

Les canaux de (non) recrutement des chômeurs. Une exploration à partir de l'enquête Ofer 2016

Yannick Fondeur, Claude Minni

Le chômage est fréquemment analysé, par les économistes, sous l'angle du fonctionnement général du marché du travail et des incitations à travailler et, par les sociologues, sous celui de l'expérience des personnes sans emploi et de leur rapport aux institutions. Mais un point de vue demeure largement aveugle : celui des représentations et comportements des recruteurs vis-à-vis des chômeurs. En s'appuyant sur l'enquête « Offre d'emploi et recrutement » (Ofer) 2016, cette contribution se donne pour objectif de commencer à explorer quantitativement ce champ.

Le questionnaire de l'enquête permet de connaître le statut antérieur de la personne recrutée, et donc de comparer les pratiques des employeurs qui ont embauché un chômeur et de ceux qui ont retenu un candidat d'une autre catégorie. Parmi ces derniers il est en outre possible d'étudier ceux qui ont exclu la possibilité même de recruter un chômeur et l'effet de la durée de chômage sur ce choix. Ces différentes dimensions sont plus particulièrement analysées au prisme des canaux qui ont été mobilisés pour obtenir des candidatures, permettant de mettre en évidence ceux qui favorisent, ou pas, le recrutement de chômeurs.

+ [Télécharger le pdf](#)



5 novembre 2020

+ [Télécharger le pdf](#)

