

L'atypisme dans le domaine du recrutement, le vécu de 4 professionnels RH. Cas d'étude de l'agence de recrutement Interiman.

Saïda EL OUARDI & Wassila MECHIDI, spécialisation Ressources Humaines & Management Humain

Directeur de mémoire : Dr. Erwan BELLARD, Université de Genève
Experte : Patricia ARMAND

Septembre 2020

L'atypisme dans le domaine du recrutement, le vécu de 4 professionnels RH.

Cas d'étude de l'agence de recrutement Interiman

Saïda EL OUARDI & Wassila MECHIDI

Résumé

Dans un contexte où le marché de l'emploi est en proie à différents changements, la notion de carrière linéaire prédéfinie tend à disparaître. Le concept de diversité est aujourd'hui largement répandue dans la recherche, mais les écrits relatifs à l'atypisme se font plus rares, la notion d'atypisme présente beaucoup de similarités avec la diversité, elle apporte un complément et une nouvelle perspective à ce concept afin de répondre aux mutations du marché de l'emploi.

Notre étude s'est portée sur 4 candidats qui exercent au sein même du groupe Interiman et ayant les caractéristiques atypiques telles que professionnelle, académique, comportementale ou cognitives définies au cœur de notre recherche.

Ainsi nous avons souhaité observer les stratégies comportementales et cognitives qu'ont développé ces personnes atypiques pour intégrer un collectif de travail et comprendre comment ils ont vécu leur atypisme. Vont-ils promouvoir leur différence ou au contraire la cacher ?

Cette étude de cas nous démontre en outre que le soutien des pairs a été un facteur déterminant à la bonne intégration professionnelle de certains candidats. Le recours au réseau social a été pour d'autres le mode d'entrée pour intégrer l'organisation. L'adaptation pour certains a été rythmée par des erreurs qui ont nécessité du temps pour les assimiler. Dans certaines situations, un atypisme peut en cacher un autre, cela a été le cas pour l'atypisme comportementale d'un candidat qui lui a causé un paradoxe dans ses fonctions...

Nous verrons également qu'il est important pour les profils atypiques que la notion de légitimité soit pleinement reconnue par leurs managers et collègues sans quoi ils estiment devoir perpétuellement se « surinvestir ».

Mots clés

Atypisme, diversité, identité sociale, stratégie identitaire, processus d'intégration, compétences, expérience professionnelle, formation initiale.