

Elle repose sur trois piliers : visibilité sur le marché, attractivité pour les profils ciblés (employer branding) et surtout rétention de nos collaborateurs. Evidemment, elle ambitionne également de correspondre aux aspirations de nos cibles internationales, recrutant quasi exclusivement nos experts à l'étranger et plus particulièrement dans les pays francophones. En plus d'expliquer le poste à pouvoir et les évolutions de carrières chez Vanksen, nous devons également « vendre » le Luxembourg qui est encore soit méconnu soit connoté assez négativement par nos cibles.

Ainsi, par exemple, notre salle d'arcade avec son babyfoot, ses jeux électroniques, ses consoles, son matériel « high-tech » et sa terrasse, couplé à une flexibilité horaire et des possibilités de télé-travail sont autant d'éléments qui permettent à nos collaborateurs d'organiser leur temps de travail et de détente. Ils sont aussi des lieux d'échange et de cohésion entre les équipes.

Etant dans un secteur en constante évolution, nous nous devons également de répondre aux besoins de formation continue et de veille constante de nos experts. Nous organisons donc des sessions de formation et d'acculturations bimensuelles couplées à un repas baptisées « Lunch&Learn ». Nous maximisons aussi les participations de nos équipes à des événements pointus et avons développé en interne un laboratoire d'expérimentations digitales (reconnaissance vocale, réalité virtuelle et augmentée, nouvelles interactions homme-machines...).

Pour faciliter l'intégration de nos collaborateurs étrangers, nous avons également développé un programme complet : du logement communautaire dédié tout compris (maison des stagiaires et maison des expats) à l'organisation d'événements mensuels de team building en passant par la découverte de spécificités locales (Schuberfouer, visite du palais Grand-Ducal, parcours culturels...). Le fait de proposer un logement à nos jeunes recrues nous permet de lever un frein important pour les nouveaux arrivants tant au niveau financier que complications administratives. Nous avons une maison Vanksen depuis une dizaine d'années, et nous allons en ouvrir une deuxième à partir du mois de mars.

Enfin, nous couplons veille interne et visibilité externe en développant une multitude de contenus nous permettant d'émerger du marché : les VanksenTalks (format vidéo court mettant en avant un de nos collaborateurs et valorisant leurs expertises respectives), le Digital Circle (une série d'événements avec des conférenciers de haut vol), des prises de parole à de nombreuses conférences et la publication continue de livres blancs délivrant nos expertises. Nous adossons cette démarche

de « Brand Content » à une véritable stratégie social media, Facebook, LinkedIn, Twitter voire Instagram étant des lieux prolifiques en terme de recrutement.

Clairement notre challenge principal en 2019 pour porter nos ambitions de croissance repose sur le recrutement. Cependant, nous sommes forcés de constater que Luxembourg comme lieu de travail est en train de perdre une partie de son attractivité. ♦

Zoom sur une expat heureuse et engagée

« Le déclencheur a été, comme souvent, une opportunité professionnelle. Pour mon ex-mari au départ, en l'occurrence. Mais c'est l'envie d'un autre cadre de vie pour nous qui étions parisiens, qui a vraiment porté notre choix. De mon côté, j'avais pu négocier avec mes associés de l'époque une flexibilité me permettant de voyager chaque semaine entre Luxembourg et nos bureaux de Paris et Londres. Mes ces déplacements ne vont qu'un temps, et après deux ans de voyages incessants, j'ai décidé de m'implanter ici à 100%.

Je dois avouer que le tracé des frontières du Grand-Duché ne m'était pas encore familier à l'époque... Je suis de fait arrivée sans attente particulière autre que celle d'un lieu où l'on semblait trouver un cadre propice à la fois au développement d'une carrière professionnelle sérieuse et à un épanouissement personnel près de la nature. Ceci a été un facteur déterminant pour moi : la proximité des espaces urbains avec la nature, et notamment les forêts, que j'affectionne tout particulièrement. Aujourd'hui maman de trois fils, je me réjouis chaque jour de vivre et de les élever ici.

Avec le recul de bientôt 6 ans ici, je peux confirmer que l'équilibre est réel. Un week-end au Luxembourg est une vraie parenthèse. Il est aisé de déconnecter de son job, pour peu que l'on parvienne à poser son téléphone... Contrairement à une idée reçue, il ne m'est pas apparu que les cercles soient si cloisonnés et qu'il soit si difficile de s'intégrer. Même en ville, la vie de quartier est réelle. En tout cas je ne me suis jamais sentie une étrangère.

J'avoue que je me sens de fait assez peu comme une « expat » aujourd'hui, travaillant dans une société luxembourgeoise et dirigeant une Asbl qui collabore étroitement avec des institutions locales.

Le Luxembourg m'a par ailleurs paru immédiatement un pays où les idées innovantes sont accueillies et soutenues pour peu que l'on soit sincère et prêt à s'investir dans la durée. C'est comme ça que WIDE est née il y a 5 ans. J'ai le sentiment qu'ici tout est possible, pour peu qu'on s'en donne les moyens. Je n'ai d'ailleurs aucune intention de bouger pour le moment ! »

Arrivée au Grand-Duché en 2013, Marie-Adélaïde Leclercq-Olhagaray, Française, est *Communications Manager* au sein du cabinet d'avocats Arendt. Elle a co-fondé au Luxembourg l'association WIDE (Women in Digital Empowerment) pour promouvoir les femmes dans le secteur très masculin des nouvelles technologies et du digital.