

Le recrutement Du besoin à l'annonce



L'organisme de formation créé
par les vignerons indépendants
pour les vignerons indépendants.

www.anfovi.com

info@anfovi.com



LE RECRUTEMENT :

Une sélection d'apports pour un assemblage judicieux

A l'heure d'une mondialisation effrénée, la compétitivité est vitale pour les Vignerons Indépendants de France. Si l'on connaît bien les problèmes structurels et conjoncturels de la filière, on oublie parfois le véritable atout que constituent les ressources humaines.

Quel défi pour les chefs d'entreprise ?

S'approprier les talents et les conserver. Recruter un collaborateur peut avoir des conséquences décisives pour votre entreprise. **Si la décision finale aura toujours une part subjective** (les affinités ne se décrètent pas), un processus raisonné limite les incertitudes sur les facteurs humains et techniques essentiels. ANFOVI et l'APECITA vous proposent des outils permettant de « sécuriser » votre démarche.

« Un vin nouveau dans une outre neuve »

La Réflexion Préalable, une étape indispensable

■ Pourquoi recruter ? Quel est mon besoin ?

- Suite au départ d'un collaborateur (retraite, démission, licenciement, promotion,...) la plupart du temps, on procède à un remplacement à l'identique.

Et si le remplacement était l'occasion de tout remettre à plat ? Vous pouvez saisir l'opportunité pour redistribuer les activités en supprimant un poste ou en créant un nouveau, ainsi, la polyvalence vigne-chai permet de concentrer des moyens supplémentaires au développement commercial.

- Suite à un surcroît de travail, au développement de votre activité, à l'émergence d'un besoin très spécifique (vente à l'export, mise en place de certifications...) vous étudiez une création de poste.



■ Est-ce aussi simple ?

Le fil conducteur de votre démarche est l'amélioration de votre performance économique. Aussi, avant de procéder à un recrutement, il est judicieux d'étudier les autres alternatives :

- . la promotion d'un salarié en place,
- . le recours à un prestataire de services (effeuillage, vendanges en vert...),
- . Le recours à une société d'intérim, un groupement d'employeurs, ou un consultant (œnologue) indépendant ou en portage salarial.

Quels cépages pour quel terroir ? Quels élevages pour quels produits ?

Une réflexion préalable est indispensable : **quelques heures « perdues » à définir précisément le profil et le contexte du poste font souvent « gagner » 6 mois en pérennisant l'embauche.** Après le travail d'analyse et de comparaison, il faut faire un choix difficile : si l'appréciation de la formation du candidat est objective, l'évaluation de sa personnalité est assez subjective.

■ Deux temps forts du recrutement, deux guides.

Pour vous aider dans ce processus particulier du recrutement, nous vous proposons ce guide, qui vous donne les bases et méthodes pour bien préparer votre recrutement, de votre besoin d'embauche jusqu'à la publication de l'offre d'emploi.

Le second guide vous mènera pas à pas de la sélection de votre futur employé jusqu'à son intégration au sein de l'exploitation.



Sommaire :

La qualité de la préparation : Vigne et recrutement, même combat !	4
Le raisin doit mûrir, votre planning aussi...	4
Les partenaires : le micro-climat favorable	5
Les critères du bon recruteur	5
Bien s'entourer	5
Gérer ou déléguer	6
Diffusion	7
Prestations d'aide au recrutement	7
Les coûts internes	7
Définir le poste et le profil recherché	8
Analyser le poste : traçabilité d'un recrutement raisonné	8
Définir le profil : critères caractéristiques recherchés	9
La construction du profil	10
Les critères	10
Rédiger l'annonce : écrire le cahier des charges	11
Les Informations Clés	11
La forme	14
Transparence ou anonymat ?	14
Rechercher les candidats : Ou dois-je regarder ?	15
Quel message pour toucher le bon candidat ?	15
Priorité au Terroir : les candidatures internes	16
Traitement des candidatures spontanées	16
Rechercher des candidats en externe : Où , Quand et Comment ?	17
Et ensuite ?	18



La qualité de la préparation : Vigne et recrutement, même combat !

Le raisin doit mûrir, votre planning aussi...



Le conseil de derrière les fagots : « le succès d'un recrutement dépend de la qualité de sa préparation ! »

Soyez patient. Si le 2 avril, vous décidez de recruter pour le 3 juin, vous disposez donc de deux mois. Ces deux mois seront sans doute suffisants pour un technicien de chai. En revanche, ce délai peut s'avérer insuffisant pour un tractoriste expérimenté ayant des compétences en mécanique. Il vous faudra peut-être six mois...

Pensez que si votre recrue a un préavis, vous devrez ajouter un délai d'un à trois mois. On peut définir le calendrier comme suit :

1) Réflexion préalable et définition du poste : Ces deux premières étapes nécessitent 2 à 15 jours. Tout comme le vin s'affine en vieillissant, votre vision du poste à pourvoir s'éclaircira en prenant le temps de cerner votre besoin et de prendre des avis extérieurs.

Une semaine à attendre la maturité...pourra faire gagner des mois ultérieurement si elle évite de devoir recommencer un recrutement mal ciblé.

2) Recherche de candidats : elle durera deux à quatre semaines, compte tenu des délais de parution de votre annonce et de réception des candidatures.

3) Sélection de candidats : elle s'étalera sur une période de deux à trois semaines si vous procédez à plusieurs entretiens.

4) Décision : elle vous demandera certainement quelques jours de réflexion.



Les partenaires : le micro-climat favorable



Le conseil de derrière les fagots : « ne faites pas cavalier seul ! »

Les critères du bon recruteur

Bien connaître l'entreprise (son histoire, ses valeurs et les personnes qui la composent).

- Maîtriser le secteur d'activité, ses métiers et leurs exigences.
- Posséder une certaine expérience, de la méthodologie et le sens de la communication.
- Avoir une capacité d'écoute et de la perspicacité pour évaluer l'adéquation entre le poste à pourvoir et les candidatures potentielles.

Un climat de confiance doit s'instaurer avec les salariés déjà en poste. Si la recrue ne peut pas s'intégrer à l'équipe en place, c'est l'échec assuré, quelles que soient les qualités de la personne embauchée. Son sens de l'écoute, sa courtoisie lui permettent de "séduire" les candidats qu'il reçoit, de les mettre en confiance et ainsi d'évaluer au mieux leurs compétences et leur personnalité.

Bien s'entourer

■ En interne

Vos premiers partenaires sont vos collaborateurs les plus directs : Ouvriers, Régisseur, Chef de Culture, Maître de Chai, Commerciaux ou Personnel Administratif...

En les associant dès le départ au processus, vous faciliterez votre choix, mais aussi et surtout l'intégration ou l'encadrement du futur recruté. Si vous n'êtes pas sur le terrain au quotidien, leur avis sera précieux pour vous aider à tracer le profil puis à jauger les candidatures.

De plus, connaissant bien vos besoins et vos exigences, ils peuvent être une source précieuse de candidatures, en contactant des membres de leur entourage : c'est la cooptation. Pour autant, à ce niveau, il convient de rester rationnel et prudent (même



sympathique, le fils du copain du voisin de l'oncle n'est pas forcément le plus compétent).

■ En externe

Vos partenaires sont nombreux. Citons :

- Les partenaires emploi : l'APECITA, l'ANPE, l'ADEFA... ,
- Les organisations locales pour l'emploi,
- La presse régionale ou spécialisée,
- Les sites Internet spécialisés (vitijob,...),
- Les cabinets de recrutement,
- Les associations d'anciens élèves et les écoles.

Au delà de la diffusion de votre offre, vous pouvez vous faire accompagner dans votre recrutement. **Si l'on prend l'exemple de l'APECITA, vous pouvez bénéficier de prestations d'aide au recrutement avec :**

- Définition du poste à pourvoir et du profil recherché ;
- Sélection de candidatures (avec proposition de tests pour définir les priorités du poste et les préférences dans le travail des candidats) ;
- -Organisation et animation des entretiens.

L'APECITA peut aussi domicilier les candidatures, effectuer un tri et rechercher des CV en adéquation avec votre poste sur sa base de données.

Gérer ou déléguer



Le conseil de derrière les fagots : « un recrutement mal préparé peut coûter cher ! »

Si le recours à des partenaires extérieurs permet de se libérer du temps et de sécuriser le processus, il a un coût qu'il faut bien estimer au préalable.



Diffusion

D'une insertion basique à une insertion personnalisée, la publication de votre offre pourra être gratuite ou représenter un budget certain.

Prestations d'aide au recrutement

Les honoraires d'un spécialiste du recrutement peuvent représenter 15 à 20 % du salaire brut annuel de la personne embauchée. Toutefois, il faut préciser qu'aujourd'hui ce marché est assez concurrentiel (exemple : à l'APECITA, les tarifs de l'aide au recrutement varient de 700 à 1800€).

Principaux avantages :

- vous sécurisez votre démarche en vous appuyant sur un avis extérieur de spécialiste.
- vous clarifiez votre vision du poste pour la lui communiquer.
- vous vous libérez un temps précieux en lui confiant l'organisation pratique.

Les coûts internes

On doit considérer les heures consacrées tout au long du processus de recrutement (recherche et étude des candidatures,...). Il faut ajouter les coûts de secrétariat, de téléphone, de frais postaux, et ceux des déplacements. Enfin, il est prudent de prévoir des frais d'accueil et d'intégration du candidat retenu.

Le budget que vous vous êtes fixé devra tenir compte de tous ces paramètres.

Vous serez donc amené à faire des choix: diffusion gratuite ou payante de votre annonce, sélection de candidats, recours ou non à des prestataires extérieurs...



Définir le poste et le profil recherché

Analyser le poste : traçabilité d'un recrutement raisonné



Le conseil de derrière les fagots : « Bien définir la fonction, c'est partir sur de bonnes bases »

Il est indispensable de définir les besoins réels de l'entreprise, la finalité du poste et son évolution prévisible.

A ce stade, menez une réflexion en interne avec l'ensemble des personnes concernées (maître de chai, titulaire actuel du poste...).

Nous vous conseillons de définir aussi les moyens affectés au poste (local, équipements, budget), sa place dans l'organisation de l'entreprise et les raisons de sa création. **Lors de cette phase, nous vous recommandons de rédiger une fiche de poste.**

Cette description détaillée constituera une référence pour tous les partenaires du recrutement (le recruteur et ses collaborateurs, les candidats et les éventuels prestataires extérieurs) et elle facilitera la rédaction de l'annonce.

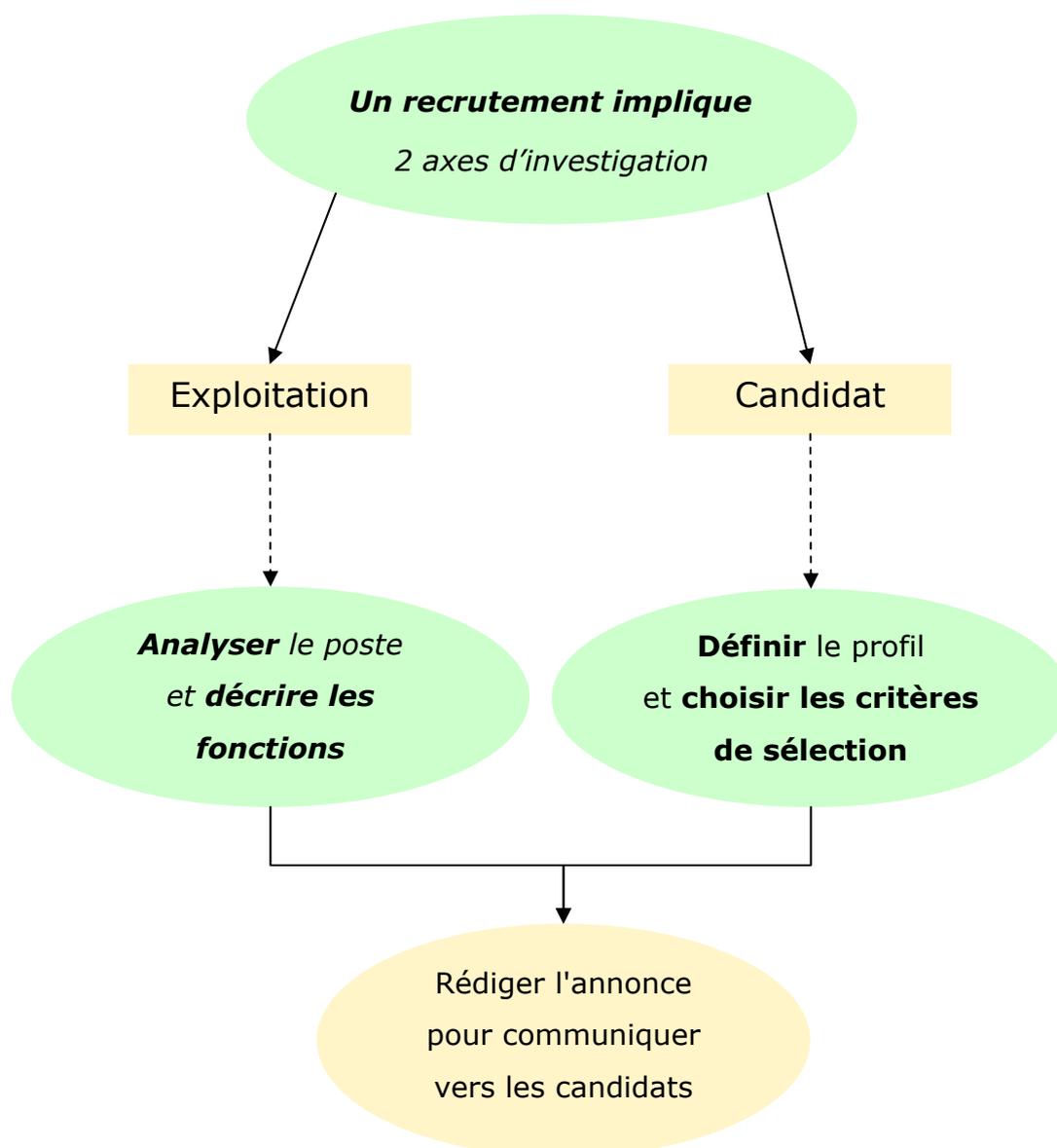


Définir le profil : critères caractéristiques recherchés



Le conseil de derrière les fagots : « Le meilleur profil est le profil le plus adapté ! »

Le cahier des charges pour réussir l'agrément





La construction du profil

C'est un travail interne dont les éléments ne sont pas forcément communiqués à l'extérieur. Vous décrivez le candidat idéal en vous référant au poste à pourvoir, au précédent occupant du poste et aux avis de vos collaborateurs.

Faites bien attention au niveau de qualification requis. Un candidat surdiplômé s'ennuiera très vite sur un poste aux responsabilités limitées et risque de le quitter rapidement.

C'est ainsi que vous pouvez établir deux profils :

- Un profil détaillé comportant vos critères de sélection (qui reste confidentiel).
- Un profil qui sera diffusé dans les médias. C'est un résumé clair, complet, précis et concis des précédents.

Les critères

Nous vous conseillons de définir deux types de critères de sélection :

- Le premier type prendra en compte les **critères obligatoires**, généralement objectifs et facilement mesurables, qui seront éliminatoires lors du premier tri des candidatures.
- Le second type de critères, **plus subjectif**, permettra d'affiner le premier tri. Vous tiendrez davantage compte de votre jugement personnel (fruit de votre expérience ou de votre intuition).

Les critères de sélection peuvent être nombreux. Ils doivent correspondre aux contraintes réelles de l'entreprise, du poste à pourvoir et de son environnement.

On peut citer dans le désordre : **les diplômes** (BTSA Viti-Oeno, Bac Pro, Ingénieur Agro...), **les expériences** (nature, durée, résultats...), **la taille des entreprises fréquentées**, **le salaire antérieur**, **la mobilité et les attaches régionales**, **le comportement personnel (courtoisie, aisance)**, **la motivation**, **l'ambition...**



LE SAVOIR-ÊTRE DU VIN

Rédiger l'annonce : écrire le cahier des charges



Le conseil de derrière les fagots : « ce qui se conçoit bien, s'énonce clairement! »

Les Informations Clés

- Quel est le but ? **Recevoir des candidatures correspondant au profil recherché.**
- Quel est le point de départ ? **Les critères de sélection que vous avez défini.**

Pour ces informations clés, référez vous au formulaire d'offre d'emploi ci-après.

Le message doit être clair et attractif, pour mettre en valeur votre entreprise sans surenchère.

Une formulation rigoureuse des critères impératifs en matière de formation et d'expérience vous permettra de limiter les candidatures inadaptées. Nous vous proposons ci-dessous un formulaire qui peut constituer une bonne trame de départ concernant votre offre.



Rédiger une annonce

Le formulaire d'offre d'emploi

Il comprend des rubriques consacrées à la définition du poste et à la diffusion de l'offre d'emploi. D'autres rubriques vous aident à formuler les qualités attendues du candidat

L'entreprise

- Nom , Adresse.....
.....
.....
- Statut (GAEC, EARL..)
- Personne à contacter.....Fonction.....
- Activité principale (viticulture, polyculture, élevage).....
- Téléphone..... Fax.....
- Courriel.....
- Site Internet.....
- Effectif (permanent, saisonnier)CA.....en €
- Situation (appellation, nombre d'hectares, volume, commercialisation, projets en cours..) :
- Assujetti à la taxe d'apprentissage oui non

Le poste

Intitulé de la fonction :

Nombre de postes :

- Missions (principales activités, en précisant l'importance de chacune en % ou en temps)
.....
.....
.....
- Contexte du poste (Position hiérarchique : sous l'autorité de..., s'appuyant sur une équipe de x personnes ; Travail en équipe ou autonome, en relation avec la clientèle)
.....
.....
.....
- Moyens techniques (matériels et équipements mis à la disposition du salarié)
.....
.....



Le profil souhaité

- Formation souhaitée ou exigée (préciser si un complément de formation peut être assuré)

.....
.....

- Expérience : impérative , souhaitée ou débutant accepté .
Préciser l'importance ou non de la connaissance du contexte (petite exploitation, ...)

.....
.....

- **Compétences** : pratiques et techniques, organisation, encadrement d'une équipe, **relations** commerciales

.....
.....
.....

- **Connaissances** : réglementation viticole, règles d'hygiène et sécurité, normes Qualité, langues étrangères (niveau requis), informatiques

.....
.....
.....

- **Savoir être** : sens du contact, rigueur dans l'exécution du travail, sens de l'observation, résistance au stress, dynamisme, esprit d'initiative...

.....
.....

Les conditions proposées

- Date d'entrée, type de contrat (CDI, CDD...), perspectives d'évolution...

.....
.....

- Rémunération annuelle brute, avantages en nature (logement de fonction....)

.....
.....

- Lieu et temps de travail (annualisé,...), déplacements éventuels et obligations liées au poste

.....
.....

- Statut (cadre, agent de maîtrise, ouvrier...) et responsabilités

.....
.....

Énumérez les pièces à fournir pour la candidature :
CV, lettre (précisez si vous la souhaitez manuscrite), photo, prétentions...



LE SAVOIR-ÊTRE DU VIN

Attention, **Le texte de l'annonce engage la responsabilité de l'employeur.**

Les mentions discriminatoires portant sur des points sans lien direct avec les exigences du poste sont interdites. Il en est de même pour les mentions inexactes voire mensongères (lieu de travail, type de contrat,..).

La forme

Il faut savoir qu'une annonce à la ligne n'aura évidemment pas le même impact qu'une offre personnalisée. Le format, l'encadrement, l'ajout du logo ou du sigle sont autant d'éléments qui mettent en valeur le poste et permettent de promouvoir votre entreprise.

Transparence ou anonymat ?

En indiquant l'identité de votre entreprise, vous améliorez votre notoriété et vous facilitez les candidatures de personnes en activité, en veille d'une opportunité, mais qui ne postuleront qu'en connaissance de cause.

Cependant la confidentialité peut se justifier pour des raisons de concurrence ou de stratégie.

Dans ce cas, rappelez-vous que le chiffre d'affaires, le nombre de salariés, la superficie et l'appellation sont des éléments qui peuvent permettre d'identifier l'entreprise qui recrute.

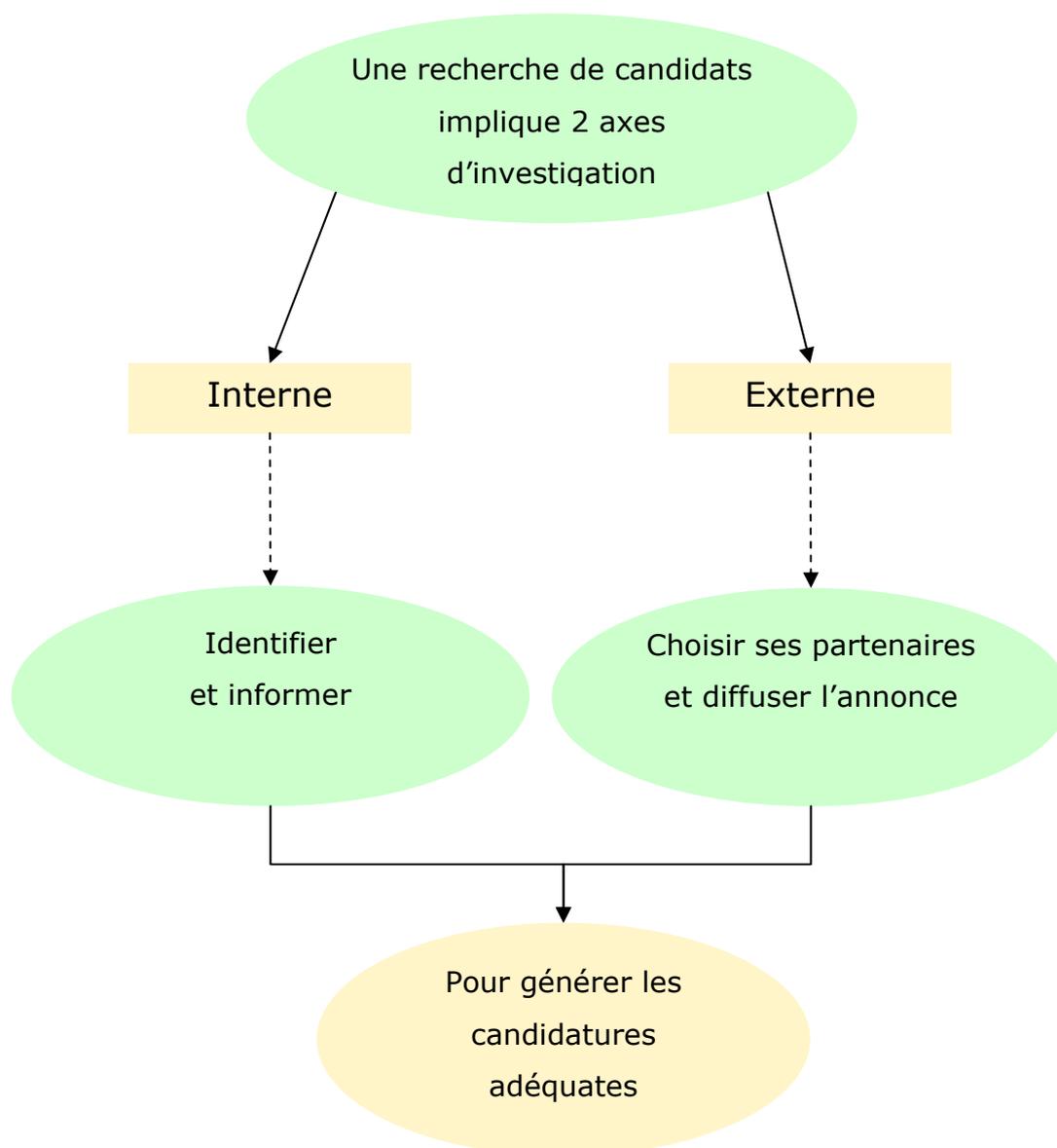


Rechercher les candidats : Ou dois-je regarder ?

Quel message pour toucher le bon candidat ?



Le conseil de derrière les fagots : « Délimitez votre aire de prospection contrôlée ! Ce que l'on cherche est parfois sous nos yeux ! »





Priorité au Terroir : les candidatures internes

Elles permettent, quand elles existent, de gagner du temps et de garder la confidentialité. La cooptation, le fameux « réseau », est souvent de mise. Outre vos propres relations, les salariés diffusent l'information autour d'eux, ce qui permet d'avoir des candidatures de proximité, recommandées par une personne de confiance.

Les stagiaires accueillis chaque année sont un vivier intéressant. Ils connaissent déjà les lieux, le personnel, les pratiques de l'entreprise, les interlocuteurs.

Traitement des candidatures spontanées

Si vous recrutez peu et que vous n'avez pas de besoin immédiat, nous vous conseillons de répondre rapidement par courrier ou mail. Vous éviterez ainsi aux candidats de vous relancer par téléphone et vous donnerez une image positive de votre entreprise.

Si vous recrutez régulièrement, nous vous recommandons de sélectionner les candidats susceptibles de vous intéresser à plus ou moins long terme.

- Soit vous les convoquez en entretien, pour vérifier leur adéquation avec vos besoins. Vous conservez leur candidature ou au contraire, vous leur conseillez de réorienter leurs recherches.
- Soit vous les prévenez par courrier que vous conservez leur dossier pour une durée donnée.

Nous vous conseillons de conserver les candidatures seulement 2 à 3 mois pour les candidats sans activité et environ 4 mois pour les actifs, en les classant par type de fonction. Au-delà, de nombreux dossiers seront obsolètes, les candidats intéressés sauront renouveler leur demande.

Vous pouvez coupler recherche en interne et appel aux candidatures extérieures, ou même préférer d'emblée celles-ci pour « apporter du sang neuf à votre entreprise ».



Rechercher des candidats en externe : Où , Quand et Comment ?

■ Où ?

- Les médias

Vous devrez faire un choix judicieux pour atteindre les candidats. Pour la presse professionnelle, nationale ou régionale, il est recommandé de prendre en compte l'aspect financier, l'importance et la qualité du lectorat ainsi que les délais de parution.

- La communication hors média

Les Lycées Viticoles et Les Ecoles d'Ingénieurs ont souvent des services internes de placement destinés à leurs élèves et à leurs anciens (bulletins d'annonces, annuaires, site Internet, ...), et leurs Associations d'Anciens Elèves sont des relais efficaces pour toucher des candidats potentiels.

■ Quand et pendant combien de temps ?

Certaines périodes sont plus favorables que d'autres pour atteindre les candidats. Evitez, sauf urgence, de diffuser une annonce au mois d'août, et si vous souhaitez toucher un maximum de candidats par la presse, il peut-être judicieux de prévoir plusieurs diffusions échelonnées.

■ Comment ?

Internet, courrier, fax..., assurez vous, dans tous les cas, du bon acheminement de votre offre et n'hésitez pas à demander un "Bon A Tirer" (BAT) avant la publication.



Et ensuite ?

Vous détenez maintenant les outils principaux pour publier une annonce de recrutement réussie. Mais vous n'avez parcouru que la moitié du chemin qui vous mène à l'embauche de votre futur collaborateur.

- Que se passe-t-il une fois que votre annonce est diffusée ?
- Comment allez-vous sélectionner le bon candidat ?
- Comment se déroulera l'entretien d'embauche ?
- Comment allez vous informer et intégrer votre nouveau salarié ?

Autant de questions évoquées et traitées dans le second guide RH : « Le recrutement : de la sélection à l'intégration » que nous vous invitons à découvrir.

« Le chemin est long du projet à la chose » Molière



LE SAVOIR-ÊTRE DU VIN



vous a proposé les conseils de



Association Nationale de Formation des Vignerons Indépendants

4 place Félix Éboué - 75583 Paris Cedex 12

Tél. : 01 53 02 48 99 - Fax : 01 53 02 05 11- info@anfovi.com

www.anfovi.com

SIRET 44224142800014 - DECLARATION D'EXISTENCE 11753608475