

CAS

SOCIAL

Présenté par

L'ORÉAL CANADA

Rédigé par Frédérique Cloutier VP Académique, Éloïse Gaulin
VP Partenariats

HAPPENING MARKETING
2023



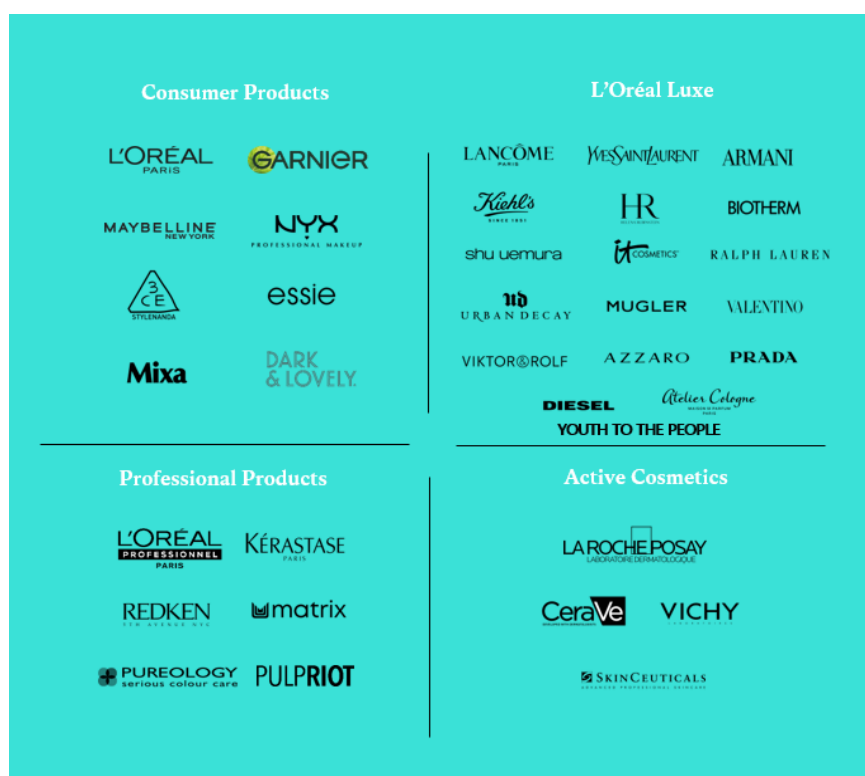
{ FSA ULAVAL / 2023 }

L'ENTREPRISE

Depuis plus de 110 ans, L'Oréal, leader mondial de la beauté, se consacre à une seule vocation : répondre aux aspirations de beauté des consommateurs dans le monde entier. Leur raison d'être, créer la beauté qui fait avancer le monde, définit leur vision de la beauté, inclusive, éthique, généreuse et responsable. Avec un portefeuille de 35 marques internationales et des engagements sociaux et environnementaux ambitieux fixés dans le cadre de leur programme L'Oréal pour le Futur, l'entreprise offre à ses consommateurs partout dans le monde le meilleur de la beauté en matière de qualité, d'efficacité, de sécurité, de sincérité et de responsabilité, tout en célébrant la beauté dans son infinie diversité.

Avec 85 400 collaborateurs engagés, une présence géographique équilibrée et dans tous les canaux de distribution (e-commerce, marché de la grande consommation, grands magasins, pharmacies et parapharmacies, salons de coiffure, travel retail et boutiques de marque), le Groupe a réalisé en 2021 un chiffre d'affaires de 32,28 milliards d'euros. L'Oréal s'appuie sur 20 centres de recherche répartis dans 11 pays, une équipe dédiée à la Recherche & Innovation de plus de 4 000 chercheurs et 3 000 professionnels de la Technologie, pour inventer le futur de la beauté et devenir le champion de la Beauty Tech.

Les valeurs mises de l'avant par l'entreprise sont la passion, l'innovation, le goût d'entreprendre, l'ouverture d'esprit, la quête de l'excellence ainsi que la responsabilité. L'Oréal détient un portefeuille de produits extrêmement diversifié, se divisant en **quatre catégories** :



L'ORÉAL CANADA

L'Oréal Canada propose des expériences cosmétiques qui reflètent et reconnaissent la diversité et l'individualité. Avec la mission d'offrir à toutes les femmes et hommes du monde entier le meilleur de l'innovation cosmétique en termes de qualité, d'efficacité et de sécurité. L'Oréal Canada emploie plus de 1 450 personnes dans de nombreux rôles et fonctions, notamment les ventes, le marketing, le e-commerce, les systèmes d'information, les opérations, la recherche et l'innovation ainsi qu'un ensemble de fonctions corporatives dans les domaines de l'administration et la finance, les ressources humaines, la diversité & l'inclusion et l'engagement, etc. L'Oréal Canada s'engage à être l'un des meilleurs employeurs au pays, en favorisant un lieu de travail où chacun se sent accueilli et valorisé. La promotion de l'égalité des sexes, la promotion de la diversité et de l'inclusion, la mise en place de pratiques évolutives sur le lieu de travail sont des objectifs clés.

MISE EN CONTEXTE - LE RECRUTEMENT CHEZ L'ORÉAL

L'Oréal, comme toute entreprise, fait face à la rareté de la main-d'œuvre et doit constamment développer des pratiques innovantes afin de recruter les meilleurs talents. Voici un aperçu des démarches entreprises par l'Oréal pour y arriver :

1. Une connaissance précise des candidats et de leurs attentes

Pour bâtir sa nouvelle promesse employeur, L'Oréal utilise une approche innovante alliant l'analyse de données numériques d'une part, aux enquêtes internes et externes habituellement menées d'autre part. Objectif : mieux connaître les candidats que le groupe souhaite recruter pour mieux répondre à leurs attentes et leurs préférences. Une approche sur mesure qui permet de tenir compte des cultures et des contextes locaux, dans chaque région du monde.

2. Authenticité, transparence et proximité sur les réseaux sociaux

L'Oréal renforce l'utilisation des outils numériques dans sa stratégie de recrutement. Le site carrière de L'Oréal est le pivot avec un trafic multiplié par quatre au cours des derniers mois grâce à une refonte complète. Le groupe intensifie sa présence sur les réseaux sociaux, non seulement LinkedIn, mais aussi Facebook, Twitter, Instagram, YouTube ou WeChat. Avec un dénominateur commun : une promesse employeur attractive, des partages d'expérience authentiques des collaborateurs et une transparence dans les échanges.

3. Renforcer l'expertise des recruteurs

Rester à la pointe en matière d'évaluation et de sélection des talents, et améliorer l'expérience candidat sont des priorités pour le groupe qui forme ses équipes. Le groupe a ainsi mené en 2016 un programme d'excellence sur un mode collaboratif. Pendant six mois, une équipe de 11 recruteurs experts et formés est allée à la rencontre d'une centaine de ses pairs dans 32 pays pour recueillir leurs commentaires, diagnostiquer les besoins locaux, perfectionner les méthodes d'évaluation et améliorer l'expérience candidat. [Rapport d'activité](#)

L'Oréal mise également sur les **concours**, tels que le *L'Oréal Brandstorm* et le Happening Marketing afin de recruter de nouveaux talents, mais aussi afin d'avoir de nouvelles idées innovantes dans le but de répondre à certains de leurs enjeux.



MANDAT

« La diversité est au cœur des valeurs de notre entreprise, elle fait partie de notre sens de l'objectif. » « Nous agissons pour construire une entreprise dont le cœur est l'inclusion en nous assurant que nous sommes aussi divers que les personnes que nous servons. »

« L'équilibre entre les sexes est un élément fondamental de la diversité. Nous nous engageons à atteindre l'équilibre entre les sexes dans nos effectifs dans chaque pays, dans toutes les fonctions et à tous les niveaux de l'organisation. » (L'Oréal, 2023)

Tel que vous pouvez le constater, le discours de l'Oréal est clair : la diversité, l'équité et l'inclusion sont au cœur des préoccupations de l'entreprise. Pour la sixième année consécutive, le Groupe L'Oréal est reconnu par le Bloomberg Gender-Equality Index (GEI) 2023 pour avoir créé un environnement de travail inclusif et égalitaire. Cet indice de référence mesure l'égalité femmes-hommes à travers cinq grands critères : le leadership et le réservoir de talents, l'égalité et la parité salariale, la culture inclusive, les politiques de lutte contre le harcèlement sexuel et image de marque.

L'Oréal figure parmi 484 entreprises dans cet indice mondial qui englobe 45 pays et régions. Pondéré par la capitalisation boursière des entreprises, le GEI évalue la performance des sociétés cotées qui s'engagent à publier leurs données en matière de parité.

[Bloomberg - Égalité des genres](#)

Toutefois, malgré cette reconnaissance importante de la part de Bloomberg, l'Oréal se heurte à un problème de taille : l'entreprise œuvre dans un secteur d'activité encore trop associé à la féminité. De ce fait, les recruteurs ont énormément de difficulté, particulièrement dans le contexte de pénurie de main-d'œuvre, à recruter des hommes et sont à la recherche d'idées innovantes pour briser les vieux stéréotypes et les vieilles idées préconçues quant au secteur d'activité.

L'entreprise vous mandate alors afin de leur proposer des solutions hors des sentiers battus, colorées et au goût du jour afin d'attirer la gente masculine plus aisément, tout en brisant les stéréotypes associés à l'industrie de la beauté.

PROFIL DES CANDIDATS RECHERCHÉS

- L'Oréal cherche à recruter des hommes pour le secteur des ventes, du marketing et du digital ;
- Les candidats recherchés sont pour le Canada, plus précisément, le Québec ;
- L'Oréal se penche sur 5 critères précis pour analyser et choisir les nouveaux candidats : l'ambition, la résilience, l'empathie, le jugement et l'agilité d'apprentissage. L'entrepreneurship et l'esprit d'innovation sont également deux valeurs très recherchées chez les candidats.

CONTRAINTES

Vous disposez de 50 000\$ pour réaliser votre stratégie, et cette dernière devra être mise en œuvre au mois de septembre 2023.

À vous de jouer !

SOURCES

L'Oréal Recognized for gender equality. (2023) Récupéré le 6 mars. À partir de :

<https://www.loreal.com/fr/canada/news/news/loreal-recognized-for-genderequality-by-bloomb-erg-index-20/>

L'Oréal. (2023) Récupéré le 6 mars. À partir de :

<https://www.loreal.com/en/group/about-loreal/our-purpose/>