



Emploi-formation

Témoignage La Normandise valorise sa marque employeur

À Vire (14), le spécialiste du pet-food La Normandise est constamment à la recherche de nouveaux candidats sur l'ensemble de ses métiers : production, management ainsi que sur les fonctions techniques et supports. « Il y a deux raisons à cela : le turn-over et la croissance de l'entreprise qui demande d'ouvrir des postes », observe Marine Leconte, responsable des ressources humaines. Une difficulté supplémentaire vient s'ajouter dans cette équation : l'entreprise est implantée dans un bassin d'emploi très dynamique et se retrouve souvent en concurrence avec de nombreuses entreprises qui rencontrent des difficultés de recrutement similaires. D'où l'idée d'étendre ses recherches. « Notre volonté est de développer la marque employeur. Ce qui passe par de la communication sur différents canaux », relate-t-elle.

Des vidéos explicatives

Très vite, l'entreprise organise des visites de site, aussi bien pour les écoles, les demandeurs d'emploi et pour le grand public tous les jeudis. « Nous accueillons régulièrement des jeunes en études supérieures et des scolaires pour faire découvrir l'industrie du XXI^e siècle, valoriser nos métiers et faire la chasse aux idées reçues », poursuit la responsable des ressources humaines. Outre la communi-

cation digitale via les médias et la radio locale, l'entreprise normande labellisée « Vitrine Industrie du futur » s'investit aussi physiquement. Illustration avec la Caravane de l'emploi, des opérations de recrutement qui impliquent les salariés en les invitant à venir expliquer leur quotidien dans des foires ou des marchés (lire encadré).

Un panel d'horaires au choix

L'entreprise accentue sa communication à travers des vidéos sur ses engagements en matière de RSE (responsabilité sociétale des entreprises). « Pour la performance environnementale par exemple, nous mettons en avant le réseau de chaleur fatale mis en place et qui alimente une usine de méthanisation. Des bornes électriques ont aussi été installées sur nos parkings », illustre-t-elle. La Normandise insiste aussi sur l'esprit familial de l'entreprise. « Les candidats ont aujourd'hui tendance à se rapprocher des sociétés à taille humaine plutôt que des grands groupes. Ce qui est souvent synonyme de valeur et de proximité entre les collaborateurs », indique Marine Leconte.

Un autre élément décisif qui entre dans le processus de décision du candidat est la qualité de vie au travail. « Pour les personnes en production, l'un de nos points forts est de proposer différents horaires (en 2x8, le week-end de jour, le week-end de nuit, etc.). La personne a la possibilité d'indiquer ses préférences qui seront majoritairement prises en compte », explique-t-elle. L'équilibre entre vies professionnelle et personnelle est également au cœur des discussions, l'entreprise a notamment noué un partenariat avec une crèche de la ville. La question de l'évolution et de la mobilité interne est aussi abordée. « Des formations qualifiantes et certifiantes ont été mises en œuvre pour développer les compétences des collaborateurs. Cela fait partie de notre ADN », insiste la responsable des ressources humaines.

Créer du lien entre les services

Enfin, l'entreprise a créé un parcours d'intégration spécifique selon chaque métier. « Il y a un socle commun qui se résume en une journée d'intégration. Puis, selon le poste, le collaborateur suivra un parcours dédié. Pour les métiers de la production par exemple, un tuteur est désigné pour accompagner la personne pendant trois semaines. En ce qui concerne les fonctions support, le parcours spécifique inclut un passage dans les ateliers de production pour que ces nouveaux collaborateurs puissent rencontrer les différents services et créer du lien », souligne Marine Leconte.

● Marjolaine Cérou



« Pour les personnes en production, l'un de nos points forts est de proposer différents horaires »

Marine Leconte, responsable des ressources humaines.

La caravane de l'emploi : quel bilan

Durant l'été 2023, La Normandise a lancé sa troisième édition de la caravane de l'emploi. Le principe : des salariés de l'entreprise vont sur des



Parmi les initiatives en place, la caravane de l'emploi sillonne marchés et foires pour recruter de potentiels candidats.

marchés pour recruter de nouveaux collaborateurs. Pour la première fois, l'entreprise est allée dans des foires. « L'objectif était de rayonner plus largement sur le territoire en allant jusqu'à Caen qui se situe à 50 km de Vire », indique Marine Leconte, responsable des ressources humaines. Résultat, le bilan est plutôt nuancé. « Ces initiatives ont le mérite de faire parler de l'entreprise. Toutefois, les personnes rencontrées n'étaient pas nécessairement en recherche d'emploi », observe-t-elle. La Normandise travaille actuellement sur de nouvelles actions qui seront mises en place au second semestre 2024.