

Le Figaro - lundi 16 mai 2022

Décideurs

Laurent Gerin « La France doit être fière de son industrie du numérique »

Le président de CGI pour l'Europe de l'Ouest et du Sud décrypte les enjeux de l'emploi dans un secteur qui manque de candidats.

Bruno Jacquot

MANAGEMENT Le groupe québécois de services numériques et de conseil CGI, créé en 1976 par Serge Godin, emploie 78 000 personnes dans le monde dont 11 000 en France. Il a réalisé en 2021 un chiffre d'affaires de 12,1 milliards de dollars canadiens (8,9 milliards d'euros). Président pour l'Europe de l'Ouest et du Sud, Laurent Gerin a effectué toute sa carrière au sein de CGI qu'il a rejoint en 1998.

LE FIGARO. - En 2022, vous recruterez 3 500 personnes en France. Quels types de profils ?

Laurent GERIN. - Nous recrutons 5 000 personnes dans la zone Europe de l'Ouest et du Sud, dont 3 500 en France. Il y aura des profils confirmés et une proportion importante d'apprentis et de personnes en reconversion. Il y a vingt ans, nous embauchions de jeunes diplômés à l'issue d'un stage. Aujourd'hui, nous privilégions l'apprentissage. Il y a huit ans, nous avons ouvert notre propre école du développeur, U'DEV. Elle accueille actuellement 180 apprentis de 18 à 56 ans. De 80 à 90 % des apprentis que nous accueillons sont intégrés en CDI.

Pourquoi cette attention portée aux jeunes et aux reconversions ?

C'est une nécessité. Il y a actuellement environ 1 million d'informaticiens en France : 600 000 dans les entreprises de service comme CGI et 400 000 chez leurs clients. Le numérique, ne l'oublions pas, a été la troisième ligne de défense pendant la pandémie, après la santé et les commerces essentiels. Les Français ont pu travailler, consommer, communiquer grâce au numérique. Cette transformation, qui se poursuit, représente une croissance annuelle de 5 à 6 %. Pour l'accompagner, l'industrie du numérique doit recruter 60 000 personnes par an alors que la France n'en forme que 30 000. Ajoutons un autre facteur, socio-démographique : l'informatique a 50 ans. La moyenne d'âge des informaticiens est assez élevée et les départs à la retraite pèseront dans les prochaines années. Dans ce contexte, nous devons susciter des vocations chez les jeunes.

Comment attirer des jeunes malgré tout ?

L'apprentissage est une partie de la solution. Mais il est important de sensibiliser les jeunes le plus tôt possible - dès le collège - aux opportunités d'emploi de l'industrie du numérique. Le stage de 3e est une bonne occasion de faire découvrir nos métiers, en particulier aux jeunes filles qui ne s'orientent pas spontanément vers notre secteur. Jusqu'à présent, CGI en France est sur un rythme de 80 collégiens par an. Je souhaite que nous puissions en accueillir 300. Si les entreprises du numérique n'agissent pas à ce moment-là de la scolarité, elles porteront une part de responsabilité. La France est fière de son agroalimentaire, de son industrie du luxe, de son aéronautique. Elle devrait l'être aussi de son industrie du numérique.

Comment fidélisez-vous les talents ? Par de meilleures rémunérations ?

Un emploi, c'est d'abord une équipe et une mission ; c'est ensuite une perspective d'évolution et de carrière. La rémunération est le troisième élément. Mais si des gens ne viennent que pour le salaire, ils partiront un jour ou l'autre, faute de trouver du sens à leur travail. Nous avons une responsabilité sociétale qui est de bâtir ensemble une entreprise dont nous sommes fiers, qui aide ses clients dans leur transformation numérique et qui s'engage dans la lutte contre le réchauffement climatique.

Quels sont les moyens d'agir au quotidien en faveur du climat ?

Par exemple, nous veillons à ce que les avantages sociaux s'inscrivent dans notre action en faveur de l'environnement. Nous avons mis en place un forfait de mobilité durable. CGI prend intégralement en charge les frais des personnes qui utilisent les transports en commun ou un moyen de transport propre. Pour ma part, j'ai choisi le vélo.

La pandémie vous a-t-elle conduit à revoir l'organisation du travail ?

Lors du premier confinement, en trois jours, la quasi-totalité des collaborateurs de CGI a basculé en télétravail. Nous avons alors insisté sur le droit à la déconnexion, nous avons été vigilants sur les risques psycho-sociaux. Nous avons formé les managers et nous avons mis en place un programme d'écoute des salariés. Mais cette période a laissé des traces, en particulier chez les jeunes qui ont terminé leurs études en télétravail. Nous avons mené une enquête auprès d'eux : ils se prononcent pour un à deux jours de télétravail par semaine mais pas deux à trois. Forts de ce constat, nous avons adopté une organisation très flexible car il n'y a pas une demande forte de télétravail. Travailler à distance, c'est possible mais ce n'est pas une obligation : nous avons fixé jusqu'à trois jours par semaine, au choix de chacun et selon le contexte des projets. Mais il n'est pas question de réduire nos surfaces de bureaux. Chacun doit y avoir sa place chaque jour. Pour développer une culture d'entreprise, il faut la vivre

ensemble et la meilleure façon est la présence sur site.

Vous avez adopté une charte LGBT+. Qu'est-ce qui vous a guidés dans ce choix ?

CGI est une organisation proche des personnes et très inclusive. Sur la diversité des profils recrutés, nous sommes bons. Sur l'accueil des personnes handicapées, nous agissons depuis longtemps et nous obtenons des résultats : avec 3 % de personnes handicapées dans les équipes, nous sommes au-dessus de la moyenne du secteur qui est à 2,2 %. Il en est de même pour l'égalité salariale et le recrutement des femmes qui comptent pour 32 % des effectifs. D'une manière plus globale, nous considérons que la diversité est source de performance et de richesse collective. En application de ce principe, il nous a semblé que nous devons promouvoir l'inclusion la plus large possible. C'est ce qui nous a conduits à adopter la charte LGBT+ que propose l'association L'Autre Cercle. ■