



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



**Exploitation des Compétences et
Valorisation des acquis pour une Meilleure
Insertion et Visibilité professionnelles**

Rapport

(livrable WP.1)

**Etude auprès d'étudiants au Maroc
à propos de leurs pratiques numériques
en matière de candidature pour un stage ou un
premier emploi
et de leur perception de la démarche e-porfolio**

&

**Etude auprès d'entreprises au Maroc
à propos de leurs pratiques numériques en
matière de recrutement
et de leur perception de la démarche e-porfolio**

Livrable Juin 2017

Editorial

Ce travail constitue le résultat du Lot d'activités WP.1 du projet Erasmus+ e-VAL : « **Exploitation des Compétences et Valorisation des acquis pour une Meilleure Insertion et Visibilité professionnelles** ». Le projet e-VAL est un projet Erasmus+ financé par la Commission Européenne sous la Référence : No 573674-EPP-1-2016-1-ES-EPPKAI-CBHE-SP (2016- 30961001- 001). Le projet a pour objectif principal la mise en place de la démarche e-portfolio et d'un environnement numérique permettant aux étudiants marocains de développer leur visibilité numérique par la capitalisation des acquis de formation et des compétences obtenues au cours de leurs études et après l'obtention de leur diplôme. La plateforme e-VAL se veut être un outil d'aide à l'insertion professionnelle.

Conformément au plan d'actions du projet Erasmus+ e-VAL, le 1^{er} lot prévoit un diagnostic de terrain des étudiants des universités marocaines partenaires et des entreprises implantées au Maroc à travers des enquêtes sur terrain. Ce rapport présente la procédure suivie (conception des questionnaires, les pré-tests ainsi que l'enquête sur terrain) ainsi que l'analyse des résultats. Ce document sert de document de référence pour le prochain livrable du projet : la rédaction du cahier des charges de la plateforme e-VAL.

Nous citons ci-dessous les partenaires du projet Erasmus+ e-VAL sont :

Coordination du projet Erasmus+ e-VAL

L'Université de Cadiz (UCA), coordinateur du projet

L'Université Abdelmalek Essaâdi (UAE), coordinateur académique du projet

Partenaires européennes

L'Université de Porto (UPorto)

L'Université Kungliga Tekniska Hogskolan (KTH)

L'Université de Vigo (Uvigo)

L'Université Bordeaux Montaigne (UBM)

La Vrije Universiteit Brussel (VUB)

Partenaires marocains

L'Université Ibn Tofail (UIT)

L'Université Ibn Zohr (UIZ)

L'Université Sidi Mohammed Ben Abdellah (USMB)

L'Université Mohammed Premier (UMP)

L'Université Internationale de Rabat (UIR)

Le Ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche Scientifique et de la Formation des Cadres (MESRSFC)

L'Agence Nationale de Promotion de l'Emploi et des Compétences (ANAPEC)

L'Association des Femmes Chefs d'Entreprises du Maroc (AFEM)

L'Université Bordeaux Montaigne a coordonné la prestation WP.1.2 (Analyse des résultats). L'équipe de travail qui a contribué à la rédaction de ce rapport est composée par :

Université Abdelmalek Essaâdi (UAE)	Hassan EZBAKHE
	Amel NEJJARI
	Mohamed Yassin CHKOURI
	Mohammed L'Bachir EL KBIACH
	Loubna BOUNAB
	Abderrahim TAHIRI
	Yacine EL YOUNOUSSI
Université Bordeaux Montaigne (UBM)	Soufiane ROUISSI
	Ana STULIC
Université de Cadiz (UCA)	Jose SANCHEZ
	Cesar SERRANO
	Jesus GOMEZ
	Marilo GOMEZ DOMINGUEZ

Bien entendu, le travail mené au sein des équipes marocaines associées au projet Erasmus+ e-VAL ont permis d'aboutir à ce livrable. La participation des étudiants et des entreprises ayant répondu aux questionnaires est à souligné ici.

Les équipes ayant travaillé sur le WP1 sont :

Université de Cadiz (UCA) – Espagne :

Jose Sanchez, Cesar SERRANO, Jesus GOMEZ et Marilo GOMEZ DOMINGUEZ

Université Abdelmalek Essaâdi de Tétouan (UAE) – Maroc :

Hassan EZBAKHE, Amel NEJJARI, Mohamed Yassin CHKOURI, Mohammed L'Bachir EL KBIACH, Loubna BOUNAB, Abderrahim TAHIRI, Yacine EL YOUNOUSSI,

Université Bordeaux Montaigne (UBM) – France

Soufiane ROUISSI et Ana STULIC

Ministère de l'Éducation Nationale, de la Formation Professionnelle, de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche Scientifique (MENFPESRS) – Maroc :

Mohamed TAHIRI et Abderrahim OUABBOU

Université Ibn Tofail de Kénitra (UIT) - Maroc :

Karima SELMAOUI et Abdelaziz Ramdane KRIBII

Université Internationale de Rabat (UIR) – Maroc

Ahmed EZBAKHE, Abdellatif ELGHAZI et Redouane OULADSINE

Université Mohammed Premier d'Oujda (UMP) - Maroc :

Khalid JAAFAR

Université Ibn Zohr d'Agadir (UIZ) – Maroc :

Fattehallah GHADI et Nouredine ABDELLATIF

Université Sidi Mohamed Ben Abdellah de Fès (USMBA) – Maroc :

Abdelghani EL ACHQAR, Toufiq ACHIBAT, Ismail BERRADA, Fatiha KADDARI

Agence Nationale de Promotion de l'Emploi et des Compétences (ANAPEC) : Anas DOUKKALI, Nouredine BENKHALIL, Jamila FAIZ, Hassan OUAZZANI et Naima BARRI

Association des Femmes Chefs d'Entreprises du Maroc (AFEM) : Chaibia BALBIZIOU ALAOUI

TABLE DES MATIERES

I. Contexte du projet Erasmus+ e-VAL	6
1. Situation du Maroc face à l'employabilité des jeunes.....	6
2. Objectifs du projet Erasmus+ e-VAL.....	7
3. Principales étapes du projet Erasmus+ e-VAL.....	8
4. WP1. Etat des lieux et orientations du projet Erasmus+ e-VAL.....	9
II. Les questionnaires	10
1. Présentation du questionnaire Etudiants.....	10
2. Démarche de l'enquête.....	11
3. Questionnaire « Etudiants ».....	11
4. Présentation du questionnaire « Entreprises ».....	29
5. Démarche de l'enquête.....	29
III. Le pré-test des enquêtes du projet Erasmus e-VAL	40
1. Analyse de la population (variables pour identifier la taille de la population).....	40
2. Détermination de l'échantillon. (Échantillonnage stratifié ou échantillonnage aléatoire simple?) 41	
3. Prévision de la normalisation des réponses.....	42
4. Elaboration du questionnaire.....	43
5. Validation du contenu (éléments et échelles utilisés dans le questionnaire).....	43
6. Simulation du questionnaire.....	44
7. Élaboration du modèle pour la validité de construction ou fiabilité.....	47
8. Traduction en arabe.....	47
9. Mesures visant à optimiser le rapport des réponses.....	48
10. Choix du médium (plateforme en ligne) et pré-test.....	48
11. L'enquête.....	48
IV. Analyse des résultats de l'enquête	53
1. Modalités de passation du questionnaire et échantillon.....	53
2. Caractéristiques des étudiants.....	53
3. Pratiques en matière de recherche de stage et d'emploi.....	54
4. Compétences affichées et CV.....	58
5. Gestion de l'identité numérique.....	59
6. Perception du e-portofolio.....	60
Conclusion	63

Introduction.....	67
1. Modalités de passation du questionnaire et échantillon.....	67
2. Typologie des entreprises ayant participé à l'enquête	67
3. Pratiques de recrutement	68
4. Identité numérique des candidats	71
5. e-portofolio comme outil de recrutement.....	72
Conclusion	73
ANNEXE	74

I. Contexte du projet Erasmus+ e-VAL

1. Situation du Maroc face à l'employabilité des jeunes

Les pays du sud, particulièrement le Maroc, font actuellement face à un besoin impératif d'améliorer l'employabilité de leurs diplômés. Face à la massification généralisée (taux d'accroissement annuel des bacheliers de 12% à partir de 2010) que connaissent les universités marocaines, l'effectif des diplômés est amené à évoluer de manière quasi-exponentielle. En 2004, les Universités marocaines comptaient quelque 17000 diplômés. En 2016, ils sont 85000. Cet accroissement se traduira dans les 5 prochaines années par une pression très forte sur le marché du travail appelant donc à la mise en œuvre d'actions appropriées formation-emploi. Au Maroc, la problématique de l'insertion professionnelle est au cœur des plans stratégiques. D'ailleurs, le Ministère de l'Enseignement supérieur, de la recherche scientifique et de la formation des cadres a élaboré un plan d'actions (2013-2016) reposant sur six grands axes dont le premier vise à consolider les capacités d'intégration des lauréats universitaires dans le marché du travail.

Les efforts se sont largement concentrés sur l'amélioration de l'adéquation des formations avec le marché de l'emploi, sur la diversification de l'offre universitaire, de l'ouverture de formations professionnalisantes et de la mise en place d'une dynamique partenariale Université-environnement socio-économique de plus en plus accrue. De nombreuses initiatives ont permis de penser et d'implémenter des structures visant ce rapprochement : services d'accueil et d'orientation (Tempus Vietud 543690-TEMPUS-1-2013-1-ES-TEMPUS-JPHES), mise en place d'incubateurs et de pépinières pour la création d'entreprises par les étudiants (Tempus Deven3c 543944-TEMPUS-1-2013-1-ES-TEMPUS-SMHES), développement de la mobilité des enseignants et des étudiants (programme Erasmus Mundus)... Force est de constater que beaucoup reste à faire ; le taux d'insertion professionnelle est loin de satisfaire les prévisions puisque 18,8% de la population active au chômage est diplômé de niveau supérieur particulièrement les diplômés des facultés (22,1%) (Rapport Haut Commissariat au Plan, 2013, p.48). Cette situation appelle à trouver des alternatives pratiques facilement applicables pour faciliter l'intégration des diplômés sur un marché du travail en pleine croissance. Notons que le Maroc s'est lancé depuis plus d'une décennie dans une dynamique reconnue au niveau international déclinée en plans sectoriels de développement avec des encouragements à l'investissement, l'amélioration du climat des affaires et des mesures de promotion de contrats programmes entre l'Etat et les entreprises (Vision 2020 Tourisme, plan Rawaj Commerce, Vision 2015 Artisanat, Plan Maroc Vert agriculture, Pacte National pour l'Emergence Industrielle...). L'intermédiation sur le marché de l'emploi revient à l'Agence Nationale de la Promotion de l'Emploi et des Compétences (ANAPEC). Créée par le gouvernement en 2000, cette agence agit pour la promotion de l'emploi des jeunes à travers des programmes dédiés (Idmaj, Taehil, Moukawalati, Moubadara) et d'un nouveau plan d'actions appelé Anapec 2020.

Le souci du Consortium du projet e-VAL est de répondre de manière adéquate à une situation ambivalente que nous avons essayée de synthétiser dans ce qui précède : un tissu socio-économique dynamique et un taux de chômage des diplômés important. Il nous semble que si beaucoup d'efforts ont été consentis de part et d'autres, c'est dans l'interface ou la connexion Université-Monde socioéconomique que doivent être désormais concentrés les efforts.

Face à des entreprises qui souhaitent trouver des profils adéquats et opérationnels, les jeunes sortent de l'Université avec des acquis sous forme de connaissances et de compétences (soft-skills) qu'ils regroupent et présentent sous la forme de curriculum vitae (CV) qui est la première porte vers l'insertion professionnelle. Mais à l'heure du numérique, le CV papier reste un document trop linéaire alors qu'en réalité, les parcours sont plus complexes et plus multiples. De plus, ce document de présentation du profil de l'étudiant ne s'est pas adapté à la complexité des modes et canaux de communication actuels. Les lauréats des universités marocaines doivent pouvoir se présenter numériquement. Actuellement, l'étudiant marocain doit pouvoir penser son insertion professionnelle en faisceau de constructions, de preuves et de démonstrations de compétences. Justement, la démarche e-portfolio s'inscrit dans un mouvement au cœur des transformations numériques. Il s'agit de mettre en capacité et d'encourager l'étudiant à construire sa vie par lui-même, à se construire et à construire son itinéraire afin de mieux le présenter. Nous sommes intimement convaincus que le recours à la conception d'un e-portfolio contextualisé et l'implémentation d'une plateforme-interface dynamique e-VAL a vocation à construire et valoriser les acquis académiques et extra-académiques de l'étudiant tout en s'inscrivant dans une démarche d'apprentissage tout au long de la vie. Ce projet vise l'intégration de plusieurs perspectives soutenues par le Processus de Bologne auquel le Maroc adhère : l'approche orientée « compétences », la mise en place de système de reconnaissance des acquis académiques et des diplômes (Projet Cremar 543709-TEMPUS-1-2013-1-FR-TEMPUS-SMHES), la valorisation de la maturité des étudiants dans la conduite de leurs études ainsi que de leur insertion professionnelle.

2. Objectifs du projet Erasmus+ e-VAL

Le projet propose d'implémenter au sein des universités marocaines partenaires la plateforme e-VAL basée sur la démarche e-portfolio. L'objectif premier est de contribuer à l'amélioration et la valorisation des acquis de la formation et des expériences au sein des universités marocaines, de favoriser la reconnaissance et la valorisation des compétences, des acquis de l'expérience, des apprentissages formels, informels, non formels tout au long de la vie, en s'appuyant sur une démarche réflexive de l'apprenant. Il s'agit également de permettre aux entreprises d'avoir une meilleure visibilité des compétences des étudiants et lauréats, et ce même avant l'obtention de leur diplôme. Le projet e-VAL est le fruit d'une réflexion profonde autour de la question épineuse de l'employabilité des lauréats marocains mais également face à la non adéquation actuelle de la relation qu'entretient l'étudiant avec le milieu socio-économique. Au cœur de ce projet, nous plaçons la culture de l'identité numérique de l'étudiant (e-réputation), une meilleure gouvernance des universités via le développement de sa visibilité numérique et une meilleure lecture des compétences des universités (étudiants ou lauréats) à la source de la part des entreprises.

Les objectifs du projet e-VAL sont déclinés autour de trois acteurs :

1. Côté étudiant : Le projet e-VAL permettra aux étudiants de capitaliser leurs expériences tout en apportant les preuves de la maîtrise de compétences (scientifiques, d'ingénierie, sociales, etc.). Il permettra de mettre en évidence la validation, la certification ou la valorisation de ses acquis de l'éducation, de la formation ou de l'expérience. Grâce à cet outil, l'étudiant aura l'opportunité de mettre en avant un parcours de formation initiale et continue et d'accompagner son insertion professionnelle (stages ou embauche) ou son développement personnel et professionnel tout au long de la vie. Globalement, e-VAL permet de cultiver son identité numérique (obtenir une visibilité professionnelle sur Internet) et ainsi se démarquer par la singularité de ses expériences, de ses projets et de son parcours.

2. Côté entreprise : il est nécessaire tout au long du projet de faire connaître la démarche e-portfolio aux chefs d'entreprise et aux employeurs, en incluant les Directions des Ressources Humaines. D'ailleurs, l'implication active de l'Association des Femmes Chefs d'Entreprises du Maroc dans le projet est un gage de réussite. Il convient que les acteurs économiques s'approprient le concept en comprenant tous les enjeux pour pouvoir l'exploiter dans la détection des compétences requises. e-VAL permettra à l'employeur de poser un regard plus complexe et juste sur les connaissances linguistiques et interculturelles d'un candidat, de suivre et améliorer la gestion des compétences et les manques de connaissance (permettre aux employeurs d'embaucher avec plus d'efficacité), de savoir les compétences existantes dans le marché et de pouvoir recruter le bon élément au meilleur poste. e-VAL permettra également à l'ensemble des entreprises de fournir les informations sur leur activités, de proposer des stages, etc.

3. Côté université : Il est indispensable de pouvoir diffuser l'information sur l'offre de formation de l'Université, assurant ainsi une meilleure visibilité des diplômés. Chaque lauréat est un ambassadeur de son université qui pourra ainsi développer sa notoriété au delà des frontières, contribuant ainsi à la construction numérique de l'espace marocain de l'enseignement supérieur et de la recherche. A cet égard, l'implication du Ministère marocain de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique et de la Formation des Cadres est un socle solide pour la reconnaissance nationale de la démarche e-portfolio et de l'assurance de la pérennité de l'outil développé.

3. Principales étapes du projet Erasmus+ e-VAL

Voici les différentes étapes qui jalonnent le projet :

WP.1 Etats des lieux et orientations (enquête questionnaire)

- 1.1 Enquête via un questionnaire auprès des partenaires marocains (universités et socioprofessionnels)
- 1.2 Rapport de l'enquête et analyse des besoins
- 1.3 Séminaire international sur les résultats de l'enquête, Orientation et plan d'actions

WP.2 Formation des équipes

- 2.1 Constitution des équipes mixtes de travail
- 2.2 Formation en Europe des équipes mixtes
- 2.3 Ateliers de transferts (formation en interne) et partage d'expérience dans chaque université marocaine partenaire

WP. 3 Spécification et conception de la plateforme e-VAL

- 3.1 Rédaction du cahier des charges
- 3.2 Rédaction du document de spécification fonctionnelle et technique
- 3.3 Formation de l'équipe de conception
- 3.4 Conception de la plateforme e-VAL

WP.4 Mise en œuvre de la plateforme e-VAL

- 4.1 Formations de l'équipe de développement
- 4.2 Implantation de la plateforme e-VAL
- 4.3 4.3 Déploiement de la plateforme e-VAL

WP. 5 Validation et expérimentation de la plateforme e-VAL

- 5.1 Validation de la plateforme e-VAL
- 5.2 Préparation de trois centres d'expérimentations
- 5.3 Expérimentation de la plateforme par les trois centres d'expérimentations
- 5.4 Prise en compte de la langue arabe
- 5.5 Séminaire international de présentation des résultats de l'expérimentation

WP.6 Mise en place et réingénierie

- 6.1 Extension et accès à distance depuis les trois centres d'expérimentations
- 6.2 Ateliers internationaux de formation sur la plateforme e-VAL
- 6.3 Expérimentation à grande échelle de la plateforme par tous les partenaires
- 6.4 Traitement et exploitation des données (statistiques)
- 6.5 Maintenances corrective et évolutive

Nous nous intéresserons dans ce rapport au 1^{er} lot.

4. WP1. Etat des lieux et orientations du projet Erasmus+ e-VAL

La première phase du projet consiste en l'étude de l'existant en partant d'un diagnostic de terrain dans les universités marocaines partenaires à travers une enquête qui ciblera les étudiants et les acteurs socioéconomiques. Cette 1^{ère} étape est incontournable car il est primordial de questionner et d'analyser les usages, les pratiques et les besoins réels des étudiants marocains en termes de visibilité et d'insertion professionnelles. Il faut aussi connaître les défaillances du terrain et les attentes de l'environnement socioprofessionnel en termes de prospection de compétences. Le travail se fera sur la base d'une enquête préliminaire (WP.1.1). Elle a été menée au niveau de chaque université marocaine partenaire ; l'objectif étant de mettre en évidence la vision, les attentes et les besoins exprimés autour de la démarche e-portfolio et de la plateforme e-VAL permettant la conception d'un livrable technique adéquat, de mettre en place des actions d'accompagnement efficaces et de permettre aux acteurs socio-économiques d'adopter cette démarche dans leurs processus d'insertion professionnelle. Afin de garantir un taux de réponse conséquent, nous avons aussi opté pour la modélisation d'un questionnaire en ligne et la distribution de questionnaires papier dans toutes les universités marocaines partenaires et auprès d'un échantillon du tissu socioéconomique. Suite à l'enquête sur terrain, les résultats ont été collectés via l'outil Lime Survey (WP.1.2). L'analyse et l'interprétation des résultats ont été présentées lors d'un séminaire international qui s'est tenu à l'Université Internationale de Rabat (UIR) les 08 et 09 mai 2017.

Pour mener à bien la prestation WP1.1, les partenaires qui chapeautent cette étape (UBM, UAE et UCA) ont mis en place un plan d'actions précis :

- Réunions de préparation
- Conception de la 1^{ère} version des deux questionnaires
- Présentation aux partenaires
- Prise en compte des suggestions et remarques
- Conception de la 2^{ème} version des questionnaires
- Pré-test

- Rédaction du questionnaire finalisé (Lime Survey)
- Enquête auprès des étudiants

Nous commencerons par présenter la version finale des deux questionnaires.

II. Les questionnaires

1. Présentation du questionnaire Etudiants

Le premier questionnaire était destiné aux étudiants des universités marocaines partenaires pour connaître la situation de la valorisation de compétences et mieux identifier les besoins des étudiants quant à la lisibilité et la visibilité de leurs compétences auprès du monde socio-économique (stages ou emplois).

Plusieurs réunions ont ponctué la phase de conception du questionnaire.

Dates des réunions	Résultats
30 et 31 janvier 2017	UCA : travail sur les questionnaires Etudiants et Entreprises <i>Résultat : questionnaires version bêta</i>
16 et 17 février 2017	Réunion du Consortium → Remarques des partenaires
23 février 2017	Réunion Skype : intégration des remarques partenaires questionnaire Entreprises <i>Résultat : questionnaires Entreprises</i> Outil retenu : Lime Survey
06 mars 2017	Réunion Skype : intégration des remarques partenaires questionnaire Etudiants <i>Résultat : questionnaire Etudiants</i>
15 mars 2017	Réunion Skype : stabilisation des deux questionnaires et préparation des pré-tests

Le questionnaire Etudiants se subdivise en 5 parties.

Une première partie, d'ordre général, concerne l'identification du répondant.

Dans une deuxième partie, les étudiants sont interrogés sur leurs pratiques, habitudes et usages quant à leur recherche de stages ou d'emplois.

Une troisième partie concerne les usages des étudiants en matière de rédaction de Curriculum Vitae
La quatrième partie interrogera la perception des étudiants sur leur identité numérique.

Ce questionnaire se clôt par une cinquième partie qui concerne la perception des répondants quant à la conception de l'e-portfolio. Avant de répondre aux questions de cette dernière partie, nous avons invité le répondant à lire la définition du e-portfolio : nous considérons le e-Portfolio comme « un ensemble évolutif de ressources électroniques (lettres de recommandation, photos, films, diplômes, certifications...) dans un environnement numérique décrivant et illustrant l'apprentissage, l'expérience, les compétences, les apprentissages, les habiletés et les talents de son auteur au travers de différents flux d'information ».

2. Démarche de l'enquête

Afin de garantir un taux de réponse conséquent, nous avons opté pour la modélisation du questionnaire Etudiants en ligne dans toutes les universités marocaines partenaires en utilisant Lime Survey. Les équipes responsables de cette activité (UBM, UAE et UCA) ont été chargées de la conception des items, de la collecte, du traitement et de l'interprétation des données quantitatives de l'enquête. Un rapport analytique relatif à ces résultats a été rédigé par l'UBM et présenté lors d'un séminaire international organisé à l'UAE sur 2 jours. Les résultats de l'enquête est présenté dans la quatrième partie de ce rapport. A l'issue du Séminaire International de Rabat, nous avons décidé avec tous les partenaires d'ouvrir le questionnaire aux autres universités marocaines non partenaires. Cette diffusion a été chapeautée par le Ministère de l'Enseignement Supérieur qui en date du 15 mai 2017 à contacter les Présidents d'universités concernées.

Nous présentons ici le questionnaire tel qu'il a été présenté dans la phase pré-test (version papier) en français et en arabe.

3. Questionnaire « Etudiants »

Exploitation des Compétences et Valorisation des acquis pour une Meilleure Insertion et Visibilité professionnelles

استثمار القدرات وتعزيز المكتسبات من أجل إدماج أفضل ورؤية مهنية جيدة

استبيان للطلبة Questionnaire Etudiants

Cette enquête s'inscrit dans le cadre du projet Erasmus+ « e-VAL » (Exploitation des Compétences et Valorisation des acquis pour une Meilleure Insertion et Visibilité professionnelles). Le projet e-VAL, financé avec le soutien de la Commission Européenne, a pour objectif principal la mise en place de la démarche e-portfolio et d'un environnement numérique permettant aux étudiants marocains de développer leur visibilité numérique par la capitalisation des acquis de formation et des compétences obtenues au cours de leurs études et après l'obtention de leur diplôme. La plateforme e-VAL se veut être un outil d'aide à l'insertion professionnelle.

Le premier livrable du projet est ce présent questionnaire destiné aux étudiants des universités marocaines partenaires : il est distribué pour connaître la situation de la valorisation de compétences et mieux identifier les besoins des étudiants quant à la lisibilité et la visibilité de leurs compétences auprès du monde socio-économique (stages ou emplois).

Ce questionnaire est divisé en 5 parties :

Une première partie, d'ordre général, concerne l'identification du répondant.

Dans une deuxième partie, les étudiants sont interrogés sur leurs pratiques, habitudes et usages quant à leur recherche de stages ou d'emplois.

Une troisième partie concerne les usages des étudiants en matière de rédaction de Curriculum Vitae

La quatrième partie interrogera la perception des étudiants sur leur identité numérique.

Ce questionnaire se clôt par une cinquième partie qui concerne la perception des répondants quant à la conception de l'e-portfolio.

Merci de bien vouloir compléter ou remplir le questionnaire en mettant une croix dans le (les) case(s) qui correspond(ent) à votre réponse.

يندرج هذا الاستبيان في إطار مشروع "إرسموس بلوس (أو - فال)" "« e-VAL » Erasmus+»، (استثمار القدرات وتعزيز المكتسبات من أجل إدماج أفضل ورؤية مهنية جيدة). وهو برنامج ممول ومدعم من المفوضية الأوروبية، هدفه الأساس خلق مسار المنصة الإلكترونية (e-portfolio)، ومحيط رقمي يمكن الطلبة المغاربة من تطوير رؤيتهم الرقمية، عن طريق تنمية مكتسبات التكوين، والقدرات المتحصلة خلال دراساتهم، وبعد حصولهم على شهاداتهم. تريد المنصة الرقمية "أو- فال" (e-VAL) أن تكون أداة للمساعدة في الإدماج المهني.

إن أول وثيقة للمشروع هو هذا الاستبيان الموجه لطلبة الجامعات المغربية الأعضاء في هذا المشروع: وهو موجه لمعرفة وضعية تقييم الكفاءات، وتعيين حاجيات الطلبة فيما يتعلق بمقروئية ورؤية قدراتهم بالنظر إلى المحيط الاجتماعي والاقتصادي (التدريب أو الشغل).

ينقسم هذا الاستبيان إلى خمسة أقسام:

القسم الأول: للنظام العام، يهتم التعرف على المستجوبين.

وفي القسم الثاني، يسأل الطلبة عن أعمالهم التطبيقية، وعاداتهم وعملهم فيما يخص البحث عن التداريب أو عن الشغل.

القسم الثالث، ويهتم الطرق التي يتبعها الطلبة في تحرير السيرة الذاتية (CV).

القسم الرابع، ويخص منظور الطلبة لهوياتهم الرقمية.

يقفل هذا الاستبيان بقسم خامس يخص رؤية المستجوبين لـ (e-portfolio).

شكراً على ملء هذا الاستبيان، بوضع علامة في الخانات التي تناسب أجوبتكم.

...أنتم Vous

Sexe النوع : Homme مذكر Femme مؤنث

Année de naissance تاريخ الولادة: _____

Dans quelle région résidez-vous في أي جهة تقيمون

<input type="checkbox"/> Dans tout le Maroc في المغرب كله	<input type="checkbox"/> Tanger-Tétouan-AL-Hoceima طنجة- تطوان - الحسيمة	<input type="checkbox"/> Fès-Meknès فاس - مكناس	<input type="checkbox"/> l'Oriental في الشرق	<input type="checkbox"/> Rabat – Salé – Kénitra الرباط – سلا - القنيطرة
<input type="checkbox"/> Marrakech – Safi مراكش - أسفي	<input type="checkbox"/> Casablanca – Settat الدار البيضاء - سطات	<input type="checkbox"/> Béni Mellal – Khénifra بني ملال - الخنيفرة	<input type="checkbox"/> Darâa – Tafilalet درعة - تافيلالت	<input type="checkbox"/> Souss – Massa سوس - ماسة
	<input type="checkbox"/> Layoune – Saquia al-Hamra العيون – الساقية الحمراء	<input type="checkbox"/> Dakhla – Oued Eddahab الداخلة – واد الذهب	<input type="checkbox"/> Guelmim – Oued Noun كلميم – واد نون	

Quelle est votre Université d'attache ما الجامعة التي تنتمون إليها ؟

<input type="checkbox"/> Université Abdelmalek Essaâdi جامعة عبد المالك السعدي	<input type="checkbox"/> Université Ibn Tofail جامعة ابن طفيل	<input type="checkbox"/> Université Sidi Mohammed Ibn Abdellah جامعة سيدي محمد بن عبد الله
<input type="checkbox"/> Université Mohammed 1 ^{er} جامعة محمد الأول	<input type="checkbox"/> Université Ibn Zohr جامعة ابن زهر	<input type="checkbox"/> Université Internationale de Rabat الجامعة الدولية بالرباط

Etablissement المؤسسة:

<input type="checkbox"/> Faculté des Lettres et des Sciences Humaines كلية الآداب والعلوم الإنسانية	<input type="checkbox"/> Faculté des Sciences كلية العلوم	<input type="checkbox"/> Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية	<input type="checkbox"/> Faculté Polydisciplinaire الكلية المتعددة التخصصات	<input type="checkbox"/> Faculté des Sciences et Techniques كلية العلوم والتقنيات
<input type="checkbox"/> Faculté de Médecine et de Pharmacie كلية الطب والصيدلة	<input type="checkbox"/> Faculté Ossoul Eddine / Chariaa كلية أصول الدين والشريعة	<input type="checkbox"/> Ecole Normale Supérieure المدرسة العليا للأساتذة	<input type="checkbox"/> Ecole Nationale des Sciences Appliquées المدرسة الوطنية للعلوم التطبيقية	<input type="checkbox"/> Ecole Nationale de Commerce et de Gestion المدرسة الوطنية للتجارة والتسيير
<input type="checkbox"/> Ecole supérieure Roi Fahd de Traduction مدرسة الملك فهد العليا للترجمة	<input type="checkbox"/> Ecole Supérieure de Technologie المدرسة العليا للتكنولوجيا	<input type="checkbox"/> School of Aerospace Engineering مدرسة هندسة الطيران	<input type="checkbox"/> School of Automotive Engineering مدرسة هندسة السيارات	<input type="checkbox"/> Rabat Business School مدرسة إدارة الأعمال بالرباط
<input type="checkbox"/> Ecole d'Actuariat مدرسة أكتواريا	<input type="checkbox"/> Ecole Supérieure de l'Ingénierie de l'Energie المدرسة العليا لهندسة الطاقة	<input type="checkbox"/> Faculté d'Informatique et de Logistique كلية الإعلاميات واللوجستيك	<input type="checkbox"/> ICPGE معهد الأقسام التحضيرية للمدارس الكبرى	<input type="checkbox"/> Sciences Po Rabat العلوم السياسية بالرباط

<input type="checkbox"/> Ecole de Droit مدرسة القانون	<input type="checkbox"/> Ecole d'Architecture de Rabat مدرسة الهندسة المعمارية بالرباط	<input type="checkbox"/> Faculté de Médecine Dentaire كلية طب الأسنان
---	--	---

Niveau المستوى:

BAC +2 / 2+ باك BAC +3 / 3+ باك BAC +4 / 4 + باك BAC +5 / 5 + باك Doctorant طالب دكتوراه

Quel est votre projet après l'obtention de votre diplôme (Plusieurs choix sont possibles) اختر الإجابة المناسبة (ما هو مشروعكم بعد الحصول على الدبلوم)

<input type="checkbox"/> Continuer dans un autre parcours de formation المتابعة في مسار آخر للتكوين	<input type="checkbox"/> Travailler dans le public العمل في الوظيفة العمومية	<input type="checkbox"/> Travailler dans le privé العمل في القطاع الخاص
<input type="checkbox"/> Créer mon entreprise خلق مقاوله ذاتية	<input type="checkbox"/> Partir travailler à l'étranger الهجرة للعمل في الخارج	<input type="checkbox"/> Je ne sais pas encore (ou autre cas) لا أدري (أو حالة أخرى)

Avez-vous déjà eu une expérience de mobilité à l'étranger هل سبق أن استفدتم من الحركية إلى الخارج ? oui نعم non لا

Si oui, dans quel contexte إذا كان الجواب بنعم، ففي أي سياق ?

Mobilité pour études الحركية من أجل الدراسة Emploi salarié عمل مأجور Stage international تدريب دولي Voyage/tourisme / السفر والسياحة Autre أمور أخرى _____

Vos pratiques en matière de recherches de stages/d'emploi مجهوداتكم في موضوع البحث عن التداريب والشغل

Nombre de stages suivis au cours de vos études : عدد التدریب المتبعة خلال الدراسة _____ stages pour une durée totale (additionner le nombre de mois pour tous les stages) de _____ mois (أضف عدد الشهور إلى كل تدریب)

Avez-vous eu une activité salariée (travail d'été, structure publique ou privée, cours particuliers, colonie de vacances au cours de vos études, centre d'appel...)

هل كان لكم نشاط مؤدی عنه (عمل صيفي ، قطاع عام أو خاص، دروس خصوصية، مخيمات صيفية أثناء الدراسة، مركز نداء انتقل إلى السؤال (passez à la question) نعم oui
 non لا (passez à la question 14 رقم السؤال) (رقم)

Nombre d'emplois rémunérés au cours de vos études : عدد الوظائف المؤدی عنها أثناء الدراسة _____ emplois pour une durée totale (additionner le nombre de mois salariés) de _____ mois (أضف عدد الشهور المؤدی عنها)

Quels sont vos moyens utilisés pour rechercher un stage/emploi ? ما هي وسائلكم المستعملة في البحث عن تدریب / أو شغل / Si oui vous indiquerez le degré de satisfaction. إذا كان الجواب نعم، حدد درجة الرضا. وإذا كان الجواب لا، اختر أحد الأسباب المقترحة. Si non, indiquez une des raisons proposées.

		Modalités conditionnelles selon la réponse OUI ou NON pour chaque ligne نماذج مشروطة بحسب الإجابة بنعم أو لا لكل سطر				
Intermédiaires وسطاء	Agences ANAPEC وكالة	<input type="checkbox"/> oui نعم	<input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant غير مرضية مطلقاً	<input type="checkbox"/> Peu Satisfaisant مرضي قليلا	<input type="checkbox"/> Assez satisfaisant راض	<input type="checkbox"/> Très satisfaisant راض جدا
		<input type="checkbox"/> non لا	<input type="checkbox"/> Je ne connais pas du tout لا أعلم مطلقاً	<input type="checkbox"/> Je ne me sens pas suffisamment informé(e) لم أشعر أنني لم أعلم بما فيه الكفاية	<input type="checkbox"/> J'ai décidé de ne pas y avoir recours قررت ألا ألجأ إليها	
	Agences privées de recrutement ou Agences d'interim وكالات خاصة بالتوظيف أو وكالات التوظيف المؤقت	<input type="checkbox"/> oui نعم	<input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant غير مرض مطلقاً	<input type="checkbox"/> Peu Satisfaisant راض قليلا	<input type="checkbox"/> Assez satisfaisant راض	<input type="checkbox"/> Très satisfaisant راض جدا
		<input type="checkbox"/> non لا	<input type="checkbox"/> Je ne connais pas du tout لا أعلم مطلقاً	<input type="checkbox"/> Je ne me sens pas suffisamment informé(e) لم أشعر أنني لم أعلم بما فيه الكفاية	<input type="checkbox"/> J'ai décidé de ne pas y avoir recours قررت ألا ألجأ إليهم	
Evénements أنشطة	Forums emploi, entreprises, établissements, autres événements (foires, caravanes emploi...) منتديات الشغل، ومناسبات أخرى (معارض، قوافل الشغل...)	<input type="checkbox"/> oui نعم	<input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant غير مرضي مطلقاً	<input type="checkbox"/> Peu Satisfaisant راض قليلا	<input type="checkbox"/> Assez satisfaisant راض	<input type="checkbox"/> Très satisfaisant راض جدا

		<input type="checkbox"/> non لا	<input type="checkbox"/> Je ne connais pas du tout لا أعلم مطلقاً	<input type="checkbox"/> Je ne me sens pas suffisamment informé(e) لم أشعر أنني لم أعلم بما فيه الكفاية	<input type="checkbox"/> J'ai décidé de ne pas y avoir recours قررت ألا ألتجأ إليهم	
Sites Internet مواقع إلكترونية	Site de l'ANAPEC موقع الأنترنيت لـ	<input type="checkbox"/> oui نعم	<input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant غير مرض مطلقاً	<input type="checkbox"/> Peu Satisfaisant راض قليلا	<input type="checkbox"/> Assez satisfaisant راض	<input type="checkbox"/> Très satisfaisant راض جدا
		<input type="checkbox"/> non لا	<input type="checkbox"/> Je ne connais pas du tout لا أعلم مطلقاً	<input type="checkbox"/> Je ne me sens pas suffisamment informé(e) لم أشعر أنني لم أعلم بما فيه الكفاية	<input type="checkbox"/> J'ai décidé de ne pas y avoir recours قررت ألا ألتجأ إليه	
	Sites des établissements universitaires / Interface المواقع الإلكترونية للمؤسسات الجامعية	<input type="checkbox"/> oui نعم	<input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant غير مرض مطلقاً	<input type="checkbox"/> Peu Satisfaisant راض قليلا	<input type="checkbox"/> Assez satisfaisant راض	<input type="checkbox"/> Très satisfaisant راض جدا
		<input type="checkbox"/> non لا	<input type="checkbox"/> Je ne connais pas du tout لا أعلم مطلقاً	<input type="checkbox"/> Je ne me sens pas suffisamment informé(e) لم أشعر أنني لم أعلم بما فيه الكفاية	<input type="checkbox"/> J'ai décidé de ne pas y avoir recours قررت ألا ألتجأ إليهم	
	Sites dédiés à la recherche d'emplois (Amal job, rekrut.com...) موقع خاصة بالبحث عن الشغل	<input type="checkbox"/> oui نعم	<input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant غير مرضي مطلقاً	<input type="checkbox"/> Peu Satisfaisant راض قليلا	<input type="checkbox"/> Assez satisfaisant راض	<input type="checkbox"/> Très satisfaisant راض جدا
	<input type="checkbox"/> non لا	<input type="checkbox"/> Je ne connais pas du tout لا أعلم مطلقاً	<input type="checkbox"/> Je ne me sens pas suffisamment informé(e) لم أشعر أنني لم أعلم بما فيه الكفاية	<input type="checkbox"/> J'ai décidé de ne pas y avoir recours قررت ألا ألتجأ إليهم		
Réseaux sociaux	Facebook, Twitter, Instagram ou autres réseaux personnels de ce type فيس بوك، تويتر، إنستغرام أو شبكات اجتماعية أخرى	<input type="checkbox"/> oui نعم	<input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant غير مرض مطلقاً	<input type="checkbox"/> Peu Satisfaisant راض قليلا	<input type="checkbox"/> Assez satisfaisant راض	<input type="checkbox"/> Très satisfaisant راض جدا
		<input type="checkbox"/> non لا	<input type="checkbox"/> Je ne connais pas du tout لا أعلم مطلقاً	<input type="checkbox"/> Je ne me sens pas suffisamment informé(e) لم أشعر أنني لم أعلم بما فيه الكفاية	<input type="checkbox"/> J'ai décidé de ne pas y avoir recours قررت ألا ألتجأ إليهم	
	Viadeo, LinkedIn ou autres réseaux professionnels فيديو، لينكدين، أو شبكات مهنية أخرى	<input type="checkbox"/> oui نعم	<input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant غير مرض مطلقاً	<input type="checkbox"/> Peu Satisfaisant راض قليلا	<input type="checkbox"/> Assez satisfaisant راض	<input type="checkbox"/> Très satisfaisant راض جدا

		<input type="checkbox"/> non لا	<input type="checkbox"/> Je ne connais pas du tout لا أعلم مطلقاً	<input type="checkbox"/> Je ne me sens pas suffisamment informé(e) لم أشعر أنني لم أعلم بما فيه الكفاية	<input type="checkbox"/> J'ai décidé de ne pas y avoir recours قررت ألا ألجأ إليهم	
Presse écrite	Journaux quotidiens, journaux économiques, hebdomadaires et mensuels جرائد يومية، جرائد اقتصادية أسبوعية وشهرية	<input type="checkbox"/> oui نعم	<input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant غير مرضٍ مطلقاً	<input type="checkbox"/> Peu Satisfaisant راضٍ قليلاً	<input type="checkbox"/> Assez satisfaisant راضٍ	<input type="checkbox"/> Très satisfaisant راضٍ جداً
		<input type="checkbox"/> non لا	<input type="checkbox"/> Je ne connais pas du tout لا أعلم مطلقاً	<input type="checkbox"/> Je ne me sens pas suffisamment informé(e) لم أشعر أنني لم أعلم بما فيه الكفاية	<input type="checkbox"/> J'ai décidé de ne pas y avoir recours قررت ألا ألجأ إليهم	
Candidatures spontanées ترشيحات عفوية		<input type="checkbox"/> oui نعم				
		<input type="checkbox"/> non لا				
Connaissances تدخلات		<input type="checkbox"/> oui نعم				
		<input type="checkbox"/> non لا				

Avez-vous déjà bénéficié d'un entretien de positionnement professionnel هل استفدتم من قبل من مقابلة التوجيه المهني Oui نعم Non لا

لا، لا أعلم Non، je ne connais pas

Au sein de votre établissement, avez-vous un service d'aide à la rédaction de CV هل لكم مصلحة للمساعدة في تحرير السيرة الذاتية Oui نعم

Non لا Je ne sais pas لا أعلم

Trouvez-vous des difficultés dans votre processus de recherche de stages/d'emplois هل واجهتكم صعوبات في مسار البحث عن التدریب/ الشغل Oui نعم

Non لا

Avez-vous déjà bénéficié de formation autour de la recherche de stage ou d'emploi (rédaction de CV) هل استفدتم من قبل من تكوين حول البحث عن التدریب أو الشغل Oui نعم (passez question 10 انتقل إلى السؤال 10) Non لا

Non لا Oui نعم (passez question 10 انتقل إلى السؤال 10)

Souhaiteriez-vous bénéficier de formation spécifique sur la recherche de stages ou d'emplois هل ترغبون في الاستفادة من تكوين خاص في البحث عن التدریب أو الشغل oui، ربما non، ce n'est pas utile لا، لا فائدة منه oui، هذا ضرورياً oui، cela me semble indispensable نعم، يبدو لي هذا ضرورياً

oui، ربما non، ce n'est pas utile لا، لا فائدة منه oui، هذا ضرورياً oui، cela me semble indispensable نعم، يبدو لي هذا ضرورياً

أين تبحثون أولاً عن النصائح من أجل **Où cherchez-vous prioritairement des conseils pour optimiser votre recherche de stages/d'emploi ? Faites 3 choix maximum** تحسين بحثكم عن التدریب /الشغل، قم بثلاثة (3) اختيارات على الأكثر.

<input type="checkbox"/> Site Internet dédié aux offres de stages et d'emplois, Forums ou blogs, Capsules vidéos موقع إلكتروني يخصص عروض التدریب والشغل، منتديات أو مدونات، حلقات من pédagogiques sur Youtube/site فيديوهات تربوية على قناة يوتوب / مواقع	<input type="checkbox"/> auprès de vos enseignants عند أساتذتكم	<input type="checkbox"/> auprès d'autres étudiants عند الطلبة
<input type="checkbox"/> Cellule Interface de votre établissement خلية الواجهة في مؤسستكم	<input type="checkbox"/> auprès d'un proche (famille, relation, ami..) عند قريب (عائلة، علاقات، صديق).	<input type="checkbox"/> Agences وكالات ANAPEC
<input type="checkbox"/> Portail de l'ANAPEC بوابة لـ	<input type="checkbox"/> Application mobile ANAPEC تطبيق هاتفي لـ ANAPEC	<input type="checkbox"/> auprès d'un coach عند مدرب
<input type="checkbox"/> Agences de recrutement, interim وكالة التوظيف المؤقت		

أنتم والسيرة الذاتية **Vous et le CV**

منذ شروعكم في الدراسة، كم **Depuis le début de vos études, combien de CV avez-vous déjà envoyés ? Combien de réponses (positives ou négatives) avez-vous reçues** من السير الذاتية بعتموها ؟ وكم من الإجابات (الإيجابية والسلبية) تلقيتم؟

Nombre de CV envoyés عدد السير الذاتية (mail, courrier postal, CV déposé directement ou par intermédiaire) التي أرسلتم (بريد إلكتروني، عنوان بريد، سيرة ذاتية مسلمة مباشرة أو من قبل وسيط)	Nombre de réponses pour entretien عدد الاستدعاءات من أجل المقابلة	Nombre de réponses négatives عدد الإجابات بالرفض
---	---	--

<input type="checkbox"/> لا شيء Aucun CV <input type="checkbox"/> من 1 إلى 9 <input type="checkbox"/> من 10 إلى 50 <input type="checkbox"/> أكثر من 50	<input type="checkbox"/> لا إجابة Aucune réponse <input type="checkbox"/> إجابة واحدة 1 réponse <input type="checkbox"/> من إجابتين إلى 5 de 2 à 5 réponses <input type="checkbox"/> أكثر من خمسة إجابات plus de 5 réponses	<input type="checkbox"/> لا إجابة Aucune réponse <input type="checkbox"/> إجابة واحدة 1 réponse <input type="checkbox"/> من إجابتين إلى 5 de 2 à 5 réponses <input type="checkbox"/> خمس إجابات <input type="checkbox"/> أكثر من 5 plus de 5 réponses <input type="checkbox"/> خمس إجابات
--	--	--

من بين **Parmi les éléments suivants, quels sont les 5 éléments qui vous semblent les plus importants ? Classez les du plus important au moins important.** العنصر الآتية، ما هي الخمسة عناصر التي تبدو لكم مهمة جداً؟ رتّبها من الأكثر أهمية إلى الأقل أهمية.

رسالة تحفيزية La lettre de motivation	مسارات التكوين (دبلومات، شهادات) وسمعة المؤسسة Parcours de formation (diplômes, certifications) et réputation de l'établissement
النتائج (التميز المحصل عليها، والنقط). Les résultats (mentions obtenues, notes)	التجارب المهنية (تدريب/شغل) Ses expériences professionnelles (stages/emplois)
الاستعداد: الفوري /جغرافي Disponibilité : immédiate / géographique	الصورة، السن، النوع La photo, l'âge, le genre
رسائل التوصية Les lettres de recommandation	مستوى اللغة (القدرات اللغوية) Niveau en langue (compétences linguistiques)
قدرات اجتماعية (عمل ضمن فريق، تدبير المشاريع). Compétences sociales (travail en équipe, gestion de projet)	قدرات رقمية (إعلاميات، إنترنت). Compétences numériques (informatique, Internet)

Compétences managériales (planification, organisation, gestion du temps) قدرات تدبيرية (تخطيط، تنظيم، تدبير الوقت)	
---	--

? في رأيكم، هل تمثلكم سيرتكم الذاتية كليا وبنجاحة؟
Selon vous, votre CV vous représente-t-il complètement et efficacement ?

- Oui نعم Non لا Je ne sais pas لا أدري

Pour les éléments suivants, préciser pour chacun d'entre eux, le niveau d'importance pour vous par rapport à vos candidatures :

بالنسبة للعناصر الآتية، اختر منها الأهم عندكم بالنظر إلى ترشيحاتكم

Adéquation spécialité/besoins de l'entreprise ملاءمة التخصص/ حاجات المقولة	<input type="checkbox"/> Pas important ليس مهما	<input type="checkbox"/> Peu important مهم قليلا	<input type="checkbox"/> Assez important مهم	<input type="checkbox"/> Très important مهم جدا	<input type="checkbox"/> Je ne sais pas لا أدري
Stages ou emplois déjà réalisés dans le domaine de spécialité التدريبات أو توظيف جرى في مجال التخصص	<input type="checkbox"/> Pas important ليس مهما	<input type="checkbox"/> Peu important مهم قليلا	<input type="checkbox"/> Assez important مهم	<input type="checkbox"/> Très important مهم جدا	<input type="checkbox"/> Je ne sais pas لا أدري
Formations complémentaires تكوينات تكميلية	<input type="checkbox"/> Pas important ليس مهما	<input type="checkbox"/> Peu important مهم قليلا	<input type="checkbox"/> Assez important مهم	<input type="checkbox"/> Très important مهم جدا	<input type="checkbox"/> Je ne sais pas لا أدري
Connaissance de soi معرفة الذات	<input type="checkbox"/> Pas important ليس مهما	<input type="checkbox"/> Peu important مهم قليلا	<input type="checkbox"/> Assez important مهم	<input type="checkbox"/> Très important مهم جدا	<input type="checkbox"/> Je ne sais pas لا أدري

Maîtrise de soi (gestion du stress) (التحكم في النفس (التحكم في القلق)	<input type="checkbox"/> Pas important ليس مهما	<input type="checkbox"/> Peu important مهم قليلا	<input type="checkbox"/> Assez important مهم	<input type="checkbox"/> Très important مهم جدا	<input type="checkbox"/> Je ne sais pas لا أدري
Capacité à se الاستعداد للتحفيز	<input type="checkbox"/> Pas important ليس مهما	<input type="checkbox"/> Peu important مهم قليلا	<input type="checkbox"/> Assez important مهم	<input type="checkbox"/> Très important مهم جدا	<input type="checkbox"/> Je ne sais pas لا أدري
Planification et gestion du temps التخطيط وتدبير الوقت	<input type="checkbox"/> Pas important ليس مهما	<input type="checkbox"/> Peu important مهم قليلا	<input type="checkbox"/> Assez important مهم	<input type="checkbox"/> Très important مهم جدا	<input type="checkbox"/> Je ne sais pas لا أدري
Capacité d'organisation القدرة على التنظيم	<input type="checkbox"/> Pas important ليس مهما	<input type="checkbox"/> Peu important مهم قليلا	<input type="checkbox"/> Assez important مهم	<input type="checkbox"/> Très important مهم جدا	<input type="checkbox"/> Je ne sais pas لا أدري
Construction et gestion d'équipe تشكيل الفرق وتسييرها	<input type="checkbox"/> Pas important ليس مهما	<input type="checkbox"/> Peu important مهم قليلا	<input type="checkbox"/> Assez important مهم	<input type="checkbox"/> Très important مهم جدا	<input type="checkbox"/> Je ne sais pas لا أدري
Gestion de crises تدبير الأزمات	<input type="checkbox"/> Pas important ليس مهما	<input type="checkbox"/> Peu important مهم قليلا	<input type="checkbox"/> Assez important مهم	<input type="checkbox"/> Très important مهم جدا	<input type="checkbox"/> Je ne sais pas لا أدري

Leadership الزعامة	<input type="checkbox"/> Pas important ليس مهما	<input type="checkbox"/> Peu important مهم قليلا	<input type="checkbox"/> Assez important مهم	<input type="checkbox"/> Très important مهم جدا	<input type="checkbox"/> Je ne sais pas لا أدري
Gestion du temps تدبير الوقت	<input type="checkbox"/> Pas important ليس مهما	<input type="checkbox"/> Peu important مهم قليلا	<input type="checkbox"/> Assez important مهم	<input type="checkbox"/> Très important مهم جدا	<input type="checkbox"/> Je ne sais pas لا أدري
Négociation (obtenir un accord pour soi) / Médiation (faciliter la mise en accord par d'autres personnes) المباحثات (استخلاص الصفقات)/الوساطة (تيسير التوافقات لدى أشخاص آخرين)	<input type="checkbox"/> Pas important ليس مهما	<input type="checkbox"/> Peu important مهم قليلا	<input type="checkbox"/> Assez important مهم	<input type="checkbox"/> Très important مهم جدا	<input type="checkbox"/> Je ne sais pas لا أدري
Savoir s'exprimer, défendre ses idées dans le respect des autres (assertivité) القدرة على التعبير، الدفاع عن الأفكار مع احترام الآخرين(الحزم)	<input type="checkbox"/> Pas important ليس مهما	<input type="checkbox"/> Peu important مهم قليلا	<input type="checkbox"/> Assez important مهم	<input type="checkbox"/> Très important مهم جدا	<input type="checkbox"/> Je ne sais pas لا أدري
Capacité à identifier les émotions, les situations, l'état d'esprit des autres (empathie) القدرة على تحديد المشاعر، والوضعيات، وعقليات الآخرين (التفهم)	<input type="checkbox"/> Pas important ليس مهما	<input type="checkbox"/> Peu important مهم قليلا	<input type="checkbox"/> Assez important مهم	<input type="checkbox"/> Très important مهم جدا	<input type="checkbox"/> Je ne sais pas لا أدري
Facilité dans les relations sociales المرونة في العلاقات الاجتماعية	<input type="checkbox"/> Pas important ليس مهما	<input type="checkbox"/> Peu important مهم قليلا	<input type="checkbox"/> Assez important مهم	<input type="checkbox"/> Très important مهم جدا	<input type="checkbox"/> Je ne sais pas لا أدري

Savoir travailler en équipe القدرة على العمل ضمن فريق	<input type="checkbox"/> Pas important ليس مهما	<input type="checkbox"/> Peu important مهم قليلا	<input type="checkbox"/> Assez important مهم	<input type="checkbox"/> Très important مهم جدا	<input type="checkbox"/> Je ne sais pas لا أدري
Compétences linguistiques en Français إتقان اللغة الفرنسية	<input type="checkbox"/> Pas important ليس مهما	<input type="checkbox"/> Peu important مهم قليلا	<input type="checkbox"/> Assez important مهم	<input type="checkbox"/> Très important مهم جدا	<input type="checkbox"/> Je ne sais pas لا أدري
Compétences linguistiques en Anglais إتقان اللغة الإنجليزية	<input type="checkbox"/> Pas important ليس مهما	<input type="checkbox"/> Peu important مهم قليلا	<input type="checkbox"/> Assez important مهم	<input type="checkbox"/> Très important مهم جدا	<input type="checkbox"/> Je ne sais pas لا أدري
Compétences linguistiques en Espagnol إتقان اللغة الإسبانية	<input type="checkbox"/> Pas important ليس مهما	<input type="checkbox"/> Peu important مهم قليلا	<input type="checkbox"/> Assez important مهم	<input type="checkbox"/> Très important مهم جدا	<input type="checkbox"/> Je ne sais pas لا أدري
Compétences en bureautique (word...) التمكن من المكتبيات (الورد...)	<input type="checkbox"/> Pas important ليس مهما	<input type="checkbox"/> Peu important مهم قليلا	<input type="checkbox"/> Assez important مهم	<input type="checkbox"/> Très important مهم جدا	<input type="checkbox"/> Je ne sais pas لا أدري
Internet (navigation, utilisation réseaux sociaux) الإنترنت (البحث، استعمال الشبكات الاجتماعية)	<input type="checkbox"/> Pas important ليس مهما	<input type="checkbox"/> Peu important مهم قليلا	<input type="checkbox"/> Assez important مهم	<input type="checkbox"/> Très important مهم جدا	<input type="checkbox"/> Je ne sais pas لا أدري

Construction de pages web, gestion de blogs إنشاء المواقع الإلكترونية، وإدارة المدونات	<input type="checkbox"/> Pas important ليس مهما	<input type="checkbox"/> Peu important مهم قليلا	<input type="checkbox"/> Assez important مهم	<input type="checkbox"/> Très important مهم جدا	<input type="checkbox"/> Je ne sais pas لا أدري
Compétences en programmation (codage, développement de logiciels) القدرات البرمجية (الترميز، تطوير البرامج)	<input type="checkbox"/> Pas important ليس مهما	<input type="checkbox"/> Peu important مهم قليلا	<input type="checkbox"/> Assez important مهم	<input type="checkbox"/> Très important مهم جدا	<input type="checkbox"/> Je ne sais pas لا أدري

Vous et votre identité numérique أنتم وهويتكم الرقمية

Etes-vous équipé personnellement d'un ordinateur et connecté à Internet (chez vous, chez vos parents) ...?

هل تمتلكون حاسوبا شخصيا ومتصلون بالإنترنت (في بيتكم، وفي بيت آبائكم)؟ Oui نعم Non لا

Avez-vous un téléphone (smartphone) connecté à Internet ? هل تمتلكون هاتفا (ذكيا) متصلا بالإنترنت Oui نعم Non لا

Disposez-vous d'un profil sur un réseau social ou mettez-vous en ligne (blog, réseau social...) du contenu pour mettre en valeur votre parcours et/ou vos compétences auprès des professionnels هل لديكم حسابا شخصيا في شبكة اجتماعية أو وضعتم على الإنترنت (مدونة، شبكة اجتماعية) موادا من أجل تقويم مساركم و/ أو قدراتكم أمام المختصين

Oui نعم Non لا

Quels réseaux sociaux ou quelles plateformes utilisez-vous pour mettre en ligne des informations sur vous ? (plusieurs réponses possibles)

ما هي الشبكات الاجتماعية أو المنصات التي تستخدمونها في نشر معلومات تخصكم (يمكنكم اختيار عدة إجابات)

<input type="checkbox"/> Facebook فيس بوك	<input type="checkbox"/> Twitter تويتر	<input type="checkbox"/> Viadeo فيديو	<input type="checkbox"/> LinkedIn لينكدين	<input type="checkbox"/> Instagram اينستغرام	<input type="checkbox"/> Blog personnel (Wordpress, Blogger...) ou site web personnel مدونات شخصية (ورد بريس، المدون...) أو موقع إلكتروني شخصي	<input type="checkbox"/> Autre إجابة أخرى _____
---	--	---------------------------------------	---	--	--	--

ما نوع المواد التي تنشرونها على الإنترنت (يمكنكم اختيار عدة إجابات) **Quels types de contenus mettez-vous en ligne ? (plusieurs réponses)**

<input type="checkbox"/> Une vidéo de présentation personnelle فيديو يعرف بالذات	<input type="checkbox"/> Une vidéo de présentation académique فيديو تعريفى أكاديمي	<input type="checkbox"/> Des documents (rapports, mémoires, travaux académiques, fichiers divers ...) وثائق (تقارير، بحوث، أعمال أكاديمية، ملفات مختلفة...)
<input type="checkbox"/> Des articles ou des textes écrits par moi	<input type="checkbox"/> Photos et images, productions sonores (sons, musiques) réalisées dans le cadre des activités académiques	<input type="checkbox"/> Photos et images, productions sonores (sons, musiques) personnelles صور شمسية وصور، إنتاجات صوتية (مواد صوتية، موسيقى)
<input type="checkbox"/> Mon CV السيرة الذاتية	<input type="checkbox"/> Autres, précisez حدد مواد أخرى، _____	

هل تراجع ما يقال عنكم في الإنترنت **Vérifiez-vous ce qui se dit sur vous sur Internet**

Oui نعم

Non et je compte le faire prochainement لا، ولا أضن أن أفعل ذلك

وأحسب أن أفعله مستقلا

Non et je ne pense pas le faire لا، ولا أضن أن أفعل ذلك

أنتم والمنصة الرقمية *e-portfolio* Vous et le

Nous considérons le e-Portfolio comme « un ensemble évolutif de ressources électroniques (lettres de recommandation, photos, films, diplômes, certifications...) dans un environnement numérique décrivant et illustrant l'apprentissage, l'expérience, les compétences, les apprentissages, les habiletés et les talents de son auteur au travers de différents flux d'information »

نحن نعتبر المنصة الرقمية (e-Portfolio) على أنها "مجموعة متطورة من الموارد الإلكترونية (رسائل التوصيات، والصور، والأفلام، والديبلومات، والشهادات...) في محيط رقمي يصف ويوضح التعلم، والتجربة، والقدرات، والتعلم، والمؤهلات، والمواهب من خلال مختلف تيارات المعلومة".

Seriez-vous intéressé pour bénéficier d'un espace numérique vous permettant de capitaliser vos compétences et comme outil dans votre processus de

recherche de stage ou d'emploi هل يهتمكم الاستفادة من فضاء رقمي يمكنكم من تنمية قدراتكم وباعتباره آلية في مسار بحثكم عن التدريب أو الشغل Oui, je suis très

intéressé لا أدري إلى حد الآن Je ne sais pas encore لا Non نعم، ولم لا Oui, pourquoi pas أنا مهتم جدا Oui, je suis très intéressé

Etes-vous prêt à poster des vidéos sur cette plateforme pour mieux vous présenter et présenter vos compétences?

هل أنتم على استعداد لإرسال فيديوهات إلى هذه المنصة من أجل التعريف بأنفسكم وبقدراتكم بشكل جيد؟

لا أدري إلى حد الآن Je ne sais pas encore لا Non نعم، ولم لا Oui, pourquoi pas نعم أنا مهتم بهذه الإمكانية Oui, je suis très intéressé par cette possibilité

الآن

Quels documents seriez-vous prêts à déposer en priorité pour valoriser vos candidatures. Faites cinq choix en les classant du plus important au moins

important : ما هي الوثائق التي أنتم مستعدون إلى إرسالها أولاً من أجل تعزيز ترشيحاتكم. انتقي خمس اختيارات بترتيبها من المهم إلى الأقل أهمية.

<input type="checkbox"/> Copies des diplômes نسخ من الديبلومات	<input type="checkbox"/> Rapports de stage ou professionnel تقارير التدریب، أو التقارير المهنية
<input type="checkbox"/> Copies des attestations de stages نسخ من شهادات التدریب	<input type="checkbox"/> Recommandations académiques (lettres d'enseignants) (تزيكات الأكاديمية) (الأساتذة)
<input type="checkbox"/> Copies des certifications obtenues نسخ من الشهادات المحصل عليها	<input type="checkbox"/> Recommandations professionnelles (lettres de responsables de stage) (توصيات المهنية) (تزيكات المشرفين على التدریب)

<input type="checkbox"/> Mémoires professionnels ou de recherche البحوث المهنية أو الأبحاث	<input type="checkbox"/> Sites web, blogs, pages personnelles, logiciels en ligne، ومدونات، ومواقع إلكترونية، ومواقع شخصية، وبرمجيات عبر الإنترنت
<input type="checkbox"/> Photos et images, productions sonores (sons, musiques) صور شمسية أو الصور، والإنتاجات الصوتية (المواد الصوتية، والموسيقى)	<input type="checkbox"/> Vidéo de présentation du candidat (ou autres vidéos) أو (فيديوهات أخرى).

Indiquez en quelques mots, quelles sont vos attentes et/ou les conditions qui vous pousseraient à utiliser ce type d'outil dans votre démarche de recherche de stage et d'emploi. بين في كلمات ما هي انتظاراتكم و/أو الظروف التي تدفعكم إلى استخدام هذا النوع من الأداة في مسار بحثكم عن التدريب والشغل؟

L'équipe e-VAL vous remercie pour votre collaboration ! يشكركم فريق " أو- فال " على تعاونكم

4. Présentation du questionnaire « Entreprises »

Le questionnaire a été destiné aux professionnels des Ressources Humaines (RH) des entreprises structurées installées au Maroc pour connaître leurs modalités de recrutement actuelles, les usages des canaux de communication des RH et leurs perceptions de l'identité numérique des candidats et du e-portfolio.

Le questionnaire « Entreprises » est divisé en 4 parties.

Une première partie, d'ordre général, concerne l'identification de l'Entreprise. L'identité du répondant ainsi que son adresse email ont été demandées notamment pour pouvoir envoyer une restitution des résultats de l'enquête. Cette démarche permet de mieux impliquer les entreprises marocaines.

Une deuxième partie concerne les pratiques actuelles de recrutement des entreprises questionnées.

La troisième partie évoque la perception des entreprises questionnées à propos de l'identité numérique des candidats

La dernière partie interroge les entreprises sur l'éventualité d'utiliser le e-portfolio comme outil de recrutement.

5. Démarche de l'enquête

Les entreprises structurées en process de recrutement ont été principalement ciblées à l'échelle nationale. L'ANAPEC, partenaire socio-économique du projet e-VAL a pris en charge l'enquête sur terrain à travers des entretiens face à face mais également en diffusant le lien vers le questionnaire sur la plateforme Lime Survey.

Nous présentons ici le questionnaire tel qu'il a été présenté dans la phase pré-test (version papier) et dans la phase de l'enquête par le personnel de l'ANAPEC qui a démarché les entreprises pour répondre au questionnaire

Exploitation des Compétences et Valorisation des acquis pour une Meilleure Insertion et Visibilité professionnelles

Questionnaire Acteurs socio-économiques

Cette enquête s'inscrit dans le cadre du projet Erasmus+ « e-VAL » (Exploitation des Compétences et Valorisation des acquis pour une Meilleure Insertion et Visibilité professionnelles). Le projet e-VAL, financé avec le soutien de la Commission Européenne, a pour objectif principal la mise en place de la démarche e-portfolio et d'un environnement numérique permettant aux étudiants marocains de développer leur visibilité numérique par la capitalisation des acquis de formation et des compétences obtenues au cours de leurs études et après l'obtention de leur diplôme. La plateforme e-VAL se veut être un outil d'aide à l'insertion professionnelle.

Le premier livrable du projet est ce présent questionnaire destiné aux professionnels des Ressources Humaines marocains : il est distribué pour connaître leurs modalités de recrutement actuelles, les usages des canaux de communication des RH et les perceptions des RH de l'identité numérique des candidats et du e-portfolio.

Ce questionnaire est divisé en 4 parties :

Une première partie, d'ordre général, concerne l'identification de votre structure.

Une deuxième partie concerne vos pratiques de recrutement.

La troisième partie concerne votre perception à propos de l'identité numérique des candidats.

Ce questionnaire se clôt par une quatrième partie qui vous interroge sur la notion de l'e-portfolio et son recours éventuel dans votre politique de recrutement.

Merci de bien vouloir compléter ou remplir le questionnaire en mettant une croix dans la (les) case(s) qui correspond(ent) à votre réponse.

Votre participation est importante pour le projet. Les résultats globaux de l'enquête seront affichés en ligne en respectant la confidentialité de vos réponses.

PARTIE 1 - Votre structure / identification (Ces informations seront utiles pour vous envoyer une restitution des résultats)

1. Raison sociale _____
2. Ville: _____
3. Identité de l'interlocuteur : _____

4. Adresse électronique (email) : _____

5. Votre structure dispose-t-elle d'un département de ressources humaines ? oui non

6. Votre fonction au sein de la structure :

Dirigeant de la structure RH / DRH Responsable recrutement

7. Dans quelle(s) région(s) est implantée votre structure ? Lime Survey : A classer par ordre alphabétique

<input type="checkbox"/> Dans tout le Maroc	<input type="checkbox"/> Tanger-Tétouan-AL-Hoceima	<input type="checkbox"/> Fès-Meknès	<input type="checkbox"/> l'Oriental	<input type="checkbox"/> Rabat – Salé – Kénitra
<input type="checkbox"/> Marrakech – Safi	<input type="checkbox"/> Casablanca - Settat	<input type="checkbox"/> Béni Mellal – Khénifra	<input type="checkbox"/> Darâa – Tafilalet	<input type="checkbox"/> Souss – Massa
	<input type="checkbox"/> Layoune – Saquia al-Hamra	<input type="checkbox"/> Dakhla – Oued Eddahab	<input type="checkbox"/> Guelmim – Oued Noun	

8. Quel est le secteur d'activité de votre structure ?

<input type="checkbox"/> Agriculture, sylviculture et pêche	<input type="checkbox"/> Industries extractives
<input type="checkbox"/> Industrie manufacturière	<input type="checkbox"/> Production et distribution d'électricité, de gaz, de vapeur et d'air conditionné
<input type="checkbox"/> Production et distribution d'eau ; assainissement, gestion des déchets et dépollution	<input type="checkbox"/> Construction
<input type="checkbox"/> Commerce ; réparation d'automobiles et de motocycles	<input type="checkbox"/> Transports et entreposage

<input type="checkbox"/> Hébergement et restauration	<input type="checkbox"/> Information et communication
<input type="checkbox"/> Activités financières et d'assurance	<input type="checkbox"/> Activités immobilières
<input type="checkbox"/> Activités spécialisées, scientifiques et techniques	<input type="checkbox"/> Activités de services administratifs et de soutien
<input type="checkbox"/> Administration publique	<input type="checkbox"/> Enseignement
<input type="checkbox"/> Santé humaine et action sociale	<input type="checkbox"/> Arts, spectacles et activités récréatives
<input type="checkbox"/> Autres activités de services	<input type="checkbox"/> Activités des ménages en tant qu'employeurs ; activités indifférenciées des ménages en tant que producteurs de biens et services pour usage propre
<input type="checkbox"/> Activités extra-territoriales	<input type="checkbox"/> Autre _____

9. Nombre d'employés : 1-9 employé(s) 10-49 employés 50-249 employés Plus que 249 employés

10. Quel est le nombre de femmes travaillant dans votre structure ? _____ femmes

PARTIE 2 -Votre pratique de recrutement

11. Quels sont les outils que votre entreprise utilise pour communiquer sur ses recrutements ? Pour les outils que vous utilisez, quel est le degré de satisfaction ? Si non, indiquez une des raisons proposées.

		Modalités conditionnelles selon la réponse OUI ou NON pour chaque ligne				
Intermédiaires	Agences ANAPEC	<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant	<input type="checkbox"/> Peu Satisfaisant	<input type="checkbox"/> Assez satisfaisant	<input type="checkbox"/> Très satisfaisant

		<input type="checkbox"/> non	<input type="checkbox"/> Nous ne connaissons pas du tout	<input type="checkbox"/> Nous ne nous sentons pas suffisamment informés	<input type="checkbox"/> Par choix, nous avons décidé de ne pas y avoir recours	
	Agences privées de recrutement ou Agences d'interim	<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant	<input type="checkbox"/> Peu Satisfaisant	<input type="checkbox"/> Assez satisfaisant	<input type="checkbox"/> Très satisfaisant
		<input type="checkbox"/> non	<input type="checkbox"/> Nous ne connaissons pas du tout	<input type="checkbox"/> Nous ne nous sentons pas suffisamment informés	<input type="checkbox"/> Par choix, nous avons décidé de ne pas y avoir recours	
Evénements	Forums emploi, entreprises, établissements, autres événements (foires, caravanes emploi...)	<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant	<input type="checkbox"/> Peu Satisfaisant	<input type="checkbox"/> Assez satisfaisant	<input type="checkbox"/> Très satisfaisant
		<input type="checkbox"/> non	<input type="checkbox"/> Nous ne connaissons pas du tout	<input type="checkbox"/> Nous ne nous sentons pas suffisamment informés	<input type="checkbox"/> Par choix, nous avons décidé de ne pas y avoir recours	
Sites Internet	Site de l'ANAPEC	<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant	<input type="checkbox"/> Peu Satisfaisant	<input type="checkbox"/> Assez satisfaisant	<input type="checkbox"/> Très satisfaisant
		<input type="checkbox"/> non	Nous ne connaissons pas du tout	<input type="checkbox"/> Nous ne nous sentons pas suffisamment informés	<input type="checkbox"/> Par choix, nous avons décidé de ne pas y avoir recours	
	Sites des établissements universitaires / Interface	<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant	<input type="checkbox"/> Peu Satisfaisant	<input type="checkbox"/> Assez satisfaisant	<input type="checkbox"/> Très satisfaisant
		<input type="checkbox"/> non	Nous ne connaissons pas du tout	<input type="checkbox"/> Nous ne nous sentons pas suffisamment informés	<input type="checkbox"/> Par choix, nous avons décidé de ne pas y avoir recours	

	Sites dédiés au recrutement (Amal job, rekrut.com...)	<input type="checkbox"/> oui	Pas du tout satisfaisant	<input type="checkbox"/> Peu Satisfaisant	<input type="checkbox"/> Assez satisfaisant	<input type="checkbox"/> Très satisfaisant
		<input type="checkbox"/> non	Nous ne connaissons pas du tout	<input type="checkbox"/> Nous ne nous sentons pas suffisamment informés	<input type="checkbox"/> Par choix, nous avons décidé de ne pas y avoir recours	
Réseaux sociaux	Facebook, Twitter, Instagram ou autres réseaux personnels de ce type	<input type="checkbox"/> oui	Pas du tout satisfaisant	<input type="checkbox"/> Peu Satisfaisant	<input type="checkbox"/> Assez satisfaisant	<input type="checkbox"/> Très satisfaisant
		<input type="checkbox"/> non	Nous ne connaissons pas du tout	<input type="checkbox"/> Nous ne nous sentons pas suffisamment informés	<input type="checkbox"/> Par choix, nous avons décidé de ne pas y avoir recours	
	Viadeo, LinkedIn ou autres réseaux professionnels	<input type="checkbox"/> oui	Pas du tout satisfaisant	<input type="checkbox"/> Peu Satisfaisant	<input type="checkbox"/> Assez satisfaisant	<input type="checkbox"/> Très satisfaisant
		<input type="checkbox"/> non	Nous ne connaissons pas du tout	<input type="checkbox"/> Nous ne nous sentons pas suffisamment informés	<input type="checkbox"/> Par choix, nous avons décidé de ne pas y avoir recours	
Presse écrite	Journaux quotidiens, journaux économiques, hebdomadaires et mensuels	<input type="checkbox"/> oui	Pas du tout satisfaisant	<input type="checkbox"/> Peu Satisfaisant	<input type="checkbox"/> Assez satisfaisant	<input type="checkbox"/> Très satisfaisant
		<input type="checkbox"/> non	Nous ne connaissons pas du tout	<input type="checkbox"/> Nous ne nous sentons pas suffisamment informés	<input type="checkbox"/> Par choix, nous avons décidé de ne pas y avoir recours	

12. Comment gérez-vous actuellement les candidatures ?

dossier de candidature papier

dossier de candidature numérique

13. Parmi les éléments suivants, quels sont ceux qui vous semblent les plus importants ? (classez-les, 1 étant le plus important 11 le moins important).

La lettre de motivation	Parcours de formation (diplômes, certifications) et réputation de l'établissement
-------------------------	---

Les résultats (mentions obtenues, notes)	Ses expériences professionnelles (stages/emplois)
Disponibilité : immédiate / géographique	La photo, l'âge, le genre
Les lettres de recommandation	Niveau en langue (compétences linguistiques)
Compétences sociales (travail en équipe, gestion de projet)	Compétences numériques (informatique, Internet)
Compétences managériales (planification, organisation, gestion du temps)	

14. Pour les éléments suivants, préciser pour chacun d'entre eux, le niveau d'importance et de prise en compte dans votre gestion des candidatures :

Adéquation spécialité/besoins de l'entreprise	<input type="checkbox"/> Pas important	<input type="checkbox"/> Peu important	<input type="checkbox"/> Assez important	<input type="checkbox"/> Très important
Stages ou emplois réalisés dans le domaine de spécialité	<input type="checkbox"/> Pas important	<input type="checkbox"/> Peu important	<input type="checkbox"/> Assez important	<input type="checkbox"/> Très important
Formations complémentaires	<input type="checkbox"/> Pas important	<input type="checkbox"/> Peu important	<input type="checkbox"/> Assez important	<input type="checkbox"/> Très important
Connaissance de soi	<input type="checkbox"/> Pas important	<input type="checkbox"/> Peu important	<input type="checkbox"/> Assez important	<input type="checkbox"/> Très important
Maîtrise de soi (gestion du stress)	<input type="checkbox"/> Pas important	<input type="checkbox"/> Peu important	<input type="checkbox"/> Assez important	<input type="checkbox"/> Très important

Capacité à se motiver	<input type="checkbox"/> Pas important	<input type="checkbox"/> Peu important	<input type="checkbox"/> Assez important	<input type="checkbox"/> Très important
Planification et gestion du temps	<input type="checkbox"/> Pas important	<input type="checkbox"/> Peu important	<input type="checkbox"/> Assez important	<input type="checkbox"/> Très important
Capacité d'organisation	<input type="checkbox"/> Pas important	<input type="checkbox"/> Peu important	<input type="checkbox"/> Assez important	<input type="checkbox"/> Très important
Construction et gestion d'équipe	<input type="checkbox"/> Pas important	<input type="checkbox"/> Peu important	<input type="checkbox"/> Assez important	<input type="checkbox"/> Très important
Gestion de crises	<input type="checkbox"/> Pas important	<input type="checkbox"/> Peu important	<input type="checkbox"/> Assez important	<input type="checkbox"/> Très important
Leadership	<input type="checkbox"/> Pas important	<input type="checkbox"/> Peu important	<input type="checkbox"/> Assez important	<input type="checkbox"/> Très important
Gestion du temps	<input type="checkbox"/> Pas important	<input type="checkbox"/> Peu important	<input type="checkbox"/> Assez important	<input type="checkbox"/> Très important
Négociation / médiation	<input type="checkbox"/> Pas important	<input type="checkbox"/> Peu important	<input type="checkbox"/> Assez important	<input type="checkbox"/> Très important

Savoir s'exprimer, défendre ses idées dans le respect des autres (assertivité)	<input type="checkbox"/> Pas important	<input type="checkbox"/> Peu important	<input type="checkbox"/> Assez important	<input type="checkbox"/> Très important
Capacité à identifier les émotions, les situations, l'état d'esprit des autres (empathie)	<input type="checkbox"/> Pas important	<input type="checkbox"/> Peu important	<input type="checkbox"/> Assez important	<input type="checkbox"/> Très important
Facilité dans les relations sociales	<input type="checkbox"/> Pas important	<input type="checkbox"/> Peu important	<input type="checkbox"/> Assez important	<input type="checkbox"/> Très important
Savoir travailler en équipe	<input type="checkbox"/> Pas important	<input type="checkbox"/> Peu important	<input type="checkbox"/> Assez important	<input type="checkbox"/> Très important
Compétences linguistiques en Français	<input type="checkbox"/> Pas important	<input type="checkbox"/> Peu important	<input type="checkbox"/> Assez important	<input type="checkbox"/> Très important
Compétences linguistiques en Anglais	<input type="checkbox"/> Pas important	<input type="checkbox"/> Peu important	<input type="checkbox"/> Assez important	<input type="checkbox"/> Très important
Compétences linguistiques en Espagnol	<input type="checkbox"/> Pas important	<input type="checkbox"/> Peu important	<input type="checkbox"/> Assez important	<input type="checkbox"/> Très important
Compétences en bureautique (word...)	<input type="checkbox"/> Pas important	<input type="checkbox"/> Peu important	<input type="checkbox"/> Assez important	<input type="checkbox"/> Très important

Internet (navigation, utilisation réseaux sociaux)	<input type="checkbox"/> Pas important	<input type="checkbox"/> Peu important	<input type="checkbox"/> Assez important	<input type="checkbox"/> Très important
Construction de pages web, gestion de blogs	<input type="checkbox"/> Pas important	<input type="checkbox"/> Peu important	<input type="checkbox"/> Assez important	<input type="checkbox"/> Très important
Compétences en programmation (codage, développement de logiciels)	<input type="checkbox"/> Pas important	<input type="checkbox"/> Peu important	<input type="checkbox"/> Assez important	<input type="checkbox"/> Très important

15. Comment évaluez-vous votre procédure de recrutement des diplômés ?

- insatisfaisante
 peu satisfaisante
 assez satisfaisante
 satisfaisante
 très satisfaisante

PARTIE 3 - Identité numérique des candidats

16. Faites-vous des recherches en ligne sur Internet pour vous renseigner sur des candidats ayant postulé dans votre entreprise ? oui non

17. Si oui, indiquez en quelques lignes le type de recherche effectué (sur quels réseaux par exemple, moteurs de recherche...)

18. Pourriez-vous écarter un candidat suite à des traces négatives trouvées en ligne ?

- Oui
 Peut-être
 Non, pas forcément
 Non, pas du tout

PARTIE 4 - Le e-portfolio comme outil de recrutement...

Nous considérons le e-Portfolio comme « un ensemble évolutif de ressources électroniques (lettres de recommandation, photos, films, diplômes, certifications...) dans un environnement numérique décrivant et illustrant l'apprentissage, l'expérience, les compétences, les apprentissages, les habiletés et les talents de son auteur au travers de différents flux d'information ».

19. Seriez-vous prêt(e) ou intéressé(e) à utiliser le e-portfolio comme outil dans votre processus de recrutement d'un candidat pour un stage/un emploi ?

- Oui Non Je ne sais pas encore

20. Si oui, quelles rubriques souhaiteriez-vous voir apparaître sur le e-portfolio du candidat

--

21. A quel(s) document(s) souhaiteriez-vous avoir accès en priorité. (classez-les, 1 étant le plus important 10 le moins important).

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> Copies des diplômes | <input type="checkbox"/> Photos et images, productions sonores (sons, musiques) | <input type="checkbox"/> Sites web, blogs, pages personnelles, logiciels en ligne |
| <input type="checkbox"/> Copies des attestations de stages | <input type="checkbox"/> Recommandations académiques (lettres d'enseignants) | <input type="checkbox"/> Vidéo de présentation du candidat (ou autres vidéos) |
| <input type="checkbox"/> Copies des certifications obtenues | <input type="checkbox"/> Recommandations professionnelles (lettres de responsables de stage) | |
| <input type="checkbox"/> Mémoires professionnels ou de recherche | <input type="checkbox"/> Rapports de stage | |

22. Seriez-vous prêt(e) à utiliser le e-portfolio comme un outil de proposition d'offres de stages/d'emplois ? Oui Non Je ne sais pas encore

23. Indiquez en quelques mots, quelles sont vos attentes et/ou les conditions qui vous pousseraient à utiliser ce type d'outil dans votre politique de recrutement ?

L'équipe e-VAL vous remercie pour votre participation

III. Le pré-test des enquêtes du projet Erasmus e-VAL

Le contexte économique et social du Maroc, et de l'université marocaine décrit dans la 1^{ère} partie du projet e-VAL justifie l'intérêt de développer le projet Erasmus+ e-VAL, conçu pour relier les besoins de l'environnement des affaires et l'offre de formation des universités.

Le projet a fixé trois objectifs généraux:

- 1) L'adoption de la démarche e-portfolio
- 2) La mise en place d'un environnement numérique (plateforme)
- 3) Le développement de la visibilité numérique des étudiants par la capitalisation des acquis de formation et des compétences (pendant et après diplomation).

En ce qui concerne le premier objectif, il est nécessaire de savoir quels sont les processus de recherche d'emploi et les besoins des étudiants, les modalités de recrutement des diplômés universitaires par les entreprises, ainsi que l'utilisation des environnements numériques dans ces processus.

Ainsi, deux enquêtes publiques ont été réalisées Avec la participation d'étudiants marocains de différentes filières et des entreprises de différents secteurs implantées sur tout le territoire marocain.

Dans ce document, on résume la méthodologie pour la conception des deux enquêtes structurées en 11 points.

1. Analyse de la population (variables pour identifier la taille de la population)

Pour les étudiants, c'est important de savoir si la population est finie ou infinie. Aux fins de l'échantillonnage, lorsque la population représente plus de 100.000 unités, nous estimons qu'il s'agit est d'une population infinie. Voir le tableau 1.

Tableau 1: Population étudiants

	Université/Etablissement	Lettres et CC.HH	Sciences	Sciences JJ EE et SS	F. Polydisciplinaire	ENCG	ENSA	FST	EST-ENS	Autre	
Tanger	AE	14.726	8.434	23.971	22.817	1.686	2.182	3.978	1.097	4.554	83.445
Oujda	Moh. 1ér	10.578	5.823	17.193	13.199	699	1.697	527	1.142	942	51.800
Fez	Sidi Moh. Ibn Adbellah	22.285	9.889	32.018	11.444	967	882	4.107	1.835	7.851	91.278
Kenitra	Ibn Tofail	24.956	9.780	8.707		1.814	1.120				46.377
Agadir	Ibn Zohr	29.746	15.215	32.972	5.749	1.939	1.177		1.992	28.259	117.049
Rabat	Internatioale de Rabat		121	186	434	666		489	686	242	2.824
		102.291	49.262	115.047	53.643	7.771	7.058	9.101	6.752	41.848	392.773

2. Détermination de l'échantillon. (Échantillonnage stratifié ou échantillonnage aléatoire simple?)

Dans le cas du questionnaire pour les entreprises et connaissant les difficultés à obtenir un rapport acceptable des réponses dans ce cas, C'est l'ANAPEC qui se chargera de la sélection de l'échantillon à partir d'une proportionnalité des réponses selon l'importance des secteurs économiques identifiés, ce sera le critère d'échantillonnage.

Dans le cas de l'enquête sur les étudiants, il y a la possibilité de considérer un échantillonnage stratifié en universités ou en groupe d'études. Voir tableau 1.

Il y a une autre option qui est largement utilisée dans la recherche sociale qui consiste à faire usage de l'échantillonnage aléatoire simple avec un degré plus élevé de la demande au niveau de confiance requis et erreur admissible ; et ensuite appliquer des strates d'affixation proportionnelle identifiée. Nous avons suivi (Grande Esteban, Ildefonso; Abascal Fernández, 2011) pour organiser la méthodologie d'échantillonnage.

Lorsque nous souhaitons connaître les proportions au sein de la population, les critères à utiliser pour déterminer la taille optimale sont indiqués dans le tableau 2. Nous avons essayé quelques niveaux d'exigence, que nous détaillons en annexe 1, et nous avons finalement proposé un échantillon de 6.000, que nous considérons représentatif de la population.

Tableau 2: échantillonnage général

Échantillon par aléatoire simple
Population infinie
NC=95,5%
e=1,2%
n=6000

L'affixation proportionnelle d'échantillon est détaillée dans le tableau 3.

Tableau 3: distribution d'échantillon.

Université	Université/Etablissement	Lettres et CC.HH	Sciences	Sciences JJ EE et SS	F. Polydisciplinaire	ENCG	ENSA	FST	EST-ENS	Autre	Total
Tanger	AE	224,95	128,84	366,18	348,55	25,76	33,33	60,77	16,76	69,57	1.274,71
Oujda	Moh. 1ér	161,59	88,95	262,64	201,63	10,68	25,92	8,05	17,45	14,39	791,30
Fez	Sidi Moh. Ibn Adbellah	340,43	151,06	489,11	174,82	14,77	13,47	62,74	28,03	119,93	1.394,36
Kenitra	Ibn Tofail	381,23	149,40	133,01	-	27,71	17,11	-	-	-	708,46
Agadir	Ibn Zohr	454,40	232,42	503,68	87,82	29,62	17,98	-	30,43	431,68	1.788,04
Rabat	Internatioale de Rabat	-	1,85	2,84	6,63	10,17	-	7,47	10,48	3,70	43,14
		1.562,60	752,53	1.757,46	819,45	118,71	107,82	139,03	103,14	639,27	6.000,00

3. Prévion de la normalisation des réponses

La recherche présente deux questionnaires avec des questions similaires afin de faciliter les contrastes. C'est important de nous assurer que les échelles utilisées pour les éléments similaires sont identiques.

La nature des variables explique l'utilisation principale des échelles ordinales. Nous avons discuté sur la convenance de la dimension des échelles utilisées. Toutefois, vu le caractère « pair / impair » (analyse descriptive) ainsi que la sensibilité choisie (potentiel de contraste), il convient de consulter des experts en recherche sociale.

Le nombre d'éléments (items) de l'échelle devrait être suffisant pour collecter la plupart des positions des répondants et devrait également faciliter les comparaisons et les contrastes de la médiane. La médiane de la distribution n'est pas la moyenne arithmétique.

4. Elaboration du questionnaire.

Le processus de préparation du questionnaire a commencé en Janvier, lors d'une première réunion qui s'est tenue à Cadix avec les représentants UCA et UAE. Le premier projet de questionnaire a été présenté à la réunion de lancement du projet Erasmus+ e-VAL, le 17 février à l'Université de Cadix. Suite à la présentation du questionnaire, les partenaires ont émis des remarques et des suggestions de modifications (voir le Compte-Rendu de la réunion du Consortium).

La version stabilisée des questionnaires a ensuite été préparée afin de pouvoir mener des simulations sur les villes de Tanger et Tétouan, les 29 et 30 mars 2017. Pour préparer cette version, nous avons fait deux réunions par Skype avec les partenaires UAE, UBM et UCA.

En particulier, nous mettons en évidence le processus complexe qui a conduit au développement des questionnaires : présentation lors de la réunion de lancement en février, plusieurs réunions via Skype entre UAE, UBM et UCA, une réunion de simulation avec des Directeurs de Ressources Humaines à Tanger, les simulations en classe (à Tanger et Tétouan) et en ligne (sur la plate-forme Lime Suvey), et la validation du contenu par des experts.

5. Validation du contenu (éléments et échelles utilisés dans le questionnaire)

Nous pensons que la validation du contenu des questionnaires est nécessaire pour savoir si la construction du questionnaire sur des aspects tels que la formulation des questions, l'ordre, les échelles utilisées pour les variables de mesure... sont appropriés. À cet égard, nous avons entrepris un processus méthodologique qui a commencé par une revue de la littérature. Pour la validation du contenu, nous avons proposé la collaboration d'environ 12 à 20 enseignants de sciences sociales avec plus de dix années d'expérience (sociologie, économie, psychologie, etc.). Finalement, les enseignants qui ont collaboré à la validation sont:

- 2 Enseignants à Tétouan (sciences humaines). Photo 1.
- 8 Enseignants en Espagne (UCA, Université Jaume I, Université de Grenade) spécialisés en sociologie, business, marketing et économie.

Ils ont rempli un document que nous détaillons dans l'Annexe 2, ce qui nous a permis d'améliorer certains aspects des questionnaires sur la construction et la rédaction des questions. Les principales suggestions après cette validation des questionnaires d'étudiants et entreprises sont :

- Question sur les femmes qui travaillent dans les entreprises : nombre au lieu de pourcentage.
- Numérotation des questions pour une meilleure compréhension.
- Echelles: passer de pair à impair.
- Nombre d'employés.

Photo 1 : Réunion à Tétouan avec des experts pour la validation du contenu



6. Simulation du questionnaire.

La simulation a été réalisée en deux parties : en face à face et en ligne.

La simulation des questionnaires des entreprises en face à face a été développée en deux parties : dans les locaux de l'AFEM, partenaire du projet Erasmus+ e-VAL (Photo 2) et au sein de l'ANAPEC à Tanger (autre partenaire du projet), les 29 et 30 mars 2017.

Photo 2 : Simulation questionnaire entreprises à l'AFEM



La simulation du questionnaire « entreprises » a également été réalisée en ligne avec un échantillon d'entreprises grâce à l'implication de l'ANAPEC. Lors de la réunion, nous avons discuté de la procédure de réalisation des enquêtes. Il a été convenu d'envoyer des questionnaires aux entreprises également sur format papier pour faciliter la compréhension et d'accélérer le processus de réponses au questionnaire. Suite aux remarques émises par certaines entreprises, le questionnaire a été amélioré. Il a ensuite été hébergé sur le site d'internet du projet e-VAL.

Photo 3 : Réunion à l'ANAPEC de Tanger



La simulation des questionnaires des étudiants a été réalisée à l'UAE de Tétouan, avec un groupe de 12 étudiants, qui ont répondu sur papier ; ils ont également fait des suggestions d'améliorations qui ont été prises en compte.

Photo 4 et 5 : Simulation du questionnaire Etudiants à Tétouan



7. Élaboration du modèle pour la validité de construction ou fiabilité.

En ce qui concerne la validation du contenu décrit ci-dessus, nous avons entrepris un processus méthodologique fondé sur la littérature existante et la mesure de l'employabilité comme une variable clé dans cette phase. La finalité en ce point c'est de construire un modèle qui offre un cadre théorique solide à nos recherches et à partir duquel nous avons des possibilités d'application des indicateurs de fiabilité et de validité conceptuelle plus tard.

Après avoir étudié la nature des enquêtes et de la littérature sur ce sujet, nous concluons que la modélisation doit être adressée à l'inclusion d'une variable dépendante dans chacun des questionnaires. C'est à partir de ce modèle que nous pouvons assurer la fiabilité de la recherche.

La variable à inclure est orientée vers la perception d'employabilité dans les deux questionnaires (variable dépendante).

- Modélisation pour les entreprises.
 - Variable dépendante : Variable de qualité de recrutement des diplômés.
 - Variable indépendante : compétences.
 - Variables de modération : variables d'identification.

- Modélisation pour les étudiants.
 - Variable dépendante : Perception de la qualité de l'employabilité des étudiants.
 - Variable indépendant : compétences.
 - Variables de modération : variables d'identification.

8. Traduction en arabe.

C'est nécessaire que la traduction respecte le contenu et le sens des questions soulevées dans les deux questionnaires pour éviter d'avoir à appliquer les restrictions ci-dessus. Finalement, nous avons décidé de traduire seulement les questionnaires adressés aux étudiants, car nous savons que 50% des étudiants au Maroc font leurs études en arabe.

9. Mesures visant à optimiser le rapport des réponses.

Nous avons émis une proposition quant à la passation d'un test de compétences via la signature d'un contrat avec la société Innermetrix. Cette question devrait être débattue en interne pour des questions budgétaires. Toutefois, nous tenons à souligner la pertinence de ses considérations comme un élément de l'accréditation de l'auto-évaluation des compétences par les élèves. Finalement, la proposition n'a pas été retenue car elle n'a pas été mentionnée dès le départ du projet.

10.Choix du médium (plateforme en ligne) et pré-test

Dès la réception des résultats de la simulation et des tests de validité, des réunions d'experts ont eu lieu via Skype, entre UAE, UBM et UCA, afin de stabiliser les questionnaires finaux. La plate-forme choisie pour implémenter le questionnaire en ligne a été le site Lime-Survey. Cette phase a été développée par les équipes des Universités UAE et UBM, après plusieurs réunions organisées via Skype et une réunion présentiel, le 30 Mars 2017 à Tétouan (photo 4).

Photo 6 : Réunion à Tétouan pour la préparation des questionnaires en ligne



11.L'enquête

L'enquête sur terrain (en ligne et en face à face) a été réalisée auprès des étudiants de toutes les universités marocaines partenaires avec la participation des équipes projet e-VAL (UIT, UIR, USMBA, UMP et UIZ). Auprès des entreprises marocaines structurées avec la participation active de l'ANAPEC.

L'analyse des données a été réalisée par UBM. Les résultats et interprétations sont présentés dans la suite de ce rapport.

Annexe I. Échantillonnage avec différents niveaux d'exigence.

Comme nous l'avons indiqué précédemment, nous avons testé plusieurs échantillons alternatifs pour, finalement, choisir celui qui convient le mieux aux objectifs de l'enquête et la population, compte tenu de différents niveaux d'erreur et le niveau de confiance.

Tout d'abord, nous considérons l'échantillonnage stratifié avec différents niveaux de demande.

Table A.1. Échantillonnage stratifié avec NC 95% et e=1%.

Université/spécialité	Lettres et CC.HH	Sciences	Sciences JJ EE et SS	F. Polydisciplinaire	ENCG	ENSA	FST	EST	Autre	Total
AE	351,48	201,30	572,14	544,60	40,24	52,08	94,95	26,18	108,70	322,15
Moh. 1 ^{er}	252,48	138,98	410,37	315,04	16,68	40,50	12,58	27,26	22,48	119,51
Sidi Moh. Ibn Adbellah	531,90	236,03	764,21	273,15	23,08	21,05	98,03	43,80	187,39	373,35
Ibn Tofail	595,65	233,43	207,82	0,00	43,30	26,73	0,00	0,00	0,00	70,03
Ibn Zohr	709,98	363,15	786,98	137,22	46,28	28,09	0,00	47,55	674,49	796,41
Internatioale de Rabat	0,00	2,89	4,44	10,36	15,90	0,00	11,67	16,37	5,78	49,72
Total	2441,50	1175,79	2745,96	1280,36	185,48	168,46	217,22	161,16	998,83	9374,77

Table A.2. Échantillonnage stratifié avec NC 99% et e=1%.

Université/spécialité	Lettres et CC.HH	Sciences	Sciences JJ EE et SS	F. Polydisciplinaire	ENCG	ENSA	FST	EST	Autre	Total
AE	621,50	355,95	1011,67	962,97	71,16	92,09	167,89	46,30	192,20	569,63
Moh. 1 ^{er}	446,43	245,75	725,61	557,05	29,50	71,62	22,24	48,20	39,76	211,32
Sidi Moh. Ibn Adbellah	940,51	417,35	1351,29	482,98	40,81	37,22	173,33	77,44	331,34	660,15
Ibn Tofail	1053,24	412,75	367,47	0,00	76,56	47,27	0,00	0,00	0,00	123,83
Ibn Zohr	1255,40	642,13	1391,55	242,63	81,83	49,67	0,00	84,07	1192,64	1408,22
Internatioale de Rabat	0,00	5,11	7,85	18,32	28,11	0,00	20,64	28,95	10,21	87,91
Total	4317,08	2079,05	4855,44	2263,95	327,97	297,88	384,10	284,96	1766,15	16576,56

Table A.3. Échantillonnage stratifié avec NC 99% et e=5%.

Université/spécialité	Lettres et CC.HH	Sciences	Sciences JJ EE et SS	F. Polydisciplinaire	ENCG	ENSA	FST	EST	Autre	Total
AE	19,83	11,36	32,28	30,73	2,27	2,94	5,36	1,48	6,13	18,18
Moh. 1 ^{er}	14,25	7,84	23,16	17,78	0,94	2,29	0,71	1,54	1,27	6,74
Sidi Moh. Ibn Adbellah	30,01	13,32	43,12	15,41	1,30	1,19	5,53	2,47	10,57	21,07
Ibn Tofail	33,61	13,17	11,73	0,00	2,44	1,51	0,00	0,00	0,00	3,95
Ibn Zohr	40,06	20,49	44,41	7,74	2,61	1,59	0,00	2,68	38,06	44,94
Internatioale de Rabat	0,00	0,16	0,25	0,58	0,90	0,00	0,66	0,92	0,33	2,81
Total	137,77	66,35	154,95	72,25	10,47	9,51	12,26	9,09	56,36	529,00

Nous considérons également différents niveaux de demande dans l'échantillonnage aléatoire simple avec répartition proportionnelle.

Échantillonnage aléatoire simple.

POPULATION INFINIE

Niveau d'exigence	Échantillon	Dates
M. A. S. peu exigeant	96,04	Para NC=95% y e=10%
M. A. S. standard	384,16	Para NC=95% y e=5%
	663,06	Para NC=99% y e=5%
M. A. S. très exigeant	16576,56	Para NC=99% y e=1%
	9604,00	Para NC=95% y e=1%

POPULATION FINIE

Niveau d'exigence	Échantillon	Dates
M. A. S. poco exigeant	96,02	Para NC=95% y e=10%
	165,70	Para NC=99% y e=10%
M. A. S. standard	383,79	Para NC=95% y e =5%
	247,91	Para NC=99% y e=5%
M. A. S. très exigeant	9374,79	Para NC=95% y e=1%
	15905,34	Para NC=99% y e=1%

Annexe 2. Modèle de fiche de validité de contenu.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Planification travail Pre-Test :

Validité du contenu. Fiche des enseignement :

Nom..... Prenom.....

Carton d'identité o passport..... Signature.....

Département..... Université.....

Années d'expérience.....

Opinion :

- Questionnaire des étudiants : « Apte » « Inapte »
- Questionnaire des entreprises : « Apte » « Inapte »

Suggestions :

- General

- Questionnaire des étudiants :

- Questionnaire des entreprises :

Annexe 3. Références bibliographiques.

Gil-Gómez de Liaño, B., & Pascual-Ezama, D. (2012). La metodología Delphi como técnica de estudio de la validez de contenido. *Anales de Psicología*, 28(3), 1011–1020.
<http://doi.org/10.6018/analesps.28.3.156211>

Grande Esteban, Ildefonso; Abascal Fernández, E. (2011). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial*. (ESIC, Ed.) (11th ed.). Pozuelo de Alarcón.

Harvey, L. (2001). Quality in Higher Education: Defining and Measuring Employability. *Quality in Higher Education*, 7(2), 96–109. <http://doi.org/10.1080/1353832012005999>

Pérez-Gil, J. A., Chacón Moscoso, S., & Moreno Rodríguez, R. (2000). Validez de constructo: El uso de análisis factorial exploratorio-confirmatorio para obtener evidencias de validez. *Psicothema*, 12(SUPPL. 2), 442–446.

IV. Analyse des résultats de l'enquête

Ce rapport fait suite aux documents de présentation sur l'enquête effectuée auprès d'étudiants des universités marocaines partenaires du projet durant les mois d'avril, mai et début juin 2017.

Nous pensons ici à remercier tous les partenaires du projet, toutes les personnes qui ont été associées dans les différents établissements pour permettre la diffusion du questionnaire auprès des étudiants dans un calendrier serré.

Dans l'annexe de ce rapport, nous trouvons la liste des questions et le résultat du dépouillement à plat fourni par le logiciel utilisé, soit 248 pages.

1. Modalités de passation du questionnaire et échantillon

Les données ont été collectées en ligne grâce à l'outil Limesurvey (outil libre de gestion de questionnaires en ligne, <https://www.limesurvey.org/>).

A la fin de la période d'ouverture du questionnaire, 5915 questionnaires ont pu être ainsi collectés sur la base des participations des étudiants des différentes universités partenaires marocaines.

Nous retiendrons que $n=5915$ est la taille de notre échantillon. Il faut noter que selon les questions le nombre de réponses varie, parfois les étudiants ayant choisi de ne pas répondre à certaines d'entre elles. La longueur du questionnaire (nombre important de questions) et les difficultés d'accès à une salle informatique de leur établissement avec une connexion internet stable sont des points à prendre en considération pour tenter d'expliquer cette assez forte variation dans certains cas. Nous avons aussi eu connaissance de difficultés ponctuelles avec perte de signal ou de problème d'accès aux pages web du questionnaire, ce qui a pu occasionner des saisies parfois incomplètes. Néanmoins, compte tenu du nombre important de questions et de variables à analyser nous avons fait le choix de retenir l'ensemble des questionnaires laissant ainsi la liberté à certains étudiants de ne pas répondre dans certains cas.

2. Caractéristiques des étudiants

La première catégorie de questions porte sur les caractéristiques des étudiants : genre, université d'attache, établissement ou faculté, niveau d'études.

Quant au genre, la population des étudiants interrogés est globalement équilibrée avec 47,96% d'hommes et 46,91% de femmes. 5,14% d'étudiants interrogés ont choisi de ne pas répondre à cette question.

L'ensemble des étudiants enquêtés se répartissent entre six universités partenaires du projet : Université Ibn Tofail 31,31% (1401), Université Mohammed 1er 20,09% (899), Université Abdelmalek Essaâdi 15,66% (701), Université Ibn Zohr 12,74% (570), Université Sidi Mohammed Ibn Abdellah 12,51% (560), Université Internationale de Rabat 3,71% (166). Pour chacune des universités, les étudiants interrogés appartiennent à des facultés différentes. En revanche, la proportion des disciplines différentes étant inégale par établissement, leur analyse ne s'avère pas pertinente.

Dans la population interrogée le niveau d'étude représenté va de Bac+2 au doctorat et se répartit de manière suivante : Bac+2 28,56% (1278), Bac+3 25,52% (1142), Bac+4 14,01% (627), Bac+5 17,88% (800), doctorants 10,19% (456).

La recherche de stage et/ou d'emploi en tant qu'étape indispensable pour entrer dans la vie professionnelle constitue un horizon proche. Parmi les étudiants qui ont participé à l'enquête seulement 28,97% ont déjà eu une activité salariée, contre 65,66% qui déclarent ne pas avoir travaillé et 5,37% ne répondent pas à cette question. Interrogés sur leurs projets après l'obtention du diplôme qu'ils sont en train de préparer, les étudiants pouvaient choisir plusieurs réponses dans une liste préétablie : la perspective la plus choisie est de travailler dans le public 41,65%, à la deuxième place se situe le souhait de poursuivre les études, 34,17%, ce qui est à mettre en lien avec le nombre élevé des étudiants de niveau Bac+2 et Bac+3. Le troisième choix 29,32% correspond à une activité salariée dans le privé. Suivent : partir travailler à l'étranger 19,53% et créer mon entreprise 18,41%. 13,27% déclare ne pas avoir fait son choix.

3. Pratiques en matière de recherche de stage et d'emploi

Nous nous sommes intéressés aux moyens de communication auxquels les étudiants ont recours pour rechercher un stage ou un emploi, aux aspects généraux de leurs expériences et aux formations dont ils ont bénéficié pour cela.

MOYENS DE COMMUNICATION UTILISES

A la question « Quels sont vos moyens utilisés pour rechercher un stage/emploi ? », une liste de réponses a été proposées où il a été demandé à l'étudiant de confirmer ou d'infirmer :

- Agences ANAPEC,
- Agences privées de recrutement ou d'intérim,

- Forums emploi, entreprises, établissements, autres événements (foires, caravanes emploi...)
- Site web de l'ANAPEC,
- Sites web des établissements universitaires,
- Sites dédiés à la recherche d'emplois (Amal job, rekrut.com...),
- Facebook, Twitter, Instagram ou autres réseaux personnels de ce type,
- Viadeo, LinkedIn ou autres réseaux professionnels,
- Journaux quotidiens, journaux économiques, hebdomadaires et mensuels.

Lorsque la réponse était positive, elle était suivie d'une question supplémentaire concernant le degré de satisfaction : Pas du tout satisfait / Peu satisfait / Assez satisfait / Très satisfait. Lorsqu'elle était négative, il a été demandé à l'étudiant d'indiquer une raison en choisissant dans une liste de réponses proposées : Je ne connais pas du tout / Je ne me sens pas suffisamment informé(e) / J'ai décidé de ne pas y avoir recours.

Le nombre d'étudiants qui se tourne vers les agences ANAPEC est relativement faible, seulement 30,16% contre 58,07% qui déclarent qu'ils n'y ont pas recours (11,77% ne se prononcent pas). Parmi ceux qui n'utilisent pas les services de l'agence nationale, plus de la moitié (58,15%) déclarent qu'ils n'ont pas assez d'information (« Je ne connais pas du tout » 24,73%, « Je ne me sens pas suffisamment informé(e) » 33,96%), alors que seulement 34,42% décident ne pas y avoir recours par choix et 6,88% ne précisent pas la réponse. Parmi ceux qui utilisent les services de l'ANAPEC, le degré de satisfaction est variable : 4,30% en sont très satisfaits, 25,06% assez satisfaits, 43,16% peu satisfaits et 25,28% pas du tout satisfaits.

Le recours aux agences privées de recrutement ou d'intérim est encore plus faible. Seulement 17,47% des étudiants ont répondu qu'ils y ont recours contre 67,29% qui ont donné une réponse négative. 15,25% n'ont pas répondu. Parmi ceux qui n'utilisent pas les services des agences privées, la majorité (64,9%) déclare qu'ils n'ont pas assez d'information (« Je ne connais pas du tout » 36,64%, « Je ne me sens pas suffisamment informé(e) » 28,26%), alors que seulement 28,90% ont décidé ne pas y avoir recours par choix et 6,20% ne précisent pas la réponse. Parmi ceux qui utilisent les services des agences privées, le degré de satisfaction est variable : 3,23% en sont très satisfaits, 26,05% assez satisfaits, 43,92% peu satisfaits et 23,95 % pas du tout satisfaits. 2,85% ne précisent pas le degré de satisfaction.

Les événements et animations particulières (forums, foires, caravanes, salons) semblent plus connus du public étudiant que les agences, nationale ou privées : 39,74% des étudiants interrogés déclarent y avoir recours, contre 30,16% pour l'ANAPEC et 17,47% pour les agences privées. Le pourcentage de ceux qui déclarent ne pas y avoir recours est cependant élevé 45,21%. 15,05% ne répondent pas à cette question. Parmi ceux qui ne participent pas aux événements destinés au recrutement, la majorité souligne le manque d'information (« Je ne connais pas du tout » 39,66%, « Je ne me sens pas suffisamment informé(e) » 30,72%), alors que 22,82% ont décidé de ne pas y participer par choix et 6,79% ne précisent pas la raison. Le degré de satisfaction de ceux qui participent à ces manifestations est comparable aux moyens préalablement décrits : 4,27% en sont très satisfaits, 32,91% assez

satisfaits, 43,13% peu satisfaits et 18,17% pas du tout satisfaits. 1,51% ne précisent pas le degré de satisfaction.

Pour ce qui est des plateformes numériques destinées au recrutement, 33,64% des étudiants interrogés déclarent avoir recours au site web de l'agence ANAPEC, alors que 53,86% ne l'utilisent pas et 12,5% ne se prononcent pas. Parmi ceux qui ne l'utilisent pas, plus de la moitié (58,84%) déclarent qu'ils n'ont pas assez d'information (« Je ne connais pas du tout » 28,40%, « Je ne me sens pas suffisamment informé(e) » 30,45%), alors que seulement 34,53% déclarent ne pas y avoir recours par choix et 6,62% ne précisent pas la réponse. Parmi ceux qui se servent du site web de l'ANAPEC, le degré de satisfaction est variable : 4,07% en sont très satisfaits, 24,50% assez satisfaits, 44,64% peu satisfaits et 23,71% pas du tout satisfaits. 3,08% ne précisent pas le degré de satisfaction.

Le recours aux sites web des universités est beaucoup plus intense : 45,24% des étudiants interrogés les utilisent pour rechercher un stage ou un emploi, contre 40,87% qui déclarent ne pas y avoir recours. 13,89% ne se prononcent pas. Parmi ceux qui ne l'utilisent pas, une grande majorité (73,04%) déclarent qu'ils n'ont pas assez d'information (« Je ne connais pas du tout » 41,50%, « Je ne me sens pas suffisamment informé(e) » 31,54%), alors que seulement 18,71% déclarent ne pas y avoir recours par choix et 8,25% ne précisent pas la réponse. Parmi ceux qui se servent du site web des établissements universitaires, le degré de satisfaction est aussi variable : 5,45% en sont très satisfaits, 36,28% assez satisfaits, 42,46% peu satisfaits et 13,69% pas du tout satisfaits. 2,13% ne précisent pas le degré de satisfaction.

Les sites web spécialisés dédiés à la recherche d'emploi (Amal job, rekrut.com...) sont utilisés par plus de la moitié des étudiants interrogés 52,30%, contre 34,17% qui ne les utilisent pas et 13,52% qui ne se prononcent pas. Parmi ceux qui ne les utilisent pas, la grande majorité (72,43%) déclarent ne pas avoir assez d'information (« Je ne connais pas du tout » 44,18%, « Je ne me sens pas suffisamment informé(e) » 28,25%), alors que seulement 21,60% déclarent ne pas y avoir recours par choix et 5,96% ne précisent pas la réponse. Parmi ceux qui se servent des sites web spécialisés, le degré de satisfaction est variable : 5,28% en sont très satisfaits, 32,70% assez satisfaits, 44,21% peu satisfaits et 15,59% pas du tout satisfaits. 2,23% ne précisent pas le degré de satisfaction.

Plus de la moitié des étudiants interrogés (57,71%) déclarent utiliser les réseaux sociaux personnels (Facebook, Twitter, Instagram, etc.) dans la recherche de stage ou d'emploi, contre 29,40% qui ne les utilisent pas et 12,89% qui ne se prononcent pas. Parmi ceux qui ne les utilisent pas, un nombre très significatif 46,54% déclarent ne pas y avoir recours par choix, tandis que 45,63% déclarent le manque d'information (« Je ne connais pas du tout » 22,70%, « Je ne me sens pas suffisamment informé(e) » 22,93%) et 7,83% ne précisent pas. Le degré de satisfaction ne fait pas l'unanimité : 10,27% en sont très satisfaits, 37,37% assez satisfaits, 40,43% peu satisfaits et 10,27% pas du tout satisfaits. 1,67% ne précisent pas le degré de satisfaction.

Les réseaux sociaux professionnels (Viadeo, LinkedIn, etc.) sont utilisés par 39,41% des étudiants interrogés alors que 45,14% déclarent ne pas y avoir recours et 15,45% ne répondent pas. Parmi ceux qui ne les utilisent pas, une grande majorité (69,43%) déclarent qu'ils ne les connaissent pas (« Je ne connais pas du tout » 41,30%, « Je ne me sens pas suffisamment informé(e) » 28,13%), alors que seulement 24,50% décident ne pas y avoir recours par choix et 6,07% ne précisent pas la réponse. Parmi ceux qui utilisent les réseaux professionnels, le degré de satisfaction est variable : 9,52% en sont très satisfaits, 40,52% assez satisfaits, 37,24% peu satisfaits et 11,20% pas du tout satisfaits. 1,52% ne précisent pas le degré de satisfaction.

Quant à la presse écrite, seulement 25,39% des étudiants déclarent l'utiliser pour rechercher stage ou emploi, tandis que 58,97% ne l'utilisent pas et 15,64% ne se prononcent pas. Parmi les étudiants qui n'ont pas recours à la presse écrite, la moitié (51,39%) déclarent qu'ils ne les connaissent pas (« Je ne connais pas du tout » 27,99%, « Je ne me sens pas suffisamment informé(e) » 23,40%), alors que 39,43% décident ne pas y avoir recours par choix et 9,18% ne précisent pas la réponse. Parmi ceux qui utilisent la presse, le degré de satisfaction est variable : 9,29% en sont très satisfaits, 34,69% assez satisfaits, 39,01% peu satisfaits et 14,92% pas du tout satisfaits. 2,09% ne précisent pas le degré de satisfaction.

CANDIDATURES ET FORMATION A LA RECHERCHE DE STAGE ET D'EMPLOI

Les réponses données quant aux aspects globaux des candidatures laissent transparaître une attitude proactive de la population interrogée. La proportion de ceux qui ont déjà présenté leur candidature est élevée et atteint 81,03% (48,71% de 1 à 9 CV, 21,56% de 10 à 50 CV, 10,76% plus de 50 CV) contre 18,53% qui n'ont jamais fait acte de candidature. Pour presque la moitié (48,16%) les principales candidatures sont spontanées, alors que 30,39% déclarent présenter leurs principales candidatures par des connaissances. La très grande majorité (83,39%) des étudiants interrogés déclarent rencontrer des difficultés dans le processus de recherche de stage/emploi contre 14,22% qui déclarent ne pas en avoir. Cependant, lorsqu'il s'agit d'évaluer ses propres chances d'employabilité les réponses laissent transparaître une attitude valorisante et optimiste. Bien que de manière nuancée, la majorité (67,72%) déclare avoir des chances à trouver un emploi (très fortes 6,16%, fortes, 17,78% assez fortes), alors que pour 32,56% (24,90% basses, 7,66% très basses) sa propre employabilité est estimée faible.

Les difficultés déclarées et le manque de connaissances sur les moyens de communication existants observés sont à mettre en lien avec la formation que les étudiants reçoivent pour la recherche de stage et d'emploi. Parmi les étudiants qui ont participé à l'enquête, seulement 24,26% des étudiants interrogés ont suivi une formation autour de la recherche de stage ou d'emploi (rédaction de CV) contre 73,22% qui déclarent ne pas en avoir bénéficié. De même, seulement 20,05% entre eux déclarent avoir bénéficié d'un entretien de positionnement professionnel, contre 68,35% qui n'en ont pas bénéficié, auxquels s'ajoutent ceux qui ne connaissent pas ce dispositif (9,31%). La majorité des

étudiants interrogés souhaiteraient bénéficier d'une formation spécifique à la recherche de stage et d'emploi : 67,65% estiment que cela est indispensable, 25,32% sont plus hésitants (« Oui, peut-être »), alors que seulement 4,41% pensent que cela n'est pas utile.

Les étudiants ont été interrogés sur les ressources utilisées pour trouver des conseils pour optimiser la recherche de stages ou d'emploi et ont pu choisir jusqu'à trois réponses dans la liste d'éléments prédéfinis. L'analyse des résultats montre que les étudiants se tournent majoritairement vers des ressources disponibles sur le web : sites dédié aux offres de stages et d'emplois, forums, blogs, capsules vidéo pédagogiques disponibles sur Youtube (72,85% des étudiants enquêtés ont choisi cette réponse). Sur la deuxième position se trouvent les proches du cercle familial ou amical (57,44% des réponses), alors que la troisième place peut être attribuée aux relations du monde universitaire, autres étudiants (44,15%) ou enseignants (43,25%). Les réponses institutionnelles et professionnelles ne semblent pas s'imposer aux étudiants : le portail de l'ANAPEC est cité par 20,22% et la cellule interface de l'université par 17,73%. 13,13% des étudiants interrogés citent les agences de recrutement ou d'intérim, la possibilité de recourir à un coach est citée par 12,33%, alors que les agences ANAPEC (10,04%) et l'application mobile ANAPEC 5,20% trouvent leur place à la fin du classement.

4. Compétences affichées et CV

Les étudiants qui ont participé à l'enquête ont été interrogés aussi sur ce qui considèrent le plus important dans une candidature. Il s'agissait de classer de 1 à 5 une liste de 10 éléments préétablis :

- Parcours de formation (diplômes, certifications) et réputation de l'établissement
- Les expériences professionnelles (stages/emplois)
- Compétences sociales (travail en équipe, gestion de projet)
- Compétences managériales (planification, organisation, gestion du temps)
- Niveau en langue (compétences linguistiques)
- Compétences numériques (informatique, Internet)
- La lettre de motivation
- Les résultats (mentions obtenues, notes)
- La photo, l'âge, le genre
- Les lettres de recommandation
- Disponibilité : immédiate / géographique

Le parcours de formation et les expériences professionnelles sont les éléments estimés les plus importants. Le parcours de formation est classé par 23,56% en premier, 17,11% en deuxième et 11,30% en troisième place. Aux expériences professionnelles 15,00% d'étudiants attribuent la première place, 20,10% la deuxième et 17,75% la troisième place. Les compétences linguistiques émergent comme le troisième élément le plus important, elles sont classées par 18,75% comme troisième élément de la liste, par 15,38% comme deuxième et par 9,79% comme le premier.

La question « Selon vous, votre CV vous représente-t-il complètement et efficacement ? » reçoit des réponses mitigées. Seulement 43,91% répondent « oui », 31,33% admettent une absence de correspondance entre leurs compétences et l’affichage sur le CV et un nombre significatif 23,56% choisissent la réponse « Je ne sais pas ».

5. Gestion de l’identité numérique

La grande majorité des étudiants interrogés 85,88% disposent chez eux ou chez leurs parents d’un ordinateur et d’une connexion internet, seulement 6,87% déclarent ne pas être équipés et 7,25% ne répondent pas à cette question. Les proportions sont très similaires pour ce qui est d’un smartphone connecté à Internet : 86,70% déclarent en posséder un, alors que 8,73% déclarent ne pas en avoir et 4,58% ne répondent pas à cette question.

Pour évaluer les pratiques des étudiants lorsqu’ils mettent en ligne les informations sur eux, une question les invitait à déclarer le réseau ou la plateforme utilisés dans une liste indicative préétablie (il était possible de choisir plusieurs réponses) :

- Blog personnel (Wordpress, Blogger...) ou site web personnel
- Facebook
- Instagram
- LinkedIn
- Twitter
- Viadeo
- Autre

Facebook est le support le plus utilisé, 86,89% des étudiants qui ont participé à l’enquête ont choisi cette réponse. 42,49% publient sur Instagram, 38,05% sur LinkedIn et 17,31% sur Twitter. 9,78% déclarent avoir un blog ou site web personnel. Lorsque l’étudiant choisissait la réponse « Autres », et 9,20% l’ont fait, un espace ouvert leur permettait d’apporter une précision. La lecture de ces commentaires révèle que certaines plateformes très utilisées n’avaient pas été prévues dans l’enquête, comme Youtube, les services diversifiés de Google/Gmail ou encore de nombreuses applications combinant les fonctions de messagerie et de diffusion des contenus multimédia, comme Snapchat, WhatsApp, Yahoo, Pinterest, Skype, Reddit, Tumblr, Azar, Kik, etc. D’autre part, un nombre important de plateformes dédiées au recrutement ont été citées (rekrute, menarajob, anapec, Stagiaires.ma, bayt.com, jiblijob, marocannonce, manpower, Avito, job.ma - emploi.ma-marocannonces, myoppotunity, DoYouBuzz), ainsi que les plateformes d’apprentissage en ligne (Moodle, Caroline) et de diffusion des productions scientifiques et artistiques (Research gate, Academia, Behance). Les quelques plateformes très spécialisée, diffusion de séries télévisées ou sites de rencontres, permettent d’évaluer la diversité des usages. Cet espace ouvert a permis aux étudiants qui ne se sont pas sentis concernés par la question de préciser qu’ils ne publient d’informations sur eux en ligne.

Quant au type de contenu publié (plusieurs réponses étaient possibles), 40,39% déclarent publier des documents (rapports, mémoires, travaux académiques, fichiers divers ...) et 40,15% déclarent publier des photos, images ou productions sonores personnelles. La proportion de ceux qui mettent en ligne leur CV est très proche, 39,58%. Sont moins nombreux ceux qui publient des articles ou des textes écrits par eux-mêmes, 34,81% et ceux qui mettent en ligne des photos, images ou productions sonores réalisées dans le cadre des activités académiques. 10,11% publient des vidéos de présentation personnelle et 7,77% des vidéos de présentation académique. Parmi ceux qui ont choisi la réponse « Autres », nombreux sont ceux qui déclarent des contributions qu'ils n'arrivaient à classer dans aucune des réponses proposées : citations, opinions, produits à vendre, vêtements, annonces d'événements, localisation, commentaires, mêmes, etc. Ces hésitations montrent que la typologie proposée ne permet pas une appropriation intuitive par les enquêtées au vu des usages pour ce qui est de la fonction des contenus textuels et visuels (annonces, par exemple, ou citations). En revanche, les objets informationnels comme CV ou vidéo n'ont pas posé de difficultés de reconnaissance.

La majorité des étudiants interrogés sont conscients de leur présence en ligne. Ainsi, 59,28% déclarent vérifier ce qui se dit sur eux sur le web et 20,84% ne l'ont pas encore fait et comptent le faire prochainement. Seulement 19,60% ne considèrent pas cette démarche utile.

6. Perception du e-portofolio

Lorsqu'ils sont interrogés sur l'opportunité d'utiliser un espace numérique qui leur permettrait de capitaliser leurs compétences et qui leur servirait comme outil dans le processus de recherche de stage ou d'emploi, la très grande majorité, 70,25%, se déclarent très intéressés et 26,22% se disent prêts à le tester en montrant une attitude qui mêle l'intérêt et la curiosité (« Oui, pourquoi pas »). Seulement 2,26% sont hésitants et 2,01% déclarent qu'ils ne sont pas du tout intéressés.

Quant à la possibilité de poster des vidéos sur cette plateforme pour mieux se présenter, 31,27% se déclarent très intéressés et 41,73% sont prêts à tester cette possibilité (« Oui, pourquoi pas »). Parmi les étudiants interrogés, 17,28% semblent hésitant face à cette possibilité (« Je ne sais pas encore ») et 11,00% déclarent que cela ne les intéresse pas.

Il a été demandé aux étudiants qui ont participé à l'enquête de classer de 1 à 5, du plus important au moins important (1 étant le plus important et 5 le moins important), les documents qu'ils seraient prêts à déposer en priorité pour valoriser leurs candidatures. Les 5 éléments à choisir se trouvaient dans une liste de 10 éléments en tout :

- Copies des attestations de stages
- Copies des certifications obtenues
- Copies des diplômes

- Mémoires professionnels ou de recherche
- Photos et images, productions sonores (sons, musiques)
- Rapports de stage ou professionnel
- Recommandations académiques (lettres d'enseignants)
- Recommandations professionnelles (lettres de responsables de stage)
- Sites web, blogs, pages personnelles, logiciels en ligne
- Vidéo de présentation du candidat (ou autres vidéos)

Nous retenons ici que les étudiants retiennent dans l'ordre la copie des diplômes, la copie des certifications obtenues, la copie des attestations de stage en tant que documents prioritaires.

Ils ont aussi bien conscience que les sites web et autres blogs en ligne ou encore les vidéos sont de nature à valoriser leur candidature.

Enfin, dans un espace ouvert, il a été demandé aux étudiants enquêtés de dire quelques mots sur leurs attentes et/ou les conditions qui les pousseraient à utiliser ce type d'outil dans leur démarche de recherche de stage et d'emploi. 86,01% se sont saisis de cette possibilité et ont formulé une réponse, alors que 13,99% de ceux qui ont complété la dernière question n'ont pas répondu.

Plusieurs thèmes sont évoqués dans ces contributions. Beaucoup remarquent simplement qu'il est difficile de trouver un stage ou un travail et/ou insistent sur la nécessité de disposer d'un outil susceptible d'accroître leurs chances de voir leurs recherches aboutir. Nous retrouvons également un grand nombre de remerciements de s'intéresser au problème adressés directement aux concepteurs de l'enquête. De même, les étudiants interrogés s'approprient des fonctionnalités potentielles sur lesquelles portaient les questions et les reprennent dans les commentaires.

Les étudiants souhaiteraient disposer d'un outil qui leur permettrait d'accéder de manière rapide et efficace à un grand nombre d'offres variées et pertinentes. L'accès gratuit et la fiabilité des données sont deux points souvent soulignés.

Le e-portfolio devrait, selon les avis exprimés, avoir un système sécurisé qui assurerait la protection des données personnelles et garantirait la crédibilité des recruteurs et des offres publiées, de façon à instaurer la confiance entre les acteurs.

L'un des moyens pour y parvenir souvent cité serait l'obligation pour les recruteurs de fournir un feedback, même négatif. Le retour envisagé peut être minimal, informer le candidat que sa candidature est refusée, ou plus instructif, donner au candidat l'accès à l'avis motivé du refus, ce qui permettrait aux candidats, selon leurs propres mots, d'évoluer et d'être à la hauteur des attentes.

Le e-portfolio en question pourrait, comme beaucoup le suggèrent, contenir des dispositifs de formation destinés à les accompagner dans la recherche d'emploi (coaching, rédaction des CV, information sur les domaines professionnels, notamment pour le niveau cadre).

Par ailleurs, les étudiants souhaitent fortement que l'outil proposé garantisse une égalité des chances et expriment le désir prononcé de voir leurs candidatures étudiées de manière objective afin de dépasser les limites des réseaux de connaissances. Le scepticisme, exprimé dans quelques rares commentaires (« Je ne compte pas utiliser un tel service, au Maroc il n'y a que les connaissances qui peuvent vous aider à trouver un stage ») n'est pas une attitude majoritaire. Dans l'ensemble, la population interrogée se montre enthousiaste et très ouverte aux nouvelles pratiques de présentation (comme c'est le cas des vidéos), qu'elle souhaite explorer afin d'améliorer son employabilité.

Conclusion

Nous ne prétendons pas ici avoir obtenu des résultats pouvant être généralisés à l'ensemble de la communauté des étudiants inscrits dans les universités marocaines. Mais le nombre important de questionnaires collectés, la variété des niveaux (Bac+2 à doctorat), les différents établissements d'appartenance couvrant à peu près l'ensemble des disciplines enseignées nous fournit un certain nombre de points dont nous aurons à tenir compte dans la suite du projet.

Nous rappelons que cette enquête s'inscrit dans la première phase du projet et qu'elle a pour but de prendre le pouls de futurs acteurs susceptibles de participer à des expérimentations autour de démarches de type eportfolio.

Nous retiendrons tout d'abord que les étudiants interrogés déclarent ne pas se sentir assez informés quant aux différents moyens d'accéder à des offres d'emplois ou de stages. La méconnaissance des services en place tels que les agences Anapec ou autres services des universités semble importante, il conviendra de réfléchir à la mise en place de dispositifs d'information spécifiques à ce sujet même si comme nous le savons des enseignements spécifiques et autres moyens sont développés dans les universités (service d'aide au CV par exemple). Un déficit d'information quant aux réseaux professionnels apparaît également.

Nous l'avons dit, le nombre variables de réponses aux questions s'explique par plusieurs facteurs que nous rappelons ici très synthétiquement avec le refus de répondre à certaines questions, des pertes de signal web, des questions parfois considérées trop nombreuses par les étudiants (questionnaire jugé trop long par certains).

L'autre point à retenir principalement par rapport au projet de démarche eportfolio est l'intérêt largement affiché par les étudiants qui se déclarent tout à fait prêts à s'y engager si un futur environnement était mis à leur disposition mais à la condition de respecter des principes de fiabilité et de gratuité. De plus la question de la confiance dans les informations s'avère assez centrale les étudiants reconnaissant qu'ils ont besoin d'afficher de manière prioritaire des documents tels que la copie des diplômes, la copie des certifications obtenues, la copie des attestations de stage. Ils ne perdent pas pour autant de vue que les sites web et autres blogs en ligne ou encore les vidéos de présentation sont de nature à valoriser leur candidature.

Bien évidemment les contours, les fonctionnalités d'un tel outil (ou d'un ensemble d'outils) restent encore à définir mais certaines attentes et déclarations déjà faites mériteront en temps utile d'être prises en compte dans le cadre des phases suivantes du projet.



**Etude auprès d'entreprises au Maroc
à propos de leurs pratiques numériques en matière de recrutement
et de leur perception de la démarche e-porfolio**

Rapport d'enquête - Analyse des résultats - Volet entreprises

Livrable Juin 2017

ANNEXE

Dans les pages qui suivent en annexe figurent les résultats statistiques issus du logiciel Limesurvey ayant été utilisé pour la collecte des réponses des entreprises. Cette annexe comporte 248 pages.

Remarque : le questionnaire ayant été diffusé en 2 langues (français et arabe) il n'a pas été possible de reprendre les caractères en langue arabe non reconnus par notre outil de gestion lors de la phase de récupération des résultats. Ces derniers apparaissent toutefois sur les graphiques.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Exploitation des compétences et valorisation des acquis
pour une meilleure insertion et visibilité professionnelles (e-VAL)

573674-EPP-1-2016-1-ES-EPPKA2-CBHE-SP

**Etude auprès d'entreprises au Maroc
à propos de leurs pratiques numériques en matière de recrutement
et de leur perception de la démarche e-porfolio**

Rapport d'enquête - Analyse des résultats - Volet entreprises

Livable Juin 2017

Soufiane Rouissi, Ana Stulic



Introduction

Ce rapport fait suite aux documents de présentation sur l'enquête effectuée auprès des entreprises marocaines durant les mois d'avril, mai et début juin 2017 avec la participation très impliquée et très active de l'ANAPEC à travers ses directions régionales et différentes agences réparties dans le Maroc.

Nous pensons ici à remercier tous les partenaires du projet, toutes les personnes qui ont été associées dans les différentes agences de l'ANAPEC pour permettre la diffusion du questionnaire auprès des acteurs sur le terrain dans un calendrier serré.

Dans l'annexe de ce rapport, nous trouvons la liste des questions et les résultats complets du dépouillement à plat fourni par le logiciel utilisé (177 pages). Le lecteur pourra donc s'y référer pour toute précision dans les données chiffrées qui sont synthétisées et analysées ici.

1. Modalités de passation du questionnaire et échantillon

Les données ont été collectées entre le 11/04/2017 au 07/06/2017 en ligne grâce à l'outil Limesurvey (outil libre de gestion de questionnaires en ligne, <https://www.limesurvey.org/>).

A la fin de la période d'ouverture du questionnaire, 392 questionnaires ont pu être ainsi collectés sur la base des participations des entreprises marocaines largement assistées par les différentes agences de l'ANAPEC, partenaire du projet (pour le rappeler) qui avait pour mission d'aider à la diffusion du questionnaire. Grâce à la participation active de l'ANAPEC un nombre significatif de questionnaires a pu être obtenu. Parfois les questionnaires ont été passés en présence avec les agents de l'ANAPEC qui ont ensuite pu effectuer la saisie en ligne des réponses collectées. Parfois les entreprises, elles-mêmes, ont pu saisir leurs réponses grâce à une interface web et à travers une URL qui leur avait été fournie.

Nous retiendrons que les questionnaires (n=392) ont nécessité un temps moyen de 20 minutes et 55 secondes, la médiane se situant à 16 minutes et 42 secondes.

Pour des raisons de confidentialité, les identités des entreprises ont été anonymées, seules leurs caractéristiques principales seront présentées ici ainsi que les réponses aux questions des différentes catégories.

2. Typologie des entreprises ayant participé à l'enquête

La première catégorie de questions porte sur le type d'entreprise, sa taille et d'autres caractéristiques.

Les secteurs d'activité représentés dans l'échantillon manifestent une grande diversité, l'industrie manufacturière étant représentée par un pourcentage significatif de 16,13% et 7,66% des réponses

venant du secteur hébergement et restauration. Néanmoins, le nombre très élevé de réponses « Autres » (33,87%) renseigne avant tout sur la difficulté que nos interlocuteurs ont eu à se reconnaître dans la nomenclature proposée. Dans l'espace dédié à la spécification du secteur lorsque celui-ci n'était pas proposé on trouve : industrie plasturgie / caoutchouc, plasturgie / moulage, industrie automobile, industrie électrique et électronique, énergie solaire, miroiterie, industrie agroalimentaire, élevage, grande distribution, industrie textile, bâtiments travaux publics, matériaux de construction, exploitation des carrières, bureau d'étude agricole, aéronautique, télécommunications, ingénierie de systèmes d'information, services informatiques, formation et formation continue, services aux entreprises, centre d'appel, offshoring, gardiennage et nettoyage, bureau recrutement, comptabilité et gestion, impression, marketing.

La distribution géographique des entreprises interrogées est inégale. 37,10% sont implantées dans la zone Tanger-Tétouan-Al Hoceima, 13,31% couvrent la zone Casablanca – Settat, le même pourcentage correspond aux entreprises déployant leur activité dans les régions Marrakech – Safi. Les entreprises travaillant dans la zone de Fès–Meknès constituent 7,66% de l'échantillon, celles de Rabat–Salé–Kénitra représentent 6,05% et celles de Drâa – Tafilalet 5,24%. Pour les zones Béni Mellal–Khénifra, Dakhla – Oued Eddahab, Guelmim – Oued Noun, Oriental et Souss – Massa, le nombre d'entreprises ayant pris part à l'enquête se situe entre 2 et 10, ce qui représente de 0,81% à 4,03% des réponses totale. Aucune entreprise représentée dans l'échantillon n'est présente dans la zone de Layoune – Saquia al-Hamra. 5,24% des entreprises (13) déclarent avoir une activité dans tout le Maroc. Le déséquilibre s'explique principalement par une action particulièrement engagée par la direction de l'ANAPEC de la zone de Tanger-Tétouan-Al Hoceima impliquée très tôt dans le projet. En cours de passation du questionnaire des actions plus ciblées ont été effectuées par la direction de l'ANAPEC afin de rééquilibrer quelque peu en demandant aux agents des autres directions régionales un engagement dans les actions de communication sur l'enquête. Les différentes actions ont pu augmenter de manière importante le nombre de réponses.

Parmi les 392 entreprises interrogées, 33,06% représentent de grandes structures employant plus de 200 salariés, 21,77% sont d'une taille moyenne employant de 51 à 200 salariés, 15,73% représentent de petites entreprises entre 11 et 50 employés et 7,66% correspondent aux petites structures comptant jusqu'à 10 salariés.

Quant au pourcentage de femmes parmi les employés, 45,17% des entreprises interrogées emploient 40% ou moins de femmes (0% de femmes pour 2,42%, 10% de femmes pour 13,31%, 20% de femmes pour 11,29%, 30% pour 11,29% et 40% pour 9,68%). Dans 30,24% des entreprises qui ont participé à l'enquête, les femmes constituent la moitié ou plus de l'ensemble des employés : 50% de femmes dans 8,06%, 60% dans 4,84%, 70% dans 8,06%, 80% dans 4,03%, 90% dans 4,44%. Deux entreprises (0,81%) déclarent employer uniquement des femmes. Un nombre significatif d'entreprises (24,60%) a choisi de ne pas répondre à cette question.

3. Pratiques de recrutement

Pour la majeure partie d'entre elles, les entreprises interrogées disposent d'un département de ressources humaines (64,11%).

Dans le processus de recrutement, une grande majorité des entreprises interrogées (87,86%) déclare avoir recours aux services de l'agence ANAPEC. 8,09% d'entreprises interrogées déclarent ne pas recourir à l'ANAPEC et 4,05% n'ont pas répondu à cette question. Compte tenu du fait que l'enquête a été réalisée grâce à l'aide de l'agence ANAPEC, on aurait pu s'attendre à ce que toutes les entreprises répondent de manière positive à cette question.

Parmi les entreprises qui travaillent avec l'agence ANAPEC pour leurs recrutements, on constate un taux élevé de satisfaction, 49,67% déclarent être très satisfaits et 43,71% assez satisfaits. La faible satisfaction des services de l'agence ANAPEC est constatée seulement pour 6,62% des entreprises avec pour détailler 5,30% étant « peu satisfait » et 1,32% « pas du tout satisfait ».

Parmi les 14 entreprises qui n'ont pas recours aux services de l'agence ANAPEC, 5 déclarent qu'elles ne se sentent pas suffisamment informées et 4 qu'elles ne se tournent pas vers ANAPEC par choix. Seulement une entreprise déclare de pas connaître les services de l'agence nationale.

Un taux important des entreprises interrogées, 40,46% ont recours aux agences privées de recrutement ou d'intérim, même si cette pratique soit moins répandue, 51,45% des entreprises donnent une réponse négative à cette question et 8,09% ne donnent aucune réponse. Le degré de satisfaction déclaré est globalement moins élevé que pour l'agence ANAPEC, proportionnellement il y a beaucoup plus de réponses « assez satisfait » (60%) que « très satisfait » (24,29%). Le nombre de réponses montrant une insatisfaction reste comparable « pas du tout satisfait » (4,29%), « peu satisfait » (5,71%).

La plupart (55,68%) des entreprises qui n'utilisent pas les services des agences privées de recrutement ou d'intérim ne le font pas par choix, alors que 20,45% déclarent ne pas disposer des informations suffisantes (« Nous ne connaissons pas du tout » 9,09%, « Nous ne nous sentons pas suffisamment informés » 11,36%).

La presse écrite est peu utilisée dans le processus de recrutement. Seulement 15,03% des entreprises interrogées ont recours à la presse écrite. La majorité des entreprises qui ne l'utilisent pas déclarent le faire par choix (68,80%).

Les outils web sont également intégrés dans le processus de recrutement.

Alors qu'une grande majorité des entreprises déclarent avoir recours aux services proposés de l'agence ANAPEC, le nombre de ceux qui se servent du site web de l'agence nationale est plus faible, 49,13%. Cependant, le niveau de satisfaction de ceux qui l'utilisent est relativement élevé, les réponses « assez satisfait » (55,95%) et « très satisfait » (29,76%) regroupent 85,71% des réponses et seulement 19,70% de ceux qui ne l'utilisent pas déclarent qu'il s'agit d'un choix.

Les résultats sont comparables pour les sites web dédiés au recrutement (Amal job, rekrut.com...). Un peu moins de la moitié des entreprises (46,24%) déclarent utiliser les sites web dédiés pour communiquer sur le recrutement. Le taux de satisfaction déclaré, bien que légèrement moins élevé, est similaire. Il s'élève à 76,25% pour les deux niveaux « assez satisfait » et « très satisfait » regroupés. La proportion d'insatisfaction est cependant plus élevée, « peu satisfait » 17,50% et « pas du tout satisfait » 3,75% et le taux des entreprises qui décident de ne pas utiliser ces plateformes numériques par choix est bien plus élevée 44,59%.

Les sites web des établissements universitaires sont très peu utilisés par les entreprises pour communiquer sur les recrutements, seulement 13,87% déclarent y avoir recours, contre 74,57% qui ne les utilisent pas du tout. Parmi les entreprises qui déclarent ne pas utiliser les sites web des universités, la moitié, 50,78% manifestent un manque d'information sur ces sites, total (« Nous ne connaissons pas du tout » 17,97%) ou partiel (« Nous ne nous sentons pas suffisamment informés » 32,81%). Seulement 26,56% déclarent ne pas y avoir recours par choix.

L'utilisation des réseaux sociaux généraux, comme Facebook, Twitter, Instagram, etc., ne semble pas très élevée : 32,95% des entreprises interrogées déclarent y avoir recours lors des recrutements, contre 57,80% qui ne l'utilisent pas. Pour la plupart qui déclarent ne pas l'utiliser, il s'agit d'un choix 65,66% et seulement 16,16% indiquent qu'ils ne disposent pas d'information suffisante (« Nous ne connaissons pas du tout » 6,06%, « Nous ne nous sentons pas suffisamment informés » 10,10%).

Les réseaux professionnels, comme Viadeo ou LinkedIn, semblent mieux intégrés dans les processus de recrutement. La moitié, 50,29% des entreprises interrogées déclarent avoir recours à ces outils pour communiquer sur les recrutements, contre 40% qui déclarent ne pas les utiliser. Le taux de satisfaction est assez élevé, 80,46%. Parmi les entreprises qui n'utilisent pas les réseaux professionnels un peu plus de la moitié (52,17%) déclarent qu'il s'agit d'un choix et 30,43% qu'ils ne disposent pas d'informations suffisantes (« Nous ne connaissons pas du tout » 10,14%, « Nous ne nous sentons pas suffisamment informés » 20,29%).

Indépendamment des moyens de communication utilisés dans le cadre du processus du recrutement, agences, presse écrite ou plateformes numériques, nous nous sommes intéressés aux aspects matériels de la gestion de candidatures. La majorité des entreprises 58,96% traitent les candidatures principalement sous la forme d'un dossier papier, alors que 31,79% préfèrent les dossiers de candidatures numériques (sans réponse 9,25%). L'adverbe « principalement » invitait à faire le choix. Cependant, dans les discussions avec les partenaires de l'ANAPEC dont les agents encadraient l'enquête, il s'est avéré qu'il a été parfois difficile pour les représentants des entreprises de dire quel est le mode principal, car beaucoup d'entreprises traitent les dossiers de candidature dans les deux formats, papier et numérique.

4. Identité numérique des candidats

Le Web constitue souvent une source d'information sur les personnes, notamment grâce à la logique de contribution libre des internautes dans les réseaux sociaux. Ces informations, disponibles librement, peuvent être utilisées dans le processus de recrutement. Dans notre échantillon, 37,27% des entreprises interrogées déclarent faire des recherches sur le Web pour se renseigner sur des candidats, contre 55,90% qui déclarent ne pas le faire.

Les réponses à la question ouverte posée, « Indiquez en quelques lignes le type de recherche effectué (sur quels réseaux par exemple, moteurs de recherche...) » renseignent sur la façon de procéder. Les recherches sont effectuées à partir des coordonnées de la personne, sur le moteur de recherche Google ou au sein des réseaux sociaux et/ou professionnels (Linkedin, Viadeo, Facebook sont les plus cités). Sont cités également le site web de l'ANAPEC, menara.ma, emploi.ma, azertyjobs.com. L'un des objectifs cités lors de ces recherches est de vérifier des données annoncées dans le CV (expérience, formation...).

La majorité des entreprises interrogées, 60,25% déclarent qu'elles pourraient écarter un candidat suite à des traces négatives trouvées en ligne, la réponse étant tranchée pour 20,50% qui répondent à cette question par « Oui » et 39,75% laissent cette possibilité ouverte, « peut-être ». La réponse négative est catégorique (« Non, pas du tout ») seulement dans 6,83%, alors que 21,74% répondent de manière plus nuancée (« Non, pas forcément »).

5. e-portofolio comme outil de recrutement

Interrogés sur leur disposition à utiliser un e-portfolio comme outil dans le processus de recrutement d'un candidat pour un stage ou pour un emploi (« Seriez-vous prêt ou intéressé à utiliser le e-portfolio comme outil dans votre processus de recrutement d'un candidat pour un stage ou pour un emploi ? »), 44,44% des entreprises répondent de manière positive et 45,75% déclarent qu'elles ne savent pas encore. Seulement 5,23% donnent une réponse négative.

Les réponses sont très similaires lorsque on demande aux entreprises s'ils peuvent envisager un outil du type e-portfolio pour la publication des propositions d'offres de stages ou d'emplois, 47,06% répondent « oui » et 43,14% « je ne sais pas encore », alors que seulement 4,58% écartent cette possibilité.

Quant aux rubriques que les entreprises souhaiteraient voir apparaître dans le e-portfolio, il a été proposé aux personnes interrogées de donner une réponse dans un espace libre et, dans un deuxième temps, de classer de 1 à 10, par priorité, une liste de propositions préétablies composée des éléments suivants :

- Rapports de stage
- Mémoires professionnels ou de recherche
- Sites web, blogs, pages personnelles, logiciels en ligne
- Copies des diplômes
- Copies des attestations de stages
- Copies des certifications obtenues
- Recommandations académiques (lettres d'enseignants)
- Recommandations professionnelles (lettres de responsables de stage)
- Photos et images, productions sonores (sons, musiques)
- Vidéo de présentation du candidat (ou autres vidéos)

Les trois éléments que nous retrouvons le plus souvent classés à la première position sont : Copies des diplômes (36,67%), Vidéo de présentation du candidat (ou autres vidéos) 18,67%, et Recommandations professionnelles (lettres de responsables de stage) 11,33%. Sur la deuxième et troisième place, le plus souvent nous retrouvons trois éléments identiques : Copies des certifications obtenues (classement 2 : 22,60%, classement 3 : 15,28%), Copies des attestations de stages (classement 2 : 16,44%, classement 3 : 23,61%) et Copies des diplômes (classement 2 16,44%, classement 3 : 16,67%).

Les réponses libres concordent avec les classements donnés et mettent en avant le besoin de disposer de copies des documents attestant la formation et les expériences professionnelles (Copies des diplômes, certifications, attestations de stage), ainsi que la volonté de pouvoir consulter une présentation vidéo du candidat « où on l'entend communiquer sur son parcours et ses motivations. Cela permet d'évaluer son sens de la communication et son attitude. ».

Lorsqu'elles sont interrogées sur leurs attentes quant à un éventuel e-portfolio, les entreprises manifestent la curiosité et semblent prêtes à se projeter dans son usage.

L'une des préoccupations principales est la fiabilité des informations. Les conditions élémentaires déclarées sont la variété de candidatures et la gratuité d'accès. Ce qui est mis en relief est le besoin de vérifier les informations déclarées, pour pouvoir évaluer le niveau « réel » des candidats et la véracité des informations contenues dans le CV). Il en va de même pour la fiabilité du système même, que l'on souhaite « honnête » et « mis à jour ». Les principales valeurs ajoutées qu'on y projette sont la possibilité de réduire le temps/efficacité de traitement des candidatures, grâce aux filtres de recherche et à une « bonne » organisation des profils, ainsi que la possibilité d'accéder aux informations complémentaires que le CV ne contient pas, ce qui peut aider à identifier des candidats créatifs et ayant l'esprit d'innovation ou vérifier ses compétences de communication. Sont également évoquées les fonctionnalités d'envoi de message d'alerte ou encore la communication directe à travers la plateforme. Nous notons aussi une remarque qui concerne la pertinence de la différenciation des outils et/ou architecture proposés en fonction du type de poste (cadre /non cadre).

Conclusion

Loin de vouloir tenter toute généralisation des résultats obtenus, nous retiendrons que sur la base de plusieurs centaines d'entreprises marocaines, quelques pistes d'exploration futures sont ouvertes.

Nous rappelons que cette enquête s'inscrit dans la première phase du projet et a pour but de prendre le pouls de futurs acteurs susceptibles de participer à des expérimentations autour de démarches de type eportfolio.

Nous voyons émerger les thèmes liés à la confiance dans le numérique, les entreprises ayant participé à l'enquête indiquant majoritairement vouloir avoir accès à la copie des diplômes ou encore à des vidéos de présentation des candidats. Les besoins en terme de vérification des informations reçues ou présentées par les candidats dans leur CV apparaissent comme des éléments forts et militent en faveur de dispositifs organisés et fiables qui seraient mis à la disposition des recruteurs.

De façon générale, les entreprises contactées se sont avérées curieuses, intéressées par la question de la mise en jeu d'un environnement numérique de type eportfolio et largement ouvertes à l'idée d'essayer. Bien évidemment les contours, les fonctionnalités d'un tel outil (ou d'un ensemble d'outils) restent encore à définir mais certaines attentes et déclarations déjà faites mériteront en temps utile d'être prises en compte dans le cadre des phases suivantes du projet.

ANNEXE

Dans les pages qui suivent en annexe figurent les résultats statistiques issus du logiciel Limesurvey ayant été utilisé pour la collecte des réponses des entreprises. Cette annexe comporte 177 pages.