



# LinkedIn

## abuserait-il de sa position dominante ?

**I**ls ont créé un véritable monopole. Après, leur outil fonctionne très bien, on ne peut pas leur enlever cela. Mais cette situation à des conséquences pour des petits acteurs comme nous”, résume assez clairement Sophie Gravy au moment de décrire la relation particulière entre son entreprise et le réseau social LinkedIn. Voilà douze ans, elle a fondé PlusOne, un bureau de recrutement actif dans un marché de niche.

“Nous cherchons des profils très pointus pour des start-up et PME actives principalement dans le biomédical”, explique-t-elle. Dans ce secteur en pleine expansion, la recherche des bons candidats doit se faire à grande échelle, et donc à l’international. “Raison pour laquelle, depuis nos débuts, nous travaillons avec LinkedIn. Cet outil est quasi incontournable pour nous, car il permet de ne pas se limiter dans les contacts, et d’aller trouver les bons profils là où ils se trouvent”, continue notre interlocutrice.

**Une hausse de 80 % des coûts**

Mais voilà : les frais engendrés par l’utilisation de LinkedIn augmentent, fortement, et d’autres hausses semblent encore au programme. Si PlusOne n’a pas souscrit à l’abonnement Premium, elle utilise une licence baptisée *Recruiter Lite*, formule payante qui permet d’accéder à toute une série de fonctionnalités sur le réseau social professionnel. “La licence pour nos équipes nous coûte 10 000 euros par an. À cela il faut ajouter le coût des annonces que l’on publie. Avant, nous le faisions ‘à la pièce’, mais cela nous reve-

nait trop cher. Nous sommes donc passés à la formule job board, qui nous revient à quelque 30 000 euros par an, nous révèle-t-elle. Pour une petite structure de neuf personnes qui réalise un chiffre d’affaires annuel d’un million d’euros, ce n’est pas négligeable.”

Or, ce coût pourrait encore grimper. “Nous avons été contactés par un commercial de LinkedIn en juin. Il nous a informés que le coût de *Recruiter Lite* avait enregistré une hausse de 40 % et qu’une autre augmentation allait arriver. Il précisait aussi que la différence de coût entre *Lite* et les autres produits n’avait jamais été aussi faible, que certaines fonctionnalités ne seraient plus disponibles sur *Lite*, et il nous proposait donc de passer vers une nouvelle formule”, raconte Sophie. Problème : cette nouvelle offre représentait une hausse de... 80 % du coût pour PlusOne. “Même après négociation, nous aurions dû déboursé plus de 70 000 euros par an : pour une structure comme la nôtre, c’est intenable.”

PlusOne a donc pris le risque de conserver sa formule, en attendant de voir l’ampleur de la hausse des prix annoncée. Mais elle n’est finalement... jamais arrivée. “C’était vraiment très curieux. J’ai vraiment eu le sentiment qu’ils nous poussaient à consommer davantage. Et finalement, si on ne vérifie pas, on se retrouve à payer beaucoup plus. Nous avons parlé avec eux du fait que nous n’étions

qu’une petite structure de neuf personnes, mais l’approche et les tarifs sont identiques que vous soyez un géant comme GSK ou une petite entreprise comme nous.” Si depuis juin les tarifs n’ont plus augmenté, Sophie redoute des changements à ce niveau. “S’ils mettent en place une hausse permanente des coûts, nous allons devoir la répercuter sur nos clients. Or, ce sont des start-up et des PME qui n’ont pas toujours les moyens.”

**Une imposante machine marketing**

“Au niveau ressources humaines, LinkedIn est l’une des plus grosses plateformes au monde, principalement en Europe et aux États-Unis. C’est un acteur incontournable”, confirme Simon-Pierre Breuls, fondateur d’Ariane Consulting, qui note également que les coûts pour les campagnes de recrutement de candidats sur LinkedIn ont augmenté.

Le réseau social peut miser sur la très forte concentration qu’il génère, avec un arsenal des plus développés au niveau marketing. “Plusieurs outils sont rapidement sortis. Comme énormément de personnes se retrouvent sur LinkedIn, il est très pertinent pour les annonceurs et les entreprises d’aller y cibler les bons décideurs.” Avec des budgets pouvant aller de quelques centaines à... plusieurs dizaines de milliers d’euros. “Le plus

**“Nous aurions dû déboursé plus de 70 000 euros par an : impayable pour une structure comme la nôtre.”**

**Sophie Gravy**  
Fondatrice de PlusOne

# Réseaux sociaux

- LinkedIn est devenu incontournable pour le secteur du recrutement.
- Le réseau social n'a pas de réelle concurrence.
- De quoi lui permettre d'augmenter ses prix à souhait ?

En Europe et aux Etats-Unis, LinkedIn est devenu un acteur incontournable au niveau des ressources humaines.

SHUTTERSTOCK

important pour les compagnies, c'est d'optimiser le coût par prospect. Avec un coût tournant autour des 3 euros par clic dans le cas de contenus sponsorisés dans le fil d'actualité, il est impératif d'optimiser le ciblage pour éviter les pertes inutiles."

## Cibler le bon public

Car si le support a changé, le passage au numérique ne modifie pas fondamentalement les règles. "Si vous imprimez 1 000 prospectus, vous serez prêts à payer plus si vous avez la garantie qu'ils toucheront votre public cible. Pour le ciblage numérique, la stratégie est la même", note notre interlocuteur. Le véritable élément novateur est l'utilisation des data, qui permettent de très facilement cibler. "Et pour une entreprise, quand vous êtes sur LinkedIn, un réseau social qui ne compte que des travailleurs et professionnels, l'intérêt n'en est que plus grand. Vous pouvez y retrouver des informations cruciales, comme le poste et l'employeur des membres: des champs qu'on ne remplit pas forcément sur Facebook, par exemple."

Facebook peut être une solution pour un bon ciblage B2B (Business to business, NdlR) au niveau marketing. "Le coût par clic est plus faible sur Facebook, car moins qualitatif que sur LinkedIn. Mais rien n'empêche de récolter les informations via LinkedIn pour ensuite cibler les utilisateurs sur Facebook..."

Une solution qui, malheureusement, ne peut pas s'appliquer avec autant de facilité pour le secteur RH.

François Thys

## Réponse de LinkedIn

LinkedIn dit s'adapter au marché et aux clients

**Contacté, le réseau social** tient à souligner d'entrée qu'aucune suppression de fonctionnalités n'était à l'ordre du jour pour *Recruiter Lite*. Concernant les prix pratiqués, une porte-parole du réseau social nous explique que les tarifs sont revus de manière périodique pour "s'ajuster aux évolutions du marché et aux améliorations de nos produits. Nous ajoutons continuellement de nouvelles options et opérons des mises à jour pour améliorer l'expérience de la recherche d'emploi et aider les entreprises à trouver et engager rapidement des personnes de talent".

Elle précise également que les tarifs de ses différents produits, dont *Recruiter Lite*, "varient en fonction des besoins particuliers de nos clients en matière de recherche et de recrutement".

# Réforme des droits d'auteur : c'est reparti pour un tour

■ Le texte sur la réforme des droits d'auteur fera l'objet d'un "intercabinets" ce mercredi.

La réforme des droits d'auteur ? On devrait parler de réforme fiscale et on ne parle que de cette réforme. Alors qu'à la base, tout le monde était d'accord sur le fait qu'il fallait limiter les abus dans cette niche fiscale, en trois semaines, le ministre des Finances a réussi à se mettre tout le monde à dos. Et les secteurs visés et ses partenaires de la majorité", lance cette source gouvernementale. Alors que l'avant-projet de loi de dispositions fiscales diverses semblait ficelé, une nouvelle version du texte a été envoyée par le chef de cabinet du ministre des Finances Vincent Van Peteghem (CD&V) ce lundi soir à ses homologues des autres partis. Le secteur IT à nouveau exclu.

## Volte-face

On résume : d'abord, le texte tente de répondre aux quelques remarques formulées par le Conseil d'État mais surtout, il ferme la porte cette fois au secteur IT, lequel avait mené la fronde ces dernières semaines. Alors que le texte lundi ne fermait la porte à aucune profession, croyait-on, volte-face dans la soirée de lundi : le secteur IT est à nouveau exclu du régime fiscal favorable des droits d'auteur. À quoi peut-on le constater dans la nouvelle mouture du texte que nous avons reçu ? Le livre XI, titre 5, du Code de droit économique vise respectivement le droit d'auteur et les droits voisins. La référence au titre 5 du livre XI est donc ajoutée de manière restrictive dans le texte légal afin de le mettre plus adéquatement en concordance avec les objectifs premiers de la loi, tels qu'ils sont rappelés dans l'exposé général.

## Nouvel "intercabinets"

En d'autres termes, on ne pourrait donc plus considérer une ligne de code comme une œuvre littéraire. L'intention apparaît cette fois plus clairement d'exclure le secteur IT.

Le secteur IT serait à nouveau exclu du régime fiscal favorable des droits d'auteur.

Fin de l'histoire ? Pas du tout. Alors que l'on pensait que le Conseil des ministres aurait à lire la dernière version du texte, il y a aura ce mercredi un nouvel "intercabinets" entre experts pour tenter de trouver une solution. C'est donc reparti pour un tour. Une deuxième lecture vendredi devient donc très aléatoire... "Quand on voit la manière dont le ministre a mené les discussions sur cette réforme, on peut se demander comment il va y arriver avec une grande réforme fiscale", ironise l'un de ses partenaires au gouvernement.

François Mathieu