



DAMIEN RISO

Directeur associé,
I&C - ABV FRANCE

Comment attirer les compétences dans l'industrie, et en dehors des grandes villes ?

Cyrille BOUREAU, DRH du groupe WALOR, conjugue une expérience du terrain solide et des compétences d'accompagnement individuel en tant que coach. Il nous livre aujourd'hui son analyse.

Leader européen de la fabrication de pièces forgées et usinées pour l'industrie automobile, +60 % de chiffre d'affaires sur les 4 derniers exercices, présent à l'international, 10 sites et près d'un millier de collaborateurs en France, le groupe WALOR est une success story et continue de recruter pour accompagner sa croissance. Pourtant, comme beaucoup d'ETI françaises, il doit faire face quotidiennement aux contraintes d'une industrie qui n'attire plus, d'une activité B to B méconnue du grand public, de métiers traditionnels qui éloignent encore plus, d'implantations territoriales au solde migratoire négatif, de la faible notoriété des sites à taille humaine.

Les bonnes pratiques, celles qui fonctionnent, il les énumère très simplement :

- « Les salariés parlent le mieux de l'entreprise, il faut leur donner la parole ». Il favorise l'interrogation interne, auprès des collaborateurs d'usines, parfois même pour s'exprimer sur le site institutionnel de l'entreprise. L'organisation a été repensée pour interroger régulièrement les collaborateurs.
- Rendre visible la fierté du travail, et l'entretenir. La mise en place de vidéos d'usines s'adressant à d'autres usines a rencontré un vif succès. Dans d'autres cas, des photos de



Cyrille BOUREAU

DRH du groupe
WALOR

collaborateurs, individuelles ou collectives, ont été mises en valeur sous différents formats de communication. Les enjeux de valorisation sont forts et la fierté d'appartenance a des bienfaits durables.

- Stop au « vivons heureux, vivons cachés ». Ouvrir les portes des usines suscite l'intérêt local, stimulé d'abord par les familles de salariés, relayé ensuite par la presse locale, puis les écoles et les agences pour l'emploi. Cette pratique améliore l'image de la société et la situe sur le radar du marché de l'emploi.
- Travailler la marque employeur. Cela passe par une revue des processus et des outils pour professionnaliser les RH généralistes et aider les managers à optimiser la relation avec les candidats. La création de groupes de travail a dynamisé la performance de la marque employeur.
- Monitorer l'expérience candidats. Challenger le processus de recrutement est un travail perpétuel qui nécessite de mener deux types d'étude : « donner la parole aux candidats recrutés est aussi important que donner la parole aux candidats non recrutés ». Derrière l'intérêt témoigné au candidat, au dialogue conservé, quelle que soit l'issue du processus de recrutement, il y a un retour d'informations précieux pour améliorer l'expérience candidat.
- Piloter, toujours et encore. Le Comité de pilotage est un outil qui fonctionne, lorsque la préparation et la fréquence des réunions sont respectées pour discuter des sujets du mois, des procédures et des standards.

Aujourd'hui, Cyrille vise des moyens de communication aux effets de leviers locaux plus forts : réseaux sociaux, voire sponsoring d'équipes, ou le financement des actions de collaborateurs pour être plus exposé, car c'est l'enjeu de l'attractivité des industries en France. ●