

**Entreprises de  
l'IAA en Nouvelle-  
Aquitaine....**

**Comment recruter  
et fidéliser vos  
salariés?**



# Quels sont nos points forts?

## **Les entreprises IAA de la Nouvelle-Aquitaine sont toutes fières de leurs produits:**

*Des produits issus de matière vivante, transformés dans des règles d'hygiène et de sécurité maximale, pour nourrir qualitativement la planète. Des produits vendus directement aux consommateurs avec le développement des circuits courts, des marques qui proposent des véritables expériences clients à travers leurs produits.*

- Produits naturels, sains,
- Produits d'exception
- Produits de qualité

## **Les entreprises IAA de la Nouvelle-Aquitaine ont toutes une histoire à raconter:**

*Des entreprises dynamiques qui entretiennent une proximité territoriale avec tous les acteurs locaux, des entreprises qui développent l'économie du territoire et de l'agro-alimentaire en participant aux groupements économiques locaux,*

- Une histoire familiale
- Une histoire territoriale : ancrage local, valorisation du terroir,
- Une histoire de production : à la croisée des chemins entre tradition artisanale et innovation industrielle

## **Les entreprises IAA de la Nouvelle-Aquitaine ont toutes un véritable projet d'entreprise auquel chacun contribue :**

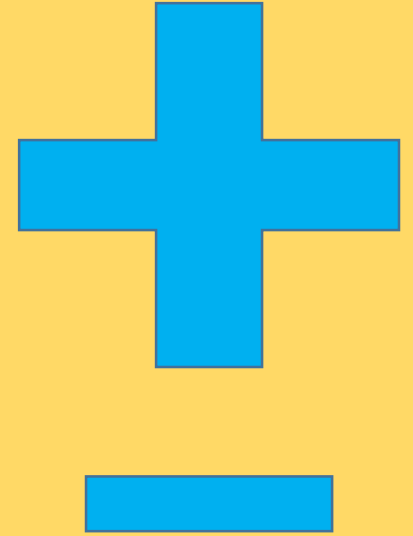
*Dans la société civile, la question alimentaire est en pleine transformation des usages, des consommations, des méthodes de production, etc. L'IAA est au carrefour de cette re(co)naissance et vit une croissance qui nécessite l'implication et l'engagement de toutes ses parties prenantes, dont les collaborateurs.*

- Relever un challenge: accompagner la forte croissance de l'activité et soutenir le développement des marques
- Rejoindre une équipe: solidarité, entraide, dynamisme
- Créer des nouveautés: tous acteurs de la R&D et tous acteurs de l'amélioration continue

## **Les entreprises IAA de la Nouvelle-Aquitaine ont toutes un projet professionnel à proposer:**

*L'IAA est un secteur créateur d'emplois, qui innove, qui ose faire différemment de sa concurrence pour se démarquer, et qui prend des initiatives pour et avec ses collaborateurs.*

- Un savoir-faire unique à partager
- Une polyvalence des métiers et des postes
- De l'apprentissage à la direction de l'entreprise, tous les parcours sont possibles

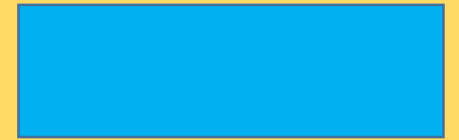


**Capitaliser  
sur nos  
atouts**

# Quelles sont nos défis territoriaux et sectoriels?

## À produits uniques, conditions de travail uniques

- Depuis des territoires parfois isolés, nos sites de productions offrent à nos collaborateurs et leurs familles une **qualité de vie** prisée et recherchée, authentique et créatrice de liens entre les Hommes.
- Parce que la matière que nous travaillons est vivante, c'est elle qui dicte l'organisation de notre journée, loin des pointeuses et des horaires fixes. Notre activité est **respectueuse de son environnement**.
- Nos clients sont exigeants. C'est pour eux et grâce à eux que nous devenons meilleurs chaque jour. Nous nous adaptons en permanence à la demande et aux exigences de qualité attendues par le consommateur. Nous sommes des **entreprises innovantes et agiles**.
- Parce qu'il n'est de qualité sans labeur, nos métiers sont difficiles, parfois dans des conditions qui requièrent de l'engagement, de la volonté, de l'envie, de la pugnacité. La **reconnaissance des consommateurs** qui s'expriment spontanément sur la qualité de nos produits n'ont d'égal que **notre fierté** d'y avoir contribué.




**Faire de nos  
difficultés des  
opportunités**

# Comment fidéliser en interne nos collaborateurs?

Vos entreprises sont pilotées par des dirigeants **emblématiques** qui portent une réelle **ambition** pour l'entreprise. Leur vision mérite d'être formalisée dans un **projet d'entreprise** connu et compris de tous.

Vos entreprises prospèrent grâce à des équipes **investies et engagées**, qui savent faire face aux transformations liées à la croissance et à ses impacts en termes de charge de travail. **Les managers** de sont les premiers acteurs pour entretenir les conditions de cette motivation.

Vous avez des métiers exigeants, qui nécessitent des **expertises** pointues et en même temps qui offrent une **polyvalence** des postes, une **diversité** des métiers et demande une forme **d'agilité**, une certaine capacité d'adaptation. Rendre votre organisation performante nécessite une bonne communication interne.



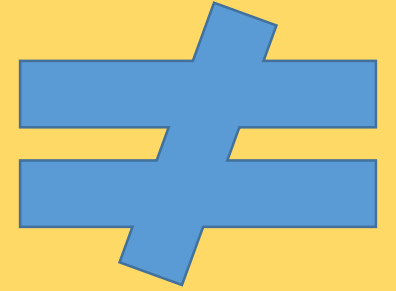
PROJET: En partant de la **raison d'être** de l'entreprise, formaliser un projet à proposer aux collaborateurs, une **ambition** pour l'équipe, une **vision** pour l'entreprise. **Donner envie** à chacun de s'engager dans le projet. **Donner un rôle** à jouer à chacun et **reconnaître** la personne qui tient ce rôle en tant qu'individu et professionnel.

MANAGEMENT: Les managers sont les **pivots**, les **piliers**, les **relais**, etc. de l'organisation. Ils sont et ils font **le lien** entre tous, les hommes, les métiers, les enjeux. Ils doivent être conscients de leur rôle. Ils doivent être **accompagnés et formés** pour passer une **posture d'expert technicien à expert facilitateur**.

COMMUNICATION: La communication doit être **globale**. Valoriser les **produits**, valoriser les **hommes et les femmes**. Valoriser les **savoir-faire**, valoriser les **talents** et les compétences. La communication doit être poreuse **interne, externe**. La communication doit être aussi **cohérente** que vos stratégies (RSE, commerciales, interne, etc.)

## Les 3 incontournables

# **Ce qui se fait à l'intérieur, se voit à l'extérieur.**



En complément de ce qui fait votre force sectorielle aujourd'hui, il vous faut nourrir votre promesse RH. Il est indispensable de rester cohérent entre le discours et le réel.

Vos collaborateurs sont les premiers ambassadeurs de votre marque employeur. Plus vous répondez à leurs attentes vis-à-vis de leur employeur, plus vous gagnerez en notoriété spontanée.

**1**

**Connaître ses collaborateurs (et futurs collaborateurs) et ce qu'ils attendent de leur relation avec leur employeur**

**2**

**Créer une stratégie de fidélisation interne aussi forte que votre stratégie de fidélisation client avec une vision globale et interdépendante des différentes parties prenantes**

**3**

**Créer de la valeur en interne en nourrissant à minima vos 3 incontournables**

# Un discours à 2 volets pour attirer des candidats ?

ZOOM sur le secteur d'activité et le métier

[Exemples\*]

- La qualité du produit et son rayonnement sur la santé, le plaisir, le bien-être des consommateurs,
- La responsabilité économique, sociale et environnementale de votre activité sur son territoire,
- L'innovation permanente requise pour satisfaire aux enjeux réglementaires et commerciaux et l'impact sur la richesse des métiers

ZOOM sur l'entreprise et son fonctionnement

[Exemples\*]

- Les engagements en termes d'hygiène pour le produit et les investissements sécurité pour les Hommes qui le fabriquent
- Le respect de chaque salarié en tant qu'individu et professionnel dans son métier
- L'accompagnement des parcours individuels et collectifs pour co-construire ensemble un projet commun

# Comment rédiger une annonce?

## Présentation de l'entreprise et de son projet

Raconter l'histoire de l'entreprise, inviter les candidats à entrer dans l'aventure

## Présentation du partenariat

L'entreprise et le candidat s'engagent dans un partenariat dans lequel chacun apporte sa valeur ajoutée. Le candidat doit savoir dans quels champs d'action il pourra apporter cette valeur ajoutée, quel rôle il va jouer.

## Profil du candidat

Votre entreprise porte et incarne des valeurs qui vous sont propres. Vos collaborateurs partagent les mêmes principes d'action. Votre candidat doit avoir la personnalité, le savoir-être correspondant à votre culture d'entreprise. Votre annonce doit vouloir lui dire « c'est toi que je veux parce que ... »

## Présentation des conditions d'emploi

L'entreprise présente ici des éléments de sa contribution au partenariat.

## Pour s'inspirer

Nous sommes une entreprise qui fait raisonner le mot respect à tous les étages. Respect de notre produit, respect de notre territoire, respect de nos clients et surtout respect de nos collaborateurs. L'entreprise a été créée avec l'ambition d'offrir aux consommateurs des produits sains, élevés et fabriqués selon des savoir-faire et des technicités qui nous sont propres et que nous transmettons à tous nos collaborateurs. Notre projet aujourd'hui est de prendre le chemin de l'innovation, pour nos produits, nos outils de production et notre fonctionnement.

Nous sommes à la recherche d'un-e [poste] qui aura le plaisir de mettre au service de ce projet ses talents et ses compétences [décrire]. Nous sommes [nombre] collaborateurs et nous avons en commun un profond engagement en [selon votre entreprise]. Votre esprit [décrire], et votre personnalité [décrire] vous permettront d'apporter à l'équipe le maillon manquant pour atteindre nos objectifs.

[conditions du poste]



# Comment se faire connaître ?

## Un éco-système digital pour raconter des histoires



### Faire savoir

Faire connaître votre entreprise et toutes ses marques (commerciale, institutionnelle, employeur) auprès d'un large public.



### Expliquer

Faire connaître la stratégie interne de votre entreprise : votre organisation, votre fonctionnement, vos valeurs, vos collaborateurs. Donnez envie de travailler avec vous.



### Faire vivre / incarner

Mettez en image et en mouvement votre entreprise : récits de collaborateurs, présentation des coulisses, etc. Faites vivre votre entreprise au-delà des mots et des présentations officielles.



# Comment se faire connaître ?

## Un principe de subsidiarité pour créer du lien



### Montrer

Ouvrez les portes de vos entreprises, faites entrer le reste du monde dans vos usines, montrez les coulisses d'un métier passionnant. L'inconnu fait peur, chacun cherche sa zone de confort. Visualiser un environnement est un premier pas vers l'expérience.



### Expérimenter

Les histoires de vie professionnelles commencent par des rencontres. Partez à la rencontre de vos candidats, au plus tôt, à l'école. Proposez des expériences (gustatives, culinaires, etc.). Rendez concret ce qui ne l'est pas, montrez le chemin vers votre métier.



### Donner envie

« A choisir entre 2 emplois, j'irais dans l'entreprise de Paul parce qu'il m'a raconté son métier avec passion ». Vos équipes sont solides et fières de porter vos couleurs. C'est par leurs histoires que vous donnerez envie à d'autres d'écrire la leur chez vous. Laissez briller les yeux de vos collaborateurs pour éclairer le chemin de vos futurs salariés.

# Comment mener un entretien de recrutement?

- 1- Identifiez les critères qui sont importants pour vous:
  - compétences techniques
  - compétences comportementales
  - personnalités
  - etc.
- 2- Partagez et validez ces critères à plusieurs
- 3- Préparez les questions qui vont vous permettre d'aller chercher les indices pour valider les critères
- 4- Accueillez votre candidat, c'est la première expérience qu'il va avoir avec l'entreprise
- 5- Menez l'entretien comme une enquête au cours de laquelle vous devez chercher les indices validant ou invalidant vos critères: allez chercher des faits concrets
- 6- Vous avez votre trame de questions, mais entrez en conversation avec le candidat pour essayer de percevoir sa personnalité
- 7- N'interprétez pas les réponses, mais formulez des hypothèses
- 8- Annoncez au candidat la suite du processus, qui va le contacter, quand et comment

**Il est retenu?**

**Faite de son premier jour une expérience mémorable!**

## Entretien de recrutement

*ou comment interagir avec des gens qu'on ne connaît pas*



# Petit lexique à usage du collaborateur prescripteur de votre marque employeur

## SENS

Projet – Stratégie –  
Valeurs – ADN –  
Raison d'être –  
Objectifs – Produit –  
Marques – Ensemble  
– Collectif – Histoire -  
RSE

## ACTEURS

Clients – Collaborateurs –  
Partenaires - Participatif –  
Initiatives – Idées –Parole –  
Equipes – Expertises –  
Talents – Rôle – Attention -  
Engagement – Personnalité  
– Amélioration continue -  
Confiance

## PARCOURS

Ressources humaines –  
Professionnalisation –  
Formation –  
Accompagnement –  
Ecoute – Transmission –  
Développement –  
Reconnaissance

## AMBASSADEURS

Incarner – Porter – Valoriser –  
Raconter – Rayonner –  
Expérience – Donner envie –  
Fierté – Partager – Cooptation –  
Cohérence – Authenticité - Lien

**Vos salariés veulent donner un sens à leur quotidien, être acteurs de leur métier, construire leur parcours professionnel et être fiers d'être collaborateurs de votre projet d'entreprise.**



Document réalisé par

