



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 10 janvier 2011

L'Argus de la presse développe la mobilité interne et fidélise ses talents

Afin d'accompagner son développement, l'Argus de la presse a récemment mis en place une politique de Ressources Humaines dynamique visant à attirer et à développer les talents. Cette politique met notamment l'accent sur la mobilité interne et la formation.

En trois ans, l'effectif global de l'Argus de la presse a augmenté d'une centaine de personnes. Cette croissance, significative pour une PME, a été rendue possible grâce à la création d'une Direction des Ressources Humaines. En effet, c'est en 2009, en cohérence avec les axes stratégiques de développement définis par Alexis Donot, Directeur Général, que le poste de DRH est créé. Et c'est une politique RH cohérente avec les orientations de l'entreprise qui est aujourd'hui mise en œuvre au travers de trois axes majeurs : le recrutement, le développement professionnel et la mobilité interne.

Gérer et développer une équipe protéiforme

L'Argus de la presse compte 440 équivalents temps plein. Parmi les salariés, certains travaillent à temps plein, d'autres (152 personnes) à temps partiel, et enfin, une petite partie (20 personnes environ) travaille à domicile.

La veille web et presse est effectuée du lundi au dimanche selon différentes méthodes. La veille audiovisuelle est quant à elle assurée 24/24h, en partie grâce aux 10 personnes travaillant à leur domicile.

Nady Boyer, Directeur des Ressources Humaines de l'Argus de la presse, déclare : *« L'information est permanente ; elle ne s'arrête jamais, et nous la surveillons 7 jours sur 7 et 24h sur 24. Cela exige une organisation et une coordination parfaites. Le rôle des managers et des formateurs est donc essentiel. »*

Le recrutement : priorité à l'interne

Le recrutement de telles équipes est une étape délicate. Lorsque les compétences recherchées ne peuvent être trouvées au sein même de l'entreprise, des annonces sont déposées sur des sites spécialisés. Un prestataire externe est chargé du sourcing à la faveur

d'un premier entretien téléphonique ; suivent les entretiens in situ et les tests opérationnels d'aptitude.

Le responsable du recrutement de l'Argus achève la phase de recrutement avant d'accompagner le nouveau collaborateur dans les étapes d'intégration et de formation pratique. Celle-ci peut durer jusqu'à trois semaines, et est dispensée par des formateurs internes.

En matière de recrutement, la politique RH de l'Argus de la presse est claire : priorité aux collaborateurs en poste. Les annonces publiées dans les locaux, l'entretien annuel d'évaluation et les formations ciblées sont autant d'outils au service de la mobilité interne.

La mobilité interne pour fidéliser les talents

C'est en 2009, avec la création du poste de DRH, que sont mis en œuvre des programmes de formation et de mobilité interne.

L'entretien annuel d'évaluation, au départ destiné uniquement aux cadres et aujourd'hui étendu à l'ensemble des collaborateurs, permet de détecter les talents. Ensuite, les programmes de formation et de développement professionnel individuels et collectifs créent de la motivation et contribuent ainsi à fidéliser les talents de l'entreprise.

Grâce à cette démarche, les promotions internes sont passées de 9 en 2009 à 40 en 2011.

414 actions de formation

« Nous avons tout d'abord cherché à professionnaliser les managers via un programme de formation. Mais aujourd'hui le développement professionnel s'adresse à tous. », déclare Nady Boyer.

En 2010, l'Argus de la presse a réalisé 289 actions de formations individuelles. En 2011, elles ont été de 414 pour un budget de 322 000€. Cela représente un effort de formation de 2,1% de la masse salariale quand le taux légal est de 0,9%.

L'action de l'Argus vis-à-vis de ses collaborateurs ne se limite pas à ces chiffres. En septembre dernier a été lancée la première enquête interne de satisfaction. 60 questions sur les conditions de travail, le management et l'évolution professionnelle, auxquelles ont répondu 66% des personnes sollicitées.

La crise ? Un non-sujet pour l'Argus de la presse

Malgré la crise financière de 2008 et ses répercussions globales, l'Argus de la presse n'a licencié aucun collaborateur pour raisons économiques ces dernières années. Bien au contraire, l'effectif est en constante augmentation de par une activité et un chiffre d'affaires en hausse de 25% sur 3 ans.

« C'est grâce à un travail de fond sur la qualité de nos prestations et à la mise en place de nouveaux services innovants comme l'E-réputation, les Contacts Médias et les solutions mobiles, que nous avons gagné des parts de marché et développé notre chiffre d'affaires. Nos récents succès n'ont été possibles que grâce à la qualité de nos équipes, raison pour laquelle notre politique RH est stratégique. Nous mettons tout en œuvre pour attirer et développer les talents de notre entreprise ; ils sont le moteur de notre réussite. », déclare Alexis Donot, Directeur Général de l'Argus de la presse.

À PROPOS DE L'ARGUS DE LA PRESSE

www.argus-presse.fr

L'Argus de la presse est un acteur historique de la Communication et des Médias.

Dirigée par Alexis DONOT depuis 2008, la société affiche un chiffre d'affaires de 43 millions d'euros en 2011, et compte 440 équivalents temps plein.

Partenaire privilégié de 10 000 Agences de communication et Entreprises de tous secteurs d'activité, l'Argus de la presse accompagne ses clients dans leur volonté de s'informer sur leur présence et leur image dans les médias, de comprendre leur environnement médiatique et de piloter leurs campagnes de communication.

De l'identification des relais d'influence à la maîtrise de leur empreinte médiatique, l'Argus de la presse est le seul acteur du marché à présenter une gamme de services aussi complète, déclinée autour de 4 grands pôles d'activités :

VEILLE MEDIAS

Maîtriser son exposition médiatique et identifier son information stratégique.

CONTACTS MEDIAS

Cibler les bons journalistes, blogueurs, diffuser les communiqués de presse et optimiser sa visibilité dans les médias.

ETUDES MEDIAS

Évaluer sa visibilité et son image dans les médias et donner de la mesure à ses RP.

E REPUTATION

Mesurer la réputation de sa marque dans les médias en ligne et maîtriser son empreinte médiatique.

CONTACTS PRESSE

Alexia MOROT - Chargée de communication
01 49 25 72 66 - alexia.morot@argus-presse.fr

Nicolas JAUNET -
Responsable Marketing & Communication
01 49 25 70 14 - nicolas.jaunet@argus-presse.fr

Stéphane Cloutour - Consultant
06 89 77 16 64 - stephane.cloutour@orange.fr

Najoua El Atfani - Consultante
06 50 86 91 01 - najouaelatfani@gmail.com