Définir une stratégie d’intégration durable
des jeunes en entreprise en 6 étapes

# ANTICIPER LES BESOINS EN RECRUTEMENT

* Définir les besoins en remplacement à partir du système de gestion anticipée des âges.
* Définir les besoins en création de postes à partir du système de gestion anticipée des emplois.
* Préciser les capacités de l’entreprise à accueillir les jeunes alternants et les stagiaires de l’école.

# ÊTRE UNE ENTREPRISE ATTRACTIVE POUR LES JEUNES

Nous vivons dans un monde de communication et **l’entreprise doit être en capacité de mettre en valeur ses produits et services mais plus encore son mode d’organisation et ses valeurs**.

Certes les petites et moyennes entreprises ne peuvent pas souvent se prévaloir d’une dimension internationale mais elles peuvent valoriser d’autres critères importants pour les jeunes candidats : l’ancrage géographique et économique, la formation, l’innovation…

**La marque employeur reflète l’identité de l’entreprise**. Elle lui permet de se présenter sur le marché du travail de manière originale ou distinctive, et sert à promouvoir son positionnement voulu.

Avec l’avènement des réseaux sociaux notamment, **travailler sur son image** ne se résume plus aujourd’hui seulement à une affaire de moyens financiers, cette action témoigne également d’une réelle volonté d’y parvenir. Les jeunes sont sensibles à la réputation mais plus encore à la volonté de l’entreprise de communiquer sur ce qu’elle est... et ce qu’elle fait.

La capacité de l’entreprise à attirer les jeunes repose principalement sur les critères suivants :

* **L’ambiance de travail**, le contenu et la qualité du travail, l’esprit d’équipe qui fait de l’entreprise un lieu stimulant
* **La réputation de l’entreprise vis-à-vis de ses parties prenantes et en particulier de ses clients,**
* **La compatibilité entre l’entreprise et le candidat** : des valeurs identiques ou proches
* **Les attributs liés au poste** (rémunération, conditions de travail, équilibre vie privée/professionnelle…).

# BIEN DIFFUSER SES OFFRES

Il est nécessaire aujourd’hui de diversifier ses modes de sourcing et d’utiliser un système de diffusion multicanal des offres d’emploi : sites emploi, presse spécialisée, salons et forums de recrutement, page entreprise sur un réseau professionnel, sites RH, page Facebook RH, compte Twitter RH, applications mobiles…

Selon l’enquête réalisée par « RegionsJob » en 2014 auprès d’un échantillon de 354 recruteurs, les sites emploi et RH devancent la presse magazine spécialisée (49%) et sont plébiscités avec 86% d’utilisateurs.

Pour se faire connaître et attirer les jeunes, les entreprises participent à des forums spécialisés, établissent des partenariats avec des écoles, sont présentes sur les réseaux sociaux - Linkedln, Facebook, Viadeo - proposent des stages d’été, des emplois temporaires, des contrats de professionnalisation et d’apprentissage

# RECRUTER MIEUX

Le recrutement est passé d’une logique de qualification (diplôme, formation) à une logique de compétences (aptitudes et savoir-être).

Aujourd’hui, on tend à dépasser ce paradigme de la compétence **en s’intéressant plus globalement à la personne que l’on va recruter et aux qualités spécifiques qu’elle détient**.

Pour cela, le recruteur va privilégier **la recherche des appétences et caractéristiques de la jeune personne plutôt qu’un parcours professionnel qui ne révèle pas son potentiel**.

**La capacité d’adaptation est un critère essentiel.** Elle fait du savoir-être un élément central du choix.

S’intéresser sur ce point à des profils atypiques de jeunes est une démarche profitable pour l’entreprise : **ces jeunes personnes disposent d’atouts intéressants qu’ils ne savent pas toujours valoriser.**

Si le dirigeant préfère ne pas prendre de risque lors d’un recrutement, il refuse parfois par là-même de faire un pari qui peut s’avérer être le choix gagnant.

La recherche de la diversité des profils au sein d’une organisation est un élément qui concourt à développer la performance collective dès lors que l’on saura intégrer le nouvel arrivant.

L’enjeu d’un recrutement n’est pas seulement l’apport d’une ressource qui vient s’ajouter à un collectif existant, **c’est une compétence qui va interagir avec les autres et faire évoluer l’ensemble des membres du groupe**.

**La relation de confiance avec la nouvelle recrue prend essence dès le processus de recrutement**. Les jeunes recherchent une relation directe et authentique. Il est important à ce titre, de ne pas « survendre » le poste ou de s’aventurer à faire des promesses qui pourraient ne pas être tenues.

Ce langage de vérité doit permettre de préciser les règles de fonctionnement non négociables : gestion des horaires, contraintes du poste (hygiène, sécurité,), codes vestimentaires…

# AIDER LE JEUNE ENTRANT À TROUVER SA PLACE DANS L’ENTREPRISE

Une entreprise qui se veut accueillante doit être capable de prendre en charge le jeune entrant dès son arrivée et l’accompagner de façon à faciliter son inclusion.

Le jeune doit toutefois trouver sa place par lui-même.

Sa recherche d’informations doit lui permettre de s’approprier son « territoire ».

# SAVOIR FIDÉLISER LES JEUNES RECRUES

Ce n’est pas seulement grâce à des stimulants matériels - rémunération, cadre de travail - que l’entreprise fidélisera ses jeunes recrues.

Preuve en est le départ de ces derniers du fait des pratiques managériales.

Le dirigeant doit s’attacher à mettre en œuvre un management adapté aux attentes et au fonctionnement des nouvelles générations

# METTRE EN PLACE UN SYSTÈME INTÉGRÉ DE GESTION DES COMPÉTENCES

Pour une intégration durable des jeunes dans l’entreprise, il faut **inscrire le processus dans une démarche plus globale de gestion des compétences**, conçue en référence au cycle de vie professionnel et apportant des réponses spécifiques à chaque étape de vie du salarié.