

## **LE BUDGET D'UN RECRUTEMENT**

Les entreprises, grandes ou petites, se soucient toutes du coût d'une embauche : quel est le salaire habituellement pratiqué pour tel poste, quid des aides à l'emploi, faut-il prévoir des primes, des avantages en nature...

En revanche, les PME ou les TPE anticipent rarement, en amont de l'embauche, sur le recrutement lui-même. A cela, une bonne raison : faute de moyens, aucun budget spécifique n'est prévu. L'employeur, ou la personne en charge du recrutement se tourne spontanément vers son réseau (qui constitue, rappelons-le la première source du recrutement) ou le service public de l'emploi (ANPE, APEC), voire les structure associative (l'AFIJ pour les jeunes diplômés par exemple).

Or, considérer que le recrutement n'est pas un coût en soi est un leurre, car il existe des coûts cachés. Le nombre d'heures à y consacrer est en effet assez important : tri des CV, réponses, entretiens (même si le recours à un premier filtre par entretien téléphonique permet par exemple un gain de temps), pourparlers préalables à la signature du contrat de travail, intégration. Chacun peut se faire une idée du temps passé à dénicher la perle rare.

De plus, il faut garder à l'esprit que le recrutement n'est pas une science exacte. En cas de recrutement raté, les coûts indirects s'ajoutent : les aspects juridiques (licenciements, contentieux prud'homaux), les autres dommages « collatéraux » tels que la perte de chiffre d'affaires ou de clients que fait subir un mauvais collaborateur, l'ambiance qui se détériore...

Au-delà de ces considérations, il faut admettre qu'un recruteur peut ne pas vouloir limiter son champ d'investigations aux seuls demandeurs d'emplois, surtout à l'heure où le chômage marque une décure (le taux de chômage à la fin 2006 est de 8,1% en Ile-de-France). Ce serait se couper de plus de 90% de la population active.

Or, cette masse de candidats potentiels (jeunes diplômés, salariés en poste...) ne peut être approchée que par des intermédiaires.

La presse écrite a longtemps dominé ce secteur. Elle reste un moyen d'affichage utile, à condition d'accepter une facture de 1 500 euros minimum pour une annonce dans un grand quotidien. Un prix à multiplier par 2 ou 3 pour une visibilité maximale de l'annonce.

Autre classique, le cabinet de recrutement, qui aura la charge de proposer des profils présélectionnés. La PME est souvent peu encline à recourir aux cabinets de consultants dont le coût est pour elle élevé : généralement à partir de 15% du salaire brut annuel du salarié. Ne parlons pas des cabinets de chasseurs de têtes, pour lesquels il faudra compter jusqu'à 1/3 du salaire brut annuel.

D'autres passent une annonce pour un mois ou plus sur un site internet de recrutement. Ceux-ci sont soit généralistes, soit spécialisés par secteur d'activités ou par métiers. Reste l'écueil de la surabondance des candidatures inintéressantes, voire fantaisistes. Il est si facile d'envoyer un CV, avec (ou sans) lettre de motivation standard en pièces jointes, en un seul clic ! Il vous en coûtera quelques centaines d'euros cette fois mais, même si certains sites proposent de solutions pour gérer les flux, le coût en temps reste important.

A chacun de faire son choix selon ses besoins, sa disponibilité et ses moyens !