

MEET → IN

©BEDOUK

OCTOBRE 2009 - N°104

OUTGOING

3 JOURS, 2 NUITS
7 DESTINATIONS

PRESTATAIRES

Les agences tourisme d'affaires
revoient leur copie

Une publication de
BEDOUK
Meetings & Events Media

Passer un entretien n'est jamais une partie de plaisir. Entre stress et perte de moyens, l'exercice peut rapidement virer au cauchemar. Pour dédramatiser la démarche et miser sur une « certaine » convivialité, quelques sociétés ont choisi l'événementiel pour recruter.

→ ADRESSES DE LA RÉDACTION page 58

Le Gifas met à profit le Salon du Bourget pour recruter via le Forum Air et Espace.



Recruter en live

Soit au travers d'un espace dédié à l'embauche dans une manifestation, soit d'une opération entièrement consacrée à la recherche de nouveaux collaborateurs, les entreprises utilisent régulièrement l'événement pour leur recrutement. Ainsi, depuis 20 ans, le Gifas (Groupement des Industries Françaises Aéronautiques et Spatiales) allie-t-il plaisir et carrière. Dans le cadre du Salon du Bourget qui se tient tous les deux ans, le groupement permet aux jeunes visiteurs de s'informer auprès des professionnels présents et de découvrir différents métiers d'avenir au sein d'un pôle Emploi/Formation. « Le Forum Air et Espace réunit une soixantaine d'intervenants du secteur : entreprises aéronautiques et spatiales, compagnies aériennes, défense nationale et établissements de formation, expli-

que Claude Bresson, directeur des affaires sociales et de la formation du Gifas. *L'industrie aéronautique et spatiale française génère des emplois hautement qualifiés en raison de ses exigences technologiques. L'idée est de mettre l'emploi à l'intérieur d'une approche axée sur l'information* ». Conseils personnalisés, navigation sur un espace web dédié, consultation libre de la médiathèque de l'espace et de l'aéronautique, offres de stage, dépôts de CV, etc. ont été mis en œuvre pour répondre à toutes les questions des potentiels candidats. Le concept, qui a fêté cette année sa 16^e édition, a été décliné en octobre dernier sur les Champs-Élysées à l'occasion du centième anniversaire du Gifas. Orchestré par Magic Garden Agency, l'événement comprenait également une grande expo « 100 ans de l'industrie

MEET>IN ■ OCTOBRE 2009

aérospatiale Française ». Chez Disneyland Resort Paris, l'événementiel est au cœur du recrutement depuis quelques mois. « Dans un souci de cohérence avec nos valeurs, nous souhaitons offrir à nos candidats une expérience Disney », souligne Jean-Noël Thiollier, directeur emploi et rémunérations à Disneyland Resort Paris. En fonction des cibles, la société a choisi des univers très différents. La série a commencé en mars dernier avec les iDNight, en partenariat avec iDTGV. Une véritable agence de recrutement sur rail. Des professionnels de Disneyland Resort Paris ont investi une voiture dans trois trains à destination de Nice, Perpignan et Hendaye. Leur mission : présenter des opportunités d'emploi et faire passer des entretiens d'embauche aux étudiants qui le souhaitent. Le tout dans une ambiance festive et ludique.

Le deuxième événement, qui s'est tenu le 15 juin dernier à la Cité Internationale Universitaire à Paris, a réuni plus de 20 professionnels des RH de Disneyland Resort Paris et près de 400 étudiants français et étrangers pour une session de recrutement organisée autour d'un pique-nique géant orchestré par Instants de Bonheur. « Nous voulions faire vivre une expérience de convivialité », poursuit Jean-Noël Thiollier. Sans oublier de présenter notre savoir-faire en matière d'accueil, de spectacle et de services ». Ainsi, au-delà de la possibilité de passer des entretiens, les candidats

« Dans un souci de cohérence avec nos valeurs, nous voulons faire vivre à nos candidats une expérience Disney. »

ont pu profiter d'une multitude d'animations : masseurs pour se décontracter, borne photo « carte postale » pour garder un souvenir, décoration éphémère type « prairie verte » pour se détendre. Les postes, principalement des CDD, concernaient la période de juillet et août ainsi que celle des fêtes d'Halloween et de Noël. Ce pique-nique inédit s'inscrit dans le cadre d'une large campagne multiculturelle pour aller à la rencontre des étudiants en Europe. Dernier rendez-vous mis en place : une vague de recrutement dans un bus spécialement affrété. « Avec un bus itinérant aux couleurs de Disney, nous sommes allés à la rencontre de celles et ceux qui n'ont pas forcément les moyens de se déplacer pour passer des entretiens ou pour découvrir la diversité de nos métiers : parents isolés, ruraux, personnes à mobilité réduite... ». Les candidats sélectionnés ont signé des contrats pour la saison hivernale qui pourraient par la

LE COACHING PAR LE CHEVAL

On connaît les liens très forts qui unissent l'homme et le cheval. Gérard Dorsi et Guillaume Antoine, fondateurs de la société 3gb Horses & Coaching, ont ainsi développé une approche unique en France qui a pour objectif de marier les activités de coaching des hommes et de connaissance du cheval. « Il existe un parallèle évident entre les approches du management et du dressage en manège, souligne Guillaume Antoine. En mettant un homme face à un cheval, il est assez facile de se faire une idée de ses compétences relationnelles, de ses aptitudes et de ses freins ». Une

expérience vivante où le cheval intervient comme un révélateur fiable des comportements, c'est ce qu'on appelle l'effet miroir. « Il s'agit de développer plusieurs approches – établir une relation ou exercer une autorité – et de voir les réactions du cheval. Nous sommes ici dans le domaine de l'émotionnel et non de l'intellectuel. Dans le cadre d'un recrutement, c'est un volet qu'il ne faut pas négliger ». La séance de « diagnostic » peut se faire en individuel ou en collectif (6 à 8 personnes).

suite déboucher sur des CDI. « Ces expériences ont eu pour mission de dédramatiser l'exercice du recrutement et de donner une image la plus proche possible de ce qu'ils vont découvrir en entrant chez nous », conclut Jean-Noël Thiollier.

Une fois embauchées, il est aussi important de fidéliser ses recrues. Areva NC, filiale du groupe éponyme, décline avec Be a live « la corvention ressources » dans le cadre d'un dispositif d'intégration RH. « L'objectif est de fidéliser les jeunes cadres haut potentiel et réussir leur intégration pérenne », explique Bertrand Fourmond, directeur général de l'agence. De par le succès de la première édition, la direction des ressources humaines du groupe a opté pour son développement et son extension. Ainsi, l'ensemble des jeunes cadres nouvellement recrutés ont été visés chaque année depuis 2004 par ce programme, soit environ 150 personnes par an. ■

MEET>IN ■ OCTOBRE 2009