



Les nouveaux enjeux de vos relations écoles

En partenariat avec
 QUATRE VENTS
 Avec la participation de
 BNP PARIBAS

+ **EXPotech**
 STANDS PLIABLES
 ET MODULAIRES



Dans un contexte forum où la concurrence est forte et où les mots et l'image impactent d'emblée les esprits, la marque employeur des entreprises doit s'exprimer efficacement sur ses stands lors des manifestations RH. Pour attirer les meilleurs profils sur ce lieu stratégique,

les entreprises doivent mettre en place un plan d'action durable et valoriser leurs atouts. En recherche constante d'optimisation de leurs actions, les directions du recrutement et des ressources humaines s'interrogent avec raison : comment améliorer sa communication événementielle et valoriser son stand en matière de circulation, de supports de communication et de gestion des temps de présence ?

En 12 ans, Expotech est devenu le partenaire privilégié des entreprises dans l'organisation des forums de recrutement et des salons RH. Entité du GROUPE FG DESIGN dont le cœur de métier est la création et l'animation des espaces de communication, Expotech a développé une forte expertise en matière de stands modulaires et d'offres de services associés.

Son ambition : aider les entreprises à affirmer leur identité en s'appuyant sur des outils en constante innovation. L'expertise d'Expotech va au-delà de la conception et fabrication, puisqu'elle s'étend à la logistique, notamment grâce au développement d'un service de gestion clés en main.

En présentant ici une palette de services et techniques intégrés pour la réalisation de stands, nous espérons vous sensibiliser davantage aux dimensions créatives, techniques et scénographiques de vos espaces de communication forum qui contribueront à l'efficacité de cette action de proximité avec les écoles.

Bonne lecture à tous.

François Guarino,
 PDG du GROUPE FG DESIGN

Marketing RH

Des outils pour valoriser la marque employeur et cibler les meilleurs candidats

Le 8 juillet dernier, près de 200 personnes ont participé à la conférence organisée par Expotech, Agence conseil en stand d'exposition et en logistique et Quatre Vents, Agence conseil en Marketing RH, sur le thème « Les nouveaux enjeux de vos relations écoles ». Récit d'une matinée riche d'enseignements.

En quête des meilleurs talents arrivés sur le marché, les entreprises ont compris l'importance de développer leurs relations écoles. Reste à trouver les clés de la réussite pour valoriser une marque employeur et contribuer à son rayonnement. Pour Thierry Tanière, Directeur associé de Quatre Vents qui a introduit le débat, une politique recrutement digne de ce nom ne peut plus faire l'économie d'une présence renforcée sur les forums et les salons pour étudiants et jeunes diplômés. Un sentiment partagé par Aude de Boissieu, Responsable des relations Grandes Ecoles chez BNP Paribas : « Chaque politique de relations écoles doit se conduire au cas par cas. Nous menons beaucoup d'actions dans les universités et les grandes écoles car les étudiants sont très demandeurs de contacts vrais et directs. » C'est d'ailleurs ce que confirme l'étude sur les attentes des étudiants et jeunes diplômés réalisée par Quatre Vents en juin 2010 (voir encadré). En effet, 52% d'entre eux plébiscitent les échanges de proximité avec les entreprises pour choisir leur futur emploi.

Les stands, vecteurs d'information et média à part entière

Principal outil de la visibilité des entreprises, les stands sont la pièce maîtresse de leur politique de recrutement. « Avant même d'envisager l'identité graphique du stand et l'utilisation des nouvelles technologies, il faut revenir aux fondamentaux de l'entreprise et savoir quels messages elle souhaite faire passer », assure Didier Soumaille, Concepteur événementiel au sein du GROUPE FG DESIGN. Alors que la guerre des talents reste intense, les stands doivent être envisagés comme des espaces de communication à part entière permettant aux entreprises d'affirmer visuellement leur image employeur et de mettre en évidence leur différence. Expotech, agence conseil en stand d'exposition et en logistique l'a bien compris en proposant des solutions globale et sur-mesure : de la conception à la fabrication, en passant par la gestion logistique du matériel tout au long de l'année. Une offre de service clé en main qui permet aux entreprises d'optimiser leur temps et leur budget.



Rien ne remplace le lien entre l'étudiant et le responsable métier

Aude de Boissieu, Responsable des relations Grandes Ecoles chez BNP Paribas, évoque l'intérêt porté à la thématique du Campus Management au sein de l'entreprise.



« Il existe 300 métiers différents au sein de BNP Paribas. Chaque pôle possède son Campus Manager qui pilote les relations avec les écoles pour identifier leurs besoins précis. Le Campus Management est rythmé par deux temps : la rentrée scolaire et le premier trimestre de l'année civile. Chaque événement doit être considéré comme unique pour éviter les erreurs d'aiguillage. Au centre de notre problématique : l'efficacité de ces actions pour récolter des candidatures et aller chercher les diplômés qui ne savent pas vers quel métier s'orienter. D'où l'importance de parler le langage des étudiants et de comprendre

“PARLER LE LANGAGE DES ÉTUDIANTS”

quels types d'informations ils recherchent. Cela passe par des stands à forte valeur ajoutée créés par Expotech, mais aussi par la mise en place d'innovations en matière de recrutement. À l'instar du « Serious Game » que nous avons créé et qui permet à l'étudiant de se mettre à la place d'un collaborateur multitâche virtuel. Sur 200 000 candidatures par an, 90% nous parviennent via notre site Internet, mais rien ne remplace le lien entre l'étudiant et le Responsable métier. En 2009, 3 000 personnes ont été recrutées en CDI et 5% de ces embauches résultent de cet investissement sur les relations écoles. »



Faire connaître ses métiers pour attirer les meilleurs talents

L'Agence Conseil en Marketing et Communication Quatre Vents a interrogé 30 000 étudiants et jeunes diplômés pour connaître leurs attentes vis-à-vis de leurs futurs employeurs.

Laurence Chavot-Villette, Directrice Associée de l'agence, expose les principaux enseignements de cette étude d'envergure.



Sur les 30 000 personnes interrogées, plus de 3 000 réponses ont été collectées et analysées en fonction de l'âge, du sexe, de la situation géographique, de la formation et de la situation professionnelle des répondants.

Le premier critère de choix d'une entreprise reste l'attractivité de son secteur d'activité (79%), et l'énergie et le conseil sont les secteurs les plus populaires. Mais la grande majorité des secteurs peine à dépasser les 25% d'attractivité. Un chiffre qui rappelle aux entreprises l'importance d'expliquer leurs métiers aux étudiants et jeunes diplômés pour pouvoir les attirer, surtout lorsqu'on se trouve sur un secteur peu attractif. De même, l'image de l'entreprise pèse fortement sur le choix des étudiants et jeunes diplômés, particulièrement dans les écoles de management, qui s'intéressent

davantage à son prestige (42%) qu'à sa solidité économique ou à sa politique RH.

Les étudiants plébiscitent les échanges de proximité avec les entreprises à travers les forums (52%) ou les sessions de recrutement dans les écoles (36%). Pour accroître leur visibilité, les entreprises doivent donc privilégier différentes typologies d'actions.

La rémunération hors salaire fixe (17%) et les équipements type téléphone ou ordinateur préoccupent peu les nouveaux arrivants sur le marché du travail (15%).

“UN SENTIMENT DE PRÉCARITÉ, MAIS DE FORTES EXIGENCES”

Lire la suite sur : www.event-expotech.com



Interpeller le public et en faire un acteur de l'espace entreprise

Didier Soumaille, Concepteur événementiel au sein du GROUPE FG DESIGN.

« Les salons et les forums constituent un média très spécifique, sur lequel s'exerce une concurrence exacerbée. Il faut être vu et savoir capter l'attention des jeunes diplômés en quelques secondes. D'autant que les étudiants et diplômés ont aujourd'hui une culture marketing forte et connaissent parfaitement les nouveaux vecteurs de l'information. Notre priorité est donc d'interpeller le public avec des concepts forts, et de rendre les visiteurs acteurs de l'espace entreprise en leur offrant de l'interactivité, et en leur permettant de s'approprier les messages de l'entreprise.

Après avoir élaboré avec les experts RH les messages essentiels à véhiculer, nous les adaptons au média salon car on ne communique pas sur un stand comme sur une annonce presse. Pour valoriser l'espace des entreprises et en faire un lieu immédiatement reconnaissable et attractif, nous disposons d'une palette très large d'animations que l'on adapte aux attentes de nos clients. Cela passe notamment par l'utilisation des nouvelles technologies et d'outils de communication interactifs tels que les SMS, le système bluetooth et les bornes interactives... Notre objectif : créer un stand avec une identité forte pour incarner au mieux l'image de l'entreprise et construire une communication pérenne. »



GROUPE FG DESIGN
PARCE QUE L'ESPACE EST UN MÉDIA

"GÉNÉRER DU TRAFIC ET ATTIRER LE PUBLIC SUR LE STAND"



Des solutions modulaires intégrant vos problématiques logistiques

Xavier Pommier, Directeur du développement d'Expotech.

En complément des compétences créatives de notre Groupe, la valeur ajoutée d'Expotech tient dans la modularité de ses solutions de stands, et la gestion logistique de ces derniers tout au long de l'année.

Un espace communicant et fonctionnel, facilitant la gestion technique

Le planning des manifestations RH d'une entreprise, ce sont souvent 20 à 50 forums et salons concentrés sur quelques mois. Expotech intègre donc dans sa démarche cette donnée centrale. Notre impératif est de proposer un stand souple et évolutif d'un événement à l'autre, en fonction des surfaces, des messages et des supports de communication. Autre impératif à prendre en compte : la robustesse du stand. Celui-ci doit pouvoir durer trois ans, soit être réutilisable sur plusieurs dizaines de forums. L'aspect budgétaire est également pris en compte pour permettre aux entreprises d'optimiser les coûts et de capitaliser sur leur investissement. Enfin, Expotech propose des solutions éco-durables respectueuses de l'environnement, grâce à l'utilisation de matériaux recyclables. Pour répondre à ces différents critères, notre bureau d'étude a mis au point la gamme TRINITY, un nouveau concept 100% modulaire et favorisant la créativité et la personnalisation des espaces. A ce titre,

"ACCOMPAGNER NOS CLIENTS AU-DELÀ DE LA FABRICATION, DU MONTAGE ET DU TRANSPORT DES STANDS"

il représente une réponse tout a fait adaptée aux besoins « Forums » de nos clients RH.

Des solutions logistiques performantes

Expotech a pour ambition d'accompagner ses clients au-delà de la fabrication, du montage et du transport des stands. Nous avons dans ce but créé Liberty, une interface de gestion logistique on line, qui permet aux responsables Forums de gagner en performance à nos côtés. À partir d'un seul outil, très simple d'utilisation, nos clients peuvent piloter tous les maillons de la chaîne logistique. En quelques clics, ils gèrent en temps réels les demandes internes de matériel, planifient la mise à disposition du matériel partout en France et à l'international, connaissent l'état de leur stock et sa localisation en temps réel, assurent la qualité du matériel et délèguent les étapes logistiques de préparation, livraison et de montage. De plus, chaque client dispose d'un account manager logistique, bénéficiant ainsi d'un interlocuteur unique pour le pilotage de ses événements. Enfin, pour prolonger opérationnellement votre efficacité logistique, nous avons développé un réseau de monteuses expérimentés, et sommes présents dans 9 villes de France pour une couverture de tous vos événements en régions, même dans des délais extrêmement courts. »

EXPOTECH
STANDS PLIABLES ET MODULAIRES



Stéphane GIRE,
Responsable du recrutement
et des relations écoles,
Groupe PSA Peugeot Citroën

« Cette problématique est primordiale pour nous. En effet, après trois ans d'absence, nous sommes de retour sur le devant de la scène et nous réamorçons des phases de recrutement de gros volumes. Nous devons donc mettre en place un véritable projet de marque employeur afin que PSA soit identifié par les jeunes diplômés comme un groupe mondial dans lequel ils pourront faire carrière. Nous offrons plus de 1 400 postes en France, et proposons également des programmes « Futurs managers » destinés aux jeunes diplômés des écoles de commerce. Nous avons déjà commencé à utiliser les réseaux sociaux tels que Facebook et nous travaillons d'ores et déjà avec Expotech pour la conception technique et design de notre stand. Je pense qu'il est primordial de renvoyer une image de marque employeur forte pour montrer à nos futurs collaborateurs tous les bénéfices qu'ils ont à intégrer notre Groupe. »

« Il est primordial de renvoyer une image de marque employeur forte. »



Marie-Noëlle MARTINEZ,
Responsable Ressources Humaines,
ADEME (Agence de l'Environnement
et de la Maîtrise de l'Énergie)

« L'ADEME se situe à la pointe de la Recherche appliquée et met en place des projets dans le domaine des technologies du futur. Nous souhaitons que la Recherche soit davantage reliée à l'industrie et à son application. Notre ambition : recruter des ingénieurs précurseurs qui souhaitent devenir chefs de projet. La tâche n'est pas facile car, en France, on a tendance à diviser la Recherche d'un côté et les projets de l'autre. Nous sommes dans une recherche constante d'amélioration de nos recrutements et de nos relations écoles. Jusqu'à présent nous n'avons pas beaucoup de temps à leur consacrer. Mais nous avons récemment créé un poste dédié entièrement à la mise en place d'une stratégie de relations écoles. Il serait bon qu'à l'avenir, l'ADEME soit présente lors des colloques et de journées portes ouvertes des grandes écoles et universités. »

« Notre ambition : recruter des ingénieurs précurseurs. »



Véronique THÉODON,
Membre du Pôle Développement
Ressources Humaines, TNS SOFRES

« Dans le cadre de mes fonctions, je prends en charge les différentes missions de recrutement, de formation et de relations écoles. La conférence a répondu à mes attentes car elle a donné une vision d'ensemble et mis en valeur des produits que je ne connaissais pas. La présentation s'est faite à différents niveaux : stratégique, créative, technique et logistique. Cet échange de bonnes pratiques entre entreprises va nous permettre, dès la rentrée, d'adapter notre stratégie et de réfléchir à de nouvelles actions en matière de recrutement. »

« Adapter notre stratégie et réfléchir à de nouvelles actions en matière de recrutement. »



Jacques VESSOT,
Responsable recrutement et relations
écoles, DCNS

« DCNS travaille dans le domaine de la défense, de l'armement naval, mais également dans le domaine du nucléaire civil (sous-marin à propulsion nucléaire) et des énergies marines renouvelables. Pendant longtemps, la DNCS n'a pas été sensible au problème de recrutement, étant sous la tutelle de la Direction Générale de l'armement. DCNS étant aujourd'hui une entreprise privée, l'enjeu est de faire connaître cette jeune société et de diversifier les profils de nos ingénieurs. Grâce à cette conférence, nous avons compris l'intérêt d'investir les forums et les stands, et de mobiliser nos collaborateurs sur le terrain. L'enquête réalisée par Quatre Vents est riche d'enseignements, que nous allons exploiter pour activer nos relations écoles. Comme l'an dernier nous allons recruter 100 personnes cette année car nous avons déjà un carnet de commandes bien rempli. »

« Nous avons compris l'intérêt d'investir les forums et les stands. »

CONTACT

Agnès Laurent

3 rue Fernand Pelloutier - 92100 Boulogne-Billancourt
Tél. : 01 41 86 01 23 - Fax : 01 41 86 01 40
agnes.laurent@event-expotech.com