

Recruté / Pas recruté

FRÉQUENCE
ÉCOLES

— Guide d'animation

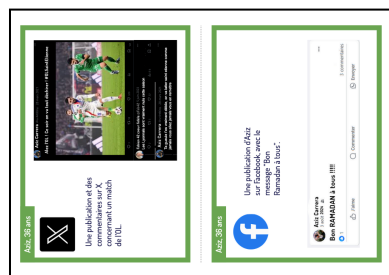
Dans cette activité, les participants se mettent à la place d'un recruteur, qui étudie différents profils avant de les embaucher. Ils doivent analyser des publications concernant les candidats trouvées sur internet, et déterminer l'influence qu'elles ont sur la vision des candidats.

Situation	Durée
“Avant de chercher un travail, Solène a envie de se construire une identité numérique professionnelle. Elle se demande comment elle peut faire, et ce qu'elle doit ou ne doit pas faire.”	1 h
Objectif pédagogique	
Déterminer l'influence d'une publication / un contenu au regard d'un contexte professionnel	
Prérequis pour les participants	
Distinguer les composantes de son identité numérique	

Matériel

Matériel (pour un groupe)

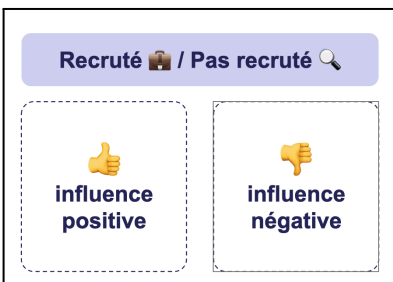
16 cartes “publications” à découper



Feuilles A4 imprimées de la situation de Solène








Fiche de classement “Recruté / pas recruté”






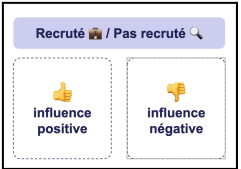

Fiches d'analyse des publications


Ces publications ont-elles une bonne ou une mauvaise influence sur le candidat ? Pourquoi ?	
Agfa	
Instagram	
Agfa	
Google	
Agfa	
it	
Agfa	
Talab	
Agfa	
Google	
Agfa	
Facebook	
Agfa	
LinkedIn	
Agfa	
Facebook	

Déroulé de l'activité

Étape	Temps	Actions des participants	Matériel
Introduction / situation	5 min	<p>Le médiateur ou la médiatrice se présente et accueille le groupe. Il pose le cadre de l'intervention. Il explique le programme de la séance et invite à la participation et à la bienveillance de chacun.</p> <p>Le médiateur ou la médiatrice distribue à chaque groupe une fiche "Situation de Quentin". Il ou elle lit la situation, et pose des questions aux participants pour essayer de créer du lien entre la situation et leurs expériences personnelles.</p> <p><i>"Est-ce que cette situation vous fait penser à quelque chose que vous avez vécu ? Est-ce que vous avez déjà réfléchi à ce qu'on pouvait trouver sur vous sur Internet ? Est-ce que vous avez déjà tapé votre nom sur Google ?"</i></p> <p>Le médiateur ou la médiatrice explique : <i>"Pour essayer de mieux comprendre cette situation, nous allons faire une activité, dans laquelle VOUS allez incarner un recruteur qui cherche à se renseigner sur des candidats.."</i></p>	 <p>Fiches situation</p>
Consignes de l'activité	5min	<p>Le médiateur ou la médiatrice forme des groupes de 4 personnes. Chaque groupe a un exemplaire des cartes publiées.</p> <p><i>"Vous êtes une équipe de recruteurs. Vous examinez les deux candidatures que vous avez reçues pour votre offre d'emploi. Vous cherchez le nom des candidats sur Google et trouvez des contenus en ligne. Profil LinkedIn, page facebook, Tiktok, avis Google... Comment ces contenus vont-ils influencer votre choix ?"</i></p>	 <p>Cartes publications</p>
Analyse des publications	10min	<p>Les participants commencent par analyser les deux premiers profils pour un poste d'AGENT DE CRÈCHE :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Agathe et Magalie <p>Ils analysent chaque publication et doivent déterminer, pour chacune, si elle a plutôt une influence positive ou négative sur la candidature. Ils remplissent la fiche d'analyse des publications pour justifier leurs choix.</p>	 <p>Cartes publications</p>  <p>Fiche d'analyse</p>  <p>Fiche de classement</p>
Mise en commun	10 min	Les participants mettent en commun leurs choix et leurs résultats. Ils expliquent comment ils ont sélectionné ces cartes, ce sur quoi ils se sont basés.	

Étape	Temps	Actions des participants	Matériel
		<p>Éléments de débrief pour Agathe :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Instagram : Agathe a un compte instagram public où elle publie des recettes de cuisine. Tout le monde peut voir ses publications, likes et commentaires. Les plats de Agathe font envie et les photos sont qualitatives. Agathe est créative et elle aime partager ses passions : cela peut plaire au recruteur. En revanche, elle ne maîtrise pas à 100% les règles de l'orthographe. - Google : Depuis son compte Google, Agathe a publié un avis positif sur son ancien lieu de travail. Ce commentaire reflète une expérience professionnelle réussie et une bonne entente avec ses anciens collègues. Un recruteur préférera un candidat qui aime ce qu'il fait, plutôt qu'un candidat qui se plaint quotidiennement. - X : Agathe participe à des événement sportifs caritatifs ! Elle est dynamique et aime se lancer des défis. Le recruteur sera sûrement sensible à son engagement. En revanche, gare aux fautes d'orthographe ! - Tiktok : Agathe partage régulièrement sur Tik Tok des vidéos de danse qu'elle réalise avec sa meilleure amie. Ses contenus semblent plaire aux utilisateurs du réseau social : elle comptabilise de nombreux likes sur chaque vidéo. Même si en regardant ses contenus, on a du mal à imaginer Agathe en contexte professionnel, le recruteur peut peut-être reconnaître son dynamisme et sa créativité. <p>Éléments de débrief pour Magalie :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Google : Magalie travaillait auparavant dans une crèche qui a fermé pour cause de défaillances. Le recruteur a trouvé via le moteur de recherche Google un article qui mentionne l'affaire car le nom de Magalie est cité. Même si elle n'y est peut-être pour rien dans la fermeture de son ancienne crèche, cet article ne donnera pas très envie au recruteur de l'embaucher... - Facebook : Magalie suit des comptes Facebook humoristiques et partage des publications ! Or, l'humour est quelque chose de subjectif : peut-être que le recruteur ne partage pas son sens de l'humour. Elle ferait donc mieux de paramétrer son compte en privé, ou de partager ces contenus directement dans une conversation de groupe avec ses amis. - Linkedin : Magalie a des expériences professionnelles réussies et les met en valeur grâce à un profil LinkedIn régulièrement alimenté. Son profil affiche la recommandation d'un précédent supérieur hiérarchique satisfait : un gage de sérieux qui donnera confiance au recruteur. - Facebook : Magalie partage des tutos d'activités à faire avec les enfants : une preuve que son métier la passionne ! Le recruteur constate qu'elle s'inspire de ce qu'elle voit sur les réseaux sociaux pour avoir des idées d'activités à faire avec les enfants. Un atout qui peut faire la différence. <p>Le médiateur ou la médiatrice explique qu'en fonction des recruteurs, toute publication peut être perçue différemment. Mais que pour les publications plutôt personnelles, il vaut mieux passer ses comptes en privé et bien réfléchir à qui verra nos publications sur nos comptes publics, et le message qu'elles véhiculent.</p>	 <p>Cartes publications</p>

Étape	Temps	Actions des participants	Matériel
Analyse des publications	10min	<p>Les participants analysent ensuite les deux profils suivants pour un poste de COMMERCIAL DANS UN MAGASIN DE MEUBLES :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Selma et Aziz <p>Ils analysent chaque publication et doivent déterminer, pour chacune, si elle a plutôt une influence positive ou négative sur la candidature. Ils remplissent la fiche d'analyse des publications pour justifier leurs choix.</p>	 <p>Cartes publications</p>  <p>Fiche d'analyse</p>  <p>Fiche de classement</p>
Mise en commun	10 min	<p>De la même manière que précédemment, les participants mettent en commun leurs choix et leurs résultats. Ils expliquent comment ils ont sélectionné ces cartes, ce sur quoi ils se sont basés.</p> <p>Éléments de débrief pour Selma :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pinterest : Selma épingle sur Pinterest ses inspirations en aménagement d'intérieur et en design d'espaces. Le métier de commerciale dans un magasin de meubles lui imposera de s'informer sur les dernières tendances pour conseiller aux mieux sa clientèle qui cherche à acquérir des meubles. Son compte Pinterest peut donc être un vrai atout aux yeux d'un employeur ! - Facebook : Selma a publié il y a très longtemps (2015) une photo prise lors d'un festival. On la voit en train de trinquer avec ses amis, bière à la main. Rien de bien méchant, mais attention aux publications qui montrent une consommation d'alcool ou pire, de substances illégales. S'il n'est pas interdit de s'amuser, il est préférable de partager ce type de contenus via un profil personnel, avec un pseudo qui n'est pas associé à votre nom. - Instagram : Sur son profil Instagram, Selma n'a pas peur d'afficher ses engagements ! Le recruteur peut voir qu'elle est engagée et qu'elle s'informe de l'actualité. Il n'a pas le droit de juger Selma là-dessus : cela lui coûterait jusqu'à 45 000 € d'amende et trois ans de prison (pour les individus), et jusqu'à 225 000€ pour les entreprises. - Youtube : Selma est fan de musique électronique et il lui arrive même de mixer lors de certains événements ! Selon son attrait pour ce genre de musique, le recruteur pourrait éprouver de l'intérêt pour Selma, ou alors mettre son profil de côté. Pourquoi ne pas prendre un nom d'artiste ? Elle pourra toujours partager ses sons à ses collègues une fois qu'elle sera recrutée. <p>Éléments de débrief pour Aziz :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Instagram : Aziz a été identifié sur une photo de son amie Oumayma Martin, prise lors d'une session de bricolage. Aziz est commercial mais il n'a pas peur de mettre la main à la pâte ! Il est manuel, dynamique et serviable : des qualités recherchées par les 	 <p>Cartes publications</p>

Étape	Temps	Actions des participants	Matériel
		<p>recruteurs. En revanche, cette photo ne met pas leur travail en valeur. Peut-être aurait-il mieux fallu partager une photo du placard terminé ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - LinkedIn : Quand on recherche son nom sur LinkedIn, on ne trouve pas le profil d'Aziz. Il n'a pas fait ce travail pour sa recherche d'emploi. Pour un recruteur, le profil LinkedIn est un élément qui vient compléter le CV. Il lui permet d'en savoir plus sur son candidat : photos, réseau, expériences professionnelles (ou non) détaillées, compétences et centres d'intérêts. - X : Aziz est un fervent supporter de football, mais il devient agressif sur le réseau social X face aux provocations. Le recruteur peut se baser sur ces contenus en ligne pour imaginer la réaction de son candidat à une situation similaire dans le cadre professionnel. Il aurait été préférable qu'il réponde aux provocations avec diplomatie, ou qu'il les ignore. - Facebook : En lisant cette publication, on peut supposer que Aziz fait le ramadan et donc qu'il est de religion musulmane. Le recruteur n'a pas le droit de discriminer Aziz sur ce critère, cela lui coûterait jusqu'à 45 000 € d'amende et trois ans de prison pour les individus, et jusqu'à 225 000€ pour les entreprises. 	
Débrief / conclusion	10 min	<p><i>"Pour conclure cette activité, nous allons revenir à la situation de Solène. Qu'est-ce que vous en pensez ? Quelles sont les bonnes pratiques à mettre en place pour son identité numérique professionnelle ?"</i></p> <p>Ce que l'on publie, ce que l'on partage, ce que d'autres publient à notre place, et ce que les recruteurs peuvent trouver influencent la perception qu'ils se font de nous.</p> <p>L'objectif n'est pas de tout cacher, mais de maîtriser ce que l'on donne à voir. Et Solène doit se poser les bonnes questions pour construire son identité numérique.</p> <p>Bonnes pratiques :</p> <p>1. Soigner ses profils publics</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vérifier que les informations professionnelles en ligne (notamment LinkedIn) sont cohérentes, à jour et complètes. - Ajouter une photo professionnelle, une description claire et des expériences pertinentes. - Montrer des projets, réalisations, centres d'intérêt valorisants. <p>2. Gérer la séparation vie pro / vie perso</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utiliser les paramètres de confidentialité sur Instagram, Facebook, TikTok... - Créer, si nécessaire, une ligne claire entre compte personnel et présence professionnelle. - Se demander avant de poster : « Est-ce que je suis d'accord que cette publication soit vue par un futur employeur ? » <p>3. Maîtriser les contenus en ligne que l'on peut trouver sur soi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Surveiller ce qui apparaît lorsqu'on recherche son nom (se googliser régulièrement). - Supprimer ou modifier les contenus gênants quand cela est possible. - Demander à ses amis de retirer une photo où l'on apparaît si elle ne 	<div data-bbox="1209 913 1414 1059"> <p>LA SITUATION DE QUENTIN</p>  <p>"Quentin voit de nombreuses publications sur les cuisines végan dans son feed Instagram, mais son ami pas du tout. Il se demande si Instagram sait qu'il est vegan."</p> </div> <p>Fiches situation</p>

Étape	Temps	Actions des participants	Matériel
		<p>nous met pas en valeur.</p> <p>4. Adopter un comportement responsable en ligne</p> <ul style="list-style-type: none"> - Éviter les propos agressifs, insultants, discriminatoires ou impulsifs. - Répondre avec diplomatie, ignorer les provocations : son comportement en ligne reflète son comportement possible en entreprise. - Faire attention aux partages : vérifier les sources, éviter les fausses informations. <p>5. Connaître ses droits</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un recruteur ne peut pas discriminer sur la religion, l'origine, l'état de santé, etc. - On peut signaler ou supprimer des contenus publiés sans notre accord. - Chaque personne peut demander la suppression d'un contenu problématique via les plateformes. 	