaine du digital et de la publicité ciblée. "La publicité programmatique permet de faire du ciblage d'audience. Nous allons chercher l'internaute là où il se trouve en fonction du profil que nous recherchons." Concrètement, cet outil va envoyer des offres d'emploi à la place des publicités lorsque vous naviguez sur Internet. Grâce à cette solution qui intègre l'intelligence artificielle via des algorithmes dans son processus de recrutement, la rencontre entre l'offre et la demande doit être facilitée. (...)

(...) Golden Bees compte à ce jour 28 collaborateurs et revendique une hausse de 300% de son chiffre d'affaires par rapport à 2017. Le chiffre d'affaires était d'environ 1 million en 2017 et de presque 4 millions en 2018. "Cette croissance s'explique par le fait que nous apportons des résultats qui sont plus performants que l'offre existante, se félicite sa fondatrice. (...)

Côté recruteurs, il existe un réel intérêt à utiliser l'outil Golden Bees. Pour Jean-Philippe RENNARD, professeur à Grenoble Ecole de Management, le problème des recruteurs, c'est de trouver les bons profils dans des secteurs en manque de compétences. (...)

"En termes d'usage, nous modifions les codes du recrutement, reconnaît volontiers la cofondatrice de Golden Bees. Nous entrons dans une logique pro-active, puisque c'est nous qui allons piloter les campagnes en fonction des besoins du recruteur. Ce qui est assez innovant et disruptif, mais ça apporte aussi du résultat." Selon elle, le marché du recrutement programmatique a du sens et crée bien de la valeur. La start-up n'oublie pas de se rémunérer au passage, en prélevant une marge sur le budget que lui a confié l'annonceur, agissant comme une agence de publicité classique. (...)"

→ Laure CROISET – challenges.fr du 8 février 2019

Aux Etats-Unis, AB InBev et MillerCoors se livrent une intense bataille marketing

"(...) Le numéro 1 mondial de la bière AB InBev a eu recours à ce procédé, (...) lors du dernier Super Bowl, avec un spot pour sa marque Bud Light qui attaque MillerCoors et ses bières Coors Light et Miller Lite. Dans cette publicité, (...) AB InBev dénonce l'usage du sirop de maïs, un édulcorant bon marché, dans le procédé de fabrication de son concurrent.

La diffusion de ce spot a provoqué une bataille marketing d'une rare intensité entre les deux géants de la bière. Plusieurs membres de l'influent lobby des producteurs américain de maïs ont effet rapidement critiqué la publicité d'AB InBev et ont apporté leur soutien à son rival. Dès mardi, MillerCoors s'est ainsi acheté une pleine page de publicité dans le New York Times pour défendre l'utilisation du sirop de maïs. (...)



Mais l'histoire ne s'arrête pas là, dès le lendemain, AB InBev a pris la parole pour répondre à la polémique. "Pour être clair, nous ne disons pas que le sirop de maïs est mauvais, nous disons simplement que nous ne l'utilisons pas pour la Bud Light. C'est un ingrédient bon marché et nous pensons qu'une bière de bonne qualité ne doit contenir que les meilleurs ingrédients", a déclaré un porte-parole à Ad Age. Plutôt que d'éteindre la controverse, le brasseur a ainsi à nouveau attaqué son concurrent.

AB InBev a d'ailleurs récidivé en publiant, mercredi, un message sur les réseaux sociaux, qui reprend l'esthétique médiévale du spot à l'origine du scandale. (...) Le brasseur attaque une nouvelle fois sur l'angle économique : "mon comptable royal a tenté de me faire utiliser du sirop de maïs pour économiser de l'argent, mais bien que cet ingrédient soit moins cher, je brasse avec du riz, ainsi qu'avec les meilleurs houblons (...) parce que je suis le Roi et ce n'est pas mon boulot d'économiser de l'argent".

Reprise dans de nombreux articles dans la presse américaine, l'affaire a probablement ravi les deux géants, qui n'ont pas manqué d'alimenter la polémique pour profiter de l'attention médiatique (...).

→ Simon TENENBAUM – bfmbusiness.bfmtv.com du 8 février 2019

Le groupe Redbone connaît une nouvelle jeunesse grâce à un film publicitaire

"(...) Un tube américain de 1974 dont peu se souvenaient figure actuellement dans le top des titres les plus écoutés de France. Come and Get Your Love, du groupe Redbone, cumule plus de 7 millions d'écoutes en streaming. Il est en 7^{ème} place des diffusions cumulées et s'inscrit au 11^{ème} rang des morceaux les plus téléchargés sur iTunes. Un véritable phénomène, aussi inattendu que réjouissant. Cette excellente composition a été redécouverte à la faveur d'un spot publicitaire en faveur de l'opérateur Bouygues Telecom.

"Le titre n'aurait pas eu autant de succès avec un autre film. Ce spot de Noël a suscité l'adhésion par son caractère familial et sympathique", commente Erick VIOLLET, directeur des synchronisations chez Sony Music France. Le spot montre le lien entre un père et son fils via la chanson avec beaucoup de tendresse. "La campagne a été lancée à la mi-octobre à la télévision et sur Internet. Très vite, nous avons remarqué que la chanson était très souvent "shazamée" (du nom de l'application qui permet de retrouver le titre des morceaux, NDLR)", ajoute VIOLLET, soulignant un phénomène rare mais pas inédit. L'an passé, une publicité pour une enseigne de grande distribution avait permis de relancer la chanson L'Amour de MOULOUDJI.

(...) La publicité permet de redécouvrir ou même découvrir des chansons restées parfois trop confidentielles. C'est le cas de Come and Get Your Love, mais aussi de la magnifique ballade Thirteen, du groupe américain Big Star, utilisée dans le cadre de la campagne d'une chaîne d'épicerie. Pour Redbone, la diffusion de Come and Get Your Love est un véritable conte de fées. Joint à son domicile de Los Angeles, le fondateur de ce groupe de rock amérindien, Pat VEGAS, 72 ans, ne cache pas sa joie. "C'est une histoire merveilleuse, qui me rend tellement heureux, explique-t-il. J'espère que cela me donnera l'occasion de revenir jouer à Paris !". L'homme se souvient d'une tournée française passée par Bordeaux, Toulouse et l'Olympia il y a quarante ans déjà. "Dites à un promoteur de m'inviter et je viens avec mon fils PJ, qui m'accompagne désormais. Notre formation à quatre joue assez régulièrement..." (...)

→ Olivier NUC – lefigaro.fr du 7 février 2019

Classements des meilleurs employeurs France 2018-2019



Happy at Work, un label totalement gratuit

À l'inverse du Top Employers, Happy at Work se propose d'auditer gratuitement les entreprises afin de décerner ses labels. Il y en a plusieurs : pour les stagiaires, les salariés, les clients et les candidats.

Voici les lauréats 2019, côté salariés :

1-49 employés
A2C Expertise
AGDE Experts Comptable
ANTAES
Berton & Associés
Bilink Solutions
Brioude Internet
Capital Energy
Co-pilotes
Diji
Golden Bees

Herdia

IAC Partners

Les Jeunes Pousses

Moorea Créations

Reucirs

Selescope

Spareka

Tbmaestro



Les métiers qui payent le mieux les jeunes



Bonne nouvelle pour les jeunes qui arrivent sur le marché du travail : quel que soit le niveau de qualification, la pénurie dans certaines branches tire les premiers salaires vers le haut.

Petite embellie côté salaires pour les jeunes qui arrivent sur le marché du travail. Certaines branches qui peinent à recruter les ont revalorisés pour rendre les postes plus attractifs.

Les bac + 4 ou 5

« C'est une catégorie où les candidats peuvent être sur-sollicités », note Alain Mlanao, directeur général du cabinet de recrutement Walters People France. Résultat : « Ils regardent d'abord la rémunération du poste proposé, puis si la société propose des plans de professionnalisation ou de formation, et enfin comment elle est notée par ses anciens salariés », poursuit-il. Les diplômés bac +4/5 ou de grande école d'ingénieur ou de commerce sont souvent recrutés avant même la fin de la formation, quel que soit le secteur. « Ils bénéficient de la situation de plein-emploi des cadres : les entreprises sont souvent en pénurie de candidats », poursuit Alain Mlanao.

Les titulaires d'un BTS ou d'un bac + 2

Eux aussi tirent leur épingle du jeu. A une condition : « Qu'ils aient une spécialité technique », explique **FarihaShah**, cofondatrice de **GoldenBees**, une start-up de recrutement programmatique (une manière d'envoyer des offres d'emploi en ligne adaptées aux candidats, comme des publicités ciblées). Exemple : les techniciens ferroviaires sont très recherchés, tout comme les techniciens de travaux. « Ces profils peuvent facilement démarrer avec un salaire mensuel de 1 800 euros brut », note-t-elle.

Les détenteurs d'un CAP

Ils disposent de compétences industrielles adaptées à certains secteurs, comme les chaudronniers aéronautiques ou les soudeurs automobiles, et profitent de la rareté de candidats. S'ils démarrent généralement un peu au-dessus du smic, ils peuvent tirer leur salaire à la hausse en cumulant les heures sup ou en travaillant en horaires décalés. Les métiers de bouche restent (...)

Lire la suite sur LeParisien.fr

Recrutement : notre tour de France des emplois à saisir en 2019

Les entreprises qui recrutent en Ile-de-France et Oise en 2019

Entretien d'embauche : les astuces à connaître et les pièges à éviter

Rémunérations des jeunes : « Le secteur du digital se préoccupe peu des diplômés »

Bien-être au travail : on a cherché un poste de Chief Happiness Officer



Les métiers qui payent le mieux les jeunes

Bonne nouvelle pour les jeunes qui arrivent sur le marché du travail : quel que soit le niveau de qualification, la pénurie dans certaines branches tire les premiers salaires vers le haut. Petite embellie côté salaires pour les jeunes qui arrivent sur le marché du travail. Certaines branches qui peinent à recruter les ont revalorisés pour rendre les postes plus attractifs.

Les bac + 4 ou 5

« C'est une catégorie où les candidats peuvent être sur-sollicités », note Alain Mlanao, directeur général du cabinet de recrutement Walters People France. Résultat : « Ils regardent d'abord la rémunération du poste proposé, puis si la société propose des plans de professionnalisation ou de formation, et enfin comment elle est notée par ses anciens salariés », poursuit-il. Les diplômés bac +4/5 ou de grande école d'ingénieur ou de commerce sont souvent recrutés avant même la fin de la formation, quel que soit le secteur. « Ils bénéficient de la situation de plein-emploi des cadres : les entreprises sont souvent en pénurie de candidats », poursuit Alain Mlanao.

Les titulaires d'un BTS ou d'un bac + 2

Eux aussi tirent leur épingle du jeu. A une condition : « Qu'ils aient une spécialité technique », explique **FarihaShah**, cofondatrice de **GoldenBees**, une start-up de recrutement programmatique (une manière d'envoyer des offres d'emploi en ligne adaptées aux candidats, comme des publicités ciblées). Exemple : les techniciens ferroviaires sont très recherchés, tout comme les techniciens de travaux. « Ces profils peuvent facilement démarrer avec un salaire mensuel de 1 800 euros brut », note-t-elle.

Les détenteurs d'un CAP

Ils disposent de compétences industrielles adaptées à certains secteurs, comme les chaudronniers aéronautiques ou les soudeurs automobiles, et profitent de la rareté de candidats. S'ils démarrent généralement un peu au-dessus du smic, ils peuvent tirer leur salaire à la hausse en cumulant les heures sup ou en travaillant en horaires décalés. Les métiers de bouche restent aussi une voie attractive pour des jeunes qui n'ont pas souhaité poursuivre d'études généralistes.

Les profils bancaires, juridiques et comptables

Au-delà du niveau de diplôme, certaines opportunités conjoncturelles sont aussi à saisir. La perspective du Brexit, par exemple, a créé un appel d'air auprès de profils bancaires « back/middle office » (qui gèrent les ordres notamment) de banques étrangères venues s'installer en France, ou de banques en ligne. « Les téléconseillers ou les salariés back-office peuvent gagner entre 28 000 euros et 35 000 euros par an pour un premier emploi », estime Alain Mlanao. De même, les candidats aux CV juridiques et comptables sont très demandés par des entreprises tétanisées par la prolifération de nouvelles contraintes réglementaires : RGPD (règlement général sur la protection des données), prélèvement à la source, etc. Les gestionnaires de risques, par exemple, ont vu leur rémunération bondir aux alentours de 35 000 euros annuels, voire 40 000 euros.

Les pros du digital embauchés à prix d'or

On ne le dira jamais assez : le digital est un secteur en or massif. Si vous êtes chef de projet dans le numérique, responsable e-commerce, ingénieur commercial, vous pouvez espérer toucher rapidement un très gros salaire. « Avec une qualification élevée, le niveau démarre à 50 000 euros mais peut rapidement atteindre les 100 000 euros annuels », constate **FarihaShah**, de **Golden Bees**.

C'est aussi un secteur où se livre une véritable guerre des talents. Un développeur pourra commencer sa carrière avec un salaire avoisinant les 35 000 euros par an, pour être « chassé » quelques mois plus tard par une autre société, augmentant au passage sa rémunération de 10 à 20 %, et recommencer ce saut profitable une année plus tard.

A noter, de plus en plus d'experts numériques optent pour un statut d'indépendant. « Avec

l'arrivée de plates-formes de mises en relation, ces free-lances choisissent leur mission et parviennent généralement encore à augmenter leur rémunération », conclut **FarihaShah**.

Ajouter une compétence digitale

La transformation numérique joue en faveur des jeunes. Non seulement ceux qui disposent de compétences Internet pures comme les développeurs Web, data scientists et autres, mais aussi ceux qui ajoutent cette corde digitale à leur arc. Par exemple, des commerciaux capables de gérer aussi bien des ventes en magasin qu'en ligne, ou encore des logisticiens travaillant sur une supply chain utilisant le numérique. Surfer sur la vague digitale, ajouter une ou deux compétences spécifiques dans des secteurs particulièrement demandeurs : voilà quelques clés pour s'assurer d'un bon salaire d'entrée de carrière.

Toutes les informations pratiques sur les formations et les métiers, avec des conseils d'orientation dès le collège sur le site Onisep.

Claire Aubé

Emploi Alain Mlanao **FarihaShahGoldenBees** Métiers

Jeunes

Infographie: Le bilan sur l'offre et la demande du marché de l'emploi en France pour l'année 2018 (Golden Bees)



Golden Bees, solution de recrutement automatisée par la publicité ciblée, a diffusé plus **d'1 millions d'offres d'emploi sur l'année 2018** sur l'intégralité des contextes médias du web (agrégateurs d'emplois, réseaux sociaux et sites web) pour le compte d'une centaine de clients (entreprises, cabinets RH et sites d'emploi) en France.

Les annonces d'emploi diffusées ont permis l'interaction avec plusieurs millions de candidats-internautes en recherche ou non d'un emploi.

Découvrez l'infographie ci-dessous

LE BILAN DU MARCHÉ DE L'EMPLOI EN 2018

LES 3 GRANDS INDICATEURS CLÉS

TOP 3 DES RÉGIONS LES + ATTRACTIVES



LES DOMAINES DE MÉTIERS LES PLUS RECHERCHÉS



LES DOMAINES DE MÉTIERS LES MOINS RECHERCHÉS



LE TOP 3 DES DOMAINES DE MÉTIERS



LES CONTRATS LES + PROPOSÉS



SOURCES
Les données sont issues de l'enquête annuelle de recensement de l'emploi menée par l'INSEE et publiée sur le site www.insee.fr.

GoldenBees
GoldenBees est une marque de GoldenBees, une entreprise spécialisée dans le recrutement et la formation. GoldenBees est membre de l'Association Française des Recruteurs Professionnels (A.F.R.P.).

NOUS CONTACTER
GoldenBees
10 rue de la République
92000 Nanterre
T +33 (0) 1 47 07 91 00
www.goldenbees.fr

L'infographie complète est à consulter sur le site de Golden Bees.

<http://www.bernieshoot.fr/2019/02/golden-bees-s-associe-avec-manpower-pour-un-meilleur-sourcing-des-candidats.html>

Golden Bees s'associe avec Manpower pour un meilleur sourcing des candidats



Spécialisée en ciblage intelligent et automatique de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique, la start-up parisienne Golden Bees s'associe à Manpower, acteur majeur du marché de l'emploi, afin de répondre aux besoins croissants de ses entreprises clientes et optimiser le sourcing de candidats en termes de recrutement.

La publicité programmatique au service du recrutement

Golden Bees diffuse des annonces de recrutement sous forme de publicité, de manière ciblée et automatisée sur l'intégralité des médias pertinents et des supports connectés. La start-up collabore, et ce depuis 2016, avec Manpower, le géant américain de l'intérim en mettant la publicité programmatique au service de son offre recrutement.

Dans l'objectif de répondre efficacement aux besoins en candidatures de ses cinq directions régionales, Manpower s'appuie sur la technologie et l'expertise

de Golden Bees à travers ses solutions de sourcing innovantes et détermine les cibles media afin d'attirer des profils qualifiés et recherchés.

Gwenaëlle de la Roche, Directrice Marketing et Prospective chez ManpowerGroup souligne : « *Les nouvelles technologies sont en train de transformer le monde du travail, il est important que notre groupe s'intéresse aux acteurs innovants comme Golden Bees, qui nous permettent de vivre cette transformation comme une opportunité de nous réinventer pour mieux répondre aux enjeux RH de nos marques* ».



La collaboration entre Golden Bees et Manpower c'est surtout plus de 100 000 candidatures générées en 2018. Parmi les métiers les plus recherchés figurent entre autres préparateur de commandes, cariste, agent de fabrication ou opérateur de production.



<https://www.hellocoton.fr/golden-bees-s-associe-avec-manpower-pour-un-meilleur-sourcing-des-candidats-41151990>

Golden Bees s'associe avec Manpower pour un meilleur sourcing des candidats



Spécialisée en ciblage intelligent et automatique de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique, la start-up parisienne Golden Bees s'associe à Manpower, acteur majeur du marché de l'emploi, afin de répondre aux besoins croissants de ses entreprises clientes et optimiser le sourcing de candidats en termes de recrutement. Golden Bees diffuse des annonces de recrutement sous forme de publicité, de manière ciblée et automatisée sur l'intégralité...

Cet article provient du blog bernieshoot. Bernieshoot habite à Toulouse et est également auteur de New single 'Nerve' from Los Angeles based Night Lights et Comment admettre les convictions inavouables de ses parents ?. Lire la suite sur le blog ›

Sourcing de candidats : Golden Bees s'associe à Manpower

Spécialisée en ciblage intelligent et automatique de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique, la start-up parisienne Golden Bees s'associe à Manpower, acteur majeur du marché de l'emploi, afin de répondre aux besoins croissants de ses entreprises clientes et optimiser le sourcing de candidats en termes de recrutement. Pour aider le géant de l'intérim, Golden Bees met la publicité programmatique au service de son offre de recrutement : la start-up diffuse des annonces sous forme de publicité, de manière ciblée et automatisée sur l'intégralité des médias pertinents et des supports connectés.

Golden Bees s'associe avec Manpower pour un meilleur sourcing des candidats



Spécialisée en ciblage intelligent et automatique de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique, la start-up parisienne Golden Bees s'associe à Manpower, acteur majeur du marché de l'emploi, afin de répondre aux besoins croissants de ses entreprises clientes et optimiser le sourcing de candidats en termes de recrutement.

La publicité programmatique au service du recrutement

Golden Bees diffuse des annonces de recrutement sous forme de publicité, de manière ciblée et automatisée sur l'intégralité des médias pertinents et des supports connectés. La start-up collabore, et ce depuis 2016, avec Manpower, le géant américain de l'intérim en mettant la publicité programmatique au service de son offre recrutement.

Dans l'objectif de répondre efficacement aux besoins en candidatures de ses cinq directions régionales, Manpower s'appuie sur la technologie et l'expertise de Golden Bees à travers ses solutions de sourcing innovantes et détermine les cibles media afin d'attirer des profils qualifiés et recherchés.

Gwenaëlle de la Roche, Directrice Marketing et Prospective chez ManpowerGroup souligne : « *Les nouvelles technologies sont en train de transformer le monde du travail, il est important que notre groupe s'intéresse aux acteurs innovants comme Golden Bees, qui nous permettent de vivre cette*

transformation comme une opportunité de nous réinventer pour mieux répondre aux enjeux RH de nos marques ».

La collaboration entre Golden Bees et Manpower c'est surtout plus de 100 000 candidatures générées en 2018. Parmi les métiers les plus recherchés figurent entre autres préparateur de commandes, cariste, agent de fabrication ou opérateur de production.

À propos de Golden Bees Créée en 2015 par Jonathan Bordereau et Fariha Shah, Golden Bees est la première solution de ciblage intelligent de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique. Basée sur une suite de technologies propriétaires d'Intelligence Artificielle, Golden Bees diffuse des annonces de recrutement, sous forme de publicité, de manière ciblée et automatisée sur l'intégralité des contextes médias pertinents et des supports connectés. Golden Bees, qui compte plus de cents entreprises clientes, dont Vinci, SNCF, Manpower, L'Armée de terre, Würth, Korian ou encore Société Générale a été labellisé Pass French Tech en 2018.

- Date de création : 2015
- Effectif : 28 collaborateurs
- Enseignes clientes : Bouygues, Korian, Société Générale, Vinci, FED, Mazars, SNCF, ING, Manpower, Assystem...

Golden Bees s'associe avec Manpower pour un meilleur sourcing des candidats

La start-up parisienne Golden Bees s'associe à Manpower, acteur majeur du marché de l'emploi, afin de répondre aux besoins croissants de ses entreprises clientes et optimiser le sourcing de candidats en termes de recrutement...

Golden Bees diffuse des annonces de recrutement sous forme de publicité, de manière ciblée et automatisée sur l'intégralité des médias pertinents et des supports connectés. La start-up collabore, et ce depuis 2016, avec Manpower, le géant américain de l'intérim en mettant la publicité programmatique au service de son offre recrutement.



Dans l'objectif de répondre efficacement aux besoins en candidatures de ses cinq directions régionales, Manpower s'appuie sur la technologie et l'expertise de Golden Bees à travers ses solutions de sourcing innovantes et détermine les cibles media afin d'attirer des profils qualifiés et recherchés.



Gwenaëlle de la Roche, Directrice Marketing et Prospective chez ManpowerGroup souligne : « *Les nouvelles technologies sont en train de transformer le monde du travail, il est important que notre groupe s'intéresse aux acteurs innovants comme Golden Bees, qui nous permettent de vivre cette transformation comme une opportunité de nous réinventer pour mieux répondre aux enjeux RH de nos marques* ».

La collaboration entre Golden Bees et Manpower c'est surtout plus de 100 000 candidatures générées en 2018. Parmi les métiers les plus recherchés figurent entre autres préparateur de commandes, cariste, agent de fabrication ou opérateur de production.

<http://www.manpower.fr/>

<http://goldenbees.fr/>

Golden Bees s'associe avec Manpower pour un meilleur sourcing des candidats



Spécialisée en ciblage intelligent et automatique de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique, la start-up parisienne Golden Bees s'associe à Manpower, acteur majeur du marché de l'emploi, afin de répondre aux besoins croissants de ses entreprises clientes et optimiser le sourcing de candidats en termes de recrutement.

La start-up collabore, et ce depuis 2016, avec Manpower, le géant américain de l'intérim en mettant la publicité programmatique au service de son offre recrutement.

Dans l'objectif de répondre efficacement aux besoins en candidatures de ses cinq directions régionales, Manpower s'appuie sur la technologie et l'expertise de Golden Bees à travers ses solutions de sourcing innovantes et détermine les cibles media afin d'attirer des profils qualifiés et recherchés.

Gwenaëlle de la Roche, Directrice Marketing et Prospective chez ManpowerGroup souligne : *« Les nouvelles technologies sont en train de transformer le monde du travail, il est important que notre groupe s'intéresse aux acteurs innovants comme Golden Bees, qui nous permettent de vivre cette transformation comme une opportunité de nous réinventer pour mieux répondre aux enjeux RH de nos marques ».*

La collaboration entre Golden Bees et Manpower c'est surtout plus de 100 000 candidatures générées en 2018. Parmi les métiers les plus recherchés figurent entre autres préparateur de commandes, cariste, agent de fabrication ou opérateur de production.

Les startups françaises ont levé 100 millions d'euros du 23 février au 1er mars 2019

Chaque semaine, Maddyness dresse le bilan des levées de fonds de la semaine qui vient de s'écouler. Cette semaine, 12 opérations ont permis aux startups françaises de lever plus de 100 millions d'euros.

Deuxième semaine d'affilée à trois chiffres ! Après une semaine à plus de 200 millions d'euros totalisés par les startups françaises, les 100,6 millions rassemblés cette semaine font presque pâle figure. C'est dire l'effervescence de l'écosystème startup en ce moment. Celui-ci est notamment porté par des levées conséquentes, dont plusieurs méga-levées – comme celle de Mirakl, cette semaine, qui dopent artificiellement le ticket moyen.

En effet, la Martech a bouclé un tour de table de 62 millions d'euros auprès de Bain Capital Ventures et ses investisseurs historiques 83North, Felix Capital et Elaia Partners. Mirakl en profitera pour développer de nouvelles fonctionnalités pour sa plateforme et attaquer le marché asiatique.

Une autre Martech se place en deuxième position : Botify a réalisé une levée de 17,5 millions d'euros auprès d'Idinvest Partners et Ventech. Cet apport au capital servira à financer de nouvelles innovations mais aussi l'ouverture de nouveaux bureaux à Seattle.

Enfin, le spécialiste de l'IoT Primo1D se classe troisième, avec un tour de table de 6 millions d'euros, conclu avec une multitude d'investisseurs : Michelin Ventures, BNP Paribas Développement, Sofimac Innovation, Kreaxi, Expansinvest, Casra Capital et Rhône-Alpes Angels. « *Cette deuxième levée de fonds va nous permettre d'accélérer l'industrialisation de notre produit en région Auvergne-Rhône-Alpes, afin de répondre à une demande internationale croissante* », précise Emmanuel Arène, fondateur et CEO de Primo1D.

Les technologies marketing sortent sans surprise du lot, ayant raflé les deux levées les plus importantes de la semaine. Mais l'IoT et la cybersécurité comptent eux aussi deux opérations, bien que moins conséquentes. Tirons aussi

notre chapeau à l'arc alpin dont deux startups (Primo1D à Grenoble et Morphosense à Chambéry) ont annoncé des levées cette semaine.

Miraki #HARTECH Bain Capital Ventures, I3North, Felix Capital et Haia Partners	62MC
Botfly #HARTECH Idinvest Partners et Vontech	17,5MC
Primo1D #IOT Michelin Ventures, INP Paribas Développement, Scimac Innovation, Kicavi, Expansinvest, Casta Capital et Rhône-Alpes Angels	6MC
Sybel #MEDIA Mangrove, business angels	5MC
ITrust #CYBERSÉCURITÉ Le Rousant, Soirepar, Nestadin Capital, Groupe Scopelec	2MC
Morphosense #SMARTINDUSTRY Scimac Innovation, Bouygues Construction et le Crédit Agricole Alpes Développement	2MC
Cozynergy #GREENTECH Demeter, Aviva Impact Investing France, Arkesa, Saint Gobain Recherche, INP Capital Investissement, IRED, bpifrance et business angels	2MC
Yeeld #FINTECH bpifrance et business angels	1,6MC
Nanoz #IOT Parca Invest et business angels	1MC
Kobus #MEDTECH Sida Capital	1MC
Mrsuricate #CYBERSÉCURITÉ Pays de la Loire Développement, Pays de la Loire Participations et la INP	500KC
Topa #WINETECH Investisseur privé	NC

Plus de 450 millions d'euros levés en février

Avec 458 millions d'euros rassemblés en février, le mois est un très bon cru. Il s'approche du record de mai 2018 (504 millions) et confirme que l'année 2019 promet de battre tous les records financiers. Avec 58 opérations, contre 55 en janvier mais une augmentation de 45% des fonds levés, février confirme également que les méga-levées tirent l'investissement. Et le mois en a été rempli : Ynsect (110 millions) et Miraki (62 millions d'euros) ont porté haut les couleurs de la FrenchTech, sans oublier Alan (40 millions) ou Lunchr (30 millions) qui soutiennent eux aussi la dynamique.

Côté secteurs, c'est sans conteste les technologies marketing qui ont marqué le mois, avec quatre levées et près de 90 millions d'euros rassemblés. L'Assurtech a été portée par Alan et totalise 42 millions d'euros levés en seulement deux opérations. Les Greentech ont, elles, recensé cinq opérations mais n'ont rassemblé que 24 millions d'euros. Même constat pour la mobilité et la Foodtech qui ont chacune compté quatre opérations mais n'ont respectivement levé que 24 et 6 millions d'euros.

Autres actualités financières

- La marque de noeuds papillons Le Flageolet a racheté Le Minor, marque de vêtements marins
- Lookvoiture a été racheté par Cmapub
- Le family office iVesta accueille une vingtaine d'entrepreneurs à son capital
- NeoNotario signe un partenariat avec Leboncoin et Immonot
- **Golden Bees** s'associe avec Manpower pour optimiser le sourcing de candidats
- Aphysia et Doctoconsult nouent un partenariat pour mieux prendre en charge les risques psychosociaux

Geraldine Russell



GoldenBees s'associe avec Manpower pour un meilleur sourcing des candidats

Publié le 04/03/2019

marques

Spécialisée en ciblage intelligent et automatique de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique, la start-up parisienne **GoldenBees** s'associe à Manpower, acteur majeur du marché de l'emploi, afin de répondre aux besoins croissants de ses entreprises clientes et optimiser le sourcing de candidats en termes de recrutement.

GoldenBees diffuse des annonces de recrutement sous forme de publicité, de manière ciblée et automatisée sur l'intégralité des médias pertinents et des supports connectés. La start-up collabore, et ce depuis 2016, avec Manpower, le géant américain de l'intérim en mettant la publicité programmatique au service de son offre de recrutement.

Dans l'objectif de répondre efficacement aux besoins en candidatures de ses cinq directions régionales, Manpower s'appuie sur la technologie et l'expertise de **GoldenBees** à travers ses solutions de sourcing innovantes et détermine les cibles média afin d'attirer des profils qualifiés et recherchés.

Gwenaëlle de la Roche, Directrice Marketing et Prospective chez ManpowerGroup souligne : « Les nouvelles technologies sont en train de transformer le monde du travail, il est important que notre groupe s'intéresse aux acteurs innovants comme **GoldenBees**, qui nous permettent de vivre cette transformation comme une opportunité de nous réinventer pour mieux répondre aux enjeux RH de nos marques ».

La collaboration entre **GoldenBees** et Manpower c'est surtout plus de 100 000 candidatures générées en 2018. Parmi les métiers les plus recherchés figurent entre autres préparateur de commandes, cariste, agent de fabrication ou opérateur de production.

Golden Bees s'associe avec Manpower pour un meilleur sourcing des candidats



Paris, le 27 février 2019,

Spécialisée en ciblage intelligent et automatique de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique, la start-up parisienne Golden Bees s'associe à Manpower, acteur majeur du marché de l'emploi, afin de répondre aux besoins croissants de ses entreprises clientes et optimiser le sourcing de candidats en termes de recrutement.

Golden Bees diffuse des annonces de recrutement sous forme de publicité, de manière ciblée et automatisée sur l'intégralité des médias pertinents et des supports connectés. La start-up collabore, et ce depuis 2016, avec Manpower, le géant américain de l'intérim en mettant la publicité programmatique au service de son offre recrutement.

Dans l'objectif de répondre efficacement aux besoins en candidatures de ses cinq directions régionales, Manpower s'appuie sur la technologie et l'expertise de Golden Bees à travers ses solutions de sourcing innovantes et détermine les cibles media afin d'attirer des profils qualifiés et recherchés.



Gwenaëlle de la Roche, Directrice Marketing et Prospective chez ManpowerGroup souligne : « *Les nouvelles technologies sont en train de transformer le monde du travail, il est important que notre groupe s'intéresse aux acteurs innovants comme Golden Bees, qui nous permettent de vivre cette transformation comme une opportunité de nous réinventer pour mieux répondre aux enjeux RH de nos marques* ».

La collaboration entre Golden Bees et Manpower c'est surtout plus de 100 000 candidatures générées en 2018. Parmi les métiers les plus recherchés figurent entre autres préparateur de commandes, cariste, agent de fabrication ou opérateur de production.

À propos de Golden Bees

Créée en 2015 par Jonathan Bordereau et Fariha Shah, Golden Bees est la première solution de ciblage intelligent de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique. Basée sur une suite de technologies propriétaires d'Intelligence Artificielle, Golden Bees diffuse des annonces de recrutement, sous forme de publicité, de manière ciblée et automatisée sur l'intégralité des contextes médias pertinents et des supports connectés. Golden Bees, qui compte plus de cents entreprises clientes, dont Vinci, SNCF, Manpower,

L'Armée de terre, Würth, Korian ou encore Société Générale a été labelisé Pass French Tech en 2018.

Date de création : 2015

Effectif : 28 collaborateurs

Enseignes clientes : Bouygues, Korian, Société Générale, Vinci, FED, Mazars, SNCF, ING, Manpower, Assystem...

Site : <https://goldenbees.fr/>



URL :<http://www.twitter.com>

PAYS :France

TYPE :Médias sociaux



► 12 mars 2019

> Version en ligne



jean paul chapel

@jeanpaulchapel

1398

Tweets

2519

Following

3383

Followers

RT [@deuxpointsleco](#): Demain dans [@deuxpointsleco](#) [@jeanpaulchapel](#) recevra Shah Fariha et [Jonathan Bordereau](#), fondateurs de [@GoldenBees_RH](#) ! Rendez-vous en direct sur [@franceinfo](#) à 9h20 !
<https://t.co/oHprDQ7ldr>

RT [@deuxpointsleco](#): Demain dans [@deuxpointsleco](#) [@jeanpaulchapel](#) recevra Shah Fariha et [Jonathan Bordereau](#), fondateurs de [@GoldenBees_RH](#) !

Rendez-vous en direct sur [@franceinfo](#) à 9h20 !
<https://t.co/oHprDQ7ldr>

http://portail.free.fr/actualites/eco/8032335_20190313_video-shah-fariha-et-jonathan-bordereau-apporter-une-aide-aux-candidats-en-recherche-d39emploi.html



Invités de Jean-Paul-Chapel dans "l'éco", Shah Fariha et Jonathan Bordereau, fondateurs de Golden Bees, sont venus présenter cette start-up fondée sur le ciblage des candidats au recrutement.

Golden Bees est une jeune start-up créée il y a quatre ans, destinée au ciblage des profils pour améliorer le recrutement. *"C'est une solution qui va automatiser la recherche du côté du recruteur et du candidat pour faciliter la rencontre entre l'offre et la demande. On utilise la publicité qui est un vecteur de communication qui a déjà fait ses preuves sur le web"* détail Shah Fariha, co-fondatrice de Golden Bees.

"Aujourd'hui on a modélisé un peu plus de huit millions de profils. Modéliser c'est être capable de comprendre quel est le profil d'un candidat par rapport au poste qui peut l'intéresser, à sa localisation et aux missions qui pourraient lui plaire puis être capable de lui dire quelles sont les offres d'emplois qui correspondent à ses attentes" ajoute Jonathan Bordereau, co-fondateur de Golden Bees.

La question AFP : "Votre ciblage respecte-t-il la vie privée des candidats potentiels ?

"Oui, évidemment. La protection des données, quand elle est utilisée par les entreprises, est la responsabilité des entreprises. Avec la réglementation européenne sur la protection des données on a renforcé tous les dispositifs de protection pour respecter les nouvelles normes" répond Shah (...)

VIDEO. Shah Fariha et Jonathan Bordereau : "Apporter une aide aux candidats en recherche d'emploi"

Invités de Jean-Paul-Chapel dans "l'éco", Shah Fariha et Jonathan Bordereau, fondateurs de Golden Bees, sont venus présenter cette start-up fondée sur le ciblage des candidats au recrutement.



Golden Bees est une jeune start-up créée il y a quatre ans, destinée au ciblage des profils pour améliorer le recrutement. *"C'est une solution qui va automatiser la recherche du côté du recruteur et du candidat pour faciliter la rencontre entre l'offre et la demande. On utilise la publicité qui est un vecteur de communication qui a déjà fait ses preuves sur le web"* détail Shah Fariha, co-fondatrice de Golden Bees.

"Aujourd'hui on a modélisé un peu plus de huit millions de profils. Modéliser c'est être capable de comprendre quel est le profil d'un candidat par rapport au poste qui peut l'intéresser, à sa localisation et aux missions qui pourraient lui plaire puis être capable de lui dire quelles sont les offres d'emplois qui correspondent à ses attentes" ajoute Jonathan Bordereau, co-fondateur de Golden Bees.

La question AFP : "Votre ciblage respecte-t-il la vie privée des candidats potentiels ?

"Oui, évidemment. La protection des données, quand elle est utilisée par les entreprises, est la responsabilité des entreprises. Avec la réglementation européenne sur la protection des données on a renforcé tous les dispositifs de protection pour respecter les nouvelles normes" répond Shah Fariha.

L'interview s'est achevée sur la chanson "Mask off" de Kendrick Lamar.

Titre de l'article: VIDEO. Shah Fariha et Jonathan Bordereau

Citation: Invités de Jean-Paul-Chapel dans "l'éco", Shah Fariha et Jonathan Bordereau, fondateurs de Golden Bees, sont venus présenter cette start-up fondée sur le ciblage des candidats au recrutement.

Date: 13/03/2019

Theme: Recrutement

Auteur: Jean-Paul Chapel

Supports media: France Tv Info

Client: Golden Bees

Liens:
<http://extranet.escalconsulting.com/multimedia/VIDEO.ShaFarihaetJonathanBordereauApporteruneaide.mp4>



Le 15 Mars 2019

<http://www.journal-du-net.fr/entreprise/golden-bees-success-story-dune-start-up-rhtech-a-la-croissance-fulgurante/>

Golden Bees : success-story d'une start-up RHTech à la croissance fulgurante

Posted in Entreprise



Trois ans après le lancement de sa solution, Golden Bees, start-up spécialisée en marketing programmatique et ciblage intelligent de candidats, affiche une croissance annuelle à trois chiffres. En diffusant environ 200.000 offres par mois pour le compte d'une centaine d'entreprises, cabinets de recrutement et organisations par le biais de la publicité intelligente, la jeune pousse ambitieuse de maintenir cette dynamique de croissance pour s'implémenter durablement sur un marché estimé à plus de 300 millions d'euros en France. Récit d'une véritable réussite à la française.

Golden Bees : startup RHTech en hypercroissance

Il y a tout juste trois ans et demi, **Jonathan Bordereau** et **Fariha Shah** lançaient Golden Bees, start-up innovante spécialisée en ciblage intelligent de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique. Après avoir réalisé une levée de fonds de 1,1 millions d'euros auprès d'EV (Entrepreneur Venture) et BPI (Banque Publique d'Investissement) en janvier 2018, l'entreprise enregistre aujourd'hui plus de **300 % de croissance avec 4 millions d'euros de chiffre d'affaires** rien que pour 2018 et ne cesse de recruter ! Fariha Shah, la cofondatrice de Golden Bees, commente : « *Pour la troisième année consécutive*

depuis le lancement de Golden Bees, nous avons plus que doublé notre CA. En parallèle, nous avons également triplé nos effectifs, renouvelé 90 % de nos clients, entré plusieurs dizaines de nouveaux comptes stratégiques et démarré notre expansion sur le marché du Benelux. Mais le plus important est que nous avons fortement augmenté la proposition de valeur de technologie, et cela, avec peu de ressources. »

Golden Bees : leader européen en ciblage automatique de candidats

Golden Bees ce n'est pas qu'une startup en hyper croissance qui, depuis sa création en 2015, compte plus de 6 millions d'offres d'emplois diffusées (300 000 offres d'emplois proposés par mois) et plus de 15 millions de candidatures générées.

C'est surtout un leader européen en ciblage de candidats via la publicité programmatique avec plus de 200 références, parmi lesquelles des entreprises du CAC40, des cabinets de recrutements et des sites d'emploi qui ont amélioré leurs performances en matière de génération de candidatures qualifiées (60 % de candidatures qualifiées, des coûts de candidatures réduit de 40 %).

Parmi une centaine de ses clients figurent Vinci, SNCF, MacDonald, Manpower, L'Armée de terre, Wurth, Korian ou encore Société Générale.

Golden Bees : une technologie labellisée

Forte de son succès commercial en France, Golden Bees rejoint en octobre 2018 la communauté d'excellence des jeunes entreprises innovantes de la technologie, avec l'**attribution du label national Pass French Tech**.

La jeune pousse est également sélectionnée par **Bpifrance Excellence** qui distingue les entreprises pour leurs parcours de croissance ainsi que récompensé en 2017 par l'**IAB**, organisme de référence pour la publicité web, pour l'aspect innovant de sa solution avec le trophée **Ad innovation Pitch**

Récompensée pour son excellence dans le management, Golden Bees obtient, par ailleurs, le **label Happy at Work**, label décerné aux entreprises où les salariés s'épanouissent et se sentent heureux dans ce qu'ils font.



Golden bee start-up labellisée

À propos de Golden Bees

Créée en 2015 par Jonathan Bordereau et Fariha Shah, Golden Bees est la première solution de ciblage intelligent de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique. **Basée sur une suite de technologies propriétaires d'Intelligence Artificielle, Golden Bees diffuse des annonces de recrutement, sous forme de publicité,** de manière ciblée et automatisée sur l'intégralité des contextes médias pertinents et des supports connectés. Golden Bees, qui compte plus de cents entreprises clientes, dont Vinci, SNCF, Manpower, L'Armée de terre, Wurth, Korian ou encore Société Générale a été labellisé Pass French Tech en 2018.

Date de création : 2015

Effectif : 30 collaborateurs

Enseignes clientes : Bouygues, Korian, Société Générale, Vinci, FED, Mazars, SNCF, ING, Manpower, Assystem, Macdonald, Crédit Agricole...

Site : <https://goldenbees.fr/>

Contact presse :

Katarzyna WADOLOWSKA

katarzyna@escalconsulting.com

01 73 01 45 59 / 06 14 24 29 87

PARIS : L'initiative de Golden Bees qui s'engage auprès de l'UNICEF pour l'éducation et l'avenir de l'emploi.

Golden Bees, acteur innovant sur le marché du recrutement, qui automatise la recherche du côté des recruteurs et du côté des candidats pour faciliter la rencontre entre l'offre et la demande sur le marché de l'emploi, soutient, depuis janvier 2019, l'UNICEF. Le but est de contribuer à réduire la pauvreté et les inégalités dans le monde en favorisant l'accès à l'éducation, et donc à l'emploi. Explications.

Golden Bees au service de la cause humaine

La start-up Golden Bees s'engage dans des initiatives liées à l'éducation des enfants, et celles qui, au sens large, corrigent et anticipent les maux de l'humanité. En mettant au cœur de son activité les problématiques du marché de l'emploi, Golden Bees facilite la rencontre entre entreprise et candidats. Son engagement sociétal fort s'exprime aussi via des initiatives comme la collaboration avec l'UNICEF. Etant une entreprise mécène de l'UNICEF depuis janvier 2019, Golden Bees participe aux programmes de développement permettant de financer les actions de fond que l'UNICEF mène autour des thèmes de l'éducation. Fariha Shah, la cofondatrice de Golden Bees, commente : « A travers nos actions solidaires nous donnons du sens à l'existence de notre entreprise, mais également à nous même. Il s'agit d'un sentiment qui nourrit notre volonté à faire prospérer notre entreprise. Et c'est en réalité essentiel : car pour nous comme pour beaucoup d'individus de la génération actuelle, l'argent n'est pas une source de motivation suffisante pour s'accomplir au niveau professionnel. »

À propos de Golden Bees

>> En savoir plus

<http://extranet.escalconsulting.com/cp/cp.php?idcp=3112&user=100683&part=1>

Donner du sens grâce à la philanthropie intégrée

RH, startups, emploi, philanthropie, Unicef, entreprises

Golden Bees, acteur innovant sur le marché du recrutement, s'engage auprès de l'UNICEF pour l'éducation et l'avenir de l'emploi

La start-up s'engage en effet dans des initiatives liées à l'éducation des enfants, et celles qui, au sens large, corrigent et anticipent les maux de l'humanité. En mettant au cœur de son activité les problématiques du marché de l'emploi, Golden Bees facilite la rencontre entre entreprise et candidats. Son engagement sociétal fort s'exprime aussi via des initiatives comme la collaboration avec l'UNICEF.

Entreprise mécène de l'UNICEF depuis janvier 2019, Golden Bees participe aux programmes de développement permettant de financer les actions de fond que l'UNICEF mène autour des thèmes de l'éducation.

*« A travers nos actions solidaires nous donnons du sens à l'existence de notre entreprise, mais également à nous même. Il s'agit d'un sentiment qui nourri notre volonté à faire prospérer notre entreprise. Et c'est en réalité essentiel : **car pour nous, comme pour beaucoup d'individus de la génération actuelle, l'argent n'est pas une source de motivation suffisante pour s'accomplir au niveau professionnel** », explique Fariha Shah, la cofondatrice de Golden Bees.*



Publicité programmatique : des offres d'emplois ciblées à la place des publicités sur internet

L'émergence de l'intelligence artificielle tend à bouleverser notre rapport au travail mais aussi notre accès à celui-ci. Ainsi, il n'est plus rare que les RH face appellent à des robots pour présélectionner des candidats. Ici, nous focalisons notre attention sur la start-up **GoldenBees**, plateforme de recrutement en ligne qui permet de diffuser des « offres d'emplois de manière ciblée et automatisée ».

5 leviers clés pour retenir vos talents



D'après une enquête de BPI publiée en Janvier 2018, 42% des PME et ETI[1] ont déjà fait face à des départs non-souhaités de salariés-clés. Les grandes entreprises ne sont d'ailleurs pas épargnées par le phénomène. Or, les talents surtout dans le domaine du numérique, très sollicités, sont déjà difficile à attirer et à engager.

La rétention des talents est un enjeu majeur, surtout pour les startups, dont l'activité et la croissance dépendent de leurs ressources humaines. Comment fidéliser ses collaborateurs sur le long terme ? Eléments de réponse par Fariha Shah, Directrice Générale de Golden Bees.

D'après une enquête de BPI publiée en Janvier 2018, **42% des PME et ETI[1] ont déjà fait face à des départs non-souhaités de salariés-clés.** Lorsqu'on regarde du côté des grandes entreprises, elles ne sont pas épargnées par le phénomène. Or, les talents surtout dans le domaine du numérique, très sollicités, sont déjà difficile à attirer et à engager.

La rétention des talents est un enjeu majeur, surtout pour les startups, dont l'activité et la croissance dépendent de leurs ressources humaines. Alors, comment fidélise-t-on nos collaborateurs sur le long terme ?



Focus sur 5 leviers, intimement liés, qui peuvent être déployés dans tous types d'entreprises.

1. Sondez vos collaborateurs

En sollicitant vos salariés directement ou via un sondage anonyme, vous aurez des informations concrètes pour comprendre vos forces et vos faiblesses. Il s'agit d'une première étape essentielle, qui vous permet non seulement de prouver à vos collaborateurs que vous êtes à leur écoute et que leurs sentiments vous intéressent, mais également de cibler les actions à mener pour augmenter leur niveau de satisfaction. Vous pouvez soit choisir d'utiliser les outils de sondages de salariés existants soit de gérer ce projet par vous même via un simple Google Form. Il s'agit ensuite de communiquer les résultats à l'ensemble de votre entreprise et de proposer des dispositifs pour répondre à leurs attentes.

2. Adoptez le Management collaboratif

Si vous pensez que vos employés travaillent AVEC vous et non POUR vous, alors vous êtes sans doute déjà adepte du management collaboratif. En effet, il s'agit d'abord d'un état d'esprit avec lequel vous recrutez et manager vos talents. Lorsque vous rencontrez des candidats, posez vous la question sur ce que le candidat peut vous apporter **de plus** en terme de compétences et de valeurs ajoutée. En partant de cette logique, vous allez déléguer des missions que le salarié pilotera de manière autonome et libre. Tout ce qui importe, in fine, c'est la performance délivrée.

Dans ce type de management, la notion de hiérarchie est transparente : elle existe mais n'est pas perceptible dans les relations et les interactions. Le rôle du manager, dans ce cas de figure, consiste non pas à diriger mais à accompagner. Cela signifie, prendre en considération la personnalité et les compétences de chacun, et offrir les ressources, l'environnement et le cadre nécessaire, pour améliorer la productivité individuelle. Dans ce type de management, nous allons privilégier l'écoute, la confiance et laisser les collaborateurs mettre à contribution leurs forces et leurs atouts pour se réaliser. Cela ne signifie pas pour autant, que votre équipe est livrée à elle-même : il faut lui donner un objectif et une direction à suivre.

3. Alimentez la culture de la performance et du résultat

Etablissez des objectifs clairs et partagez les de manière transparente ! Chacun de vos collaborateurs contribue aux performances de votre entreprise. Il est donc tout à fait normal de leur donner une visibilité sur les résultats globaux et individuels. Ainsi, la méthode des OKR (Objective Key Results), initié par Google permet la mise en place d'un système de suivi des tâches et des objectifs au niveau de l'entreprise, des équipes et des individus, accessibles par tous, et corrélés à des métriques et des résultats concrets. Vous offrez ainsi une vision claire sur vos perspectives à court et long terme. Cela permet de nourrir la motivation de chaque personne, qui ne s'efforce non pas seulement d'atteindre ses objectifs, mais de les surpasser. Il n'y a ni « récompenses » ni « sanctions », mais une direction à suivre et des indicateurs de performances pour améliorer l'efficacité et l'efficacité de chacun.

De la même manière, parlez de vos réussites et impliquez toutes les personnes concernées. Vous venez de renouveler un beau contrat, vous avez reçu des retours d'expériences de clients satisfaits, vous avez obtenu un trophée... ? Remerciez vos équipes, ils vous le rendront à nouveau.

4. Valorisez l'individu

Vous le savez déjà, la reconnaissance et l'estime de soi sont recensés dans la pyramide de Maslow. Nous semblons tous avoir besoin d'être valorisé pour nourrir notre confiance en nous. Cela commence depuis notre enfance et continue dans notre vie professionnelle.

La valorisation d'un individu passe par des mots, pour remercier, encourager ou encore féliciter. Mais pas seulement ! Un collaborateur impliqué doit être récompensé à sa juste valeur aussi bien concernant son évolution professionnelle que sa rémunération. Vous avez identifié des compétences

managériales chez une personne ? Proposez-lui de devenir leader de son équipe. Vous sentez un esprit entrepreneurial ? Déléguez-lui le pilotage d'un nouveau projet. Vous décelez de nouvelles compétences, proposez-lui de développer un nouveau département.

La bonne nouvelle est que, les startups ont toute la souplesse et l'agilité nécessaire pour entreprendre ce type d'actions. Profitons-en.

5. Soyez bienveillant

Force est de constater qu'un comportement bienveillant peut créer un réel cercle vertueux au sein des équipes. Se donner de l'attention et vouloir le bien des uns et des autres, nourrit la cohésion des groupes et l'esprit d'équipe, tout en contribuant à créer une ambiance de travail conviviale. Le tout améliore le bien-être au travail, un indicateur immatériel, mais dont l'impact sur la productivité et la motivation est certain. Dans le cadre professionnel, la bienveillance prend cependant une dimension différente. Il convient de définir cette qualité comme un comportement humain, basé sur la confiance et le respect de l'autre, dénuée de jugements et régissant le mode d'interaction des individus entre eux pour favoriser le vivre ensemble, tant que les intérêts de l'entreprise ne sont pas perturbés.

La nouvelle génération de travailleurs étant exigeante sur bien des aspects, les petites et grandes entreprises ont tout intérêt à développer une stratégie RH pour attirer et retenir les talents. Nombreux sujets tels que, l'équilibre vie pro – vie perso, la quête du sens, le développement personnel, le bien-être au travail, la transformation des métiers... vont impacter sur le taux de satisfaction de vos salariés, et donc le turnover de votre entreprise. A contrario, vous pouvez vous différencier et améliorer votre compétitivité si vous mettez l'humain au cœur de votre culture d'entreprise.



5 leviers clés pour retenir vos talents numériques



Sondez vos collaborateurs

En sollicitant vos salariés directement ou via un sondage anonyme, vous aurez des informations concrètes pour comprendre vos forces et vos faiblesses. Il s'agit d'une première étape essentielle, qui vous permet non seulement de prouver à vos collaborateurs que vous êtes à leur écoute et que leurs sentiments vous intéressent, mais également de cibler les actions à mener pour augmenter leur niveau de satisfaction. Vous pouvez soit choisir d'utiliser les outils de sondages de salariés existants soit de gérer ce projet par vous-même via un simple Google Form. Il s'agit ensuite de communiquer les résultats à l'ensemble de votre entreprise et de proposer des dispositifs pour répondre à leurs attentes.

Adoptez le Management collaboratif

Si vous pensez que vos employés travaillent AVEC vous et non POUR vous, alors vous êtes sans doute déjà adepte du management collaboratif. En effet, il s'agit d'abord d'un état d'esprit avec lequel vous recrutez et manager vos talents. Lorsque vous rencontrez des candidats, posez-vous la question sur ce que le candidat peut vous apporter de plus en terme de compétences et de valeurs ajoutée. En partant de cette logique, vous allez déléguer des missions que le salarié pilotera de manière autonome et libre. Tout ce qui importe, in fine, c'est la performance délivrée.

Dans ce type de management, la notion de hiérarchie est transparente : elle existe mais n'est pas perceptible dans les relations et les interactions. Le rôle du manager, dans ce cas de figure, consiste non pas à diriger mais à accompagner. Cela signifie, prendre en considération la personnalité et les compétences de chacun, et offrir les ressources, l'environnement et le cadre nécessaire, pour améliorer la productivité individuelle. Dans ce type de management, nous allons privilégier l'écoute, la confiance et laisser les collaborateurs mettre à contribution leurs forces et leurs atouts pour se réaliser. Cela ne signifie pas pour autant, que votre équipe est livrée à elle-même : il faut lui donner un objectif et une direction à suivre.

Alimentez la culture de la performance et du résultat

Etablissez des objectifs clairs et partagez-les de manière transparente ! Chacun de vos collaborateurs contribue aux performances de votre entreprise. Il est donc tout à fait normal de leur donner une visibilité sur les résultats globaux et individuels. Ainsi, la méthode des OKR (Objective Key Results), initié par Google permet la mise en place d'un système de suivi des tâches et des objectifs au niveau de l'entreprise, des équipes et des individus, accessibles par tous, et corrélés à des métriques et des résultats concrets. Vous offrez ainsi une vision claire sur vos

perspectives à court et long terme. Cela permet de nourrir la motivation de chaque personne, qui ne s'efforce non pas seulement d'atteindre ses objectifs, mais de les surpasser. Il n'y a ni « récompenses » ni « sanctions », mais une direction à suivre et des indicateurs de performances pour améliorer l'efficacité et l'efficacité de chacun.

De la même manière, parlez de vos réussites et impliquez toutes les personnes concernées. Vous venez de renouveler un beau contrat, vous avez reçu des retours d'expériences de clients satisfaits, vous avez obtenu un trophée... ? Remerciez vos équipes, ils vous le rendront à nouveau.

Valorisez l'individu

Vous le savez déjà, la reconnaissance et l'estime de soi sont recensées dans la pyramide de Maslow. Nous semblons tous avoir besoin d'être valorisé pour nourrir notre confiance en nous. Cela commence depuis notre enfance et continue dans notre vie professionnelle.

La valorisation d'un individu passe par des mots, pour remercier, encourager ou encore féliciter. Mais pas seulement ! Un collaborateur impliqué doit être récompensé à sa juste valeur aussi bien concernant son évolution professionnelle que sa rémunération. Vous avez identifié des compétences managériales chez une personne ? Proposez-lui de devenir leader de son équipe. Vous sentez un esprit entrepreneurial ? Déléguez-lui le pilotage d'un nouveau projet. Vous décelez de nouvelles compétences, proposez-lui de développer un nouveau département. La bonne nouvelle est que, les startups ont toute la souplesse et l'agilité nécessaire pour entreprendre ce type d'actions. Profitons-en.

Soyez bienveillant

Force est de constater qu'un comportement bienveillant peut créer un réel cercle vertueux au sein des équipes. Se donner de l'attention et vouloir le bien des uns et des autres, nourrit la cohésion des groupes et l'esprit d'équipe, tout en contribuant à créer une ambiance de travail conviviale. Le tout améliore le bien-être au travail, un indicateur immatériel, mais dont l'impact sur la productivité et la motivation est certain. Dans le cadre professionnel, la bienveillance prend cependant une dimension différente. Il convient de définir cette qualité comme un comportement humain, basé sur la confiance et le respect de l'autre, dénuée de jugements et régissant le mode d'interaction des individus entre eux pour favoriser le vivre ensemble, tant que les intérêts de l'entreprise ne sont pas perturbés.

La nouvelle génération de travailleurs étant exigeante sur bien des aspects, les petites et grandes entreprises ont tout intérêt à développer une stratégie RH pour attirer et retenir les talents. Nombreux sujets tels que, l'équilibre vie pro - vie perso, la quête du sens, le développement personnel, le bien-être au travail, la transformation des métiers... vont impacter sur le taux de satisfaction de vos salariés, et donc le turnover de votre entreprise. A contrario, vous pouvez vous différencier et améliorer votre compétitivité si vous mettez l'humain au cœur de votre culture d'entreprise.

Biographie :

***FarihaShah** est co-fondatrice et Directrice Générale de **GoldenBees**, la première solution de ciblage intelligent de candidats via la publicité pour le recrutement. Dotée d'un profil 100% digital, **FarihaShah** a rapidement intégré l'écosystème de la publicité en ligne, en rejoignant des acteurs de référence sur le marché de la publicité display, pour ensuite se spécialiser dans le conseil. En 2015, après 8 ans dans le domaine du digital, Fariha met à profit son expertise pour fluidifier le marché de l'emploi en ligne grâce à la technologie numérique de **GoldenBees**.



Comment retenir les « talents » dans son entreprise



D'après une enquête de bpf France publiée en janvier 2018, 42% des PME et ETI ont déjà fait face à des départs non-souhaités de salariés clés. Lorsqu'on regarde du côté des grandes entreprises, elles ne sont pas épargnées par le phénomène. Or les talents surtout dans le domaine du numérique, très sollicités, sont déjà difficiles à attirer et à engager.

La rétention des talents est un enjeu majeur, surtout pour les start-up, dont l'activité et la croissance dépendent de leurs ressources humaines. Alors, comment fidélise-t-on nos collaborateurs sur le long terme ? Focus sur cinq leviers, intimement liés, qui peuvent être déployés dans tous types d'entreprises.

1. Sondez vos collaborateurs

En sollicitant vos salariés directement ou via un sondage anonyme, vous aurez des informations concrètes pour comprendre vos forces et vos faiblesses. Il s'agit d'une première étape essentielle, qui vous permet non seulement de prouver à vos collaborateurs que vous êtes à leur écoute et que leurs sentiments vous intéressent, mais également de cibler les actions à mener pour augmenter leur niveau de satisfaction.

Vous pouvez soit choisir d'utiliser les outils de sondages de salariés existants, soit de gérer ce projet par vous-même via un simple Google Form. Il s'agit ensuite de communiquer les résultats à l'ensemble de votre entreprise et de proposer des dispositifs pour répondre à leurs attentes.

2. Adoptez le management collaboratif

Si vous pensez que vos employés travaillent avec vous et non pour vous, alors vous êtes sans doute déjà adepte du management collaboratif. En effet, il s'agit d'abord d'un état d'esprit avec lequel vous recrutez et manager vos talents. Lorsque vous rencontrez des candidats, posez-vous la question sur ce que le candidat peut vous apporter de plus en termes de compétences et de valeur ajoutée. En partant de cette logique, vous allez déléguer des missions que le salarié pilotera de manière autonome et libre. Tout ce qui importe, in fine, c'est la performance délivrée.

Dans ce type de management, la notion de hiérarchie est transparente : elle existe mais n'est pas perceptible dans les relations et les interactions. Le rôle du manager, dans ce cas de figure, consiste non pas à diriger mais à accompagner. Cela signifie, prendre en considération la personnalité et les compétences de chacun, et offrir les ressources, l'environnement et le cadre nécessaire, pour améliorer la productivité individuelle.

Dans ce type de management, nous allons privilégier l'écoute, la confiance et laisser les collaborateurs mettre à contribution leurs forces et leurs atouts pour se réaliser. Cela ne signifie pas pour autant, que votre équipe est livrée à elle-même : il faut lui donner un objectif et une direction à suivre.

3. Alimentez la culture du résultat

Etablissez des objectifs clairs et partagez-les de manière transparente ! Chacun de vos collaborateurs contribue aux performances de votre entreprise. Il est donc tout à fait normal de leur donner une visibilité sur les résultats globaux et individuels. Ainsi, la méthode des OKR («objective key results»), initié par Google permet la mise en place d'un système de suivi des tâches et des objectifs au niveau de l'entreprise, des équipes et des individus, accessibles par tous, et corrélés à des métriques et des résultats concrets.

Vous offrez ainsi une vision claire sur vos perspectives à court et long terme. Cela permet de nourrir la motivation de chaque personne, qui ne s'efforce non pas seulement d'atteindre ses

objectifs, mais de les surpasser. Il n'y a ni «récompenses» ni «sanctions», mais une direction à suivre et des indicateurs de performances pour améliorer l'efficacité et l'efficacité de chacun. De la même manière, parlez de vos réussites et impliquez toutes les personnes concernées. Vous venez de renouveler un beau contrat, vous avez reçu des retours d'expériences de clients satisfaits, vous avez obtenu un trophée... ? Remerciez vos équipes, ils vous le rendront à nouveau.

4. Valorisez l'individu

Vous le savez déjà, la reconnaissance et l'estime de soi sont recensées dans la pyramide de Maslow. Nous semblons tous avoir besoin d'être valorisé pour nourrir notre confiance en nous. Cela commence depuis notre enfance et continue dans notre vie professionnelle.

La valorisation d'un individu passe par des mots, pour remercier, encourager ou encore féliciter. Mais pas seulement ! Un collaborateur impliqué doit être récompensé à sa juste valeur aussi bien concernant son évolution professionnelle que sa rémunération. Vous avez identifié des compétences managériales chez une personne ? Proposez-lui de devenir leader de son équipe. Vous sentez un esprit entrepreneurial ? Déléguez-lui le pilotage d'un nouveau projet. Vous décelez de nouvelles compétences, proposez-lui de développer un nouveau département.

La bonne nouvelle est que, les start-up ont toute la souplesse et l'agilité nécessaire pour entreprendre ce type d'actions. Profitons-en.

5. Soyez bienveillant

Force est de constater qu'un comportement bienveillant peut créer un réel cercle vertueux au sein des équipes. Se donner de l'attention et vouloir le bien des uns et des autres, nourrit la cohésion des groupes et l'esprit d'équipe, tout en contribuant à créer une ambiance de travail conviviale. Le tout améliore le bien-être au travail, un indicateur immatériel, mais dont l'impact sur la productivité et la motivation est certain.

Dans le cadre professionnel, la bienveillance prend cependant une dimension différente. Il convient de définir cette qualité comme un comportement humain, basé sur la confiance et le respect de l'autre, dénuée de jugements et régissant le mode d'interaction des individus entre eux pour favoriser le vivre ensemble, tant que les intérêts de l'entreprise ne sont pas perturbés.

La nouvelle génération de travailleurs étant exigeante sur bien des aspects, les petites et grandes entreprises ont tout intérêt à développer une stratégie RH pour attirer et retenir les talents. Nombreux sujets tels que, l'équilibre vie pro - vie perso, la quête du sens, le développement personnel, le bien-être au travail, la transformation des métiers... vont impacter sur le taux de satisfaction de vos salariés, et donc le turnover de votre entreprise. A contrario, vous pouvez vous différencier et améliorer votre compétitivité si vous mettez l'humain au coeur de votre culture d'entreprise.

FarihaShah est directrice générale de **GoldenBees**.



Promotion : Participation à l'émission "Bar de l'économie" sur Radio IdFM pour la présentation de l'actualité économique du Val d'Oise et les actions du CEEVO



Le CEEVO, l'Agence de Développement et d'Attractivité des territoires du Val-d'Oise, a participé le 18 mars dernier à l'émission "Bar de l'économie" en direct sur Radio IdFM, en présence de Sylvain Saragosa, Maire de Chaumontel, 1er Vice-président de la Communauté de Communes Carnelle - Pays-de-France, de Dominique Roland, Directeur du Centre des Arts d'Enghien-les-Bains, de **FarihaShah**, co-fondatrice de la Société **GoldenBees**, spécialisée dans le ciblage de candidats sur le web via la publicité intelligente et de Jean-François Benon, Directeur général du CEEVO, Délégué général du Cluster Security Systems Valley.

Cette émission, animée par Florence Sueur, a été l'occasion d'évoquer l'actualité économique du Val d'Oise, les actions du CEEVO et la stratégie développée par le Val-d'Oise pour la promotion des opportunités d'implantation de nouvelles entreprises sur ses territoires, mises en valeur à l'occasion du Salon MIPIM, entre les 12 et 15 mars derniers.

L'opportunité également de rappeler l'engagement du Val-d'Oise, à l'initiative du CEEVO, pour la mobilisation des acteurs et publics en Ile-de-France autour de la filière Sécurité, Sûreté et Maîtrise des risques, dans le cadre du Cluster Security Systems Valley (SSV), et les actions de prospection mises en place à ce titre dans le cadre du Salon Mobile World Congress (MWC), entre les 25 et 28 février derniers.

L'émission a été aussi l'occasion d'évoquer la mission économique rassemblant une quinzaine d'entreprises du Val-d'Oise, organisée en Serbie à l'initiative de la Chambre de Commerce et d'Industrie départementale du Val-d'Oise du 8 au 10 avril, en lien avec les partenariats noués depuis 3 ans dans ce pays par le Conseil départemental du Val-d'Oise et plusieurs collectivités territoriales du Département.

L'émission a permis par ailleurs une intervention de Sylvain Saragosa, Maire de Chaumontel, 1er Vice-président de la Communauté de Communes Carnelle - Pays-de-France, pour évoquer les projets engagés pour l'aménagement de nouveaux équipements économiques sur le territoire de sa

commune.

Elle a été aussi l'opportunité d'une présentation par Dominique Roland, Directeur du Centre des Arts d'Enguien-les-Bains, de la stratégie développée par cette commune du Val-d'Oise pour rejoindre le réseau des villes mondiales orientées autour de la promotion du Design pour des solutions concrètes visant à améliorer la vie des habitants.

Est également intervenue **FarihaShah**, Co-fondatrice de la Start up **GoldenBees**, spécialisée dans le ciblage intelligent de candidats à un emploi via de la publicité programmatique.

L'émission "Le bar de l'économie" diffusée en direct sur Radio IdFM (98.0 FM), peut être écoutée aussi sur internet, en différé, sur <http://idfm98.fr> ou via le site internet du CEEVO.

www.idfm98.fr

www.ceevo95.fr

Partagez cet article sur les réseaux sociaux >>

-
-
- Ajouter à Facebook
- Tweeter
- Ajouter à Delicious
- Digg it
- Ajouter à Reddit
-

Cinq leviers pour retenir les talents

D'après une enquête de BPI publiée en janvier 2018, 42% des PME et ETI ont déjà fait face à des départs non souhaités de salariés-clés. Lorsqu'on regarde du côté des grandes entreprises, elles ne sont pas épargnées par le phénomène. Or, les talents surtout dans le domaine du numérique, très sollicités, sont déjà difficiles à attirer et à engager. La rétention des talents est un enjeu majeur, surtout pour les startups, dont l'activité et la croissance dépendent de leurs ressources humaines. Alors, comment fidélise-t-on nos collaborateurs sur le long terme ? Focus sur 5 leviers, intimement liés, qui peuvent être déployés dans tous types d'entreprises.

1-Sondez vos collaborateurs

En sollicitant vos salariés directement ou via un sondage anonyme, vous aurez des informations concrètes pour comprendre vos forces et vos faiblesses. Il s'agit d'une première étape essentielle, qui vous permet non seulement de prouver à vos collaborateurs que vous êtes à leur écoute et que leurs sentiments vous intéressent, mais également de cibler les actions à mener pour augmenter leur niveau de satisfaction. Vous pouvez soit choisir d'utiliser les outils de sondages de salariés existants soit de gérer ce projet par vous-même via un simple Google Form. Il s'agit ensuite de communiquer les résultats à l'ensemble de votre entreprise et de proposer des dispositifs pour répondre à leurs attentes.

2- Adoptez le Management collaboratif

Si vous pensez que vos employés travaillent AVEC vous et non POUR vous, alors vous êtes sans doute déjà adepte du management collaboratif. En effet, il s'agit d'abord d'un état d'esprit avec lequel vous recrutez et manager vos talents. Lorsque vous rencontrez des candidats, posez-vous la question sur ce que le candidat peut vous apporter de plus en terme de compétences et de valeur ajoutée. En partant de cette logique, vous allez déléguer des missions que le salarié pilotera de manière autonome et libre. Tout ce qui importe, in fine, c'est la performance délivrée.

Dans ce type de management, la notion de hiérarchie est transparente : elle existe, mais n'est pas perceptible dans les relations et les interactions. Le rôle du manager, dans ce cas de figure, consiste non pas à diriger, mais à accompagner. Cela signifie, prendre en considération la personnalité et les compétences de chacun, et offrir les ressources, l'environnement et le cadre nécessaire, pour améliorer la productivité individuelle. Dans ce type de management, nous allons privilégier l'écoute, la confiance et laisser les collaborateurs mettre à contribution leurs forces et leurs atouts pour se réaliser. Cela ne signifie pas pour autant, que votre équipe est livrée à elle-même : il faut lui donner un objectif et une direction à suivre.

3- Favorisez la culture de la performance et du résultat

Établissez des objectifs clairs et partagez-les de manière transparente ! Chacun de vos collaborateurs contribue aux performances de votre entreprise. Il est donc tout à fait normal de leur donner une visibilité sur les résultats globaux et individuels. Ainsi, la méthode des OKR (Objective Key Results), initié par Google permet la mise en place d'un système de suivi des tâches et des objectifs au niveau de l'entreprise, des équipes et des individus, accessibles par tous, et corrélés à des métriques et des résultats concrets. Vous offrez ainsi une vision claire sur vos perspectives à court et long terme. Cela permet de nourrir la motivation de chaque personne, qui ne s'efforce non pas seulement d'atteindre ses objectifs, mais de les surpasser. Il n'y a ni « récompenses » ni « sanctions », mais une direction à suivre et des indicateurs de performances pour améliorer l'efficacité et l'efficacé de chacun.

De la même manière, parlez de vos réussites et impliquez toutes les personnes concernées. Vous venez de renouveler un beau contrat, vous avez reçu des retours d'expériences de clients satisfaits, vous avez obtenu un trophée... ? Remerciez vos équipes, ils vous le rendront à nouveau.

4- Valorisez l'individu

Vous le savez déjà, la reconnaissance et l'estime de soi sont recensées dans la pyramide de Maslow. Nous semblons tous avoir besoin d'être valorisés pour nourrir notre confiance en nous. Cela commence depuis notre enfance et continue dans notre vie professionnelle.

La valorisation d'un individu passe par des mots, pour remercier, encourager ou encore féliciter. Mais pas seulement ! Un collaborateur impliqué doit être récompensé à sa juste valeur aussi bien concernant son évolution professionnelle que sa rémunération. Vous avez identifié des compétences managériales chez une personne ? Proposez-lui de devenir leader de son équipe.

Vous sentez un esprit entrepreneurial ? Déléguez-lui le pilotage d'un nouveau projet. Vous décelez de nouvelles compétences, proposez-lui de développer un nouveau département.

5- Soyez bienveillant

Force est de constater qu'un comportement bienveillant peut créer un réel cercle vertueux au sein des équipes. Se donner de l'attention et vouloir le bien des uns et des autres, nourrit la cohésion des groupes et l'esprit d'équipe, tout en contribuant à créer une ambiance de travail conviviale. Le tout améliore le bien-être au travail, un indicateur immatériel, mais dont l'impact sur la productivité et la motivation est certain. Dans le cadre professionnel, la bienveillance prend cependant une dimension différente. Il convient de définir cette qualité comme un comportement humain, basé sur la confiance et le respect de l'autre, dénuée de jugements et régissant le mode d'interaction des individus entre eux pour favoriser le vivre ensemble, tant que les intérêts de l'entreprise ne sont pas perturbés.

La nouvelle génération de travailleurs étant exigeante sur bien des aspects, les petites et grandes entreprises ont tout intérêt à développer une stratégie RH pour attirer et retenir les talents. Nombreux sujets tels que, l'équilibre vie pro – vie perso, la quête du sens, le développement personnel, le bien-être au travail, la transformation des métiers... vont impacter sur le taux de satisfaction de vos salariés, et donc le turnover de votre entreprise. A contrario, vous pouvez vous différencier et améliorer votre compétitivité si vous mettez l'humain au cœur de votre culture d'entreprise.

Par Fariha Shah, directrice générale, Golden Bees



5 leviers clés pour retenir vos talents

D'après une enquête de BPI publiée en Janvier 2018, 42% des PME et ETI ont déjà fait face à des départs non-souhaités de salariés-clés. Lorsqu'on regarde du côté des grandes entreprises, elles ne sont pas épargnées par le phénomène. Or, les talents surtout dans le domaine du numérique, très sollicités, sont déjà difficile à attirer et à engager. La rétention des talents est un enjeu majeur, surtout pour les startups, dont l'activité et la croissance dépendent de leurs ressources humaines. Alors, comment fidélise-t-on nos collaborateurs sur le long terme? Focus sur 5 leviers, intimement liés, qui peuvent être déployés dans tous types d'entreprises. 1 - Sondez vos collaborateurs

En sollicitant vos salariés directement ou via un sondage anonyme, vous aurez des informations concrètes pour comprendre vos forces et vos faiblesses. Il s'agit d'une première étape essentielle, qui vous permet non seulement de prouver à vos collaborateurs que vous êtes à leur écoute et que leurs sentiments vous intéressent, mais également de cibler les actions à mener pour augmenter leur niveau de satisfaction. Vous pouvez soit choisir d'utiliser les outils de sondages de salariés existants soit de gérer ce projet par vous même via un simple Google Form. Il s'agit ensuite de communiquer les résultats à l'ensemble de votre entreprise et de proposer des dispositifs pour répondre à leurs attentes.

2 - Adoptez le Management collaboratif

Si vous pensez que vos employés travaillent AVEC vous et non POUR vous, alors vous êtes sans doute déjà adepte du management collaboratif. En effet, il s'agit d'abord d'un état d'esprit avec lequel vous recrutez et manager vos talents. Lorsque vous rencontrez des candidats, posez vous la question sur ce que le candidat peut vous apporter de plus en terme de compétences et de valeurs ajoutée. En partant de cette logique, vous allez déléguer des missions que le salarié pilotera de manière autonome et libre. Tout ce qui importe, in fine, c'est la performance délivrée.

Dans ce type de management, la notion de hiérarchie est transparente : elle existe mais n'est pas perceptible dans les relations et les interactions. Le rôle du manager, dans ce cas de figure, consiste non pas à diriger mais à accompagner. Cela signifie, prendre en considération la personnalité et les compétences de chacun, et offrir les ressources, l'environnement et le cadre nécessaire, pour améliorer la productivité individuelle. Dans ce type de management, nous allons privilégier l'écoute, la confiance et laisser les collaborateurs mettre à contribution leurs forces et leurs atouts pour se réaliser. Cela ne signifie pas pour autant, que votre équipe est livrée à elle-même : il faut lui donner un objectif et une direction à suivre.

3 - Alimenter la culture de la performance et du résultat

Etablissez des objectifs clairs et partagez les de manière transparente ! Chacun de vos collaborateurs contribue aux performances de votre entreprise. Il est donc tout à fait normal de leur donner une visibilité sur les résultats globaux et individuels. Ainsi, la méthode des OKR (Objective Key Results), initié par Google permet la mise en place d'un système de suivi des tâches et des objectifs au niveau de l'entreprise, des équipes et des individus, accessibles par tous, et corrélés à des métriques et des résultats concrets. Vous offrez ainsi une vision claire sur vos perspectives à court et long terme. Cela permet de nourrir la motivation de chaque personne, qui ne s'efforce non pas seulement d'atteindre ses objectifs, mais de les surpasser. Il n'y a ni « récompenses » ni « sanctions », mais une direction à suivre et des indicateurs de performances pour améliorer l'efficacité et l'efficacé de chacun.

De la même manière, parlez de vos réussites et impliquez toutes les personnes concernées. Vous venez de renouveler un beau contrat, vous avez reçu des retours d'expériences de clients satisfaits, vous avez obtenu un trophée... ? Remerciez vos équipes, ils vous le rendront à nouveau.

4 - Valorisez l'individu

Vous le savez déjà, la reconnaissance et l'estime de soi sont recensés dans la pyramide de

Maslow. Nous semblons tous avoir besoin d'être valorisé pour nourrir notre confiance en nous. Cela commence depuis notre enfance et continue dans notre vie professionnelle.

La valorisation d'un individu passe par des mots, pour remercier, encourager ou encore féliciter. Mais pas seulement ! Un collaborateur impliqué doit être récompensé à sa juste valeur aussi bien concernant son évolution professionnelle que sa rémunération. Vous avez identifié des compétences managériales chez une personne ? Proposez-lui de devenir leader de son équipe. Vous sentez un esprit entrepreneurial ? Déléguez-lui le pilotage d'un nouveau projet. Vous décelez de nouvelles compétences, proposez-lui de développer un nouveau département. La bonne nouvelle est que, les startups ont toute la souplesse et l'agilité nécessaire pour entreprendre ce type d'actions. Profitons-en.

5 - Soyez bienveillant

Force est de constater qu'un comportement bienveillant peut créer un réel cercle vertueux au sein des équipes. Se donner de l'attention et vouloir le bien des uns et des autres, nourrit la cohésion des groupes et l'esprit d'équipe, tout en contribuant à créer une ambiance de travail conviviale. Le tout améliore le bien-être au travail, un indicateur immatériel, mais dont l'impact sur la productivité et la motivation est certain. Dans le cadre professionnel, la bienveillance prend cependant une dimension différente. Il convient de définir cette qualité comme un comportement humain, basé sur la confiance et le respect de l'autre, dénuée de jugements et régissant le mode d'interaction des individus entre eux pour favoriser le vivre ensemble, tant que les intérêts de l'entreprise ne sont pas perturbés.

La nouvelle génération de travailleurs étant exigeante sur bien des aspects, les petites et grandes entreprises ont tout intérêt à développer une stratégie RH pour attirer et retenir les talents. Nombreux sujets tels que, l'équilibre vie pro — vie perso, la quête du sens, le développement personnel, le bien-être au travail, la transformation des métiers... vont impacter sur le taux de satisfaction de vos salariés, et donc le turnover de votre entreprise. A contrario, vous pouvez vous différencier et améliorer votre compétitivité si vous mettez l'humain au cœur de votre culture d'entreprise.

FarihaShah est Directrice Générale de **GoldenBees**.



"Remettez l'humain au cœur de votre culture d'entreprise" : cinq clés RH pour attirer (et retenir) les talents

CONSEILS - Dans un contexte de compétitivité accrue, la rétention des talents est un enjeu majeur pour les entreprises. **FarihaShah**, directrice générale de **GoldenBees**, donne ses clés pour prévenir les départs non-souhaités des salariés les plus importants. "Ce sont les bons salariés que vous avez besoin d'attirer et garder. Alors faites des organisations pour les bons! Les autres resteront, ne vous en faites pas!" La remarque, ironique, vient de l'économiste Nicolas Bouzou, lors d'une conférence en novembre dernier pour présenter son livre co-écrit avec Julia de Funès, "Comédie (in)humaine, comment les entreprises font fuir les meilleurs"*. Et il résumait bien la situation : comment retenir les talents?

Publicité

Publicité C'est en effet l'un des enjeux majeurs auxquels font face les entreprises : les talents, très sollicités, sont déjà difficiles à attirer et à engager, mais ils le sont encore plus à retenir. Certains domaines, comme celui du numérique, sont très touchés. D'après une enquête de BPI publiée en janvier 2018, 42% des PME et ETI (Entreprise de taille intermédiaire) ont ainsi déjà fait face à des départs non-souhaités de salariés-clés. La rétention des talents est donc un sujet primordial, à la fois pour les (...)

Position:

En bas

Vidéo - Retrouvez ci-dessous notre zapping Actu du jour:



5 leviers clés pour retenir vos talents



Partager :
0

D'après une enquête de BPI publiée en Janvier 2018, 42% des PME et ETI[1] ont déjà fait face à des départs non-souhaités de salariés-clés. Lorsqu'on regarde du côté des grandes entreprises, elles ne sont pas épargnées par le phénomène. Or, les talents surtout dans le domaine du numérique, très sollicités, sont déjà difficile à attirer et à engager.

La rétention des talents est un enjeu majeur, surtout pour les startups, dont l'activité et la croissance dépendent de leurs ressources humaines.

Alors, comment fidélise-t-on nos collaborateurs sur le long terme ?

Focus sur 5 leviers, intimement liés, qui peuvent être déployés dans tous types d'entreprises.

Sondez vos collaborateurs

En sollicitant vos salariés directement ou via un sondage anonyme, vous aurez des informations concrètes pour comprendre vos forces et vos faiblesses. Il s'agit d'une première étape essentielle, qui vous permet non seulement de prouver à vos collaborateurs que vous êtes à leur écoute et que leurs sentiments vous intéressent, mais également de cibler les actions à mener pour augmenter leur niveau de satisfaction. Vous pouvez soit choisir d'utiliser les outils de sondages de salariés existants soit de gérer ce projet par vous même via un simple Google Form. Il s'agit ensuite de communiquer les résultats à l'ensemble de votre entreprise et de proposer des dispositifs pour répondre à leurs attentes.

Adoptez le Management collaboratif

Si vous pensez que vos employés travaillent AVEC vous et non POUR vous, alors vous êtes sans doute déjà adepte du management collaboratif. En effet, il s'agit d'abord d'un état d'esprit avec lequel vous recrutez et manager vos talents. Lorsque vous rencontrez des candidats, posez vous la question sur ce que le candidat peut vous apporter de plus en terme de compétences et de valeurs ajoutée. En partant de cette logique, vous allez déléguer des missions que le salarié pilotera de manière autonome et libre. Tout ce qui importe, in fine, c'est la performance délivrée.

Dans ce type de management, la notion de hiérarchie est transparente : elle existe mais n'est pas perceptible dans les relations et les interactions. Le rôle du manager, dans ce cas de figure, consiste non pas à diriger mais à accompagner. Cela signifie, prendre en considération la personnalité et les compétences de chacun, et offrir les ressources, l'environnement et le cadre nécessaire, pour améliorer la productivité individuelle. Dans ce type de management, nous allons privilégier l'écoute, la confiance et laisser les collaborateurs mettre à contribution leurs forces et leurs atouts pour se réaliser. Cela ne signifie pas pour autant, que votre équipe est livrée à elle-même : il faut lui donner un objectif et une direction à suivre.

Alimentez la culture de la performance et du résultat

Etablissez des objectifs clairs et partagez les de manière transparente ! Chacun de vos collaborateurs contribue aux performances de votre entreprise. Il est donc tout à fait normal de leur donner une visibilité sur les résultats globaux et individuels. Ainsi, la méthode des OKR (Objective Key Results), initié par Google permet la mise en place d'un système de suivi des tâches et des objectifs au niveau de l'entreprise, des équipes et des individus, accessibles par tous, et corrélés à des métriques et des résultats concrets. Vous offrez ainsi une vision claire sur vos perspectives à court et long terme. Cela permet de nourrir la motivation de chaque personne, qui ne s'efforce non pas seulement d'atteindre ses objectifs, mais de les surpasser. Il n'y a ni « récompenses » ni « sanctions », mais une direction à suivre et des indicateurs de performances pour améliorer l'efficiency et l'efficacité de chacun.

De la même manière, parlez de vos réussites et impliquez toutes les personnes concernées. Vous venez de renouveler un beau contrat, vous avez reçu des retours d'expériences de clients satisfaits, vous avez obtenu un trophée... ? Remerciez vos équipes, ils vous le rendront à nouveau.

Valorisez l'individu

Vous le savez déjà, la reconnaissance et l'estime de soi sont recensés dans la pyramide de Maslow. Nous semblons tous avoir besoin d'être valorisé pour nourrir notre confiance en nous. Cela commence depuis notre enfance et continue dans notre vie professionnelle. La valorisation d'un individu passe par des mots, pour remercier, encourager ou encore féliciter. Mais pas seulement ! Un collaborateur impliqué doit être récompensé à sa juste valeur aussi bien concernant son évolution professionnelle que sa rémunération. Vous avez identifié des compétences managériales chez une personne ? Proposez-lui de devenir leader de son équipe. Vous sentez un esprit entrepreneurial ? Déléguez-lui le pilotage d'un nouveau projet. Vous décelez de nouvelles compétences, proposez-lui de développer un nouveau département. La bonne nouvelle est que, les startups ont toute la souplesse et l'agilité nécessaire pour entreprendre ce type d'actions. Profitons-en.

Soyez bienveillant

Force est de constater qu'un comportement bienveillant peut créer un réel cercle vertueux au sein des équipes. Se donner de l'attention et vouloir le bien des uns et des autres, nourrit la cohésion des groupes et l'esprit d'équipe, tout en contribuant à créer une ambiance de travail conviviale. Le tout améliore le bien être au travail, un indicateur immatériel, mais dont l'impact sur la productivité et la motivation est certain. Dans le cadre professionnel, la bienveillance prend cependant une dimension différente. Il convient de définir cette qualité comme un comportement humain, basé sur la confiance et le respect de l'autre, dénuée de jugements et régissant le mode d'interaction des individus entre eux pour favoriser le vivre ensemble, tant que les intérêts de l'entreprise ne sont pas perturbés.

La nouvelle génération de travailleurs étant exigeante sur bien des aspects, les petites et grandes entreprises ont tout intérêt à développer une stratégie RH pour attirer et retenir les talents. Nombreux sujets tels que, l'équilibre vie pro – vie perso, la quête du sens, le développement personnel, le bien-être au travail, la transformation des métiers... vont impacter sur le taux de satisfaction de vos salariés, et donc le turnover de votre entreprise. A contrario, vous pouvez vous différencier et améliorer votre compétitivité si vous mettez l'humain au cœur de votre culture d'entreprise.

[1] Attirer les talents dans les PME et les ETI, un défi et un enjeu de taille

- À propos
- Articles récents

FarihaShah

Co-fondatrice chez **GoldenBees** Créée en 2015 par **JonathanBordereau** et **FarihaShah**, **GoldenBees** est la première solution de ciblage intelligent de candidats pour le recrutement et la communication marque employeur, par la publicité programmatique.

Les derniers articles par FarihaShah (tout voir)

- 5 leviers clés pour retenir vos talents - 25 mars 2019
- Recrutement « automatisé » : quelle place pour l'humain ? - 5 septembre 2018
- 3 conseils clés pour allier marketing et Marque Employeur - 12 juillet 2018

Partager :



0



« Remettez l'humain au cœur de votre culture d'entreprise » : cinq clés RH pour attirer (et retenir) les talents

CONSEILS - Dans un contexte de compétitivité accrue, la rétention des talents est un enjeu majeur pour les entreprises. **FarihaShah**, directrice générale de **GoldenBees**, donne ses clés pour prévenir les départs non-souhaités des salariés les plus importants.



5 leviers clés pour retenir vos talents



The image shows the cover of the March 2019 issue of GPO Magazine. The cover features a woman in a blue cardigan talking on a mobile phone in an office setting. The text on the cover includes 'GÉRER | PRÉVOIR | OPTIMISER', 'GPO Magazine', 'LE MAGAZINE DES DIRIGEANTS D'ENTREPRISE', 'www.gpomag.fr', 'Édition spéciale', and the main article title 'Gestion de la mobilité en entreprise'. Below the title, it says 'Une mobilité au cœur de la transformation du travail et des nouvelles façons de travailler'. There are also several sub-headers in smaller text.

Visualisez
un extrait de
ce numéro



Lire
le magazine

La rétention des talents est un enjeu majeur, surtout pour les startups, dont l'activité et la croissance dépendent de leurs ressources humaines. Alors, comment fidélise-t-on nos collaborateurs sur le long terme ?

Focus sur 5 leviers, intimement liés, qui peuvent être déployés dans tous types d'entreprises.

1. Sondez vos collaborateurs

En sollicitant vos salariés directement ou via un sondage anonyme, vous aurez des informations concrètes pour comprendre vos forces et vos faiblesses. Il s'agit d'une première étape essentielle, qui vous permet non seulement de prouver à vos collaborateurs que vous êtes à leur écoute et que leurs sentiments vous intéressent, mais également de cibler les actions à mener pour augmenter leur niveau de satisfaction. Vous pouvez soit choisir d'utiliser les outils de sondages de salariés existants soit de gérer ce projet par vous-même via un simple Google Form. Il s'agit ensuite de communiquer les résultats à l'ensemble de votre entreprise et de proposer des dispositifs pour répondre à leurs attentes.

2. Adoptez le Management collaboratif

Si vous pensez que vos employés travaillent AVEC vous et non POUR vous, alors vous êtes sans doute déjà adepte du management collaboratif. En effet, il s'agit d'abord d'un état d'esprit avec lequel vous recrutez et manager vos talents. Lorsque vous rencontrez des candidats, posez-vous la question sur ce que le candidat peut vous apporter de plus en terme de compétences et de valeurs ajoutées. En partant de cette logique, vous allez déléguer des missions que le salarié pilotera de manière autonome et libre. Tout ce qui importe, in fine, c'est la performance délivrée.

Dans ce type de management, la notion de hiérarchie est transparente : elle existe mais n'est pas perceptible dans les relations et les interactions. Le rôle du manager, dans ce cas de figure, consiste non pas à diriger mais à accompagner. Cela signifie, prendre en considération la personnalité et les compétences de chacun, et offrir les ressources, l'environnement et le cadre nécessaire, pour améliorer la productivité individuelle. Dans ce type de management, nous allons privilégier l'écoute, la confiance et laisser les collaborateurs mettre à contribution leurs forces et leurs atouts pour se réaliser. Cela ne signifie pas pour autant, que votre équipe est livrée à elle-même : il faut lui donner un objectif et une direction à suivre.

3. Alimenter la culture de la performance et du résultat

Etablissez des objectifs clairs et partagez les de manière transparente ! Chacun de vos collaborateurs contribue aux performances de votre entreprise. Il est donc tout à fait normal de leur donner une visibilité sur les résultats globaux et individuels. Ainsi, la méthode des OKR (Objective Key Results), initié par Google permet la mise en place d'un système de suivi des tâches et des objectifs au niveau de l'entreprise, des équipes et des individus, accessibles par tous, et corrélés à des métriques et des résultats concrets. Vous offrez ainsi une vision claire sur vos perspectives à court et long terme. Cela permet de nourrir la motivation de chaque personne, qui ne s'efforce non pas seulement d'atteindre ses objectifs, mais de les surpasser. Il n'y a ni « récompenses » ni « sanctions », mais une direction à suivre et des indicateurs de performances pour améliorer l'efficacité et l'efficacé de chacun.

De la même manière, parlez de vos réussites et impliquez toutes les personnes concernées. Vous venez de renouveler un beau contrat, vous avez reçu des retours d'expériences de clients satisfaits, vous avez obtenu un trophée ? Remerciez vos équipes, ils vous le rendront à nouveau.

4. Valoriser l'individu

Vous le savez déjà, la reconnaissance et l'estime de soi sont recensés dans la pyramide de Maslow. Nous semblons tous avoir besoin d'être valorisé pour nourrir notre confiance en nous. Cela commence depuis notre enfance et continue dans notre vie professionnelle. La valorisation d'un individu passe par des mots, pour remercier, encourager ou encore féliciter. Mais pas seulement ! Un collaborateur impliqué doit être récompensé à sa juste valeur aussi bien concernant son évolution professionnelle que sa rémunération. Vous avez identifié des compétences managériales chez une personne ? Proposez-lui de devenir leader de son équipe. Vous sentez un esprit entrepreneurial ? Déléguez-lui le pilotage d'un nouveau projet. Vous décelez de nouvelles compétences, proposez-lui de développer un nouveau département. La bonne nouvelle est que, les startups ont toute la souplesse et l'agilité nécessaire pour entreprendre ce type d'actions. Profitons-en.

5. Soyez bienveillant

Force est de constater qu'un comportement bienveillant peut créer un réel cercle vertueux au sein des équipes. Se donner de l'attention et vouloir le bien des uns et des autres, nourrit la cohésion des groupes et l'esprit d'équipe, tout en contribuant à créer une ambiance de travail conviviale. Le tout améliore le bien être au travail, un indicateur immatériel, mais dont l'impact sur la productivité et la motivation est certain. Dans le cadre professionnel, la bienveillance prend cependant une dimension différente. Il convient de définir cette qualité comme un comportement humain, basé sur la confiance et le respect de l'autre, dénuée de jugements et régissant le mode d'interaction des individus entre eux pour favoriser le vivre ensemble, tant que les intérêts de l'entreprise ne sont pas perturbés.

La nouvelle génération de travailleurs étant exigeante sur bien des aspects, les petites et grandes entreprises ont tout intérêt à développer une stratégie RH pour attirer et retenir les talents. Nombreux sujets tels que, l'équilibre vie pro - vie perso, la quête du sens, le développement personnel, le bien-être au travail, la transformation des métiers vont impacter sur le taux de satisfaction de vos salariés, et donc le turnover de votre entreprise. À contrario, vous pouvez vous différencier et améliorer votre compétitivité si vous mettez l'humain au cœur de votre culture d'entreprise.

Par [FarihaShah](#), Directrice Générale, [GoldenBees](#)



"Remettez l'humain au cœur de votre culture d'entreprise" : cinq clés RH pour attirer (et retenir) les talents

CONSEILS - Dans un contexte de compétitivité accrue, la rétention des talents est un enjeu majeur pour les entreprises. **FarihaShah**, directrice générale de **GoldenBees**, donne ses clés pour prévenir les départs non-souhaités des salariés les plus importants. "Ce sont les bons salariés que vous avez besoin d'attirer et garder. Alors faites des organisations pour les bons ! Les autres resteront, ne vous en faites pas !" La remarque, ironique, vient de l'économiste Nicolas Bouzou, lors d'une conférence en novembre dernier pour présenter son livre co-écrit avec Julia de Funès, "Comédie (in)humaine, comment les entreprises font fuir les meilleurs"*. Et il résumait bien la situation : comment retenir les talents ? C'est en effet l'un des enjeux majeurs auxquels font face les entreprises : les talents, très sollicités, sont déjà difficiles à attirer et à engager, mais ils le sont encore plus à retenir. Certains domaines, comme celui du numérique, sont très touchés. D'après une enquête de BPI publiée en janvier 2018, 42% des PME et ETI (Entreprise de taille intermédiaire) ont ainsi déjà fait face à des départs non-souhaités de salariés-clés. La rétention des talents est donc un sujet primordial, à la fois pour les grandes entreprises qui voient partir leurs cerveaux, mais aussi pour les start-ups, dont l'activité et la croissance dépendent de leurs ressources humaines. Développer une stratégie RH pour attirer et retenir les talents. Alors, comment fidéliser les collaborateurs sur le long terme ? Pour **FarihaShah**, directrice générale de **Golden Bees**, une entreprise de solutions de ciblage des candidats via la publicité informatique, il faut "développer une stratégie RH pour attirer et retenir les talents" et ce, d'autant plus que "la nouvelle génération de travailleurs est exigeante".

De sujets tels que l'équilibre vie pro - vie perso, la quête du sens, le développement personnel, le bien-être au travail, la transformation des métiers ont en effet de plus en plus d'importance et ont un impact sur la satisfaction des salariés et donc sur le turnover de la société. "Vous pouvez vous différencier et améliorer votre compétitivité si vous mettez l'humain au cœur de votre culture d'entreprise", estime **FarihaShah**. Focus sur cinq de ses conseils à déployer en entreprise. En vidéo

Un nouveau record pour l'emploi des cadres | Sondage vos collaborateurs

"En sollicitant vos salariés directement ou via un sondage anonyme, vous aurez des informations concrètes pour comprendre vos forces et vos faiblesses", indique **FarihaShah**. "Il s'agit d'une première étape essentielle, qui vous permet non seulement de prouver à vos collaborateurs que vous êtes à leur écoute et que leurs sentiments vous intéressent, mais également de cibler les actions à mener pour augmenter leur niveau de satisfaction. Il s'agit ensuite de communiquer les résultats à l'ensemble de votre entreprise et de proposer des dispositifs pour répondre aux attentes."

2 Adoptez le management collaboratif

"Si vous pensez que vos employés travaillent AVEC vous et non POUR vous, alors vous êtes sans doute déjà adepte du management collaboratif", souligne **FarihaShah**. "Le rôle du manager, dans ce cas de figure, consiste non pas à diriger mais à accompagner. Cela signifie prendre en considération la personnalité et les compétences de chacun et offrir les ressources, l'environnement et le cadre nécessaire pour améliorer la productivité individuelle. Cela ne signifie pas pour autant que votre équipe est livrée à elle-même : il faut lui donner un objectif et une direction à suivre."

3 Alimenter la culture de la performance et du résultat

"Etablissez des objectifs clairs et partagez-les de manière transparente !", avance **FarihaShah**. "Chacun de vos collaborateurs contribue aux performances de votre entreprise. Il est donc tout à

fait normal de leur donner une visibilité sur les résultats globaux et individuels. Vous offrez ainsi une vision claire sur vos perspectives à court et long terme. Cela permet de nourrir la motivation de chaque personne, qui ne s'efforce pas seulement d'atteindre ses objectifs, mais de les surpasser.

De la même manière, parlez de vos réussites et impliquez toutes les personnes concernées. Vous venez de renouveler un beau contrat, vous avez reçu des retours d'expériences de clients satisfaits, vous avez obtenu un trophée... ? Remerciez vos équipes, elles vous le rendront à nouveau."

4Valorisez l'individu

"Reconnaissance et estime de soi sont des piliers de la motivation au travail et en général. Nous semblons tous avoir besoin d'être valorisé pour nourrir notre confiance en nous", rappelle la directrice de **GoldenBees**. "La valorisation d'un individu passe par des mots, pour remercier, encourager ou encore féliciter. Mais pas seulement ! Un collaborateur impliqué doit être récompensé à sa juste valeur aussi bien sur son évolution professionnelle que sur sa rémunération. Vous avez identifié des compétences managériales chez une personne ? Proposez-lui de devenir leader de son équipe. Vous sentez un esprit entrepreneurial ? Déléguez-lui le pilotage d'un nouveau projet."5Soyez bienveillant

"Force est de constater qu'un comportement bienveillant peut créer un réel cercle vertueux au sein des équipes. Se donner de l'attention et vouloir le bien des uns et des autres nourrit la cohésion des groupes et l'esprit d'équipe, tout en contribuant à créer une ambiance de travail conviviale. Le tout améliore le bien-être au travail, un indicateur immatériel, mais dont l'impact sur la productivité et la motivation est certain.

Dans le cadre professionnel, la bienveillance prend cependant une dimension différente. Il convient de définir cette qualité comme un comportement humain basé sur la confiance et le respect de l'autre, dénué de jugements et régissant le mode d'interaction des individus entre eux pour favoriser le vivre ensemble, tant que les intérêts de l'entreprise ne sont pas perturbés."*Editions de l'Observatoire.



Carnet de nominations du 08 avril 2019

Jean-Yves Fontaine chez Elior - Jean-Jacques Gauthier chez Atalian Servest - Patrick Détriché chez Klaxoon - Daniel Morais chez **GoldenBees**

Jean-Yves Fontaine chez Elior

Jean-Yves Fontaine est nommé directeur général d'Elior France et membre du comité exécutif du groupe. Titulaire d'un MBA de HEC et âgé de 57 ans, il était jusqu'ici directeur général du marché entreprises de la même société..

Jean-Jacques Gauthier chez Atalian Servest

Jean-Jacques Gauthier devient directeur général finances du groupe Atalian Servest. Diplômé en économie et gestion des sociétés, il a commencé sa carrière en 1983 chez Ernst & Young. Il était dernièrement directeur général de Lafarge Algérie.

Patrick Détriché chez Klaxoon

Patrick Détriché prend le poste de international business operations manager de Klaxoon. Diplômé de Novancia Business School, il a débuté sa carrière en 1991 chez Microsoft. Il a également été directeur entreprises d'Apple France.

Daniel Morais chez **GoldenBees**

Daniel Morais est le nouveau directeur commercial France et Europe de **GoldenBees**. Diplômé de l'Ecole centrale d'Electronique, Daniel Morais a débuté sa carrière en 2004 chez Segula Technologies. Il a aussi travaillé pour Figaro Classifieds et Work4.

Les autres nominations de la semaine

- Nicolas Draux, directeur retail pour la banque de détail de BNP Paribas
- Florence Ferretti, directrice des ressources humaines de Canon France
- Nigel Harding, vice-president of artist marketing de Deezer

Retrouvez ici toutes les nominations. Si vous souhaitez nous faire part de mouvements, écrivez-nous à nomination@journaldunet.com.



Suivez le rythme de FarihaShah de Golden Bees



« Rendre les offres d'emplois intelligentes », c'est travail de **GoldenBees**. Fondée en 2015 cette start-up a mis au point une plateforme de recrutement en ligne afin de diffuser des offres d'emploi de manière ciblée et automatisée *via* la publicité programmatique. Bref, **FarihaShah** a un objectif : révolutionner les RH.

Votre routine du matin, elle ressemble à...

Je me lève tous les jours à 7h. Mon premier réflexe : regarder ma montre connectée. Heure, météo, temps de sommeil, notifications news et messages... j'ai accès à toutes les informations en un seul coup d'œil !

Ensuite, j'ai une 1h pour petit-déjeuner, me préparer, préparer les enfants et décoller pour la crèche de mon fils et l'école de ma fille.

Puis, je profite de mes 30-40 minutes de trajet pour me plonger dans mes livres du moment comme *21 Lessons For The 21st Century* de Yuval Noah Harari.

Mon autre addiction du moment : l'application PEAK et ses jeux de gymnastiques cérébrales personnalisées. J'y passe au moins 20 minutes avant d'arriver au bureau !

En parlant de bureau, quel est votre 1^{er} réflexe en arrivant ?

Je n'ai pas de matinée type ! Mais on peut distinguer : les matinées office et les matinées rush. J'essaye de commencer vers 9h30. Avant c'est compliqué quand on est parent de jeunes enfants. Si je suis au bureau, **je planifie les priorités de la journée**, j'échange avec mes équipes sur les projets en cours, je réponds aux mails et j'avance au maximum sur les sujets administratifs qui ont tendance à s'accumuler. Mais je peux aussi enchaîner les RDV professionnels dans différents endroits de Paris.

Plutôt déjeuner à table, ou sandwich sur le pouce ?

Un mix des deux je crois. Je n'aime pas les sandwiches, j'ai besoin d'un vrai repas équilibré tous les jours. En revanche, je ne prends pas le temps de m'attabler. Je suis plutôt du genre à **manger devant mon poste en continuant à travailler**. D'ailleurs, je suis une vraie Frichti adepte : des repas sains et délicieux livrés au bureau pour concilier plaisir et travail ! (Et non je n'ai pas d'actions chez Frichti)

Et l'après-midi ?

Je me focalise beaucoup sur les chiffres, et la performance bien entendu ! Je passe beaucoup de temps à **analyser les données de l'entreprise avec les différents départements**.

Typiquement, le mois dernier, mes après-midis ont été consacrées à élaborer notre nouveau business plan avec mes associés, créer des infographies et des études de marché avec l'équipe marketing ou encore à construire, avec nos data scientists, un benchmark sur les performances des campagnes, etc. Bref, je n'ai jamais le temps de m'ennuyer.

Et sinon, maman et entrepreneure...

Disons que **ça m'oblige à optimiser mon temps** ! Je privilégie ma présence aux endroits qui me semblent prioritaires. Avec mon mari nous avons choisi d'accompagner nos enfants à l'école le matin et d'aller les récupérer le soir. Il m'arrive donc de quitter le bureau à 17h avec mon ordinateur sous la main... Mais je ne l'utilise pas avant d'avoir couché mes enfants !

GoldenBees et Le Pass French Tech



Le Pass French Tech est un programme national d'accompagnement lancé en 2014 à destination des entreprises en hyper-croissance, pépites de la French Tech. L'objectif de ce programme est d'accélérer la croissance des entreprises, de les accompagner à l'international, mais aussi de leur offrir de manière unique, prioritaire et accélérée des services premiums spécifiques aux problématiques d'hyper-croissance de ces entreprises.

Le Pass French Tech transmet un message avec lequel GoldenBees est en phase : "Grandissez de manière exponentielle au-delà des frontières." Symbolique : il marque le passage d'une entreprise dont l'efficacité est éprouvée à l'étape du sur-dimensionnement national et international.



Suivez le rythme de FarihaShah, DG de GoldenBees



« Rendre les offres d'emplois intelligentes », c'est travail de GoldenBees. Fondée en 2015 cette start-up a mis au point une plateforme de recrutement en ligne afin de diffuser des offres d'emploi de manière ciblée et automatisée *via* la publicité programmatique. Bref, FarihaShah a un objectif : révolutionner les RH.

Votre routine du matin, elle ressemble à...

Je me lève tous les jours à 7h. Mon premier réflexe : regarder ma montre connectée. Heure, météo, temps de sommeil, notifications news et messages... j'ai accès à toutes les informations en un seul coup d'œil !

Ensuite, j'ai une 1h pour petit-déjeuner, me préparer, préparer les enfants et décoller pour la crèche de mon fils et l'école de ma fille.

Puis, je profite de mes 30-40 minutes de trajet pour me plonger dans mes livres du moment comme *21 Lessons For The 21st Century* de Yuval Noah Harari.

Mon autre addiction du moment : l'application PEAK et ses jeux de gymnastiques cérébrales personnalisés. J'y passe au moins 20 minutes avant d'arriver au bureau !

En parlant de bureau, quel est votre 1^{er} réflexe en arrivant ?

Je n'ai pas de matinée type ! Mais on peut distinguer : les matinées office et les matinées rush. J'essaye de commencer vers 9h30. Avant c'est compliqué quand on est parent de jeunes enfants. Si je suis au bureau, **je planifie les priorités de la journée**, j'échange avec mes équipes sur les projets en cours, je réponds aux mails et j'avance au maximum sur les sujets administratifs qui ont tendance à s'accumuler. Mais je peux aussi enchaîner les RDV professionnels dans différents endroits de Paris.

Plutôt déjeuner à table, ou sandwich sur le pouce ?

Un mix des deux je crois. Je n'aime pas les sandwiches, j'ai besoin d'un vrai repas équilibré tous les jours. En revanche, je ne prends pas le temps de m'attabler. Je suis plutôt du genre à **manger devant mon poste en continuant à travailler**. D'ailleurs, je suis une vraie Frichti adepte : des repas sains et délicieux livrés au bureau pour concilier plaisir et travail ! (Et non je n'ai pas d'actions chez Frichti)

Et l'après-midi ?

Je me focalise beaucoup sur les chiffres, et la performance bien entendu ! Je passe beaucoup de temps à **analyser les données de l'entreprise avec les différents départements**.

Typiquement, le mois dernier, mes après-midis ont été consacrées à élaborer notre nouveau business plan avec mes associés, créer des infographies et des études de marché avec l'équipe marketing ou encore à construire, avec nos data scientists, un benchmark sur les performances des campagnes, etc. Bref, je n'ai jamais le temps de m'ennuyer.

Et sinon, maman et entrepreneure...

Disons que **ça m'oblige à optimiser mon temps** ! Je privilégie ma présence aux endroits qui me semblent prioritaires. Avec mon mari nous avons choisi d'accompagner nos enfants à l'école le matin et d'aller les récupérer le soir. Il m'arrive donc de quitter le bureau à 17h avec mon ordinateur sous la main... Mais je ne l'utilise pas avant d'avoir couché mes enfants !

GoldenBees et Le Pass French Tech



Le Pass French Tech est un programme national d'accompagnement lancé en 2014 à destination des entreprises en hyper-croissance, pépites de la French Tech. L'objectif de ce programme est d'accélérer la croissance des entreprises, de les accompagner à l'international, mais aussi de leur offrir de manière unique, prioritaire et accélérée des services premium spécifiques aux problématiques d'hyper-croissance de ces entreprises.

Le Pass French Tech transmet un message avec lequel GoldenBees est en phase : "*Grandissez de manière exponentielle au-delà des frontières.*" Symbolique : il marque le passage d'une entreprise dont l'efficacité est éprouvée à l'étape du sur-dimensionnement national et international.



Nominations Entreprises & Industries

esteval.fr/article.19657.nominations-entreprises-et-industries

nominations, entreprises, industrie

Deux nominations au sein d'Elior France Group, spécialiste de la restauration collective

Jean-Yves Fontaine, nommé **Directeur général d'Elior France**, rattaché à Philippe Guillemot, Directeur général d'Elior Group, devient membre du comité exécutif du Groupe. Diplômé de l'école hôtelière de Paris et titulaire d'un MBA de HEC, Jean-Yves Fontaine rejoint Générale de Restauration (devenue Elior Group) en 1983, où il franchit tous les échelons hiérarchiques. En 2000, il est directeur général de Sopresthel qu'il accompagne lors de sa reprise et de son intégration au sein du Groupe. Il est ensuite directeur des opérations du marché santé pour la France, puis directeur commercial de la filiale Hôpital Services. Depuis 2006, en tant que président de Vivaë et de sa filiale l'Alsacienne de Restauration puis d'Ansamble, il a été le maître d'œuvre de l'intégration de ces sociétés au sein du Groupe, de leur repositionnement stratégique et du redressement de leurs résultats.

Frédéric Galliath, nommé **Directeur général du marché entreprises**, rattaché à Jean-Yves Fontaine, devient membre du Management Committee du Groupe. Diplômé de l'Institut de Sciences Politiques de Paris et titulaire d'un troisième cycle de gestion de l'IGS, Frédéric Galliath débute sa carrière en 1989 dans des fonctions d'audit et de gestion opérationnelle chez Via Location, puis il rejoint Véolia Environnement en 1994, en tant que directeur régional, avant d'être nommé responsable de la fidélisation. Il intègre Elior France en 2005, au poste de directeur régional sur le segment restaurants inter-entreprises (RIE) du marché entreprises. Frédéric Galliath occupait la fonction de directeur des opérations du marché entreprises d'Elior France depuis 2012.

Deux nominations au sein de Comexposium, l'un des leaders mondiaux d'organisation d'événements professionnels et grand public

Carine Préterre, nommée **Directrice Générale de la Division Life & Leisure Experience** (L&LE) est actuellement Directrice des événements Foire de Paris et Hors-Série Maison by Foire de Paris. Cette dernière, qui a rejoint Comexposium en 2012 pour gérer le plus ancien événement du groupe (la Foire de Paris, qui existe depuis 1904), a su démontrer son expertise en matière d'identité de marque et de marketing en équilibrant à la fois la forte tradition de la Foire de Paris avec des innovations créatives, et ce en s'assurant constamment d'attirer autant les exposants que les visiteurs.

Steven Abajoli prendra la relève de Carine en tant que **Directeur de Foire de Paris** fin mai 2019. Ce dernier a rejoint le groupe Comexposium en 2011 et a successivement occupé le poste de Responsable Commercial sur des événements BtoB : Intermat, E-Commerce Paris, E-



Marketing Paris, One to One Monaco, puis successivement Chef des ventes et Directeur commercial des évènements du pôle Foire de Paris depuis 2014.

Deux promotions et 2 arrivées au sein d'Egon Zehnder, leader mondial du recrutement de cadres dirigeants

Marie Baudron, qui a rejoint Egon Zehnder en 2006, est promue **membre du conseil d'administration**. Responsable de la practice Finance à Paris, elle intervient auprès des directions générales et des conseils d'administration sur leurs sujets de recrutement, succession et gouvernance. Dans le cadre des activités de « Leadership Advisory » de la Firme, elle accompagne des dirigeants dans leur développement et celui de leurs équipes.

Diplômée de l'ESCP et titulaire d'un MBA de Harvard Business School, Marie Baudron est affiliée de l'Institute of Coaching de Harvard University. Après un début de carrière en fusions et acquisitions chez Broadview International à Londres, elle rejoint en 2003 le bureau de Paris du cabinet de conseil en stratégie McKinsey & Company.

Alban Hetier, 42 ans, membre actif de la practice mondiale Life sciences and Healthcare services d'Egon Zehnder, est promu **Partner de la firme**. Chez Egon Zehnder depuis novembre 2013, Alban Hetier gère les activités de conseil et de recrutement en pharma, medtech et services à la santé pour le cabinet, en France et en Europe. Diplômé de l'Institut National Agronomique, Paris-Grignon, Alban Hetier était auparavant, et depuis 9 ans, chez McKinsey à Paris puis à Bruxelles, où il occupait le poste de junior partner, au sein de la practice santé. Cette expérience a été enrichie de passages opérationnels dans des fonctions marketing chez Pharmacia (groupe Pfizer), Novartis et Takeda.

Edouard Murat, 36 ans, rejoint le bureau parisien Egon Zehnder en tant que **Consultant au sein de la practice Industrie**. Diplômé de l'Ecole des Mines de Paris et d'un MBA de l'Insead, après un début de carrière en 2005 chez Schneider Electric en tant que chef de produits, Edouard Murat a fait un 1^{er} passage chez Extia en 2007 avant de rejoindre Livingsocial en 2012 en qualité de directeur de projets. De retour chez Extia en 2013, il y a exercé les fonctions de VP Talents. En 2014, il co-fonde Bsharp Inc. Chez Google à partir de 2016, il y exerçait en Californie les fonctions de recruteur technique pour Pixel, le téléphone de Google, puis recruteur recherche pour les laboratoires de recherche en intelligence artificielle de Google.

Frédéric Lepoutre, 42 ans, rejoint le bureau parisien Egon Zehnder au poste de **Consultant au sein de la practice Consumer**. Diplômé de HEC, après un début de carrière en 2002 chez TBWA en tant que chef de publicité, puis chef de groupe, Frédéric Lepoutre rejoint McKinsey & Company en 2006, tout d'abord consultant senior, puis chef de projet. Chez Pernod Ricard à partir de 2010, il a été successivement directeur du planning stratégique et des business insights du groupe, puis vice-président Stratégie des zones Greater China (Shanghai) et Asia (Hong Kong) avant d'occuper la fonction de directeur Delivery innovation à Paris.



François Darpas, Directeur Général de CNIM Environnement & Energie Services, nouvelle entité regroupant toutes les activités Services de CNIM (CNIM Babcock, LAB)

Agé de 53 ans, depuis 2014 DRH de la Communication et des Systèmes d'Information du groupe CNIM, François Darpas, a une formation Communication d'Entreprise (IUT Paris V) et Economie et Finance (IEP Lyon). Il a démarré sa carrière en 1989 dans le groupe familial Protex, puis entame son parcours dans le conseil où il va mener et accompagner des projets de transformation : stratégie, organisation, management, systèmes d'information et ressources humaines chez REL Consultancy Group et EY Advisory. En 2007, il rejoint le cabinet de conseil en Management Balthazar en qualité d'Associé et développe les activités d'accompagnement et de développement des équipes de direction, des managers, des équipes de vente et des hauts potentiels.

Deux promotions au sein de Celyad, société biopharmaceutique spécialisée dans le développement de thérapies CAR-T

Filippo Petti, nommé **CEO**, continuera à occuper sa fonction actuelle de CFO par intérim jusqu'à la nomination de son successeur.

Le Dr. Homsy, nommé **Président du comité stratégique du conseil d'administration**, continuera également à siéger au conseil d'administration de Celyad. Le Dr Homsy aidera Filippo Petti dans ses nouvelles fonctions si nécessaire.

Michel Lussier, Président du Conseil d'Administration de Celyad se félicite de ces nominations : *« Le Conseil est ravi de nommer Filippo à ce poste en raison de ses connaissances approfondies et de sa valorisation du pipeline, de l'équipe et des actionnaires de Celyad alors que la Société fait progresser ses thérapies CAR-T vers la prochaine étape du développement. Depuis qu'il a rejoint la Société, il a démontré que son expérience combinée à la vision de la Société devrait maximiser la valeur pour toutes nos parties prenantes, y compris les patients et les actionnaires. »*

Deux nominations au Comex de SKEMA Business School

Fabien Seraidarian, 45 ans, est nommé **Doyen Associé à l'Innovation de SKEMA Business School et Directeur du KCenter**, espace collaboratif de l'école dans le cadre d'un poste nouvellement créé. En charge de l'innovation pédagogique et de la valorisation de la recherche, Fabien Seraidarian a également la responsabilité d'animer l'élaboration du plan stratégique 2020-2025 de SKEMA en lien avec Alice Guilhon, Directrice Générale, et les parties prenantes de l'école. Diplômé de l'Edhec, titulaire d'un Master Recherche en Economie d'Aix Marseille School of Economics et d'un PhD de l'Ecole Polytechnique Paris Saclay, Fabien Seraidarian est par ailleurs depuis 2018 auditeur de l'Institut des Hautes Etudes pour la Science et la Technologie (IHEST) et le nouveau président élu de l'association des auditeurs de l'IHEST (AAIHEST).



Pascale Viala, 45 ans, est promue **Directrice du Corporate Office**, en charge du pilotage des activités liées aux relations avec les entreprises ainsi qu'à l'Executive Education. Auparavant, et depuis août 2017, elle était Directrice du Développement au sein du Département Corporate Office de SKEMA. Rattachée à la Direction Générale, son poste centralise l'ensemble des relations que SKEMA entretient avec les milieux économiques et les entreprises sur ses 6 territoires d'implantation : Lille, Sophia Antipolis et Paris, de même qu'à Suzhou en Chine, Raleigh aux Etats-Unis et Belo Horizonte au Brésil. Titulaire d'un PhD en finance du Groupe HEC et d'un DEA de finance de Paris-Dauphine, Pascale Viala est également diplômée de l'Université de Montpellier (maîtrise de sciences économiques).

Tous deux intègrent le Comité Exécutif de SKEMA Business School

Geneviève Fioraso, Présidente de l'IRT Saint Exupéry à Toulouse

Elle succède à Gilbert Casamatta à la tête de l'IRT Saint Exupéry depuis 6 ans. Reconnu pour sa diplomatie et sa capacité à fédérer les énergies, l'ancien président a impulsé dès 2013, et ce, dans le cadre du plan gouvernemental « *Investissements d'Avenir* », le lancement de l'Institut et porté les premiers projets de recherche multipartenariale entre acteurs académiques et industriels.

Ancienne Ministre de l'Enseignement supérieur et de la Recherche et Ancienne secrétaire d'État chargée de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche, Geneviève Fioraso a également été députée de l'Isère. En 2003 elle est président directeur général de la Sem Minatec Entreprises. Geneviève Fioraso a également co-piloté le Campus d'innovation Giant avec le CEA. Elle préside par ailleurs depuis 2 ans le Conseil d'Orientation Stratégique de l'ESPI à Vienne.

Daniel Morais, Directeur Commercial France et Europe de Golden Bees, solution de ciblage intelligent de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique

Ce dernier, qui a rejoint l'équipe Golden Bees il y a quelques mois, a déjà eu l'occasion de confirmer son expertise et ses compétences dans les thématiques des ressources humaines. Diplômé de l'Ecole Centrale d'Electronique, Daniel Morais a débuté sa carrière en 2004 chez Segula Technologies. Il a une expérience professionnelle de plusieurs années chez Figaro Classifieds, acteur clé du recrutement en ligne. Puis chez Work4, où il a occupé le poste de Directeur Commercial EMEA durant 5 ans, ensuite membre du comité de direction, il a managé une équipe de 12 commerciaux et géré plusieurs projets stratégiques importants.

Alexandre Eozenou, Président de Qualiconsult, filiale historique du Groupe dédiée au contrôle et vérifications techniques



Agé de 51 ans, il succède à Pierre-Guillaume Lansiaux, Directeur Général du Groupe. Fort de plus de 20 ans d'expérience au sein du Groupe Qualiconsult, du management de grands projets au management transversal et opérationnel, Alexandre Eozenou a aujourd'hui pour mission de maintenir une forte croissance, de renforcer l'attachement des clients et collaborateurs au groupe en s'assurant notamment de la bonne maîtrise technique et qualité des prestations. Ingénieur en Génie Civil et Urbanisme de l'INSA à Rennes et diplômé de l'ESSEC, agrégé en sécurité incendie, Alexandre Eozenou, qui a rejoint le Groupe Qualiconsult en 1997, occupait depuis 2014 le poste de Directeur de Production du Pôle Construction réunissant les filiales Qualiconsult et Qualiconsult Sécurité.

Christine Bénard, Associée de Procadres International, société de management de transition

Elle met ses 30 ans de direction d'entreprises industrielles, de conseil en stratégie et de gestion du changement, au service des clients industriels de Procadres. Diplômée d'HEC, Christine Bénard démarre sa carrière dans le conseil, devient VP Achats Monde de Valeo (1999-2002), puis Directeur général de l'activité Climatisation Europe Sud et Ouest de Valeo (2003-2006), elle intègre ensuite Alstom en tant que VP Stratégie et Innovation (2008-2009). Puis, elle dirige l'équipementier Mecaplast (2010-2012). En 2014, elle crée G-G+, société de conseil pour Direction Générale ; elle accompagne ainsi de grands groupes industriels dans leur stratégie et leur déploiement digital, via un partenariat avec Sociabble. Elle est également administratrice de plusieurs sociétés et Présidente de l'association Habitat et Humanisme 06.

Ray Fitzgerald, VP Sales et directeur Amérique du Nord de ATEME, leader de l'infrastructure de diffusion vidéo

Il apporte une expérience de plus de 25 ans de direction commerciale et de management opérationnel. Avant de rejoindre ATEME, Ray Fitzgerald a occupé des postes de direction clés chez Edge Gravity (Ericsson), SeaChange International, ActiveVideo Networks ou BigBand Networks.

Tout au long de sa carrière, il a développé avec succès des stratégies et des organisations commerciales efficaces pour accroître la croissance des revenus et permettre à ces sociétés de prendre des positions dominantes sur leurs marchés. « [...] *Mon objectif, et celui de l'entreprise, est de continuer à innover et à répondre parfaitement aux attentes sur tous les segments du marché, afin de poursuivre notre croissance. Notre ambition vise à renforcer notre position de leader du marché en proposant à nos clients des solutions de compression de classe mondiale* », a déclaré Ray Fitzgerald.



Nominations / Mouvements : Gefco, Golden Bees, BPL Global, Quai d'Orsay

Gefco : le fournisseur français de solutions de supply chain multimodales spécialisé dans la logistique automobile a annoncé le 9 avril le recrutement de Valérie Floridia en tant que directrice de l'Innovation Factory. Lancé en 2018, l'Innovation Factory est un incubateur interne qui offre aux collaborateurs de Gefco dans le monde entier l'opportunité de développer des idées innovantes pour soutenir la croissance du logisticien français. Forte de 15 ans d'expérience au sein de grands groupes tels que Renault et EDF en France, en Allemagne et aux États-Unis, Valérie Floridia vient renforcer l'équipe innovation de Gefco. Sa mission consistera à développer l'écosystème d'innovation « et inventer la supply chain du futur ».Golden Bees : la start-up française experte dans les solutions de recrutement et de ciblage de candidat sur le web, Golden Bees, a nommé Daniel Morais au poste de... L'accès à la totalité de l'article (448 mots) est réservé aux abonnés, aux utilisateurs d'un porte-monnaie ou aux acheteurs de l'article à l'unité.

Nominations / Mouvements : Gefco, GoldenBees, BPL Global, Quai d'Orsay [Se connecter](#)

Pas encore lecteur? [Je crée mon compte](#)

Acheter à la carte

Cet article : 5.00 € par porte monnaie [J'achète l'article](#)

S'abonner

Accès illimité

à tous les contenus
du MOCI

Je découvre les offres [Contenu associé](#)



Palmarès des formations au commerce international : les lauréats 2019 sont... [Carrière / Mobilité : le V.I.E, un accélérateur de carrière internationale \(Edhec / Business France\)](#) [Nomination : Medef International renforce son équipe de direction RH / International : nouveaux objectifs et nouveau logo pour le V.I.E](#)
[Cet article vous intéresse ?](#)

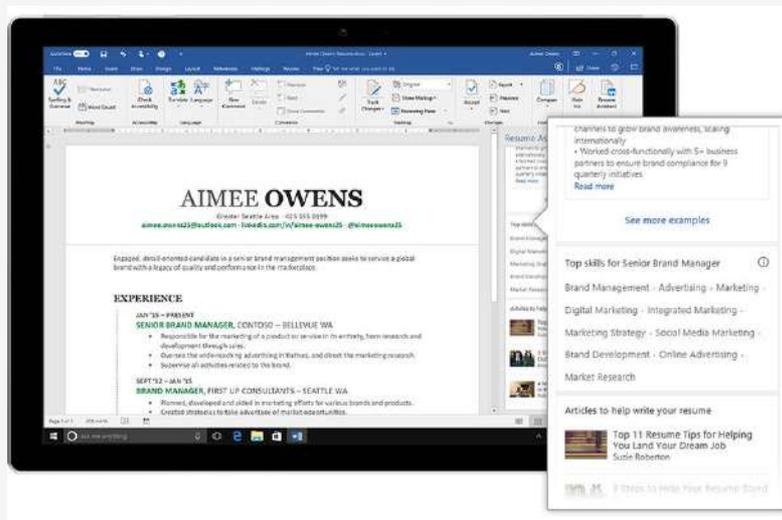
[Créer une alerte >](#)

- [Carrière et emploi](#)

Nomination



Votre sergent recruteur est-il un algorithme ?



- Twitter
- Facebook
- LinkedIn
- Flipboard
- Email

Vous avez sélectionné l'offre d'emploi, soigné votre CV, préparé et réussi vos entretiens pour finalement obtenir le job de vos rêves. Grâce à vos talents et à la perspicacité du recruteur, pensez-vous, et vous avez raison. À ceci près qu'à différentes étapes du processus de recrutement sont intervenues des briques d'intelligence artificielle (IA). À commencer par la lecture et l'analyse de votre CV. C'est ce que propose la société Textkernel, qui édite des logiciels d'IA qui se connectent aux SIRH (systèmes d'information des ressources humaines). "Nous avons développé des "robots" capables de lire et de comprendre les concepts d'un CV", résume Yves Loiseau, le general manager Europe du Sud. Pour cela, on fait lire aux robots des dizaines et des dizaines de CV pour qu'ils comprennent que, selon le contexte, "ingénieur d'affaires" et "ingénieur commercial" signifient la même chose. L'autre talent des briques de Text kernel est d'améliorer la rencontre de l'offre et de la demande, le matching, comme on dit en français dans les start-up RH.

Les équipes de Jobijoba, un agrégateur de sites d'emploi situé dans la banlieue de Bordeaux, ont développé le "CV catcher". Il s'agit d'analyser les termes clés d'un CV (qu'il soit téléchargé ou photographié par le candidat) pour mettre en face les offres qui correspondent le mieux. Une équipe d'une dizaine de personnes y travaille. Quarante entreprises, parmi lesquelles EDF et Manpower, utilisent ces services, assure Thomas Allaire, le cofondateur de Jobijoba. Il faut entraîner les robots pour qu'ils découvrent le vocabulaire d'une profession, d'un secteur, notamment "les compétences et les certifications", précise-t-il.

Embaucher mieux et différemment

"L'usage n'est pas le même, mais la démarche est proche chez **GoldenBees**. L'IA sert à « comprendre la description d'un poste, des missions et des expertises requises pour le proposer au bon profil de candidat", explique **Jonathan Bordereau**, le président de la start-up. **GoldenBees** utilise les outils de la programmation (une technique de la publicité en ligne), puis affiche, sur la page web que vous êtes en train de lire, la publicité RH qui vous amènera peut-être sur la page de votre futur employeur, alors même que vous n'êtes pas en recherche active. Et les usages de l'IA appliquée au recrutement ne s'arrêtent pas là. Pour prendre un dernier exemple, chez Randstad,

c'est un chatbot, un robot de conversation, qui assiste en ligne les candidats dans la constitution de leur dossier.

Éviter les dérives

Avec l'IA, on recrutera mieux et différemment, promettent certains. "Quand on demande à un humain comment reconnaître un lion, il cite la crinière. Des logiciels de reconnaissance visuelle ont découvert que la forme de l'iris du lion était si particulière que c'était un moyen plus fiable de l'identifier", détaille François Geuze, le directeur scientifique du HR FiabLab Europe. Mais il précise qu'en matière de ressources humaines, on ne peut pas laisser agir l'IA comme une boîte noire, sans comprendre ce qu'elle fait.

Tout le monde a en tête les mésaventures d'Amazon. Le géant du numérique utilisait une IA pour ses recrutements jusqu'au jour où il découvrit qu'elle privilégiait les candidats hommes aux femmes, répétant les pratiques passées de la firme. Comme le dit Yves Loiseau, de Textkernel, "un robot n'a pas de point de vue", il réplique ce que lui enseignent les données de l'expérience. Pour éviter ces dérives, "pendant le test, on doit regarder comment fonctionne l'IA et faire des réglages fins", estime François Geuze. Et se méfier d'applications qui pointent leur nez. Des start-up proposent d'analyser les vidéos d'entretien de candidats. À partir du comportement de ces derniers – transpiration, rythme de la parole, clignement des yeux –, on pourra dire s'ils possèdent les qualités pour le poste qu'ils visent. Ce mariage de l'IA et des sciences cognitives ressemble, selon la formule de François Geuze, à une nouvelle "phrénologie", du nom de cette théorie qui définissait le caractère d'une personne à partir de la forme de son crâne. Pour l'heure, dans l'écosystème français, on regarde ces outils avec méfiance et on jure que l'on ne les utilisera pas. Une promesse d'humain est-elle plus fiable qu'un algorithme ?

Ce que dit la loi. En matière d'IA, le règlement général de protection des données (RGPD) complète les dispositions contenues dans la loi Informatique et libertés. L'utilisation de l'IA dans des opérations de recrutement ressort de ce que le droit appelle une "décision individuelle automatisée". Frédéric Sardain, avocat responsable du pôle IP, tech et data au sein du cabinet Jeantet, rappelle que "le recrutement sans intervention humaine, assimilé à une "décision individuelle automatisée", est interdit par principe". L'IA peut toutefois être autorisée sous certaines conditions. En matière de recrutement automatisé, il faut recueillir le consentement de la personne concernée. Parmi les garanties spécifiques prévues par le RGPD figure un droit à une intervention humaine pour que la situation soit réexaminée ou pour obtenir une explication de la décision. La personne a aussi le droit de la contester ou d'exprimer son propre point de vue.

"Avec l'IA non maîtrisée, gare à l'idiotie augmentée", Jérémie Lamri, directeur du pôle Recherche, innovation et prospective de JobTeaser



Pourquoi y a-t-il eu des ratages dans l'utilisation de l'IA dans le recrutement ?

Si l'on fait de l'intelligence artificielle bêtement dans le recrutement, c'est-à-dire en prenant les résultats obtenus pour argent comptant, on fait comme si l'on considérait que les pratiques passées étaient les bonnes. C'est ce qui est arrivé à Amazon avec son IA. Celle-ci sélectionnait plutôt les CV d'hommes, car Amazon recrutait plus d'hommes que de femmes depuis plusieurs années, parce que ce sont majoritairement des hommes qui suivent des études d'informatique. L'IA estimait logiquement qu'être une

femme était un moins.

Que faudrait-il faire ?

On a tendance à croire que l'IA est magique. Il faut réfléchir encore plus à ce que l'on fait quand on l'utilise. Si l'on reprend l'exemple d'Amazon ou que l'on s'intéresse à la diversité ethnique, les résultats seront très différents selon que l'on décide que l'IA sélectionnera les 3, les 20 ou les 200 meilleurs CV. Suit-on l'ordre dans lequel ils ont été triés ou décide-t-on que le choix est fait par un humain ? Il faut garder la main sur le process.

À quoi peut servir l'IA dans le recrutement ?

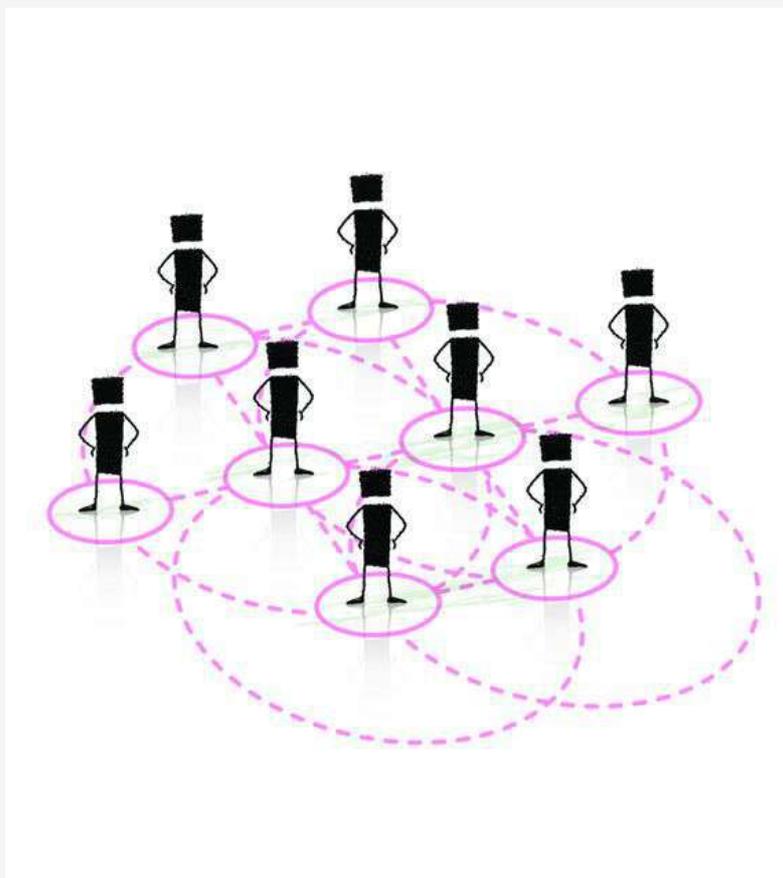
C'est un outil puissant qui peut aider à mieux recruter, mais qu'il faut manier avec précaution. On ne peut pas l'adopter aveuglément, comme y incitent certains de ses promoteurs. Il faut prendre le temps d'analyser les performances, de regarder les résultats, de les comprendre et les comparer avec ceux obtenus par des experts RH... En résumé, il ne faut digitaliser que ce que l'on maîtrise par ailleurs, sinon on fait de l'idiotie augmentée.



[Révolution data, 4/4] Les métiers de la data 5 / 6



Votre sergent recruteur est-il un algorithme ?



Vous avez sélectionné l'offre d'emploi, soigné votre CV, préparé et réussi vos entretiens pour finalement obtenir le job de vos rêves. Grâce à vos talents et à la perspicacité du recruteur, pensez-vous, et vous avez raison. À ceci près qu'à différentes étapes du processus de recrutement sont intervenues des briques d'intelligence artificielle (IA). À commencer par la lecture et l'analyse de votre CV. C'est ce que propose la société Textkernel, qui édite des logiciels d'IA qui se connectent aux SIRH (systèmes d'information des ressources humaines). « Nous avons développé des » robots » capables de lire et de comprendre les concepts d'un CV », résume Yves Loiseau, le general manager Europe du Sud. Pour cela, on fait lire aux robots des dizaines et des dizaines de CV pour qu'ils comprennent que, selon le contexte, « ingénieur d'affaires » et « ingénieur commercial » signifient la même chose. L'autre talent des briques de Text kernel est d'améliorer la rencontre de l'offre et de la demande, le matching, comme on dit en français dans les start-up RH.

Les équipes de Jobijoba, un agrégateur de sites d'emploi situé dans la banlieue de Bordeaux, ont développé le « CV catcher ». Il s'agit d'analyser les termes clés d'un CV (qu'il soit téléchargé ou photographié par le candidat) pour mettre en face les offres qui correspondent le mieux. Une équipe d'une dizaine de personnes y travaille. Quarante entreprises, parmi lesquelles EDF et Manpower, utilisent ces services, assure Thomas Allaire, le cofondateur de Jobijoba. Il faut entraîner les robots pour qu'ils découvrent le vocabulaire d'une profession, d'un secteur, notamment « les compétences et les certifications », précise-t-il.

Embaucher mieux et différemment

L'usage n'est pas le même, mais la démarche est proche chez **GoldenBees**. L'IA sert à « comprendre la description d'un poste, des missions et des expertises requises pour le proposer au bon profil de candidat », explique **Jonathan Bordereau**, le président de la start-up. **GoldenBees** utilise les outils de la programmation (une technique de la publicité en ligne), puis affiche, sur la page web que vous êtes en train de lire, la publicité RH qui vous amènera peut-être sur la page de votre futur employeur, alors même que vous n'êtes pas en recherche active. Et les usages de l'IA appliquée au recrutement ne s'arrêtent pas là. Pour prendre un dernier exemple, chez Randstad, c'est un chatbot, un robot de conversation, qui assiste en ligne les candidats dans la constitution de leur dossier.

éviter les dérives

Avec l'IA, on recrutera mieux et différemment, promettent certains. « Quand on demande à un humain comment reconnaître un lion, il cite la crinière. Des logiciels de reconnaissance visuelle ont découvert que la forme de l'iris du lion était si particulière que c'était un moyen plus fiable de l'identifier », détaille François Geuze, le directeur scientifique du HR FiabLab Europe. Mais il précise qu'en matière de ressources humaines, on ne peut pas laisser agir l'IA comme une boîte noire, sans comprendre ce qu'elle fait.

Tout le monde a en tête les mésaventures d'Amazon. Le géant du numérique utilisait une IA pour ses recrutements jusqu'au jour où il découvrit qu'elle privilégiait les candidats hommes aux femmes, répétant les pratiques passées de la firme. Comme le dit Yves Loiseau, de Textkernel, « un robot n'a pas de point de vue », il réplique ce que lui enseignent les données de l'expérience. Pour éviter ces dérives, « pendant le test, on doit regarder comment fonctionne l'IA et faire des réglages fins », estime François Geuze. Et se méfier d'applications qui pointent leur nez. Des start-up proposent d'analyser les vidéos d'entretien de candidats. À partir du comportement de ces derniers – transpiration, rythme de la parole, clignement des yeux –, on pourra dire s'ils possèdent les qualités pour le poste qu'ils visent. Ce mariage de l'IA et des sciences cognitives ressemble, selon la formule de François Geuze, à une nouvelle « phrénologie », du nom de cette théorie qui définissait le caractère d'une personne à partir de la forme de son crâne. Pour l'heure, dans l'écosystème français, on regarde ces outils avec méfiance et on jure que l'on ne les utilisera pas. Une promesse d'humain est-elle plus fiable qu'un algorithme ?

Ce que dit la loi

En matière d'IA, le règlement général de protection des données (RGPD) complète les dispositions contenues dans la loi Informatique et libertés. L'utilisation de l'IA dans des opérations de recrutement ressort de ce que le droit appelle une « décision individuelle automatisée ». Frédéric Sardain, avocat responsable du pôle IP, tech et data au sein du cabinet Jeantet, rappelle que « le recrutement sans intervention humaine, assimilé à une "décision individuelle automatisée", est interdit par principe ». L'IA peut toutefois être autorisée sous certaines conditions. En matière de recrutement automatisé, il faut recueillir le consentement de la personne concernée. Parmi les garanties spécifiques prévues par le RGPD figure un droit à une intervention humaine pour que la situation soit réexaminée ou pour obtenir une explication de la décision. La personne a aussi le droit de la contester ou d'exprimer son propre point de vue.



**Jérémy Lamri (directeur du pôle Recherche, innovation et prospective de JoobTeaser) :
"Avec l'IA non maîtrisée, gare à l'idiotie augmentée"**

Pourquoi y a-t-il eu des ratages dans l'utilisation de l'IA dans le recrutement ?

Si l'on fait de l'intelligence artificielle bêtement dans le recrutement, c'est-à-dire en prenant les résultats obtenus pour argent comptant, on fait comme si l'on considérait que les pratiques passées étaient les bonnes. C'est ce qui est arrivé à Amazon avec son IA. Celle-ci sélectionnait plutôt les CV d'hommes, car Amazon recrutait plus d'hommes que de femmes depuis plusieurs années, parce que ce sont majoritairement des hommes qui suivent des études d'informatique. L'IA estimait logiquement qu'être une femme était un moins.

Que faudrait-il faire ?

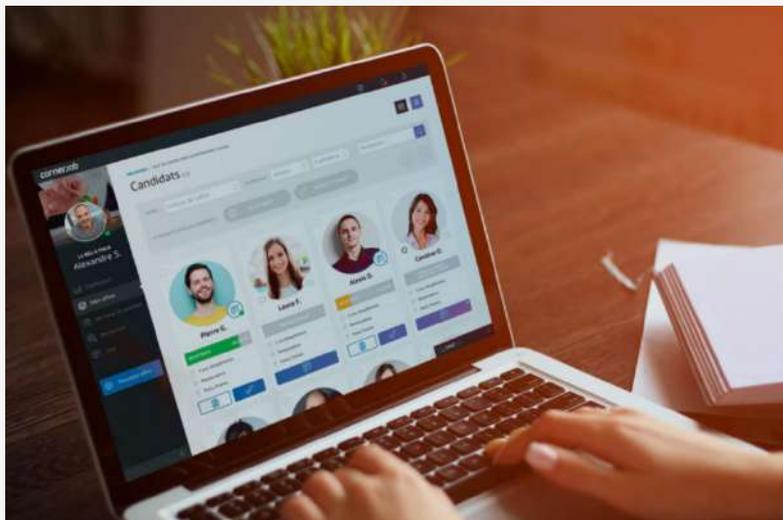
On a tendance à croire que l'IA est magique. Il faut réfléchir encore plus à ce que l'on fait quand on l'utilise. Si l'on reprend l'exemple d'Amazon ou que l'on s'intéresse à la diversité ethnique, les résultats seront très différents selon que l'on décide que l'IA sélectionnera les 3, les 20 ou les 200 meilleurs CV. Suit-on l'ordre dans lequel ils ont été triés ou décide-t-on que le choix est fait par un humain ? Il faut garder la main sur le process.

À quoi peut servir l'IA dans le recrutement ?

C'est un outil puissant qui peut aider à mieux recruter, mais qu'il faut manier avec précaution. On ne peut pas l'adopter aveuglément, comme y incitent certains de ses promoteurs. Il faut prendre le temps d'analyser les performances, de regarder les résultats, de les comprendre et les comparer avec ceux obtenus par des experts RH... En résumé, il ne faut digitaliser que ce que l'on maîtrise par ailleurs, sinon on fait de l'idiotie augmentée.



Votre sergent recruteur est-il un algorithme ?



Vous avez sélectionné l'offre d'emploi, soigné votre CV, préparé et réussi vos entretiens pour finalement obtenir le job de vos rêves. Grâce à vos talents et à la perspicacité du recruteur, pensez-vous, et vous avez raison. À ceci près qu'à différentes étapes du processus de recrutement sont intervenues des briques d'intelligence artificielle (IA). À commencer par la lecture et l'analyse de votre CV. C'est ce que propose la société Textkernel, qui édite des logiciels d'IA qui se connectent aux SIRH (systèmes d'information des ressources humaines). "Nous avons développé des "robots" capables de lire et de comprendre les concepts d'un CV", résume Yves Loiseau, le general manager Europe du Sud. Pour cela, on fait lire aux robots des dizaines et des dizaines de CV pour qu'ils comprennent que, selon le contexte, "ingénieur d'affaires" et "ingénieur commercial" signifient la même chose. L'autre talent des briques de Text kernel est d'améliorer la rencontre de l'offre et de la demande, le matching, comme on dit en français dans les start-up RH.

Les équipes de Jobijoba, un agrégateur de sites d'emploi situé dans la banlieue de Bordeaux, ont développé le "CV catcher". Il s'agit d'analyser les termes clés d'un CV (qu'il soit téléchargé ou photographié par le candidat) pour mettre en face les offres qui correspondent le mieux. Une équipe d'une dizaine de personnes y travaille. Quarante entreprises, parmi lesquelles EDF et Manpower, utilisent ces services, assure Thomas Allaire, le cofondateur de Jobijoba. Il faut entraîner les robots pour qu'ils découvrent le vocabulaire d'une profession, d'un secteur, notamment "les compétences et les certifications", précise-t-il.

Embaucher mieux et différemment

"L'usage n'est pas le même, mais la démarche est proche chez **GoldenBees**. L'IA sert à « comprendre la description d'un poste, des missions et des expertises requises pour le proposer au bon profil de candidat", explique Jonathan Bordereau, le président de la start-up. **GoldenBees** utilise les outils de la programmation (une technique de la publicité en ligne), puis affiche, sur la page web que vous êtes en train de lire, la publicité RH qui vous amènera peut-être sur la page de votre futur employeur, alors même que vous n'êtes pas en recherche active. Et les usages de l'IA appliquée au recrutement ne s'arrêtent pas là. Pour prendre un dernier exemple, chez Randstad, c'est un chatbot, un robot de conversation, qui assiste en ligne les candidats dans la constitution de leur dossier.

Éviter les dérives

Avec l'IA, on recrutera mieux et différemment, promettent certains. "Quand on demande à un

humain comment reconnaître un lion, il cite la crinière. Des logiciels de reconnaissance visuelle ont découvert que la forme de l'iris du lion était si particulière que c'était un moyen plus fiable de l'identifier", détaille François Geuze, le directeur scientifique du HR FiabLab Europe. Mais il précise qu'en matière de ressources humaines, on ne peut pas laisser agir l'IA comme une boîte noire, sans comprendre ce qu'elle fait.

Tout le monde a en tête les mésaventures d'Amazon. Le géant du numérique utilisait une IA pour ses recrutements jusqu'au jour où il découvrit qu'elle privilégiait les candidats hommes aux femmes, répétant les pratiques passées de la firme. Comme le dit Yves Loiseau, de Textkernel, "un robot n'a pas de point de vue", il réplique ce que lui enseignent les données de l'expérience. Pour éviter ces dérives, "pendant le test, on doit regarder comment fonctionne l'IA et faire des réglages fins", estime François Geuze. Et se méfier d'applications qui pointent leur nez. Des start-up proposent d'analyser les vidéos d'entretien de candidats. À partir du comportement de ces derniers – transpiration, rythme de la parole, clignement des yeux –, on pourra dire s'ils possèdent les qualités pour le poste qu'ils visent. Ce mariage de l'IA et des sciences cognitives ressemble, selon la formule de François Geuze, à une nouvelle "phrénologie", du nom de cette théorie qui définissait le caractère d'une personne à partir de la forme de son crâne. Pour l'heure, dans l'écosystème français, on regarde ces outils avec méfiance et on jure que l'on ne les utilisera pas. Une promesse d'humain est-elle plus fiable qu'un algorithme ?

Christophe Bys @christophebys



Daniel Morais est nommé directeur commercial France et Europe chez Golden Bees



Depuis quelques mois, **Daniel Morais** a rejoint les équipes de **GoldenBees**, entreprise de solution de ciblage intelligent de candidats dans le processus de recrutement spécialisée dans la publicité programmatique, en qualité de **directeur commercial France et Europe**.

Il aura notamment pour mission l'**accompagnement de la croissance continue** de l'entreprise et l'**accélération de son développement**, notamment en dehors de la France. De même, il participera à l'objectif commun : aider les professionnels à recruter plus rapidement et de manière plus efficace.

Diplômé de l'École centrale d'électronique, Daniel Morais a d'abord fait ses armes chez **Segula Technologies** en tant que **Manager** à partir de 2004. Il a par la suite oeuvré plusieurs années pour **Figaro Classifieds**, acteur du recrutement en ligne. Pendant cinq ans, il a été **directeur commercial EMEA** chez **Work4**, et a **managé** une équipe de douze commerciaux, été membre du **comité de direction** et géré plusieurs **projets stratégiques** importants. De solides expériences, expertise, expérience et acquis qui seront pour lui de précieux atouts à mettre au service de **GoldenBees** et de ses nouvelles fonctions.



« RHtech et Adtech » avec GoldenBees (Pragmatic by Ratecard)



Partager l'article sur :

-
-
-
-

Partager la publication "« RHtech et Adtech » avec GoldenBees
(Pragmatic by Ratecard)"

« RHtech et Adtech » avec GoldenBees (Pragmatic by Ratecard)

Le programmatique n'est pas l'apanage de l'industrie de la vente de produits et services... Non seulement il est accessible à tous les secteurs mais peut en outre faire l'objet de nouveaux usages au sein des processus métier.

GoldenBees, première solution de ciblage intelligent de candidats pour le recrutement par le biais de la publicité programmatique illustre bien le propos. Créée il y a près de 4 ans, l'entreprise facilite la mise en relation des recruteurs et des candidats qualifiés grâce une plateforme innovante qui s'appuie sur différents stacks technologiques (adserving, bannières DCO, automatisation de l'achat média, etc.).

JonathanBordereau, Co-founder & CEO de **GoldenBees** nous explique le fonctionnement de la technologie pensée à la fois pour les recruteurs et les candidats et ainsi que les ambitions de l'entreprise qui a déjà amorcé sa conquête du marché européen.

Voir la vidéo ci-dessous

Partager la publication "« RHtech et Adtech » avec GoldenBees (Pragmatic by Ratecard)"

Partager l'article sur :

-
-
-
-



PME : viser l'international dès le départ

Il n'est pas forcément nécessaire d'attendre pour se lancer à la conquête des marchés étrangers. Des entrepreneurs audacieux témoignent. Créer une entreprise en l'imaginant tout de suite à l'échelle mondiale ? Certains n'hésitent pas à franchir le pas. « On me disait qu'il fallait attendre d'avoir une certaine taille pour aller sur le marché étranger, notamment américain, ou que je devais faire mes preuves d'abord », raconte Christopher des Fontaines. Il est le fondateur de JollyClick, un site Internet qui met en relation start-up, associations et entreprises avec les bonnes compétences pour leurs projets.

Pour ce Franco-Suédois, se lancer tout de suite dans plusieurs pays était une évidence, afin de bénéficier de marchés de consommateurs de taille suffisante. « J'estimais que soit nous étions immédiatement internationaux, soit nous courions le risque de disparaître à peine nés, poursuit-il. D'ailleurs, on dit que pour créer une licorne (NDLR : une start-up valorisée à plus de 1 milliards de dollars) il faut dépasser le seuil de 60 millions de consommateurs potentiels. » Traduction du site, ouverture de bureaux à Londres, Stockholm, Paris, ont donc été des priorités après la création de la société, au printemps 2015.

Des aides à l'export

Il est vrai que les entreprises digitales ont un gros avantage sur d'autres : « Nous avons tous une culture commune : l'utilisation du numérique, ce qui nous permet d'avoir un langage universel. Dès lors, il est logique et naturel d'intégrer une dimension internationale dès le début et de faire en sorte que notre modèle soit compris et adaptable par tous », reconnaît **FarihaShah**, cofondatrice de **GoldenBees**. Sa société est spécialisée dans le recrutement programmatique (envoi d'annonces ciblées de recrutement aux internautes en fonction de leur profil). Ainsi, **GoldenBees** s'est déployé au Benelux, en Allemagne et au Royaume-Uni, tout en se développant sur le marché français.

Qu'on soit entreprise du numérique ou classique, il faut néanmoins des moyens pour tenter l'aventure internationale, ne serait-ce que pour prospecter les clients, partenaires et investisseurs potentiels. Les PME peuvent compter sur plusieurs dispositifs pour y parvenir. En partenariat avec l'Agence Business France, qui promeut l'internationalisation de l'économie française, et Coface (expert en assurance-crédit), Bpi France proposent des aides à l'export sous forme d'enveloppe financière et d'accompagnement personnalisé.

Trouver les bons partenaires dans chaque pays

GoldenBees a ainsi pu participer à quatre salons professionnels en 2018, ainsi qu'à un séjour prolongé aux Pays-Bas et en Belgique. Des rendez-vous avec des prospects qualifiés ont été organisés par l'intermédiaire du bureau de représentation de Business France. « Cela nous a permis par la suite de recruter des commerciaux locaux et d'ouvrir un bureau dans les pays ciblés », raconte **FarihaShah**.

Des aides régionales sont également souvent disponibles. JollyClick a ainsi bénéficié du soutien de la région Occitanie. Ces coups de pouce bienvenus permettent aussi de rectifier les « faux pas culturels », qui ne manquent pas de se produire. Chez JollyClick par exemple, une publicité à l'esprit bien français a dû être remplacée par une autre, plus policée, pour le marché américain. Cela n'a pas découragé le cofondateur. « Il ne faut pas croire que tout va fonctionner tout de suite, mais cette expérience internationale, acquise très tôt, nous a permis de mieux connaître la culture et de trouver les bons partenaires dans chaque pays », conclut-il.



PME : viser l'international dès le départ

Il n'est pas forcément nécessaire d'attendre pour se lancer à la conquête des marchés étrangers. Des entrepreneurs audacieux témoignent. Créer une entreprise en l'imaginant tout de suite à l'échelle mondiale? Certains n'hésitent pas à franchir le pas. «On me disait qu'il fallait attendre d'avoir une certaine taille pour aller sur le marché étranger, notamment américain, ou que je devais faire mes preuves d'abord», raconte Christopher des Fontaines. Il est le fondateur de JollyClick, un site Internet qui met en relation start-up, associations et entreprises avec les bonnes compétences pour leurs projets.

Pour ce Franco-Suédois, se lancer tout de suite dans plusieurs pays était une évidence, afin de bénéficier de marchés de consommateurs de taille suffisante. «J'estimais que soit nous étions immédiatement internationaux, soit nous courions le risque de disparaître à peine nés, poursuit-il. D'ailleurs, on dit que pour créer une licorne (NDLR : une start-up valorisée à plus de 1 milliards de dollars) il faut dépasser le seuil de 60 millions de consommateurs potentiels.» Traduction du site, ouverture de bureaux à Londres, Stockholm, Paris, ont donc été des priorités après la création de la société, au printemps 2015.

Il est vrai que les entreprises digitales ont un gros avantage sur d'autres : «Nous avons tous une culture commune : l'utilisation du numérique, ce qui nous permet d'avoir un langage universel. Dès lors, il est logique et naturel d'intégrer une dimension internationale dès le début et de faire en sorte que notre modèle soit compris et adaptable par tous», reconnaît **FarihaShah**, cofondatrice de **GoldenBees**. Sa société est spécialisée dans le recrutement programmatique (envoi d'annonces ciblées de recrutement aux internautes en fonction de leur profil). Ainsi, **GoldenBees** s'est déployé au Benelux, en Allemagne et au Royaume-Uni, tout en se développant sur le marché français.

Qu'on soit entreprise du numérique ou classique, il faut (...)

Lire la suite sur LeParisien.fr

Depancel, des montres de luxe créées sur commande et vendues sur Internet

Ces entreprises que l'Europe a fait grandir

Il crée la plus vaste oliveraie française

L'art de négocier, ça s'apprend

A Beaubourg, l'art s'ouvre à la formation des salariés



Marketing RH : 5 KPI pour évaluer vos campagnes de recrutement

Sites d'annonces généralistes, réseaux sociaux, jobboards, bannières publicitaires, etc. les outils de webmarketing pour recruter et sourcer des talents ne manquent pas. La question que l'on se pose régulièrement : est-ce que les actions mises en place sont efficaces ou non ? Pour le savoir, **GoldenBees** propose une infographie qui liste les 5 KPI importants à suivre pour mesurer la performance de ses campagnes de recrutement en ligne.

KPI n°1 : le taux de clics des annonces

Si nous avons pour habitude de regarder le volume de clics d'une annonce pour s'assurer que tout fonctionne, ce n'est malheureusement pas le bon indicateur à suivre : il faut privilégier le taux de clics, qui est le ratio entre le nombre de vues et le nombre de clics uniques, car il définit le niveau d'intérêt et d'engagement de l'audience pour votre annonce d'emploi.

Selon le spécialiste du recrutement programmatique, un taux de clics élevé (3 % à 5 %) montre la pertinence de votre annonce et de votre choix de canal. A contrario, un taux de clics faible vous poussera à optimiser votre campagne de recrutement comme par exemple :

Ajuster les budgets par poste et par canal ;

Modifier des titres et/ou les contenus publiés ;

Changer le canal marketing.

KPI n°2 : le taux de conversion

Le taux de conversion permet de mesurer l'engagement des candidats, c'est-à-dire le nombre de candidats déposant un CV après avoir consulté l'offre d'emploi. On le calcule de la manière suivante : nombre de candidatures / nombre de clics sur une annonce x 100.

Le taux varie d'un canal marketing à un autre. Par exemple, le taux doit se situer entre 3 et 7 % pour les jobboards ; et autour de 2 % pour les supports publicitaires.

KPI n°3 : le coût des candidatures

Ce troisième indicateur vous permet de mesurer le retour sur investissement de votre campagne et d'évaluer le coût d'une candidature pour un poste (budget alloué vs. nombre de candidatures obtenues). Les chiffres obtenus vous permettront de calculer vos coûts d'acquisition et de planifier vos prochains budgets de recrutement.

KPI n°4 : les performances par source de candidatures

Vous avez réalisé les 3 derniers KPI au niveau macro ? Tant mieux. Maintenant, il s'agit de le faire au niveau micro, c'est-à-dire pour chaque poste et chaque canal marketing, il vous sera plus facile d'optimiser le ROI de vos recrutements et d'identifier les canaux les plus performants. Les principaux sont généralement :

La cooptation

Les sites emploi (généralistes, spécialisés et les méta-moteurs / agrégateurs)

Les réseaux sociaux

Les publicités display

KPI n°5 : l'efficacité des campagnes de recrutement

Pour mesurer l'efficacité de vos campagnes de recrutement, deux pistes sont possibles :

Bref, pour suivre et mesurer la performance de vos campagnes de recrutement, il est important de définir en amont les KPI à suivre. Le recours à des outils analytiques vous permettra de faciliter le suivi et la budgétisation de vos futures campagnes de recrutement.



PME: viser l'international dès le départ

Il n'est pas forcément nécessaire d'attendre pour se lancer à la conquête des marchés étrangers. Des entrepreneurs audacieux témoignent.

Créer une entreprise en l'imaginant tout de suite à l'échelle mondiale ? Certains n'hésitent pas à franchir le pas. « On me disait qu'il fallait attendre d'avoir une certaine taille pour aller sur le marché étranger, notamment américain, ou que je devais faire mes preuves d'abord », raconte Christopher des Fontaines. Il est le fondateur de JollyClick, un site Internet qui met en relation start-up, associations et entreprises avec les bonnes compétences pour leurs projets.

Pour ce Franco-Suédois, se lancer tout de suite dans plusieurs pays était une évidence, afin de bénéficier de marchés de consommateurs de taille suffisante. « J'estimais que soit nous étions immédiatement internationaux, soit nous courions le risque de disparaître à peine nés, poursuit-il. D'ailleurs, on dit que pour créer une licorne (NDLR : une start-up valorisée à plus de 1 milliard de dollars) il faut dépasser le seuil de 60 millions de consommateurs potentiels. » Traduction du site, ouverture de bureaux à Londres, Stockholm, Paris, ont donc été des priorités après la création de la société, au printemps 2015.

Des aides à l'export

Il est vrai que les entreprises digitales ont un gros avantage sur d'autres : « Nous avons tous une culture commune : l'utilisation du numérique, ce qui nous permet d'avoir un langage universel. Dès lors, il est logique et naturel d'intégrer une dimension internationale dès le début et de faire en sorte que notre modèle soit compris et adaptable par tous », reconnaît **FarihaShah**, cofondatrice de **GoldenBees**. Sa société est spécialisée dans le recrutement programmatique (envoi d'annonces ciblées de recrutement aux internautes en fonction de leur profil). Ainsi, **GoldenBees** s'est déployé au Benelux, en Allemagne et au Royaume-Uni, tout en se développant sur le marché français.

Qu'on soit entreprise du numérique ou classique, il faut néanmoins des moyens pour tenter l'aventure internationale, ne serait-ce que pour prospecter les clients, partenaires et investisseurs potentiels. Les PME peuvent compter sur plusieurs dispositifs pour y parvenir. En partenariat avec l'Agence Business France, qui promeut l'internationalisation de l'économie française, et Coface (expert en assurance-crédit), Bpi France proposent des aides à l'export sous forme d'enveloppe financière et d'accompagnement personnalisé.

Trouver les bons partenaires dans chaque pays

GoldenBees a ainsi pu participer à quatre salons professionnels en 2018, ainsi qu'à un séjour prolongé aux Pays-Bas et en Belgique. Des rendez-vous avec des prospects qualifiés ont été organisés par l'intermédiaire du bureau de représentation de Business France. « Cela nous a permis par la suite de recruter des commerciaux locaux et d'ouvrir un bureau dans les pays ciblés », raconte **FarihaShah**.

Des aides régionales sont également souvent disponibles. JollyClick a ainsi bénéficié du soutien de la région Occitanie. Ces coups de pouce bienvenus permettent aussi de rectifier les « faux pas culturels », qui ne manquent pas de se produire. Chez JollyClick par exemple, une publicité à l'esprit bien français a dû être remplacée par une autre, plus polie, pour le marché américain. Cela n'a pas découragé le cofondateur. « Il ne faut pas croire que tout va fonctionner tout de suite, mais cette expérience internationale, acquise très tôt, nous a permis de mieux connaître la culture et de trouver les bons partenaires dans chaque pays », conclut-il.

À LIRE AUSSI : Une PME initie des jeunes de Saint-Henri à la programmation et au design informatique

AUSSI SUR MSN : Comment se prémunir des attaques informatiques pour les PME ? [Patrick



Lallement]

Téléchargez l'application Microsoft News pour Android ou iPhone, et soyez ainsi toujours au courant de l'actualité.



Un tiers de candidats postulent via leur smartphone, selon l'étude de GoldenBees

Un tiers de candidats postulent via leur smartphone, selon l'étude de **GoldenBees**. A l'ère du digital aucun domaine d'activité n'échappe à la transformation numérique. Les recruteurs sont également de plus en plus nombreux à profiter des avantages de l'intelligence artificielle et du ciblage programmatique pour trouver les profils qualifiés. **GoldenBees**, acteur de référence spécialisé dans le ciblage de candidats à travers la publicité, présente les résultats de sa récente étude qui met en lumière les dernières tendances en recrutement.

Le mobile simplifie la recherche d'emploi en 2018

Le marché de l'emploi évolue, au même titre que les usages et comportements des candidats. Les méthodes et logiques de recrutement doivent s'adapter à cette transformation. Pour pallier les manques de résultats des méthodes de recrutement traditionnelles, les recruteurs se tournent vers les pratiques du webmarketing et adoptent progressivement la publicité comme outil de recrutement. **GoldenBees** permet d'arriver à ces buts via la publicité pour recruter, qui signifie le pilotage de ses campagnes dans une logique de retour sur investissement.

Afin de comprendre et d'optimiser sa stratégie pour recruter de nouveaux talents, **GoldenBees** a analysé tous les indicateurs pouvant impacter de manière positive ou négative les résultats d'une campagne de recrutement. Ainsi, ce rapport détaille la présentation des performances de 6 grandes variables.

En fonction du terminal (portable, ordinateur, tablette), de la région, du domaine métier ciblé, de l'intention du candidat, des heures de la journée ou encore des jours de la semaine, les performances de campagnes de recrutement fluctuent.



31%

C'est la part des candidats postulant à une offre d'emploi via mobile (smartphone ou tablette) en 2018, selon les résultats de l'étude consacrée à ce sujet menée par **GoldenBees**. Une tendance qui s'accompagne de surcroît d'un taux de conversion 2,5 fois plus élevé en 2018 qu'en 2017.



LE CHIFFRE DU JOUR

31%

ÉTUDE.

C'est la part des candidats postulant à une offre d'emploi via mobile (smartphone ou tablette) en 2018, selon les résultats de l'étude consacrée à ce sujet menée par [Golden Bees](#). Une tendance qui s'accompagne de surcroît d'un taux de conversion 2,5 fois plus élevé en 2018 qu'en 2017.



Enquête Les PME girondines face à la pénurie de développeurs



La pénurie de profils qualifiés, notamment de développeurs, ralentit la digitalisation des entreprises traditionnelles en Gironde, notamment dans l'industrie. — Photo : CCO

« Je suis bien placé pour savoir que vous recrutez beaucoup puisque tous les profils technologiques que nous employons chez Bordeaux Métropole partent chez vous... Et nous n'avons pas les moyens de leur proposer les mêmes niveaux de salaire ». Lancée sur le ton de la plaisanterie, en janvier dernier lors d'une table-ronde, cette remarque d'Alain Juppé, ancien président de Bordeaux Métropole, à Nicolas Leroy-Fleuriot, PDG de Cheops Technology, en dit long sur l'état d'esprit des patrons girondins. En tension, comme le marché du travail dans le domaine des nouvelles technologies.

Qu'elle soit ETI, comme Cheops Technology, ou start-up, comme Welyb. Qu'il s'agisse d'une entreprise purement numérique, comme Immersion, ou issue d'un secteur plus

traditionnel, comme Qérlys. C'est toujours le même refrain : où sont passés les « informaticiens » ? « Ce que je note, c'est que nous recevons beaucoup moins de candidatures spontanées qu'il y a quelques années », raconte Jean-Baptiste de la Rivière, directeur R & D chez Immersion, spécialiste de la réalité virtuelle (48 salariés, 8 M€ de CA en 2018). « Clairement, la compétition est plus rude parce qu'il y a de plus en plus d'entreprises qui recherchent ces compétences ».

Le règne des ESN ?

Bordeaux entreverrait donc le revers de la médaille de sa récente attractivité ? Il faut dire que les nouveaux arrivants, Ubisoft, Betcllic, Deezer, pour ne citer qu'eux, sont très gourmands en profils IT. Puis il faut composer avec les entreprises de services du numérique (ESN), à l'instar de CGI qui annonçait début 2018 vouloir recruter 250 personnes à Bordeaux. « Fatalement quand ces entreprises recrutent des dizaines de salariés sur plusieurs mois, cela a tendance à assécher un peu le marché... même si nous n'avons pas exactement les mêmes besoins », confie Jean-Baptiste de la Rivière. Plus discrètes, les start-up recrutent moins mais elles sont nombreuses dans la métropole bordelaise. « Assez régulièrement, lorsqu'un salarié quitte l'entreprise, c'est pour une start-up », raconte Romain Boiteux, responsable des ressources humaines pour le groupe Cartegie, PME spécialisée dans la data, fondée à Bruges en 1988 (100 salariés). Pour cet acteur historique du numérique dans la région bordelaise, le recrutement est un frein à son développement. « Nos salariés pouvaient rester entre 10 et 15 ans. Aujourd'hui, on observe une réelle pression du marché local s'exercer sur nos équipes. Il y a une forme de surenchère sur les salaires, de la part de nouveaux entrants notamment », souligne-t-il.

Cher développeur senior spécialisé

« Nous voyons certains jeunes diplômés négocier jusqu'à 6 000 euros mensuels », assure **Fariha Shah**, présidente de **GoldenBees**, solution spécialisée dans le recrutement des profils très qualifiés dans le numérique. Le prix de la rareté ! Or, dénicher un développeur, un analyste programmeur ou un architecte java sur le marché girondin de l'emploi semble s'apparenter à la quête du Graal. « De manière générale, il y a une réelle pénurie de développeurs. Puis il y a des pénuries plus spécifiques, sur la technologie Symfony par exemple qui est très demandée, ou sur le framework JavaScript Angular », insiste Romain Boiteux. Plus le salarié est spécialisé, plus les

salaires s'envolent. « Ce qui peut rendre notre recherche plus complexe, c'est que nous sommes en demande de profils qui soient structurants, pas des juniors sortis d'école et nous ne pouvons pas rentrer dans le combat des salaires », reconnaît Jean-Baptiste de la Rivière. Même son de cloche du côté de Cartégie qui insiste : « Cette pression nous amène parfois à des différences de salaires au sein de l'entreprise, entre les développeurs et le marketing par exemple, qui ne sont pas justifiées ! ».

L'industrie particulièrement touchée

Mais les entreprises du numérique ne sont pas les seules à blâmer pour cette pénurie. « La digitalisation est stratégique pour toutes les sociétés quel que soit leur domaine d'activité, notamment la modernisation du système d'information », observe Laura Painot, responsable de division IT chez Hays Bordeaux. « Dans la région, ces problèmes de recrutement touchent particulièrement l'industrie, le BTP et la santé. Contrairement aux idées reçues, ces entreprises traditionnelles ont du mal à s'aligner sur les salaires proposés dans les sociétés du numérique mais vont proposer des perspectives d'évolution plus intéressantes », fait valoir la spécialiste du recrutement.

Alors quand une entreprise chanceuse arrive à trouver développeur à son pied, elle déploie des trésors d'inventivité pour le retenir. C'est notamment le cas de l'agence de stratégie digitale Ekino (40 salariés à Bordeaux) qui affirme ne pas rencontrer de problème de recrutement. « Parce que notre offre est différente. Nos collaborateurs savent qu'ils travailleront en équipe, dans nos locaux dans le centre-ville. Ils ne seront pas envoyés seuls chez le client. Et nous leur laissons du temps pour la veille technologique, cruciale dans ces métiers », explique Sébastien Collery, directeur de l'agence. Cartégie, de son côté, mise de plus en plus sur l'alternance : « On s'y met même si cela nous coûte cher car c'est un des seuls moyens d'attirer des jeunes développeurs et d'espérer les garder à l'issue de la formation », souligne Romain Boiteux. « Même si on voit fortement se développer les contrats en free lance, le CDI est roi. Il n'est plus question de CDD, ni d'intérim », assure Laura Painot. Quand le marché de l'emploi est en tension, c'est à l'entreprise de s'adapter. Le prix de la rareté.

La formation en question

« Nous payons actuellement le manque de formations dans le domaine du numérique, il y a quelques années. Mais ce manque tend à être comblé », analyse Laura Painot, responsable de division IT chez Hays Bordeaux. La Région a notamment entrepris une démarche qui englobe tout un écosystème incluant les structures éducatives, pour tenter de faire face à cette nouvelle donne. Parmi ces formations désormais proposées en Gironde, il y a notamment celles que dispense Bordeaux Digital Campus. Web marketing, multimédia, digital et webdesign, big data : les filières y sont nombreuses « mais on n'arrive pas pour autant à fournir aux entreprises tous les profils dont elles auraient besoin », regrette Yvan Perrière, directeur de l'établissement. « Depuis l'ouverture de notre formation dédiée au big data, 100 % de nos étudiants ont été très rapidement embauchés, dans l'entreprise où ils avaient fait leur alternance pour les trois quarts. Et la concurrence est rude pour tenter de débaucher les meilleurs éléments. »



Un tiers des candidats postulent via leur smartphone



Les résultats de l'étude de **GoldenBees** menée sur l'année 2018 montrent que sur un million de candidatures, 31% se font sur mobile (tablette et smartphone), soit presque un tiers.

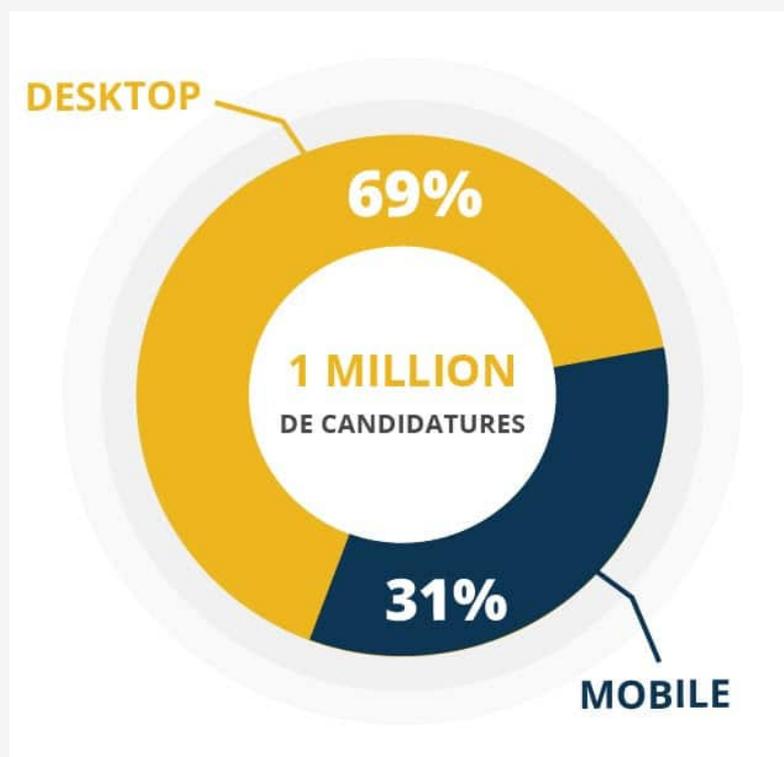
Par ailleurs, le taux de conversion sur mobile est 2,5 fois plus élevé en 2018 qu'en 2017.

L'étude indique également que les régions ayant un taux de conversion élevé sont celles qui enregistrent un taux de chômage plus important. Par exemple, la Provence-Alpes-Côte-d'Azur, où le taux de chômage dépasse 10%, obtient un taux de conversion de 14%.

Côté secteurs d'activité, la performance du taux de conversion est nettement plus importante dans les domaines du télémarketing, de la recherche clinique ou de la finance, où les taux varient entre 14% et 16.5%, alors que dans les domaines de l'esthétique, de la restauration ou du nettoyage, les taux se rapprochent de 8% voire de 4.5%.



Emploi : Un tiers de candidats postulent via leur smartphone



A l'ère du digital aucun domaine d'activité n'échappe à la transformation numérique. Les recruteurs sont également de plus en plus nombreux à profiter des avantages de l'intelligence artificielle et du ciblage programmatique pour trouver les profils qualifiés. **GoldenBees**, acteur de référence spécialisé dans le ciblage de candidats à travers la publicité, présente les résultats de sa récente étude qui met en lumière les dernières tendances en recrutement.

Le mobile simplifie la recherche d'emploi en 2018

Le marché de l'emploi évolue, au même titre que les usages et comportements des candidats. Les méthodes et logiques de recrutement doivent s'adapter à cette transformation. Pour pallier les manques de résultats des méthodes de recrutement traditionnelles, les recruteurs se tournent vers les pratiques du webmarketing et adoptent progressivement la publicité comme outil de recrutement. **GoldenBees** permet d'arriver à ces buts via la publicité pour recruter, qui signifie le pilotage de ses campagnes dans une logique de retour sur investissement.

Afin de comprendre et d'optimiser sa stratégie pour recruter de nouveaux talents, **GoldenBees** a analysé tous les indicateurs pouvant impacter de manière positive ou négative les résultats d'une campagne de recrutement. Ainsi, ce rapport détaille la présentation des performances de 6 grandes variables. En fonction du terminal (portable, ordinateur, tablette), de la région, du domaine métier ciblé, de l'intention du candidat, des heures de la journée ou encore des jours de la semaine, les performances de campagnes de recrutement fluctuent.

Les résultats de l'étude de **GoldenBees** montrent que sur un million de candidatures, 31% se font sur mobile (tablette et smartphone), soit presque un tiers, et le taux de conversion sur mobile est 2.5 fois plus élevé en 2018 qu'en 2017 !

Les régions avec un taux de chômage élevé en tête du classement

Les données relatées sont issues des campagnes de publicités payantes de génération de candidatures qualifiées relayées par **GoldenBees** sur l'année 2018. Les calculs des taux de conversion par variable sont basés sur 10 millions de clics et 1 million de candidatures générées, sur un ensemble de 700 000 offres d'emploi.

Ainsi, dans le baromètre de **GoldenBees** on note que les régions ayant un taux de conversion élevé sont également celles qui enregistrent un taux de chômage des plus importants de France. Par exemple, la Provence-Alpes-Côte-d'Azur obtient 14% de taux de conversion alors que le taux de chômage y dépasse 11% en décembre 2018. Le contexte économique de la région est un facteur important à prendre en compte lors du recrutement.

Il est également nécessaire que les recruteurs prennent en compte les horaires et jours pour s'assurer de toucher les profils qualifiés. L'étude démontre que les candidats postulent davantage le lundi et le jeudi entre 10h00 et 17h00. Selon **GoldenBees** il est donc dans l'intérêt du recruteur d'automatiser l'allocation de ses investissements selon les performances observées par jour et heure de la journée.

Dans le domaine du télémarketing le taux de conversion approche 17%

La performance du taux de conversion est nettement plus importante dans les domaines du télémarketing, de la recherche clinique ou de la finance, où les taux varient entre 14% et 16.5%, alors que dans les domaines de l'esthétique, de la restauration ou du nettoyage, les taux se rapprochent de 8% voire de 4.5%.

GoldenBees remarque que les métiers ayant les taux de conversion les plus élevés sont pour certains, attractifs et peu concurrentiels à la fois. Car le nombre de candidats est beaucoup plus élevé que le nombre d'offres. **GoldenBees** conseille d'allouer un budget plus élevé sur les postes IT dont le taux de conversion est plus faible que sur les postes de télémarketing qui a un taux de conversion élevé, par exemple, pour assurer un meilleur retour sur investissement.

De l'étude de **GoldenBees**, on conclue qu'il reste crucial de travailler sur l'expérience candidat en parallèle, pour favoriser la performance. Un site carrière, une page d'arrivée optimisée, des annonces pertinentes et attractives ou encore une communication de l'entreprise : tout cela contribue à la réussite des campagnes de recrutement.

Rate this item:1.002.003.004.005.00 Submit Rating No votes yet. Please wait...



GoldenBees, le recrutement automatisé par la publicité ciblée

Fondée en 2015 par un quatuor passionné de nouvelles technologies, experts du web marketing et des Ressources Humaines, **GoldenBees** est spécialisée dans le recrutement de candidats via la publicité programmatique ciblée. Grâce à ses algorithmes “auto-apprenants” alimentés par les données des candidats, la plateforme SAAS les connecte aux employeurs par des envois de messages personnalisés, sous forme d’encarts publicitaires, à chaque fois qu’ils surfent sur Internet. « Nous diffusons ces publicités sur l’intégralité du web, ce qui fait de chaque internaute un candidat potentiel. Il s’agit d’aller le chercher là où il se trouve. Notre travail consiste à générer des profils qualifiés, et cette solution permet aux recruteurs de réduire les coûts de candidature de 60% et d’accélérer le processus de recrutement en supprimant la phase de recherche de profils à laquelle ils sont traditionnellement soumis », explique **FarihaShah**, cofondatrice et Managing Director.

Plus de 700 000 propositions d’emploi par mois

Forte de cette technologie disruptive, la startup a lancé en septembre 2018 le service **Wan2bee**, gratuit et sans engagement, qui permet aux internautes de visualiser des offres d’emploi à la place des publicités en ligne au cours de leur navigation. L’offre et la demande se rencontrent ainsi au détour d’une page web.

Pour bénéficier de ce service, tout candidat peut se rendre sur le site www.Wan2bee.com pour s’inscrire en remplissant simplement quatre champs (Mots Clés ; Localisation ; Catégorie professionnelle ; Type de contrat). Les algorithmes de **GoldenBees** font le reste afin de proposer en quelques secondes les offres d’emploi idoines (sur toute la France et dans tous les secteurs), adaptées au profil du postulant, parmi plus de 700 000 propositions répertoriées par mois sur la plateforme (en CDD, CDI, alternance, freelance, stage, etc.). Celui-ci visualisera au fil de ses navigations sur Internet, sur ses sites quotidiens et ses réseaux sociaux, les offres sélectionnées sous forme d’annonces publicitaires. « L’aide de Bpifrance, qui a largement contribué à notre première levée de fonds de 1,1 million d’euros, a été déterminante dans le développement technologique de notre solution **Wan2bee** », souligne **FarihaShah**.

Cette façon de transfigurer le paysage publicitaire en champ utile, permet de redynamiser le marché de l’emploi. Cette méthode fait d’ailleurs l’unanimité auprès des internautes, interrogés dans une étude menée par **GoldenBees**.

Des entreprises françaises et internationales

Depuis sa création, l’entreprise connaît une croissance record et exponentielle, entre 150% et 400% en 2018. Elle compte plus de 200 clients parmi lesquels de grands comptes comme la SNCF, Vinci, McDonald’s, Crédit Agricole, Manpower, Groupe Fed, L’Armée de terre, Bouygues, etc. En un an, ses effectifs sont passés de 7 à 30 collaborateurs. Ces résultats lui ont valu d’obtenir le label national Pass French Tech, attribué aux startups les plus prometteuses et elle a en outre intégré le club Bpifrance Excellence. « Le Pass French Tech nous a permis de décrocher une Assurance Prospection de 250 000 euros de Bpifrance pour nous développer au Benelux, en participant à des salons importants dans la région, en recrutant un collaborateur en Belgique et en rencontrant le bureau qui représente nos intérêts en Hollande... Toutes choses qui mobilisent des ressources financières importantes, que nous rembourserons lorsque nous commencerons à faire des bénéfices. »

Collaborant avec tous les cabinets de recrutement, type Manpower et Randstad, la startup a également pour clients des groupes d’envergure internationale comme Inditex et ING, des acteurs mondiaux qui lui ouvrent naturellement les portes de l’export. Pour l’heure, **GoldenBees** prépare une seconde levée de fonds destinée à affiner le service **Wan2bee** et à accélérer sa croissance en France et à l’international dans l’objectif d’y réaliser entre 10% et 20 % du chiffre d’affaires

annuel.

Cet article est proposé par BPI France - L'équipe éditoriale du Parisien / Aujourd'hui en France n'a pas participé à sa rédaction.

CONSULTEZ AUSSI :

> Alan : un vent nouveau sur le monde de l'assurance santé

> Ooshot: la photo de commande, tout un art!



Emploi : GoldenBees cible les candidats via la publicité programmatique

Créée en 2015, la start-up GoldenBees est spécialisée dans le ciblage de candidats dans le processus de recrutement à travers la publicité programmatique. La plateforme automatise la diffusion des offres d'emploi sur la toile. Le point avec FarihaShah, co-fondatrice et dirigeante de GoldenBees.

La start-up parisienne GoldenBees optimise le sourcing de candidats en mettant la publicité programmatique au service de son offre de recrutement. – DR GoldenBees TourMaG.com – Qu'est-ce que la solution GoldenBees ?

FarihaShah : GoldenBees est une solution technologique qui va permettre aux recruteurs ou sites d'emploi de générer des candidatures qualifiées.

On va aller chercher ces candidats partout sur le web, grâce à la publicité programmatique. Les annonces vont être diffusées, sous forme de publicité, sur tous les supports connectés.

TourMaG.com – Qu'est-ce que la publicité programmatique ?

F. S. : Elle nous permet de diffuser des offres d'emploi sur l'intégralité du web, mais de manière extrêmement ciblée. La programmatique permet d'automatiser les achats d'espaces, par exemple sur un média précis, à un horaire précis, etc...

Nous pouvons donc toucher plusieurs milliers de candidats et maîtriser les coûts de la publication. Tout est tracké de A à Z, cela donne énormément de transparence sur les performances des campagnes.

Si un candidat est intéressé par une annonce, il va cliquer sur l'offre d'emploi et postuler sur une page optimisée pour le web. Le recruteur aura lui un tableau de bord sur lequel les candidats seront notés en fonction de la qualité de leur candidature.

TourMaG.com – Concrètement, comment ça marche ?

F. S. : Si un recruteur fait appel à nos services, nous avons besoin de connaître son flux d'offres d'emploi, le nombre de postes à pourvoir, le type de postes et les localisations.

Ensuite, on va pouvoir cibler les candidats grâce aux cookies des internautes collectés auprès de différentes sources, notamment via Want to be, un site que l'on a créé sur lequel les candidats peuvent entrer leurs critères de recherche et recevoir les offres. Autre méthode, nous achetons de la data à des revendeurs, tel que Mastercard.

FarihaShah, co-fondatrice et dirigeante de GoldenBees. - DR GoldenBees TourMaG.com – Quel est l'impact sur les recrutements ?

F. S. : Tout est tracké, nous avons des données extrêmement précises. Les résultats dépendent de beaucoup de facteurs, mais en termes de qualité de la candidature, pour certains clients nous avons dépassé les 60%.

En termes de volume, selon les cas, nous atteignons plus de 80%.

TourMaG.com – Votre solution est dédiée aux entreprises qui peinent à recruter ?

F. S. : Pas forcément. L'accès au web nous permet de nous adresser à l'ensemble des candidats, dans tous les secteurs d'activité, tous les types de postes et d'entreprises.

Quand il y a une problématique de pénurie de talents ou de volume, notre solution est intéressante car on va aller chercher du volume incrémental. Idem quand on parle d'optimisation des coûts et de répartition des budgets par poste.

TourMaG.com – Qui sont vos clients dans l'industrie du tourisme ?

F. S. : On intervient auprès de la SNCF, par exemple sur des postes d'aiguilleur de train. On va

chercher des personnes intéressées par ce métier, plus que des personnes formées, car il n'y en a pas.

Dans un premier temps, nous allons réaliser du ciblage socio-démographique, avant de chercher à rendre le métier attrayant, le présenter, ainsi que ses avantages : la formation, l'intégrations, les salaires, etc... des choses qui peuvent capter l'attention.

Nous travaillons également avec Air France et Voyage privé.

TourMaG.com – Quel est votre business model ?

F. S. : Actuellement, nous prenons un pourcentage sur le budget alloué. Notre logique va évoluer. Comme nous pouvons maîtriser tous les indicateurs de performance et même les prédire, l'objectif est de faire payer au CV qualifié. Cela permettra de donner accès à cette solution aux plus petites entreprises.

TourMaG.com – Quelles sont vos perspectives d'évolution ?

F. S. : L'évolution de notre business model répond à notre volonté d'industrialiser la plateforme. Actuellement nous sommes implantés en France et au Bénélux.

Nous souhaitons également d'avantage inclure le candidat dans ce process de rencontre entre l'offre et la demande. Le candidat pourra créer son CV optimisé pour le mobile, un algorithme permettra ensuite de postuler pour lui. Nous avons déjà la technologie de correspondance entre le contenu d'une offre et le profil d'une personne.

Une fois qu'on aura le CV de l'utilisateur et ses critères de recherche, l'algorithme pourra sélectionner les offres et postuler à sa place. Le lancement officiel est prévu en septembre.



Un Tiers De Candidats Postulent Via Leur Smartphone



Selon une étude menée par **GoldenBees**, spécialiste du recrutement programmatique, 31% des candidats à un emploi passeraient par leur téléphone portable pour postuler. Un résultat qui va dans le même sens qu'une autre étude de Régions Job ayant de 2018.

A l'ère du digital aucun domaine d'activité n'échappe à la transformation numérique. Les recruteurs sont également de plus en plus nombreux à profiter des avantages de l'intelligence artificielle et du ciblage programmatique pour trouver les profils qualifiés.

Les résultats de l'étude de **GoldenBees**, spécialisé dans le ciblage de candidats à travers la publicité montrent que sur un million de candidatures, 31% se font sur mobile (tablette et smartphone), soit presque un tiers, et le taux de conversion sur mobile est 2.5 fois plus élevé en 2018 qu'en 2017.

“Le marché de l'emploi évolue, au même titre que les usages et comportements des candidats. Les méthodes et logiques de recrutement doivent s'adapter à cette transformation. Pour pallier les manques de résultats des méthodes de recrutement traditionnelles, les recruteurs se tournent vers les pratiques du webmarketing et adoptent progressivement la publicité comme outil de recrutement”, assure-t-on du côté de **GoldenBees**.

Afin de comprendre et d'optimiser sa stratégie pour recruter de nouveaux talents, **GoldenBees** a analysé tous les indicateurs pouvant impacter de manière positive ou négative les résultats d'une campagne de recrutement. Ainsi, ce rapport détaille la présentation des performances de 6 grandes variables. En fonction du terminal (portable, ordinateur, tablette), de la région, du domaine métier ciblé, de l'intention du candidat, des heures de la journée ou encore des jours de la semaine, les performances de campagnes de recrutement fluctuent.

Les régions avec un taux de chômage élevé en tête du classement

Les données relatives sont issues des campagnes de publicités payantes de génération de candidatures qualifiées relayées par **GoldenBees** sur l'année 2018. Les calculs des taux de conversion par variable sont basés sur 10 millions de clics et 1 million de candidatures générées, sur un ensemble de 700 000 offres d'emploi.

Ainsi, dans le baromètre de **GoldenBees** on note que les régions ayant un taux de conversion élevé sont également celles qui enregistrent un taux de chômage des plus importants de France.

Par exemple, la Provence-Alpes-Côte-d'Azur obtient 14% de taux de conversion alors que le taux de chômage y dépasse 11% en décembre 2018. Le contexte économique de la région est un facteur important à prendre en compte lors du recrutement.

Il est également nécessaire que les recruteurs prennent en compte les horaires et jours pour s'assurer de toucher les profils qualifiés. L'étude démontre que les candidats postulent davantage le lundi et le jeudi entre 10h00 et 17h00. Selon **GoldenBees**, il est donc dans l'intérêt du recruteur d'automatiser l'allocation de ses investissements selon les performances observées par jour et heure de la journée.

Dans le domaine du télémarketing le taux de conversion approche 17%

La performance du taux de conversion est nettement plus importante dans les domaines du télémarketing, de la recherche clinique ou de la finance, où les taux varient entre 14% et 16.5%, alors que dans les domaines de l'esthétique, de la restauration ou du nettoyage, les taux se rapprochent de 8% voire de 4.5%.

GoldenBees remarque que les métiers ayant les taux de conversion les plus élevés sont pour certains, attractifs et peu concurrentiels à la fois. Car le nombre de candidats est beaucoup plus élevé que le nombre d'offres. **GoldenBees** conseille d'allouer un budget plus élevé sur les postes IT dont le taux de conversion est plus faible que sur les postes de télémarketing qui a un taux de conversion élevé, par exemple, pour assurer un meilleur retour sur investissement.

A partir de son étude **GoldenBees** conclut qu'il reste crucial de travailler sur l'expérience candidat en parallèle, pour favoriser la performance. Un site carrière, une page d'arrivée optimisée, des annonces pertinentes et attractives ou encore une communication de l'entreprise : tout cela contribue à la réussite des campagnes de recrutement.

-



Un candidat sur trois postule depuis son smartphone

Une enquête menée par **GoldenBees**, plateforme de ciblage programmatique des candidats, montre que les usages mobiles pénètrent peu à peu le monde du recrutement. Pour cette étude, **GoldenBees** a analysé un million de candidatures, provenant de campagnes de recrutement réalisées pour ses clients. Au total, ces dernières visaient à pourvoir près de 700 000 postes.

Les résultats montrent que si 69% des candidats privilégient encore les ordinateurs pour répondre à une offre d'emploi, 31% d'entre eux ont déjà utilisé leur smartphone ou une tablette pour postuler. En outre, le taux de conversion des campagnes de recrutement ciblant les terminaux mobiles est 2,5 fois plus haut en 2018 qu'en 2017.

Autre fait notable, les régions affichant les meilleurs taux de conversion sont celles qui connaissent un taux de chômage élevé. En Provence-Alpes-Côte-d'Azur, le taux de conversion est ainsi de 14%, pour un taux de chômage supérieur à 11% fin 2018.

En termes de secteurs, les entreprises qui affichent les meilleurs taux de conversion à la suite d'une campagne de recrutement mobile viennent du télémarketing (16,5 % de taux de conversion), de la recherche clinique (tests) ou de la finance. Ces offres d'emploi, souvent accessibles sans formation spécifique, attirent un grand nombre de candidats. En revanche, pour l'esthétique, la restauration ou le nettoyage, des métiers qui nécessitent des compétences spécialisées ou présentent une pénibilité plus importante que les emplois de bureau, les taux se situent nettement en deçà, oscillant entre 4,5 et 8%.

Les métiers confrontés à une pénurie de compétence, comme les postes IT, affichent des taux de conversion plus faibles. Pour obtenir davantage de candidatures, le fournisseur de plateforme rappelle l'importance de travailler en parallèle sur l'expérience candidat et la marque employeur, notamment à travers des pages d'arrivée optimisées et des annonces pertinentes.

Source: Etude **GoldenBees**



Viva Tech 2019 : startups RH



Cette année Viva Technology a rassemblé 13 000 startups. Change the Work n'a bien sûr pas eu la possibilité de toutes les rencontrer. Voici cependant la liste de celles qui ont le plus retenu notre attention.

- Recrutement, Talent Acquisition, Marque employeur
- Formation, Mobilité, Développement des compétences
- Gestion du personnel
- Expérience Collaborateur, Engagement, QVT

Recrutement, Talent Acquisition, Marque employeur

GoldenBees est une plateforme qui automatise la diffusion des annonces RH sur tous les contextes web : sites d'emplois, réseaux sociaux et sites de contenus. Les offres d'emploi sont adressées aux candidats, sous forme de publicité et sur tous les supports connectés. **GoldenBees** permet aux entreprises de cibler le meilleur profil.

HireSweet est une plateforme de Machine Learning qui permet aux entreprises d'optimiser et de simplifier leurs recrutements.

Riminder est un logiciel qui extrait les informations d'un candidat, enrichit les CV par les compétences manquantes et score le CV par rapport au job vacant pour détecter les meilleurs candidats.

Brigad est une plateforme qui met en relation de façon rapide une entreprise (hôtel ou restaurant) recherchant un professionnel indépendant (tel qu'un freelance) pour accomplir une mission spécifique limitée dans le temps.

StaffMe est une plateforme qui sélectionne pour les entreprises de tout type en France, des jeunes indépendants (âgés de 18 à 30 ans) sur la base de leurs compétences et de leurs personnalités pour la réalisation de n'importe quelle fonction avec une rémunération de 12 euros par heure.

Othello est un logiciel spécialisé dans l'étude scientifique des interactions interindividuelles (para verbale et non verbale). Une simple vidéo peut ainsi permettre d'analyser scientifiquement le comportement de vos candidats.

Keeseek géolocalise tous les logements meublés temporaires autour de chaque offre d'emploi.

Welcome to the Jungle est un média sur le travail et l'emploi qui met en lumière l'évolution du monde du travail tout en se basant sur les success stories. Il permet aux entreprises de mettre en avant leur marque employeur.

Formation, Mobilité, Développement des compétences

Immersive Experience développe un programme d'immersion apprenante. Ce programme est conçu pour explorer et s'approprier les nouvelles pratiques organisationnelles, managériales et culturelles des startups.

Jobmaker permet d'avoir un coach de carrière digital pour accompagner les collaborateurs à construire leur avenir professionnel au sein de l'entreprise.

Flashbrand est une plateforme qui aide les entreprises à se transformer en organisations apprenantes en mettant en relation les leaders avec les apprenants au moyen d'interactions humaines sur la plateforme.

Moovone est une plateforme de solution digitale de coaching professionnel en entreprise qui tend à développer les soft skills des managers.

Domoscio propose des solutions pour personnaliser les parcours de formation (Adaptive Learning).

Beedeez est une plateforme Mobile Learning et Micro Learning qui crée des capsules de connaissances facile à mémoriser.

Andjaro est une plateforme de gestion pour le redéploiement ponctuel de personnel en interne entre des postes d'une même organisation.

Crafty est une plateforme d'échange qui permet d'évaluer les compétences (Hard Skills et Soft Skills) et piloter la mobilité interne.

Moving Lab est une plateforme de mobilité géographique des collaborateurs qui facilite la mobilité du personnel et éliminant ainsi cette responsabilité des RH.

Gestion du personnel

Kiwi HR développe un logiciel qui permet à toute PME d'assurer un suivi des temps de travail (en automatisant le calcul des temps de travail et heures supplémentaires pour visualiser les soldes en temps réel et réduire les risques d'erreurs), la gestion des congés (les demandes et les validations de congés) et la compilation des données du personnel conformément au RGPD (toutes les informations importantes sur les employés sont regroupées dans un seul système sécurisé et simple à consulter). Ce logiciel en mode SaaS permet un onboarding des collaborateurs et soulage la fonction des RH dans le domaine de l'administratif.

Clevy est une plateforme qui réponds aux questions basiques souvent posées par les employés. Clevy permet aux entreprises de déployer son propre chatbot à partir du logiciel SIRH afin de répondre en 14 langues aux besoins de l'utilisateur.

PayFit permet, grâce à la solution SIRH, de gérer la vie de l'entreprise et des employés en automatisant la gestion de la paie dans l'entreprise et en s'occupant des déclarations sociales de chaque employé.

Expérience Collaborateur, Engagement, QVT

Supermood est une plateforme qui répond à plusieurs objectifs : assurer le suivi de l'engagement des employés, opérer une campagne de feedback en temps réel et la reconnaissance au travail.

RampUp a développé Axel, une plateforme qui guide le manager dans l'accomplissement d'un bon management afin de faire vivre au nouvel employé, une expérience d'intégration réussie au sein de l'entreprise.

Bleexo est une plateforme qui permet d'une part de mesurer et d'analyser l'engagement et la performance des salariés dans les équipes et d'autre part, favoriser le développement RH au sein de l'entreprise.

Moodwork est une solution digitale qui accompagne la qualité de vie au travail du salarié pour qu'il soit acteur de son propre bien-être grâce à des outils d'auto-diagnostic, des programmes de développement personnel et un accompagnement humain personnalisé.

Gandee accompagne les entreprises dans leur démarche de mécénat d'entreprise.

Wellogyest une application mobile et des services sur mesure qui accompagne les DRH et les Dirigeants dans leur stratégies RH et la qualité de vie au travail afin de mesurer et améliorer le bien-être des salariés.

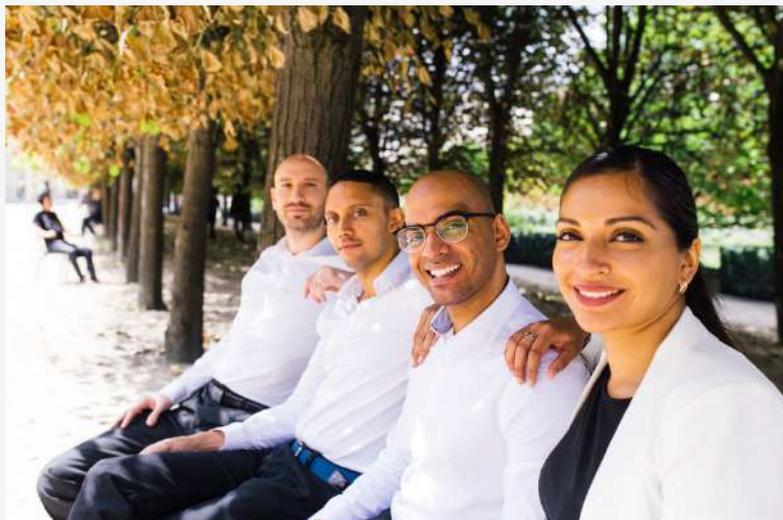
Antimauddedos est une solution de micro-learning pour prévoir les problèmes de dos des collaborateurs.

Sans surprise c'est donc les thématiques du recrutement et de la formation qui ont vu fleurir le plus de startups cette année encore.

Pour aller plus loin : le récap de Viva Tech 2019.



[Viva Tech] Comment la scale-up GoldenBees décline la publicité programmatique au recrutement



Comment capitaliser sur les données toujours plus nombreuses des demandeurs d'emploi pour rendre les procédures de recrutement plus intelligentes ? Créée en juillet 2015, **GoldenBees** a développé des solutions de publicité programmatique pour toucher les candidats les plus adéquats ainsi qu'une plateforme de CV scorés pour les recruteurs. La scale-up a profité du salon Viva Technology, qui s'est tenu à Paris du 16 au 18 mai 2019, pour exposer sa solution ainsi que ses derniers développements en faveur des postulants.

DES ALGORITHMES DE DEEP LEARNING

GoldenBees tire parti des cookies des internautes pour identifier leur métier, voire leur niveau de compétences. "Ces données permettent d'automatiser le ciblage et de le traduire sous la forme d'une publicité dynamique", explique à L'Usine Digitale **FarihaShah**, sa cofondatrice. Cette solution de publicité programmatique, baptisée "Dynamic Job Ads", a été "développée en interne" et assurerait "jusqu'à cinq fois plus de performance et d'engagement candidat" aux recruteurs.

Intérêts, compétences ou localisation : ce sont tant de critères qu'agrègent les algorithmes de deep learning de **GoldenBees**, pour permettre aux recruteurs de toucher les candidats adéquats. Quelque 400 000 offres d'emploi auraient déjà nourri sa solution. De quoi répondre aux problématiques de pénurie de main d'œuvre qualifiée ou de volume dans le cas des grandes entreprises. "Les chargés de RH sont conscients qu'ils ont besoin de changer leurs méthodes avec l'avènement du numérique", estime **FarihaShah**.

Les bannières de **GoldenBees** sont générées par une intelligence artificielle et s'adaptent à chaque individu grâce au deep learning.

"Une solution à 360°"

"Nous avons noué des partenariats avec différents sites spécialisés pour lancer **Wan2Bee**, le premier service à même de remplacer les publicités du Web par des offres d'emploi", indique **FarihaShah**. Une solution "gratuite et à 360°", qui toucherait aussi bien les candidats actifs que passifs. L'objectif de la start-up, lauréate du pass French Tech en 2018 : décrocher le secteur des ressources humaines, en ne limitant plus les candidatures aux seuls moteurs de recherche.

"Notre solution permet de couvrir l'ensemble du Web, et surtout de présenter sur ces espaces un contenu utile et social", juge-t-elle.

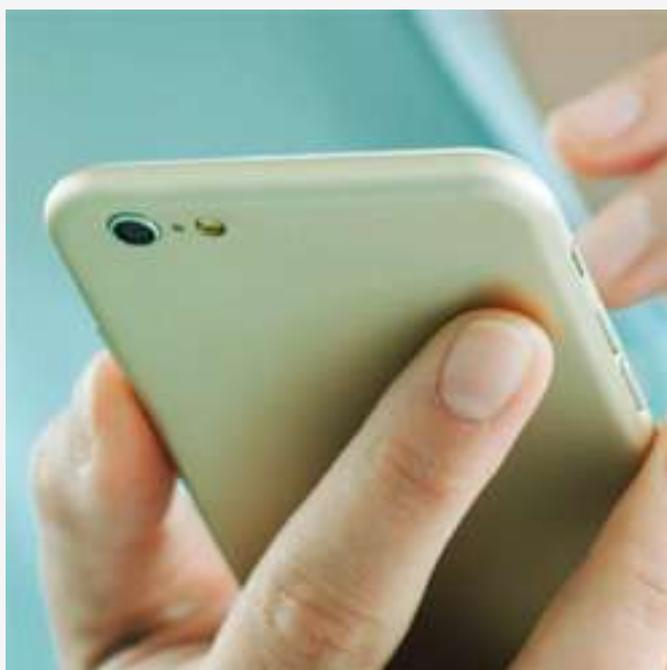
Manpower, qui l'hébergeait lors du salon Viva Tech, mais aussi la Société générale, l'Armée et la SNCF : près de 200 entreprises et organismes feraient appel à **GoldenBees**. La scale-up pratique des tarifs au cas par cas, en fonction de la nature du poste recherché par l'entreprise cliente.

Devant un marché prometteur et en pleine croissance – **GoldenBees** a elle-même connu une croissance record de 400 % sur l'année 2018 –, dit vouloir devenir "encore plus granulaire" sur les fonctionnalités à destination des postulants et lance des pages de candidature dynamiques, une "nouvelle brique technologique qui permettra d'adapter mieux encore le contenu d'une offre au profil d'un internaute". Un outil de plus pour permettre à la scale-up d'atteindre son prochain objectif : convaincre ETI et PME.

Arthur Le Denn



Le mobile a simplifié la recherche d'emploi en 2018



A l'ère du digital aucun domaine d'activité n'échappe à la transformation numérique. Les recruteurs sont également de plus en plus nombreux à profiter des avantages de l'intelligence artificielle et du ciblage programmatique pour trouver les profils qualifiés. **GoldenBees**, acteur spécialisé dans le ciblage de candidats à travers la publicité vient de présenter les résultats de sa récente étude qui met en lumière les dernières tendances en recrutement.

Il faut savoir que le marché de l'emploi évolue, au même titre que les usages et comportements des candidats. Les recruteurs se tournent vers les pratiques du webmarketing et adoptent progressivement la publicité comme outil de recrutement.

Afin de comprendre et d'optimiser sa stratégie pour recruter de nouveaux talents, **GoldenBees** a analysé tous les indicateurs pouvant impacter de manière positive ou négative les résultats d'une campagne de recrutement. En fonction du terminal (portable, ordinateur, tablette), de la région, du domaine métier ciblé, de l'intention du candidat, des heures de la journée ou encore des jours de la semaine, les performances de campagnes de recrutement fluctuent.

Les résultats de l'étude de **GoldenBees** montrent que sur un million de candidatures, 31% se font sur mobile (tablette et smartphone), soit presque un tiers, et le taux de conversion sur mobile est 2.5 fois plus élevé en 2018 qu'en 2017.

Tweeter Suivre @francemobiles

Réagissez sur le sujet

Votre nom ou pseudo :

Vos commentaires :

<https://www.francenetinfos.com/golden-bees-success-story-dune-start-up-rh-tech-a-la-croissance-fulgurante-191044/>

Golden Bees: success-story d'une start-up RH Tech à la croissance fulgurante

Trois ans après le lancement de sa solution, **Golden Bees**, start-up spécialisée en marketing programmatique et ciblage intelligent de candidats, affiche une croissance annuelle à trois chiffres.

En diffusant environ 200.000 offres par mois pour le compte d'une centaine d'entreprises, cabinets de recrutement et organisations par le biais de la publicité intelligente, la jeune pousse ambitieuse de maintenir cette dynamique de croissance pour s'implémenter durablement sur un marché estimé à plus de 300 millions d'euros en France.

Rencontre avec Jonathan Bordereau et Fariha Shah, co-fondateurs de la start-up.

Golden Bees est un acteur innovant sur le marché du recrutement...Pouvez-vous nous présenter votre start-up ?

*Fondée en 2015 par un quatuor passionné de nouvelles technologies, experts du web marketing et des Ressources Humaines, **Golden Bees** offre une solution permettant d'automatiser la recherche de profils pour les recruteurs et d'emploi pour les candidats. La plateforme one-stop-shop **Golden Bees** permet aux recruteurs de diffuser des offres d'emploi sur l'intégralité du web (sites d'emploi, réseaux sociaux et tous les sites web monétisés) de manière ciblée et optimisée et de générer des candidatures qualifiées, sans aucun effort. **Golden Bees** qui est une solution B2B, développe également une solution B2C destinée aux candidats, appelée www.Wan2bee.com. Il s'agit d'un service en ligne gratuit qui permet aux internautes-candidats de recevoir des offres d'emploi personnalisées sous différentes formes sur leurs navigations web (publicités web, plug-in sur Chrome*

etc.) en lieu et place de publicité traditionnelle. Dans un contexte où 30% des entreprises de toutes tailles ont des difficultés à trouver les bons candidats, **Golden Bees** œuvre pour faciliter la rencontre entre l'offre et la demande sur le marché du recrutement de l'emploi.

Vous présentez 400 % de croissance en 2018 avec 4 millions d'euros de chiffre d'affaires, comment expliquez-vous le succès de cette expansion ?

Notre croissance est liée à deux facteurs . Tout d'abord, une solution qui disrupte le marché des annonces RH tout en répondant à des besoins réels identifiés (volume et la qualité des candidatures, la visibilité, la gestion du temps et le retour sur investissement). Aujourd'hui **Golden Bees** collabore avec l'intégralité des acteurs du marché du recrutement : les entreprises, les cabinets de recrutement, les cabinets d'intérim, les sites d'emplois... soit toutes les organisations qui nécessitent de générer des candidatures. Cela signifie très simplement, que la transformation du marché du recrutement est en cours, et que **Golden Bees** est un des initiateurs en France. Dans quelques années, la publicité automatisée et ciblée sera la norme, en France et dans de nombreux pays du monde, pour attirer et engager des candidats sur le web. En deuxième lieu, les performances obtenues sur nos campagnes de recrutement qui fidélisent nos clients. **Golden Bees** a permis à une centaine d'entreprises, telles que SNCF Réseau, Société générale, Korian, Vinci, L'armée de terre ou encore Manpower de générer des candidatures qualifiées (+ 50% comparé aux méthodes de recrutement traditionnelles), de réduire les coûts d'acquisition de 60% ou plus, et de recruter des collaborateurs plus rapidement (70% de gain de temps). Grâce aux performances mesurables apportées, nous avons pu renouveler 90% de nos clients.



A l'heure de la très forte évolution des nouvelles technologies, pensez-vous que le recrutement via la publicité programmatique remplacera le recrutement traditionnel ?

La publicité programmatique de recrutement est l'extension logique du système de recrutement en ligne, qui consiste à déposer une annonce et d'attendre qu'une candidature arrive (tout comme le dépôt d'annonces d'emploi dans les journaux physiques a été remplacé par les outils du web...). Le recrutement programmatique apporte efficacité et efficacité au processus de sourcing de candidats.

Les recruteurs en gagnant du temps, re-centre leurs priorités sur la sélection et l'intégration des candidats.

Les bénéfices sont nombreux :

- L'automatisation élimine les tâches manuelles liées à la gestion des multiples sites d'emplois et support de diffusion.*
- En rassemblant au sein d'une même plateforme toutes les actions de sourcing, celles-ci peuvent être plus largement automatisées et, surtout, mesurées.*
- Les algorithmes permettent de mener des actions quasiment irréalisables par l'humain ; telles que l'attribution et la ré attribution des investissements en temps réel par poste en fonction des performances.*
- Le ciblage des candidats par la donnée, permet d'augmenter le taux de candidatures qualifiées.*

- *Depuis une seule plateforme, le recruteur va activer tous les contextes médias pertinents (sites web, réseaux sociaux, agrégateurs d'emploi).*

En somme, le recrutement programmatique améliore les méthodes de recrutement existantes, pour devenir la norme d'ici quelques années.



Golden Bees s'engage dans l'humanitaire : vous êtes une entreprise mécène et participez aux programmes de développement permettant de financer les actions de fond que l'UNICEF mène autour des thèmes de l'éducation. Comment cette collaboration a eu lieu ? Pourquoi le choix de cet engagement spécifique ?

Nous avons choisi une organisation dédiée aux sujets qui nous intéressent: les enfants et l'éducation. Les nombreuses années d'expériences de l'UNICEF sur le terrain, permettent de définir et mettre des actions de fond, dans le but d'obtenir des résultats durables dans le temps. Cette approche correspond parfaitement à notre volonté d'apporter une solution pérenne pour la lutte contre l'illettrisme et la pauvreté.

*Les fondateurs de **Golden Bees** ont envisagé la philanthropie-intégrée dès la création de leur entreprise. Les initiatives de don et d'engagement pour des causes liées à l'éducation des enfants est intrinsèque avec les valeurs de **Golden Bees** dont l'objectif est d'améliorer le marché de l'emploi en facilitant la rencontre entre entreprise et candidats et d'apporter un impact sociétal fort.*

Notre vision, nous mène au delà des frontières de notre marché commercial: notre engagement concerne la société française, mais également le secteur de l'emploi de manière générale et le reste du monde.

Nous avons l'intime conviction, que nous avons tous la capacité et le devoir d'agir, pour corriger et anticiper les maux de l'humanité.

Quelles sont vos actions au profit de cette cause ?

Golden Bees participe aux programmes de développement permettant de financer les actions de fond que l'UNICEF mène autour des thèmes de l'éducation. En 2016, l'UNESCO estimait que 58 millions d'enfants n'allaient pas à l'école. Nous avons choisi de consacrer un pourcentage de nos bénéfices au soutien à des associations qui contribuent à réduire la pauvreté et les inégalités dans le monde en favorisant l'accès à l'éducation, et donc à l'emploi.

Vos projets pour cette année 2019 ?

*Nos projets de développement doivent nous permettre de passer de la Start -up à la Scale-up. Autrement dit, nous évoluons dans une entreprise dont l'efficacité est éprouvée à l'étape du sur-dimensionnement national et international. **Golden Bees** se dote aujourd'hui des moyens technologiques et humains de s'établir durablement dans le paysage RH et a déjà initié le passage à cette nouvelle étape avec l'ouverture de nouveaux marchés en Europe et le lancement d'une plateforme self-service multilingue. Nous allons également consacrer nos ressources pour développer WAN2BEE et proposer de nouveaux services gratuits pour aider les candidats à trouver un emploi.*

Nuncia Dumorné



à qui profite le recrutement high-tech?

Article des abonnés



"Capture des applications sur les réseaux sociaux, ergonomie des sites de carrière à appliquer en un clic, tri sophistiqué des applications: chaque détail compte pour préparer le plus large possible, puis être en mesure de choisir le meilleur" **QUENTIN HUGON / THE WORLD**

Les grandes entreprises s'intéressent à tout ce qui leur offre des solutions pour gagner la "guerre des talents". Capture d'applications sur les réseaux sociaux, ergonomie des sites de carrière à appliquer en un clic, tri sophistiqué des applications: chaque détail compte pour une mixité la plus large possible, puis pour pouvoir choisir le meilleur. "Les entreprises doivent passer rapidement en entretiens, convocation, pour que l'expérience du candidat soit bonne et garder son attention, Yves Grandmontagne, président du HR Lab, groupe de start-up spécialisées dans les ressources humaines.

Il est aujourd'hui impossible pour une grande entreprise de se contenter de méthodes de recrutement traditionnelles, telles que la publication d'annonces ou l'organisation de foires. "Nous avons besoin de nouvelles solutions" explique Vincent Mattei, directeur de l'acquisition de talents chez Thales.

Pour trouver les meilleurs ingénieurs, pour féminiser ses métiers ou pour trouver des experts en cybersécurité, le groupe de défense électronique s'appuie sur des start-up numériques, qui élargissent ses canaux de recrutement: des forums de recrutement virtuels à des chatbots, en passant par des campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux ciblant les candidats qui ne cherchent pas activement. Outre les campagnes menées sur LinkedIn, toutes ces méthodes représenteraient environ un cinquième des recrutements du groupe.

Les grandes entreprises sont les plus gros consommateurs de ce type de services. "Ils ont plus de besoins en recrutement et une plus grande proximité de la technologie" déclare **FarihaShah**, directrice générale de **GoldenBees**, une start-up spécialisée dans la publicité ciblant les offres d'emploi. C'est principalement "Des clients qui ont de gros besoins, avec plusieurs centaines de recrutements annuels", explique Thomas Allaire, fondateur de Jobijoba, éditeur du logiciel CV Catcher, qui traduit les CV soumis par les candidats en mode "compétences", gère ensuite les correspondances les plus pertinentes.

Profils multicompetents

Si son outil est potentiellement destiné à tous, il est principalement utilisé pour recruter des cadres ou des profils techniques comme dans l'ordinateur, où les employeurs déplorent les pénuries. Une

autre utilisation possible consiste à identifier des compétences avec très peu de formation ou de certification. L'exemple typique est celui de scientifique des données, un oiseau rare que les entreprises déchirent. Il est en effet nécessaire "Il est mathématique, bon en statistique, peut faire du développement informatique et a une idée du sujet qu'il traite"dit Thomas Allaire.



Grandes entreprises, start-up: à qui profite le recrutement high-tech ?

Les outils numériques facilitent la chasse des profils multicom pétents et parfois des cols bleus.
Article réservé aux abonnés

Les grandes entreprises s'intéressent à tout ce qui leur offre des solutions pour gagner la « guerre des talents ». Captation de candidatures sur les réseaux sociaux, ergonomie des sites carrières pour postuler en un clic, tri sophistiqué des candidatures : chaque détail compte pour brasser le plus large possible, puis être en capacité de choisir le meilleur. « Les entreprises doivent aller vite dans les entretiens, la convocation, pour que l'expérience candidat soit bonne et pour garder leur attention, explique Yves Grandmontagne, président du Lab RH, un groupe de start-up spécialisées dans les ressources humaines.

Impossible aujourd'hui pour une grande entreprise de se contenter des méthodes traditionnelles de recrutement, que sont la publication d'annonces ou l'organisation de salons. « Il faut des solutions nouvelles », explique Vincent Mattei, directeur de l'acquisition des talents de Thales.

Pour trouver les meilleurs ingénieurs, féminiser ses métiers ou encore dénicher des experts en cybersécurité, le groupe électronique de défense s'appuie sur des start-up du numérique, qui augmentent ses canaux de recrutement : des forums virtuels de recrutement aux chatbots, en passant par des campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux ciblées sur les candidats qui ne sont pas en recherche active. Outre les campagnes réalisées sur LinkedIn, l'ensemble de ces méthodes représenterait grosso modo un cinquième des recrutements du groupe.

Les grandes entreprises sont les plus grandes consommatrices de ce type de services. « Elles ont plus de besoins en recrutement et une plus grande proximité avec la technologie », souligne **FarihaShah**, directrice générale de **GoldenBees**, start-up spécialisée dans le ciblage publicitaire d'annonces d'emplois. Il s'agit surtout « de clients qui ont de gros besoins, avec plusieurs centaines de recrutements annuels », souligne Thomas Allaire, fondateur de Jobijoba qui édite CV Catcher, un logiciel qui traduit les CV déposés par les candidats en « compétences », puis opère les appariements les plus pertinents.

Des profils multicom pétents

Si son outil s'adresse potentiellement à tous, il sert d'abord au recrutement de cadres ou des profils techniques comme dans l'informatique, où les employeurs déplorent des pénuries. Autre usage possible : identifier des compétences auxquelles ne correspondent que très peu de formations ou de certifications. L'exemple type est celui du data scientist, un oiseau rare que s'arrachent les entreprises. Il faut en effet « qu'il soit matheux, bon en statistiques, puisse faire du développement informatique et ait un sens du sujet qu'il traite », souligne Thomas Allaire.

Les start-up RH devancent le désir de certaines entreprises d'avoir clés en main des candidatures sur mesure, avec des profils multicom pétents. « Il nous faut un mélange d'expertise et de capacité d'écoute propre au consultant avec aussi des connaissances techniques », illustre ce responsable du recrutement d'un célèbre cabinet de conseil qui souhaite garder l'anonymat. Afin de renforcer son niveau de service en matière de transformation numérique, il expérimente le recrutement de profils issus de formations moins habituelles, pour peu qu'ils aient les compétences comportementales – les fameuses soft skills – nécessaires au métier. Pour ce faire, il s'appuie sur des start-up qui suggèrent, sur la base de leurs données, voire de l'intelligence artificielle, les profils les plus atypiques qui auraient fait leurs preuves dans d'autres contextes.

Mais les technologies numériques bénéficient aussi au recrutement des non-cadres. « Tous les secteurs sont intéressés quand ils ont des difficultés de recrutement », affirme Christian Boghos, directeur général communication, marketing et influence du groupe Manpower. Pour en témoigner, il cite le cas d'un groupe automobile qui a réussi à glaner des candidatures pour des postes d'opérateur de ligne, en envoyant des publicités à des personnes ayant déclaré s'intéresser

au tuning... sur Facebook.

Faire « abandonner le réflexe du CV »

Spécialiste de ce type de ciblage, **GoldenBees** dit avoir contribué au recrutement d'un éventail assez large de métiers où des pénuries se font sentir : médecins, psychologues, mais aussi des conseillers en banque, des assistants commerciaux, voire des aiguilleurs du train... De son côté, la start-up Goshaba, spécialisée dans l'évaluation des candidats à partir de jeux cognitifs, a aussi pu mobiliser sa solution pour des managers de la restauration rapide ou des postes de vendeurs.

Comme d'autres, ces deux start-up espèrent que leurs innovations changeront les pratiques de recrutement vers plus d'objectivité. « On veut rendre le marché du travail plus juste », souligne Camille Morvan, cofondatrice de Goshaba. C'est aussi l'espoir de Mozaïk RH, qui travaille sur l'égalité des chances des candidats issus de quartiers défavorisés. Avec sa plate-forme DiversifiezvosTalents.com en partenariat avec l'éditeur de tests AssessFirst, il s'appuie sur l'évaluation des traits de personnalité des candidats pour adresser aux employeurs des suggestions de matching effaçant le biais de la formation initiale. De quoi, espère son fondateur Saïd Hammouche, faire « abandonner le réflexe du CV ».

Mais sur ce sujet, « il y a encore beaucoup à faire », estime **FarihaShah**, de **GoldenBees**. Car, malgré l'expérience de fortes pénuries, les entreprises n'abandonnent guère l'espoir de trouver un candidat 100 % prêt à l'emploi, grâce au numérique...

« Elles ont besoin de beaucoup de volume pour recruter ceux qui correspondent le mieux à leurs critères », observe la cofondatrice de cette entreprise en forte croissance. En général, les candidats privilégiés sont très souvent ceux dont les CV, analysés par algorithme, affichent le meilleur taux de correspondance sémantique avec le poste à pourvoir, autrement dit : sur mesure.

49 % : c'est la part des recruteurs qui, en 2017, ont eu recours aux réseaux sociaux professionnels pour trouver un candidat, selon une étude de l'Apec.

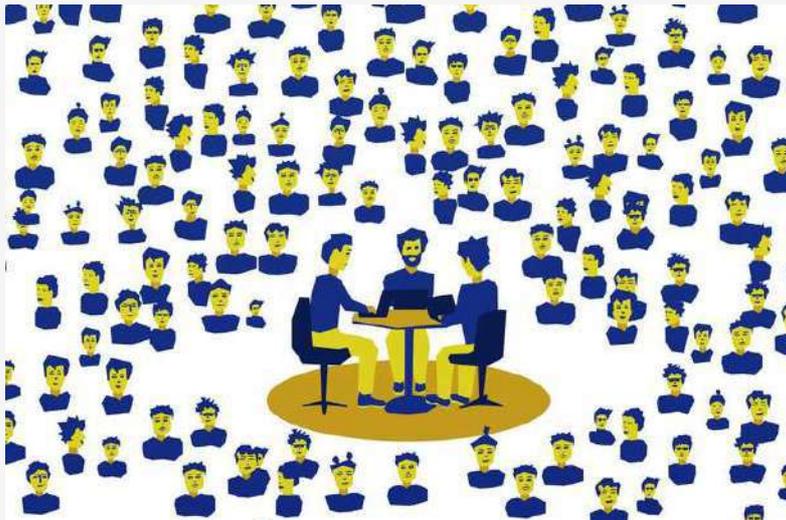
44 % : c'est, en 2018, la part de candidats qui utilisent des sites ou applications d'appariements, dits « matching », selon un sondage du cabinet de recrutement Robert Walters. Les utilisateurs les plus représentés sont les candidats spécialisés en informatique et numérique, les candidats en production industrielle et qualité, et les profils spécialisés en commercial, marketing et communication.

Catherine Abou El Khair



Grandes entreprises, start-up: à qui profite le recrutement high-tech ?

Article réservé aux abonnés



Les grandes entreprises s'intéressent à tout ce qui leur offre des solutions pour gagner la « guerre des talents ». Captation de candidatures sur les réseaux sociaux, ergonomie des sites carrières pour postuler en un clic, tri sophistiqué des candidatures : chaque détail compte pour brasser le plus large possible, puis être en capacité de choisir le meilleur. « Les entreprises doivent aller vite dans les entretiens, la convocation, pour que l'expérience candidat soit bonne et pour garder leur attention, explique Yves Grandmontagne, président du Lab RH, un groupe de start-up spécialisées dans les ressources humaines.

Impossible aujourd'hui pour une grande entreprise de se contenter des méthodes traditionnelles de recrutement, que sont la publication d'annonces ou l'organisation de salons. « Il faut des solutions nouvelles », explique Vincent Mattei, directeur de l'acquisition des talents de Thales.

Pour trouver les meilleurs ingénieurs, féminiser ses métiers ou encore dénicher des experts en

cybersécurité, le groupe électronique de défense s'appuie sur des start-up du numérique, qui augmentent ses canaux de recrutement : des forums virtuels de recrutement aux chatbots, en passant par des campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux ciblées sur les candidats qui ne sont pas en recherche active. Outre les campagnes réalisées sur LinkedIn, l'ensemble de ces méthodes représenterait grosso modo un cinquième des recrutements du groupe.

Les grandes entreprises sont les plus grandes consommatrices de ce type de services. « Elles ont plus de besoins en recrutement et une plus grande proximité avec la technologie », souligne **FarihaShah**, directrice générale de **GoldenBees**, start-up spécialisée dans le ciblage publicitaire d'annonces d'emplois. Il s'agit surtout « de clients qui ont de gros besoins, avec plusieurs centaines de recrutements annuels », souligne Thomas Allaire, fondateur de Jobijoba qui édite CV Catcher, un logiciel qui traduit les CV déposés par les candidats en « compétences », puis opère les appariements les plus pertinents.

Des profils multicompétents

Si son outil s'adresse potentiellement à tous, il sert d'abord au recrutement de cadres ou des profils techniques comme dans l'informatique, où les employeurs déplorent des pénuries. Autre usage possible : identifier des compétences auxquelles ne correspondent que très peu de formations ou de certifications. L'exemple type est celui du data scientist, un oiseau rare que s'arrachent les entreprises. Il faut en effet « qu'il soit matheux, bon en statistiques, puisse faire du développement informatique et ait un sens du sujet qu'il traite », souligne Thomas Allaire.



Le 03 juin 2019

<https://perelafouine.com/ergalis-sassocie-avec-golden-bees-pour-optimiser-la-gestion-des-investissements/>

Ergalis s'associe avec Golden Bees pour optimiser ses investissements de recrutement

Spécialisée en ciblage intelligent et automatique de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique, la start-up parisienne Golden Bees s'associe à Ergalis. Avec 300 millions de chiffre d'affaires et ses 500 collaborateurs, le groupe Ergalis est l'un des acteurs clés du recrutement sur le territoire français.

La publicité programmatique au service du recrutement le plus complexe

Golden Bees diffuse des annonces de recrutement sous forme de publicité, de manière ciblée et automatisée sur l'intégralité des médias pertinents et des supports connectés. La jeune pousse collabore depuis 2018 avec Ergalis, expert dans l'accompagnement des entreprises et des candidats dans leurs projets RH.

Avec un pôle digital dédié au développement de solutions innovantes, Le Groupe Ergalis mise sur les nouvelles technologies pour améliorer ses usages en matière de recrutement.

Dans l'objectif de répondre efficacement aux besoins de candidatures ciblées, Ergalis s'appuie sur la technologie et l'expertise de Golden Bees à travers ses solutions de sourcing innovantes. Un pré-ciblage affiné sur le web et une optimisation des campagnes basée sur la qualité des CV permet de générer des candidatures plus qualifiées à moindre coût.



Depuis le début de la collaboration, le retour sur investissement d'Ergalis a nettement augmenté avec Golden Bees car l'algorithme de ce dernier permet une gestion de fonds très fine. Ergalis a confié à Golden Bees le challenge de recruter à l'international pour un de ses client. L'objectif était de trouver des téléconseillers francophones pour travailler au Portugal. Pour cette campagne Golden Bees a réussi à attirer plus de 300 candidats dans un temps record.

Jean-Jacques DURIZY Directeur Marketing et Communication d'Ergalis
Jean-Jacques DURIZY, Directeur Marketing & Communication Groupe Ergalis, Fondateur & Dirigeant Talentpeople, résume ainsi cette collaboration : « *La solution Golden Bees nous permet d'augmenter le retour sur investissement de nos achats d'annonces d'emploi, notamment sur les méta-moteurs.* »

À propos d'Ergalis

Le groupe Ergalis, fondé par l'ancien directeur général de Randstad, Frédéric Noyer, développe depuis 2010 une expertise dans l'accompagnement des entreprises et des candidats dans leur projet RH. Son positionnement affirmé s'articule autour de solutions de staffing spécialisées à travers ses 3 marques : Ergalis France (Intérim et Recrutement), Talentpeople (Solutions de Talent Acquisition) et Transition : (Recrutement Cadres et Management de Transition).

Le Groupe s'appuie sur un réseau de plus de 130 agences et Sourcing Center en France et en Belgique. Il emploie 550 collaborateurs et réalise plus de 303 millions de chiffre d'affaire.

À propos de Golden Bees

Créée en 2015 par Jonathan Bordereau et Fariha Shah, Golden Bees est la première solution de ciblage intelligent de candidats dans le processus de

recrutement via la publicité programmatique. Basée sur une suite de technologies propriétaires d'Intelligence Artificielle, Golden Bees diffuse des annonces de recrutement, sous forme de publicité, de manière ciblée et automatisée sur l'intégralité des contextes médias pertinents et des supports connectés. Golden Bees, qui compte plus de cents entreprises clientes, dont Vinci, SNCF, Manpower.

<https://twitter.com/CatherineMoal/statuses/1136205995481403393>

<https://www.alliancy.fr/a-laffiche/rh-recrutement/2018/09/19/grace-a-golden-bees-les-offres-demploi-viennent-a-vous>



Catherine Moal

@CatherineMoal

Abonné



#RH - Grâce à @GoldenBees_RH, les offres d'emploi viennent à vous. #Recrutement



Grâce à Golden Bees, les offres d'emploi viennent à vous

Même plus besoin de traverser la rue pour trouver un job et c'est gratuit pour les demandeurs d'emploi ! « Ne cherche plus, ton job vient à toi » est la nouvelle promesse de la start-up

alliancy.fr

11:39 - 5 juin 2019





Ergalis s'associe avec GoldenBees



Spécialisée en ciblage intelligent et automatique de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique, la start-up parisienne **GoldenBees** s'associe à Ergalis. Avec 300 millions de chiffre d'affaires et ses 500 collaborateurs, le groupe Ergalis est l'un des acteurs clés du recrutement sur le territoire français.

La publicité programmatique au service du recrutement le plus complexe **GoldenBees** diffuse des annonces de recrutement sous forme de publicité, de manière ciblée et automatisée sur l'intégralité des médias pertinents et des supports connectés. La jeune pousse collabore depuis 2018 avec Ergalis, expert dans l'accompagnement des entreprises et des candidats dans leurs projets RH.

Avec un pôle digital dédié au développement de solutions innovantes, Le Groupe Ergalis mise sur les nouvelles technologies pour améliorer ses usages en matière de recrutement.

Dans l'objectif de répondre efficacement aux besoins de candidatures ciblées, Ergalis s'appuie sur la technologie et l'expertise de **GoldenBees** à travers ses solutions de sourcing innovantes. Un pré-ciblage affiné sur le web et une optimisation des campagnes basée sur la qualité des CV permet de générer des candidatures plus qualifiées à moindre coût.

Depuis le début de la collaboration, le retour sur investissement d'Ergalis a nettement augmenté avec **GoldenBees** car l'algorithme de ce dernier permet une gestion de fonds très fine. Ergalis a confié à **GoldenBees** le challenge de recruter à l'international pour un de ses clients. L'objectif était de trouver des téléconseillers francophones pour travailler au Portugal. Pour cette campagne **GoldenBees** a réussi à attirer plus de 300 candidats dans un temps record. Jean-Jacques DURIZY, Directeur Marketing & Communication Groupe Ergalis, Fondateur & Dirigeant Talentpeople, résume ainsi cette collaboration : « La solution **GoldenBees** nous permet d'augmenter le retour sur investissement de nos achats d'annonces d'emploi, notamment sur les méta-moteurs. »

<http://www.goldenbees.fr/>

<http://www.groupe-ergalis.com/>



Ergalis s'associe avec GoldenBees pour optimiser la gestion des investissements

Spécialisée en ciblage intelligent et automatique de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique, la start-up parisienne **GoldenBees** s'associe à Ergalis... Avec 300 millions de chiffre d'affaires et ses 500 collaborateurs, le groupe Ergalis est l'un des acteurs clés du recrutement sur le territoire français.

La publicité programmatique au service du recrutement le plus complexe

GoldenBees diffuse des annonces de recrutement sous forme de publicité, de manière ciblée et automatisée sur l'intégralité des médias pertinents et des supports connectés. La start-up collabore depuis 2016 avec Ergalis, expert dans l'accompagnement des entreprises et des candidats dans leurs projets RH.

Ergalis a un pôle digital dédié au développement de solutions innovantes : Bankablepeople, plateforme de mise en relation de candidats spécialisés en banque et des recruteurs, Lektio, la 1ère solution de formation RH alliant online et workshop, bootcamp, Myergalis, solution de digitalisation des process RH en intérim, et bien d'autres projets en cours de développement.

Dans l'objectif de répondre efficacement aux besoins en candidatures, Ergalis s'appuie sur la technologie et l'expertise de **GoldenBees** à travers ses solutions de sourcing innovantes et détermine les cibles media afin d'attirer des profils qualifiés et recherchés.

Depuis le début de la collaboration, le retour sur investissement d'Ergalis a nettement augmenté avec **GoldenBees** car l'algorithme de ce dernier permet une gestion de fonds très fine. Ergalis a confié à **GoldenBees** le challenge de recruter à l'international pour un de ses clients. L'objectif était de trouver des téléconseillers francophones pour travailler au Portugal. Pour cette campagne **GoldenBees** a réussi à attirer plus de 300 candidats dans un temps record.

Jean-Jacques DURIZY, Directeur Marketing & Communication Groupe Ergalis, Fondateur & Dirigeant Talentpeople, résume ainsi cette collaboration: « La solution **GoldenBees** nous permet d'augmenter le retour sur investissement de nos achats d'annonces d'emploi, notamment sur les méta-moteurs. »



Google for job maintenant compatible avec Goldenbees



Pour compléter sa suite technologique **GoldenBees** propose à ses clients des Dynamic Apply Form (DAF), ou pages de candidatures dynamiques pour améliorer les performances des campagnes de recrutement. Cette nouvelle brique technologique a permis notamment d'augmenter les taux de conversion (ratio du nombre de candidatures/nombres de vues du job) de 40% en

moyenne.

Une page de candidatures dynamique pour accueillir les flux d'offres d'emploi Le principe des pages de candidatures dynamiques est que le contenu s'adapte en fonction du profil de l'internaute-candidats. Ainsi, à partir du flux d'offres d'emploi de l'entreprise, il est possible de créer dynamiquement et en temps réel une page qui reprend tous les éléments d'une offre d'emploi, tels que le titre, le descriptif ou encore la localisation.

Le DAF de **GoldenBees** offre une expérience candidat améliorée, avec un design ergonomique et une procédure de candidature simple et optimisée pour la conversion. Et surtout, les pages de candidatures sont « responsives » puisqu'elles peuvent être utilisées via une tablette ou un smartphone peu importe la taille de l'écran. Aujourd'hui avec 1/3 des candidats qui postulent via leur téléphone mobile, **GoldenBees** permet de déployer facilement une solution qui accompagnent l'évolution des comportements candidats sur le web.

Google for Job qui est un dispositif de recherche d'offres d'emplois directement intégrée au moteur de recherche Google, se déploie en France. Le développement des pages de candidatures dynamiques **GoldenBees**, respecte les consignes mises à disposition par le Géant, pour que les annonces de ses clients soient directement admissibles au référencement dans les recherches Google for jobs. Ainsi la visibilité des offres d'emploi sur Google sont assurées, avec l'affichage de la fonction, le logo de l'entreprise, les commentaires, les notes et détails sur le poste.

Le dispositif de candidatures, intègre un module de gestion de la vie privée ou Consent Management Platform (CMP) : un outil permettant de répondre aux normes législatives en matière de protection des données personnelles. Le CMP est un outil technologique dédié à la collecte, l'enregistrement et à la restitution des consentements donnés par les utilisateurs. Présenté sous forme de module, l'outil permet de gérer les procédures de collecte d'autorisations et celles d'accès aux données mais aussi la problématique de la preuve.

<http://www.goldenbees.fr/>



Ergalis s'associe avec GoldenBees pour optimiser ses investissements de recrutement, juin 2019 par



La publicité programmatique au service du recrutement le plus complexe

GoldenBees diffuse des annonces de recrutement sous forme de publicité, de manière ciblée et automatisée sur l'intégralité des médias pertinents et des supports connectés. La jeune pousse collabore depuis 2018 avec Ergalis, expert dans l'accompagnement des entreprises et des candidats dans leurs projets RH. Avec un pôle digital dédié au développement de solutions innovantes, Le Groupe Ergalis mise sur les nouvelles technologies pour améliorer ses usages en matière de recrutement.

Dans l'objectif de répondre efficacement aux besoins de candidatures ciblées, Ergalis s'appuie sur la technologie et l'expertise de **GoldenBees** à travers ses solutions de sourcing innovantes. Un pré-ciblage affiné sur le web et une optimisation des campagnes basée sur la qualité des CV permet de générer des candidatures plus qualifiées à moindre coût.

Depuis le début de la collaboration, le retour sur investissement d'Ergalis a nettement augmenté avec **GoldenBees** car l'algorithme de ce dernier permet une gestion de fonds très fine. Ergalis a confié à **GoldenBees** le challenge de recruter à l'international pour un de ses clients. L'objectif était de trouver des téléconseillers francophones pour travailler au Portugal. Pour cette campagne **GoldenBees** a réussi à attirer plus de 300 candidats dans un temps record.



URL :<http://www.twitter.com>

PAYS :France

TYPE :Médias sociaux



► 13 juin 2019

> Version en ligne



Olivier_Kauf

@Olivier_Kauf

353545

Tweets

859

Following

7525

Followers

Ergalis s'associe avec Golden Bees Lire l'article : <https://t.co/M3GXREsW3h>

Ergalis s'associe avec Golden Bees

Lire l'article : <https://t.co/M3GXREsW3h>





Quel bilan pour le marché de l'emploi en 2018 ?

GoldenBees, solution de recrutement programmatique de référence sur le marché français et européen, propose un bilan du marché de l'emploi en France en 2018. Sachant que la solution a diffusé plus de 700 000 offres d'emploi en 2018, elle a choisi de les analyser ainsi que les interactions qui en ont découlé (plus de 7 millions de candidatures), pour en tirer certaines conclusions. Plongeons-nous un instant dans cette enquête riche et passionnante au travers de son infographie colorée qui met en avant 3 indicateurs clés.

Quelles sont les régions les plus attractives ?

Selon cette étude, les trois régions qui ont obtenu le meilleur ratio d'attractivité pour les candidats en 2018 sont l'Île-de-France, la région PACA et l'Occitanie.

L'Île-de-France, bassin économique intéressant bien qu'étant une région moins industrielle que les deux autres lauréats de ce classement, connaît peu de pénurie de main-d'œuvre. En concentrant à la fois le plus d'offres d'emploi et le plus grand nombre de candidatures, elle comptabilise 2,5 fois plus de candidatures uniques que d'offres d'emploi. Notons que les emplois les plus attractifs se retrouvent dans le secteur de la vente, de la finance et des RH, au détriment du secteur de la santé.

Deuxième lauréate, la région PACA (Provence-Alpes-Côte d'Azur) ! Cette région connue et reconnue pour son cadre de vie agréable enregistre 1,4 fois plus de candidatures uniques que d'offres d'emploi. Sans grande surprise, c'est le tourisme qui sort du lot parmi les secteurs qui attirent le plus les candidats (emploi saisonnier), suivi de près par les postes de services en entreprise, tandis que les secteurs du bâtiment et de l'industrie sont à la peine.

Enfin, en troisième position, place à l'Occitanie ! En effet, avec 1,3 fois plus de candidatures uniques que d'offres d'emploi, cette région connaît un développement économique dynamique qui traduit la variété et la richesse de créations d'emplois selon des secteurs variés (industrie, agriculture, etc.).

Quels domaines recrutent le plus ?

Comme nous l'avons vu, ce sont les postes de service en entreprise qui attirent majoritairement les candidats. Voici le top 3 des domaines ou métiers les plus attractifs :

« marketing – communication – produit – projet web » (chargé de communication, responsable marketing, etc.) ;

« accueil- secrétariat -fonctions administratives » (assistant de direction, assistant de gestion, etc.) ;

« acheteur-juridique- qualité-ressources humaines –direction » (acheteur, assistant en ressources humaines, etc.).

Or, ce ne sont pas les domaines, côté recruteurs, où la demande est la plus forte, puisqu'ils recherchent principalement sur les secteurs suivants :

15 % pour le commerce ;

11 % pour le BTP ;

13 % pour la manutention.

A contrario, voici les secteurs qui recrutent le moins :

l'agriculture avec 0,2 % d'offres d'emploi ; le tourisme avec 0,3 % d'offres d'emploi ; la puériculture avec 0,5 % d'offres d'emploi.

Il est à noter que certains de ces secteurs dits « pénuriques » le sont car des compétences très

spécifiques sont ardemment recherchées chez les candidats. C'est le cas dans les domaines : de l'industrie automobile (pour les carrossiers, mécaniciens, tourneurs fraiseurs, etc.) ; du BTP (pour les métiers de maçon, plombier, menuisier, etc.) ; et du médical (pour les métiers en orthophonie, kinésithérapie, etc.).

Quels contrats sont les plus proposés ?

Le CDI (contrat à durée indéterminée) occupe la première place de ce classement avec 47 % de contrats de ce type proposés en 2018 contre 54 % en 2017. Une baisse que rencontre également le CDD (contrat à durée déterminée) avec 19 % en 2017 contre 14 % en 2018 qui occupe la troisième place juste derrière le contrat intérim. En parlant de contrat intérim, son nombre a considérablement augmenté en 2018, passant de 27 % à 36 %, méritant ainsi d'occuper la seconde place de ce classement.

Côté recrutement, les domaines qui recrutent le plus en CDI sont :

à 21 % en « Commerce-Vente-Grande Distribution » ; à 12 % en « Banque-Finance-Gestion Comptabilité » ; à 10 % en « Bâtiment-Travaux Publics –Architecture ».

Ceux qui recrutent le plus en intérim sont :

à 20 % en « Logistique – Manutention – Transport » ; à 17 % en « Industrie » ; à 13 % en « Bâtiment –Travaux Publics –Architecture ».

Et ceux en CDD sont :

à 15 % en « Banque-Finance-Gestion Comptabilité » ; à 13 % en « Commerce-Vente-Grande Distribution » ; à 12 % en « Juridique-Qualité-Ressources Humaines –Direction ».

Source: **GoldenBees**



jeudi 26 juin 2019

Titre de l'article: Robotik #16, Wendy-Ann Carpentier reçoit Fariha Shah

Resume: Golden Bees

Date: 26/06/2019

Theme:

Auteur: Wendy-Ann Carpentier

Supports media: Radiofmplus.org

Client: Golden Bees

Liens:
<http://extranet.escalconsulting.com/multimedia/190626-radiofmplus.org.mp3>



Le 26 Juin 2019

http://www.radiofmplus.org/robotik-19-06/?fbclid=IwAR1mtX_9-YHmpDZ4R9Z4WlvQ66adzLI5dD9rq0afBlqZ2F6QXWCYxTfxrA

Culture Podcasts

🕒 26 juin 2019
👤 Radio FM-plus
💬 No Comment



GoldenBees



Radio Fm-Plus Montpellier, vous fait découvrir GoldenBees une application pour favoriser l'emploi avec son invitée Fariha Shah.

Nombre de mots : 17

Dernière modification par Guylène DUBOIS, le 20 juin 2019 à 15 h 36 min

Golden Bees

Golden Bees obtient le 1er prix TechAtWork 2019 pour les salariés IT les plus motivés et heureux

Le jury du Prix de MyCompany HappyIndex® – TechAtWork 2019 vient de décerner à Golden Bees la première place dans son classement qui récompense le management du bien-être au travail pour les salariés travaillant dans la fonction Tech / IT / Data ! L'annonce a été faite lors de l'événement HappyIndex®AtWork 2019 réunissant les entreprises où les salariés sont les plus motivés et heureux. La soirée a été organisée par ChooseMycompany et les EchosStart le 19 juin à Paris.

Golden Bees est une scale-up parisienne spécialisée en ciblage intelligent de candidats qui a mis au point sa solution innovante basée sur une suite de technologies propriétaires exploitant le Big Data et l'Intelligence Artificielle. **Golden Bees** a obtenu la note de 9.64/10 à la suite des votes de ses collaborateurs. Les salariés ont évalué l'entreprise dans les catégories comme la fierté (100% des votes positifs des salariés), le plaisir (100% également), le salaire et la reconnaissance, le développement professionnel, motivation et management et environnement stimulant. Cette note a donné à Golden Bees la première place dans le classement sur la partie IT ! **Fariha Shah**, la co-fondatrice de **Golden Bees** commente ainsi ce Prix de TechAtWork : « Cette récompense confirme que notre management des RH est une réussite ! Grâce au management collaboratif, on sort des codes traditionnels, on pense équipe et non hiérarchie ! La bienveillance, valeur fondamentale qu'on a réussie à transmettre, offre une ambiance de travail saine. Et évidemment l'impact sociétal de la solution **Golden Bees** joue un rôle très important ».

Générés à partir des notations des salariés travaillant dans la fonction Tech / IT / Data, les classements ChooseMyCompany HappyIndex – TechAtWork® 2019 sont disponibles sur le site choosemycompany.com, en partenariat avec LesJeudis.com.

<https://www.jaimelesstartups.fr/news/golden-bees-automatisation-recherche-d-emploi/>

Golden Bees

Golden Bees offre une solution permettant d'automatiser d'une part la recherche d'emploi pour les candidats et d'autre part de profils pour les recruteurs. Dans un contexte où plus de 38% des entreprises de toutes tailles ont des difficultés à trouver les bons candidats, Golden Bees œuvre pour faciliter la rencontre entre l'offre et la demande sur le marché du recrutement de l'emploi en Europe.

Robot intelligent pour les recruteurs et les candidats

La plateforme technologique, Golden Bees permet aux recruteurs de diffuser des offres d'emploi sur l'intégralité du web (via les sites d'emploi, les réseaux sociaux et tous les sites web monétisés) de manière ciblée et optimisée, et de générer des candidatures qualifiées sans aucun effort. Comment marche le processus de sourcing ?

1/ Grâce à une base de données de plus d'1 million d'offres et plus de 10 million de profils de candidats-internautes, un algorithme de Deep learning permet de faire la correspondance entre le contenu sémantique d'une offre et le profil et les intérêts professionnels d'un internaute candidat et de les classer par catégorie professionnelle.

2/ Une offre d'emploi personnalisée pour chaque internaute-candidat est diffusée sous forme de publicité dynamique (contenu qui s'adapte en fonction du profil) sur tous les contextes médias du web dès lors qu'un internaute se connecte sur tous types d'outil.

3/ Le candidat est redirigé vers une page d'arrivée dynamique pour postuler, qui est optimisée pour la conversion (contenu qui s'adapte en fonction du profil).

4/ Le recruteur reçoit des candidatures qui sont « notées » par un algorithme, selon la pertinence des candidatures. Cette solution a permis à une centaine d'entreprises, telles que SNCF Réseau, Société générale, Ergalis, Vinci, l'armée de terre ou encore Manpower de générer des candidatures qualifiées (+ 40% comparé aux méthodes de

recrutement traditionnelles), de réduire les coûts d'acquisition de 60% ou plus, et de recruter des collaborateurs. Par exemple, 34% des candidats ayant postulé via Golden Bees pour SNCF réseau, sont entrés dans le processus de recrutement pour un poste d'aiguilleur de train, alors qu'il s'agit d'un profil « pénurique ».

Conscient de l'impact sociétal, Golden Bees développe également une solution B to C destinée aux candidats, appelée Wan2bee. Il s'agit d'un service en ligne gratuit, qui permet aux internautes-candidats de recevoir des offres d'emploi personnalisées sous différentes formes sur leurs navigations web, d'accéder à toutes les offres d'emploi les plus pertinentes pour leurs profils depuis une plateforme, de créer des CVs optimisés, d'enregistrer et suivre les candidatures ou encore d'accéder à des conseils pour augmenter ses chances d'obtenir l'emploi recherché. A cela s'ajoute la possibilité d'automatiser l'acte de postuler à des offres, via un robot intelligent !

Golden Bees a des grandes ambitions, puisqu'avec le déploiement de sa plateforme SAS, ils visent le surdimensionnement de sa solution en équipant les entreprises, de toutes tailles, en passant par les ETI en France et en Europe. Côté candidat, Wan2bee deviendra l'outil de référence pour les internautes demandeurs d'emploi et dans ce sens, Golden Bees envisage une stratégie d'acquisition puissante pour atteindre plus d'1 million d'utilisateurs d'ici 2020.



Ne cherche plus ton job il vient à toi

Paris, le 12 juillet 2019, à vous de tester.... wimadame vous informe Spécialisée en ciblage intelligent et automatique de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique, la scale-up parisienne **GoldenBees** a lancé un nouveau service à destination des candidats en recherche d'emploi sur le web: **Wan2bee**. Il s'agit du 1er service gratuit et sans engagement qui permet aux internautes de visualiser des offres d'emploi à la place des publicités en ligne, lors de leur navigation sur Internet. La deuxième version prévoit une suite de fonctionnalité qui inclus le suivi du statut des candidatures, la création de CV et l'automatisation de la candidature sur plusieurs milliers d'offres d'emploi.

La plateforme qui va changer le monde de recrutement

Fondée en juillet 2015 par **JonathanBordereau**, expert en recrutement et publicité avec plus de 10 ans d'expérience, et **FarihaShah**, spécialiste en publicité web à la performance avec 10 ans d'expérience, la scale-up **GoldenBees** compte parmi ses collaborateurs une trentaine d'experts en Big Data, développement informatique, Ressources Humaines et webmarketing.



GoldenBees automatise le recrutement de candidats sur le web

Temps de lecture : 2 minutes



Robot intelligent pour les recruteurs et les candidats

GoldenBees offre une solution permettant d'automatiser d'une part la recherche d'emploi pour les candidats et d'autre part de profils pour les recruteurs. Dans un contexte où plus de 38% des entreprises de toutes tailles ont des difficultés à trouver les bons candidats, **GoldenBees** œuvre pour faciliter la rencontre entre l'offre et la demande sur le marché du recrutement de l'emploi en Europe.

La plateforme technologique, **GoldenBees** permet aux recruteurs de diffuser des offres d'emploi sur l'intégralité du web (via les sites d'emploi, les réseaux sociaux et tous les sites web monétisés) de manière ciblée et optimisée, et de générer des candidatures qualifiées sans aucun effort.

Comment marche le processus de sourcing ?

1/ Grâce à une base de données de plus d'1 million d'offres et plus de 10 million de profils de candidats-internautes, un algorithme de Deep learning permet de faire la correspondance entre le contenu sémantique d'une offre et le profil et les intérêts professionnels d'un internaute candidat et de les classer par catégorie professionnelle.

2/ Une offre d'emploi personnalisée pour chaque internaute-candidat est diffusée sous forme de publicité dynamique (contenu qui s'adapte en fonction du profil) sur tous les contextes médias du web dès lors qu'un internaute se connecte sur tous types d'outil.

3/ Le candidat est redirigé vers une page d'arrivée dynamique pour postuler, qui est optimisée pour la conversion (contenu qui s'adapte en fonction du profil).

4/ Le recruteur reçoit des candidatures qui sont « notées » par un algorithme, selon la pertinence des candidatures.

Cette solution a permis à une centaine d'entreprises, telles que SNCF Réseau, Société générale, Ergalis, Vinci, l'armée de terre ou encore Manpower de générer des candidatures qualifiées (+ 40% comparé aux méthodes de recrutement traditionnelles), de réduire les coûts d'acquisition de 60% ou plus, et de recruter des collaborateurs.

Par exemple, 34% des candidats ayant postulé via **GoldenBees** pour SNCF réseau, sont entrés dans le processus de recrutement pour un poste d'aiguilleur de train, alors qu'il s'agit d'un profil « pénurique ».

Conscient de l'impact sociétal, **GoldenBees** développe également une solution B to C destinée aux candidats, appelée **Wan2bee**.

Il s'agit d'un service en ligne gratuit, qui permet aux internautes-candidats de recevoir des offres d'emploi personnalisées sous différentes formes sur leurs navigations web, d'accéder à toutes les offres d'emploi les plus pertinentes pour leurs profils depuis une plateforme, de créer des CVs optimisés, d'enregistrer et suivre les candidatures ou encore d'accéder à des conseils pour augmenter ses chances d'obtenir l'emploi recherché. A cela s'ajoute la possibilité d'automatiser l'acte de postuler à des offres, via un robot intelligent !

GoldenBees a des grandes ambitions, puisqu'avec le déploiement de sa plateforme SAS, ils visent le surdimensionnement de sa solution en équipant les entreprises, de toutes tailles, en passant par les ETI en France et en Europe.

Côté candidat, **Wan2bee** deviendra l'outil de référence pour les internautes demandeurs d'emploi et dans ce sens, **GoldenBees** envisage une stratégie d'acquisition puissante pour atteindre plus d'1

million d'utilisateurs d'ici 2020.

Partager :

- [Tweet](#)
- [Facebook](#)
- [Twitter](#)
- [Partager sur Tumblr](#)
- [E-mail](#)
- [Imprimer](#)

Articles similaires



GoldenBees automatise le recrutement de candidats sur le web



Dans un contexte où plus de 38% des entreprises de toutes tailles ont des difficultés à trouver les bons candidats, **GoldenBees** œuvre pour faciliter la rencontre entre l'offre et la demande sur le marché du recrutement de l'emploi en Europe.

Robot intelligent pour les recruteurs et les candidats : La plateforme technologique, **GoldenBees** permet aux recruteurs de diffuser des offres d'emploi sur l'intégralité du web (via les sites d'emploi, les réseaux sociaux et tous les sites web monétisés) de manière ciblée et optimisée, et de générer des candidatures qualifiées sans aucun effort.

Comment marche le processus de sourcing ?

1. Grâce à une base de données de plus d'1 million d'offres et plus de 10 million de profils de candidats-internautes, un algorithme de Deep learning permet de faire la correspondance entre le contenu sémantique d'une offre et le profil et les intérêts professionnels d'un internaute candidat et de les classer par catégorie professionnelle.
2. Une offre d'emploi personnalisée pour chaque internaute-candidat est diffusée sous forme de publicité dynamique (contenu qui s'adapte en fonction du profil) sur tous les contextes médias du web dès lors qu'un internaute se connecte sur tous types d'outil.
3. Le candidat est redirigé vers une page d'arrivée dynamique pour postuler, qui est optimisée pour la conversion (contenu qui s'adapte en fonction du profil).
4. Le recruteur reçoit des candidatures qui sont « notées » par un algorithme, selon la pertinence des candidatures.

Cette solution a permis à une centaine d'entreprises, telles que SNCF Réseau, Société générale, Ergalis, Vinci, l'armée de terre ou encore Manpower de générer des candidatures qualifiées (+ 40% comparé aux méthodes de recrutement traditionnelles), de réduire les coûts d'acquisition de 60% ou plus, et de recruter des collaborateurs.

Par exemple, 34% des candidats ayant postulé via **GoldenBees** pour SNCF réseau, sont entrés dans le processus de recrutement pour un poste d'aiguilleur de train, alors qu'il s'agit d'un profil « pénurique ».

Conscient de l'impact sociétal, **GoldenBees** développe également une solution B to C destinée aux candidats, appelée **Wan2bee**.

Il s'agit d'un service en ligne gratuit, qui permet aux internautes-candidats de recevoir des offres d'emploi personnalisées sous différentes formes sur leurs navigations web, d'accéder à toutes les offres d'emploi les plus pertinentes pour leurs profils depuis une plateforme, de créer des CVs optimisés, d'enregistrer et suivre les candidatures ou encore d'accéder à des conseils pour augmenter ses chances d'obtenir l'emploi recherché. A cela s'ajoute la possibilité d'automatiser l'acte de postuler à des offres, via un robot intelligent !

GoldenBees a des grandes ambitions, puisqu'avec le déploiement de sa plateforme SAS, ils visent le surdimensionnement de sa solution en équipant les entreprises, de toutes tailles, en passant par les ETI en France et en Europe.

Côté candidat, **Wan2bee** deviendra l'outil de référence pour les internautes demandeurs d'emploi et dans ce sens, **GoldenBees** envisage une stratégie d'acquisition puissante pour atteindre plus d'1 million d'utilisateurs d'ici 2020.

<http://www.goldenbees.fr/>



Le marché du recrutement en pleine restructuration



Source de nombreux bouleversements, les nouvelles technologies ont permis aux acteurs traditionnels de monter en gamme en remplaçant l'humain sur les activités à forte valeur ajoutée. L'efficacité des entreprises qui recrutent, ne cesse de croître grâce aux nombreuses opportunités offertes par le digital pour les acteurs, comme l'IA, la vidéo, l'exploitation des Big Data, les nouveaux outils de sourcing, etc. Le marché du recrutement est officiellement en pleine transformation en 2019 !

Les grandes manœuvres dans le domaine des ressources humaines en 2019

La transformation numérique implique des modifications importantes en particulier dans le domaine des ressources humaines. Pour s'adapter aux évolutions des usages d'une part et aux tensions du marché d'autre part, les acteurs majeurs du domaine recherchent des spécialistes des nouvelles technologies du numérique.

C'est pour cette raison, qu'INDEED vient de racheter ClickIQ, une plate-forme technologique de recrutement programmatique basé au UK, que l'entreprise américaine Stepstone rachète l'américain Appcast, logiciel de publicité d'emploi programmatique et que TMP Worldwide annonce également l'acquisition de Perengo, plateforme de recrutement programmatique cet été.

En parallèle les cabinets de recrutement comme Manpower ou Ergalis affichent leurs partenariats avec des acteurs innovants du recrutement programmatique.

Le développement de solutions programmatiques par les sites d'emploi est au cœur de l'avenir du domaine, même Google intègre de nouvelles fonctionnalités dans ce sens. **GoldenBees** a mis en place aujourd'hui les pages des candidatures dynamiques pour s'intégrer à Google for Jobs devenu un des plus grands moteurs de recherche d'emploi optimisé en France.

Un marché qui privilégie l'intelligence artificielle et les nouveaux usages candidats

L'IA, appliquée au secteur de l'emploi, à la fois captivante et effrayante, est aussi porteuse de solutions d'avenir comme le sourcing automatisé programmatique de candidats.

Grâce à ces innovations, et plus particulièrement à la publicité programmatique, on cherche des candidats partout sur le web, ceci permet aussi bien de recruter les bonnes personnes que de maintenir sa marque employeur. Les entreprises qui utilisent les dernières technologies montrent aux candidats leur ambition de se développer pour vivre avec leur temps, ce qui permet aux

employés d'être toujours au cœur des innovations.

Il y aussi des pépites en France !

L'IA devient réalité en Europe même sans les GAFAs. Spécialisée en ciblage intelligent et automatique de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique, la scale-up parisienne **GoldenBees** reste leader de son domaine en France. Son premier service gratuit et sans engagement, **Wan2bee**, qui permet aux internautes de visualiser plus d'1 million d'offres d'emploi par mois à la place des publicités en ligne est devenu la vraie innovation de l'été 2019.



GoldenBees a développé des solutions de publicité programmatique, la plateforme de CV scorés pour les recruteurs, la génération de candidatures qualifiées, ainsi que le contenu des pages qui s'adapte automatiquement en fonction du profil de l'internaute-candidats.

Partager :

- Facebook
- Twitter
- LinkedIn
- Pinterest
- Tumblr
- Reddit
- E-mail
- Plus
-
- Pocket
- Telegram
-
- WhatsApp
-

emploi IA recrutement



Quand les robots répondront aux offres d'emploi à la place des candidats en quête d'un job...

De nombreuses plateformes existent pour trouver un emploi: Indeed, Monster, Keljob ou encore Cadremploi* (premier site de recrutement dédié aux cadres) mais la recherche peut s'avérer longue et parfois lassante avec des dizaines de pages à faire défiler. Au fil du temps, le recrutement se modernise et se personnalise: RégionsJob (5è sur le marché de la recherche d'emploi, avec 2, 24 millions de visiteurs uniques par mois) capitalise ainsi sur sa «CVthèque», une base de CV auxquels les recruteurs ont accès. «Chaque jour, RegionsJob envoie automatiquement des CV aux entreprises qui recrutent en analysant leur contenu», explique Liselotte Huguenin Bergenat, Responsable des ressources humaines du site. La sélection de candidats est donc plus rapide pour les employeurs.

» **LIRE AUSSI - Emploi: «L'intelligence artificielle rend le recrutement plus efficace»**

La plateforme **Wan2bee**, lancée en septembre dernier par Golden Bess (société de ciblage intelligent via la publicité), va plus loin. Un programme informatique examine des offres d'emploi disponibles en fonction des critères de recherche (secteurs, métiers, localisations, types de contrats) et les présente à l'endroit des espaces publicitaires sur le web. Si l'offre correspond aux attentes, il suffit de cliquer dessus pour être redirigé vers l'offre complète et de postuler. Il est ainsi désormais possible de trouver des offres d'emploi lors d'une session de shopping en ligne ou en réservant ses prochaines vacances sur internet.

Remplacer la publicité par un contenu utile

«L'objectif est dans un premier temps de rendre l'espace publicitaire utile et d'améliorer la correspondance de l'offre et la demande grâce à l'intelligence artificielle. **Wan2bee** donne la possibilité aux utilisateurs de choisir la façon dont leurs données personnelles sont exploitées, selon leurs besoins», précise **FarihaShah**, cofondatrice et directrice de **Goldenbees**. Grâce au ciblage intelligent, ce nouveau service donne à l'utilisateur l'accès à plus d'un million d'offres d'emploi par mois en CDI, CDD, stage... dans de nombreux secteurs et dans toute la France. Il permet également d'attirer une catégorie de profils en recherche d'emploi peu réceptive aux canaux traditionnels (mais présents sur le web et les réseaux sociaux) comme les techniciens de surface, les agents du BTP...

» **LIRE AUSSI -**

<http://www.lefigaro.fr/conjoncture/les-intentions-d-emploi-des-entreprises-en-forte-hausse-en-2019-20190411>

Avec déjà 200.000 utilisateurs depuis le lancement il y a moins d'un an, **Wan2bee** prévoit d'élargir son offre de services. Le site proposera dès la rentrée un suivi des candidatures, la création de CV optimisés ainsi que des conseils pour augmenter ses chances d'obtenir l'emploi recherché. Plus innovant: un robot pourra même postuler à des offres d'emploi à la place du candidat grâce aux données déjà enregistrées. Ce système, basé sur l'intelligence artificielle, sera toutefois régulé et n'enverra pas plus d'une dizaine de CV par jour.

*Cadremploi appartient au Groupe Figaro.

https://fr.news.yahoo.com/robots-r%C3%A9pondront-offres-d-emploi-%C3%A0-place-candidats-073440288.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAAKGm-hDfOlhz9zqjX8eY0YuzlN-tHsL57-zKXpNfAs4qeZpd8YmujJeJ48dpxllgt2yEV-M1UO2E4qIZ_cZBG0FHxCkkHRweikUH7FK3IH4HEYYYpa6_1kc-tmcVBwfoi4HNmpSAObH0wkYjNvAe2lvWln_rIToWnnXJN3YEwBM

Quand les robots répondront aux offres d'emploi à la place des candidats en quête d'un job...



Il est de plus en plus difficile pour les chômeurs de trouver des offres d'emploi qui correspondent à leurs attentes. De nouveaux acteurs se développent sur le marché du recrutement, comme Wan2bee qui propose de remplacer les espaces publicitaires sur internet par des offres d'emploi personnalisées.

De nombreuses plateformes existent pour trouver un emploi : Indeed, Monster, Keljob ou encore [Cadremploi](#)* (premier site de recrutement dédié aux cadres) mais la recherche peut s'avérer longue et parfois lassante avec des dizaines de pages à faire défiler. Au fil du temps, le recrutement se modernise et se personnalise : RégionsJob (troisième sur le marché de la recherche d'emploi, avec

2,4 millions de visiteurs uniques par mois) capitalise ainsi sur sa «CVthèque», une base de CV auxquels les recruteurs ont accès. «Chaque jour, RegionsJob envoie automatiquement des CV aux entreprises qui recrutent en analysant leur contenu», explique Liselotte Huguenin Bergenat, Responsable des ressources humaines du site. La sélection de candidats est donc plus rapide pour les employeurs. De son côté, la base de CV de [Cadremploi](#), [CV Aden](#), totalise 4 millions de CV.

La plateforme Wan2bee, lancée en septembre dernier par Golden Bees (société de ciblage intelligent via la publicité), va plus loin. Un programme informatique examine des offres d'emploi disponibles en fonction des critères de recherche (secteurs, métiers, localisations, types de contrats) et les présente à l'endroit des espaces publicitaires sur le web. Si l'offre correspond aux attentes, il suffit de cliquer dessus pour être redirigé vers l'offre complète et de postuler. Il est ainsi désormais possible de trouver des offres d'emploi lors d'une session de shopping en ligne ou en réservant ses prochaines vacances sur internet.

« L'objectif est dans un premier temps de rendre l'espace publicitaire utile et d'améliorer la correspondance de l'offre et la demande grâce à l'intelligence artificielle. Wan2bee donne la possibilité aux utilisateurs de choisir la façon dont leurs données personnelles sont exploitées, selon leurs besoins», précise Fariha Shah, cofondatrice et directrice de Golden bees. Grâce au ciblage intelligent, ce nouveau service donne à l'utilisateur l'accès à plus d'un million d'offres d'emploi par mois en CDI, CDD, stage... dans de nombreux secteurs et dans toute la France. Il permet également d'attirer une catégorie de profils en recherche d'emploi peu réceptive aux canaux traditionnels (mais présents sur le web et les réseaux sociaux) comme les techniciens de surface, les agents du BTP...

[Les "+" de l'alternance !](#)

La formation qui allie apprentissage et salaires, idéale pour vos études. A découvrir !

[En savoir plus](#)

Avec déjà 200.000 utilisateurs depuis le lancement il y a moins d'un an, Wan2bee prévoit d'élargir son offre de services. Le site proposera dès la rentrée un suivi des candidatures, la création de CV optimisés ainsi que des conseils pour augmenter ses chances d'obtenir l'emploi recherché. Plus innovant : un robot pourra même postuler à des offres d'emploi à la place du candidat grâce aux données déjà enregistrées. Ce système, basé sur l'intelligence artificielle, sera toutefois régulé et n'enverra pas plus d'une dizaine de CV par jour.

Quand les robots répondront aux offres d'emploi à la place des candidats en quête d'un job...



Il est de plus en plus difficile pour les chômeurs de trouver des offres d'emploi qui correspondent à leurs attentes. De nouveaux acteurs se développent sur le marché du recrutement, comme Wan2bee qui propose de remplacer les espaces publicitaires sur internet par des offres d'emploi personnalisées.

De nombreuses plateformes existent pour trouver un emploi : Indeed, Monster, Keljob ou encore [Cadremploi](#)* (premier site de recrutement dédié aux cadres) mais la recherche peut s'avérer longue et parfois lassante avec des dizaines de pages à faire défiler. Au fil du temps, le recrutement se modernise et se personnalise : RégionsJob (troisième sur le marché de la recherche d'emploi, avec 2,4 millions de visiteurs uniques par mois) capitalise ainsi sur sa «CVthèque», une

base de CV auxquels les recruteurs ont accès. «Chaque jour, RegionsJob envoie automatiquement des CV aux entreprises qui recrutent en analysant leur contenu», explique Liselotte Huguenin Bergenat, Responsable des ressources humaines du site. La sélection de candidats est donc plus rapide pour les employeurs. De son côté, la base de CV de [Cadremploi](#), [CV Aden](#), totalise 4 millions de CV.

La plateforme Wan2bee, lancée en septembre dernier par Golden Bees (société de ciblage intelligent via la publicité), va plus loin. Un programme informatique examine des offres d'emploi disponibles en fonction des critères de recherche (secteurs, métiers, localisations, types de contrats) et les présente à l'endroit des espaces publicitaires sur le web. Si l'offre correspond aux attentes, il suffit de cliquer dessus pour être redirigé vers l'offre complète et de postuler. Il est ainsi désormais possible de trouver des offres d'emploi lors d'une session de shopping en ligne ou en réservant ses prochaines vacances sur internet.

« L'objectif est dans un premier temps de rendre l'espace publicitaire utile et d'améliorer la correspondance de l'offre et la demande grâce à l'intelligence artificielle. Wan2bee donne la possibilité aux utilisateurs de choisir la façon dont leurs données personnelles sont exploitées, selon leurs besoins», précise Fariha Shah, cofondatrice et directrice de Golden bees. Grâce au ciblage intelligent, ce nouveau service donne à l'utilisateur l'accès à plus d'un million d'offres d'emploi par mois en CDI, CDD, stage... dans de nombreux secteurs et dans toute la France. Il permet également d'attirer une catégorie de profils en recherche d'emploi peu réceptive aux canaux traditionnels (mais présents sur le web et les réseaux sociaux) comme les techniciens de surface, les agents du BTP...

[Les "+" de l'alternance !](#)

La formation qui allie apprentissage et salaires, idéale pour vos études. A découvrir !

[En savoir plus](#)

Avec déjà 200.000 utilisateurs depuis le lancement il y a moins d'un an, Wan2bee prévoit d'élargir son offre de services. Le site proposera dès la rentrée un suivi des candidatures, la création de CV optimisés ainsi que des conseils pour augmenter ses chances d'obtenir l'emploi recherché. Plus innovant : un robot pourra même postuler à des offres d'emploi à la place du candidat grâce aux données déjà enregistrées. Ce système, basé sur l'intelligence artificielle, sera toutefois régulé et n'enverra pas plus d'une dizaine de CV par jour.

Quand les robots répondront aux offres d'emploi à la place des candidats en quête d'un job...



Il est de plus en plus difficile pour les chômeurs de trouver des offres d'emploi qui correspondent à leurs attentes. De nouveaux acteurs se développent sur le marché du recrutement, comme Wan2bee qui propose de remplacer les espaces publicitaires sur internet par des offres d'emploi personnalisées.

De nombreuses plateformes existent pour trouver un emploi : Indeed, Monster, Keljob ou encore [Cadremploi](#)* (premier site de recrutement dédié aux cadres) mais la recherche peut s'avérer longue et parfois lassante avec des dizaines de pages à faire défiler. Au fil du temps, le recrutement se modernise et se personnalise : RégionsJob (troisième sur le marché de la recherche d'emploi, avec 2,4 millions de visiteurs uniques par mois) capitalise ainsi sur sa «CVthèque», une base de CV auxquels les recruteurs ont accès. «Chaque jour, RégionsJob envoie automatiquement des CV aux entreprises qui recrutent en analysant leur contenu»,

explique Liselotte Huguenin Bergenat, Responsable des ressources humaines du site. La sélection de candidats est donc plus rapide pour les employeurs. De son côté, la base de CV de [Cadremploi](#), [CV Aden](#), totalise 4 millions de CV.

La plateforme Wan2bee, lancée en septembre dernier par Golden Bees (société de ciblage intelligent via la publicité), va plus loin. Un programme informatique examine des offres d'emploi disponibles en fonction des critères de recherche (secteurs, métiers, localisations, types de contrats) et les présente à l'endroit des espaces publicitaires sur le web. Si l'offre correspond aux attentes, il suffit de cliquer dessus pour être redirigé vers l'offre complète et de postuler. Il est ainsi désormais possible de trouver des offres d'emploi lors d'une session de shopping en ligne ou en réservant ses prochaines vacances sur internet.

« L'objectif est dans un premier temps de rendre l'espace publicitaire utile et d'améliorer la correspondance de l'offre et la demande grâce à l'intelligence artificielle. Wan2bee donne la possibilité aux utilisateurs de choisir la façon dont leurs données personnelles sont exploitées, selon leurs besoins», précise Fariha Shah, cofondatrice et directrice de Golden bees. Grâce au ciblage intelligent, ce nouveau service donne à l'utilisateur l'accès à plus d'un million d'offres d'emploi par mois en CDI, CDD, stage... dans de nombreux secteurs et dans toute la France. Il permet également d'attirer une catégorie de profils en recherche d'emploi peu réceptive aux canaux traditionnels (mais présents sur le web et les réseaux sociaux) comme les techniciens de surface, les agents du BTP...

[Les "+" de l'alternance !](#)

La formation qui allie apprentissage et salaires, idéale pour vos études. A découvrir !

[En savoir plus](#)

Avec déjà 200.000 utilisateurs depuis le lancement il y a moins d'un an, Wan2bee prévoit d'élargir son offre de services. Le site proposera dès la rentrée un suivi des candidatures, la création de CV optimisés ainsi que des conseils pour augmenter ses chances d'obtenir l'emploi recherché. Plus innovant : un robot pourra même postuler à des offres d'emploi à la place du candidat grâce aux données déjà enregistrées. Ce système, basé sur l'intelligence artificielle, sera toutefois régulé et n'enverra pas plus d'une dizaine de CV par jour.



Le 19 juillet 2019

<https://riractualites.fr/?p=18205>

Quand les robots répondront aux offres d'emploi à la place des candidats en quête d'un job...



Il est de plus en plus difficile pour les chômeurs de trouver des offres d'emploi qui correspondent à leurs attentes. De nouveaux acteurs se développent sur le marché du recrutement, comme Wan2bee qui propose de remplacer les espaces publicitaires sur internet par des offres d'emploi personnalisées.

De nombreuses plateformes existent pour trouver un emploi : Indeed, Monster, Keljob ou encore [Cadremploi](#)* (premier site de recrutement dédié aux cadres) mais la recherche peut s'avérer longue et parfois lassante avec des dizaines de pages à faire défiler. Au fil du temps, le recrutement se modernise et se personnalise : RégionsJob (troisième sur le marché de la recherche d'emploi, avec 2,4 millions de visiteurs uniques par mois) capitalise ainsi sur sa «CVthèque», une

base de CV auxquels les recruteurs ont accès. «Chaque jour, RegionsJob envoie automatiquement des CV aux entreprises qui recrutent en analysant leur contenu», explique Liselotte Huguenin Bergenat, Responsable des ressources humaines du site. La sélection de candidats est donc plus rapide pour les employeurs. De son côté, la base de CV de [Cadremploi](#), [CV Aden](#), totalise 4 millions de CV.

La plateforme Wan2bee, lancée en septembre dernier par Golden Bees (société de ciblage intelligent via la publicité), va plus loin. Un programme informatique examine des offres d'emploi disponibles en fonction des critères de recherche (secteurs, métiers, localisations, types de contrats) et les présente à l'endroit des espaces publicitaires sur le web. Si l'offre correspond aux attentes, il suffit de cliquer dessus pour être redirigé vers l'offre complète et de postuler. Il est ainsi désormais possible de trouver des offres d'emploi lors d'une session de shopping en ligne ou en réservant ses prochaines vacances sur internet.

« L'objectif est dans un premier temps de rendre l'espace publicitaire utile et d'améliorer la correspondance de l'offre et la demande grâce à l'intelligence artificielle. Wan2bee donne la possibilité aux utilisateurs de choisir la façon dont leurs données personnelles sont exploitées, selon leurs besoins», précise Fariha Shah, cofondatrice et directrice de Golden bees. Grâce au ciblage intelligent, ce nouveau service donne à l'utilisateur l'accès à plus d'un million d'offres d'emploi par mois en CDI, CDD, stage... dans de nombreux secteurs et dans toute la France. Il permet également d'attirer une catégorie de profils en recherche d'emploi peu réceptive aux canaux traditionnels (mais présents sur le web et les réseaux sociaux) comme les techniciens de surface, les agents du BTP...

[Les "+" de l'alternance !](#)

La formation qui allie apprentissage et salaires, idéale pour vos études. A découvrir !

[En savoir plus](#)

Avec déjà 200.000 utilisateurs depuis le lancement il y a moins d'un an, Wan2bee prévoit d'élargir son offre de services. Le site proposera dès la rentrée un suivi des candidatures, la création de CV optimisés ainsi que des conseils pour augmenter ses chances d'obtenir l'emploi recherché. Plus innovant : un robot pourra même postuler à des offres d'emploi à la place du candidat grâce aux données déjà enregistrées. Ce système, basé sur l'intelligence artificielle, sera toutefois régulé et n'enverra pas plus d'une dizaine de CV par jour.

<https://www.lesinfos.ma/article/1096960-Quand-les-robots-repondront-aux-offres-demploi-a-la-place-des-candidats-en-quete-dun-job.html>

Quand les robots répondront aux offres d'emploi à la place des candidats en quête d'un job...



Il est de plus en plus difficile pour les chômeurs de trouver des offres d'emploi qui correspondent à leurs attentes. De nouveaux acteurs se développent sur le marché du recrutement, comme Wan2bee qui propose de remplacer les espaces publicitaires sur internet par des offres d'emploi personnalisées.

De nombreuses plateformes existent pour trouver un emploi : Indeed, Monster, Keljob ou encore [Cadremploi](#)* (premier site de recrutement dédié aux cadres) mais la recherche peut s'avérer longue et parfois lassante avec des dizaines de pages à faire défiler. Au fil du temps, le recrutement se modernise et se personnalise : RégionsJob (troisième sur le marché de la recherche d'emploi, avec 2,4 millions de visiteurs uniques par mois) capitalise ainsi sur sa «CVthèque», une

base de CV auxquels les recruteurs ont accès. «Chaque jour, RegionsJob envoie automatiquement des CV aux entreprises qui recrutent en analysant leur contenu», explique Liselotte Huguenin Bergenat, Responsable des ressources humaines du site. La sélection de candidats est donc plus rapide pour les employeurs. De son côté, la base de CV de [Cadremploi](#), [CV Aden](#), totalise 4 millions de CV.

La plateforme Wan2bee, lancée en septembre dernier par Golden Bees (société de ciblage intelligent via la publicité), va plus loin. Un programme informatique examine des offres d'emploi disponibles en fonction des critères de recherche (secteurs, métiers, localisations, types de contrats) et les présente à l'endroit des espaces publicitaires sur le web. Si l'offre correspond aux attentes, il suffit de cliquer dessus pour être redirigé vers l'offre complète et de postuler. Il est ainsi désormais possible de trouver des offres d'emploi lors d'une session de shopping en ligne ou en réservant ses prochaines vacances sur internet.

« L'objectif est dans un premier temps de rendre l'espace publicitaire utile et d'améliorer la correspondance de l'offre et la demande grâce à l'intelligence artificielle. Wan2bee donne la possibilité aux utilisateurs de choisir la façon dont leurs données personnelles sont exploitées, selon leurs besoins», précise Fariha Shah, cofondatrice et directrice de Golden bees. Grâce au ciblage intelligent, ce nouveau service donne à l'utilisateur l'accès à plus d'un million d'offres d'emploi par mois en CDI, CDD, stage... dans de nombreux secteurs et dans toute la France. Il permet également d'attirer une catégorie de profils en recherche d'emploi peu réceptive aux canaux traditionnels (mais présents sur le web et les réseaux sociaux) comme les techniciens de surface, les agents du BTP...

[Les "+" de l'alternance !](#)

La formation qui allie apprentissage et salaires, idéale pour vos études. A découvrir !

[En savoir plus](#)

Avec déjà 200.000 utilisateurs depuis le lancement il y a moins d'un an, Wan2bee prévoit d'élargir son offre de services. Le site proposera dès la rentrée un suivi des candidatures, la création de CV optimisés ainsi que des conseils pour augmenter ses chances d'obtenir l'emploi recherché. Plus innovant : un robot pourra même postuler à des offres d'emploi à la place du candidat grâce aux données déjà enregistrées. Ce système, basé sur l'intelligence artificielle, sera toutefois régulé et n'enverra pas plus d'une dizaine de CV par jour.

<https://www.lesinfos.ma/article/1096960-Quand-les-robots-repondront-aux-offres-demploi-a-la-place-des-candidats-en-quete-dun-job.html>

Quand les robots répondront aux offres d'emploi à la place des candidats en quête d'un job...



Il est de plus en plus difficile pour les chômeurs de trouver des offres d'emploi qui correspondent à leurs attentes. De nouveaux acteurs se développent sur le marché du recrutement, comme Wan2bee qui propose de remplacer les espaces publicitaires sur internet par des offres d'emploi personnalisées.

De nombreuses plateformes existent pour trouver un emploi : Indeed, Monster, Keljob ou encore [Cadremploi](#)* (premier site de recrutement dédié aux cadres) mais la recherche peut s'avérer longue et parfois lassante avec des dizaines de pages à faire défiler. Au fil du temps, le recrutement se modernise et se personnalise : RégionsJob (troisième sur le marché de la recherche d'emploi, avec 2,4 millions de visiteurs uniques par mois) capitalise ainsi sur sa «CVthèque», une

base de CV auxquels les recruteurs ont accès. «Chaque jour, RegionsJob envoie automatiquement des CV aux entreprises qui recrutent en analysant leur contenu», explique Liselotte Huguenin Bergenat, Responsable des ressources humaines du site. La sélection de candidats est donc plus rapide pour les employeurs. De son côté, la base de CV de [Cadremploi](#), [CV Aden](#), totalise 4 millions de CV.

La plateforme Wan2bee, lancée en septembre dernier par Golden Bees (société de ciblage intelligent via la publicité), va plus loin. Un programme informatique examine des offres d'emploi disponibles en fonction des critères de recherche (secteurs, métiers, localisations, types de contrats) et les présente à l'endroit des espaces publicitaires sur le web. Si l'offre correspond aux attentes, il suffit de cliquer dessus pour être redirigé vers l'offre complète et de postuler. Il est ainsi désormais possible de trouver des offres d'emploi lors d'une session de shopping en ligne ou en réservant ses prochaines vacances sur internet.

« L'objectif est dans un premier temps de rendre l'espace publicitaire utile et d'améliorer la correspondance de l'offre et la demande grâce à l'intelligence artificielle. Wan2bee donne la possibilité aux utilisateurs de choisir la façon dont leurs données personnelles sont exploitées, selon leurs besoins», précise Fariha Shah, cofondatrice et directrice de Golden bees. Grâce au ciblage intelligent, ce nouveau service donne à l'utilisateur l'accès à plus d'un million d'offres d'emploi par mois en CDI, CDD, stage... dans de nombreux secteurs et dans toute la France. Il permet également d'attirer une catégorie de profils en recherche d'emploi peu réceptive aux canaux traditionnels (mais présents sur le web et les réseaux sociaux) comme les techniciens de surface, les agents du BTP...

[Les "+" de l'alternance !](#)

La formation qui allie apprentissage et salaires, idéale pour vos études. A découvrir !

[En savoir plus](#)

Avec déjà 200.000 utilisateurs depuis le lancement il y a moins d'un an, Wan2bee prévoit d'élargir son offre de services. Le site proposera dès la rentrée un suivi des candidatures, la création de CV optimisés ainsi que des conseils pour augmenter ses chances d'obtenir l'emploi recherché. Plus innovant : un robot pourra même postuler à des offres d'emploi à la place du candidat grâce aux données déjà enregistrées. Ce système, basé sur l'intelligence artificielle, sera toutefois régulé et n'enverra pas plus d'une dizaine de CV par jour.



Le marché du recrutement en pleine restructuration



L'efficacité des entreprises qui recrutent, ne cesse de croître grâce aux nombreuses opportunités offertes par le digital pour les acteurs, comme l'IA, la vidéo, l'exploitation des Big Data, les nouveaux outils de sourcing, etc. Le marché du recrutement est officiellement en pleine transformation en 2019 !

Les grandes manœuvres dans le domaine des ressources humaines en 2019 La transformation numérique implique des modifications importantes en particulier dans le domaine des ressources humaines. Pour s'adapter aux évolutions des usages d'une part et aux tensions du marché d'autre part, les acteurs majeurs du domaine recherchent des spécialistes des nouvelles technologies du numérique. C'est pour cette raison, qu'INDEED vient de racheter ClickIQ, une plate-forme technologique de recrutement programmatique basé au UK, que l'entreprise américaine Stepstone rachète l'américain Appcast, logiciel de publicité d'emploi programmatique et que TMP Worldwide annonce également l'acquisition de Perengo, plateforme de recrutement programmatique cet été. En parallèle les cabinets de recrutement comme Manpower ou Ergalis affichent leurs partenariats avec des acteurs innovants du recrutement programmatique.

Le développement de solutions programmatiques par les sites d'emploi est au cœur de l'avenir du domaine, même Google intègre de nouvelles fonctionnalités dans ce sens. **GoldenBees** a mis en place aujourd'hui les pages des candidatures dynamiques pour s'intégrer à Google for Jobs devenu un des plus grands moteurs de recherche d'emploi optimisé en France.

Un marché qui privilégie l'intelligence artificielle et les nouveaux usages candidats

L'IA, appliquée au secteur de l'emploi, à la fois captivante et effrayante, est aussi porteuse de solutions d'avenir comme le sourcing automatisé programmatique de candidats.

Grâce à ces innovations, et plus particulièrement à la publicité programmatique, on cherche des candidats partout sur le web, ceci permet aussi bien de recruter les bonnes personnes que de maintenir sa marque employeur. Les entreprises qui utilisent les dernières technologies montrent aux candidats leur ambition de se développer pour vivre avec leur temps, ce qui permet aux employés d'être toujours au cœur des innovations.

Il y aussi des pépites en France !

L'IA devient réalité en Europe même sans les GAFAs. Spécialisée en ciblage intelligent et automatique de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique, la scale-up parisienne **GoldenBees** reste leader de son domaine en France. Son premier service gratuit et sans engagement, **Wan2bee**, qui permet aux internautes de visualiser plus d'1 million d'offres d'emploi par mois à la place des publicités en ligne est devenu la vraie innovation de l'été 2019.

GoldenBees a développé des solutions de publicité programmatique, la plateforme de CV scorés pour les recruteurs, la génération de candidatures qualifiées, ainsi que le contenu des pages qui s'adapte automatiquement en fonction du profil de l'internaute-candidats.

<http://www.goldenbees.fr/>



Le marché du recrutement en pleine restructuration



Partager :
0

Source de nombreux bouleversements, les nouvelles technologies ont permis aux acteurs traditionnels de monter en gamme en remplaçant l'humain sur les activités à forte valeur ajoutée. L'efficacité des entreprises qui recrutent, ne cesse de croître grâce aux nombreuses opportunités offertes par le digital pour les acteurs, comme l'IA, la vidéo, l'exploitation des Big Data, les nouveaux outils de sourcing, etc. Le marché du recrutement est officiellement en pleine

transformation en 2019 !

Les grandes manœuvres dans le domaine des ressources humaines en 2019

La transformation numérique implique des modifications importantes en particulier dans le domaine des ressources humaines. Pour s'adapter aux évolutions des usages d'une part et tensions du marché d'autre part, les acteurs majeurs du domaine recherchent des spécialistes des nouvelles technologies du numérique. C'est pour cette raison, qu'INDEED vient de racheter ClickIQ, une plate-forme technologique de recrutement programmatique basé au UK, que l'entreprise américaine Stepstone rachète l'américain Appcast, logiciel de publicité d'emploi programmatique et que TMP Worldwide annonce également l'acquisition de Perengo, plateforme de recrutement programmatique cet été. En parallèle les cabinets de recrutement comme Manpower ou Ergalis affichent leurs partenariats avec des acteurs innovants du recrutement programmatique.

Le développement de solutions programmatiques par les sites d'emploi est au cœur de l'avenir du domaine, même Google intègre de nouvelles fonctionnalités dans ce sens. **GoldenBees** a mis en place aujourd'hui les pages des candidatures dynamiques pour s'intégrer à Google for Jobs devenu un des plus grands moteurs de recherche d'emploi optimisé en France.

Un marché qui privilégie l'intelligence artificielle et les nouveaux usages candidats

L'IA, appliquée au secteur de l'emploi, à la fois captivante et effrayante, est aussi porteuse de solutions d'avenir comme le sourcing automatisé programmatique de candidats. Grâce à ces innovations, et plus particulièrement à la publicité programmatique, on cherche des candidats partout sur le web, ceci permet aussi bien de recruter les bonnes personnes que de maintenir sa marque employeur. Les entreprises qui utilisent les dernières technologies montrent aux candidats leur ambition de se développer pour vivre avec leur temps, ce qui permet aux employés d'être toujours au cœur des innovations.

Il y aussi des pépites en France !

L'IA devient réalité en Europe même sans les GAFAs. Spécialisée en ciblage intelligent et automatique de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique, la scale-up parisienne **GoldenBees** reste leader de son domaine en France. Son premier service gratuit et sans engagement, **Wan2bee**, qui permet aux internautes de visualiser plus d'1 million d'offres d'emploi par mois à la place des publicités en ligne est devenu la vraie innovation de l'été 2019.

GoldenBees a développé des solutions de publicité programmatique, la plateforme de CV scorés pour les recruteurs, la génération de candidatures qualifiées, ainsi que le contenu des pages qui

s'adapte automatiquement en fonction du profil de l'internaute-candidats.

- À propos
- Articles récents

FarihaShah

Co-fondatrice chez **GoldenBees** Créée en 2015 par **JonathanBordereau** et **FarihaShah**, **GoldenBees** est la première solution de ciblage intelligent de candidats pour le recrutement et la communication marque employeur, par la publicité programmatique.

Les derniers articles par FarihaShah (tout voir)

- Le marché du recrutement en pleine restructuration - 29 juillet 2019
- 5 leviers clés pour retenir vos talents - 25 mars 2019
- Recrutement « automatisé » : quelle place pour l'humain ? - 5 septembre 2018

Partager :



0