



## Ingénierie : 5 conseils pour recruter sur un marché en tension

Tribune de Kriss Camatchee,  
Acheteur projet France

(4 961 signes)

Industrie, bâtiment, santé... En France, la pénurie d'ingénieurs touche tous les secteurs d'activité. D'autant plus avec la reprise des projets industriels après les deux ans de pandémie, le marché de l'ingénierie connaît aujourd'hui une forte tension, et il existe beaucoup plus d'offres que d'ingénieurs disponibles.

Selon la fédération Syntec Ingénierie, les écoles de l'Hexagone forment actuellement 40 000 ingénieurs par an, quand l'économie française aurait besoin d'en avoir 10 à 20 000 de plus. Mathématiquement, les ingénieurs sont courtisés de toutes parts, et disposer des profils adaptés pour constituer des équipes d'ingénieurs consultants sur son projet, au bon moment, devient plus que jamais un casse-tête pour les industriels.

Dans ce contexte, voici 5 conseils clés pour les acheteurs et les prescripteurs en charge des projets industriels, pour faire face à la pénurie d'ingénieurs.

### 1. Anticiper ses besoins d'achat d'ingénierie

Pour le bon fonctionnement des projets, et particulièrement en période de forte tension sur la ressource, il est primordial pour les acheteurs de définir au mieux en amont les besoins de leurs prescripteurs. C'est le meilleur moyen de s'assurer d'obtenir le profil qui correspond réellement à ses attentes.

Planifier autant que possible les besoins en ressources humaines de son entreprise en amont sur l'année permettra aux fournisseurs d'anticiper au mieux les demandes des prescripteurs, et d'orienter eux-mêmes leurs recrutements pour être en mesure de répondre à leurs besoins.

Cela peut par exemple passer par une réunion de début d'année, où les prescripteurs, les acheteurs et les fournisseurs se rencontrent, et durant laquelle les prescripteurs pourront présenter en une fois leurs métiers, leurs projets, et leurs besoins potentiels.

### 2. Miser sur un partenariat tripartite : acheteur / prescripteur / fournisseur

Faute de temps, et justement parce que le marché est en tension, la définition du besoin et la retranscription au fournisseur sont parfois réduites à portion congrue.

Or justement, sur un marché pénurique, où les ressources sont rares et où les ingénieurs consultants ont le choix, il faut réussir à intéresser et à motiver le consultant-candidat et le fournisseur pour favoriser le succès de la recherche. Pour cela la communication entre l'acheteur, le prescripteur et le fournisseur est essentielle.

Les prescripteurs, qui n'ont pas toujours une bonne vision de la difficulté du marché, ont besoin d'être accompagnés par leur service achats. Il appartient à l'acheteur de les aider à qualifier leur besoin avec des

indicateurs pertinents et un niveau d'exigence adapté à la situation du marché. Par exemple, chercher un ingénieur école groupe 1 pour un projet de 2 mois sur une tâche d'exécution, relève du défi.

Réaliser un modèle simple de cahier des charges, incluant des éléments comme le contexte, les enjeux du projet ou encore sa durée, peut permettre de fluidifier le transfert d'informations, si bien sûr on n'abuse pas du copier/coller.

### **3. Penser à la séduction, au-delà de la sélection**

Dans la constitution de l'expression des besoins, il faut bien sûr, penser à la sélection, pour trouver un profil technique adapté aux besoins réels du projet, mais il faut aussi penser à la séduction, pour se démarquer d'autres projets industriels potentiellement concurrents en termes d'attractivité pour un ingénieur consultant.

Pour se faire, il s'agit de veiller à respecter quelques bonnes pratiques : identifier des profils qualifiés, tout en évitant la surqualification ; ne pas décourager le fournisseur, avec des recherches de « mouton à 5 pattes » ; ne pas sous-estimer les softs skills, qui représentent un véritable élément différenciant dans une expression de besoin et permettent aux consultants de mieux se projeter ; valoriser le descriptif qualitatif du projet pour susciter l'intérêt ; et enfin, et non des moindres, proposer une grille tarifaire cohérente avec le marché en fonction du type de profil recherché, car la demande étant supérieure à l'offre, les aspects financiers ont un impact.

### **4. Restreindre son panel fournisseur, pour favoriser leur investissement**

Pour mettre toutes les chances de son côté et obtenir le meilleur candidat ou la meilleure candidate, il est tentant pour les acheteurs et les prescripteurs d'envisager élargir leur panel fournisseur, mais bien souvent, sur le terrain, cette stratégie a un effet contre-productif.

Car plus le panel sera restreint, plus les fournisseurs interrogés seront investis dans leurs recherches, pour ne pas sortir du panel. A l'inverse, si le fournisseur ne se sent pas considéré, il risque de ne pas se mobiliser totalement. A titre d'exemple, actuellement, le plus gros donneur d'ordre du marché en France a un panel de seulement 10 fournisseurs pour plusieurs centaines de millions d'euros d'achats d'ingénierie par an.

Dans ce même objectif, vérifier que le fournisseur évolue dans un secteur qui représente son cœur de métier, et qu'il sera donc en mesure d'assurer la pérennité de la prestation en cas de désistement ou démission d'un consultant, porte toujours ses fruits sur le long terme.

### **5. Penser équipe plutôt que profils individuels**

Enfin, si le besoin en staffing est important, il peut être préférable de raisonner en termes d'équipe plutôt que par profils individuels. Car quand la recherche de compétences individuelles s'avère difficile, il peut parfois être plus intéressant de monter une équipe multi-profils, composée, par exemple, d'un sénior, qui sera garant des résultats, et de plusieurs juniors, formés à la production.

Comme en football, la meilleure équipe n'est pas forcément composée de la somme des meilleurs joueurs individuels, et en situation de tension de marché, mieux vaut élargir ses horizons et adopter une posture grand angle, plutôt que de retarder ou mettre en péril son projet.

#### **À propos d'agap2 – [www.agap2.fr](http://www.agap2.fr)**

agap2 est un acteur européen du conseil en ingénierie et des services numériques.

Depuis plus de 17 ans, nos consultants, ingénieurs et experts techniques, accompagnent le monde industriel dans la réalisation de ses projets technologiques les plus complexes et les plus innovants.

Avec + de 200 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2021, et à travers ses 2 900 agapiens répartis sur 26 agences en France et en Europe, agap2 est le partenaire de confiance de plus de 300 acteurs majeurs de l'industrie et de l'IT.

Chez agap2, nous croyons aux initiatives et aux innovations comme levier d'un avenir plus durable. Nous nous donnons pour mission d'être des acteurs engagés pour résoudre les défis techniques, humains, écologiques et économiques d'aujourd'hui et de demain.