
Comment les canaux de recrutement mettent en forme la sélection sur les marchés du travail

Guillemette De Larquier*^{†1} and Géraldine Rieucou*^{‡2}

¹EconomiX – CNRS : UMR7166, Université Paris X - Paris Ouest Nanterre La Défense – Bat K 200
Avenue de la République 92001 NANTERRE CEDEX, France

²Centre d'études de l'emploi (CEE) – Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Santé, Ministère de
l'Enseignement supérieur et Recherche – "Le Descartes I" 29 promenade Michel Simon 93166
Noisy-le-Grand cedex, France

Résumé

Prenant appui sur une lecture conventionnaliste en termes d'investissements de forme nécessaires aux acteurs lorsqu'ils s'adressent à cette " chose " a priori indéfinie qu'est le marché du travail, la communication caractérise le recours aux canaux de recrutement par les entreprises selon deux dimensions. 1/ Ces canaux donnent-ils accès à une offre de travail sur un marché aux frontières déjà définies ou au contraire ouvrent-ils sur une offre à constituer ? 2/ Utilisent-ils une information au format standard ou personnalisé ? Elle montre que la sélection réalisée par les canaux n'est pas de même nature d'un canal à l'autre, puisqu'elle concerne des marchés du travail différemment délimités et des mains-d'œuvre différemment qualifiées. La thèse est étayée à partir d'une enquête qualitative des pratiques de recrutement dans quatre secteurs des services.

Mots-Clés: canaux de recrutement, marchés du travail, sélection, intermédiation, économie des conventions

*Intervenant

[†]Auteur correspondant: larquier@u-paris10.fr

[‡]Auteur correspondant: Geraldine.Rieucou@cee-recherche.fr