

Au sein du Groupe Flo

De nouvelles procédures et un renforcement de la marque employeur de chaque enseigne accompagnent l'évolution du positionnement des restaurants.

Les Grandes Brasseries et les Hippopotamus montent en gamme



En mai dernier, le Groupe Flo a donné le coup d'envoi de deux vagues de recrutement et d'une campagne de communication pour deux de ses marques, les Grandes Brasseries et Hippopotamus. Cette opération d'envergure symbolise la stratégie de montée en gamme de ces enseignes. Pour amorcer cette évolution et intégrer une dimension 'luxe' dans ses établissements, le groupe cherche à renforcer son management en recrutant, en externe, de nouveaux talents à des postes stratégiques : directeur d'exploitation, directeur adjoint de restaurant, manager de cuisine ou encore chef de partie.

Le Groupe Flo a également présenté la nouvelle marque employeur de chacune de ses deux marques et les changements apportés aux procédures de recrutement. "Chaque enseigne a désormais un site dédié. Nous y présentons leurs métiers et leurs cultures", précise Julien Leguillon, responsable du développement RH au sein du groupe. Animés par des vidéos et des quiz, ces deux nouveaux sites sont conçus comme de véritables leviers d'attractivité et permettent aux candidats de se familiariser avec l'univers des Grandes Brasseries et celui de la chaîne de restauration commerciale spécialiste du bœuf Hippopotamus. Les deux marques, ainsi mises en valeur, traduisent un positionnement plus haut de gamme. Derrière cette campagne nationale de communication employeur, de nouveaux outils de gestion des ressources humaines, notamment en ce qui concerne le recrutement, ont été créés ou revus.

DES MANAGERS FORMÉS AU RECRUTEMENT

Pour assurer la réussite de ses recrutements, le Groupe Flo s'appuie sur son équipe managériale. "Nous avons formé tous nos directeurs de restaurant aux méthodes de sélection des candidats et à la conduite des entretiens de recrutement", explique Julien Leguillon. Capables de détecter le fameux savoir être et aidés par une grille commune de critères objectifs et adaptés aux exigences affichées du Groupe Flo, les managers peuvent

Julien Leguillon est chargé du développement RH au sein du Groupe Flo et détaille les nouvelles procédures de recrutement

également compter sur des présélections réalisées par le service des ressources humaines.

En effet, un outil interne permet désormais de mesurer les besoins en recrutement du groupe. Lorsqu'un établissement prépare son ouverture ou qu'une zone géographique est confrontée à une pénurie de main d'œuvre, des sessions collectives de

recrutement sont organisées. Sur une journée, des candidats présélectionnés passent des entretiens et, à la fin de ce 'speed recrutement', des promesses d'embauche sous huit jours sont faites aux candidats retenus. L'approche est concrète autour de questions préparées à l'avance. "Comment voyez-vous le poste de commis de cuisine ?", "Qu'est-ce qui vous intéresse dans le secteur de la restauration ?" Ou encore : "Il y a une file d'attente à l'accueil, que diriez-vous aux clients ?" Enfin, le programme d'intégration a été formalisé et découpé en plusieurs étapes. La nouvelle recrue est accompagnée par un parrain et prend progressivement possession de son poste. Ces nouveaux outils et procédures contribuent à la montée en gamme du Groupe Flo et s'intègrent dans une nouvelle stratégie RH.

VALÉRIE MEURSAULT