

Réputation Jeudi 31 janvier 2013

Quand les employés empoignent le Net pour critiquer leurs entreprises

Par Francesca Sacco

Un site autrichien, qui vient d'être racheté par Xing, publie des commentaires sur quelque 8000 sociétés suisses. Selon une étude, 24% des candidats contrôleraient le profil des employeurs avant de postuler

Est-il préférable de se faire sa propre opinion sur un employeur, ou de se laisser influencer par les expériences des autres? De façon un peu étonnante, beaucoup de gens semblent attirés par la seconde option... Le succès du site kununu.com en Suisse le laisse en tout cas penser.

Sur cette plate-forme dont le nom signifierait «page blanche» en swahili, les demandeurs d'emploi peuvent lire des commentaires postés sur les entreprises par les salariés eux-mêmes, ou par d'autres candidats. Cela représente 26 867 «rapports d'évaluation» sur 8389 sociétés suisses, dont 209 en Suisse romande. Le signe d'un véritable «trend», comme en témoigne depuis quelques années l'apparition d'autres sites du même genre: [meilleures-entreprises](http://meilleures-entreprises.com), [Meetingjob](http://Meetingjob.com), [Ratemyemployer](http://Ratemyemployer.com), [Ratemyboss](http://Ratemyboss.com) ou [Glassdoor](http://Glassdoor.com).

Le principe de ce site essentiellement germanophone est simple: n'importe qui peut, moyennant l'introduction d'une adresse électronique valide, donner une note à une entreprise (généralement de 1 à 5), en fonction de la façon dont il a été traité. Une note globale leur est attribuée pour la gestion du personnel, l'ambiance de travail, etc.

But? Interrogée, Tamara Frast, porte-parole de Kununu, invoque la nécessité de redonner du pouvoir aux demandeurs d'emploi face aux recruteurs. Laurent Labbé, créateur de l'équivalent français meilleures-entreprises.com, parle d'un «rapport de force déséquilibré avec, d'un côté, une personne qui se met à nu et, de l'autre, des entreprises obnubilées par la fabrication d'une image lisse à destination de leurs actionnaires et de leurs clients».

Selon Laurent Labbé, il s'agit d'évaluer la «performance humaine» des sociétés. Cette tendance s'inscrirait dans le prolongement des prix de récompense du genre «Top Employer», «Meilleur employeur», etc., qui sont apparus en Suisse il y a une dizaine d'années. Sauf qu'à présent, le jury, c'est le personnel!

«Je pense qu'il y a effectivement un changement de mentalité dans le monde du recrutement, analyse Lauriane Mounard, consultante pour HR4Value à Saint-Gingolphe. Mais je m'interroge sur la valeur des commentaires qui figurent sur ces sites. Je me demande en particulier s'il n'y a pas du noyautage, car il est très facile d'utiliser une adresse électronique spécialement créée pour l'occasion. Reste que l'expansion du phénomène démontre pour moi qu'il y a un réel malaise.»

Selon Joëlle Rossier, consultante à Genève et Lausanne, l'intérêt croissant des entreprises pour leur cyber-réputation, ou e-réputation, favorise le développement de ces sites. D'après l'étude annuelle de la société zurichoise Prospective menée auprès de quelque 1600 personnes, 24% des candidats contrôlent les profils des employeurs avant de postuler. Et plus de la moitié des entreprises sondées

font actuellement appel à un service de surveillance de sites internet pour vérifier les résultats obtenus à leur sujet avec les moteurs de recherche usuels. D'autres, comme les CFF, ont engagé un «social media manager» qui intervient au besoin sur la Toile, pour rectifier ou nuancer certains propos les concernant.

S'il n'est pas exclu que les commentaires les plus élogieux puissent émaner des employeurs eux-mêmes, il y a aussi la crainte que certains aient été postés par des personnes qui n'ont jamais mis les pieds dans l'entreprise: impossible pour les modérateurs de savoir qui sont les auteurs des quelque cinquante nouveaux «rapports d'évaluation» envoyés chaque jour depuis la Suisse sur kununu.com. Pour éviter que l'exercice ne tourne au règlement de comptes et «cadrer» les internautes, Kununu impose un questionnaire détaillé, explique Tamara Frast. Fait révélateur, après deux ans d'activité, le site notetonentreprise.com a dû jeter l'éponge en 2010, dépassé par les accusations de diffamation.

Sur Kununu, qui couvre en tout 75 816 entreprises de trois pays, l'Autriche (pays d'origine), l'Allemagne et la Suisse, toute l'économie est représentée. Cela va du cabinet vétérinaire d'Agy, dans le canton de Fribourg, à Nestlé en passant par le Centre neuchâtelois de psychiatrie, le TCS, la Banque Cantonale Genevoise, Skyguide, Assura, Visilab, Sunstore, le Beau-Rivage Palace à Lausanne et le Café central à Saas-Fee. Un constat s'impose toutefois: les employeurs complimentés par les uns sont souvent critiqués par les autres. Au niveau helvétique, par exemple, l'entreprise Selecta (3,3) suscite des avis aussi discordants que «simplement top», «tout bonnement mauvais», «pure horreur» et «insuffisant à très bien»...

Les commentaires sont donc de toute sorte. Exemples: «L'assessment était si sévère et complexe que personne n'a été en situation de résoudre les problèmes, cela ressemblait plus à un jeu de hasard qu'à autre chose», «personne ne dit mot pendant la pause-café», «les apéros entre collègues ne devraient pas influencer les possibilités de promotion». Mais aussi, à propos de Vedia à Genève, «excellente cuisine à la cantine» et, au chapitre des idées d'amélioration des CFF (l'entreprise qui a suscité le plus de commentaires en Suisse): «me payer davantage».

Si un compteur affiche le nombre d'avis postés, on ne trouve aucune indication sur la taille des entreprises. Quid de la représentativité des résultats? La succursale de Satigny de la société Délifrance a fait les frais de ce flou, avec une note de 1,05 décernée sur la base d'une seule et unique expérience personnelle. «Se fâcher avec quelqu'un dans le cadre du travail est un risque et il faut pouvoir en parler franchement, estime Lionel Graf, responsable commercial. L'idée du site est intéressante de ce point de vue. Mais il me semble assez évident que cette note de 1,05 ne signifie rien de plus. Au-dessous d'un certain quota de réponses, une note n'est tout simplement pas crédible.» Et Lionel Graf d'ajouter qu'il va prévenir sa direction. Que peut faire l'entreprise dans un tel cas? Poster une prise de position officielle, par exemple. Les CFF et Ringier l'ont déjà fait.

Même réserve au CNP à Neuchâtel, qui est pourtant très bien noté (4,7) sur la base d'un seul avis également: «Je trouve que c'est un peu loufoque, lâche Cendrine Jéquier, responsable communication. Un seul de nos sites a été noté! Pour moi, les détenteurs du site jouent sur la notoriété des entreprises et veulent les inciter à placer des profils ou des offres d'emploi, qui sont évidemment payants.»

Tamara Frast ne fait pas mystère du fait que le site est effectivement financé par ce biais. Plus de 21 900 annonces concernant le marché suisse du travail auraient déjà été publiées. Ce dont elle est fière: «Beaucoup d'entreprises ont compris que nous leur procurons un précieux feedback.» Et de citer, côté helvétique, Microsoft Suisse, Swiss Life et Compass et, en Allemagne, les Deutsche Telekom, Bosch, Siemens, Bayer ou encore Allianz.

Reste que le site Kununu paie son tribut à la barrière de rösti: populaire outre-Sarine, il est très peu connu en Suisse romande. La meilleure note du canton de Vaud (4,5) revient à l'étude d'avocats FBT à

Lausanne. Or son directeur Pierre Andrey n'en savait rien avant notre enquête. «En Suisse romande, la préférence va à LinkedIn, observe Leïla Ksontini, psychologue chez Vicario Consulting à Lausanne. Via mon compte personnel, je peux accéder à des portraits d'entreprises, d'anciens collaborateurs à qui m'adresser pour demander des renseignements, des bourses d'emploi... Il n'y a pas de notes, mais le partage d'informations est possible.»

A Fribourg, Nadja Perroulaz, manager au sein de la société de développement d'applications web Liip (l'une des meilleures notes du canton: 4,4), pense que le site pourrait peut-être bientôt décoller en Suisse romande, car il a été racheté en janvier pour 5,8 millions d'euros par Xing, service concurrent de LinkedIn. Qu'advientra-t-il du mariage entre la plus grande plate-forme d'évaluation des entreprises par les employés dans les pays germanophones, et un service en ligne qui peut se prévaloir d'une communauté de 12 millions de membres dans le monde, et qui a fait son entrée à l'indice boursier du TecDAX en 2011? Les collaborateurs le diront sans doute sur Internet.

LE TEMPS © 2013 Le Temps SA