

Concours Ô Service - des Talents de demain Saison 12

« La promesse faite, doit être tenue ! »

~ Du devoir de respecter nos engagements ~

Pour la douzième saison consécutive, et depuis quelques années dans le cadre de l'association Ô Service, Denis Courtiade, président fondateur et Corinne Hacquemand, enseignante au lycée des métiers H. Friant de Poligny, ont dévoilé en octobre dernier le sujet du concours « Il était une fois le Maître d'Hôtel de demain ». Pour la session 2020, le thème était centré sur la notion d'engagement, de parole donnée.

Une vingtaine d'étudiants de BTS MHR 2^{ème} année en option restaurant ont participé à ce concours. Ils ont rendu des travaux riches d'enseignements et d'idées pour mieux comprendre comment s'adapter aux générations qui sont à présent le vivier principal de recrutement du monde de la restauration.

Résultats

Les conditions cette année ont empêché le déroulement habituel de la divulgation des gagnants et la remise des prix en présence des étudiants, mais une visioconférence a été organisée qui a permis de vivre en direct le bonheur des participants sur le podium.

Ainsi, **Eloïse GABET** et **Thibault PETIET** gagnent la première place sur le podium avec un dossier fouillé, argumenté et structuré. Ils auront la chance d'être invités par Denis Courtiade à déjeuner au restaurant Alain Ducasse au Plaza Athénée.

Sur la 2^{ème} marche du podium, **Karine JOIGNEAULT** et **Wilvy FEESER**, et sur la 3^{ème} marche, ex-aequo, **Nolwenn TRACQUI**, **Angèle PETIT** et **Yoan POLYDAMAS**.

Félicitations à eux pour la qualité de leurs travaux.

Synthèse des dossiers

NOTION D'ENGAGEMENT ET DE LIBERTE

S'engager c'est s'imposer un choix à soi-même. Lorsqu'on décide de s'engager envers une entreprise, on est libre de le faire ou de ne pas le faire, dans le contexte d'une embauche ce n'est pas une contrainte, c'est une décision volontaire : **l'engagement professionnel est donc une obligation de soi-même (au moment précis où l'on accepte un poste par exemple) envers soi-même** (dans le futur, lorsqu'on devra effectivement prendre ce poste).

Il est vrai qu'au moment où le candidat à un poste reçoit une réponse positive et s'engage, il a la conviction qu'il sera à même de tenir sa promesse et n'envisage pas la possibilité de changer d'avis dans l'avenir.

TENIR SES ENGAGEMENTS POUR DEVENIR UN PROFESSIONNEL RESPECTABLE

Les milléniums ont conscience que le non-respect d'un engagement pris risque de les catégoriser parmi les jeunes professionnels peu fiables. Pourtant, ils peuvent considérer cet engagement, en tant que jeune recruté, comme une limite à leur liberté : en effet, lorsqu'ils s'engagent auprès d'un recruteur, de par cet engagement ils ne pourront plus accepter la proposition d'embauche d'un autre recruteur, alors même que les conditions de travail ou la rémunération proposées ensuite leurs paraissent meilleures dans l'autre entreprise. Car ces jeunes postulent systématiquement à plusieurs offres d'emploi.

Pourtant **s'engager c'est justement être capable de mettre ses libertés de côté pour respecter ses engagements.**

De plus, pour éviter les départs anticipés (par exemple au cours des premiers jours suivant la prise de poste), cette notion d'engagement doit être réciproque : un employeur doit tenir les engagements oraux qu'il a pris avec le futur collaborateur lors de l'entretien d'embauche, ses arguments ne devant pas être des artifices uniquement dédiés à attirer un jeune collaborateur potentiel.

GHOSTING, MILLENIUMS ET TENSION DU MARCHE DU TRAVAIL

Le phénomène du ghosting prend de l'ampleur : un nouvel embauché qui fait faux bond à son nouvel employeur quelques jours seulement avant sa prise de poste, qui n'est pas présent le jour J sans même prévenir ou qui ne revient pas après une journée de travail sans donner d'explication : le phénomène du ghosting dans la restauration prend de l'ampleur. Le fait de couper toute communication avec l'employeur est un moyen **d'échapper à une certaine responsabilité, d'éviter le conflit ou le débat**. Par facilité, le ghosteur impose son silence et évite ainsi de se mettre dans une situation inconfortable pour lui.

Le secteur de la restauration est un secteur en tension, c'est-à-dire que l'offre d'emploi (en tous cas avant la crise actuelle du Covid-19 ; + 5,3 % d'offres entre le 1er trimestre 2015 et le 4ème trimestre 2016) est supérieure à la demande : cela incite les chercheurs d'emploi à s'engager dans plusieurs processus de recrutement simultanément et même de donner des réponses positives à plusieurs entreprises pour finalement se laisser le temps de choisir celle qui correspond le plus à ses attentes sans donner suite aux autres.

Le fait que cette tendance soit davantage usitée par les **milléniums**¹ n'est pas un hasard : en effet **le numérique joue un rôle important dans leur mode de communication** et même leurs relations avec leurs employeurs, les échanges se faisant de moins en moins en face à face et plus facilement pour eux au travers des SMS ou des mails. Ils considèrent ces outils comme des moyens de se protéger, de se cacher, ce qui leur permet alors, « en toute impunité », de renoncer à leur engagement. **Ces outils numériques sont donc pour eux des moyens de fuir facilement, en ne répondant pas** aux mails ou messages de relance du recruteur ou de l'employeur.

DES CONSEQUENCES NOMBREUSES

Ce phénomène de ghosting, le non-respect des engagements d'un nouvel embauché, engendre des problèmes difficiles à surmonter à la fois pour le manager et pour l'équipe en place qui doit en premier lieu **absorber la charge de travail de l'employé absent** en attendant que tout le processus de recrutement recommence et surtout aboutisse.

De plus, il s'agit alors parfois de devoir mettre en œuvre la procédure de licenciement pour abandon de poste : cette procédure prend du temps et demande beaucoup d'énergie à l'entreprise.

Ce n'est donc pas anodin, l'équipe subira pendant de longues semaines **d'avantage de stress**, la **productivité sera en baisse**, l'**ambiance plus tendue** et la cohésion de l'équipe peut en pâtir, augmentant les **risques de démissions**.

L'entreprise pourra de plus être amenée à **se tourner vers un personnel moins qualifié** pour répondre à l'urgence, ce qui pourra avoir une incidence sur la qualité du service et donc la satisfaction de la clientèle. Cependant, force est de constater que chaque situation peut entraîner du positif : l'entreprise trop souvent touchée par ces situations pourrait alors prendre un peu de recul et prendre conscience par la force des choses que sa « marque employeur » s'est dégradée avec le temps ou qu'elle n'a pas suivi la tendance des attentes du son vivier de recrutement.

DES SOLUTIONS POSSIBLES

Forts de tous ces constats, les étudiants ont listé quelques solutions intéressantes :

- **Construire sa « marque employeur »**

87 % des candidats à un poste font des recherches sur les entreprises avant de postuler (recherches en ligne et questionnement de son propre réseau professionnel).

La construction d'une marque employeur consiste à établir puis à veiller à **l'attractivité de son établissement non pas pour la clientèle, mais pour les collaborateurs**. La marque employeur reflète les valeurs de l'entreprise, son climat social, sa communication interne, son mode de management. Tout cela

¹ Personnes nées entre 1980 et 1999. On estime que d'ici 2025, 76 % de la main d'œuvre sera composée de milléniums <http://www.frenchweb.fr/les-5-tendances-qui-vont-bouleverser-votre-entreprise-en-2016-2/250408>

rentrera en ligne de compte lors du choix que fera le potentiel candidat qui recevrait une réponse positive d'une autre entreprise que celle à qui il a déjà répondu favorablement pour un futur poste.

Des outils existent qui permettent de **mesurer le bien-être de ses collaborateurs et donc l'image qu'il véhiculera de son entreprise à l'extérieur**². Ces outils permettent d'échanger avec eux sur les domaines à améliorer, de constater des problématiques que le manager n'aurait pas identifiées.

- **Être honnête sur les descriptions de postes**

Bien que certains recruteurs pourraient être tentés d'opter pour une communication trop « marketing » sur les conditions de travail proposées lors de l'entretien de recrutement, il est primordial **d'annoncer des descriptions de poste et des conditions claires, précises et véritables**. Attirer un collaborateur est important mais le fidéliser par la confiance qu'il aura acquise envers l'entreprise l'est davantage encore.

- **Accélérer le processus de recrutement et davantage communiquer durant les étapes du recrutement**

La première cause du ghosting pour les milléniums est la lenteur de certains processus de recrutement et le manque de communication (numérique bien entendu) : il est compliqué pour eux de rester motivés lorsque les entretiens s'étalent sur des semaines, les contacts et informations sont communiquées sur des mois, sans avoir véritablement de visibilité concrète sur la suite. Certains candidats s'évaporent alors en cours de route, au profit d'entreprises plus réactives et plus communicantes.

Dès qu'un profil est intéressant il est alors important d'aller vite et avant tout de prendre contact régulièrement avec ce candidat (une fois par semaine par exemple) par téléphone de préférence pour créer un réel lien l'impliquant. Ces appels pourraient correspondre à divers compléments d'information tels que les horaires de travail, le régime de la mutuel, l'uniforme professionnel, mais aussi l'aide à la recherche d'un logement, etc...

Il est également possible, lors du premier entretien avec ce potentiel futur collaborateur, de lui donner des actions à réaliser à chaque étape du recrutement (par exemple faire des recherches sur l'histoire de l'entreprise ou sur les œuvres artistiques exposées dans la salle, lui envoyer la carte des mets et les explications, la carte des vins à étudier, etc.). Ainsi, le candidat va s'engager à effectuer un travail de préparation pour le prochain entretien qu'il aura avec le recruteur, commencera à construire une culture d'entreprise et se focalisera sur l'opportunité qui s'offre à lui. Tout cela permettra de conserver un bon rythme durant les étapes de recrutement.

- **Construire un plan de carrière**

Il est également primordial de souligner l'intérêt d'annoncer aux futurs salariés de possibles évolutions dans l'entreprise, donner des exemples concrets de collaborateurs qui ont « gradé » dans l'équipe en mettant en avant leur engagement, leur capacité d'adaptation et d'évolution et mettre en avant le fait que des actions sont mises en œuvre en interne pour permettre de développer l'employabilité des employés en proposant des formations régulières motivantes (sous forme de team-building notamment).

Il est important lors de l'entretien d'embauche d'aborder avec le futur collaborateur ses perspectives d'avenir, ses objectifs, ses attentes financières, ses projets d'évolution professionnelle et de mettre en avant les opportunités qu'il aurait alors dans l'entreprise pour atteindre ses objectifs personnels.

- **Privilégier le principe de la cooptation**

Enfin, le parrainage (cooptation) par un collaborateur déjà installé dans l'entreprise est sûrement l'une des sources de recrutement les plus sûres. Le bouche à oreille permet de s'assurer de la qualité d'un futur employé, de ses capacités mais aussi et surtout de son sérieux et sa rigueur. Un collaborateur coopté par un ami aura davantage tendance à respecter ses engagements afin de ne pas porter préjudice à cet ami l'ayant conseillé. Certaines entreprises de restauration mettent en place par ailleurs des primes mensuelles pour le « coopteur » tout le temps que dure le contrat du coopté afin de fidéliser encore davantage ses équipes.

² Comme Peakon par exemple <https://peakon.com>



1^{ère} Eloïse GABET (avec Thibault PETIET)



1^{er} Thibault PETIET (avec Eloïse GABET)