

COMMENT FAIRE BOUGER LES LIGNES DU RECRUTEMENT ?

Lab Humaninnov IAE Lyon 7 avril 2016



Un compte-rendu de [Patrick Ducher](#), co-fondateur de [Bistrot et Business](#) et auteur du livre [“Entre Preneurs de Jobs”](#)

Le principe des Lab Humaninnov de Patricia Ardillier est ambitieux : faire appel à l’intelligence collective pour susciter le dialogue entre étudiants/jeunes diplômés, les demandeurs d’emploi, les entreprises, les associations et les institutions. Une première édition s’est tenue à l’INSEEC le 13 janvier dernier avec 200 participants. C’est à l’IAE que s’est déroulée la deuxième édition le 7 avril avec comme fil rouge, la volonté de faire bouger les lignes du recrutement. Un parterre de professionnels avait été réuni à son initiative pour tenter de démontrer que l’engagement est contagieux et que le fait de partager des initiatives autour de l’intergénérationnel - le mélange d’expériences entre juniors et seniors pour faire court - est mobilisateur.

Soulignant qu’il est très dur, en France, de créer une fondation d’utilité publique, Patricia Ardillier fondatrice et présidente de la fondation [Humaninnov](#) explique que l’échange d’idées au sein d’une communauté d’acteurs est capable de dynamiser la courbe de l’emploi. Nul besoin de réinventer la poudre elle a plutôt l’envie de prendre le meilleur de chacun, de le dupliquer et d’avancer par petits pas.

Tout d’abord, [Guillaume de Saignes](#), Directeur Opérationnel Sud-Est ADECCO explique que son agence compte 40% de jeunes de moins de 25 ans parmi son 1,7 millions de candidats (rappel : le taux de chômage pour cette tranche d’âge est de 25% en France). Adecco a imaginé un système de CDI en intérim pour des alternants et a de grandes ambitions : amener 120.000 jeunes vers un emploi durable, dont 10.000 alternants. Monsieur De Saignes présente aussi deux mesures dans le cadre de la stratégie [“Way to work”](#) de l’agence :

- Inspiré du street marketing, le concept “Street Day” : 2000 collaborateurs vont à la rencontre des jeunes dans les rues de 36 villes françaises pour leur donner des conseils sur leur recherche d’emploi.
- “1job2boss” : 2000 candidats postulent au poste d’assistant du PDG Monde d’Adecco. Pendant un mois, l’heureux/se élu(e) partage la vie professionnelle de ce haut responsable, une expérience résolument formatrice !

[Ikibal Boinali](#), étudiant en Master à l’IDRAC Business School présente ensuite une bonne pratique d’entreprise - en l’occurrence le contrat de génération mis en œuvre par Casino - un dispositif visant à favoriser le maintien en emploi des seniors, l’insertion durable de jeunes dans l’emploi et la transmission de compétences dans l’entreprise.

Pour trouver un emploi, il faut des outils et des méthodes. [Sébastien Perros](#), dirigeant de la startup Feed est venu présenter un utilitaire de sélection de jeunes diplômés à fort potentiel (“Ker HR Innovation Factory”). Il explique que ces “profils pénuriques, tels des footballeurs, passent désormais par des agents pour choisir leurs futurs employeurs. Ceux-ci sont observés par exemple pendant des apéros informels, puis coachés ... car on ne dit pas tout à un recruteur.

Pour [Cyril Legrand](#), CEO d’[Oxford Leadership](#) - un cabinet conseil implanté internationalement- “le recrutement, c’est ni plus ni moins que le programme de reproduction de l’entreprise”. Il ajoute que les jeunes ne cherchent plus un boss, mais une possibilité d’autonomie. Il replace le candidat dans la perspective du recrutement : la société est un organisme vivant et

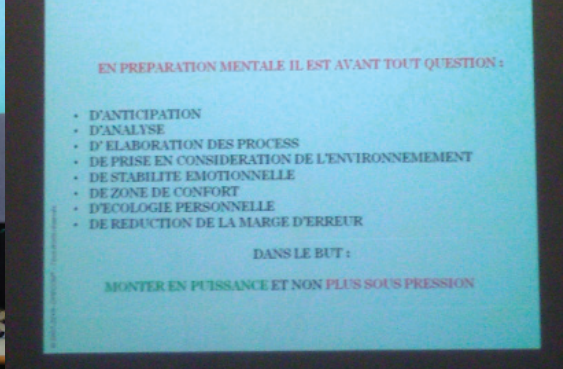
il faut jauger finement comment un candidat peut lui apporter plus. Prenant ses collègues intervenants à contre-pied, il pense qu’il faut cesser d’opposer juniors et seniors et que le grand enjeu de l’intergénération dans le recrutement repose sur le sens que l’on donne à ce qu’on fait, tant du côté de l’entreprise que du candidat, jeune ou moins jeune. Donc, capitaliser sur le meilleur que les deux parties ont à offrir.

La situation actuelle de l’emploi est d’ailleurs symptomatique : les entreprises (PME, ETI) ont de plus en plus de mal à retenir des candidats ou des salariés prometteurs. Pour remédier à cela, il cite l’exemple d’Heineken : les candidats sont placés dans des situations extrêmes afin de révéler leurs “vraies personnalités”. Le but : partant du principe que les compétences sont acquises, il faut s’assurer de leur “intelligence totale” (en gros, leur savoir-être). C’est un véritable enjeu sociétal dans notre pays où le diplôme compte encore beaucoup trop en comparaison de ce qui est fait en matière d’intégration du candidat et de ce qui est attendu de lui. Les entreprises se doivent de développer une approche plus collaborative.

Une affirmation corroborée par [Hervé Beyoux-Panetta](#), coach au sein du cabinet [Opecom](#), notamment formateur auprès de la Fédération Française de football. Pour lui, la moitié d’une performance repose sur le comportement et le mental. Il explique : “Nous avons tous des ressources

“LE RECRUTEMENT, C’EST LE PROGRAMME DE REPRODUCTION DE L’ENTREPRISE”

[la suite ...]



internes que le recruteur doit identifier”. Il va plus loin: 74% des conflits de l’entreprise sont liés à l’humain. En résumé, pour bien travailler ensemble, il faut se comprendre mutuellement, se connaître et se connaître soi-même. Idéalement il faut monter en puissance, pas en pression ! Et par-dessus tout, viser la sainte trinité du bien-vivre son travail qui est :

- Prendre du plaisir
- Etre solidaire
- Viser la performance

Prétexte à “décloisonner le recrutement”, les participants ont été invités à intégrer des tables de discussion pour infuser autour de 4 thématiques afin d’imaginer des solutions concrètes, applicables dans les entreprises :

- Comment améliorer la qualité d’accueil des jeunes en entreprises ?
- Comment mettre en place des entretiens révélateurs de personnalités ?
- Comment casser les codes des entretiens ?
- Comment analyser la satisfaction candidats ?

Le scribe du présent compte-rendu s’est donc retrouvé à la table de six “casseurs du code de l’entretien” aux profils très différents : un chef d’entreprise, une chargée de recrutement, un étudiant, une chercheuse d’emploi, un consultant en communication écrite et une chargée de développement commercial. Le but : définir un enjeu, un mode opératoire et le présenter face au jury présidé par **Christophe Des Arcis** - DRH Euronews. Avec également **Patricia Ardillier** (présidente de la fondation Humaninnov), **Sandrine Chassigneux** (fondatrice du

cabinet RH **Amaudeo**). Le principe est inspiré de la “Waoup Innovation Night”, une initiative parrainée notamment par l’École catholique d’Arts et Métiers (ECAM) de Lyon.

Exercice délicat à plusieurs titres : comment en environ 30 minutes et dans un grand vacarme unifier et fédérer des idées disparates, les synthétiser, trouver une façon originale de mettre en œuvre un concept et livrer cela devant un public ? Et puis se dire qu’il y a toujours un imprévu : en l’occurrence, mixer son idée avec celle d’une table voisine qui a travaillé sur un sujet connexe et improviser un scénario de présentation en 3 minutes. Notre “team”, sous l’impulsion de **Margaux Raab** de **Neo Jobs** avait imaginé une entreprise qui recruterait des “candid’acteurs” à travers une chasse aux trésors : le recruté potentiel est chargé d’une vraie mission au

“NOUS AVONS TOUS DES RESSOURCES INTERNES QUE LE RECRUTEUR DOIT IDENTIFIER”

sein de l’entreprise. Originalité de la démarche : tout le personnel est impliqué dans le recrutement ! Le candidat devra aller à la pêche aux informations pour mener à bien la dite mission. Il devra faire preuve de nombreuses qualités “en live”: capacité de négociation, improvisation, jugement, échange...

Entreprises, candidats ... Yapluka ! ■

Ci-dessous : plusieurs membres du **B’n’B** lauréats de la “battle de pitch” présenté par le co-fondateur Patrick Ducher sur le thème “Comment casser les codes des entretiens ?”

De gauche à droite : Florence Cottier, Estelle Reynaud, Pascale Collet, Laurence Nicvert et Patrick Ducher. Participait également Yves Le Gal.



Ce compte-rendu vous est offert par **Patrick Ducher**, conseil en stratégie rédactionnelle (www.patrick-ducher.com). Patrick propose aux entreprises et associations le compte-rendu de leurs événements [Tel. 06 7111 8816].