

Une nouvelle vision de l'assurance-invalidité!

Venez nous retrouver au salon RH, le 1^{er} et le 2 octobre prochains à Palexpo-Genève, stand J17.

Vous aurez l'occasion de contribuer à changer l'image de l'AI grâce à notre jeu-concours «Quel slogan pour l'assurance-invalidité?»

Une conférence vous présentera le partenariat entre l'assurance-invalidité et l'entreprise Caran d'Ache, le jeudi 2 octobre à 15h15.

Invitations : info@aivd.ch ou au 021.925.45.53.

Au du Général Guisan 8 - 1800 Vesry. Tél. 021 925 34 24 / Fax 021 925 34 25

Cadres	7 à 8	Apprentissage	14
Restauration/Hôtellerie	8	Enseignement	14
Banque/Assurance	9	Informatique/Télécoms	15
Industrie/Ingénierie	9	Emplois divers	15
Finance/Comptabilité	10	Petites annonces	15
Bâtiment/Construction	10		
Arts et métiers	10 à 11		
Vente/Représentation	11 à 12	Formation	
Commerce/Administration	12 à 13	Les écoliers vaudois bénéficient d'une période pour s'initier au monde professionnel.	16
Médical, paramédical et social	13 à 14		

400 nouvelles offres/jour

Postulez online!

N°1 en Suisse romande **jobup.ch**

24 Emploi Spécial Horlogerie 149 OFFRES

L'horlogerie a aussi ses experts externes

Les groupes horlogers font appel à des consultants pour améliorer leurs produits. Exemple avec la société Altran

Laurent Buschini

Les spécialistes qui ont un regard d'ensemble sur le secteur horloger sont rares. Ludovic Janvy peut se targuer d'en être. Et pour cause: il est responsable de la division industrielle chez Altran, leader mondial du conseil en ingénierie, et spécialisé dans l'horlogerie.

Tous les consultants d'Altran sont des ingénieurs possédant un master. Leur travail est d'accompagner le client sur tout ou partie du cycle de vie du produit. Il s'agit, par exemple, de définir les tendances techniques et les nouveaux matériaux ou de mettre en place des processus de fabrication.

Pourquoi faire appel à des consultants? «Certaines marques n'ont pas les ressources à l'interne pour accélérer leur capacité d'innovation, indique Ludovic Janvy. D'autres sociétés recherchent une expertise externe. Il y a aussi des pics de charge durant lesquels une entreprise horlogère doit trouver des ressources externes. Dans tous les cas, nous devons comprendre ce que veut le client, ce qu'il attend de nous. Nous devons comprendre sa stratégie. Parfois nous la définissons avec lui.»

Les consultants d'Altran travaillent pour différentes marques



L'horlogerie fait appel à des consultants pour améliorer sa force d'innovation. JEAN-PAUL GUINNARD

«L'un des défis de l'horlogerie suisse sera de répondre aux nouvelles montres électroniques»



Ludovic Janvy
directeur de division, Altran

horlogères, le plus souvent en complète intégration avec les équipes en place. Ils ont donc accès à des secrets industriels ou à des projets stratégiques et doivent établir un lien de confiance avec leurs clients. Ceux-ci doivent être absolument certains que les secrets ne seront pas divulgués à des concurrents. «Il faut veiller à ce que l'on dit quand on passe d'un client à l'autre, reconnaît Ludovic Janvy. C'est pourquoi nous portons toute notre attention sur l'éthique des candidats lors du recrutement. C'est aussi la raison pour laquelle nous privilégions le recrutement par cooptation. D'autre part, chaque collaborateur signe une clause de confidentialité. C'est la raison

pour laquelle je ne connais pas dans le détail certains projets de mes collaborateurs.»

Ludovic Janvy en est convaincu: il faudra toujours des personnes connaissant le mouvement mécanique de la montre. «Ce sont sans doute la méthodologie et les outils avec lesquels ils travailleront qui vont changer. L'impression 3D va se développer pour l'habillage et certaines pièces du mouvement.»

Il faudra aussi une meilleure maîtrise de la connectivité. «L'un des défis de l'horlogerie suisse sera de répondre aux nouvelles montres électroniques, explique Ludovic Janvy. Les horlogers seront tôt ou tard obligés d'entrer

La société Altran

Altran est le leader mondial du conseil en innovation et en ingénierie avancée. En clair, la société fournit une aide externe aux entreprises et les accompagne dans leurs projets industriels ou de services. Présente dans une vingtaine de pays, elle est active dans de nombreux domaines allant de l'automobile à la biotechnologie, du ferroviaire à l'aéronautique ou à l'énergie. En Suisse, où Altran exerce ses activités depuis 1993, l'horlogerie constitue un secteur important. La société de conseil intervient notamment auprès des groupes horlogers les plus importants du pays. Mais elle travaille aussi auprès des entreprises sous-traitantes pour développer leurs projets et accélérer leur mise en production.

domaines d'activité, explique Ludovic Janvy. En ce qui concerne l'électronique et l'informatique embarquée, nous pouvons faire appel à nos meilleurs experts travaillant dans l'automobile ou dans l'aviation et la microélectronique et leur demander des solutions adaptées aux besoins de l'horlogerie. Les contraintes sont nombreuses, que ce soit en matière de miniaturisation ou d'esthétique et de design.»

Adaptation nécessaire

Un mélange des genres qui fait la force de la société de conseil. «Nous avons, par exemple, complètement repensé le poste de travail pour un type de fabrication horlogère en nous basant sur un travail similaire entrepris quelque temps auparavant pour un client actif dans un domaine qui n'a rien à voir avec les montres, indique Ludovic Janvy. Notre force est de confronter notre expertise globale et de l'adapter à chaque situation.»

L'horlogerie a un avenir prometteur, mais certains acteurs doivent se renouveler, indique le responsable d'Altran. «La montre connectée leur en donne peut-être l'occasion. Mais le nerf de la guerre reste la maîtrise du mouvement mécanique et ses complications, les métiers de l'artisanat et les métiers d'art. Il faut aussi améliorer le service après-vente des marques.»

Faire en sorte que les entreprises soient réactives fait aussi partie des missions d'Altran. «On n'achète pas les mêmes montres aux Etats-Unis, en Chine ou dans les Emirats arabes. Lorsqu'un marché redémarre, comme c'est le cas aux Etats-Unis en ce moment, il faut pouvoir y répondre, et vite.»

Le candidat doit se mettre à nu. Et l'entreprise?

L'œil du pro

Stéphane Haefliger
Directeur RH



Depuis quelques années, le processus de recrutement s'est professionnalisé. Jusqu'ici, être un ami de la famille, un copain de promotion ou du Rotary, voire un ancien camarade de football était considéré comme des lettres de créance suffisantes pour l'obtention d'un poste. Mais les temps ont bien changé.

A raison, les entreprises ont modernisé leur processus de recrutement. Aujourd'hui, les candidats traversent des batteries de tests psychométriques et de multiples entretiens structurés, parfois

même des assessment centers d'un jour avec jeux de rôle intégrés. Les candidats sont sommés d'expliquer en long et en large leur motivation, doivent justifier leur portefeuille de compétences, puis expliquer par le détail les détours de leur parcours. En filigrane, on l'a compris, l'entreprise cerne le profil de personnalité.

Mais l'entreprise considère encore l'entretien de recrutement comme un moment fondateur autorisant l'approfondissement de thèmes considérés comme secrets ou tabous. Un long strip-tease administratif s'impose alors au candidat qui se voit obligé de produire un extrait récent du casier judiciaire, un certificat de bonnes mœurs, un extrait de l'Office des poursuites et faillites, un relevé de sa caisse de pension, un bulletin de salaire de son ancien

employeur, etc. Certains d'entre eux doivent même passer des «entretiens de sécurité» destinés à identifier les conflits d'intérêts inhérents à leur prise de fonction.

L'idée ici n'est pas de mettre en cause ces demandes administratives multiples. Mais plutôt de renverser la perspective. L'entreprise cherche avec ces procédures complexes à mieux connaître les différentes facettes du candidat, autrement dit son profil de personnalité, son profil de risque et son profil de compétences. Très bien. Mais le collaborateur souhaite également mieux connaître l'entreprise dans laquelle il postule. Et s'il est mis à nu administrativement par un jeu de procédures juridico-administratives, l'entreprise, elle-même, se dénote-t-elle avec autant d'empressément qu'elle le sollicite à l'endroit

de son courtisan? Autrement dit, arrive-t-elle à appliquer à elle-même ce qu'elle impose à son candidat?

Rien n'est moins sûr. Au mieux, quelques rapports annuels, une charte des valeurs écrites, une liste de projets semi-périmés, un descriptif de fonction souvent vague, beaucoup de discours storytellés et de présentations PowerPoint wao. Mais peu d'informations concrètes sur sa base client, sa stratégie de développement des affaires, ses points faibles et ses pistes d'amélioration, encore moins sur le profil de personnalité de son futur chef. Bien peu de chose en réalité, par rapport à la profondeur des informations exigées du candidat. Etrange, non?

drh@espiritosanto.com

PUBLICITÉ

Ecole Technique de la Vallée de Joux
1347 Le Sentier ☎021 557 43 00 www.etvj.vd.ch

MICROMÉCANIQUE – BIJOUTERIE
HORLOGERIE – DESSIN MICROTECHNIQUE
Certificat fédéral de capacité CFC
Maturité professionnelle technique MPT
Diplôme de technicien ES en microtechnique

PORTES OUVERTES AU SENTIER
vendredi 31 octobre 2014 de 13 h 30 à 20 h 00
et samedi 1^{er} novembre 2014 de 09 h 00 à 16 h 30

SALON DES MÉTIERS
STAND N°A 60 – HALL 36
Du 25 au 30 novembre 2014
Expo Beaulieu Lausanne