

Pierre Matuchet, Adecco : "avec QAPA, nous lançons à Vivatech une plateforme digitale inédite"

Pour la première fois, The Adecco Group sera présent à Vivatech. Pierre Matuchet, le Directeur Général Transformation, Digital et Candidats d'Adecco en France nous explique les raisons de cette présence et les ambitions du groupe en matière d'Open Innovation.

Temps de lecture : minute

15 juin 2022

Pourquoi le Groupe Adecco est-il présent à Vivatech cette année ?

Nous arrivons à un moment de maturité dans le digital pour nous. Cela fait en effet plusieurs années que nous nous transformons, pour nous-mêmes et nos clients. Le digital a commencé à disrupter les RH plus tardivement que d'autres secteurs - comme les médias ou la musique. Pour nous, l'enjeu est d'être aux avant-postes de cette transformation, grâce à de nouveaux outils, des acquisitions et des partenariats, afin de devenir leader de la HR Tech. Sans pour autant déshumaniser notre métier.

Quelles sont les innovations que vous mettez en avant sur votre stand ?

En premier lieu QAPA, qui est un élément fondamental de notre vision digitale : nous avons acquis cette startup de la French Tech en 2021. Elle

a réalisé 60 millions d'euros de CA l'an dernier et connaît une croissance exponentielle, grâce à son outil de matching automatique pour l'intérim que nous intégrons progressivement à nos offres. QAPA est désormais relié à la base de données Adecco et dès 2023, nous allons attaquer l'international.

D'ailleurs, avec QAPA, nous lançons sur le salon une plateforme digitale inédite de recherche d'emplois temporaires, sans CV, destinée principalement aux jeunes, débutants comme étudiants. Nous leur offrons directement le statut d'intérimaire, pour éviter qu'ils aient besoin de se tourner vers l'auto-entrepreneuriat et bénéficient d'une véritable protection sociale. Avec cette plateforme responsable pour l'emploi des jeunes, nous sommes totalement dans la continuité de notre rôle social.

Outre QAPA, que présentez-vous d'autre en termes d'innovation à Vivatech ?

Nous mettons également en avant un certain nombre de startups et partenaires avec lesquelles nous discutons, travaillons ou collaborons dans le cadre de POC. C'est par exemple le cas avec TikTok, avec qui nous avons noué un partenariat. C'est devenu un vrai canal de recrutement pour aller chercher des profils éloignés de l'emploi, dans un contexte où le marché du recrutement est tendu.

Du côté des startups, nous proposons de tester la solution d'Open Mind Neurotechnologies, qui permet d'évaluer les soft skills des candidats. Je peux citer aussi deux autres startups avec qui nous travaillons : Skilleo, une plateforme de recrutement sans CV grâce à la gamification et Yaggo, qui permet de gérer nos réponses aux candidats, pour les enrichir avec des conseils personnalisés, pour améliorer leurs CV et lettres de motivation.

Quels sont vos objectifs en venant sur cet événement ?

Ils sont multiples : présenter à nos clients nos innovations et partenariats ; être présent dans l'écosystème pour rencontrer de nouveaux interlocuteurs, montrer que nous pouvons aider à faire naître des idées et les accompagner ; et fédérer nos collaborateurs autour de cette stratégie digitale.

Y-a-t-il des sujets que vous étudiez de plus près - et pour lesquels vous recherchez des partenaires avec qui collaborer ?

La problématique principale que nous regardons, c'est comment recruter autrement. Mais nous nous intéressons aussi à la thématique de l'inclusion, et notamment comment faire pour aller chercher des profils qui ne sont pas sur le marché de l'emploi aujourd'hui.

Nous sommes aussi attentifs aux solutions qui permettent aux candidats de leur proposer le meilleur emploi pour eux. C'est un sujet sur lequel nous avons travaillé récemment avec le BCG, pour utiliser les données à bon escient et être capables d'orienter les intérimaires vers des formations et des parcours de carrière. Notre conviction est que la technologie ne doit pas être une boîte noire, elle doit être mise au service du candidat.