

LES ANNONCES D'OFFRE D'EMPLOI : UNE INFORMATION PUBLIQUE MAIS CIBLÉE

Exploitation de l'enquête Emploi (2003-2012)

Guillemette de Larquier, Géraldine Rieucan

Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.) | « [Revue économique](#) »

2017/2 Vol. 68 | pages 199 à 217

ISSN 0035-2764

ISBN 9782724635041

Article disponible en ligne à l'adresse :

<http://www.cairn.info/revue-economique-2017-2-page-199.htm>

Pour citer cet article :

Guillemette de Larquier, Géraldine Rieucan, « Les annonces d'offre d'emploi : une information publique mais ciblée. Exploitation de l'enquête Emploi (2003-2012) », *Revue économique* 2017/2 (Vol. 68), p. 199-217.
DOI 10.3917/reco.pr2.0077

Distribution électronique Cairn.info pour Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.).

© Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.). Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

Les annonces d'offre d'emploi : une information publique mais ciblée

Exploitation de l'enquête Emploi (2003-2012)

Guillemette de Larquier*
Géraldine Rieucou**

D'après les enquêtes Emploi (2003-2012), les annonces représentent en France la première source d'information sur les emplois : près de huit chercheurs d'emploi sur dix les étudient, mais près d'un sur deux n'y répond pas et, in fine, moins de 7 % des salariés ont trouvé leur emploi par ce biais. Pour analyser le fonctionnement de ce canal, l'article met en évidence l'autosélection des chercheurs d'emploi que les annonces induisent et la sélection sans médiation des candidats qui trouvent leur emploi en répondant à une annonce plutôt que par un autre canal. Il apparaît que le diplôme sélectionne à toutes les étapes et que les emplois trouvés sont le plus souvent en CDI et appartiennent à la catégorie des professions intermédiaires.

JOB ADS: A PUBLIC BUT TARGETED INFORMATION. A FRENCH LABOUR FORCE SURVEYS ANALYSIS (2003-2012)

According to the Labour Force Surveys (2003-2012), job ads in France are the most common way of searching for job information: nearly eight out of ten job seekers study them, nearly half of them do not answer and finally less than 7% of employees have found their job through a job ad. To analyze the functioning of this channel, the article highlights both the self-selection induced by job ads and the unmediated selection of applicants who find their jobs by answering a job ad. It appears that diploma is a selection criterion at all stages of the process, and that jobs found by ads are mostly permanent jobs, belonging to the category of intermediate professions.

Classification JEL : J01, J64, D83.

* Laboratoire EconomiX, UMR CNRS 7235 et Centre d'études de l'emploi et du travail. *Correspondance* : Université Paris Ouest Nanterre La Défense, Bureau G-311, 200 avenue de La République, 92001 Nanterre Cedex. *Courriel* : larquier@u-paris10.fr

** Laboratoire d'économie dionysien, EA 3391 et Centre d'études de l'emploi et du travail. *Correspondance* : Université Paris 8, Bureau D-111, 2 avenue de la liberté, 93526 Saint-Denis Cedex. *Courriel* : geraldine.rieucou@univ-paris8.fr

Les auteurs remercient Yannick L'Horty, Richard Duhautois et Carole Brunet pour leurs précieux commentaires sur des versions antérieures de ce texte. L'article a de même grandement bénéficié du processus d'évaluation de la *Revue économique*.

INTRODUCTION

D'après les enquêtes Emploi de l'Insee, en moyenne 78 % des chercheurs d'emploi étudient les annonces tous supports confondus (affiches, presse, Internet), ce qui fait de ce canal la source d'information la plus utilisée sur les emplois vacants. Cependant, près d'un sur deux n'y répond pas et, *in fine*, moins de 7 % des salariés qui viennent d'être recrutés disent avoir trouvé leur emploi actuel par le biais d'une annonce. Pourquoi cet écart – particulièrement élevé en France¹ – entre étudier et répondre aux annonces? Pourquoi la part des personnes qui trouvent par ce biais est-elle si faible? Et quels types d'appariement sont alors formés, en termes de profils individuels et d'emplois? En répondant à ces questions, sur la base d'une exploitation des enquêtes Emploi en continu de 2003 à 2012, cet article apporte des éléments de connaissance sur un canal d'information qui, bien que connu et visible, est peu étudié en France.

Depuis l'article de Stigler [1962], « Information in the Labor Market », l'analyse du fonctionnement du marché du travail insiste sur les stratégies de recherche d'information sur les emplois vacants et sur les candidats dans une situation d'information imparfaite et asymétrique. Ainsi, les théories du *job search* modélisent des candidats démarchant seuls les entreprises, en quête d'information sur les emplois vacants, comme l'illustre la célèbre « parabole des îles » de Phelps [1970], où des salariés isolés sur plusieurs îles supportent le coût d'une journée de canotage pour connaître le salaire pratiqué sur une autre île, choisie de façon aléatoire. Dans la mesure où ils ne tiennent pas compte de la présence d'intermédiaires sur le marché du travail, ces premiers modèles étudient ce que l'on appelle communément les démarches directes (appelées aussi démarches personnelles ou candidatures spontanées). Le fait que les appariements travailleur-poste puissent nécessiter la médiation d'un troisième type d'acteurs, les intermédiaires du placement (*i.e.* agences publiques ou privées pour l'emploi), va être justifié par deux raisons principales. Soit l'intermédiaire permet de réduire les coûts de recherche sur les deux versants du marché du travail et accélère le taux de rencontre et d'appariement, en cherchant plus efficacement l'information ou en la centralisant (Autor [2010]). Soit il a acquis une expertise dans l'évaluation des candidats et permet une présélection efficace en présence d'information asymétrique, ce qui explique aussi que l'employeur est prêt à payer l'intermédiaire, par exemple un chasseur de tête (Biglaiser [1993]). L'existence d'une information asymétrique conduit aussi à justifier la dimension incontournable des réseaux de relations et des procédures de référencement sur le marché du travail, parce qu'ils fournissent aux employeurs une information fiable, et ce, à un coût faible (Montgomery [1991]). En revanche, le rôle des annonces dans les processus de rencontre et d'appariement n'a pas été théorisé en tant que tel. Au mieux on peut considérer que dans un modèle de *job search*, les salaires que découvrent les chercheurs d'emploi de manière aléatoire sont affichés dans des annonces publiées par les entreprises, sans qu'il y ait médiation d'un intermédiaire du placement ou d'un membre du réseau de relations. En conséquence, en affichant les critères, les entreprises « délèguent » la sélection aux candidats et aucune tierce personne n'a présélectionné les candidatures qui arrivent aux entreprises.

1. Ailleurs en Europe, les annonces sont aussi le canal d'information le plus utilisé pour chercher un emploi mais le décrochage entre étudier les annonces et y répondre est moins prononcé qu'en France (Bachmann et Baumgarten [2012]).

Dans son travail fondateur sur l'ensemble des différents canaux d'information que nous venons d'énumérer, Rees [1966] propose une grille de lecture féconde pour caractériser leur diversité du point de vue des employeurs. Lorsqu'un employeur cherche à pourvoir un emploi vacant, il peut augmenter son information soit de manière extensive (en accroissant le nombre de candidats parmi lesquels choisir), soit de manière intensive (en collectant plus d'information sur chaque candidat). Il apparaît alors que les canaux d'information formels (c'est-à-dire ceux qui rendent publique l'information sur les postes vacants : les intermédiaires du placement et les annonces) augmentent l'information essentiellement de manière extensive : ils donnent des indications, peu approfondies, sur un grand nombre de candidats. À l'opposé, les canaux informels (les réseaux de relations) augmentent l'information uniquement de manière intensive : l'information qu'ils véhiculent est d'emblée riche et détaillée mais porte sur un petit nombre de candidats. Cette distinction affecte la suite de la sélection dans l'entreprise : quand les candidatures sont amenées par des canaux « extensifs », de nombreux moyens d'investigation sont utilisés par l'entreprise (plusieurs entretiens et tests) afin d'augmenter l'information de manière intensive (DeVaro [2008]).

Les travaux empiriques ont fait progresser la connaissance du fonctionnement de ces différents canaux, en analysant la recherche soit des seuls chômeurs, soit de tous types de chercheurs d'emploi, soit encore des entreprises. Sur le marché du travail français, certaines études s'interrogent sur les chances de sortie du chômage en fonction de la distance aux agences pour l'emploi (Cavaco et Lesueur [2004]; Bunel et Tovar [2015]). D'autres montrent que les appariements entre emplois et candidats diffèrent selon les types d'intermédiaires du placement : les agences publiques permettent aux chômeurs peu diplômés d'accéder à des emplois aidés ou de courte durée et les cabinets de recrutement conduisent à des appariements entre des cadres et des emplois très qualifiés et durables (Sabatier [2003]; Bessy et Larquier [2010]; Larquier et Rieucou [2015]). D'après les données de l'enquête Emploi, les candidatures spontanées conduisent souvent les employeurs à recruter des candidats en emploi ou qui ont déjà travaillé dans leur entreprise, et les personnes peu qualifiées ou étrangères sont surreprésentées dans les appariements formés par réseaux (Larquier et Rieucou [2015]). Plus généralement, la littérature sur données françaises a montré que les réseaux de relations entretenaient des inégalités et des phénomènes de ségrégation dans l'emploi dans la mesure où la sortie du chômage et la mobilité d'un emploi à un autre dépendent de l'aptitude des enseignants, des anciens collègues ou employeurs, des membres de la famille ou de la communauté d'appartenance à informer leurs proches de l'existence d'emplois vacants et à les recommander sur ces postes (Domingues Dos Santos [2005]; Margolis et Simonnet [2004]). Il est difficile en revanche de caractériser la recherche d'emploi et les appariements qui passent par des annonces, car dans les travaux sur données françaises, elles sont agréées avec les candidatures spontanées, au sein des « procédures marchandes ». Les demandeurs d'emploi les plus diplômés utilisent davantage que les autres ces procédures marchandes pour trouver un emploi et celles-ci sont efficaces pour sortir du chômage, si elles sont combinées avec les réseaux de relations (Sabatier [2003]).

Cet article se focalise sur l'utilisation du canal des annonces par l'ensemble des chercheurs d'emploi (qu'ils soient chômeurs, inactifs ou actifs occupés) et sur les appariements auxquels mène ce canal, en France entre 2003 et 2012. Nous présentons nos hypothèses dans la première section ; les données et la

méthodologie sont exposées dans une deuxième section. Les résultats sont ensuite présentés en deux temps : nous regardons qui répond aux annonces après les avoir étudiées (troisième section) et quelles sont les caractéristiques des appariements salarié-emploi qui sont noués par cette voie (quatrième section).

TROIS HYPOTHÈSES SUR LE FONCTIONNEMENT DU CANAL DES ANNONCES

Les annonces d'offre d'emploi sont, avec les démarches directes (candidatures spontanées), qualifiées de « mode marchand » de la recherche d'emploi par Sabatier [2003]. Ce qui rapproche les deux canaux tient au fait que dans les deux cas, l'information sur les candidats arrive aux entreprises sans qu'aucune médiation, qu'elle soit formelle (intermédiaire du placement) ou informelle (réseau), n'ait lieu et ne donne l'occasion à un troisième acteur d'introduire, de reformuler ou de recommander la candidature (Larquier et Rieucou [2010]). Toutefois, à la différence des candidatures spontanées, l'employeur qui recrute par annonce n'attend pas passivement que des candidats se présentent, il publie et donc rend publics les emplois vacants. Même si tous les supports de diffusion ne sont pas payants, il est coûteux en temps de définir le poste, de rédiger l'annonce, de la publier et de mener la sélection. L'employeur qui passe une annonce est donc prêt à supporter un coût pour recevoir, par une recherche de nature extensive, une information standard et peu détaillée sur un grand nombre de candidats – qu'il peut restreindre en durcissant les requis exigés. Parce qu'elle est destinée à circuler largement sur le marché, l'information contenue dans les annonces épouse un format écrit standard (Marchal, Mellet et Rieucou [2007]). Cette information doit inciter les individus aux profils recherchés à envoyer leur candidature et à dissuader ceux qui n'ont pas le profil recherché de répondre, ou à « se signaler » au sens de Spence [1973]. De fait, les candidats signalent leurs qualités, par le contenu de leur CV et de leur lettre de motivation, et l'entreprise sélectionne les candidatures reçues sur cette seule base informationnelle. C'est ce que montrent les *testing* qui, pour révéler l'existence de discrimination à l'embauche, reposent sur des envois de CV en réponse à des offres d'emploi (Petit [2004]; Duguet *et al.* [2011]). L'enquête Ofer (Offre d'emploi et recrutement) menée en 2005 auprès d'établissements français du secteur privé confirme ces pratiques : les annonces sont bien un canal « extensif » (elles apportent aux employeurs plus de candidatures que la moyenne des canaux) et le processus de sélection qui s'ensuit requiert un investissement important en termes d'outils et de personnels spécialisés en ressources humaines (Bessy et Marchal [2009]; Larquier et Marchal [2012]) pour opérer des tris de CV sélectifs (éliminant au moins une candidature sur deux) suivis de diverses épreuves (entretiens, tests, etc.).

Nos hypothèses découlent de l'analyse proposée ci-dessus. Les annonces rendent publics des postes vacants et permettent *a priori* à un grand nombre de chercheurs d'emploi – notamment à ceux qui ne bénéficient pas de réseaux insérés dans le monde du travail – d'avoir une information sur la demande des entreprises, sans véritable coût, puisque beaucoup de supports sont gratuits pour les lecteurs. Cependant, parce que les annonces sont un canal sans médiation, l'accès à leur contenu suppose d'en maîtriser la lecture et les offres diffusées sur

Internet peuvent être inaccessibles aux publics peu familiers avec ce support. Notre première hypothèse est que la maîtrise difficile des codes de l'écrit et de l'outil numérique conduit certaines populations à moins étudier et à moins répondre aux annonces que les autres.

Par ailleurs, le canal des annonces étant un canal « extensif », dans un contexte de chômage élevé, l'entreprise va essayer de se prémunir contre le risque de recevoir un trop grand nombre de candidatures non ajustées à ses attentes (ce qui entraîne un coût de traitement inutile) en explicitant au mieux dans le contenu de l'annonce ses critères sélectifs. Les annonces ne s'adressent donc pas à l'ensemble de ceux qui les lisent et sont rédigées de manière à ce que beaucoup n'y répondent pas. Notre deuxième hypothèse est que les employeurs comptent sur l'« autosélection » des individus qui n'ont pas le profil requis et qui, à la lecture des exigences des annonces, ne se portent pas candidats. En suivant Stiglitz [1975], on entend par « autosélection » le fait que, par leur comportement (ici une non-réponse à une annonce), les individus révèlent une « vraie » information sur eux-mêmes². Ils sont incités à se retirer (ne pas répondre aux annonces qu'ils ont lues) et non à mentir sur leur profil parce que les pratiques des entreprises – le premier tri sur CV et les épreuves organisées à l'issue du premier tri – sont connues : les entreprises communiquent à ce sujet ou bien les individus l'ont appris dans leur expérience de recherche d'emploi (Holzer [1987]).

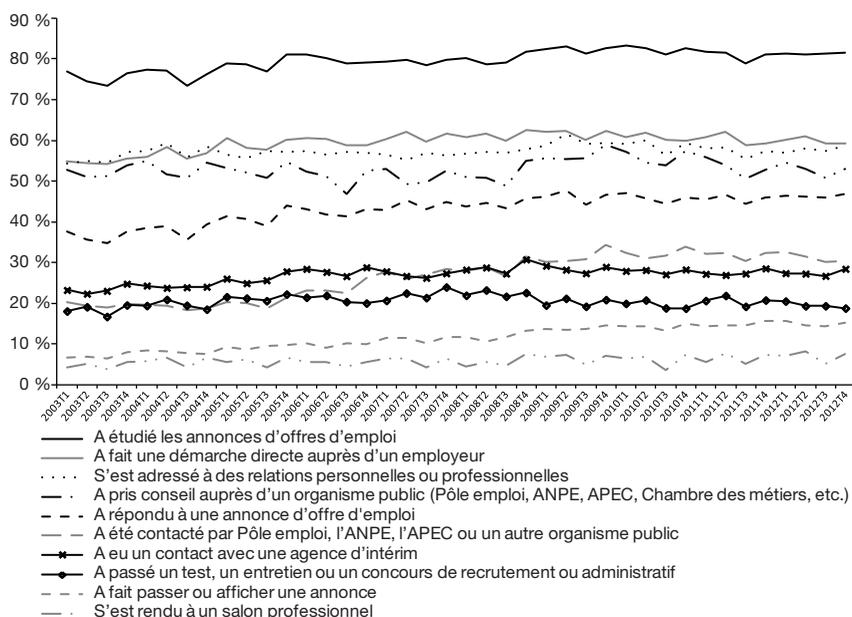
La troisième hypothèse est que les annonces mènent à un segment délimité du marché du travail, à savoir des emplois stables et qualifiés. En effet, comme la publication d'un poste vacant au moyen d'annonces représente un coût pour l'entreprise, on s'attend à ce que celle-ci soit prête à le supporter seulement si l'appariement en vue justifie cet investissement, du fait de sa rentabilité et de sa pérennité escomptées. Si les trois hypothèses sont vérifiées, alors le canal des annonces, bien qu'étant la source d'information sur les emplois vacants la plus utilisée en France, finit par être très étroit.

LES ANNONCES DANS L'ENQUÊTE EMPLOI

Les informations sur le canal des annonces d'offre d'emploi – et sur les autres canaux du marché du travail – sont issues de deux parties distinctes de l'enquête Emploi. Étudier et répondre aux annonces sont d'une part des démarches de recherche, parmi plusieurs possibles, quand les individus déclarent rechercher un emploi, quel que soit leur statut. Les annonces sont d'autre part un canal d'embauche des salariés (la question n'est pas posée aux intérimaires) qui sont interrogés sur la façon dont ils sont entrés dans l'entreprise ou l'organisme de la fonction publique où ils travaillent. Un seul canal est alors possible.

2. Stiglitz [1975] analyse l'autosélection des étudiants qui, estimant qu'ils n'ont pas le niveau, ne postulent pas aux universités les plus prestigieuses. Pour l'auteur, l'existence de tests à l'entrée des universités garantit que l'autosélection fonctionne puisque les « moins performants » ne se présentent pas, sachant qu'ils échoueront aux tests. Nous étendons ici ce raisonnement à l'autosélection induite par les annonces d'offre d'emploi : c'est parce qu'ils savent que la sélection sur les réponses aux annonces est une première étape, suivie de tests ou/et autres épreuves, voire de la présentation de leur diplôme et autres attestations, que les candidats qui ne se reconnaissent pas dans les critères affichés s'éliminent d'eux-mêmes en ne répondant pas (et renoncent à mentir sur leur profil).

Graphique 1. La fréquence des démarches de recherche d'emploi



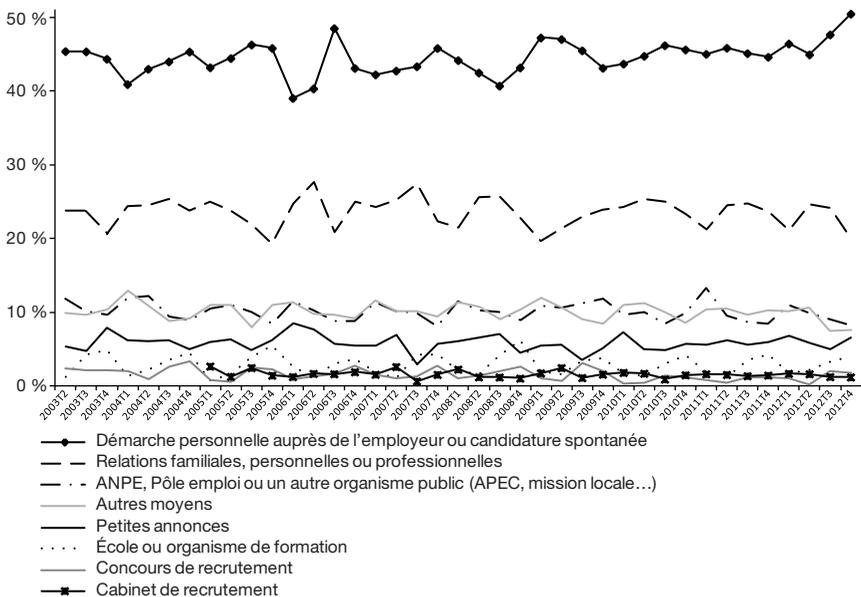
Note : Plusieurs réponses (démarches) sont possibles. La légende respecte le libellé des items du questionnaire.
 Champ : Ensemble des individus déclarant rechercher un emploi un trimestre donné, qu'ils soient chômeurs, inactifs ou actifs occupés (sont exclus ceux qui souhaitent uniquement se mettre à leur compte).
 Source : Enquêtes Emploi en continu (2003-2012), Insee, données pondérées.

D'après l'enquête Emploi, étudier les annonces représente la première démarche de recherche des chercheurs d'emploi (cf. graphique 1), qu'ils soient chômeurs, inactifs ou occupés : entre 2003 et 2012, ils sont près de 60 % en moyenne à faire des démarches directes auprès des employeurs et à s'adresser à leurs relations personnelles ou professionnelles (réseau); ils sont un peu plus de 50 % à prendre conseil auprès d'un organisme public et 78 % à étudier les annonces. La fréquence de cette démarche, considérée comme « active » par le Bureau international du travail (BIT)³, indique que les politiques qui incitent les individus à rechercher activement un emploi trouvent un certain écho. Mais la logique de ces politiques voudrait que les individus ne se contentent pas de lire les annonces; or, d'après l'enquête Emploi, finalement, 42 % répondent aux annonces, soit un peu plus d'un lecteur d'annonces sur deux. La part des individus qui répondent aux annonces et la part de ceux qui ont fait passer une annonce pour trouver un emploi ont augmenté légèrement sur la période. Cela peut tenir à plusieurs phénomènes : d'une part, l'intensification des politiques d'activation vis-à-vis des chômeurs depuis la crise de 2008, les conseillers de Pôle emploi les exhortant à répondre aux annonces et, d'autre part, l'outil Internet qui permet aux annonces d'être diffusées auprès d'un plus large public, y compris de façon dupliquée. L'impact d'Internet ne peut toutefois pas être identifié puisque tous les supports (presse, affiches, Internet...) sont confondus dans la question.

3. Étudier les annonces, y répondre et faire passer ou afficher une annonce, sont toutes trois des démarches « actives » au sens du BIT et entrent par conséquent dans la construction de la statistique du chômage.

En restreignant le champ aux personnes qui sont dans leur emploi depuis moins de trois mois, nous faisons apparaître la répartition des canaux d'embauche et en particulier la proportion des personnes ayant trouvé leur emploi par annonce. Le graphique 2 illustre la quasi-stabilité de cette répartition entre 2003 et 2012. Les annonces sont un canal d'embauche mineur : à peine 7 % en moyenne des salariés ont trouvé leur emploi par leur biais. Les démarches directes auprès des employeurs (candidatures spontanées) et les relations personnelles ou professionnelles sont prépondérantes, représentant au total plus des deux tiers des embauches. Les intermédiaires du placement publics (Pôle emploi, mission locale, etc.) pèsent pour 10 % des embauches. La part des écoles oscille entre 3 et 5 % et celle des cabinets de recrutement autour de 2 %.

Graphique 2. Le poids relatif de chaque mode d'entrée dans l'entreprise actuelle



Note : Une seule réponse est possible, par conséquent, un trimestre donné, la somme des fréquences est égale à 100 %. La légende respecte le libellé des items du questionnaire.

Champ : Ensemble des individus en emploi (à l'exclusion des intérimaires à qui la question n'est pas posée) ayant une ancienneté inférieure à trois mois un trimestre donné et ayant déclaré le mode d'entrée dans leur entreprise ou organisme de fonction publique.

Source : Enquêtes Emploi en continu (2003-2012), Insee, données pondérées.

En portant notre attention sur le fonctionnement du canal le plus utilisé par les chercheurs d'emploi, nous n'étudions donc que le quatrième canal d'embauche en France⁴. Grâce aux enquêtes Emploi en continu qui, sauf attrition, suivent les individus sur six trimestres consécutifs, nous pouvons relier les démarches de recherche d'emploi déclarées lors de la première interrogation et le devenir des

4. Ailleurs, l'exploitation de ces mêmes données, avec une méthodologie différente, a permis de caractériser les appariements formés par les trois principaux canaux sur le marché du travail français : les candidatures spontanées, les réseaux et les intermédiaires du placement publics (Larquier et Rieucou [2015]).

individus le trimestre d'après. Le trimestre de première interrogation t varie de 2003T1 à 2012T3. Nous étudions, dans la troisième section, la probabilité que les individus répondent aux annonces après les avoir étudiées lors du trimestre t et, dans la quatrième section, leur probabilité de trouver ou non un (nouvel) emploi en $t + 1$ par annonce ou autrement⁵.

QUI RÉPOND AUX ANNONCES APRÈS LES AVOIR ÉTUDIÉES ?

Notre échantillon est composé de 47 557 individus qui déclarent lors de leur première interrogation rechercher un emploi, qu'ils soient au chômage, inactifs ou actifs occupés, et qui sont toujours présents en $t + 1$ ⁶. Parmi eux, 78,9 % (37 515 individus) déclarent étudier les annonces et 43,2 % (20 524 individus) disent y répondre. Ainsi, un peu moins d'un lecteur d'annonces sur deux pense que sa candidature n'est pas pertinente.

Dans le premier modèle, un Probit bivarié avec sélection, l'équation de sélection *étudier* modélise la probabilité qu'un individu ait étudié ou non les annonces. Les variables explicatives se décomposent en trois blocs : 1) les caractéristiques sociodémographiques de l'individu et les informations sur sa zone d'habitation ; 2) l'année d'observation du trimestre t et le taux de chômage régional en t (corrige des variations saisonnières) qui synthétise l'état du marché du travail auquel l'individu est confronté lors de sa recherche d'emploi ; 3) le nombre d'autres démarches de recherche effectuées⁷ et la variable « démarches spécifiques à la mise à son compte⁸ ». Cette dernière variable est présente uniquement dans l'équation de sélection, jouant le rôle de variable d'exclusion et assurant la bonne identification du modèle⁹.

5. Pour t , nous considérons uniquement les premières interrogations pour profiter de l'hétérogénéité de l'échantillon composé par l'Insee puisqu'en première interrogation, la durée depuis laquelle les individus cherchent un emploi présente une certaine diversité. Puis, nous regardons si les individus qui cherchaient en première interrogation (et déclaraient un certain nombre de démarches) ont un (nouvel) emploi dès la deuxième interrogation. Travailler sur les deux premières interrogations permet aussi de limiter une attrition déjà importante. La description de la population étudiée est en annexe.

6. Pour tenir compte de l'attrition entre les interrogations 1 et 2, nous avons également construit nos modèles sur l'échantillon des 57 737 individus qui cherchent un emploi en t , qu'ils soient ou non présents en $t + 1$. La grande proximité des résultats entre les modèles portant sur les échantillons avec et sans attrition atteste la robustesse des résultats (les statistiques descriptives et les modèles sont disponibles sur demande auprès des auteurs).

7. Ce nombre peut varier de 0 à 8. Huit démarches, autres que « étudier des annonces » et « répondre à une annonce », sont comptabilisées : faire une démarche directe auprès d'un employeur, s'adresser à des relations personnelles ou professionnelles, prendre conseil auprès d'un organisme public, être contacté par un de ces agents, avoir un contact avec une agence d'intérim, se rendre à un salon professionnel, passer un concours, passer ou afficher une annonce.

8. Nous excluons les individus qui souhaitent uniquement se mettre à leur compte mais non ceux qui cherchent un emploi salarié sans exclure de se mettre à leur compte. La variable « démarches spécifiques à la mise à son compte » est l'agrégation de trois réponses : « a recherché un terrain, des locaux, du matériel, des clients ou fait une étude de marché », « a recherché à obtenir des ressources financières » et « a fait une demande de permis, de licence ou d'autorisation pour s'installer ».

9. On s'attend à ce que les individus qui recherchent un emploi salarié sans exclure de se mettre à leur compte étudient moins que les autres les annonces, car l'obtention d'un emploi salarié n'est pas une priorité. En revanche, s'ils les étudient, il n'y a pas de raison qu'ils répondent plus ou moins à ces annonces. Les tests de différences de moyenne (disponibles auprès des auteurs) nous confortent en ce sens.

Si les individus étudient les annonces, nous les plaçons face à une nouvelle alternative : répondre ou ne pas répondre à une annonce. L'équation d'intérêt *répondre* estime cette probabilité. Les variables explicatives sont les mêmes, à l'exception de la variable d'exclusion.

Tableau 1. *Premier Probit bivarié avec sélection : probabilité de répondre à une annonce, sachant la probabilité d'étudier les annonces*

	Coefficient	Écart type	Effet marginal ^(a) (%)
Équation répondre			
Constante	-0,319***	0,071	
Nombre d'autres démarches de recherche	0,284***	0,011	+ 11,6***
<i>Sexe (réf. : Homme)</i> Femme	0,063***	0,014	+ 2,7***
<i>Âge (réf. : 15 à 29 ans)</i> 30 à 49 ans 50 ans et plus	0,003 -0,063***	0,015 0,023	- -2,8***
<i>Nationalité à la naissance (réf. : Française)</i> Étrangère	-0,052**	0,021	-2,4***
<i>Diplôme (réf. : Baccalauréat)</i> Aucun diplôme Diplôme inférieur au baccalauréat Diplôme de l'enseignement supérieur	-0,217*** -0,113*** 0,161***	0,022 0,020 0,022	-8,4*** -4,0*** + 6,2***
<i>Situation en t (réf. : Salarié en CDI)</i> Indépendant Autre salarié Chômeur de moins de 6 mois Chômeur de 6 à 12 mois Chômeur de plus d'un an Inactif	0,029 -0,116*** -0,174*** -0,135*** -0,181*** -0,313***	0,076 0,026 0,023 0,028 0,023 0,043	- -5,0*** -6,0*** -3,7*** -5,9*** -14,0***
<i>Zone d'habitation (réf. : Zone urbaine hors Île-de-France)</i> Rurale Zone urbaine d'Île-de-France Zone urbaine sensible (toutes régions confondues)	-0,051*** 0,185*** -0,001	0,019 0,022 0,022	-2,0*** + 5,5*** -
Taux de chômage trimestriel régional en t (CVS)	-0,005	0,005	-
Équation étudier			
Constante	0,290***	0,058	
L'individu mène des démarches spécifiques à la mise à son compte	-0,438***	0,048	
Nombre d'autres démarches de recherche	0,341***	0,005	
<i>Sexe (réf. : Homme)</i> Femme	0,109***	0,014	
<i>Âge (réf. : 15 à 29 ans)</i> 30 à 49 ans 50 ans et plus	-0,017 -0,125***	0,016 0,022	
<i>Nationalité à la naissance (réf. : Française)</i> Étrangère	-0,130***	0,020	

	Coefficient	Écart type	Effet marginal ^(a) (%)
<i>Diplôme (réf. : Baccalauréat)</i>			
Aucun diplôme	-0,176***	0,022	
Diplôme inférieur au baccalauréat	-0,019	0,021	
Diplôme de l'enseignement supérieur	0,134***	0,023	
<i>Situation en t (réf. : Salarié en CDI)</i>			
Indépendant	-0,112	0,072	
Autre salarié	-0,201***	0,025	
Chômeur de moins de 6 mois	0,016	0,023	
Chômeur de 6 à 12 mois	0,207***	0,031	
Chômeur de plus d'un an	0,076***	0,023	
Inactif	-0,640***	0,028	
<i>Zone d'habitation (réf. : Zone urbaine hors Île-de-France)</i>			
Rurale	-0,058***	0,020	
Zone urbaine d'Île-de-France	-0,182***	0,022	
Zone urbaine sensible (toutes régions confondues)	-0,006	0,023	
Taux de chômage trimestriel régional en <i>t</i> (CVS)			
/athrho	-0,385***	0,079	
rho	-0,367	0,068	
Test de type LR d'indépendance des deux équations (H0 : rho = 0)	chi2(1) = 16,17 Prob > chi2 = 0,0001		
Nombre d'observations	47 557		
Observations censurées	10 042		
Observations non censurées	37 515		

^(a) L'effet marginal de chaque variable, de lecture plus intuitive, est calculé uniquement dans l'équation d'intérêt conditionnellement aux effets pris en compte dans l'équation de sélection. Seuls figurent les effets marginaux significatifs.

Note : Les deux équations *étudier* et *répondre* comprennent une indicatrice par année, de 2003 à 2012, avec 2012 l'année de référence. *, **, *** : significativité à 10 %, 5 % et 1 %. Le résultat du test montre que l'hypothèse H0 (rho = 0) peut être rejetée au seuil de 0,01 %. Le résultat obtenu par estimation du Probit bivarié avec sélection est donc significativement différent de celui qui aurait été obtenu par l'estimation séparée des deux modèles Probit. Le rho significativement négatif indique que les caractéristiques inobservables des individus qui augmentent la probabilité d'étudier les annonces diminuent celle d'y répondre. Autrement dit, ce que nous ne contrôlons pas et qui pousse certains à lire les annonces les entraîne aussi à ne pas y répondre. (Le logiciel Stata n'estime pas directement la valeur de rho, coefficient de corrélation des erreurs des deux équations, mais /athrho, l'arctangente hyperbolique de rho).

Champ : Ensemble des individus qui cherchent un emploi lors de leur première interrogation, qu'ils soient chômeurs, inactifs ou actifs occupés (à l'exclusion de ceux qui souhaitent uniquement se mettre à leur compte) et qui sont toujours présents lors de la deuxième interrogation.

Source : Enquêtes Emploi en continu (2003-2012), Insee, données non pondérées.

Les annonces diffusent bien une information à ceux qui sont le plus éloignés de l'emploi (*cf.* tableau 1) : toutes choses égales par ailleurs, les chômeurs de plus de six mois les étudient davantage que les salariés en poste ; les premiers peuvent être incités par leur conseiller de Pôle emploi à étudier les annonces tandis que les seconds ont d'autres sources d'information moins publicisées, à l'image des réseaux de relations. Les modèles montrent également que certains individus n'étudient pas les annonces ou les étudient mais n'y répondent pas ; dans ce dernier cas, ils s'autosélectionnent.

Être de nationalité étrangère à la naissance, avoir plus de 50 ans ou être sans diplôme est à chaque fois significativement et négativement corrélé avec le fait d'étudier les annonces et avec le fait d'y répondre. Notre première hypothèse,

relative à l'accessibilité moins grande des annonces aux individus susceptibles de moins maîtriser le langage écrit ou numérique – à savoir les personnes nées étrangères, les peu diplômés et les seniors pour le langage numérique¹⁰ – paraît donc crédible. Des inégalités dans l'accès aux annonces se profilent ici. On ne peut pas exclure non plus les effets d'apprentissage dans la recherche d'emploi (Holzer [1987]) : si les personnes nées étrangères, les seniors et les personnes peu diplômées lisent moins les annonces cela peut être parce qu'ils savent qu'ils n'y répondront pas.

Les informations sur le profil souhaité du candidat contenues dans les annonces peuvent aussi être source d'autosélection, comme l'énonce notre deuxième hypothèse. Les critères discriminatoires étaient présents dans les annonces des décennies passées, en France (Marchal et Torny [2003]) comme ailleurs, à l'exemple des annonces nord-américaines racistes et sexistes des années 1960 (Darity et Mason [1998]). Ces critères ont heureusement largement disparu, mais on trouvait encore mention de l'âge des candidats dans les annonces françaises au début de la décennie 2000, avec une préférence pour les 25-40 ans (Marchal, Mellet et Rieucou [2007]), ce qui contribuerait à expliquer que les seniors de nos échantillons répondent moins que les autres aux annonces. Le diplôme et l'expérience sont des critères standards de sélection, très présents dans les annonces françaises : ainsi, les annonces d'offre d'emploi de commerciaux, de managers et d'ingénieurs diffusées sur des sites Internet français au début de la décennie 2000 mentionnaient plus souvent un diplôme et une expérience que les annonces, destinées aux mêmes professions, diffusées sur des sites britanniques (Marchal, Mellet et Rieucou [2007]). Or, nos modèles indiquent que le niveau de diplôme est très significativement corrélé avec les réponses aux annonces : comparés aux bacheliers, les personnes peu ou non diplômées répondent moins aux annonces et les diplômés du supérieur les lisent et y répondent plus. La demande d'expérience peut aussi décourager de répondre. Ici, chômeurs, inactifs et salariés hors CDI ont une probabilité moindre que les salariés en CDI de répondre aux annonces qu'ils ont lues, alors même que les chômeurs de plus de six mois les étudiaient plus toutes choses égales par ailleurs.

Lorsque la conjoncture se dégrade, toutes choses égales par ailleurs, les individus étudient moins les annonces. Cela peut tenir à la diminution générale du nombre d'emplois offerts. On peut également penser que les entreprises ont moins recours à ce canal parce qu'elles souhaitent éviter de recevoir un trop grand volume de candidatures, croissant avec le nombre de chômeurs, qu'il est coûteux de traiter.

QUI TROUVE SON EMPLOI PAR ANNONCE ?

Parmi les 20 524 personnes qui ont répondu à une annonce, 12,2 % (soit 2 494 personnes) ont trouvé un (nouvel) emploi dans le trimestre qui suit. Parmi elles, 8,5 % l'ont trouvé par le biais d'une réponse à une annonce, pourcentage

10. Des questions sur la mobilisation d'Internet dans le cadre de la recherche d'emploi figurent dans l'enquête Emploi, mais seulement depuis l'édition de 2013. D'après l'enquête Emploi britannique qui intègre cette question depuis 2006, ce sont les plus jeunes et les plus diplômés qui cherchent le plus par Internet (Green *et al.* [2011]).

légèrement supérieur à ce que l'on observe dans le graphique 2, car notre population ici a répondu à des annonces (en t) et est donc plus susceptible de trouver un emploi de la sorte que la population totale. Du fait du décalage temporel entre les deux informations, rien ne dit toutefois que les personnes ont trouvé un emploi entre t et $t + 1$ grâce à la réponse à une annonce mentionnée en t .

Nous procédons de nouveau à l'estimation d'un Probit bivarié avec sélection (cf. tableau 2). L'équation de sélection *trouver* modélise la probabilité qu'un individu ait trouvé ou non un (nouvel) emploi entre t et $t + 1$. Les variables explicatives sont les mêmes que celles de l'équation de sélection du tableau 1, à l'exception de la variable d'exclusion qui indique à présent le statut vis-à-vis de l'emploi du père et de la mère de l'individu¹¹.

Si les individus ont trouvé un emploi, une alternative est possible : l'avoir trouvé par annonce ou par un autre biais. L'équation d'intérêt *annonce* estime la probabilité de l'avoir trouvé en répondant à une annonce. Aux variables explicatives de l'équation de sélection s'ajoutent des variables décrivant l'emploi trouvé entre t et $t + 1$. Une dernière variable, « Le salarié a-t-il déjà travaillé dans cette entreprise? », est là pour vérifier que l'annonce permet à l'entreprise d'attirer et de sélectionner des candidatures extérieures à son réseau de salariés connus. Cette variable teste ainsi le caractère « extensif » du canal des annonces.

Les résultats de l'équation de sélection estimant la probabilité de trouver un emploi sont assez classiques : les plus diplômés, les Français de naissance, les moins de 30 ans et ceux qui multiplient les démarches ont plus de chances, toutes choses égales par ailleurs, de trouver un (nouvel) emploi que les autres. Cette probabilité diminue lorsque la conjoncture se dégrade ou lorsque l'on vit en zone urbaine sensible (ZUS), plutôt qu'en zone urbaine hors d'Île-de-France. Les chômeurs de moins d'un an en t et les inactifs ont une probabilité plus grande que les salariés en CDI en t d'avoir trouvé un (nouvel) emploi en $t + 1$ (cf. tableau 2). Sachant que 62,3 % des emplois trouvés ne sont pas des CDI (il s'agit de contrats à durée déterminée, de contrats d'apprentissage, etc.), on comprend que les individus occupant une situation stable en t soient sous-représentés parmi les nouvelles recrues en $t + 1$.

La deuxième équation indique que l'embauche par annonce ne se fait pas pour n'importe quel type d'emploi. En effet, ils correspondent à des professions intermédiaires (plutôt que cadres), confirmant un des résultats issus de l'enquête Ofer auprès des entreprises privées (Bessy et Marchal [2009]). De façon plus précise, l'embauche par annonce concerne une fonction de « commercial » ou de « technico-commercial » plutôt que toute autre fonction, et ce, de façon significative, par rapport à celle d'« accueil, saisie, secrétariat » et à celle d'« enseignement ». D'autres résultats illustrent la spécificité de ces emplois : lorsque les individus sont interrogés, ils sont plutôt en CDI. L'emploi a pu être transformé, passant d'un CDD au moment de l'embauche à un CDI au moment de l'interrogation, mais on comprend que les emplois pourvus par annonce ont comme perspective d'être durables. La volonté d'embaucher quelqu'un pour longtemps

11. Si le père et la mère étaient sans emploi à l'époque où l'individu terminait ses études initiales, on s'attend à ce que la probabilité de trouver un emploi diminue en général. En revanche, il n'y a pas de raison que cela influence la probabilité d'en trouver un par annonce, dès lors que l'on en trouve un, puisque les annonces sont un moyen de candidater qui ne suppose aucune médiation des parents ou de qui que ce soit d'autre. Les tests de différences de moyenne (disponibles auprès des auteurs) nous confortent en ce sens.

Tableau 2. Deuxième Probit bivarié avec sélection : probabilité de trouver un emploi par annonce, sachant la probabilité de trouver un (nouveau) emploi

	Coefficient	Écart type	Effet marginal ^(a) (%)
Équation annonce			
Constante	- 1,954***	0,273	
Nombre d'autres démarches de recherche	0,041**	0,019	-
<i>Sexe (réf. : Homme)</i> Femme	0,018	0,064	-
<i>Âge (réf. : 15 à 29 ans)</i> 30 à 49 ans 50 ans et plus	- 0,020 - 0,082	0,059 0,113	- -
<i>Nationalité à la naissance (réf. : Française)</i> Étrangère	- 0,015	0,083	-
<i>Diplôme (réf. : Baccalauréat)</i> Aucun diplôme Diplôme inférieur au baccalauréat Diplôme de l'enseignement supérieur	- 0,245** 0,033 0,323***	0,121 0,087 0,079	- - + 5,5***
<i>Situation en t (réf. : Salarié en CDI)</i> Indépendant Autre salarié Chômeur de moins de 6 mois Chômeur de 6 à 12 mois Chômeur de plus d'un an Inactif	- 0,194 - 0,151 0,157* 0,057 - 0,037 0,186	0,393 0,112 0,085 0,108 0,101 0,138	- - 4,0* - - - -
<i>Zone d'habitation (réf. : Zone urbaine hors Île-de-France)</i> Rurale Zone urbaine d'Île-de-France Zone urbaine sensible (toutes régions confondues)	- 0,058 - 0,073 - 0,066	0,082 0,077 0,104	- - -
Taux de chômage trimestriel régional en t (CVS)	- 0,079***	0,022	- 1,3***
<i>Statut de l'établissement (réf. : privé)</i> Public	- 0,078	0,095	-
<i>Taille de l'établissement (réf. : 1 à 9 salariés)</i> NSP 10 à 49 salariés 50 salariés et plus	0,089 0,118* 0,055	0,084 0,072 0,077	- - -
<i>Catégorie sociale de l'emploi (réf. : Cadre)</i> Profession intermédiaire Employé Ouvrier	0,253*** 0,155 0,123	0,095 0,105 0,129	+ 5,2*** - -
<i>Fonction de l'emploi (réf. : Commerce, technico-commercial)</i> Production, chantier Installation, réparation, maintenance Nettoyage, gardiennage, entretien Manutention, logistique, magasinage Accueil, saisie, secrétariat Gestion, comptabilité R&D, études et méthodes Enseignement Autre	- 0,183 - 0,063 - 0,130 - 0,082 - 0,250** - 0,087 - 0,093 - 0,278** - 0,161*	0,113 0,145 0,127 0,137 0,115 0,095 0,112 0,115 0,094	- - - - - 5,1** - - - 5,7** -
Contrat à durée indéterminée	0,189***	0,060	+ 3,9***
L'individu est en période d'essai	0,213***	0,058	+ 4,4***
L'individu a déjà travaillé dans l'entreprise	- 0,412***	0,133	- 8,5***

	Coefficient	Écart type	Effet marginal ^(a) (%)
<i>Temps de travail normal (réf. : Plus de 30 heures)</i>			
Pas de temps de travail normalement prévu	- 0,012	0,070	-
Moins de 30 heures	- 0,057	0,082	-
Équation trouver			
Constante	- 1,299***	0,098	
Père et mère sans emploi	- 0,157***	0,051	
Nombre d'autres démarches de recherche	0,081***	0,008	
<i>Sexe (réf. : Homme)</i>			
Femme	0,050**	0,023	
<i>Âge (réf. : 15 à 29 ans)</i>			
30 à 49 ans	- 0,134***	0,025	
50 ans et plus	- 0,323***	0,044	
<i>Nationalité à la naissance (réf. : Française)</i>			
Étrangère	- 0,106***	0,037	
<i>Diplôme (réf. : Baccalauréat)</i>			
Aucun diplôme	- 0,140***	0,039	
Diplôme inférieur au baccalauréat	- 0,092***	0,033	
Diplôme de l'enseignement supérieur	0,083**	0,033	
<i>Situation en t (réf. : Salarié en CDI)</i>			
Indépendant	- 0,381**	0,175	
Autre salarié	0,070	0,047	
Chômeur de moins de 6 mois	0,374***	0,040	
Chômeur de 6 à 12 mois	0,200***	0,048	
Chômeur de plus d'un an	0,044	0,044	
Inactif	0,269***	0,065	
<i>Zone d'habitation (réf. : Zone urbaine hors Île-de-France)</i>			
Rurale	0,093***	0,032	
Zone urbaine d'Île-de-France	- 0,099***	0,036	
Zone urbaine sensible (toutes régions confondues)	- 0,147***	0,043	
Taux de chômage trimestriel régional en t (CVS)	- 0,021***	0,008	
/athrho	1,992*	1,177	
rho	0,964	0,084	
Test de type LR d'indépendance des deux équations (H0 : rho = 0)	chi2(1) = 2,92 Prob > chi2 = 0,0874		
Nombre d'observations	20 524		
Observations censurées	18 030		
Observations non censurées	2 494		

^(a) L'effet marginal de chaque variable, de lecture plus intuitive, est calculé uniquement dans l'équation d'intérêt conditionnellement aux effets pris en compte dans l'équation de sélection. Seuls figurent les effets marginaux significatifs.
Note : Les deux équations *annonce* et *trouver* comprennent une indicatrice par année, de 2003 à 2012, avec 2012 l'année de référence. *, **, *** : significativité à 10 %, 5 % et 1 %. Le résultat du test montre que l'hypothèse H0 (rho = 0) peut être rejetée au seuil de 10 %. Le résultat obtenu par estimation du Probit bivarié avec sélection est significativement différent de celui qui aurait été obtenu par l'estimation séparée des deux modèles Probit. Le rho proche de 1 implique que les mêmes caractéristiques inobservables augmentent la probabilité de trouver un (nouvel) emploi en général et celle de trouver spécifiquement son emploi par annonce plutôt que par un autre moyen. (Le logiciel Stata n'estime pas directement la valeur de rho, corrélation des erreurs des deux équations, mais /athrho, l'arctangente hyperbolique de rho).

Champ : Ensemble des individus qui cherchent un emploi, qu'ils soient chômeurs, inactifs ou actifs occupés (à l'exclusion de ceux qui souhaitent uniquement se mettre à leur compte), qui ont répondu à une annonce lors de leur première interrogation et qui sont toujours présents lors de la deuxième interrogation.

Source : Enquêtes Emploi en continu (2003-2012), Insee, données non pondérées.

expliquerait l'investissement dans la publication d'une annonce, procédure qui représente un coût en temps et en argent. Cela va dans le sens de notre troisième hypothèse, selon laquelle les annonces mènent à un segment délimité du marché du travail, celui des emplois stables et qualifiés.

Les annonces apportent des candidatures qui ne sont pas connues de l'entreprise (les individus ayant déjà travaillé dans l'entreprise sont sous-représentés parmi ceux qui ont trouvé par annonce, cf. tableau 2), ce qui illustre le caractère « extensif » de ce canal. Par ailleurs, les salariés embauchés par annonce au cours du trimestre sont plus souvent que les autres (toujours) en période d'essai lorsqu'ils sont interrogés. La période d'essai permet à l'employeur de continuer l'évaluation du salarié, à propos duquel il sait déjà des choses, du fait des informations délivrées par le CV, les entretiens ou les tests mis en place, mais qu'il n'a jamais vu travailler par le passé, qui n'a été ni introduit, ni recommandé, ni sélectionné par un tiers. En outre, la période d'essai, lorsqu'elle existe, est d'autant plus longue que le poste pourvu est qualifié et bien rémunéré (et qu'il s'agit d'un CDI). Cela confirme que les postes pourvus par annonce sont des emplois stables et qualifiés, et figurent, au vu des éléments mis en évidence, sur le segment primaire du marché du travail (Doeringer et Piore [1971]).

Alors que la plupart des caractéristiques individuelles présentes dans le CV (genre, âge, nationalité, lieu de résidence) ne sont pas significativement liées au fait d'avoir trouvé un emploi par annonce, le diplôme pèse de tout son poids : comparés aux simples bacheliers, les diplômés du supérieur ont plus de chances d'avoir été embauchés après avoir répondu à une annonce, tandis que les non-diplômés ont moins de chance d'avoir été embauchés de la sorte. Le canal des annonces sélectionne vraiment en fonction du diplôme.

Finalement, les annonces seraient particulièrement destinées aux diplômés de l'enseignement supérieur, pour occuper des postes de niveau « intermédiaire », ce que suggèrent d'ailleurs les titres d'emplois des annonces ayant fait l'objet de *testing* en France : par exemple des « développeurs informatiques » (Duguet *et al.* [2011]), des « comptables gestionnaires » ou des « commerciaux qualifiés » (Petit [2004]). L'accès aux emplois de profession intermédiaire est souvent régulé, voire réglementé, par un diplôme, un titre ou la maîtrise de certains savoirs ; ces emplois peuvent aussi requérir des compétences techniques, pointues ou transversales qui ne sont pas toujours disponibles en interne (Cadet [2013]). Les annonces sont un canal particulièrement adapté : elles sont diffusées sur le marché externe et les critères attendus sont faciles à transcrire dans une annonce. Il s'agit de nommer des diplômes, des titres et des outils, c'est-à-dire des signaux standards et sans ambiguïté qui entraînent une autosélection efficace de ceux qui n'en disposent pas. La spécialisation des annonces sur le segment des emplois des professions intermédiaires peut aussi résulter du manque d'intermédiaires du placement pour cette catégorie d'emplois, d'autant que le monopole du placement public a longtemps freiné le développement des agences privées en France.

CONCLUSION

En France, les annonces d'offre d'emploi sont le canal d'information sur les emplois vacants le plus fréquemment mobilisé par les chercheurs d'emploi, mais elles ne mènent qu'à une faible part des appariements. En mettant en évidence

l'autosélection des individus à la lecture des annonces et la spécificité des appariements noués par cette voie, cet article apporte des éléments d'explication à ce paradoxe. Comprendre les spécificités du canal des annonces n'est pas sans incidence. En effet, Pôle emploi [2012] préconise une plus grande transparence du marché du travail, par une plus large diffusion et visibilité des offres d'emploi. Or, bien qu'accessibles au plus grand nombre de chercheurs d'emploi, à condition qu'ils maîtrisent les codes linguistiques et numériques, les annonces sont rédigées de telle sorte qu'un grand nombre d'entre eux n'y répondent pas. En outre, les emplois offerts requièrent des titres, des diplômes ou la maîtrise d'outils faciles à transcrire dans les annonces. Ce ne sont donc pas tous les emplois vacants qui peuvent circuler via les annonces et celles-ci ne s'adressent au bout du compte qu'à un public restreint.

L'analyse menée dans cet article apporte deux contributions à la littérature. Elle met la notion d'autosélection au centre de la compréhension du fonctionnement du canal des annonces. En informant sur les requis attendus, les entreprises « délèguent » une partie de la sélection aux chercheurs d'emploi, qui, par leur comportement, révèlent des informations les concernant : ceux qui répondent se reconnaissent dans les profils édictés, ceux qui n'ont pas le profil s'abstiennent. Ces derniers ne sont pas incités à mentir mais bien à se retirer parce que les pratiques des entreprises – le premier tri sur CV et les épreuves organisées à l'issue de celui-ci – sont connues. La deuxième contribution de cet article à la littérature est de montrer comment la segmentation du marché du travail est accompagnée d'une spécialisation des canaux. On savait que les agences publiques permettent aux demandeurs d'emploi peu diplômés d'accéder à des emplois aidés ou de courte durée, que les entreprises de travail temporaire alimentent principalement le segment secondaire des emplois de l'industrie, que les cabinets de recrutement servent le segment primaire des emplois très qualifiés et durables tandis que les emplois du secteur de la construction sont surreprésentés parmi ceux trouvés par réseaux de relations (Sabatier [2003]; Domingues Dos Santos [2005]; Bessy et Larquier [2010]; Larquier et Rieucou [2015]). On voit désormais qu'en France les annonces alimentent le segment particulier des professions intermédiaires, pour les postes stables du versant primaire du marché.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- AUTOR D. H. (dir.) [2010], *Studies of Labor Market Intermediation*, Chicago, The University of Chicago Press.
- BACHMANN R. et BAUMGARTEN D. [2012], « How Do the Unemployed Search for a Job? Evidence from the EU Labour Force Survey », *RHRG Economic Paper*, 312.
- BESSY C. et LARQUIER G. DE [2010], « Spécialisation et efficacité des intermédiaires du placement », *Revue française d'économie*, 2 (25), p. 226-270.
- BESSY C. et MARCHAL E. [2009], « Le rôle des réseaux et du marché dans le recrutement », *Revue française de socio-économie*, 3, p. 121-146.
- BIGLAISER G. [1993], « Middlemen as Experts », *RAND Journal of Economics*, 24 (2), p. 212-223.
- BUNEL M. et TOVAR E. [2015], « Spatial Mismatch through Local Public Employment Agencies? Answers from a French Quasi-Experiment », *Document de travail Economix*, 2015-32.

- CADET J.-P. [2013], « Promotion interne vs recrutements externes : les déterminants des modes d'alimentation des professions intermédiaires », dans J.-P. CADET et C. GUITTON (dir.), *Les professions intermédiaires. Des métiers d'interface au cœur de l'entreprise*, Paris, Armand Colin, coll. « Recherches », p. 317-332.
- CAVACO S. et LESUEUR J.-Y. [2004], « Contraintes spatiales et durée du chômage », *Revue française d'économie*, 18 (3), p. 229-257.
- DARITY W. A. et MASON P. L. [1998], « Evidence on Discrimination in Employment: Codes of Color, Codes of Gender », *Journal of Economic Perspectives*, 12 (2), p. 69-90.
- DEVARO J. [2008], « The Labor Market Effects of Employer Recruitment Choice », *European Economic Review*, 52 (2), p. 283-314.
- DOERINGER P. B. et PIRE M. [1971], *Internal Labor Market and Manpower Analysis*, Lexington, Heath Lexington Books.
- DOMINGUES DOS SANTOS M. [2005], « Travailleurs maghrébins et portugais en France », *Revue économique*, 56, p. 447-464.
- DUGUET E., DU PARQUET L., L'HORTY Y., PETIT P. et SARI F. [2011], « Les effets du lieu de résidence sur l'accès à l'emploi : une expérience contrôlée sur des jeunes qualifiés en Île-de-France », *Économie et Statistique*, 447, p. 71-95.
- GREEN A. E., HOYOS M. DE, YUXIN L. et OWEN D. [2011], « Job Search Study: Literature Review and Analysis of the Labour Force Survey », *Research Report*, 726, Department for Work and Pensions, Royaume-Uni.
- HOLZER H. [1987], « Informal Job Search and Black Youth Unemployment », *The American Economic Review*, 77 (3), p. 446-452.
- LARQUIER G. DE et MARCHAL E. [2012], « La légitimité des épreuves de sélection : apports d'une enquête statistique auprès des entreprises », dans F. EYMARD-DUVERNAY (dir.), *Épreuves d'évaluation et chômage*, Toulouse, Octares, coll. « Le travail en débats », p. 47-77.
- LARQUIER G. DE et RIEUCAU G. [2010], « Trouver ou créer son emploi : compter sur soi, sur autrui ou sur les institutions? », *Travail et emploi*, 124, p. 43-55.
- LARQUIER G. DE et RIEUCAU G. [2015], « Candidatures spontanées, réseaux et intermédiaires publics : quelle information et quels appariements sur le marché du travail français? », *Relations industrielles/Industrial Relations*, 70 (3), p. 486-509.
- MARCHAL E., MELLET K. et RIEUCAU G. [2007], « Job Board Toolkits: Internet Matchmaking and Changes in Job Advertisements », *Human Relations*, 60 (7), p. 1091-1113.
- MARCHAL E. et TORNY D. [2003], « Des petites aux grandes annonces : évolution du marché des offres d'emploi (1960-2000) », *Travail et emploi*, 95, p. 59-72.
- MARGOLIS D. et SIMONNET V. [2004], « Filières éducatives, réseaux et réussite professionnelle », *Économie & prévision*, 164-165, p. 113-127.
- MONTGOMERY J. [1991], « Social Networks and Labor Market Outcomes », *The American Economic Review*, 81 (5), p. 1407-1418.
- PETIT P. [2004], « Discrimination à l'embauche : une étude d'audit par couples dans le secteur financier », *Revue économique*, 55 (3), p. 611-621.
- PHELPS E. (dir.) [1970], *Microeconomic Foundations of Employment and Inflation Theory*, New York, W. W. Norton.
- PÔLE EMPLOI [2012], *Pôle emploi 2015. Réussir ensemble*, Paris, Pôle emploi.
- REES A. [1966], « Labor Economics: Effects of More Knowledge: Information Networks in Labor Markets », *The American Economic Review*, 56 (2), p. 559-566.
- SABATIER M. [2003], « Stratégies d'insertion et durée d'accès au premier emploi », *Revue d'économie politique*, 5, p. 671-696.
- SPENCE M. [1973], « Job Market Signaling », *The Quarterly Journal of Economics*, 87 (3), p. 355-274.
- STIGLER G. J. [1962], « Information in the Labor Market », *Journal of Political Economy*, 70 (2), p. 94-105.
- STIGLITZ J. [1975], « The Theory of "Screening": Education, and the Distribution of Income », *The American Economic Review*, 65 (3), p. 283-300.

ANNEXE

DESCRIPTION DES PRINCIPAUX ÉCHANTILLONS

	Les individus déclarant chercher un emploi en t	Les individus ayant trouvé un (nouvel) emploi entre t et $t + 1$	Les individus ayant trouvé leur (nouvel) emploi par annonce entre t et $t + 1$
Nombre d'individus	47 557	2 494	211
Variables sociodémographiques			
<i>Sexe :</i>			
Homme	46,8	44,5	48,3
Femme	53,2	55,5	51,7
<i>Âge :</i>			
15 à 29 ans	40,8	52,7	49,3
30 à 49 ans	45,2	40,4	44,1
50 ans et plus	13,9	6,9	6,6
<i>Nationalité à la naissance :</i>			
Française	84,8	89,1	86,7
Étrangère	15,2	10,9	13,3
<i>Diplôme :</i>			
Aucun diplôme	26,1	14,3	6,2
Diplôme inférieur au baccalauréat	33,0	29,0	22,7
Baccalauréat	18,4	21,9	16,1
Diplôme de l'enseignement supérieur	22,5	34,8	55,0
<i>Situation en t :</i>			
Indépendant	0,9	0,3	0,5
Salarié en CDI	14,6	10,0	17,5
Autre salarié	14,1	12,4	8,6
Chômeur de moins de 6 mois	26,7	43,2	41,2
Chômeur de 6 à 12 mois	10,4	13,0	12,3
Chômeur de plus d'un an	25,3	16,5	14,2
Inactif	8,1	4,6	5,7
<i>Zone d'habitation :</i>			
Rurale	17,0	18,3	13,7
Zone urbaine hors Île-de-France	13,4	13,9	19,9
Zone urbaine d'Île-de-France	58,3	60,1	58,8
Zone urbaine sensible (toutes régions confondues)	11,3	7,7	7,6
Variables de l'emploi trouvé			
<i>Statut de l'établissement :</i>			
Privé		84,3	91,0
Public		15,7	9,0
<i>Taille de l'établissement :</i>			
NSP		22,5	18,5
1 à 9 salariés		26,0	23,2
10 à 49 salariés		27,3	32,7
50 salariés et plus		24,2	25,6
<i>Catégorie sociale de l'emploi :</i>			
Cadre		9,9	13,3
Profession intermédiaire		22,6	36,0
Employé		43,0	35,5
Ouvrier		24,5	15,2

	Les individus déclarant chercher un emploi en t	Les individus ayant trouvé un (nouvel) emploi entre t et $t + 1$	Les individus ayant trouvé leur (nouvel) emploi par annonce entre t et $t + 1$
<i>Fonction de l'emploi :</i>			
Production, chantier		15,8	9,0
Installation, réparation, maintenance		4,0	4,3
Nettoyage, gardiennage, entretien		8,7	5,7
Manutention, logistique, magasinage		6,1	5,7
Accueil, saisie, secrétariat		10,1	7,1
Gestion, comptabilité		7,7	11,4
Commerce, technico-commercial		19,0	30,3
R&D, études et méthodes		5,4	8,5
Enseignement		11,4	7,1
Autre		11,8	10,9
<i>Type de contrat :</i>			
CDI		37,7	59,7
Autre que CDI		62,3	40,3
L'individu est en période d'essai lors de la seconde interrogation		24,7	45,0
L'individu a déjà travaillé dans l'entreprise		11,4	3,3
<i>Temps de travail normal :</i>			
Pas de temps de travail normalement prévu		17,0	19,9
Moins de 30 heures		19,3	13,3
Plus de 30 heures		63,7	66,8