

Apecita, des pistes pour un recrutement efficace



«La communication doit être au coeur de la relation employeur- employé», insiste Laurence Stefan, déléguée régionale de l'Apecita. Elle est intervenue avec Christophe Adnet, président de l'Anefa Lorraine. Photo : H.Flamant

Laurence Stefan, déléguée régionale de l'Apecita, était l'invitée de l'Ag des sections Cuma 54-57 et 55. Elle est intervenue sur le processus de recrutement.

En pleine recherche d'un nouvel animateur pour la section 54-57, Frédéric Poinsignon, le président, confie la difficulté de recruter. *«Aujourd'hui, il faut savoir séduire les candidats. La FrCuma Grand Est dispose d'un pôle d'animateurs qui lui permet d'être attractive»*. Au niveau des Cuma elles-mêmes, *«il faut les faire évoluer pour les rendre attrayantes»*. L'occasion de faire le point avec Laurence Stefan, déléguée régionale de l'Apecita.

«Dans le processus de recrutement, chaque étape est importante», insiste Laurence Stefan. Il faut d'abord analyser le besoin puis définir le poste et le profil de poste en adéquation avec le besoin.

Cibler les canaux de diffusion

Vient ensuite le temps de la recherche des candidats. *«Il faut choisir les bons canaux de diffusion pour cibler les bons candidats»*. Des agriculteurs présents dans la salle avouent *«utiliser Facebook pour trouver des salariés»*. *«Nous avons un vivier intéressant de jeunes en formation»*, interpelle Christophe Adnet, président de l'Anefa Lorraine.

La sélection des candidats, «ne doit pas se faire au feeling», insiste Laurence Stefan. Les participants relèvent, que malheureusement, *«il y a souvent peu de candidatures»*. *«Si vous avez un seul candidat qui ne semble pas convenir, il ne faut pas le prendre par défaut. Il vaut mieux parfois attendre»*, estime la déléguée.

Vous avez trouvé le bon candidat. Ce n'est que le début de l'aventure. **Laurence Stefan insiste sur l'importance de la phase d'intégration, sur six mois à un an.** *«Il est essentiel de bien communiquer sur ce qu'on attend du salarié, bien fixer les objectifs dès le départ. Il y a parfois des ajustements à faire, d'où l'importance d'une bonne communication»*. *«Il faut*

s'adapter des deux côtés», estime un agriculteur.

Se mettre à la place du candidat

Dans la démarche de recrutement, *«il ne faut pas vendre du rêve mais être transparents dans les offres d'emploi»*. Laurence Stefan invite les participants à se questionner *«sur ce qui vous ferait venir sur votre exploitation si vous étiez candidat. Il faut communiquer sur le positif, même si ça n'enlèvera pas les difficultés du métier»*. Pour bien mettre en avant sa «marque employeur», *«il faut bien connaître son entreprise, sa culture et ses valeurs»*.

Il faut aussi avoir conscience des attentes des candidats, qui peuvent être multiples. Laurence Stefan en cite quelques-unes : l'équilibre vie pro-perso, l'ambiance, les nouveaux challenges, l'autonomie, les responsabilités, la rémunération, l'environnement de travail... *«Ce qui peut aider c'est d'avoir été salarié avant. Nous rencontrons de plus en plus de chefs d'exploitation qui ont travaillé à l'extérieur avant de s'installer»*, fait observer Laurence Stefan.

À la remarque d'un participant sur le manque de perspectives d'évolution sur une exploitation, Laurence Stéfan répond : *«La première motivation d'un candidat ce sont les responsabilités. Il existe des leviers de motivation aussi sur un même poste, comme la participation à des expérimentations, des partenariats... »*

Quel manager êtes-vous ?

En préambule de son propos, Laurence Stefan a présenté un focus sur les différents styles de management :

- **Participatif** : Vous êtes particulièrement attentif au relationnel au sein de votre équipe. La confiance et la communication avec chacun de vos collaborateurs sont les fondements de votre management. Mais manager exige aussi d'aiguiller votre équipe et de prendre des décisions.

- **Directif** : Vous êtes attentif à l'opérationnel et aux résultats. L'efficacité prime le plus souvent sur le reste, parfois au détriment des besoins de vos collaborateurs.

- **Persuasif** : Vous êtes attentif à la fois au relationnel et aux résultats. Et vous ne perdez pas les objectifs de vue tout en axant la bonne marche des opérations sur la motivation au sein de votre équipe.

- **Déléгатif** : Vous êtes particulièrement attentif à l'organisation et à la délégation de travail de votre équipe. Chez vous, la méthode est l'aspect le plus exacerbé du management.

«Il n'y a pas un bon style de management par rapport à un autre. Il faut savoir adapter son style de management. La clé est la communication», insiste Laurence Stefan.