

Fiche Conseil

Recruter un V.I.E germanophone

1. Contexte
2. Optimiser votre recrutement : de l'offre de mission à la rencontre avec le candidat
3. Repère : le marché du travail en Allemagne
4. L'appui d'UBIFRANCE

Contexte

Avec plus de 1000 V.I.E en poste, l'Allemagne est le premier pays de destination des V.I.E.

Recruter un V.I.E pour un pays germanophone présente cependant plusieurs particularités : un nombre moyen de candidatures moins important que pour d'autres destinations, des désistements fréquents au cours du process de recrutement, et au final un temps de recrutement plus long.

Dans un contexte où les candidats germanophones ont le choix des opportunités, il est nécessaire de mettre en place des mesures spécifiques pour attirer et recruter les candidats.

En janvier 2014, sur les 54000 candidats enregistrés sur le Civiweb, 2400* déclarent un niveau bilingue ou courant. (* hors candidats de nationalité allemande ou autrichienne). Les études menées en partenariat avec le CSA auprès de 200 candidats germanophones inscrits sur Civiweb.com montrent qu'un quart de ces derniers ne sont pas attirés par l'Allemagne.

Ceux qui le sont ont une vision positive d'une future expérience V.I. en Allemagne : opportunité, bonus de carrière, enrichissement personnel. Leurs motivations s'inscrivent dans une combinaison des facteurs personnels, culturels et professionnels. Leurs freins exprimés recourent des raisons telles que la barrière de la langue (phénomène d'autocensure) et la localisation en zone rurale.

Les V.I.E en poste déclarent que le contenu de la mission a été un critère prioritaire dans leur choix de mission en Allemagne.

Optimiser votre recrutement : de l'offre de mission à la rencontre avec le candidat

■ En amont de la diffusion de l'offre

Il convient de procéder à une analyse fine du poste proposé (activités clés, environnement relationnel et matériel) et des compétences attendues.



■ L'offre de mission : quelques conseils pour attirer les candidats

- **Intitulé de la mission :** facteur d'accroche essentiel, c'est la première indication dont le candidat prend connaissance sur Civiweb.com : cet intitulé se doit d'être précis et explicite.
- **Localisation :** ce critère est important dans le choix des candidats et revêt une acuité particulière pour les missions en Allemagne ; il est recommandé d'apporter des précisions sur le lieu de mission : par exemple, s'il s'agit une ville peu connue indiquer la proximité des moyennes/grandes villes (ex. 30 mn de Stuttgart) ou les atouts de la région.
A noter que pour les missions commerciales, la mention de la zone géographique et du rayon d'action permet au candidat de mieux s'approprier la réalité de la mission.
- **Présentation de l'entreprise :** au-delà d'un descriptif synthétique de son activité, l'entreprise - et notamment la PME - doit valoriser son métier, ses atouts, son CA et/ou ses projets de développement export.
- **Descriptif du poste :**
Le contenu de la mission est LE critère décisif pour le candidat ; le descriptif des responsabilités-clés et de l'ensemble des tâches confiées est de nature à motiver le candidat sur le projet et à l'inciter à postuler.
Donner des informations sur l'environnement de travail dans la filiale/la structure d'accueil est également un 'plus' pour les candidats.
- **Le profil et les compétences** attendues sont à indiquer dans le corps de l'offre pour optimiser l'affichage sur le Civiweb.
Le niveau de maîtrise linguistique est un point important. Au-delà du terme 'bilingue' susceptible de dissuader même de bons germanophones, il est préférable de décrire le contexte dans lequel le V.I.E devra utiliser la langue allemande dans son quotidien (échanges avec collègues, contact téléphonique, rédaction de messages simples ou d'offres commerciales...).
- **Conseil « + »**
Les candidats sont sensibles au ton et à la qualité rédactionnelle des annonces.
Ils portent également une attention particulière à la durée de la mission, au contexte de travail et au post-V.I.E (possibilité d'être recruté en fin de mission).
Vous pouvez également indiquer dans l'offre la mise à disposition d'outils de travail (téléphone mobile, voiture de service) ou la prise en charge éventuelle du logement.

■ La sélection, l'entretien et le suivi de la relation candidats

L'addition de compétences (linguistiques + techniques + commerciales) accroît la difficulté à identifier le candidat idéal. Sur un marché relativement pénurie, hiérarchiser les critères de sélection facilite la bonne poursuite du processus.

Pourquoi ne pas ouvrir le profil, en privilégiant l'appétence pour le pays d'un candidat issu d'un cursus en sciences humaines ou bac+3 et maîtrisant l'allemand, plutôt qu'à une expérience préalable en commercial ? A l'inverse, un candidat motivé et aux compétences techniques requises pourrait bénéficier d'une formation accélérée en langue allemande, dès son recrutement ou à son arrivée dans le pays.



Le phénomène de désistement étant fréquent, nous vous recommandons de creuser les motivations lors de l'entretien. En parallèle, établir si possible une short-list élargie permet de pallier cette déconvenue.

La qualité apportée à l'accueil de chaque candidat et le suivi que vous leur donnez suite à l'entretien joue en faveur de l'image de votre entreprise.

■ Facteurs de réussite de la mission

Une fois le candidat recruté, il s'agit de sécuriser le recrutement à court et moyen terme :

- en veillant à la qualité de l'encadrement dans le pays
- en valorisant le contexte de travail sur place (équipe) et le cadre de vie
- en mettant à la disposition du V.I.E les outils pour réussir sa mission, tel qu'un matériel promotionnel adéquat et traduit en allemand
- en proposant au V.I.E, si besoin, une formation linguistique complémentaire pour le rassurer et faciliter son insertion.

Repère : le marché du travail en Allemagne

Le dynamisme du marché du travail Outre-Rhin s'illustre par :

- des créations nettes d'emplois
- un taux de chômage historiquement bas, avec en décembre 2013 un taux à 5,1% (définition BIT).
- une croissance du salaire moyen par tête (SMPT): + 2, 9% en 2012. [Source : Service Economique Régional, Ambassade de France].

Le marché est donc plutôt favorable aux candidats.

En Allemagne, les jeunes diplômés gagnent, en moyenne entre 2600€ et 3400€ brut/mois (primes exclues). Le salaire d'un ingénieur débutant est d'environ 3000 à 3500 € brut/mois et moyenne, les diplômés d'un Doctorat gagnent 4220€/mois.



Le marché du travail allemand connaît une certaine diversité en raison des spécificités régionales.

Le marché du travail est plus tendu dans les Länder du sud de l'Allemagne où le chômage est quasiment absent surtout en proximité des villes de Munich et de Stuttgart. On parle même de « Fachkräftemangel », à savoir manque de main d'œuvre.

Stuttgart, Munich et Francfort sur Main remportent le palmarès des villes ayant les niveaux de salaires les plus élevés. Les autres régions de l'Ouest de l'Allemagne restent assez loin de la tête du classement, et se rapprochent plutôt des valeurs de la moyenne nationale : c'est le cas des régions de Bremen-Oldenburg, Nürnberg, Hannover-Braunschweig, Rhein-Ruhr et Rhein-Neckar. De leur côté, les salariés des régions de Berlin-Brandebourg et de l'Allemagne centrale gagnent nettement moins que la moyenne nationale [Source : Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung – IAB]

L'appui d'UBIFRANCE

Recrutement et visibilité

Pour vous aider à identifier votre V.I.E, la Direction V.I.E a mis en place depuis 2009 un service d'Appui au recrutement dédié. Si vous souhaitez y recourir, il suffit de cocher « présélection UBIFRANCE » lors de dépôt de l'offre de mission ou de contacter votre référent commercial.

Civiweb.com est le site de référence pour les candidats. Avec 500 000 visites par mois, il offre une visibilité à votre offre de mission. Vous pouvez optimiser cette visibilité en mettant en valeur votre offre de mission (via une vidéo par exemple).

Accompagnement dans le pays

Au-delà de solutions d'hébergement et de coaching, UBIFRANCE Allemagne est en mesure de vous conseiller sur la localisation de la mission.

Pour aider le V.I.E à développer le marché, nous mettons à votre disposition :

- des informations, telle que la « fiche marché », synthèse présentant un secteur porteur dans le pays, ou le « Guide des Affaires », synthèse du contexte pays et présentation opérationnelle du développement commercial et de la bonne pratique des affaires en Allemagne,
- des prestations de conseils sur mesure : « Profil opérateurs », identification et qualification des contacts pertinents pour votre entreprise.

