

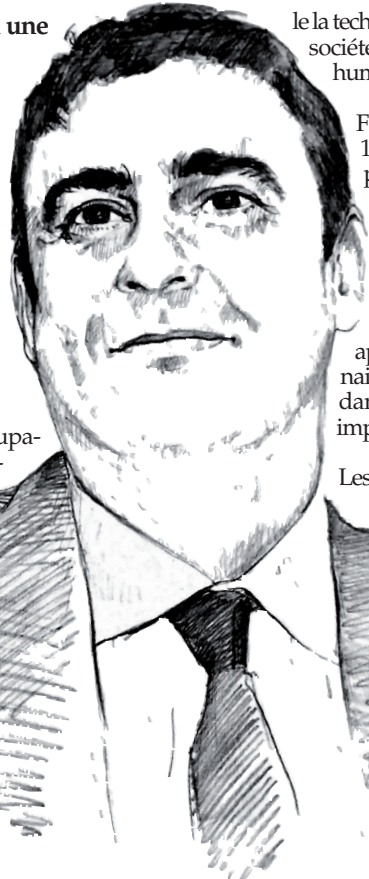
Rapport Global Human Capital Trends 2018 de Deloitte

L'intelligence artificielle, un enjeu majeur pour l'emploi de demain

Les sociétés font face à une pénurie de certaines compétences, à des collaborateurs qui se font davantage entendre et se sentent plus libres d'agir et à des appels à l'action dans le domaine sociétal, alors que près des trois quarts des responsables estiment que l'intelligence artificielle constitue un enjeu majeur.

Dans un contexte de préoccupations relatives à l'automatisation, aux besoins de nouvelles compétences, au vieillissement de la main d'œuvre et au resserrement des marchés du travail, la question décisive pour les entreprises en 2018 est la nécessité pour les équipes dirigeantes de se concentrer sur l'évolution du rôle de l'entreprise dans la société actuelle.

Dans son rapport RH 2018, «The Rise of the Social Enterprise», Deloitte examine les attentes des employés et la rapidité déconcertante avec laquelle



la technologie détermine les priorités des sociétés en termes de ressources humaines.

Fort de la participation de plus de 11.000 DRH et dirigeants, le rapport Deloitte sur les Tendances RH de cette année constitue la plus grande étude longitudinale de ce type. Les personnes interrogées ont très largement souligné la nécessité d'une direction symphonique, basée sur une approche d'équipe et interdisciplinaire des questions complexes, tendance jugée importante ou très importante par 85% d'entre elles.

Les résultats de l'étude suggèrent que les sociétés dont les dirigeants collaborent régulièrement ont 33% plus de chances de dégager une croissance supérieure ou égale à 10% que celles dont la direction fonctionne en silos.

Vers une entreprise sociale

Une transparence accrue et une plus grande conscience politique ont attiré l'attention sur le rôle de l'entreprise en tant que moteur de la transfor-

mation sociétale. Les entreprises estiment qu'elles sont de plus en plus appelées à exercer leur capacité d'agir pour le bien social, tant en externe vis-à-vis des clients, des communautés et de la société, qu'en interne vis-à-vis de leurs employés. Les vraies entreprises sociales doivent adopter une approche globale des parties prenantes vis-à-vis des questions publiques urgentes afin de préserver leur réputation et leur pertinence.

«L'environnement externe et interne revêtent la même importance en termes de comportement social de l'entreprise. Les sociétés doivent écouter attentivement leurs partenaires commerciaux et leurs clients, mais aussi tous les acteurs de la société qu'elles influencent et qui les influencent», explique **Basil Sommerfeld** (cf. portrait), Partner et Leader of Operations Excellence & Human Capital chez Deloitte Luxembourg.

«Elles doivent également investir dans l'écosystème social au sens large, en commençant par leurs propres salariés, et gérer activement leur position dans cet écosystème en dialoguant avec les parties prenantes et en déterminant et entretenant stratégiquement les relations qu'elles souhaitent avoir avec chacune d'entre elles.»

De nouveaux plans de carrière

L'an passé, les entreprises se sont particulièrement concentrées sur l'impact des changements d'emploi induits par l'automatisation sur les individus. L'étude de Deloitte indique que plus de quatre sociétés sur dix estiment que l'automatisation aura un impact majeur sur l'emploi et 61% d'entre elles représentent actuellement les emplois en fonction de

l'intelligence artificielle (IA) et de la robotique. Dans ce contexte, les sociétés et les individus réalisent que le plan de carrière traditionnel est en train de disparaître. 47% des personnes interrogées estiment que la création de nouveaux plans de carrière et de nouvelles compétences est très importante. Plus de 54% d'entre elles n'ont pas encore mis en place de programmes de création des compétences de demain et 18% seulement estiment offrir à leurs salariés des possibilités de développement personnel.

Tirer profit de la technologie

Parce que le déploiement de l'IA, de la robotique, de l'automatisation et de l'analyse des RH ne donne aucun signe d'essoufflement, les sociétés rapprochent la demande de compétences et la nécessité d'une plus grande productivité. Alors que 72% des personnes interrogées considèrent que ce domaine est important, seulement 30% d'entre elles se sentent prêtes à y faire face.

Selon Stephan Tilquin, Talent Leader chez Deloitte Luxembourg «L'automatisation va se poursuivre et apporter des améliorations en termes d'échelle, de vitesse et de qualité. Mais il est important de se rappeler que si les tâches de routine vont être automatisées, on va voir apparaître de nouveaux emplois, plus orientés vers le service, faisant appel aux compétences d'interprétation et sociales et plus généralement aux qualités humaines fondamentales. Seules les sociétés qui repensent le travail pour tirer parti de ces compétences pourront rester en tête et devancer leurs concurrentes.»

L'étude complète est disponible sur : www.deloitte.com/lu/hc-trends-2018

L'ADEM présente son rapport d'activités 2017

2017 a été marquée par une croissance soutenue de l'emploi au Luxembourg ainsi que par la continuation de la décre du chômage, amorcée en 2015. Le nombre de demandeurs d'emploi a ainsi baissé de 4,4% sur un an. Cette baisse est particulièrement significative chez les jeunes de moins de 30 ans ainsi que chez les demandeurs d'emploi peu qualifiés. Elle a également profité aux chômeurs de longue durée qui sont inscrits à l'Agence pour le développement de l'emploi (ADEM) depuis plus de 12 mois.



(de g. à dr.) Gaby Wagner, directrice adjointe de l'ADEM; Nicolas Schmit, ministre du Travail, de l'Emploi, de l'Économie sociale et solidaire; Isabelle Schlessler, directrice de l'ADEM; Ian Tewes, directeur adjoint de l'ADEM ©ADEM

"Nous nous réjouissons évidemment de cette décre du chômage. Force est cependant de constater que trois catégories des demandeurs d'emploi profitent moins de cette baisse à savoir les personnes âgées de 45 ans et plus, les personnes ayant des problèmes de santé et, de façon un peu paradoxale, les personnes avec un diplôme de l'enseignement supérieur. Il faut également noter un nombre important d'offres d'emploi non pourvues dans certains métiers", a expliqué Isabelle Schlessler, directrice de l'ADEM.

Gaby Wagner, directrice adjointe, a, quant à elle, présenté les solutions mises en place en 2017 pour redonner de réelles perspectives aux personnes

concernées et pour épauler les employeurs à trouver les candidats correspondant à leurs besoins.

Un nouveau dispositif de lutte contre le chômage de longue durée a ainsi été introduit en août 2017. Les employeurs relevant du secteur public, associatif ou de l'économie sociale et solidaire et qui créent des emplois d'insertion pour chômeurs de longue durée, peuvent bénéficier d'un remboursement des coûts salariaux par l'État. En 2017, 99 demandes pour la création de nouveaux emplois d'insertion ont été introduites. En 2017, le projet COSP-HR (Centre d'orientation

socio-professionnel pour personnes handicapées ou reclassées) a pu être lancé.

L'objectif principal de ce projet est d'évaluer, pendant une durée de deux mois, les compétences des demandeurs d'emploi ayant le statut du salarié handicapé et/ou reclassé externe afin de faciliter leur (ré)orientation professionnelle. En 2017, plus de 200 personnes ont pu suivre le parcours dans son intégralité et 39 personnes ont d'ores et déjà (re)trouvé un emploi. En ce qui concerne l'intégration des personnes ayant des problèmes de santé, le Contact Center de l'ADEM montre l'exemple. Ce service, composé

essentiellement de personnes ayant le statut du salarié handicapé et/ou reclassé, a été lauréat du Diversity Award 2017. L'année 2017 a également permis à l'ADEM de préparer deux grands projets qui seront mis en place en 2018 et qui modifient à la fois les modalités d'inscription des demandeurs d'emploi que le mode d'accompagnement.

Dans l'optique d'atténuer le déséquilibre entre les offres d'emploi et les profils des demandeurs d'emploi, et de soutenir les recrutements pour les métiers en pénurie de main-d'œuvre, en 2017, l'ADEM s'est fixé comme projet prioritaire le développement de l'offre de formations. Plus de 4.900 demandeurs d'emploi ont ainsi pu participer à une action de formation organisée par l'ADEM et 30 nouvelles offres de formations ont été mises en place en 2017.

"Nous sommes également fiers d'avoir été récompensés, avec la société NumericAll, d'un European Digital Skills Award. La formation "Fit4Coding" qui permet à des demandeurs d'emploi de se former au métier de développeur et d'intégrateur Web en quelques mois a ainsi été reconnue comme "best practice" au niveau européen", a continué Gaby Wagner.

2017 a également été marquée par la signature d'un nouveau programme "Entreprises, partenaires pour l'emploi" avec l'Union des entreprises luxembourgeoises suite aux bons résultats obtenus depuis 2015. Les actions pré-

vues pour les années 2018 à 2020 sont plus particulièrement axées sur l'identification des tendances sur le marché de l'emploi des métiers pour lesquels il existe une forte demande.

Ian Tewes, directeur adjoint de l'ADEM, en charge en particulier de la gestion de la qualité, a présenté les résultats d'une enquête de satisfaction menée auprès des demandeurs d'emploi fin 2017. Ces derniers ont pu répondre de manière tout à fait anonyme à un questionnaire papier ou en ligne. "Les résultats sont très encourageants puisque 90% des demandeurs d'emploi interrogés ont ainsi déclaré être satisfaits de l'accueil qui leur est réservé dans les agences de l'ADEM et 79% s'estiment satisfaits de la relation avec leur conseiller référent."

Pour conclure, Nicolas Schmit, ministre du Travail, de l'Emploi, de l'Économie sociale et solidaire, a tenu à féliciter tous les agents de l'ADEM de leur engagement qui porte ses fruits. "L'approche individualisée reste au cœur des efforts, par la mise en place d'un système de profilage performant qui tient compte des spécificités des besoins des demandeurs d'emploi, par le renforcement du Service employeurs qui répond aux demandes précises des recruteurs ou encore par le développement, avec les employeurs, de nouvelles formations. Ces initiatives seront encore renforcées dans les mois et années à venir."

Source : ministère du Travail, de l'Emploi, de l'Économie sociale et solidaire

Rencontre avec Jérôme BLOCH, 360Crossmedia

Communiquer pour 0 euro

"Les sociétés de toutes tailles optent pour ce type de stratégies". Jérôme BLOCH

La communication aujourd'hui permet de mettre en place des stratégies originales. Il est même devenu possible de communiquer sans dépenser le moindre euro. Explications par Jérôme BLOCH, CEO de 360Crossmedia.

Comment communiquer pour 0 euro ?

En 2018, n'importe qui peut le faire, que ce soit sur les réseaux sociaux, sur internet et parfois même dans la presse. Pour cela, il faut réunir 3 conditions : Créer de la pertinence, de la récurrence et une forte gouvernance. La pertinence permet d'obtenir tout d'abord des likes sur

LinkedIn et Facebook. Gardez à l'esprit que lorsqu'un utilisateur "like", ses contacts reçoivent votre article !

Un article avec moins de 10 likes a donc raté sa cible mais un bon papier peut toucher des dizaines de milliers de lecteurs même si vous n'avez que 150 connexions. Les meilleurs articles peuvent également attirer l'attention des rédacteurs en chef. La récurrence permet quant à elle de figurer sur le radar des lecteurs et des médias. Efforcez-vous de publier au moins un article par mois, ce qui induit en fine une forte gouvernance pour tenir les deadlines et publier des articles adaptés au contexte, mois après mois.

Quel type de sociétés opte pour ce type de stratégie gratuite ?

En réalité, toutes ! D'abord les sociétés trop

petites pour disposer d'un budget, mais également les firmes plus grandes, pour qui le rythme imposé par l'économie digitale n'est plus compatible avec la gouvernance d'antan, lorsque le département marketing publiait 1 article par mois ou par trimestre.

Aujourd'hui, ces firmes forment leurs décideurs pour qu'ils créent du contenu là où l'action se déroule : sur un salon à Singapour, dans une salle de réunion du 4ème étage ou chez un client. Le temps passé dans l'avion et dans le train se révèle particulièrement propice à ce type de production.

Nous sommes passés d'un modèle "Bottom-up", où le marketing écrivait pour le management à un modèle "Top-down", où les managers envoient leurs productions - photos, textes, vidéos - au marketing pour validation.

Comment aidez-vous ces entreprises ?

Nous dispensons des formations en entreprises pour apprendre aux employés à faire une bonne photo, à écrire un bon post, un article ou même à produire une vidéo en quelques instants.

Le livre "Illusion of simplicity" fournit gratuitement des solutions clé en main, et des apps comme Imovie ou Quik permettent de publier une vidéo sur internet en moins de 10 minutes avec un générique, de la musique, un montage dynamique et la possibilité d'inclure des interviews.

Une telle vidéo aurait coûté plusieurs milliers d'euros il y a quelques mois à peine. Il suffit d'adopter le bon état d'esprit et d'apprendre à maîtriser ces nouveaux outils.