

Ces entreprises qui misent sur la formation



Luc Jourdan, directeur général de Novalto, a placé la formation au cœur de sa stratégie. "Nous lui consacrons 3 % de la masse salariale. Pour nous, c'est un investissement", dit-il. DR

Troc.com, Melvita, Avipur, Novalto, Chabert : ces entreprises de la région rivalisent d'imagination pour former leur personnel, parier sur la promotion interne et sur les compétences. Certaines créent même leurs propres écoles et placent la formation au cœur de leur stratégie.

Plus qu'une obligation légale assortie d'une cotisation minimale, la formation du personnel peut devenir un véritable moteur pour les entreprises. Certaines l'ont placée au cœur de leur stratégie. C'est le cas de Novalto. Ce spécialiste des services mutualisés pour les Pme, installé à Montmélan (Savoie), a mis au point son propre système de formation appelé "école Novalto". Un concentré de l'esprit maison, comme l'explique Luc Jourdan, le directeur général. "Nos collaborateurs sont des gens qui font de la recommandation. Ils travaillent essentiellement dans la relation humaine. Ils doivent avoir une vivacité d'esprit, un savoir être, rester performants et avoir du plaisir à travailler."

"INVESTIR DANS LA FORMATION NOUS A PERMIS DE FAIRE FACE À LA CRISE"

L'entreprise, qui emploie 110 personnes, s'est dotée d'un système sur mesure, offrant un éventail élargi de possibilités : des rendez-vous comme "les jeudis de la com", des sessions ponctuelles pour mettre à jour les connaissances sur des outils, notamment informatiques, des options plus longues en DIF (droit individuel à la formation) ou CIF (congé individuel de formation). Une philosophie inculquée dès les premiers pas dans l'entreprise. Chaque commercial embauché est plongé d'emblée dans le "bain Novalto", avec trois semaines d'immersion-formation. "Mais il y a aussi la transmission informelle. Chacun se doit d'être formateur au quotidien", insiste

Luc Jourdan. Pourtant, "la formation ne représente que 30 % du chemin", estime-t-il. Ce qui fait la différence, c'est le suivi. "L'école Novalto va fêter ses trois ans et c'est une réussite. L'entreprise lui consacre 3 % de sa masse salariale. C'est un investissement. Cela nous a permis de nous adapter à la conjoncture et de développer de nouveaux services, dont un dédié à la réduction des coûts. Grâce à cela, la crise a été notre meilleure année !" Chez Melvita, fabricant de cosmétiques naturels installé à Lagorce (Ardèche), c'est la contrainte géographique qui a été décisive. La société, en forte croissance, a doublé sa capacité de production et ne cesse de recruter. Pas facile avec un site de production implanté dans une zone rurale excentrée, sur un bassin d'emploi limité.

L'entreprise, qui emploie 400 personnes, dont une bonne partie à Lagorce, va chercher ses collaborateurs sur plusieurs dizaines de kilomètres à la ronde. "Nous ne trouvons pas facilement les compétences dont nous avons besoin. D'autant que la fabrication de cosmétiques bio exige la maîtrise de process très pointus, un contrôle qualité permanent et le respect de normes d'hygiène quasi pharmaceutiques", explique le patron, Bernard Chevillat. Alors, nous miserons sur la promotion interne et la formation pour accompagner notre croissance. Nous y consacrons plus de 3 % de la masse salariale, bien plus que l'obligation légale de 1,6 %. Ces formations permettent de gravir les échelons ou de changer de poste, de métier, de s'adapter. Ainsi, un employé qui souhaite évoluer peut retourner à l'universi-

té dans le cadre d'un CIF pour revenir occuper, par exemple, un poste à responsabilité dans le contrôle laboratoire. Avec un "plus" en termes de motivation.

"NOMBRE DE PETITES ENTREPRISES ONT DU MAL À RECRUTER DES GENS QUALIFIÉS"

Élever le niveau de compétence de ses salariés et recruter des gens moins qualifiés, c'est aussi ce que fait Gérard Falcomata, patron de RT Multi-Services à Alby-sur-Chéran (Haute-Savoie), entreprise générale qui emploie 18 personnes dans différents métiers liés à la construction et au jardin. "Je cherchais un conducteur de pelle mécanique et n'en trouvais pas. L'un de mes jardiniers paysagistes s'est porté volontaire pour se former, et j'ai recruté un autre jardinier", témoigne le patron qui

est aussi secrétaire général de la CGPME (Confédération générale du patronat des petites et moyennes entreprises) départementale. "Nombre de petites entreprises ont du mal à recruter des gens qualifiés. La solution, c'est de favoriser l'effet de boulier, en faisant évoluer des gens motivés en interne. Il y a des dispositifs qui existent, il faut savoir les mobiliser. Souvent, comme c'était mon cas au départ, les petites entreprises n'y pensent pas, elles ont du mal à monter les dossiers, ou n'ont pas le temps". La CGPME 74 vient de monter un groupe de travail, avec l'aide de chefs d'entreprise de plus de 100 salariés, pour mettre en place un dispositif où "les plus gros vont accompagner les plus petits" vers la formation.

Carina ISTRÉ

"Un booster du business"

Troc.com, spécialiste du dépôt-vente, a créé une école agréée à Avignon, pour permettre à ses équipes d'évoluer dans un secteur en constante mutation.

L'ancien Troc de l'île est devenu troc.com. Un changement de nom qui résume les transformations d'un métier, passé du simple dépôt-vente à la vente sur internet, du troc à la vente d'occasion puis de neuf. Dans un secteur en constante mutation, "la formation est un booster du business", explique Dominique Munier, directeur général. D'où la création d'une école agréée, dans les locaux d'Avignon, complétée par un programme de formations à la carte. Franchisé, salarié de franchisé, employé, cadre, est appelé à se former aux nouveaux métiers, mais aussi à mettre à jour ses connaissances. "Chaque année, nous formons 600 à 700 personnes. Pour nous, c'est un investissement, financé par les cotisations obligatoires auxquelles s'ajoutent, depuis 2011, 0,20 % prélevés sur le chiffre d'affaires des magasins qui souhaitent en bénéficier. C'est le moteur de notre croissance, qui nous permet d'évoluer. Par exemple, nous faisons de plus en plus d'achats cash. Nous avons mis au point un programme pour former nos équipes à l'évaluation des objets".



"La formation nous permet d'évoluer en permanence", explique Dominique Munier, directeur général. C.I.

"Former la génération Y pour stabiliser le personnel"



Céline Chabert a lancé cette action de formation pour enrayer la fuite des apprentis. DR

La fromagerie Chabert, installée à Vallières en Haute-Savoie, apprend aux jeunes à mieux se connaître pour évoluer et s'impliquer. Comment garder ses jeunes recrues dans un métier où les contraintes sont nombreuses ? C'est la question que s'est posée Céline Chabert, DRH de la fromagerie du même nom qui emploie 200 personnes pour un chiffre d'affaires de 70 millions d'euros. "Nous avons des problèmes pour recruter. Nous prenons des jeunes formés à l'industrie laitière. Au bout de deux ans, ils veulent déjà bouger !" Pour les stabiliser, l'entreprise a lancé une action de formation destinée à manager la génération Y. Aider les jeunes à s'impliquer, à mieux voir ce que l'entreprise ou le poste peuvent leur apporter. En d'autres termes, "réfléchir à leur mission, à leurs propres attentes et à celles des autres."

Coût de l'opération : 3 000 euros pris en charge dans le cadre du plan de formation, et 5 demi-journées prises sur le temps de travail.

Des organismes partenaires de la formation

1 L'Agefos-Pme, premier gestionnaire privé des fonds de la formation professionnelle, aide les Pme et TPE à gérer et financer leurs actions de formation. Il peut mobiliser des cofinancements régionaux, nationaux ou européens. Rhône-Alpes : 04 42 71 55 30. Paca : 04 91 14 08 80

2 OPCALIA, deuxième collecteur français au titre de la formation professionnelle continue, finance des actions de formation via différents dispositifs : plan de formation, contrats et périodes de professionnalisation, avec des cofinancements européens, nationaux et régionaux. Rhône Alpes : 04 78 77 06 87. Paca : 04 42 91 27 99.

3 L'afpa, premier organisme de formation qualifiante des actifs en France, propose un catalogue complet tourné vers le maintien ou l'évolution des compétences professionnelles. www.paca.afpa.fr www.rhone-alpes.afpa.fr

"La formation, c'est de la qualité en plus"



"Nous faisons appel à une population qui n'a pas toujours les compétences requises, il faut les aider à se professionnaliser", constate Myriam Barbarin, la Pdg. C.I.

2MS, société de nettoyage basée à Valence, multiplie les actions de formation qui enrichissent la pratique d'un métier peu valorisé, et tirent vers le haut la qualité du service.

2MS, société de nettoyage basée à Valence, emploie 190 personnes, surtout du personnel de ménage à temps partiel. "Nous faisons appel à une population qui n'a pas toujours les compétences requises, il faut les aider à se professionnaliser", constate la patronne, Myriam Barbarin. "En ce moment, nos efforts portent sur le développement des compétences, cela peut passer par la maîtrise de la langue, savoir lire une carte." Chaque année, 2MS établit un plan de formation financé en optimisant les prises en charge. "On ne peut pas parler de rentabilité, mais c'est un plus en termes de qualité de service et d'appartenance à l'entreprise. Je valorise le métier, et j'apporte des solutions aux problèmes physiques. L'an prochain, la formation sera dédiée aux postures et à la prévention des troubles neuro-squelettiques".

"Aucune école ne répond à nos attentes"



Emmanuel Rolland, le Pdg, investit 150 000 euros sur trois ans dans un centre de formation "maison". Photo DL

Comme aucun cursus ne répond aux besoins de recrutement d'Avipur, spécialiste des métiers de l'hygiène basé à Annonay en Ardèche, la société a donc créé son propre centre de formation.

Les interventions d'Avipur couvrent les traitements contre les insectes, les rongeurs, les problèmes d'odeurs, de fuites... Autant de savoir-faire que d'applications, qui sont souvent des procédés maison. "Aucun cursus de formation n'est adapté à nos besoins. On s'est dit : « on a un vrai problème de recrutement », d'autant que le turnover est important. On s'est demandé comment le résoudre", explique le patron Emmanuel Rolland. La réponse : créer son propre centre de formation réparti en trois sites, Annonay, Paris et Bordeaux, avec des modules spécifiques et l'aide des institutions. La première session est programmée sur deux mois pour cet été. Elle fera intervenir des "référents métier" de l'entreprise et des fournisseurs. Un galop d'essai, qui permettra d'affiner le projet et son coût, estimé à environ 150 000 euros sur trois ans.

EN CHIFFRES

612

C'est, en millions d'euros, la somme collectée en un an par Opalia au titre de la formation continue auprès de plus de 91 000 entreprises. Ce chiffre s'élève à 813 millions d'euros pour l'Agefos-Pme, autre organisme professionnel collecteur agréé (Opca), qui gère les contributions de 303 000 entreprises.

56

C'est, en pourcentage, la part des dirigeants de Pme de 20 à 49 salariés qui voient la formation comme un levier pour accompagner l'entreprise dans la reprise économique, selon une étude menée par l'Agefos et Planète Pme.

39

C'est, en pourcentage, la proportion des dirigeants de Pme qui citent l'évolution des métiers comme motif principal de la formation, selon le baromètre prévisionnel de l'Agefos-Pme pour le premier semestre 2012. Cette part est stable : elle était de 40 % en 2011.

77

C'est en pourcentage la part des Pme qui limitent leur budget formation à l'obligation légale de financement. Ce chiffre est en hausse, il était de 73 % en 2011. (Source : Agefos).



www.ledauphine.com/entreprises/

LE PALMARÈS

2011

LE CLASSEMENT DES PME ET DES GRANDES ENTREPRISES DE VOTRE DÉPARTEMENT ET DE LA RÉGION