

SOCIÉTÉ

GÉNÉRATION FREE JOB

FACE À UN VIVIER DE CANDIDATS PRÊTS À TOUT
POUR ÉTOFFER LEUR CV, DES ENTREPRISES PROPOSENT DES MISSIONS
TRÈS PEU (VOIRE NON) RÉMUNÉRÉES.
DÉCRYPTAGE D'UNE TENDANCE À L'EMPLOYÉ LOW COST.



Association cherche graphiste pour rejoindre son pôle communication. Mission: participer à la refonte du site. La récompense sera le réseau et l'expérience ainsi gagnés. Par ailleurs, le graphiste pourra devenir membre de l'association, et donc suivre le développement des

films, ou encore voter pour les scénarios sélectionnés." Une annonce parmi tant d'autres qui tapissent ironiquement les pages du Tumblr Ça te fera de la pub*. Le blog permet aux internautes de poster anonymement les offres d'emploi abusives qui s'affichent sans vergogne sur la Toile. Si le bénévolat justifié et encadré ne pose aucun problème, certaines entreprises profitent d'une communauté croissante de jeunes candidats en quête d'une expérience valorisante pour proposer des missions ou des jobs pas ou peu rémunérés. Leurs arguments sont bien ficelés: donner aux jeunes talents la possibilité de s'exprimer, de profiter d'une expérience (humainement) enrichissante, de se faire de la pub en somme. Car là est le deal: gagner – un peu ou beaucoup – en visibilité mais absolument rien en termes financiers.

Ces "free jobs" se cachent derrière des termes flous (association, appel d'offres, concours, période d'essai, mission...) facilement rattachés à du bénévolat. Mais, derrière de pseudo bonnes intentions se niche une gratuité abusive qui touche particulièrement la génération Y. Celle prête à tout pour ajouter une ligne à son CV déjà engorgé par des stages longue durée. Pour Maurice Thévenet, professeur au Cnam et à l'Essec, c'est l'effet de marché (et de crise, en l'occurrence) qui rend la recherche du travail très défavorable pour les jeunes candidats. De quoi les condamner à une vision biaisée des relations professionnelles où la notion "tout travail mérite salaire" s'amenuise au profit de "toute expérience est bonne à prendre". Les visages des free jobs sont multiples. Certaines boîtes n'hésitent ▶



“Une période d’essai de deux mois non rémunérée ? Dégoûtée, j’ai prévenu l’inspection du travail”

FANNY, 24 ANS, responsable d’une boutique à Paris

“Une fois mes études de communication terminées, je déchant vite. La crise étant passée par là, les places sont devenues très rares. Je finis quand même par décrocher un entretien, dans la pub. Mais le rendez-vous tourne à la proposition abusive. Mon recruteur me dit avec aplomb que le poste de chef de pub ne sera rémunéré qu’à la commission. En gros, pas de salaire fixe. Son argument ? « C’est un peu laborieux au début mais c’est un énorme vecteur de motivation. » Je réfléchis puis décline l’offre quelques jours plus tard, sûre de trouver mieux. Un deuxième entretien pour le même type de mission. Mais le recruteur m’annonce vite la couleur : une période d’essai de deux mois non rémunérée est obligatoire. Je vois rouge et lui dis illico que je ne travaillerai pas dans une entreprise qui exploite les jeunes diplômés en galère. Il me soutient que sa proposition est légale et que, de toute façon, « c’est comme ça que ça marche ». Dégoûtée, je préviens l’inspection du travail. Les propositions abusives s’accumulent. Bref, le cœur n’y est plus. Je décide de réorienter mes recherches dans un secteur plus porteur : le commerce. Après huit mois d’inactivité, je décroche un job de vendeuse puis de responsable boutique. Aujourd’hui, je gagne mieux ma vie que si je m’étais obstinée à chercher dans la com. Quand je vois tous ces jeunes à qui on n’offre que des stages ou des missions malhonnêtes, je me dis que j’ai fait le bon choix.”

pas à proposer des missions “tests” non rémunérées avec, à la clé, la promesse d’une collaboration régulière. Prenons l’exemple de ce quotidien en ligne à la recherche d’un dessinateur presse. Sous couvert d’une initiative originale lancée sur les réseaux sociaux, le journal en question poste chaque jour à 17 heures, et pendant un mois, un thème précis sur lequel plancher. Aux dessinateurs talentueux de soumettre leur coup de crayon, libre de droits, sur la page web du recruteur. Tous les jours, le meilleur dessin est publié sur le site d’infos. À la fin du mois, le journal en ligne espère ainsi, dit-il, dénicher l’artiste auquel il proposera une collaboration régulière. En attendant, il a publié gratuitement une trentaine d’illustrations signées par des professionnels. L’histoire ne dit pas si l’un d’entre eux a obtenu un poste, ni à quel tarif... D’autres initiatives, encore plus gonflées, vont jusqu’à proposer un jeu avec pour seul gain la fierté d’exposer son travail publiquement. Tel ce concours d’affiches organisé dans le cadre d’un événement culturel mettant en compétition des talents de la région lyonnaise. Objectif : réaliser le support de communication de la manifestation. Une condition : autoriser la représentation gratuite de leur œuvre dans le cadre de ce concours, ainsi que dans toutes publications qui y sont liées. La récompense ? Voir son travail placardé partout dans la ville et sur le Web. Ou comment se décharger de la conception des affiches, flyers and co sans avoir à déboursier un centime ! Enfin, certains usent du statut de stagiaire pour monter une équipe entière sans se ruiner. C’est le cas de cette entreprise du bâtiment qui propose pas moins de dix postes de stagiaire en charge de l’infographie, de la photo et du modélisme de la boîte. Mais a-t-on le droit de traiter ainsi les candidats ? Non, évidemment. Car travailler gratuitement pour un organisme à but lucratif (en dehors du coup de pouce familial) est susceptible d’être considéré comme du travail dissimulé, passible de sanctions pénales pour l’employeur. Mais comme le dit

justement Florent, 29 ans, web-designer, “une fois qu’on les a dénoncés, qui est véritablement pénalisé ? Certainement pas les employeurs !”

DES NOUVEAUX MÉTIERS TROP LUDIQUES POUR ÊTRE PAYÉS ?

Au fil de la Toile et des rencontres, on comprend rapidement que ces annonces honteuses ciblent volontairement les jobs “passion” et les nouveaux métiers liés au Web. Des secteurs où la concurrence règne, mais qui souffrent d’une image “amateur” générée par la profusion de blogs et de sites persos. Pauline est community manager, un job qui consiste à optimiser la visibilité des entreprises sur Internet et sur les réseaux sociaux. Bref, un rôle clé et un nouveau métier qui colle aux besoins des sociétés en quête d’e-communication. Pourtant, Pauline peine à trouver un job correctement rémunéré et vivote en facturant, via son statut d’autoentrepreneur (qui garantit peu de charges pour l’entreprise), des missions ponctuelles. Une galère partagée par Matthieu, 24 ans, graphiste web qui bataille pour la reconnaissance de ses compétences : “Certaines boîtes ont l’impression que notre boulot est un passe-temps de geek et ne mesurent pas l’étendue de notre expertise. Cela nous amène à brader nos prestations et à accepter des missions gratuites pour concrétiser notre CV, comme je l’ai entendu.” Un sentiment de manque de considération observé par le sociologue Michel Fize, auteur du “Livre noir de la jeunesse”^{***} : “Ces jeunes ne sont pas pris au sérieux. Leurs qualités sont perçues comme un talent ludique, assimilé au plaisir et au jeu.” Pour Maurice Thévenet, l’ignorance des recruteurs français n’arrange rien : “Ces nouvelles compétences ne sont pas maîtrisées par les entreprises. Elles n’évaluent pas la valeur ajoutée que ces emplois peuvent concrètement leur apporter. Souvent, on parle d’achat de prestations dans ce secteur, c’est-à-dire qu’il n’y a pas de notion de collaboration sur le long terme. Autrement dit, l’entreprise achète une mission sans se soucier de bâtir ▶

une relation saine avec le prestataire.” Dans ce cas, à quoi bon proposer un salaire juste et une situation stable quand on peut s’octroyer les services d’une large communauté de candidats Kleenex? Et la situation est pire encore dans les milieux les moins créatifs. “Être community manager dans une société de e-commerce est plutôt valorisé. Dans une boîte de BTP par exemple, on n’en voit pas l’utilité”, compare Laure Sourcis, consultante dans un cabinet de recrutement.

LE JOB BLUES D’UNE GÉNÉRATION DÉMERDE

Mais qu’est-ce qui pousse les juniors à accepter de se faire low cost? Pour le sociologue Michel Fize, “la capacité de résistance des jeunes est très affaiblie en raison des choix limités et de la peur de l’inactivité. Pour un candidat qui résistera à l’offre, dix diront oui. On peut parler de sacrifice social”. Selon Louise, 24 ans, bac +5, autoentrepreneur et chef de projet dans l’événementiel, “il est compliqué de refuser une mission même très peu payée dans une sphère autant concurrentielle”. Elle ajoute: “De toute façon, si je refuse, je ne fais rien. Et je ne compte pas multiplier les trous sur mon CV.” Chez Marina, 27 ans, photographe et rédactrice rémunérée en vêtements et autres avantages en nature, c’est l’espoir d’être finalement embauchée qui la guide: “Je me dis que si l’entreprise est contente de mon travail, elle m’engagera plus tard sur un poste fixe quand elle aura les moyens.” Résignés? Pas vraiment. Conscients des obstacles qui tapissent leur parcours pro, les jeunes cherchent à avancer coûte que coûte, sans se décourager, en “upgradant” leur profil, finalement peu considéré, via un max d’expériences. Pour Laure Sourcis, cette période de flou post-école touche aussi les diplômés d’écoles de commerce, d’ingénierie ou de marketing victimes de déclassement: “Les jeunes se préparent à une grande période d’inactivité entre la fin des études et la prise d’un poste. Alors qu’auparavant, on arrivait à placer une promo d’école sur neuf ou douze mois,

aujourd’hui seule la moitié de la promo a trouvé un job fixe dans ce même délai.” La dernière enquête de l’Association pour l’emploi des cadres*** en atteste: les titulaires d’un bac +4 et plus ayant achevés leurs études en 2012 n’étaient que 64% à avoir un emploi en 2013. Une réalité qui profite clairement aux entreprises, conscientes de la vulnérabilité des candidats prêts à brader leurs compétences pour, paradoxalement, conserver leur “crédibilité” sur le marché. Sans compter que les stagiaires de fin de cursus et les contrats de professionnalisation bac +4 et bac +5 occupent très souvent des postes juniors à un prix ultra concurrentiel. Alors, comment trouver sa place quand un marché parallèle d’étudiants compétents occupe l’espace?

“Pour un candidat qui résistera à l’offre, dix diront oui. On peut parler de sacrifice social”

“L’instabilité et la précarité sont inscrites dans notre ADN”, précise Myriam Levain, cofondatrice du tout nouveau Cheek Magazine****, dédié à la génération Y. “Le problème, c’est que cette situation s’est institutionnalisée. Avant, la période de travail gratuit durait trois ou quatre mois, le temps d’un stage non rémunéré. Désormais, elle s’étale sur un an ou plus”, poursuit la jeune femme. Ah, fini le temps où, diplôme en poche, les étudiants signaient un CDD ou un CDI pour un poste junior évolutif. “Aujourd’hui, entre la période étudiante blanche et la période CDI noire, il y a une large palette de nuances de gris”, image le professeur Maurice Thévenet. Mais, cette période, si elle est honnêtement encadrée, peut aussi avoir des vertus. Pour l’entreprise, c’est l’occasion de mieux tester les candidats

sans prendre trop de risques. Et pour eux, c’est le moyen d’explorer des situations et de cibler leurs envies tout en renforçant leur CV.” Mais, face au trop-plein de candidats et à la diversité des profils et des cursus, le rapport candidat/recruteur s’est quelque peu étioilé. “Il y a une perte de confiance: les profils sont parfois bidonnés, difficile alors de distinguer le vrai du faux”, observe Maurice Thévenet. Et d’ajouter: “Sans compter que les disparités entre les diplômes français et les compétences réelles brouillent le système. Le recruteur n’y comprend plus rien, il est alors plus frileux. Résultat, il privilégie des candidats low cost pour les tester en situation. Il y a cette notion de «Fais tes preuves» qui entre en compte.” Une perte de confiance qui touche aussi les jeunes candidats dans leur estime d’eux-mêmes: “On a fait intérioriser aux jeunes qu’ils sont responsables de leurs échecs, qu’ils n’ont pas passé le bon diplôme, pas choisi le bon cursus”, regrette le sociologue Michel Fize. Myriam Levain relativise, et se fait pour l’occasion la porte-parole lucide mais positive de cette jeunesse douée pour s’adapter: “C’est une génération démerde, mobile, qui sait se réinventer sans cesse. Plus elle est exposée aux conséquences de la crise, plus elle se surpasse et invente des solutions. Face à la pénurie de postes fixes, elle s’oriente vers un mode de travail free lance adapté au marché et qui correspond à la qualité de vie qu’elle recherche. Quitte à subir la précarisation, autant le faire dans de bonnes conditions. Bref, elle cherche des alternatives pas trop déprimantes. Encore faut-il que les entreprises maîtrisent ces nouveaux codes et n’en abusent pas.” Pour cette génération, reste toujours le filon de l’humour et du second degré, comme en témoignent les blogs un peu potaches, grinçants ou hilarants pointant du doigt les dérives du business contemporain.

—AMANDINE GROSSE

*salut-l-artiste.tumblr.com. À voir aussi le blog urgentrecherchestagiaire.tumblr.com

**Éd. de la Renaissance.

****“Jeunes diplômés de 2012: situation professionnelle”. Source Apec, septembre 2013.

****cheekmagazine.fr