

Marché 

# Et si la Responsabilité Sociétale ouvrait de nouvelles perspectives dans ce marché ultra mature ?



Regards croisés entre Sophie Auger-Mongenot, Directrice Générale d'Armonia, et Benoit Poron, Directeur Général de Penelope Groupe.

**B**ien que l'accueil externalisé paraisse toujours confronté aux difficultés propres aux marchés matures, il semble néanmoins que la recherche perpétuelle d'innovations de ses principaux acteurs et leur engagement fort en termes de Responsabilité Sociétale leur permettent de trouver un nouveau souffle, en particulier si les entreprises clientes les soutiennent.

## La parenthèse magique des JO de Paris

Pour beaucoup d'entre nous, l'année 2024 restera marquée par les Jeux Olympiques de Paris, événement hors norme dans le-

quel l'accueil tenait naturellement un rôle majeur dans l'expérience des spectateurs présents. Le défi pour les professionnels du métier était de taille car comme l'accueil ne nécessite pas d'habilitation spécifique (au contraire de la sécurité), les bénévoles – très nombreux pour cette occasion unique – furent mobilisés en premier et les acteurs du secteur durent compléter les besoins dans un délai particulièrement serré.

Pour autant, le succès fut total comme le souligne *Sophie Auger-Mongenot, Directrice Générale d'ARMONIA* : « Cet événement a vraiment porté les gens : on a eu

*une quantité considérable de candidatures d'une qualité irréprochable, un vrai engouement et pas de faux bond. Tout le monde est resté souriant, même sous la pluie ! »*. Côté visiteurs, l'évaluation de la satisfaction du service rendu fut très élevée, comme le confirme *Benoit Poron, Directeur Général de PENELOPE GROUPE*. Toutefois, cette « parenthèse magique » n'aura duré qu'un temps, et le quotidien a repris sa place.

## Le recrutement, entre difficultés habituelles et nouvelles donnes

Ce n'est pas une nouveauté, le métier peine à attirer, en particulier les étu-

diantes et étudiants qui représentaient avant l'essentiel de la cohorte des recrutés. Sur le papier pourtant, les conditions de travail semblent plutôt adaptées à leurs contraintes : des postes souvent en temps partiel (donc conciliables avec des études), garantissant un revenu fixe, dans le cadre feutré d'une entreprise, avec des tâches assez routinières et des horaires fixes pour assurer une certaine tranquillité d'esprit.

Or, cette stabilité ne paraît plus correspondre aux aspirations de la nouvelle génération qui souhaite davantage découvrir et apprendre pendant leurs études, ce que permet finalement l'alternance dont le développement spectaculaire capte et attire les jeunes, à presque tous les niveaux et dans toutes les spécialités. Par ailleurs, le métier d'hôte ou hôtesse souffre toujours d'une image peu valorisante socialement. À ces difficultés habituelles se greffent d'autres tendances plus actuelles telles que la recherche de télétravail chez les candidats, organisation qui reste extrêmement complexe à mettre en œuvre dans le cadre d'une prestation d'accueil en entreprise.

Face à ces difficultés de recrutement, les stratégies se multiplient : diversification des profils ciblés, primes de cooptation et pour PENELOPE GROUPE, un investissement qui perdure dans les contrats professionnels, nonobstant l'arrêt soudain de l'aide de l'Etat au Contrat de Professionnalisation le premier mai dernier. Ainsi, à travers son propre centre de formation et ses partenariats avec d'autres centres, PENELOPE GROUPE continue d'investir dans le Certificat de Qualification Professionnel en formant au métier de l'accueil des individus de moins de 26 ans comme de plus âgés en recherche de qualification ou de reconversion professionnelle. Ce choix s'avère payant puisqu'il couvre désormais 25 % des recrutements de l'entreprise.

### Un sens aigu de la Responsabilité Sociétale

Parallèlement, d'autres catégories de candidats continuent de s'imposer sur ce marché, notamment les Seniors (50 ans et plus) pour qui l'accès à l'emploi est particulièrement difficile puisqu'ils restent les « premières victimes de discriminations dans le monde du travail » comme le rappelait récemment un article paru dans Le Figaro<sup>1</sup>.

Or, les Seniors présentent des qualités professionnelles observées qui correspondent particulièrement bien aux mé-

tiers de l'accueil : ponctualité, sens des responsabilités, courtoisie, calme face aux imprévus, ainsi qu'un langage normé bien maîtrisé. Dès lors, favoriser l'embauche des Seniors est à la fois socialement et professionnellement bénéfique. Très engagée dans cette démarche, ARMONIA constate d'ailleurs que les binômes mixtes Senior/Junior à l'accueil produisent une sorte de « compagnonnage » très positif. Chez PENELOPE GROUPE, cela se traduit par 14 % des effectifs (soit 4000 collaborateurs) qui sont Seniors<sup>2</sup>.

Le sens de la Responsabilité Sociétale d'ARMONIA et de PENELOPE GROUPE se retrouvent également dans leur soutien actif à l'emploi des personnes en situation de handicap. Concrètement – et en partenariat avec leurs clients qui acceptent de s'associer à la démarche – ARMONIA parvient notamment à placer sur site des personnes à fort handicap visible et ce, avec succès. Dans l'équation, toutes les parties sont gagnantes : d'abord les agents en poste pour qui il demeure généralement très difficile d'être employés ; puis l'entreprise-cliente qui montre par là-même que son engagement va bien au-delà du déclaratif ; et enfin ARMONIA qui agit en accord avec ses fortes valeurs.

Chez PENELOPE GROUPE, le seuil légal des 6 % d'employés handicapés est dépassé, et leur « Mission Handicap » œuvre en interne pour sourcer des candidats handicapés pour les postes à pourvoir. Pour ces deux géants du métier, ce qui est essentiel finalement dans ce contexte, c'est d'être capable de dialoguer avec le client pour qu'il les soutienne dans cette démarche, car sans son accord, peu de choses peuvent se mettre en place, malgré toute la bonne volonté des prestataires.

### Plus que jamais attentifs aux nouveaux besoins des clients

Avec le développement massif du télétravail, largement plébiscité dans sa forme hybride de trois jours de travail sur site, la vie quotidienne dans les entreprises a beaucoup changé depuis la crise du Covid-19. Les espaces de travail se sont adaptés à cette chute du taux d'occupation des locaux, ce qui s'est généralement traduit par l'adoption du Flex-Office, et les employeurs n'arrivent pas nécessairement à « réenchanter les bureaux » de sorte à donner envie à leurs collaborateurs d'y revenir.

Ce contexte, qui demeure toujours assez incertain, a plusieurs incidences notables sur le marché de l'accueil. En premier lieu, les besoins paraissent se contracter, soit

au niveau des plages horaires d'accueil, soit sur le nombre de prestataires sur site. Par ailleurs, la gestion des Flex-Offices se délègue aussi à l'accueil dont le rôle va de la prise en charge des réservations de bureaux jusqu'à s'assurer du bon niveau de confort d'usage de ces derniers. Enfin, au contraire de certaines grandes entreprises américaines qui contraignent leurs employés à revenir au bureau en temps complet par la manière forte, les entreprises françaises mobilisent davantage une stratégie douce en usant des options que l'Hospitality permet.

À côté des multiples services proposés par le système de conciergerie (en place depuis plusieurs années), des animations sur site sont désormais fréquemment demandées par les clients, comme le souligne Benoit Poron : « *On nous demande de plus en plus des forfaits d'animations sur site, telles que la Galette des Rois, la Saint Valentin, la Fête de la Musique, etc.* ». Sophie Auger-Mongenet confirme en effet les attentes que beaucoup d'entreprises-clients expriment pour inciter leurs salariés à revenir sur leurs lieux de travail, tout en soulignant que cela entraîne nécessairement un coût supérieur.

Notons donc que ces recherches de solutions, toujours croissantes, de la part des entreprises-clients et les régulières innovations proposées par les principaux acteurs du marché de l'accueil confirment bien le rôle de plus en plus stratégique que ces prestataires peuvent jouer auprès des salariés de leurs clients.

### L'I.A. à l'accueil ?

Enfin, quant à la question du potentiel remplacement des prestataires d'accueil sur site par de l'Intelligence Artificielle, cela n'aura certainement pas lieu, du moins pas dans un avenir proche. Un consensus en effet se dégage : si les clients sont très intéressés par les innovations technologiques en la matière, et par les apports de celles-ci pour améliorer la prestation, pour autant il n'est pas question pour eux de se passer d'une présence humaine à l'accueil : il en va de leur image, mais aussi de la qualité de l'expérience-usager qui ne peut se concevoir sans interactions humaines in situ. ■

**DELPHINE MINCHELLA, PHD**

Enseignant-Chercheur, Ecole de Management de Normandie

1. Les seniors, premières victimes de discriminations dans le monde du travail  
2. Pour l'année 2023.