

## Pénurie de main-d'oeuvre dans la restauration : TalentView alerte l'Horeca sur sa stratégie de recrutement

*Selon les derniers chiffres de l'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie (UMIH)\*, près de 300 000 emplois sont à pourvoir d'ici 2022 dans le secteur de l'hôtellerie et de la restauration, dont 100 000 postes nécessaires à la reprise de l'activité aujourd'hui. Ces données alarmantes sont la conséquence directe d'un manque d'anticipation du secteur de l'Horeca\*\* qui doit aujourd'hui revoir sa stratégie de recrutement. TalentView, expert RH 2.0, livre ses conseils afin de pallier ce phénomène.*

Historiquement, à l'approche de l'été, les restaurateurs renforcent leurs équipes de salariés et de saisonniers à la dernière minute, s'appuyant sur des profils recherchant un poste temporaire à pourvoir immédiatement. C'est notamment le cas des étudiants. Néanmoins, la crise sanitaire est venue bouleverser cette stratégie de recrutement traditionnelle du monde de l'Horeca. Entre l'incertitude de la date de réouverture des établissements, les aides gouvernementales retardées et les conditions sanitaires strictes à respecter, les restaurateurs ont dû opérer leur recrutement en seulement quelques semaines. De ce fait, une multitude d'offres ont émergé sur les principaux canaux de recrutement, déséquilibrant significativement la balance offre/demande.

Il est aujourd'hui trop tard pour éradiquer ce phénomène, poussant les professionnels de la restauration à prendre conscience de l'importance d'anticiper ses recrutements. *“En créant un vivier de talents, il est plus simple d'émerger dans un contexte économique tendu et d'intégrer les bons profils au bon moment. Ce pool de candidats se travaille en s'assurant d'avoir des offres ouvertes en permanence afin de recueillir des candidatures régulièrement et surtout, en entretenant le lien avec ses anciens salariés et saisonniers”*, rappelle Louis André, fondateur de TalentView.

Si la crise sanitaire a fait prendre conscience aux restaurateurs l'intérêt d'anticiper ses recrutements, il est également important pour eux de travailler sur leur marque employeur. TalentView met à disposition de ses clients son expertise en marketing RH pour leur donner les clés d'une stratégie RH efficace. *“Le secteur de la restauration recherche des profils normés dont les différences entre les divers acteurs restent minimes. Afin de se démarquer, il convient dès lors de travailler sur sa marque employeur et de s'adapter aux candidats. En effet, une simple offre sur le site de Pôle Emploi ne peut plus garantir un retour suffisant pour les restaurateurs”*, poursuit Louis André.

La première action à mener est donc de comprendre où se trouvent aujourd'hui les candidats et qui ils sont. Comme pour promouvoir son établissement, il faut commencer par définir sa cible RH. Les personas du marketing peuvent ici être réinterprétés. Cette compréhension du candidat permet aux chefs d'établissement de détecter les canaux par lesquels le toucher mais aussi, lui parler.

Après avoir appréhendé le candidat dans son ensemble, il convient de redéfinir les valeurs et la plus-value que l'établissement peut apporter. Comme mentionné précédemment, les profils recherchés sont uniformes et comprennent les mêmes types de compétences. Selon TalentView, *“les compétences sont semblables à une liste d'ingrédients. Le restaurateur ne nomme pas les plats à la carte littéralement. Il les markete et les rend attrayant pour le client. C'est cette même logique qu'il faut appliquer au recrutement”*. Afin d'émerger auprès de ses futurs salariés, il faut parvenir à mettre en avant ce que la structure peut apporter au candidat : le cadre de travail, le prestige de l'établissement, le savoir-faire à acquérir etc. Ce sont ces éléments qui vont permettre de revaloriser le poste et capter l'attention des candidats.

Enfin, les acteurs de l'Horeca doivent être ingénieux dans leur façon d'appréhender leur stratégie RH. En multipliant les canaux de recrutement, ils pourront dès lors profiter d'une visibilité accrue. De ce fait, un restaurateur peut promouvoir une offre sur les réseaux sociaux, en lien direct avec sa communauté tout en se rapprochant des canaux traditionnels (Indeed, Pôle Emploi etc.) mais aussi des structures régionales (Mission Locale etc.).

La crise économique a permis de mettre l'accent sur une problématique historique du secteur de la restauration : le manque d'anticipation. Appréhender aujourd'hui sa stratégie RH comme une stratégie marketing peut aider l'établissement à émerger sur un marché de l'emploi tendu. L'expertise des équipes de TalentView permettent aux petits et grands acteurs de l'Horeca de remettre en question leur positionnement RH et de trouver les bons canaux pour atteindre leurs objectifs. Enfin, Louis André rappelle également que *“c'est aux syndicats professionnels de prendre en compte les plus petites structures n'ayant pas les outils nécessaires à l'heure actuelle pour mettre en place ce type d'approche. L'heure n'est plus à attendre que les pouvoirs publics prennent en compte leurs demandes, mais bien à l'ingéniosité, la créativité et la proactivité. Les chaînes de restauration rapide l'ont déjà compris : l'union fait la force”*.

---

**A propos de TalentView :** TalentView est une solution RH 100% digitale, créée en 2016, qui a pour mission d'améliorer la performance du recruteur et l'expérience du candidat. En intégrant les techniques issues du marketing à la stratégie des ressources humaines, TalentView propose une plateforme complète d'outils pour optimiser le processus de recrutement grâce, notamment, à un tunnel candidat repensé et à des données de trafic en temps réel mises à disposition du recruteur.