

Comment s'offrir les talents d'un senior

RESSOURCES HUMAINES Diverses formules permettent de faire appel à l'expérience et au savoir-faire de professionnels chevronnés pour des missions ponctuelles.

PAR LILYENBESON

QUEL QUE SOIT le stade de développement d'une entreprise, de la start-up au grand groupe, l'expérience et la vision des seniors sont précieuses, particulièrement sur des sujets ou des fonctions qui nécessitent une expertise pointue : finances, développement à l'international, levée de fonds, aspects juridiques... Pourtant, les chiffres de l'emploi le montrent, les entreprises ont moins tendance à recruter dans les rangs des plus de 50 ans que parmi les plus jeunes générations. En 2019, alors que le nombre de chômeurs en France a baissé de 31 %, le recul enregistré pour les cinquante et plus n'est que de 21 %.

Si nombre de chefs d'entreprise hésitent à recruter des seniors, c'est d'abord parce que le niveau de rémunération attendu est l'un des principaux obstacles. Mais les jeunes entrepreneurs peuvent également ressentir une inquiétude à l'idée de devoir

manager une personne plus âgée qu'eux, ou encore avoir le sentiment que les plus de 50 ans sont « dépassés » au point de vue de la technologie ou des savoir-faire.

Une communauté d'experts

Or en fait, les seniors constituent un véritable réservoir de compétences « en sommeil ». « Chaque année, 700 000 personnes partent à la retraite, et 120 000 d'entre elles souhaitent continuer à travailler », souligne Camille Maillard, cofondatrice avec Laetitia de Roquemareur de Colpkit, une structure qui permet de mettre en relation ces jeunes retraités avec des PME, ou des associations.

« Avec Colpkit, nous visons à créer une communauté d'experts au service des chefs d'entreprise qui ont un besoin spécifique », explique Camille Maillard. Après un entretien préliminaire visant à vérifier qu'ils sont en phase, chefs d'entreprise et experts s'engagent sur une mission rémunérée de 400 € à 600 € par jour. « Toutes les formules sont envisageables en fonction de la nature du travail à réaliser : quelques jours par mois, un à deux jours par semaine... Pour les TPE ou PME, cette formule permet d'avoir recours à un spécialiste à un tarif accessible », plaide Camille Maillard. Colpkit, de son côté, prend à sa charge l'assurance responsabilité civile des experts.



Les seniors constituent un véritable réservoir de compétences « en sommeil ».

Klein, le créateur, pour proposer une offre sur abonnement aux chefs d'entreprise qui ont besoin d'un conseil régulier, sans pouvoir se permettre une embauche ».

Plate-forme de mise en relation

Teel'By Job s'est également installé récemment sur ce créneau des seniors actifs, avec un modèle un peu différent. Il s'agit cette fois d'une plate-forme d'offres et de demandes d'emploi, la mise en place de la collaboration étant laissée à l'initiative des deux parties. Et, contrairement à Colpkit et Boucous-in-Blue, Teel'By Job ne vise pas uniquement les cadres, mais l'ensemble des profils et tous les types de postes, dans tous les domaines d'activité.

Un autre moyen de bénéficier de l'expérience des seniors et d'opérer une transmission des savoir-faire dans les entreprises est de recourir au mentorat : dans ce cas, ce sont souvent les salariés les plus âgés, encore en poste, qui « partagent » les plus jeunes jusqu'à leur départ en retraite. Un dispositif qui se fait souvent sur la base du volontariat et qui n'occasionne aucun coût supplémentaire pour l'entreprise.

La plate-forme Boucous-in-Blue, entreprise sociale et solidaire créée dans le Val d'Oise-et-France, fonctionne sur le même modèle. Ses experts sont également recrutés parmi les cadres sans emploi

qui gardent ainsi un pied dans le monde du travail. Boucous-in-Blue propose en outre de mettre une véritable équipe dédiée (jusqu'à 4 personnes) au service du client, pour une durée indéfinie. Ainsi, trois cadres viennent de rejoindre

un fabricant et installateur de piscines pour faire à doubler son chiffre d'affaires en un an. « Nous allons enrichir nos équipes d'un expert-comptable commissaire aux comptes, d'un avocat d'affaires, d'un fiscaliste, précise Laurent

Pour les TPE ou PME, cette formule permet d'avoir recours à un spécialiste à un tarif accessible
CAMILLE MAILLARD, COFONDATEUR DE COLPKIT

Instagram lance des podcasts pour les entrepreneurs

MARKETING Envoyer un post ou une story sur « Insta », n'est pas seulement amusant pendant ses vacances, c'est aussi très utile pour le business. A condition de connaître le mode d'emploi.

PAR LILYENBESON

LES RESSOURCES SOCIALES deviennent de plus en plus incontournables pour les entrepreneurs qui souhaitent développer leurs projets. Mais encore faut-il savoir en maîtriser l'usage. Dès le lancement le mardi 10 février d'une série de podcasts par Instagram. Tous les quinze jours, une émission d'une trentaine de minutes réunit autour du micro un dirigeant de TPE-PME ainsi que Mélanie Agazzone, directrice de la communication d'Instagram en France et Europe du Sud. « Le but est d'expliquer quel

est l'impact d'Instagram sur les ventes, la notoriété et l'image d'une société, indique cette dernière. Comment les différents outils que l'on peut facilement exploiter soi-même, des posts aux stories en passant par les sondages et autres fonctionnalités très interactives, servent de levier pour tout type d'activités sur le plan commercial, marketing, export, etc. »

« Ou encore comment l'onglet shopping d'Instagram génère du trafic vers le propre site marchand de la marque qui décide de se lancer sur ce réseau social. A condition de savoir raconter visuellement,

son histoire et fédérer une communauté... « Il est vrai que c'est beaucoup de travail, mais cela en vaut la peine car on multiplie les chances de rencontrer des clients potentiels », assure Lisa Gachet, qui a fondé, en 2015, Make My Lemonade, ligne de prêt-à-porter et vêtements à fabriquer soi-même.

« Instagram permet une communication incarnée »

Instagram est devenu mon principal vecteur de business, une vitrine qui permet d'avoir une communication incarnée : grâce aux stories, je

montre, par exemple, le processus de fabrication et l'inspiration à l'origine des créations », détaille la jeune femme. Elle est la première à témoigner dans l'Instapodcast, narré par parcours et sa stratégie de contenu.

Julie Pellet, responsable du développement d'Instagram en France et Europe du Sud, donne également des conseils pratiques à chaque podcast, pour améliorer l'impact et l'efficacité, transformer son audience en clientèle, etc. L'invité du podcast suivant sera Youssouf Botana à l'origine de la marque de mode Maison Château Rouge.



Les « instapodcasts » sont disponibles sur l'ensemble des plates-formes audio : Apple Podcast, Spotify, Deezer, Google Podcast, Podcast Addict, Castbox...

Julie Pellet (à gauche) et Mélanie Agazzone d'Instagram distillent leurs conseils pour développer ses affaires grâce au réseau social.