

## *Dossier*

# COMMENT VALORISER SON ENTREPRISE POUR MIEUX RECRUTER ?

Certes l'activité du Bâtiment se porte bien.

Toutefois la reprise après le premier confinement sanitaire s'est heurtée aux pénuries de matériaux et, en parallèle, à des problématiques de recrutement. Si les difficultés sont présentes de longue date dans le secteur, elles se font plus criantes encore aujourd'hui. Preuve à l'appui : en dépit de carnets de commandes remplis, les artisans et entreprises n'arrivent pas forcément à faire correspondre leur main-d'œuvre avec leur niveau d'activité.

Comment faire pour attirer les candidats et les fidéliser ?

Comment rendre attractifs les métiers du bâtiment trop souvent dévalorisés ? Comment une entreprise de la construction/rénovation peut-elle aujourd'hui se démarquer ?

Voici nos bonnes pratiques pour réussir vos recrutements.



# LES ENTREPRISES DU BÂTIMENT ONT DE PLUS EN PLUS DE MAL À RECRUTER

**L'OBSERVATOIRE DES MÉTIERS DU BTP A IDENTIFIÉ 18 MÉTIERS EN TENSION DANS LE BÂTIMENT DONT PLÂTRIER-PLAQUISTE, INSTALLATEUR DE POMPES À CHALEUR, MENUISIER, PLOMBIER, PEINTRE, REVÊTEMENT SOL, COUVREURS, ÉLECTRICIENS...**

## **UN SECTEUR DU BÂTIMENT QUI SOUFFRE DE SON IMAGE**

Les métiers du bâtiment, souvent méconnus et peu valorisés, peinent à attirer des candidats. La réalité des conditions d'emploi et de travail (travail en extérieur, horaires décalés, déplacements, port de charges lourdes, etc.) est souvent jugée peu attractive. Certains métiers tels que maçon, électricien ou plâtrier-plaquiste souffrent en effet d'une méconnaissance qui demande à être corrigée. Par exemple, un coup de projecteur sur les évolutions techniques et technologiques récentes dont ils bénéficient, de même que les perspectives de carrière, pourrait certainement susciter des vocations.

## **DES RECRUTEMENTS JUGÉS DIFFICILES PAR LES ENTREPRISES**

S'ajoutant aux difficultés déjà grandes concernant l'attractivité des métiers : 70 % des recrutements sont jugés difficiles selon les entreprises de la construction ayant essayé de recruter au cours des trois dernières années (source : enquête BMO de Pôle emploi). Beaucoup de professionnels disent recevoir peu de candidatures correspondant à leurs exigences. D'après l'étude de l'Observatoire des métiers du BTP sur les tensions dans

le recrutement, les entreprises déplorent fréquemment le manque d'expérience, l'absence de qualification des candidats ou la motivation et le savoir-être des candidats, une difficulté souvent perçue par l'ensemble des entreprises qui estiment que les personnes « ne veulent pas travailler » ou ont parfois des exigences trop élevées.

## **L'APPRENTISSAGE EN VOGUE, MAIS TOUJOURS UN MANQUE DE FEMMES**

Après un cru 2020 déjà qualifié d'historique (+7 %), les chiffres de l'apprentissage pour 2021 ont battu un nouveau record : 718 000 contrats d'apprentissage ont été signés l'an dernier, soit une hausse spectaculaire de 37 % par rapport à 2020 selon les chiffres du Gouvernement. Si les aides à l'embauche des jeunes n'y sont pas étrangères, grâce notamment au plan «un jeune, une solution» instauré dans le cadre de France Relance, cela témoigne tout de même d'une appétence des jeunes pour se former à des métiers manuels.

En revanche, le secteur reste toujours difficile pour les femmes qui représentent seulement 12 % des salariés du BTP dont 1,3 % sur les chantiers. Si l'évolution reste lente, le secteur œuvre pour être attractif auprès de la gent féminine.

### COMMENT VALORISER SON ENTREPRISE POUR MIEUX RECRUTER ?



# MODERNISER L'IMAGE DE SON ENTREPRISE GRÂCE À LA MARQUE EMPLOYEUR

La marque employeur est généralement définie comme « l'ensemble des questions d'image de marque liées au recrutement d'une entreprise ».

Si de nombreuses grandes entreprises ont déjà mis en œuvre des actions visant à moderniser leur image, notamment auprès des jeunes et des personnes en réorientation, les entreprises plus petites prennent peu à peu conscience de l'importance de développer leur marque employeur pour parvenir à attirer des candidats et fidéliser leurs salariés. Elles portent en effet une attention grandissante à l'image qu'elles renvoient, aux conditions de travail et d'emploi qu'elles proposent.

#### **MARQUE EMPLOYEUR : LES BONNES PRATIQUES**

Travailler sa marque employeur a deux avantages concrets. Primo, vous fidélisez vos salariés en vous assurant de leur bien-être au sein de l'entreprise. Deuxièmement, vous attirez les candidats en partageant cet état d'esprit positif à l'extérieur. Voici quelques pistes :

#### • **Travaillez l'image de votre entreprise**

Faites la promotion de votre entreprise en relayant votre actualité sur Internet et les réseaux sociaux. Montrez votre exigence de qualité et la vie de votre entreprise, ce seront des arguments en votre faveur aussi bien pour vos clients que pour des candidats.

#### • **Valorisez les salariés de l'entreprise**

Réalisez des portraits des salariés de l'entreprise, partagez leurs réalisations, leurs réussites... Encouragez-les à prendre part aux compétitions internationales des métiers. Elles sont valorisantes pour les jeunes qui s'investissent, mais aussi pour vous, employeur, qui transmettez votre passion et votre savoir-faire.

#### • **Différenciez-vous sur les avantages**

Lors de l'embauche, la rémunération n'est pas le seul critère de choix. En proposant des avantages supplémentaires, vous vous démarquerez des autres entreprises. Prise en charge de la mutuelle, journées de cohésion, horaires aménagés... Les options sont multiples et à votre main.

#### • **Prenez le temps d'accueillir vos nouveaux salariés**

C'est une étape importante pour bien intégrer votre nouvel élément. Formalisez son arrivée par un kit d'accueil (livret, EPI, goodies de l'entreprise, etc.), présentez-le aux équipes et sensibilisez-le aux enjeux sécuritaires. Planifiez régulièrement des temps d'échanges et d'écoute avec vos salariés pour recueillir leurs ressentis et leurs avis.

# QUELS CANAUX POUR RECRUTER ?

## 1 Les plateformes d'emploi en ligne

Particulièrement celles dédiées au secteur du bâtiment (emploi**bt**p.com, carriere-b**tp**.com, pme**bt**p.com...)

## 2 Les réseaux sociaux

Faites jouer votre réseau en publiant vos annonces sur vos pages. LinkedIn, Facebook sont très utilisés pour partager une offre d'emploi.

## 3 La reconversion professionnelle

Rapprochez-vous des écoles de la Rénovation ou même des bases militaires pour découvrir de nouveaux profils intéressés par le monde du bâtiment. Il existe notamment un centre militaire de formation professionnelle en Vendée.

## 4 L'alternance

Profitez des nombreuses aides allant jusqu'à 8 000 € pour former vos futurs salariés

## 5 La cooptation

Encouragez vos salariés à proposer des candidats dans leur entourage, ce sont les plus à même de vendre l'entreprise et cibler les profils adéquats



**À NOTER** Synerciel est partenaire de l'école de la Rénovation énergétique de Bordeaux, laquelle organise régulièrement des « job-datings » pour faire se rencontrer entreprises et postulants. Intéressé ? Écrivez à Caroline BERNARD-DENDE, directrice de l'ÉRE à [c.benard-dende@e-re.org](mailto:c.benard-dende@e-re.org)

# LUC BARILLON, ADHÉRENT SYNERCIEL : « PRENDRE SOIN DE SES SALARIÉS EST PRIMORDIAL »



Dès son arrivée à la tête de l'entreprise Leboeuf Fillon en 2019, Luc Barillon n'a pas hésité à faire preuve d'audace pour avoir du personnel qualifié et le fidéliser. Instauration de la semaine de quatre jours, prise en charge à 100 % de la mutuelle complémentaire, réévaluation de la grille salariale, prime d'intéressement trimestrielle, plan épargne-entreprise... Le plan social satisfait aussi bien la direction que les salariés de la PME de plomberie, chauffage et climatisation de Reignac-sur-Indre (37).

#### DES INITIATIVES QUI PROFITENT À LA MARQUE EMPLOYEUR

« La semaine de travail de quatre jours a été l'élément propulseur auprès de l'ensemble des salariés. Aujourd'hui, c'est notre marque employeur. Les électriciens, plombiers et chauffagistes effectuent leurs 35 heures sur quatre

*jours. Ils ont plus de temps libre pour leur famille et leurs loisirs. Travailler en binôme du lundi au jeudi ou du mardi au vendredi permet le partage des connaissances et des expériences, mais aussi du savoir-faire et du savoir-être. C'est plus motivant ! »*

Cette politique sociale en faveur du personnel présente des avantages : « Les gars ont un jour de congé en plus sans perte de salaire. L'entreprise gagne en efficacité, tout en faisant des économies sur les frais de paniers et de déplacement. C'est du gagnant-gagnant », assure Luc Barillon.

#### LES AVIS CLIENTS : LE BAROMÈTRE SOCIAL DE L'ENTREPRISE

Preuve à l'appui : les avis clients et les commentaires élogieux sur le personnel publiés sur le site Internet de l'entreprise (via Eldo). « Je mets un point d'honneur à éditer tous les mois le baromètre de satisfaction. Cela

permet de booster la motivation de mes collaborateurs », souligne l'ex-cadre commercial du groupe Saint-Gobain.

#### LE BOUCHE-À-OREILLE SUFFIT POUR RECRUTER

La PME qui ouvre un cinquième point de vente à Sainte-Maure-de-Touraine va prochainement regrouper ses équipes à Loches dans un nouveau bâtiment. En trois ans, ses effectifs sont passés de 13 à presque 50 salariés. « Je recrute de nouveau 8 personnes, explique le dirigeant qui mise sur le bouche-à-oreille dans un secteur pourtant réputé en tension. Le fait de proposer plusieurs agences à proximité facilite la captation de candidats. Je ne cherche pas des champions du monde, plutôt des personnes efficaces, soignées, avec une attitude positive. J'attache beaucoup d'importance au savoir-être. Je me mets toujours du côté client. »