

# DIVERSITÉ ET DYNAMIQUES DES INTERMÉDIAIRES DU MARCHÉ DU TRAVAIL

---

5

**1** DYNAMIQUES TERRITORIALISÉES DU CHAMP  
DE L'INTERMEDIATION

---

165

**2** DYNAMIQUES ÉCOLOGIQUES  
DU MARCHÉ DU TRAVAIL EN LIGNE AUTOUR  
DE LA CIRCULATION DES OFFRES D'EMPLOI

Cet ouvrage rassemble les deux études menées conjointement par le Centre d'études de l'emploi, dans le cadre d'une subvention de recherche accordée par Pôle emploi. Il porte d'abord sur la dimension territoriale des intermédiaires du marché du travail puis sur la dynamique relativement récente à l'œuvre dans le champ du marché du travail en ligne.

Ces travaux n'engagent que leurs auteurs et ne représentent pas la position de Pôle emploi



2

# DYNAMIQUES ÉCOLOGIQUES DU MARCHÉ DU TRAVAIL EN LIGNE AUTOUR DE LA CIRCULATION DES OFFRES D'EMPLOI

YANNICK FONDEUR (Centre d'études de l'emploi – CEE)

---

**168**    **RÉSUMÉ**

---

**171**    **INTRODUCTION**

---

**173**    **PRÉAMBULE : DEUX CARACTÉRISTIQUES  
ESSENTIELLES DU MARCHÉ DU TRAVAIL EN LIGNE**

---

**177**    **LES *JOB BOARDS*, ARCHETYPES  
D'UNE INTERMÉDIATION INFORMATIONNELLE  
SUR UN MARCHÉ *BIFACE***

---

**181**    **LES AGRÉGATEURS D'OFFRES D'EMPLOI :  
« TRANSPARENCE » ET « BRUIT »**

---

**185**    **LES MULTIDIFFUSEURS D'OFFRES  
D'EMPLOI, DES INTERMÉDIAIRES TECHNIQUES  
LIÉS À L'ABSENCE DE STANDARDS**

---

**189**    **LES SITES D'ANNONCES CLASSÉES :  
UNE INTERMÉDIATION LOCALISÉE,  
SUR UN SEGMENT PEU QUALIFIÉ DU MARCHÉ  
DU TRAVAIL**

---

**193**      **LES ACTEURS INSTITUTIONNELS ET  
LA « TRANSPARENCE DU MARCHÉ DU TRAVAIL »**

---

**195**      **TMT OU PÔLE EMPLOI AGRÉGATEUR**

---

**199**      **LES RESSORTS DE LA DYNAMIQUE  
PARTENARIALE**

---

**203**      **QUELS EFFETS SUR L'ORDRE ÉCOLOGIQUE  
DES INTERMÉDIAIRES DU MARCHÉ DU TRAVAIL  
EN LIGNE ?**

---

**207**      **RÉFÉRENCES**

# RÉSUMÉ

Les premiers intermédiaires du marché du travail apparus sur Internet sont nés au milieu des années quatre-vingt-dix sous la forme de *job boards* publiant des offres d'emploi en ligne. Aujourd'hui, les modèles d'intermédiation se sont diversifiés, d'autres supports numériques d'appariement sont proposés, mais les offres d'emploi n'en demeurent pas moins au centre du marché du travail en ligne.

Nous abordons dans cette recherche les intermédiaires Internet du marché du travail sous l'angle de la circulation des offres d'emploi et des relations d'acteurs qui la sous-tendent. Nous y montrons que la nature *biface* du modèle économique de la plupart des acteurs privés et les obstacles techniques aux échanges d'information dessine un ordre écologique complexe et mouvant, dont la compréhension permet d'éclairer les enjeux de « transparence » du marché du travail.

Sur un marché *biface*, l'intermédiaire propose un service dont la valeur pour les agents du versant A du marché dépend du nombre d'agents du versant B avec lesquels la plateforme leur permet d'interagir, et réciproquement. Pour dégager des revenus, l'intermédiaire doit rassembler simultanément les agents des deux versants. Il est alors confronté à ce que la littérature académique appelle, de manière triviale mais assez pédagogique, le « problème de la poule et de l'œuf » : pour attirer les agents d'un versant, l'intermédiaire doit avoir une large base d'agents de l'autre versant, ce qui correspond donc à un problème circulaire. Il choisit alors généralement de subventionner l'adhésion des agents d'un des versants, en leur offrant un service gratuit ou peu onéreux. Le modèle économique repose sur la facturation de tout ou partie des services d'intermédiation à l'autre versant.

Cette grille est particulièrement bien adaptée à l'analyse des intermédiaires du marché du travail qui se développent sur Internet en s'appuyant sur un modèle d'intermédiation *informationnel*. Les deux versants considérés sont, d'une part, les candidats et, d'autre part, les recruteurs ; et, ce qui s'échange sur ce marché, ce sont les informations en provenance des uns ou des autres. Le modèle économique des *job boards*, qui sont les acteurs historiques du

marché du travail en ligne, repose quasi-universellement sur un subventionnement du versant candidat et une facturation au versant recruteur.

Outre la nature *biface* du modèle économique des *job boards*, le marché du travail en ligne présente une configuration particulière liée à la multiplicité des supports de publication et à l'hétérogénéité des modalités de structuration des annonces. Non seulement, les sites publiant des offres d'emploi sont très nombreux (le service spécialisé *Jobfeed* en indexe 13 000 en France, incluant les sites carrières des entreprises), mais à peu près chacun d'entre eux développe ses propres formats de description des données et ses propres nomenclatures. Pourquoi les *job boards* conservent-ils des formats et nomenclatures idiosyncrasiques plutôt que d'adopter des standards ? Parce que, du fait de leur modèle économique, ils n'y ont pas intérêt. Les deux caractéristiques que nous venons d'évoquer s'articulent : pour des intermédiaires informationnels sur un marché biface, il est individuellement et économiquement rationnel d'éviter que les offres et demandes qu'ils ont recueillies ne « sortent » de leur giron, car cela permettrait aux acteurs concurrents de se constituer une base leur permettant ensuite de proposer leurs propres services facturés.

Depuis une dizaine d'année, le marché des offres d'emploi en ligne se transforme en France sous l'effet de trois tendances :

1. des acteurs sont venus s'intercaler entre les *job boards* et l'un ou l'autre des deux versants du marché du travail ;
2. les sites dits « gratuits » d'annonces classées ont pris une place importante sur le segment des offres peu qualifiées et très localisées ;
3. Pôle emploi a développé une stratégie de « transparence du marché du travail » axée sur la circulation des offres d'emploi.

Entre les *job boards* et le versant candidat, sont venus s'intercaler les agrégateurs d'offres d'emploi (également appelés « métamoteurs »), dont l'activité consiste à rassembler les offres publiées sur les différents supports. Après une première tentative au début des années 2000, qui s'est soldée par un procès et une jurisprudence sur les « liens profonds »

(l'affaire Keljob/Cadremploi), ils sont aujourd'hui devenus, dans le sillage du leader mondial de cette activité, Indeed, des acteurs importants de la circulation des offres d'emploi. Se présentant volontiers comme des « google de l'emploi », référençant non seulement des *job boards* mais également des sites carrières d'entreprises, ils promettent aux candidats d'accéder à « tous les emplois » en « une seule recherche ».

À la fois partenaires des *job boards* (ils leur apportent du trafic) et concurrents (ils démarchent de plus en plus directement leurs clients), les agrégateurs sont souvent perçus par ces derniers comme des acteurs venant parasiter leur activité. L'agrégation est en effet une manière, pour un arrivant tardif sur le marché, de résoudre le « problème de la poule et de l'œuf » en s'appuyant sur des offres d'emploi en provenance de sites tiers pour attirer les candidats sur sa propre plateforme. De fait, nombreux sont les grands *job boards* qui refusent que les agrégateurs référencent leurs offres. Cette caractéristique limite la contribution de ces derniers à la « transparence du marché du travail ». Par ailleurs, comme ils ne sont pas en position d'imposer aux *job boards* une structuration homogène des offres d'emploi, les agrégateurs ne peuvent proposer sur leur plates-formes que des outils limités de discrimination de l'information. L'absence de standards a permis à d'autres acteurs de venir s'adosser à l'activité des *job boards*. Les multidiffuseurs d'offres d'emploi (également appelés « multiposteurs ») sont ainsi venus s'intercaler entre le versant recruteur du marché du travail et les *job boards*. Ils permettent aux recruteurs de diffuser leurs offres d'emploi sur différents supports depuis un outil unique qui prend en charge l'interfaçage avec chacun des *job boards*.

À l'inverse des agrégateurs, dont la fonction consiste à rassembler les offres d'emploi, les multidiffuseurs permettent de les envoyer vers une multiplicité de supports. Cette opération se fait généralement par le biais d'un progiciel de gestion de recrutement, ce qui suppose l'établissement de passerelles non seulement avec les *job boards* mais aussi avec ces systèmes, qui sont l'œuvre d'éditeurs tiers. C'est en démarchant directement les grandes entreprises publiant de gros volumes d'offres d'emploi, celles

que l'on appelle les clients « grands comptes », que les multidiffuseurs ont pu peser sur les éditeurs de progiciels de gestion de recrutement et les *job boards*, et sont parvenus à s'imposer comme intermédiaires techniques entre eux.

Aux côtés des *job boards*, les sections emploi des sites généralistes d'annonces classées sont devenues des dispositifs d'intermédiation qui n'ont rien d'anecdotique. Elles rassemblent des offres d'emploi peu qualifiées en moyenne, faiblement structurées en termes de nomenclatures de métiers mais au contraire très précisément localisées. Cette combinaison forme un positionnement et un modèle d'intermédiation cohérents. Elle correspond bien à des marchés du travail locaux rassemblant d'un côté, une main-d'œuvre peu mobile et, de l'autre, des emplois pour lesquels la proximité géographique est importante (temps partiels, « petits boulots », etc.). Sur des marchés du travail où la localisation de la main-d'œuvre et des emplois prime souvent sur la qualification, une catégorisation des emplois à maille large permet d'étendre les possibilités d'appariement.

En France, le site d'annonces classées le plus connu et plus fréquenté est évidemment Leboncoin. Or cet acteur présente la particularité de refuser pour le moment toute insertion dans les dynamiques de circulation des offres d'emploi. Il rejette systématiquement toute tentative de référencement de ses annonces par les agrégateurs d'offres d'emploi. Il n'a établi aucun partenariat avec les multidiffuseurs, qui proposent souvent pour ce support de prendre en charge la saisie manuelle des offres de leurs clients. Enfin, bien qu'il fasse partie des premiers sites ciblés par la stratégie de « Transparence du Marché du Travail » (TMT) de Pôle emploi et qu'il soit régulièrement sollicité depuis, il a jusqu'à maintenant toujours décliné.

L'initiative TMT de Pôle emploi, dont le chantier opérationnel début fin 2012, marque un tournant important de sa stratégie à l'égard des autres supports de publication d'offres d'emploi. L'opérateur public est en particulier devenu lui-même agrégateur d'offres d'emploi. Confronté au même problème d'hétérogénéité de la structuration des annonces que les acteurs privés, Pôle emploi a choisi de proposer malgré tout les mêmes outils de

discrimination de l'information que pour les offres qui lui sont directement déposées (notamment sa nomenclature des métiers et emplois, le Rome). L'opérateur s'impose par ailleurs de contrôler leur caractère non-discriminatoire et de procéder à un « dédoublonnage » systématique de celles publiées sur plusieurs sites partenaires ou déjà présentes sur pole-emploi.fr.

Cela suppose un traitement automatique complexe des offres en quatre étapes : travail sur le format au travers d'une recodification, affectation d'un code Rome par le biais d'une analyse sémantique du libellé de l'offre, repérage des formulations discriminatoires, identification des doublons. Aux différentes étapes du processus, une proportion importante d'offres d'emploi est écartée. Si le rejet lors des deux dernières phases est légitime (à condition que les libellés repérés automatiquement correspondent à des offres effectivement discriminatoires ou en doublon), celui des deux premières phases est problématique, car de nature purement technique. Il est donc essentiel de travailler à le réduire.

Que ce soit dans le cadre de TMT ou d'une perspective plus large, la circulation des offres d'emploi se trouverait grandement fluidifiée

si, demain, Pôle emploi contribuait à diffuser un format standard d'échange d'offres d'emploi. Mais, concernant le cas spécifique de TMT, c'est l'affectation de codes Rome qui constitue la principale barrière à l'agrégation d'offres externes sur pole-emploi.fr. Si Pôle emploi souhaite continuer à faire de sa nomenclature un passage obligé, deux solutions se présentent pour pallier ce problème : soit faire confiance à l'amélioration des techniques de traitement automatique des langues et mobiliser de nouveaux outils d'analyse sémantique pour déterminer le code Rome à partir du libellé des annonces ; soit faire du Rome une nomenclature partagée par les acteurs du marché du travail en ligne. Contrairement aux *job boards* privés, il n'y a pas pour Pôle emploi d'obstacle économique à prendre l'initiative d'offrir au marché du travail en ligne les moyens de favoriser la circulation des offres d'emploi en ligne au travers non seulement d'un format standard d'échange mais également d'une nomenclature partagée. Du fait de sa légitimité de service public, de l'audience de pole-emploi.fr (premier site emploi français) et de la position déjà acquise en matière d'agrégation, l'opérateur dispose aujourd'hui des moyens de transformer en profondeur le marché du travail en ligne en proposant à ces acteurs ce type de *biens publics*.