

# PathMotion lève des fonds : la voix des employés comme levier RH

Il y a du nouveau dans la gouvernance de **PathMotion**.

Cofondateur et principal dirigeant de la firme britannique Thomsons Online Benefits (éditrice de solutions RH), Michael Whitfield fait son entrée au comité de surveillance de la SAS parisienne.

Cette nomination [est attestée](#) en parallèle d'une augmentation de capital sur laquelle PathMotion commence à communiquer.

Michael Whitfield y a participé aux côtés du Westminster Group (société d'investissement britannique qui associe immobilier et capital-risque), pour un montant global de **2,5 millions d'euros**.

Une enveloppe que PathMotion mettra à profit pour développer sa « plate-forme d'engagement d'employés à candidats ».

## Ambassadeurs

Utilisé par des références comme Air France, La Poste, McDonald's, Orange et Renault, le service doit accompagner les entreprises dans leurs processus de recrutement, en leur permettant de porter leur marque par la voix de leurs collaborateurs.

Ces « ambassadeurs » peuvent échanger avec les candidats sous deux formes : un module de questions/réponses et des sessions de chat.

Une partie du contenu produit dans ce cadre remonte automatiquement sur les comptes de réseaux sociaux de l'entreprise. PathMotion affirme en assurer par ailleurs l'optimisation pour le référencement dans les moteurs de recherche.

Le point de contact peut aussi bien être une rubrique de recrutement qu'une page Facebook. Des jonctions sont également établies avec des services tiers tel [Jobintree](#), qui a intégré un bouton dans ses annonces de postes.

## Vers la mobilité interne

L'aventure avait débuté en 2009 à Paris, sous l'impulsion de David Rivel et Nassim Ghandour.

Le premier, ancien du Boston Consulting Group, occupe la présidence de la société depuis le démarrage de l'activité. Le second, directeur technique, est à l'origine de la plate-forme de Web TV [Wevod](#).

L'équipe fondatrice comprend un troisième membre : Alon Laniado. Associé au sein du fonds londonien Eternity Capital, il est depuis 2016 DG de PathMotion – et vient d'endosser la

responsabilité de responsable du marketing de contenu.

Un poste est justement ouvert à Londres pour renforcer l'équipe marketing implantée sur ce marché que la société avait investi dès sa phase d'amorçage, à l'heure où Scientipôle la labellisait « start-up innovante ». Sa cible d'alors était notamment constituée d'étudiants. Des universités utilisent d'ailleurs aujourd'hui encore la plate-forme.

Au-delà de la phase de recrutement, pendant laquelle les candidats peuvent connecter leurs profils Facebook et LinkedIn pour des mises en relation plus pertinentes, PathMotion se positionne comme un auxiliaire de mobilité interne et d'accueil des nouveaux collaborateurs.

Certains secteurs sont particulièrement réceptifs à son offre, à l'instar de la bancassurance, avec des clients comme AXA, BPCE, Crédit agricole et Citi.