

## COMMENT TROUVER ATTIRER ET CONSERVER LA PROCHAINE GÉNÉRATION

BOÎTE À OUTILS DES MEILLEURES PRATIQUES POUR LE SECTEUR GRAPHIQUE EUROPÉEN



Cette boîte à outils des meilleures pratiques a été préparée dans le cadre du projet financé par l'UE Print Your Future : Attirer une nouvelle main-d'œuvre qualifiée vers des emplois de qualité dans l'industrie graphique européenne (ci-après dénommé Print Your Future). Le projet a démarré en février 2020 et se déroule jusqu'en janvier 2022.

Print Your Future a été conçu et coordonné par les partenaires sociaux européens pour le secteur graphique : Intergraf (représentant les employeurs) et UNI Europa Graphical (représentant les employés). Le projet a été financé par la Direction générale de l'emploi, des affaires sociales et de l'inclusion de la Commission européenne et est soutenu par quatre experts nationaux : l'Association de l'industrie estonienne de l'impression et de l'emballage - AEPPI (Estonie), l'Université des médias de Stuttgart (Hochschule der Medien Stuttgart) (Allemagne), GŪC (Pays-Bas) et l'Association portugaise des industries graphiques et transformatrices de papier - APIGRAF (Portugal). Le projet a également été soutenu par un expert technique : Spin360. La boîte à outils a été conçue avec le soutien de la Fédération britannique des industries d'impression - BPIF (Royaume-Uni).

**SOUTENU PAR** 



**COORDINATEURS** 





**EXPERTS NATIONAUX** 









EXPERT TECHNIQUE







### INTRODUCTION

Cette boîte à outils offre des conseils pour trouver, attirer et retenir de nouveaux employés dans le secteur de l'impression, de l'impression d'emballages et des communications graphiques. Elle s'inscrit dans le cadre du projet financé par l'UE: « Attirer une nouvelle main-d'œuvre qualifiée vers des emplois de qualité dans l'industrie graphique européenne »¹ (ci-après dénommé Print Your Future).

La boîte à outils a été conçue pour aider les entreprises et les associations à rehausser la visibilité et l'attractivité de notre secteur, ainsi que pour montrer des exemples concrets de meilleures pratiques dans toute l'Europe. Le guide n'est pas exhaustif, mais donnera aux lecteurs de l'inspiration et des idées sur la manière d'améliorer l'image du secteur de l'imprimerie à des fins de recrutement et d'emploi.

Les sociétés d'impression, comme les produits qu'elles produisent, sont partout et sont utilisées par de nombreux secteurs. L'industrie de l'impression est un contributeur important de l'économie européenne. Un atout fondamental du secteur est sa main-d'œuvre, et il est nécessaire qu'une nouvelle génération de professionnels de l'impression émerge pour maintenir le dynamisme et l'agilité des entreprises afin de répondre aux défis actuels.

Pour garantir la compétitivité durable du secteur graphique en Europe, nous devons travailler ensemble pour promouvoir une industrie de l'impression moderne et innovante, nous assurer d'équiper et d'inspirer les générations futures, et rehausser le profil des travailleurs du secteur en leur offrant de bonnes conditions et perspectives de carrière.

<sup>1</sup> VP/2019/001

#### L'AIDE EST À PORTÉE DE MAIN

La plupart des pays ont des partenaires sociaux qui protègent et défendent l'industrie de l'impression et le travail des employés du secteur graphique. Au niveau européen, Intergraf est l'association professionnelle de l'industrie graphique (représentant les employeurs) et UNI Europa Graphical est le syndicat (représentant les travailleurs). Ensemble, Intergraf et UNI Europa Graphical estiment qu'un dialogue social productif et constructif est important à tous les niveaux (local, national et européen) pour réconcilier les intérêts de l'entreprise avec ceux des travailleurs et trouver des solutions négociées pour répondre aux difficultés du secteur.

Votre association professionnelle locale et votre syndicat disposent de l'expertise et des outils nécessaires pour vous soutenir. Contactez-les. Les écoles, universités et établissements de formation de votre région peuvent également être en mesure de vous soutenir.

L'imprimé communique, éduque et inspire. Qui ne souhaiterait pas être impliqué dans cette industrie ?

"

LE SECTEUR GRAPHIQUE EUROPEEN EN UN COUP D'ŒIL

**112,000** ENTREPRISES

**640,000** EMPLOYÉS

MILLIARDS D'EUROS DE CHIFFRE D'AFFAIRES

(UE27 + Royaume-Uni, Suisse et Norvège) Source: Eurostat 2018

## COMMENT TROUSER LA PROCHAINE GÉNÉRATION

Il existe de nombreux endroits où vous pouvez trouver de nouveaux employés, y compris des sites Web, des fédérations commerciales, des syndicats, des écoles, des collèges et des universités, des salons de l'imprimerie et des salons de l'emploi. Cherchez des événements pertinents dans votre région qui pourraient vous aider à atteindre votre groupe cible. Élargissez votre cible : regardez à la fois à l'intérieur des organismes d'éducation professionnelle et de formation et à l'extérieur. Et n'oubliez pas, des personnes d'un groupe d'âge plus âgé et plus jeune peuvent avoir le profil dont vous avez besoin.

Pour attirer les jeunes générations, il est essentiel que vous vous intéressiez à l'engagement de candidats potentiels à un âge précoce. Les jeunes gens commencent souvent à prendre des décisions sur leur carrière très tôt, alors essayez de les informer sur les options de carrière que le secteur de l'impression peut offrir, et sur ce que cela signifie de travailler dans l'industrie. Il est essentiel d'avoir un dialogue avec les jeunes gens et de présenter les différents parcours de carrière envisageables.

Il est important de créer des liens et de s'ouvrir à des écoles locales, à des conseillers de carrière et à des organisations pour rehausser la visibilité de votre entreprise au sein de votre communauté. Développer ces relations est également un moyen de promouvoir le recrutement et d'améliorer la visibilité de l'industrie dans son ensemble.

## FAITES-VOUS REMARQUER LORS DES SALONS DE L'EMPLOI ET D'AUTRES ÉVÉNEMENTS PERTINENTS DE VOTRE RÉGION

La chose la plus importante est d'interagir avec votre public. Assurez-vous que votre stand crée une connexion émotionnelle avec les visiteurs. Ayez une « zone tactile », où les gens peuvent toucher et sentir les supports imprimés.

Assurez-vous d'emmener les bons employés avec vous. Sélectionnez l'équipe interne qui est la plus susceptible de pouvoir répondre au type de questions qui peuvent être posées. N'emmenez pas une grosse équipe pour qu'elle reste debout sans rien faire.

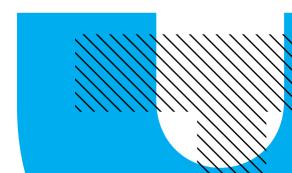
- Préparez des documents marketing et la documentation du stand. Regardez vos campagnes et événements à venir. Voyez si les stands du salon peuvent être réutilisés pour des bannières, des stands publicitaires ou des cadeaux à l'avenir. Assurez-vous de présenter un message clair sur votre stand, et n'inondez pas les visiteurs avec tout ce que vous faites.
- Préparez des objectifs clairs pour vos équipes et planifiez la manière dont elles effectueront un suivi avec les leads générés. Ne laissez pas passer trop de temps. Envoyez un remerciement le lendemain. Créez un pack marketing ou destiné aux leads qui peut être envoyé dans le cadre d'un suivi avec toutes les informations clés à emporter.
- Mettez en avant votre présence pendant les journées au salon. Créez un hashtag et assurez-vous que vos équipes se mettent à jour pendant leur participation. Utilisez le hashtag de l'événement pour maximiser l'exposition de votre emplacement. Faites savoir aux gens ce que vous proposez et dirigez-les directement vers votre stand.
- Suivez l'engagement de votre stand. Il existe de nombreux outils qui peuvent vous aider à enregistrer des leads et à mener un suivi après un salon.
- Apportez les détails des postes vacants avec vous. Préparez des brochures imprimées pour les employés potentiels afin qu'ils puissent se rappeler de ce que vous faites et proposez. Fournissez vos coordonnées pour permettre un suivi.
- Donnez la parole aux employés pour qu'ils expliquent leur passion pour l'impression et pour votre entreprise, et (si cela est pertinent pour votre entreprise) aux représentants des employés pour qu'ils exposent les bonnes conditions de travail.
- Expliquez que l'expérience professionnelle que les employés acquièrent dans le secteur graphique est appréciée par l'entreprise. De plus, expliquez que les travailleurs peuvent construire une carrière non seulement dans le secteur graphique, mais également dans d'autres secteurs de l'industrie parce que des compétences graphiques sont également nécessaires dans d'autres secteurs industriels.
- Analysez votre performance en vue des événements futurs. Combien de leads générés ? Qu'est-ce qui a été un succès et qu'est-ce qui ne l'a pas été ? Qu'auriez-vous pu faire plus efficacement ?

L'événement est-il virtuel ? Tout ce qui précède s'applique aussi, mais vous devrez être encore plus créatif ! Assurez-vous que les personnes intéressées et intéressantes aient la possibilité de toucher des produits physiques.

Les imprimantes produisent des produits qui font appel au côté émotionnel des gens. Vous pouvez utiliser cette qualité unique.

L'imprimé offre une valeur et un retour sur investissement exceptionnels





# COMMENT ATTIRES LA PROCHAINE GÉNÉRATION

Pour attirer et fidéliser les talents, vous devez bâtir une culture d'entreprise axée sur les employés. Les travailleurs actuels exigent un bon équilibre travail-vie personnelle, des attentes et des opportunités de carrière claires, et un environnement axé sur les valeurs. Vous assurer que vous offrez ce type de culture à votre personnel actuel vous aidera à attirer de nouvelles personnes. Un outil important qui peut aider à bâtir cette culture est la communication continue et le dialogue social dans l'entreprise.

## PARLEZ DES AVANTAGES DE VOTRE ENTREPRISE

Il est important de promouvoir votre entreprise comme vous le pouvez. Outre la publicité sur les sites d'offres d'emploi, créez des publicités pour vous-même qui communiquent ce que vous avez à offrir. Elles risquent de générer deux fois plus de vues qu'une offre d'emploi. Voici quelques conseils supplémentaires pour faire votre propre promotion :

- Partagez vos annonces sur différentes plateformes de médias sociaux comme LinkedIn, Twitter, Instagram, TikTok ou Facebook. Recherchez des groupes locaux et des groupes professionnels. Assurez-vous d'utiliser les bons canaux en fonction de l'âge et de l'emplacement de votre public cible. Pour accroître la portée de vos publications, utilisez des hashtags du style #stages #emplois #jeunescarrières.
- Demandez à vos employés existants de partager leurs expériences sous forme d'études de cas via vos canaux de communication, et/ou leurs propres médias sociaux. Ils peuvent connaître des homologues qui recherchent un emploi avec qui ils peuvent partager leurs candidatures. La nouvelle tendance du marketing consiste à utiliser les connaissances et les forces de vos propres employés.
- Utilisez le marketing entrant tel que les blogs, les événements, l'optimisation des moteurs de recherche (SEO) et les réseaux sociaux pour créer une notoriété de la marque. Cela contribuera à attirer de nouvelles affaires et de nouveaux employés.
- Mettez en avant ce dont vous êtes fier et donnez aux gens des raisons de vouloir travailler dans votre entreprise. Par exemple, avoir un ancrage local et s'engager auprès de la communauté, présenter des opportunités de progression, avoir de solides principes de négociation collective, montrer vos meilleurs produits et offrir des salaires compétitifs.
- Réfléchissez à ce à quoi ressemblera votre entretien. Il peut s'agir d'un entretien téléphonique ou virtuel, suivi d'un entretien en face à face et d'une demi-journée d'immersion dans l'entreprise. Cela donne aux employés potentiels le temps de vraiment comprendre votre environnement de travail et la profondeur du travail impliqué. Cela leur permet également de se sentir mieux accueillis parce qu'ils ont déjà eu l'occasion de développer des relations.
- Utilisez des vidéos pour faire votre propre promotion, en particulier celles avec des témoignages. Montrez ce que les jeunes du secteur et votre entreprise pensent de l'impression. Incluez des personnes qui sont arrivées dans le métier par hasard, et celles qui ont été spécialement formées pour cela. Montrez quelles sont les parties créatives et intéressantes du secteur, y compris les nouvelles technologies, et la variété des emplois disponibles pour différents types de compétences. Assurez-vous d'être honnête à propos du secteur et de ce que vous pouvez offrir.
- Participez en tant qu'entreprise à des activités et événements où pourraient se trouver vos futurs employés, comme des hackathons ou d'autres défis d'équipe (par ex. liés au sport ou à l'environnement).

Gardez à l'esprit que la promotion est toujours plus efficace lorsque vous

incluez la voix des employés de votre entreprise, ainsi que leurs représentants, si cela est pertinent pour votre entreprise.

N'oubliez pas que les personnes qui postulent pour un contrat d'apprentissage/stage/poste débutant sont généralement au début de leur carrière et qu'il sera nécessaire de développer leurs compétences. Assurezvous d'indiquer cela dans votre annonce. Vous devez avoir autant envie d'enseigner qu'ils ont envie d'apprendre. Voici des initiatives supplémentaires que vous pouvez envisager de prendre:

- Rendez les carrières et les parcours professionnels visibles.
- Offrez des opportunités de stage.
- Présentez les nombreuses professions que l'industrie de l'impression a à offrir, de l'atelier d'imprimerie au bureau de design. Il y a beaucoup de besoins en postes et en compétences. Élaborez différents parcours de carrière
- finance, ventes, conception, données, informatique.
- Créez des vidéos sur le secteur destinées à différents publics comme les écoles et les parents. Utilisez différentes méthodes - par exemple, la réalité virtuelle.
- Mettez en avant le lien avec les produits populaires : livres, jeux de société, bandes dessinées, pochettes de vinyle, t-shirts, affiches, photos, art mural, meubles et décoration d'intérieur.
- Concentrez-vous sur ce que les produits imprimés peuvent faire pour les clients dans un monde dominé par le numérique.



#### ASSUREZ-VOUS QUE VOTRE VERRE EST À MOITIÉ PLEIN

Bien trop souvent, les initiés discutent du secteur en adoptant l'approche du « verre à moitié vide ». Non seulement cela est inutile, mais c'est également inexact. Le secteur graphique a beaucoup à offrir. Dites aux gens ce qui vous rend fier et montrez aux jeunes de la prochaine génération en quoi une carrière dans l'impression serait un bon choix pour eux. Soyez fier de votre secteur, de votre entreprise, de vos employés, de vos valeurs et des produits uniques que vous proposez.

### Il n'est pas difficile de trouver de l'aide lorsque les meilleurs talents vous recherchent

Jim Molis, auteur dans le domaine des affaires, US-based Business Journals.



## COMMENT OBTENIR DES RECOMMANDATIONS

- Partagez les postes vacants et les exigences du poste. Communiquez avec vos employés en interne et leurs syndicats pour les informer des descriptions de poste spécifiques et leur demander des recommandations lorsque vous les envoyez.
- Utilisez vos employés en tant qu' « ambassadeurs de la marque ».
- Tenez vos employés potentiels informés à chaque étape. Indiquez-leur où ils en sont dans le processus avec des délais clairs.
- Offrez des bonus. Outre l'argent, qui est toujours particulièrement apprécié, vous pouvez offrir des expériences, des voyages, des bons de réduction, des cadeaux ou de la flexibilité. Identifiez ce qui est pertinent pour vos employés, vérifiez leur alignement avec les objectifs de l'entreprise et voyez ce que vous pouvez faire à ce sujet.
- Reconnaissez publiquement quand un employé de votre entreprise recommande quelqu'un d'autre, et assurez-vous qu'il sait que vous appréciez ses efforts. Toute reconnaissance, qu'il s'agisse d'une récompense ou d'un éloge public du PDG, peut être significative pour les employés.
- Améliorez l'expérience du processus de candidature. Cela ne devrait pas être compliqué. Utilisez une plateforme qui permet un accès facile. Certaines de ces plateformes permettront également à vos employés potentiels de partager du contenu sur les réseaux sociaux.
- Soyez disponible. Connaître les gens nécessite du temps et des efforts, mais c'est toujours gratifiant et cela garantit que les gens se sentent (et sont) vus, entendus et respectés.

Cela prend toujours du temps de développer et d'adapter un programme réussi ; il est donc essentiel que vous demandiez un feedback en interne sur ce qui fonctionne et ne fonctionne pas, et que vous vous appuyiez sur ce que vous apprenez. Les suggestions d'enquête peuvent être très utiles pour développer un système plus efficace. L'utilisation d'une variété d'initiatives vous aidera à accroître vos recommandations.

### INCLUEZ LA DIVERSITÉ

Assurez-vous que la diversité fait partie de votre processus de recrutement. Si, dans vos efforts pour attirer des candidatures au sein de votre entreprise, vous omettez de vous concentrer activement sur les femmes, ainsi que sur d'autres groupes minoritaires, vous excluez plus de la moitié de votre maind'œuvre future. Cela fait beaucoup de talents potentiels que vous manquez.

Les femmes sont souvent sous-représentées dans l'industrie de l'impression, y compris au niveau des postes de direction. Essayez de rendre vos offres d'emploi et vos publications plus inclusives. Il est facile d'utiliser un langage qui est subtilement « genré » sans que personne ne le remarque, et très souvent les offres d'emploi ont une grande part de responsabilité dans les préjugés inconscients. Essayez d'utiliser un langage neutre du point de vue du genre pour éviter les préjugés à l'égard d'un sexe ou d'un genre spécifique.

Il a été largement rapporté que les préférences de genre pouvaient être transmises subtilement par des mots tels que « concurrentiel », « dirigeant » et « dominer ». Ceux-ci sont généralement associés avec des stéréotypes masculins, tandis que des mots comme « communauté », « interpersonnel » et « soutien » sont généralement associés à des stéréotypes féminins.

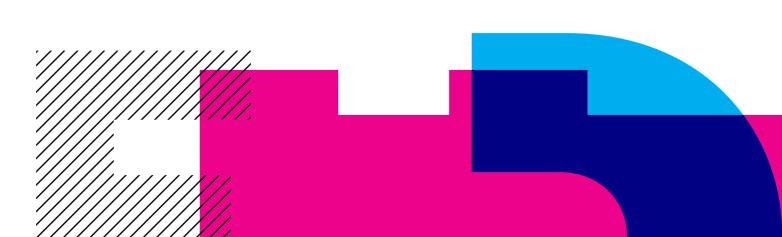
Si vous voulez avoir plus de diversité sur votre lieu de travail, pensez à ce que vous incluez dans vos offres d'emploi. Pensez à effectuer les actions suivantes :

- Montrez à quoi cela ressemble de travailler dans votre entreprise, en mettant en avant l'histoire de votre culture organisationnelle et la dynamique de l'équipe. La diversité attire la diversité.
- Décrivez les avantages que vous offrez et les valeurs que vous défendez vraiment. Cela s'avère être beaucoup plus attrayant que de longues listes d'exigences ou de compétences. Les jeunes veulent travailler pour une marque ou un produit qu'ils soutiennent.
- Partagez des histoires de femmes et de minorités qui réussissent à tous les niveaux de votre organisation. Lorsque les gens se voient eux-mêmes représentés, ils sont plus susceptibles de se porter candidats.
- Concentrez-vous sur les objectifs de performance du poste, et sur ce que la personne est censée accomplir. Incluez des points qui sont « souhaités, mais pas vitaux ». Promouvoir l'importance de la formation et du développement au sein de votre entreprise contribuera à élargir votre vivier de talents.
- En collaboration avec les employés et leurs représentants, élaborez des politiques sociales et des codes de conduite d'entreprise sur des sujets tels que la santé et la sécurité, la non-discrimination, le dialogue social, l'égalité, etc. Parlez-en publiquement.



Le secteur
graphique
est l'une des
industries les
plus durables
et les plus
respectueuses de
l'environnement
au monde





#### VOUS N'AVEZ PAS DE SITE WEB OU DE MÉDIAS SOCIAUX ? VOS CONCURRENTS EN ONT

Les services multimédias étant de plus en plus présents dans l'industrie de l'impression, il est important que vous utilisiez une approche multicanale. De nombreux imprimeurs ignorent toujours le potentiel de la nouvelle réalité numérique et n'utilisent pas efficacement les canaux en ligne pour commercialiser leur marque et vendre leurs produits. Avoir un site Web améliorera également la crédibilité et la légitimité de votre entreprise. Votre site Web et vos canaux sociaux représenteront votre entreprise en ligne, alors assurez-vous de :

- Communiquer clairement les valeurs de votre marque et votre déclaration de mission sur votre site Web et vos réseaux sociaux.
- Faire la promotion des postes vacants, offres et produits de votre entreprise.
- Générer un suivi et obtenir un classement sur Google et d'autres moteurs de recherche.
- Fournir du contenu sur les actualités, les événements et les collaborations qui créent un engagement avec votre marque.
- Promouvoir les avantages du secteur de l'imprimerie. Faites des liens avec des campagnes existantes telles que Two Sides² et le projet Print Your Future³.
- Ne vous contentez pas de montrer vos machines. Les gens ont besoin de voir le produit final, pas le processus.
- Montrez des employés qui expliquent leur travail, et des représentants des employés qui expliquent les avantages associés au fait de travailler en tant qu'imprimeur.
- Gardez votre site Web et son contenu à jour.
- Soyez actif sur les réseaux sociaux. Partagez les actualités de la société, ainsi que des histoires sur vos employés et vos clients.
- Partagez les profils ou témoignages de votre personnel existant pour montrer à quel point votre entreprise est accueillante, diversifiée et attrayante.



<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> https://www.twosides.info/

<sup>3</sup> https://printyourfuture.eu/

## COMMENT RETERMINE LA PROCHAINE GÉNÉRATION

Les environnements de travail stricts et ayant une structure hiérarchique marquée appartiennent au passé. Les emplois intéressants et le travail qui a du sens importent plus que qu'avant. Vous devez vous assurer que votre effectif comprend et s'inscrit dans un paysage plus grand. Voici quelques conseils sur ce qui compte, et sur ce que vous pouvez faire pour que les nouvelles recrues choisissent de rester avec vous.

- L'argent/les salaires sont importants, mais ils ne suffisent pas. Les employés ont besoin de **bonnes conditions de travail**, d'un bon **équilibre travail-vie personnelle**, d'une atmosphère de travail agréable, d'un travail d'équipe, d'une sensibilisation à l'environnement et d'opportunités de développement.
- Assurez-vous de promouvoir **votre philosophie et vos valeurs** en proposant une vision et une stratégie claires. Les jeunes en particulier veulent travailler pour une entreprise qui partage leurs valeurs. Mettez en avant le **développement durable**, par exemple, et vos références environnementales.
- La **culture organisationnelle** est essentielle et, en fonction de la taille ou de la structure de votre entreprise, vous devez inclure des espaces de pause et sociaux, des espaces de travail calmes, l'accès à des salles de sport ou des programmes de cyclisme, la possibilité de travailler de manière flexible/à domicile (moins que les heures de bureau), un jour de congé ou une fin de journée anticipée le jour de l'anniversaire de chacun.
- Établissez un **dialogue social** constructif au niveau de l'entreprise afin que les travailleurs puissent discuter de tout ce qui les préoccupe.
- Créez un « comité de culture » des employés de votre entreprise pour offrir des conseils, organiser des activités sociales et des services sur site assurez-vous d'inclure les jeunes et les nouveaux employés. **Encouragez la créativité** et la contribution.
- Encouragez la création d'une atmosphère de travail positive, en ayant une direction qui soutient ses employés et des collègues qui aident systématiquement les autres membres du personnel à réussir au lieu de les enfoncer.
- Impliquez les employés dans la prise de décision concernant la culture organisationnelle et les marchés. En raison de leur intérêt pour la culture populaire, les jeunes gens en particulier peuvent avoir des connaissances précieuses sur les marchés émergents et en évolution, ainsi que de nouvelles idées, de l'énergie, de la motivation et la capacité de penser en dehors des sentiers battus. Ce sont des atouts importants. Utilisez-les.
- Faites en sorte que la progression de carrière, les prochaines étapes et les opportunités soient visibles. **Créez une vision** de ce que les employés pourraient réaliser à l'avenir.
- Rendez vos **efforts environnementaux** visibles en montrant clairement que non seulement vous respectez la législation, mais que vous allez plus loin. Réutilisez, adoptez des certifications qui ont du sens pour votre entreprise et optimisez la consommation d'énergie.

## VEILLER À LEUR BIEN-ÊTRE

Les employeurs ont un devoir de diligence et doivent faire tout ce qu'ils peuvent raisonnablement faire pour favoriser la santé, la sécurité et le bienêtre de leurs employés. Cela inclut leur santé mentale. Si vos employés sont représentés par un syndicat, cette obligation doit être partagée avec les représentants des employés dans un comité mixte spécifique dédié à la santé, la sécurité et le bien-être.

Une bonne gestion et un bien-être positif au travail vont de pair, et il existe des preuves solides que la gestion du bien-être au travail augmente la productivité.

Si le personnel estime qu'il peut parler ouvertement et confortablement des problèmes liés à l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée et au bien-être, les problèmes risqueront moins de s'accumuler. Cela pourrait permettre de réduire les arrêts de travail dus à des problèmes de santé et d'améliorer le moral au sein de l'environnement de travail. Voici quelques conseils pour vous assurer que votre entreprise est un lieu de travail sûr :

- Fournir une politique de santé et de sécurité adaptée à l'objectif pour protéger les travailleurs, en accord avec les représentants des travailleurs si cela est pertinent pour votre entreprise.
- Menez des enquêtes sur le bien-être des employés pour permettre au personnel de faire des commentaires en toute confidentialité, afin de pouvoir évaluer les préoccupations actuelles.
- Encouragez vos cadres hiérarchiques à avoir les connaissances et la confiance nécessaires pour orienter un employé vers des sources de soutien plus expertes si nécessaire.
- Assurez-vous d'avoir un soutien et des conseils RH qualifiés que vous pouvez partager avec les employés.

Créez une culture du dialogue au sein de votre entreprise. Lorsque vous créez une culture organisationnelle où les gens peuvent être eux-mêmes, il leur est plus facile de parler de leurs préoccupations et de leurs idées sans crainte, et de demander de l'aide lorsqu'ils en ont besoin.

## AIDEZ-LES À SE DÉVELOPPER

Dans chaque pays, il existe une gamme d'outils de formation subventionnés par le gouvernement, soutenus par l'industrie et privés dont les entreprises peuvent profiter. Recherchez les options d'aide à la formation à votre disposition. Certaines de ces options vous offriront des moyens flexibles et abordables de développer de nouveaux talents ou d'améliorer les compétences du personnel existant.

Une main-d'œuvre qualifiée et formée peut améliorer considérablement le chiffre d'affaires, en ajoutant de la valeur aux produits et services, et en facilitant la concurrence internationale.

Le développement personnel tout au long d'une carrière dans l'imprimerie est indépendant de l'âge. L'apprentissage tout au long de la vie doit être une réalité pour tous les âges afin de maintenir l'engagement des personnes et de leur permettre de développer les bonnes compétences ou connaissances.

Si cela est pertinent pour votre entreprise, les représentants syndicaux doivent être consultés sur les décisions concernant les programmes de formation.

## METTEZ LES NOUVELLES RECRUES SUR DE BONS RAILS

Offrir aux nouvelles recrues une expérience positive dans votre entreprise est la meilleure façon de vous assurer qu'elles restent. Il est crucial d'apporter un soutien suffisant. Voici quelques conseils pour vous aider à soutenir vos nouvelles recrues :

- L'insertion est essentielle. Assurez-vous d'avoir une checklist des informations. Partagez des faits amusants sur l'entreprise, les organigrammes de l'équipe et quelques informations sur ce que vous avez réalisé jusqu'à présent. N'oubliez pas que les nouvelles recrues n'ont jamais travaillé avec vous et qu'elles sont probablement nouvelles dans le secteur. Ne supposez pas qu'elles savent.
- Donnez des conseils pratiques. Montrez clairement comment les choses se passent généralement dans l'environnement de travail afin qu'elles aient un point de référence. Fournissez des contacts clés, indiquez les heures de travail de l'entreprise, les heures de pause, la date de paie, les détails relatifs aux RH et rappelez les avantages sociaux qu'offre l'entreprise.
- Rencontrez l'équipe. Assurez-vous que les nouvelles recrues aient une bonne compréhension des différentes équipes ou départements en interne



et prévoyez des activités sociales pour les aider à se sentir intégrées à l'entreprise.

- Définissez des objectifs et des attentes. Les débutants sauront beaucoup moins à quoi s'attendre que les nouveaux employés expérimentés. Soyez clair lorsque vous attribuez des tâches spécifiques et effectuez un suivi pour vous assurer qu'ils se sentent soutenus dès le début, afin qu'ils gagnent confiance et n'aient pas peur d'assumer des responsabilités. Communiquez les normes et les délais à respecter, mais donnez-leur de nombreuses occasions de demander de l'aide et de résoudre tout problème éventuel.
- Effectuez un suivi. Examinez et mettez en place des réunions d'avancement pour vous assurer qu'ils se sentent valorisés et soutenus. Les nouveaux employés auront besoin d'être davantage rassurés que les autres employés. Un suivi régulier vous aidera à voir s'ils vont dans la bonne direction et à identifier dans quel domaine une formation peut être nécessaire.
- Donnez l'entière responsabilité à l'employé lorsque cela vous semble approprié. Même si les débutants ont besoin de beaucoup de conseils, il est important de leur donner de l'autonomie dans leur travail, lorsque c'est possible. Laissez-les prendre des décisions concernant ce qu'ils font pour qu'ils s'approprient leurs propres tâches, puis aidez-les à se développer pour qu'ils en soient ensuite pleinement responsables.
- Intégrez les débutants dans votre programme de mentorat. Mettez-les en binômes avec d'autres employés pour qu'ils aient un soutien et acquièrent des connaissances sur la manière dont les différents rôles fonctionnent dans votre entreprise.
- Soyez disponible. Consacrez du temps à votre personnel.
- Impliquez les représentants syndicaux. Impliquez les dans la prise de décision, le suivi et le processus d'évaluation.



C'est en ayant des employés satisfaits et motivés que votre niveau de rétention du personnel s'améliorera





## PRÊTEZ-LEUR UNE OREILLE ATTENTIVE

Organisez régulièrement des sessions d'écoute en tête-à-tête pour donner des opportunités de feedback aux employés actuels. Ce feedback est susceptible d'être très utile pour comprendre comment vos employés se sentent et ce que vous pouvez améliorer pour conserver les talents. Voici quelques suggestions de questions :

- **1.** Quelle partie de votre travail fait que vous êtes impatient d'aller au bureau chaque jour ?
- **2.** Quels aspects de votre travail n'êtes-vous pas impatient de retrouver lorsque vous arrivez au bureau ?
- **3.** Dans quelle mesure pensez-vous que votre expérience et vos talents sont suffisamment utilisés ?
- **4.** Quelles sont les compétences que vous avez et qui, selon vous, ne sont pas utilisées ?
- **5.** Quelles sont vos aspirations professionnelles à long terme ? Est-ce que nous vous aidons à les accomplir ici ?
- **6.** Avez-vous déjà pensé à partir ? Si oui, qu'est-ce qui vous a poussé à envisager cela ?
- 7. Pourquoi avez-vous décidé de rester ?
- **8.** Y a-t-il quelque chose que vous aimeriez changer dans votre travail ? Y a-t-il des choses que vous aimeriez changer dans votre équipe ou votre service ?

#### TROUVER, ATTIRER, RETENIR **CHECKLIST**

Voici une liste de contrôle de ce qui rend une entreprise attrayante. Cochez les cases à côté des éléments que vous considérez comme acquis ou dont vous vous occupez actuellement, puis réfléchissez à la manière dont vous pourriez cocher ceux qui ne le sont pas. Utiliser le stylo vous aidera à être le plus honnête possible. Si vous ne cochez pas beaucoup de cases, ne vous inquiétez pas, vous trouverez une liste de ressources utiles sur le site Web de Print Your Future<sup>4</sup> pour vous aider à améliorer l'attractivité de votre entreprise.

#### Checklist

- ☐ Avez-vous contacté votre association professionnelle locale ?
- ☐ Avez-vous contacté votre syndicat local?
- ☐ Vous engagez-vous dans une communication continue dans le cadre d'un dialogue social?
- ☐ Est-ce que vous comprenez clairement votre mission, vos valeurs et votre culture?
- ☐ Avez-vous défini ce que vous faites en matière de durabilité à la fois en interne et en externe?
- ☐ Avez-vous un site Web présentant le meilleur de ce que vous proposez ? Est-il à jour ?
- ☐ Avez-vous contacté les écoles, collèges ou universités locaux ?
- ☐ Participez-vous à des salons commerciaux locaux ou à des salons de l'emploi pour promouvoir votre entreprise ?
- ☐ Proposez-vous des opportunités de croissance professionnelle et de développement?
- ☐ Avez-vous mis en place un programme de mentorat ?
- ☐ Offrez-vous un soutien en matière de bien-être ?
- ☐ Proposez-vous une rémunération compétitive ?
- ☐ Votre personnel (y compris la direction) est-il composé de femmes et d'hommes en proportion égale ?
- ☐ Rassemblez-vous des études de cas d'employés actuels pour les utiliser dans le but de promouvoir votre entreprise?
- ☐ Avez-vous demandé ou reçu des récompenses ou de la reconnaissance pour votre excellence ou vos réalisations?
- ☐ Avez-vous fait la promotion de votre culture sur votre site Web ou sur les réseaux sociaux pour montrer que votre entreprise est un endroit où il fait bon travailler?
- ☐ Votre service RH a-t-il examiné les horaires flexibles, les emplacements, les horaires de trajet et les avantages sociaux ?
- ☐ Avez-vous cartographié les parcours de carrière de vos employés ?
- ☐ Faites-vous activement la promotion des nouveaux postes en interne et en externe?

#### Ressources

Site Web de Print Your Future (Europe)

https://printyourfuture.eu/

Site Web d'Intergraf (Europe)

https://www.intergraf.eu/

Site Web d'UNI Europa Graphical (Europe)

https://www.uni-europa.org/

Site Web de l'Association de l'industrie estonienne de l'impression et de l'emballage - AEPPI (Estonie)

https://etpl.ee/

https://www.printinestonia.eu/

Site web de la Grande École des Médias de Stuttgart (Allemagne)

https://www.hdm-stuttgart.de/pmt

Site Web de ZFA (Allemagne)

https://zfamedien.de/

Site Web de GOC (Pays-Bas)

https://goc.nl/

Site Web de l'Association portugaise des industries graphiques et transformatrices de papier - APIGRAF (Portugal) http://www.apigraf.pt/

Site Web de la Fédération britannique des industries d'impression - BPIF (Rovaume-Uni)

https://www.britishprint.com/

<sup>4</sup> https://printyourfuture.eu/

## PRINT YOUR FUTURE: LE PROJET

Le projet Print Your Future s'inscrit dans le contexte du dialogue social européen du secteur graphique visant à accroître l'attractivité du secteur graphique, qui est un problème identifié dans nos programmes de travail 2019-2021 (adopté en septembre 2018) et 2022-2024 (adopté en novembre 2021). Le secteur est confronté à des défis internes, y compris des disparités de compétences et des pénuries, un changement démographique et une image négative trompeuse, ainsi qu'à des défis externes, notamment la numérisation, le développement technologique rapide et l'évolution du comportement des consommateurs. Il est important que les entreprises restent suffisamment dynamiques et agiles pour répondre à ces défis. Garantir la disponibilité des travailleurs qualifiés dans des rôles traditionnels et nouveaux en s'assurant que le secteur reste attractif pour les jeunes est un élément essentiel de la solution. C'est là que le projet Print Your Future intervient.

Le projet Print Your Future vise à répondre à la question de l'attractivité en développant divers outils et ressources pour aider les parties prenantes à travers l'Europe à promouvoir le secteur graphique auprès des jeunes et d'autres employés potentiels, ainsi qu'auprès du personnel actuel. Parmi les outils utilisés :

- une **enquête** visant à diagnostiquer les problèmes potentiels, les solutions et les meilleures pratiques en matière de recrutement et d'emploi dans le secteur graphique européen ;
- une **boîte à outils des meilleures pratiques** pour offrir des conseils pratiques ;
- une **campagne de communication** pour promouvoir le secteur graphique européen, y compris :
- un site Web informatif présentant les parcours professionnels, les profils d'emploi, les écoles et les cours, une nouvelle identité sectorielle, des témoignages vidéo et photos de jeunes du secteur ;
- quatre journées des jeunes travailleurs (en Estonie, en Allemagne, aux Pays-Bas et au Portugal) pour promouvoir le secteur graphique auprès des jeunes.

La boîte à outils et la campagne de communication ont été étayées par les résultats de l'enquête, qui ont montré que l'attractivité du secteur graphique était actuellement un problème. 82 % des personnes interrogées considèrent qu'il est crucial de travailler sur la restructuration de l'image du secteur auprès des jeunes, de créer des parcours de carrière plus clairs pour les jeunes et de mener des campagnes de communication qui parlent le même langage que celui des jeunes. Les répondants considèrent que le recrutement est plus problématique que l'emploi bien que des problèmes aient été identifiés dans les deux domaines. La boîte à outils se concentre donc sur les solutions pertinentes pour les deux domaines en offrant des conseils sur la manière de trouver, d'attirer et de conserver les jeunes dans le secteur graphique européen.



SOUTENU PAR



COORDINATEURS





EXPERTS NATIONAUX









EXPERT TECHNIQUE



