

BRUXELLES
FORMATION



former pour l'emploi

Dossier d'opportunité

Hôtesse/Hôte d'accueil dans l'événementiel

Service Études et Statistiques
Février 2023

Service Études et Statistiques de Bruxelles Formation

Secrétariat au 02/371.74.13 ou personnes de contact :

f.romano@bruxellesformation.brussels

e.ugeux@bruxellesformation.brussels

Table des matières

I.	Introduction.....	5
A.	Structure du dossier d'opportunité	6
B.	Positionnement des profils	6
1.	Classification.....	6
2.	Approche de la fonction dans la classification métier d'Actiris.....	7
II.	Analyse des données sectorielles.....	10
A.	Balises méthodologiques des données décentralisées de l'ONSS.....	10
1.	Quels sont les travailleurs concernés par les données décentralisées ?	10
2.	Quelles sont les entreprises concernées par les données décentralisées ?	10
B.	Données décentralisées mobilisées dans le cadre de ce dossier d'opportunité	11
C.	Analyse des données décentralisées en lien avec l'organisation de salons professionnels et de congrès	11
1.	Nombre de postes de travail	11
2.	Nombre d'unités d'établissement	13
3.	Taille des unités d'établissement	14
D.	Éléments sur la crise sanitaire Covid-19	16
E.	Conclusion sur l'analyse des données sectorielles étudiées	17
III.	Analyse des indicateurs métiers	18
A.	Délimitation des données	18
B.	Offres d'emploi et réserve de main-d'œuvre chez Actiris	18
C.	Description des chercheurs d'emploi et des offres en lien avec les fonctions de préposé à l'accueil et à l'information	19
D.	Caractère critique des fonctions de préposé à l'accueil et à l'information	20
E.	Conclusion sur l'analyse des indicateurs métiers.....	21
IV.	Analyse des sites Internet des agences proposant les services d'hôtes et d'hôtesses d'accueil.....	22
A.	Point méthodologique : comment, et pourquoi, effectuer une analyse à partir des sites Internet ?	22
B.	Qu'est-ce que l'hospitalité ?.....	23
C.	Qui sont les fournisseurs d'un service d'hospitalité ?	24
D.	Quelle place prend l'hospitalité dans l'offre de ces entreprises ?	25
E.	En quoi consiste le travail d'une hôtesse/un hôte d'accueil ?	27
F.	Quelle est la qualité du service offert et quelles sont ces garanties ?	30
G.	Comment les agences recrutent-elles leur personnel d'accueil ?	35

1. Par quel processus de recrutement ?	35
2. Par quelle gestion du personnel ?.....	39
H. Que peut-on retenir de l'analyse des sites Internet des agences offrant un service d'hospitalité ?.....	43
V. Analyse des entretiens avec les acteurs institutionnels.....	46
A. Méthodologie.....	46
B. Le secteur événementiel.....	47
C. L'hospitalité et les agences d'hôtesse	49
D. Une autre manière de voir l'hospitality ?	51
E. L'hôtesse, son profil et ses évolutions	51
VI. Conclusions générales	55
A. Périmètres respectifs des approches développées dans ce dossier d'opportunité	55
B. Entreprises et travailleurs de l'événementiel à Bruxelles	55
C. Compétences des hôtesse et hôtes d'accueil.....	57
D. Hôtesse et hôte d'accueil... et ensuite ?	57
E. Mesures préconisées	58
VII. Bibliographie.....	60
VIII. Annexes	61

I. Introduction

Objectifs et délimitation du dossier d'opportunité

Le dossier d'opportunité est un document articulant un ensemble de données et d'analyses, qualitatives et quantitatives, dont l'objectif est d'aider à la prise de décisions concernant l'opportunité de mettre en place une nouvelle formation, de maintenir une formation existante ou de restructurer une offre de formation. Il alimente les discussions menées dans le cadre du développement de l'offre de formation, notamment en analysant les indicateurs économiques et le contexte institutionnel du secteur visé par la formation, en étudiant sa place dans l'offre de formation existante et en examinant la plus-value qu'elle offrirait par rapport aux besoins sur le marché de l'emploi bruxellois.

Un dossier d'opportunité concerne un métier ou un groupe de métiers proches inscrits dans un secteur particulier. Il est réalisé à partir d'une demande précise qui est discutée préalablement. Le présent dossier concerne le métier d'hôtesse et hôte d'accueil dans l'événementiel. Il s'inscrit dans le cadre d'une réflexion, menée par le centre BF métiers urbains, de relancer une formation de steward d'accueil, les précédentes sessions de formation pour cette fonction ayant été arrêtées en 2017. Cette dernière s'intégrerait dans l'offre de formation du centre en jouant un rôle de formation d'appel dans les métiers de contact à destination d'un public peu scolarisé. Dès lors, l'analyse portera sur le marché de l'emploi et les possibilités de débouchés pour les candidats stagiaires. Elle considérera également la fonction d'appel envisagée pour cette formation, en mettant en évidence les possibilités d'évolution ou de mobilité des travailleurs vers des secteurs connexes, tels que l'Horeca, le tourisme, l'accueil en entreprise, etc.

Dans son volet quantitatif, le dossier d'opportunité mobilise des données provenant de diverses sources, tant en matière de formation que d'emploi. Pour cela, Bruxelles Formation s'assure de la collaboration de view.brussels pour le calcul des données économiques sectorielles et les informations relatives aux offres d'emploi publiées chez Actiris.

Il existe beaucoup d'appellations différentes en lien avec la fonction d'accueil : agent d'accueil, steward, hôtesse, etc. Toutefois, l'une d'elles revient de façon plus fréquente et est plus représentative de l'événementiel, il s'agit de "hôtesse/hôte d'accueil". C'est donc cette dénomination qui sera reprise dans le présent document.

La demande d'opportunité de relancer des formations d'hôtesse/hôte d'accueil a été initialement formulée par le centre BF Métiers Urbain début 2020. En raison de la crise sanitaire et des périodes d'ouverture et de fermeture successives du secteur événementiel jusque février 2022, en concertation avec le centre demandeur, la poursuite de ce dossier a plusieurs fois été mise en attente. Ce choix a été posé afin d'éviter de se focaliser sur les incertitudes qui ont pesé sur le secteur pendant les deux années de pandémie et de s'assurer que les interlocuteurs contactés dans le cadre de l'analyse qualitative soient en mesure d'entrevoir des perspectives en matière d'emploi et de formation.

A. Structure du dossier d'opportunité

L'analyse d'opportunité est réalisée à partir d'informations récoltées selon deux approches :

- L'approche quantitative, qui est utilisée pour dresser une image et une analyse du contexte économique dans lequel la fonction prend place et pour approcher les données propres au métier étudié (notamment la réserve de main-d'œuvre inscrite chez Actiris, les offres publiées chez Actiris et leur satisfaction, l'offre de formation existante à Bruxelles et en lien direct ou indirect avec le métier. Ces éléments font l'objet de la deuxième et troisième partie du dossier (indicateurs sectoriels et indicateurs métier).
- L'approche qualitative qui est utilisée, ici, pour comprendre le métier et ses enjeux en termes de qualification, de recrutement et d'évolution professionnelle. Les informations ont été collectées de deux manières différentes, présentées en quatrième et cinquième partie. La première démarche consiste en une analyse de contenu sur les sites des entreprises spécialisées, proposant les services d'hôtesse/hôte d'accueil lors d'événements. Les données recueillies concernent l'activité de l'entreprise, le métier d'hôtesse/hôte ainsi que le recrutement et la formation de ces travailleurs. La seconde démarche vient en complément de la première. Elle s'appuie sur des entretiens semi-directifs, réalisés auprès d'acteurs institutionnels, afin de bénéficier de leur vision plus large sur ce type de service ainsi que, plus globalement, sur le secteur de l'événementiel.

Les deux approches sont complémentaires et utilisées conjointement pour formuler les propositions qui sont exposées en guise de conclusion du dossier.

B. Positionnement des profils

Les paragraphes qui suivent pointent, s'ils existent, les profils (métier, formation et validation des compétences) existants pour les fonctions correspondantes ou proches de celle d'hôtesse/hôte d'accueil. Le dossier d'opportunité s'appuie sur ces profils pour délimiter des données sectorielles (notamment ONSS) et les fonctions à analyser du point de vue des données Actiris.

1. Classification

La fonction d'hôtesse/hôte d'accueil, plus particulièrement en lien avec le domaine de l'événementiel, ne fait pas l'objet d'un profil métier en particulier. Néanmoins, il est plus largement inclus dans les catégorisations métiers en lien avec les fonctions de l'accueil et de la réception, en entreprise ou dans d'autres lieux accueillant du public.

Les profils (classements nationaux et internationaux) auxquels la fonction de steward d'accueil peut être rattachée sont les suivants :

Classifications	Référence	Dénomination
CITP-08 (ISCO-08)	4226	Réceptionnistes (fonctions générales)
ROME V3	M1601	Accueil et renseignement

Ces profils trouvent une correspondance en Belgique dans les services régionaux de l'emploi, au SFMQ et au Consortium Validation des Compétences.

Classifications	Référence	Dénomination
REM - Forem	12112	Agent d'accueil
COROM - Actiris	1211B	Préposé à l'accueil et à l'information
ROME V3 Competent	OP-78	Agent d'accueil
PQ/CCPQ	7.1.2	Agent d'accueil
CVDC	-	Agent d'accueil

Ces profils mentionnent la fonction de « steward d'accueil » (entendue comme hôtesse/hôte d'accueil) de manière plus ou moins précise parmi les appellations spécifiques du métier.

2. Approche de la fonction dans la classification métier d'Actiris

Actiris, au travers de sa classification COROM disponible sur www.imtb.actiris.be, inclut les fonctions d'hôtesse d'accueil et de steward d'accueil dans la liste suivante de professions apparentées et/ou synonymes au code professionnel 9-61.85 (agent d'accueil) :

Employé à l'accueil	Télédispatcher
Huissier – Portier	Téléphoniste – Réceptionniste
Hôtesse d'accueil	Téléphoniste – Secrétaire
Steward d'accueil	Téléphoniste – Standartiste

Actiris attribue à ces fonctions les objectifs suivants :

- L'accueil, l'identification et l'orientation des visiteurs, des clients ou des interlocuteurs téléphoniques.
- Dans certains cas, le contrôle de l'accès à l'infrastructure (type de public, cartes d'accès, billet d'entrée, etc.) et l'accompagnement des visiteurs ou clients (vers un service ou un lieu donné).
- Parfois aussi, le classement ou la vérification de documents administratifs simples (factures, bordereaux, bons de commande).
- Selon la taille de l'entreprise et la masse des communications ou des visites à gérer, la coordination et la formation d'une équipe de collaborateurs.

Du point de vue des conditions de travail, selon Actiris, ces fonctions s'exercent dans un local ou dans le hall de réception de l'entreprise, seul ou en équipe, selon le volume d'informations à délivrer et de tâches à exécuter. Un central téléphonique avec plusieurs lignes entrantes est très souvent utilisée. La fréquence des appels (signaux visuels ou acoustiques), le nombre de visiteurs et la diversité des opérations à effectuer nécessitent une vigilance permanente. La gestion du stress et l'obligation d'être « multi-tâches » sont des critères importants de ces fonctions. Dans les domaines du tourisme, du spectacle ou lors de manifestations périodiques (salons, fêtes, etc.), ces fonctions peuvent être assorties d'horaires variables ou s'exercer en soirée, le week-end et les jours fériés.

Du point de vue des conditions générales d'accès, selon Actiris, ces fonctions ne nécessitent généralement qu'une expérience professionnelle de courte durée dans des services administratifs. L'accès direct aux fonctions est possible sans expérience préalable pour les

titulaires d'un diplôme de l'enseignement secondaire inférieur ou professionnel supérieur. La maîtrise du français et du néerlandais oral est importante pour ces fonctions. Certaines entreprises, où les échanges internationaux et les contacts avec des visiteurs étrangers sont courants, demandent que l'on ait un diplôme de bachelier professionnel et que l'on maîtrise une ou deux langues étrangères. Dans le secteur public, l'emploi est accessible par concours ou par examen de recrutement sous certaines conditions de recrutement et de formation.

Pour ces fonctions, Actiris dresse la liste des compétences suivantes :

Connaissances et compétences techniques

- Accueillir les clients ou les visiteurs
- Assurer le traitement rapide du courrier (tri et distribution)
- Avoir la maîtrise du clavier
- Collecter, enregistrer, classer et gérer les données
- Communiquer oralement avec aisance
- Être responsable de l'accueil des clients (guichet, comptoir)
- Faire preuve d'aisance au téléphone
- Posséder une connaissance de base du travail sur PC
- Pouvoir utiliser couramment la messagerie électronique (e-mail)
- Savoir utiliser un central téléphonique
- Utiliser les machines de bureau (fax, photocopieur, téléphone, etc.)

Compétences génériques

- Avoir confiance en soi
- Avoir l'esprit client
- Avoir une bonne maîtrise de soi
- Bien résister au stress
- Être flexible
- Être sensibilisé à une image de marque spécifique
- Faire preuve de diplomatie
- Faire preuve de discrétion
- Faire preuve de serviabilité
- Posséder une bonne audition et une bonne élocution
- Savoir écouter
- Travailler de manière autonome

Connaissances linguistiques

- Connaître les langues étrangères
- Maîtriser l'anglais oral
- Maîtriser le français oral
- Maîtriser le néerlandais oral

Compétences spécifiques

- Connaissances et compétences techniques
- Appliquer la mise en page d'un texte (normes IBN)
- Contrôler l'accès à l'entreprise
- Enregistrer les visiteurs
- Établir des contacts téléphoniques et prendre des rendez-vous

- Gérer l'agenda (rendez-vous, réservations, missions, etc.)
- Orienter les clients, usagers, visiteurs, spectateurs
- Pouvoir utiliser concrètement un traitement de texte
- Pouvoir utiliser une feuille de calcul (spreadsheet)
- Tenir la caisse

Responsabilités

- Encadrer une équipe

II. Analyse des données sectorielles

État du secteur pouvant être mis en relation avec la fonction d'hôtesse/hôte d'accueil

Cette section étudie la situation économique du secteur dans lequel la fonction d'hôtesse/hôte d'accueil peut être mobilisée. Cet état est approché à partir du nombre d'entreprises et de l'emploi salarié en lien avec ces activités, à Bruxelles et dans les deux provinces de Brabant. Les données utilisées sont celles de l'ONSS (Office national de Sécurité sociale).

Les données ONSS qui suivent concernent l'ensemble des employeurs et des travailleurs assujettis à la sécurité sociale des travailleurs salariés. Elles sont classées selon le lieu de travail et l'activité économique principale définie dans la classification NACE-BEL. Ces données entrent dans le champ de ce que l'ONSS nomme les « données décentralisées », dont la publication fait l'objet d'une méthodologie précise¹.

A. Balises méthodologiques des données décentralisées de l'ONSS

1. *Quels sont les travailleurs concernés par les données décentralisées ?*

Les données décentralisées établissent trimestriellement un nombre de postes de travail occupés dans des activités économiques données (au dernier jour du trimestre). Les postes de travail sont calculés sur base de l'assujettissement à la sécurité sociale de travailleurs salariés. Celui-ci repose sur la fourniture de prestations en exécution d'un contrat de travail (CDI, CDD, interim, étudiant) ou de modalités similaires à un contrat de travail (toujours au dernier jour du trimestre). Les données décentralisées, par l'intermédiaire du nombre de postes de travail, permettent donc de se faire une idée du nombre de travailleurs salariés et ce, selon leur statut, leur localisation géographique et l'activité économique de leur employeur déterminée sur base de la classification NACE-BEL. Elles ne concernent pas les travailleurs indépendants sans personnel salarié.

2. *Quelles sont les entreprises concernées par les données décentralisées ?*

Les données décentralisées établissent trimestriellement un nombre d'unités d'établissement actives dans des activités économiques données. L'unité d'établissement est définie comme un lieu, géographiquement identifiable par une adresse, où s'exerce au moins une activité de l'entreprise ou à partir duquel l'activité est exercée. L'activité économique principale est établie sur base de l'activité qui contribue le plus à la valeur ajoutée de l'unité². À défaut, d'autres critères de remplacement peuvent être pris en considération pour déterminer l'activité principale (ceux-ci peuvent être basés sur la production, par exemple le chiffre d'affaires, ou les moyens de production, par exemple la masse salariale). Les données

¹ Pour plus de détails sur le calcul et la disponibilité de ces données, voir le site de l'ONSS : <https://www.onss.be/stats/repartition-des-postes-de-travail-par-lieu-de-travail>.

² Pour plus de détails, voir la brochure sur la *Nomenclature des activités économiques NACE-BEL 2008*, disponible sur le site de Statbel : https://statbel.fgov.be/sites/default/files/Over_Statbel_FR/Nomenclaturen/NACE-BEL%202008_FR.pdf

décentralisées, par l'intermédiaire du nombre d'unités d'établissement, permettent donc de se faire une idée du nombre d'entreprises employant du personnel salarié, selon leur localisation géographique, leur taille (exprimée en nombre de travailleurs) et leur activité économique principale déterminée dans la classification NACE-BEL. Elles ne concernent pas les entrepreneurs sans personnel salarié ou les entreprises étrangères n'ayant aucune unité d'établissement implantée en Belgique.

B. Données décentralisées mobilisées dans le cadre de ce dossier d'opportunité

La classification NACE-BEL ne permet pas de mettre en évidence l'importance relative des activités d'accueil dans le domaine de l'évènementiel. Ces activités doivent être considérées comme faisant partie des actions plus générales liées à l'organisation de salons professionnels et de congrès. Sa classification NACE-BEL précise est la suivante :

Secteur	Division		Sous-classe	
Activités de services administratifs et de soutien	82	Services administratifs de bureau et autres activités de soutien aux entreprises	82.3	Organisation de salons professionnels et de congrès

La sous-classe 82.3 est décrite comme reprenant « l'organisation, la promotion et/ou la gestion d'événements, tels que salons, expositions et foires commerciales, congrès, conférences et réunions, incluant ou non la gestion et la mise à disposition du personnel pour exploiter les installations où ces événements ont lieu. ». Elle comprend également l'organisation de défilés de mode et celle d'expositions et de défilés d'animaux. Si la description NACE-BEL mentionne explicitement que cette activité n'inclut pas la conception de stands d'exposition, elle ne précise pas si les activités techniques de montage et de démontage de stands d'exposition y sont rattachées.

C. Analyse des données décentralisées en lien avec l'organisation de salons professionnels et de congrès

Les chiffres analysés ci-dessous reprennent l'évolution de 2009 à 2020 du nombre d'entreprises et du nombre de salariés rattachés aux activités d'organisation de salons professionnels et de congrès, dans leur ensemble. Ils sont présentés de manière distincte pour la Région bruxelloise, le Brabant flamand, le Brabant wallon et la Belgique.

1. Nombre de postes de travail

	82.3 Organisation de salons professionnels et de congrès										
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Belgique	2.437	2.337	2.299	2.282	2.271	2.294	2.365	2.509	2.598	2.645	2.492
Région bruxelloise	903	845	802	792	767	738	690	767	702	835	825
Brabant flamand	150	130	143	175	150	183	186	185	190	193	231
Brabant wallon	145	128	112	104	92	95	85	107	122	133	141
Total Belgique	3.452.757	3.471.840	3.459.691	3.449.653	3.831.214	3.858.129	3.910.430	3.972.943	4.037.512	4.099.613	4.060.601
Total Bruxelles	579.565	582.700	575.502	570.388	619.152	619.907	620.808	625.914	630.619	639.315	633.253

Total Brabant fl.	337.023	340.655	342.079	342.977	365.083	366.328	373.406	380.280	387.251	393.654	389.587
Total Brabant w.	109972	111385	111087	111955	123499	125669	127395	129804	131912	132531	131873

Tableau 1 : nombre de postes de travail selon les zones géographiques étudiées 2010-2020 - Organisation de salons professionnels et de congrès (données ONSS, calculs Bruxelles Formation)

2.492 travailleurs étaient actifs en Belgique en 2020 dans les activités d'organisation de salons professionnels et de congrès. À plus petite échelle, on en dénombrait 825 en Région bruxelloise, 231 en Brabant flamand et 141 en Brabant wallon. Ces trois zones géographiques, qui constituent la zone métropolitaine bruxelloise, rassemblent donc 1.197 travailleurs, soit 48,0% des salariés identifiés en Belgique dans cette activité.

Si le nombre de travailleurs actifs dans une entreprise en lien avec l'organisation de salons professionnels et de congrès est quasi stable à l'échelle nationale, il est en diminution à Bruxelles de 2010 à 2016, passant de 903 à 690 (moins 23,6%). Par la suite, il remonte de manière inconstante pour atteindre 825 travailleurs, soit toujours 8,5% de moins qu'en 2010.

À l'inverse, la province de Brabant flamand affiche une progression de 54,0% sur les 10 années étudiées. Cette situation est illustrée par le graphique ci-dessous.

Organisation de salons professionnels et de congrès Nombre de postes de travail 2010-2020

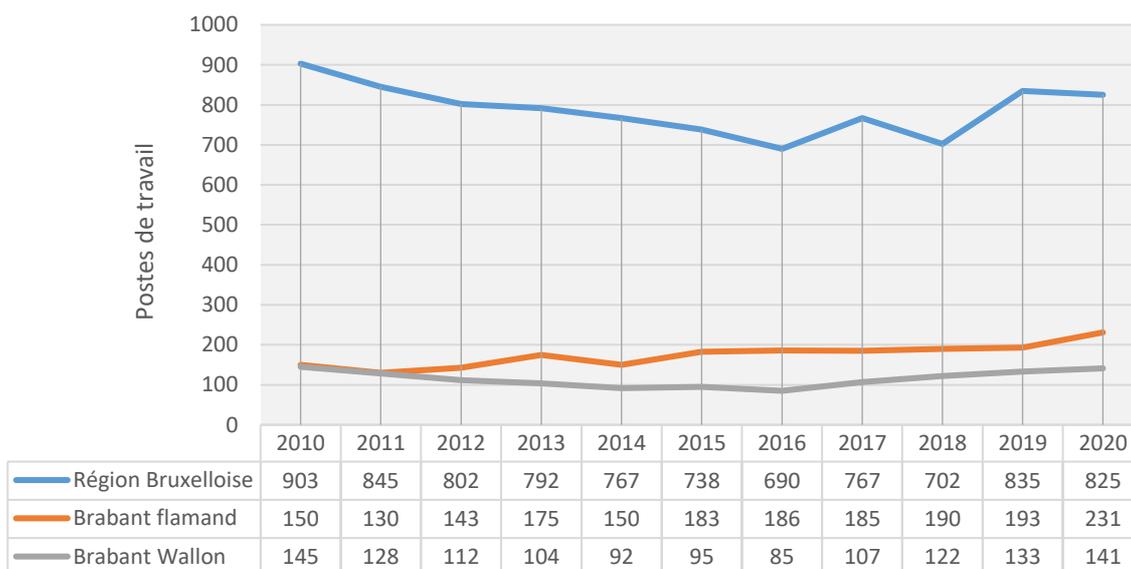


Figure 1 : nombre de postes de travail selon les zones géographiques étudiées – Organisation de salons professionnels et de congrès – 2009-2020 (données ONSS, calculs Bruxelles Formation)

En ce qui concerne le statut des salariés actifs dans l'activité d'organisation de salons professionnels et de congrès, la répartition entre ouvriers et employés est quasi stable à Bruxelles sur les 10 années étudiées. Une majorité des travailleurs occupent une fonction d'employé (entre 75 et 80%). On suppose que le personnel chargé de l'accueil se rattache à ce statut d'employé. Le graphique ci-dessous illustre cette situation.

Organisation de salons professionnels et de congrès Nombre de postes de travail par statut à Bruxelles (2010-2020)

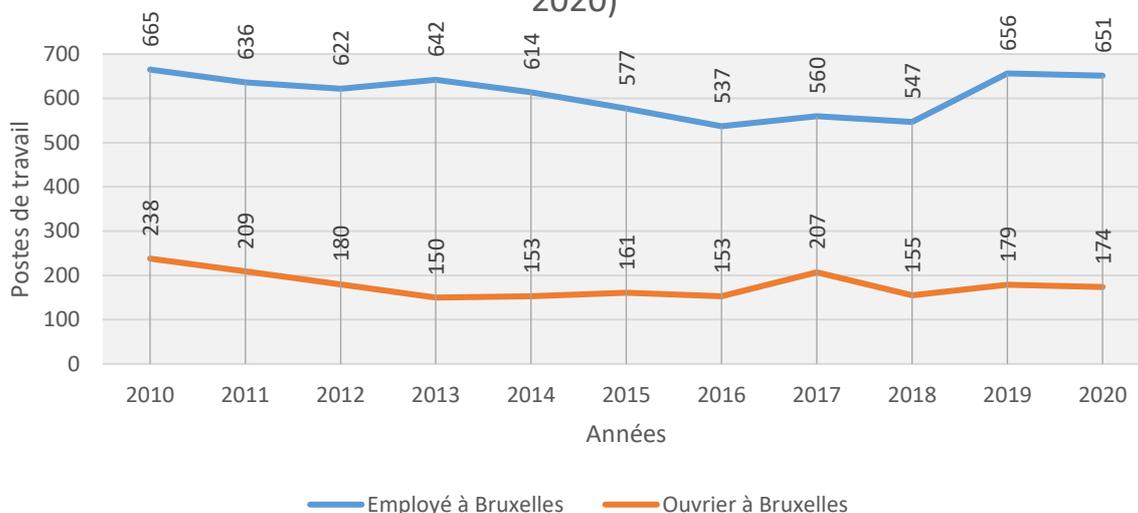


Figure 2 : nombre de postes de travail par statut en Région bruxelloise – Organisation de salons professionnels et de congrès – 2009-2020 (données ONSS, calculs Bruxelles Formation)

Il faut rappeler que les travailleurs comptabilisés dans les données décentralisées de l'ONSS, bien qu'ils soient tous salariés d'entreprises actives dans une activité donnée (en l'occurrence ici l'activité d'organisation de salons professionnels et de congrès), n'exercent pas nécessairement une fonction correspondant à celles qui font l'objet de ce dossier d'opportunité (hôtesse/hôte d'accueil). Bien que la décomposition selon les statuts rapproche de la fonction étudiée, elle ne débouche pas non plus sur une stricte correspondance avec celle-ci, les données ONSS reprenant l'ensemble du personnel d'une entreprise sans distinguer les fonctions précises exercées. Par ailleurs, il faut garder à l'esprit la possibilité de recenser des activités d'hôtesse ou d'hôte d'accueil en dehors de la classe NACE-BEL 82.3, qui rappelons-le, englobe les agences spécifiques à l'évènementiel mettant à disposition du personnel. En effet, cette offre de service peut aussi être fournie par des agences d'interims généralistes qui sont alors répertoriées dans des activités de mise à disposition de personnel (en général), soit les classes NACE-BEL 78.1-3.

2. Nombre d'unités d'établissement

82.3 Organisation de salons professionnels et de congrès											
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Belgique	501	492	477	486	498	498	508	534	557	569	536
Région bruxelloise	139	146	132	141	136	137	136	141	147	151	149
Brabant flamand	40	36	30	31	35	36	35	39	43	44	44
Brabant wallon	30	30	26	24	29	27	27	34	37	41	46

Total Belgique	265.322	265.024	264.152	264.760	280.533	281.405	288.840	292.796	295.690	298.584	298.350
Total Bruxelles	33.662	34.002	33.995	34.038	35.394	35.310	36.394	36.906	37.462	37.907	37.584
Total Brabant fl.	22.103	21.874	21.899	21.993	23.097	23.215	23.778	24.066	24.307	24.673	24.871
Total Brabant w.	9.634	9.663	9.810	9.756	10.271	10.413	10.978	11.293	11.414	11.544	11.554

Tableau 2 : Tableau 1 : nombre d'unités d'établissement selon les zones géographiques étudiées 2010-2020 - Organisation de salons professionnels et de congrès (données ONSS, calculs Bruxelles Formation)

On comptait 536 unités d'établissement en 2020, dont notamment 149 en Région bruxelloise, 44 en Brabant flamand et 46 en Brabant wallon. Ces trois dernières zones géographiques, qui constituent la zone métropolitaine bruxelloise, rassemblent donc 239 unités d'établissement, soit 44,6% des entreprises identifiées en Belgique dans cette activité.

À l'échelle nationale, le nombre d'unités d'établissement actives dans le domaine étudié a augmenté de manière quasi constante entre 2012 et 2020. L'évolution est bien moins linéaire pour Bruxelles jusque 2016. Une nette augmentation est ensuite visible entre 2016 et 2019, tandis que la tendance semble repartir vers une décroissance en 2020. Le graphique ci-dessous illustre cette situation pour Bruxelles, en comparaison avec les deux provinces de Brabant.

Organisation de salons professionnels et de congrès
Nombre d'unités d'établissement 2010-2020

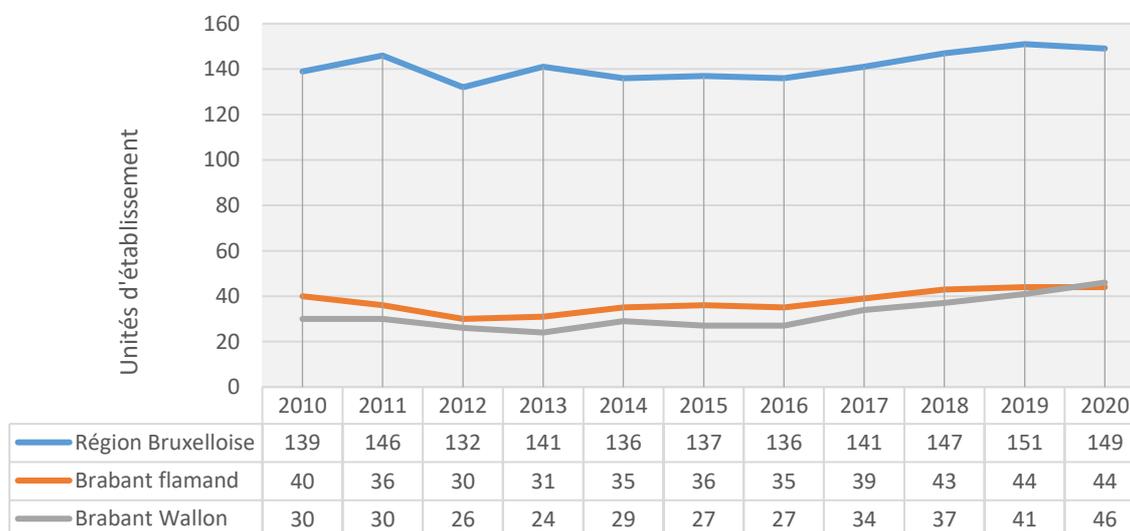


Figure 3 : nombre d'unités d'établissement en Région bruxelloise – Organisation de salons professionnels et de congrès – 2010-2020 (Données ONSS – Calculs Bruxelles Formation)

3. Taille des unités d'établissement

Les tableaux qui suivent reprennent les classes d'importance, soit la taille exprimée en nombre de travailleurs, des unités d'établissement comptabilisées dans les données décentralisées pour l'activité d'organisation des salons professionnels et des congrès (code NACE-BEL 82.3) et les zones géographiques étudiées.

82.3 Organisation de salons professionnels et de congrès											
Belgique											
Importance	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
De 1 à 4 travailleurs	372	372	354	363	381	378	375	405	422	428	409
De 5 à 9 travailleurs	69	69	73	74	66	66	82	74	79	86	69
De 10 à 19 travailleurs	38	32	31	29	33	36	30	32	33	30	33
De 20 à 49 travailleurs	17	14	13	16	14	14	16	18	19	21	21
De 50 à 99 travailleurs	3	4	5	3	2	3	4	4	3	3	4

De 100 à 199 travailleurs	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	0
Total	501	492	477	486	498	498	508	534	557	569	536
Région bruxelloise											
Importance	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
De 1 à 4 travailleurs	96	105	93	107	101	100	97	99	107	110	109
De 5 à 9 travailleurs	18	22	21	17	19	20	25	26	25	26	21
De 10 à 19 travailleurs	18	11	11	10	9	10	6	8	7	5	8
De 20 à 49 travailleurs	4	6	4	4	4	4	6	6	7	8	9
De 50 à 99 travailleurs	1	1	2	2	2	3	2	2	1	1	2
De 100 à 199 travailleurs	2	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0
Total	139	146	132	141	136	137	136	141	147	151	149
Brabant flamand											
Importance	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
De 1 à 4 travailleurs	30	30	20	18	23	23	21	27	32	31	29
De 5 à 9 travailleurs	7	3	7	9	9	8	9	8	8	10	8
De 10 à 19 travailleurs	1	2	2	2	3	4	3	2	1	1	5
De 20 à 49 travailleurs	2	1	1	2	0	1	2	2	2	2	2
Total	40	36	30	31	35	36	35	39	43	44	44
Brabant wallon											
Importance	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
De 1 à 4 travailleurs	20	24	20	20	24	23	23	31	31	34	40
De 5 à 9 travailleurs	7	4	4	2	4	3	3	2	5	6	5
De 10 à 19 travailleurs	2	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
De 20 à 49 travailleurs	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
De 50 à 99 travailleurs	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	30	30	26	24	29	27	27	34	37	41	46

Tableau 3 : Importance des unités d'établissement selon les zones géographiques étudiées – Organisation de salons professionnels et de congrès – 2010-2020 (données ONSS - calculs Bruxelles Formation)

Tant au niveau national que pour Bruxelles et les deux provinces de Brabant, la majorité des entreprises (toujours plus de 85%) actives dans l'organisation de salons professionnels et de congrès sont de petite taille (entre 1 et 9 salariés). Cette observation laisse supposer, soit que les événements organisés sont de petite envergure (le personnel d'accueil étant probablement en petit nombre aussi), soit, dans le cas d'évènements de plus grande ampleur, que les tâches d'accueil sont paramétrées « à la demande » au moyen de contrats temporaires. Notons que l'évaluation de l'importance du travail intérimaire, par exemple, reste difficile, du fait que les données ONSS fournies dans les analyses ci-dessus sont calculées au 31 décembre de chaque année.

Le graphique qui suit illustre de manière détaillée l'importance des entreprises recensées à Bruxelles dans l'activité étudiée entre 2010 et 2020. Il permet d'observer une stabilité en matière de répartition des tailles des entreprises sur la période étudiée.

Importance des unités d'établissement Organisation de salons professionnels et de congrès Région bruxelloise

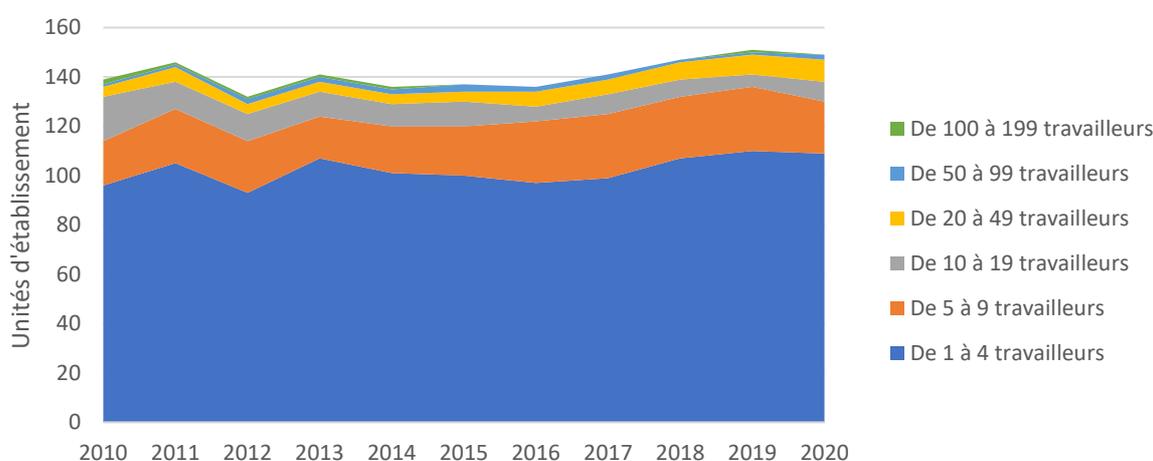


Figure 4 : importance des unités d'établissement en Région Bruxelloise – Organisation de salons professionnels et de congrès – 2010-2020 (données ONSS - calculs Bruxelles Formation).

D. Éléments sur la crise sanitaire Covid-19

De mars 2020 jusqu'au début de l'année 2022, les activités en lien avec l'organisation de salons professionnels et de congrès sont quasiment tout le temps restées à l'arrêt³. Plus largement dans le secteur de l'événementiel, il est difficile d'évaluer avec précision les conséquences de la crise en termes économiques mais on commence à entrevoir ses impacts à plus long terme malgré la reprise des activités⁴.

view.brussels n'a pas spécifiquement étudié l'impact de la crise sanitaire sur ce secteur. Tout au plus, l'observatoire d'Actiris précisait encore dans son *analyse de l'impact de la crise du coronavirus sur le marché de l'emploi bruxellois* (troisième édition – Novembre 2020) que :

« d'autres secteurs n'ont pas vraiment connu de reprise de leurs activités entre les deux périodes de confinement, notamment l'événementiel et le tourisme. Dans le cas du premier, les limitations de contacts sociaux et de rassemblements rendent quasi impossible l'organisation d'événements. (...) La situation économique de ces deux secteurs est dès lors particulièrement désastreuse. »

Dans cette même analyse, view.brussels envisageait le scénario de la relative maîtrise de l'épidémie ultérieurement à novembre 2020 et la possibilité de reprise progressive pour les secteurs directement impactés à partir de début 2021. La poursuite de la crise sanitaire a mis

³ Voir : <https://event-confederation.be/fr/corona-nl/retour-au-travail-apres-700-jours-de-fermeture-mais-pas-encore-rentable/>

⁴ Voir : <https://event-confederation.be/fr/corona-nl/retour-au-travail-apres-700-jours-de-fermeture-mais-pas-encore-rentable/>
<https://event-confederation.be/fr/actualites/enquete-kdg-les-belges-et-les-evenements-les-resultats/>
<https://event-confederation.be/fr/corona-nl/la-rotation-du-personnel-dans-le-secteur-culturel-et-evenementiel-culmine-pendant-covid/>

en échec ce scénario puisqu'on sait aujourd'hui que le secteur de l'évènementiel a été le dernier à reprendre une activité normale en Belgique.

À l'heure actuelle, aucune analyse économique supplémentaire spécifique à ce secteur n'a été réalisée par view.brussels. Il reste donc difficile d'évaluer son état économique depuis sa reprise courant 2022.

E. Conclusion sur l'analyse des données sectorielles étudiées

Sur base des données ONSS, on met en évidence l'importance de Bruxelles et plus largement de la zone métropolitaine bruxelloise pour le secteur de l'évènementiel professionnel. Globalement, en Belgique, dans l'organisation de salons professionnels et de congrès, un travailleur sur deux est occupé en Région bruxelloise ou dans l'une des deux provinces de Brabant. De même, près d'une société sur deux, active dans cette activité, a son siège social dans cette zone géographique. Plus précisément, les limites inhérentes aux données ONSS ne permettent pas de quantifier précisément l'importance des activités spécifiques attribuées aux hôtes/hôtesse d'accueil dans cette branche. Tout au plus, on peut émettre l'hypothèse que ce secteur mobilise une main-d'œuvre spécifique aux fonctions de l'accueil qui, si elle n'est pas directement disponible en interne (les données ONSS montrent la présence de nombreuses entreprises de petite taille du point de vue des travailleurs), pourrait aussi être mobilisée dans d'autres branches d'activités (travail intérimaire, travail étudiant).

Par ailleurs, l'analyse des dix dernières années montre la sensibilité aux contextes politiques et économiques des activités d'organisation de salons professionnels et de congrès. Il est en effet difficile de ne pas mettre en lien la diminution du nombre de postes de travail observée à Bruxelles dans la première moitié des années 2010 avec l'actualité de cette période qui a été marquée par la sortie de crise économique, la menace terroriste et les attentats de Zaventem et Maelbeek en 2016. Cette observation nous incite à considérer avec prudence la remontée (d'ailleurs inconstante) du nombre de salariés de cette branche depuis 2017. Les dernières données disponibles de l'ONSS remontant à 2020, on ne peut qu'envisager une progression ultérieure moins positive, notamment en raison de la crise sanitaire, des tensions internationales et de la crise énergétique et économique qui sévissent actuellement en Europe et dans le monde.

III. Analyse des indicateurs métiers

Offres d'emploi et réserve de main-d'œuvre chez Actiris, description des chercheurs d'emploi, caractère critique de la fonction

Ce chapitre s'attache à décrire les données Actiris aptes à rendre compte de l'offre et de la demande d'emploi en matière d'accueil de manière globale (accueil et réception dans tous les lieux accueillant du public). Il n'est en effet pas possible, du point de vue de la codification en vigueur chez Actiris de cerner davantage les activités d'hôtesse et d'hôte d'accueil propres à l'évènementiel.

A. Délimitation des données

Les données recueillies chez Actiris concernent les agents d'accueil (code professionnel 9-61.85) auxquels la fonction de « steward d'accueil » (hôtesse/hôte d'accueil) est apparentée.

La description détaillée des inscrits chez Actiris et des offres publiées est quant à elle basée sur la catégorisation plus large des préposés à l'accueil et à l'information (catégorisation COROM disponible sur www.imtb.actiris).

Notons que cette limitation aux données sur les agents d'accueil dans leur ensemble ne permet de pas de saisir la réalité du profil étudié dans ce dossier (hôtesse/hôte d'accueil dans l'évènementiel). Le code professionnel 61.85 agents d'accueil, tout comme la catégorie COROM de préposé à l'accueil et à l'information, comprennent en effet les activités de réception dans les bureaux et plus largement les lieux professionnels. Pour cette raison, les chiffres et les constats présentés ci-dessous sont à relativiser fortement par rapport à l'objectif de ce dossier d'opportunité.

B. Offres d'emploi et réserve de main-d'œuvre chez Actiris

Le tableau qui suit présente des données issues des bases de données d'Actiris, notamment :

- **La réserve de main d'œuvre (RMO)** : nombre de personnes inscrites dans ce métier dans le courant de l'année écoulée.
- **Les offres d'emploi reçues (OE reçues)** : nombre d'offres publiées par des employeurs par le biais d'Actiris. Ce nombre ne contient ni les offres Eures, ni celles en intérim. Une offre est dite ordinaire quand elle ne s'inscrit pas dans le cadre d'un dispositif d'aide à l'emploi.
- **Taux de satisfaction** : il représente la proportion des offres clôturées, sachant qu'une offre est considérée comme telle si elle est annulée ou satisfaite.

9-61.85 Agent d'accueil	2015	2016	2017	2018	2019	2020
RMO	697	685	778	905	1 129	1.249
OE reçues	96	79	212	223	244	332
OE satisfaites	70	54	154	148	136	224
Taux de satisfaction en %	72,9%	68,4%	72,6%	66,4%	55,7%	67,5

Taux de satisfaction moyen de l'ensemble des offres Actiris	67,5%	62,6%	61,1%	50,4%	40,3%	74,5
---	-------	-------	-------	-------	-------	------

Tableau 4 : RMO et offres d'emploi reçues et satisfaites chez Actiris - Agent d'accueil - 2015-2020 (données et calculs view.brussels).

La réserve de main d'œuvre inscrite dans la fonction d'agent d'accueil chez Actiris ainsi que les offres d'emploi publiées par Actiris dans cette fonction sont en forte augmentation entre 2015 et 2019. La satisfaction des offres d'emploi publiées par Actiris est en diminution entre 2015 et 2020. Chaque année, la part d'offres satisfaites reste néanmoins toujours supérieure à celle de l'ensemble des offres publiées par Actiris (pour lesquelles une diminution de la satisfaction est également observable entre 2015 et 2020).

C. Description des chercheurs d'emploi et des offres en lien avec les fonctions de préposé à l'accueil et à l'information

La description qui suit se base sur les métiers agrégés dans la catégorisation des préposés à l'accueil et à l'information (catégorisation COROM disponible sur www.imtb.actiris).

Profil des chercheurs d'emploi

Dans la catégorie des préposés à l'accueil et à l'information, Actiris relève que **1.216 chercheurs d'emploi** y ont été inscrit (dans l'une des fonctions qui la composent) au moins une fois dans le courant de l'année 2019.

- **Du point de vue du genre**, 80% sont des femmes et 20% sont des hommes. Ces mêmes proportions sont respectivement de 48% et 62% pour l'ensemble des chercheurs d'emploi inscrits chez Actiris.
- **Du point de vue de l'âge**, les moins de 30 ans représentent 31% des inscrits. Cette proportion est légèrement supérieure à la part des moins de 30 ans dans l'ensemble des chercheurs d'emploi inscrits chez Actiris (23%). Les autres classes d'âges sont réparties quasi équitablement dans les fonctions de préposés à l'accueil et à l'information (25% pour les 30-39 ans, 21% pour les 40-49 ans et 24% pour les 50 ans et plus).
- **Du point de vue du niveau de qualification**, 60% des inscrits dans les fonctions de préposés à l'accueil et à l'information présentent un niveau faible (pas de diplôme ou diplôme de l'enseignement secondaire inférieur) et 34% ont un niveau moyen (diplôme de l'enseignement secondaire supérieur). Ces mêmes proportions sont de respectivement de 64% et 21% pour l'ensemble des chercheurs d'emploi inscrits chez Actiris.
- **Du point de vue de la durée d'inactivité professionnelle**, 48% des inscrits dans les fonctions de préposés à l'accueil et à l'information sont sans emploi depuis au moins deux ans et 15% depuis au moins 1 an. Ces mêmes proportions sont identiques pour l'ensemble des chercheurs d'emploi inscrits chez Actiris.

Description des offres publiées chez Actiris

Dans la catégorie des préposés à l'accueil et à l'information, Actiris a publié **1.003 offres d'emploi** entre janvier 2018 et décembre 2019.

- **Du point de vue des qualifications requises**, 43% des offres de préposés à l'accueil et à l'information ne demandent aucune qualification initiale ou ne le précisent pas et

48% demandent des qualifications initiales faibles (diplôme de l'enseignement secondaire inférieur) ou moyennes (diplôme de l'enseignement secondaire supérieur). Ces mêmes proportions sont de respectivement de 35% et 27% pour l'ensemble des offres publiées par Actiris.

- **Du point de vue de la durée des contrats**, 39% des offres de préposés à l'accueil et à l'information proposent un CDI et 18% d'entre elles proposent un CDD. Ces mêmes proportions sont respectivement de 50% et 22% pour l'ensemble des offres publiées par Actiris. En outre, 16% des offres de préposés à l'accueil et à l'information sont des en lien avec des mesures d'emploi contre 12% dans l'ensemble des offres publiées par Actiris. Enfin, 20% des offres de préposés à l'accueil et à l'information sont des contrats de stages contre 6% pour l'ensemble des offres publiées chez Actiris.
- **Du point de vue du temps de travail**, 81% des offres de préposés à l'accueil et à l'information proposent un contrat à temps plein et 19% d'entre elles proposent un contrat à temps partiel ou ne le précisent pas. Ces mêmes proportions sont quasiment identiques pour l'ensemble des offres publiées par Actiris.

D. Caractère critique des fonctions de préposé à l'accueil et à l'information

Annuellement, view.brussels relève et qualifie les fonctions critiques en Région bruxelloise. Une fonction est considérée comme telle si :

- elle regroupe un minimum de 20 offres d'emploi reçues ;
- son taux de satisfaction est inférieur à la moyenne de l'ensemble des offres ;
- sa durée d'ouverture est supérieure à la médiane de l'ensemble des offres.

Une fois que la fonction remplit les trois critères simultanément, elle est reprise dans une liste qui est soumise au service employeur d'Actiris et aux fédérations patronales. Ceux-ci qualifient et commentent les pénuries et ajoutent éventuellement d'autres fonctions qui ne remplissent pas nécessairement les conditions statistiques ci-dessus.

Suivant cette méthodologie, certaines fonctions relevant de la catégorisation des préposés à l'accueil et à l'information sont pointées comme critiques de manière de plus en plus marquée. Parmi celles-ci, la fonction de téléphoniste-secrétaire par exemple est désignée dans la dernière étude de view.brussels comme fonction critique en voie de devenir structurelle et ce, pour des raisons qualitatives (manque de compétences des candidats qui postulent aux postes à pourvoir). Cette fonction est cependant très spécifique et relève davantage des fonctions du secrétariat que de l'accueil. La fonction d'agent d'accueil en tant que telle (catégorie Actiris la plus proche de l'objet d'étude) n'apparaît pas comme critique dans les cinq dernières listes publiées par Actiris (de 2015 à 2019).

Néanmoins, quelques éléments qualitatifs récoltés auprès des conseillers Actiris dans le cadre de l'analyse des fonctions critiques en Région bruxelloise peuvent participer à la compréhension des besoins en matière de compétences dans les fonctions en lien avec l'accueil et la communication au public. Ceux-ci sont formulés de la manière suivante :

« A l'instar des professions où la communication joue un rôle essentiel, les difficultés de recrutement observées sont principalement liées aux aptitudes en communication et à la connaissance des langues qui font défaut chez un certain nombre de candidats. En effet, compte tenu des nombreux contacts avec les visiteurs, les fournisseurs ou les clients, il est

indispensable pour le préposé à l'accueil et à l'information de manier les deux langues nationales de manière fluide, il est même fréquent que le trilinguisme soit exigé des candidats. En outre, il est attendu des candidats au poste qu'ils aient un esprit orienté client, une bonne présentation, tandis que certaines exigences relatives à la voix et à l'intonation sont aussi formulées. Par ailleurs, les aptitudes liées aux tâches administratives et à l'utilisation de logiciels lorsqu'elles sont requises peuvent également faire défaut chez les candidats. »

E. Conclusion sur l'analyse des indicateurs métiers

Pour les d'hôtes/hôtes d'accueil, en raison du manque de visibilité de cette activité dans les bases de données d'Actiris, il est difficile de tirer des conclusions spécifiques sur la demande d'emploi à Bruxelles. Pour cerner la réalité de ces postes, leurs modalités et leurs éventuelles spécificités bruxelloises, le recours à des méthodologies qualitatives est indispensable. C'est ce qui est proposé dans les deux prochains chapitres de ce rapport.

IV. Analyse des sites Internet des agences proposant les services d'hôtes et d'hôtessees d'accueil

Collecte et analyse qualitative

L'approche déployée dans cette partie repose sur l'analyse du discours des agences d'hôtes et d'hôtessees d'accueil. Elle a pour premier objectif de mieux dessiner la fonction et sa particularité par rapport à d'autres fonctions gravitant dans le service d'hospitalité. Le deuxième objectif est de cibler davantage les profils recherchés et la politique mise en place par l'employeur pour recruter et garder son personnel.

Le premier point de cette partie présente la méthodologie et comprend : la démarche choisie, sa pertinence pour le présent dossier d'opportunité ainsi qu'une première présentation du corpus analysé. La suite de cette partie est tournée vers les résultats de l'analyse. Elle aborde, dans l'ordre, la notion d'hospitalité, les fournisseurs de ce type de service, la place de l'hospitalité dans l'ensemble de leur offre, les missions et les tâches d'une hôtesse ou d'un hôte d'accueil, le service offert et sa qualité et, enfin, le recrutement effectué par ces fournisseurs. Etant donné sa longueur, la partie se clôture par un point de synthèse.

A. Point méthodologique : comment, et pourquoi, effectuer une analyse à partir des sites Internet ?

Internet se positionne comme un média important, si pas le média principal, de communication institutionnelle dans nos sociétés contemporaines (Amirou, Pauget et Dammak, 2011). En ce sens, les sites Internet des entreprises représentent une mine d'informations concernant leur offre de biens ou de services. Certaines entreprises mettent également en place, sur ce même site, des stratégies pour attirer de potentiels candidats (Rivard, Gerard, Bataoui et Martin-Lacroix, 2021). Cela passe notamment par la publication d'offres d'emploi à moindre coût (ou dans un moindre délai) et la possibilité, pour l'entreprise, de se présenter comme un employeur de premier choix.

Le secteur de l'événementiel est un secteur très présent sur Internet. Contrairement aux entreprises d'autres secteurs fonctionnant plus facilement par bouche-à-oreille, les entreprises événementielles se sont saisies de l'outil numérique pour maximiser leur visibilité et, plus encore, leur accessibilité. Autrement dit, l'hypothèse est que ces entreprises ne sont pas sur Internet « parce qu'il le faut », mais bien parce qu'elles sont convaincues de l'efficacité de ce média pour communiquer et donc, soutenir leurs activités et leur développement.

Cette hypothèse a été confirmée lors de la phase exploratoire du présent dossier. Celle-ci a démarré à partir des sites Internet des acteurs en lien avec l'événementiel (fédérations patronales, magazines professionnels, etc.). Cette phase a permis de raccrocher la fonction de steward à un service plus spécifique de l'événementiel : « l'hospitalité » et de trouver les

entreprises dédiées à l'hospitalité⁵. Au total, ce sont 21 entreprises proposant ce type de service qui ont pu être identifiées et retenues pour l'analyse.

Les informations reprises sur les sites donnent accès à l'image que les entreprises actives dans l'hospitalité veulent renvoyer d'elles, tant auprès de leurs potentiels clients qu'auprès de leurs potentiels travailleurs. Il est alors possible d'approcher leur offre et leur fonctionnement. Plus précisément, ces entreprises communiquent, de façon plus au moins extensive, sur leur offre de service (et les différentes fonctions qui la composent), les garanties attachées à cette offre, le type de recrutement (profils attendus, contrats, etc.) et leur politique en matière de gestion de personnel.

Ces informations recourent avec les questionnements soulevés par le commanditaire. En outre, l'approche par les sites Internet permet de solliciter un nombre important d'entreprises, ce qui permet de postuler une certaine exhaustivité de la démarche. Il est donc pertinent de retenir l'analyse du contenu des sites Internet des entreprises pour réaliser le présent dossier d'opportunité.

Sur le plan opérationnel, l'analyse des sites Internet a consisté à répertorier, pour chaque entreprise, les thématiques suivantes : les données d'identification, la fonction d'hôtesse/hôte et son intégration dans l'offre globale de l'entreprise, les garanties amenées par l'entreprise concernant le service presté et sa qualité et, enfin, le recrutement. S'en est suivie une analyse transversale, c'est-à-dire par thématique, pour les 21 entreprises.

Le corpus sur lequel se base l'analyse est composé de : Agence C, All Assistance Agency, All4theEU, Challenge-MC, Double You Agency, Elite Event, Etreac Agency, Exception², Fashion Hostess, G4S, Holy Host !, Maison Rouge, Mise en place, Prime impressions, Proteine, Radarwerk, Silver Tie, The Event, The Frontline Company, Tweepuntnul et Xtra Via.

B. Qu'est-ce que l'hospitalité ?

Les entreprises d'hospitalité offrent un service de ressources humaines. Cette offre comprend le recrutement du personnel, sa mise en place (briefing, voire encadrement pendant l'événement et débriefing) et un service administratif en support pour la déclaration du personnel ainsi que la gestion des contrats et des paiements.

« Agence d'hôtesses, spécialisée dans le recrutement et la gestion du personnel professionnel et qualifié » (Elite Event),

« À la recherche d'une hôtesse, d'un steward ? Faites appel à notre service Events. Nous répondrons sans délai à tous vos besoins en Hôtesses ou Stewards pour tous vos événements » (Proteine),

« Leader du marché international du recrutement et du déploiement de personnel dans le secteur de l'hospitalité » (Mise en place),

⁵ À partir de listes ou de guides professionnels reprenant leurs membres par catégorie de service, les entreprises pertinentes se trouvaient dans les rubriques suivantes : « Hospitality », « fournisseur » (catégorie « marketing événementiel », sous-catégorie « hôtesses ») ou « Event Staff » (comportant des catégories telles que « models, hostesses & stewards », « parking boys/valets », « promoboys/girls »).

« (note : mise à disposition de) mille et une facettes de personnalités qui servent votre marque au mieux de ses intérêts » (Exception²).

La particularité de ce service de placement réside dans le secteur visé par l'offre : l'événementiel. L'hospitalité s'y inscrit comme une activité spécifique, liée au type de personnel mis à disposition. Ce personnel comprend un ensemble de fonctions, dont des hôtes et des hôtesse d'accueil, bien sûr, mais aussi des informants, des ambassadeurs, des promoboy et des promogirls, des animateurs, des parkingboy, des valets, voire des chauffeurs et des mannequins.

Les entreprises, en se présentant sur leur site Internet, donnent plusieurs définitions de l'hospitalité. Toutes convergent vers cette notion d'accueil personnalisé.

« L'hospitalité pour nous, ça veut dire créer une valeur supplémentaire pour une approche chaleureuse et honnête » (The Frontline Company),

« Agence d'hôtesse et event staffing avec un service complet pour des événements, des actions promotionnelles et l'accueil » (Agence C),

« Des prestations qui reflèteront au mieux l'image de votre entreprise grâce à des profils sélectionnés avec soin » (Xtra Via).

C. Qui sont les fournisseurs d'un service d'hospitalité ?

Parmi les 21 entreprises d'hospitalité analysées, 14 rendent compte de la taille de leur structure en présentant leur personnel permanent. En général, il s'agit de petites entreprises : 13 d'entre elles rendent ainsi compte d'équipes composées de moins de 10 membres, dont 11, de moins de 5 membres. Seule une emploie 10 personnes ou plus : il s'agit de Maison Rouge, avec 24 personnes. Les fonctions relèvent essentiellement de la gestion de ressources humaines, de l'administration et de la comptabilité. Il est toutefois possible que, parmi les 7 entreprises ne donnant aucune indication à ce sujet, les équipes égalent ou dépassent les 10 personnes. On peut néanmoins affirmer que la tendance n'est pas aux grosses structures.

Dans un même temps, quelques agences donnent une estimation du personnel dont elles disposent pour réaliser leurs missions. Etreac indique 350 conseillers et conseillères, Xtra Via, 200 personnes, Tweepuntnul, 600, et Mise en place, « 800 collègues étudiants ». De son côté, G4S annonce « 200 employés et 500 pigistes ».

Ces deux indications nourrissent l'hypothèse d'un travail sous contrat de type temporaire (intérimaire, étudiants, free-lance, etc.) réalisé par le personnel qui preste sur les événements. L'exception de G4S, avec ces 200 employés annoncés, s'expliquerait par les fonctions plus qualifiées qu'elle propose en matière de recrutement de personnel⁶.

Ces fournisseurs ont soit une localisation unique, soit une à plusieurs antennes supplémentaires. Le cas échéant, l'une de ces antennes se retrouve systématiquement en région bruxelloise.

Ainsi, sur les 21 entreprises, 13 sont présentes en Région Bruxelles-Capitale. Parmi elles, 5 se trouvent exclusivement localisées en région bruxelloise. Les 8 autres entreprises concernées

⁶ Nous aurons l'occasion de creuser ce point sur la qualification plus bas dans cette partie, ainsi que dans la partie suivante, en interrogeant les acteurs institutionnels en lien avec le secteur de l'événementiel et de l'hospitalité.

disposent de plusieurs antennes : 5 ont leur siège dans cette même région et les trois dernières, soit en Flandre, soit en Wallonie. Le tableau ci-dessous reprend ces données.

Nom de l'entreprise	Localisation du siège social	Localisation de la (des) antenne(s) supplémentaire(s)
<i>All4theEU</i>	Bruxelles	-
<i>G4S</i>	Laeken	-
<i>Elite Event</i>	Bruxelles	-
<i>The Event</i>	Watermael-Boisfort	-
<i>Xtra Via</i>	Etterbeek	-
<i>Exception²</i>	Etterbeek	Merelbeke
<i>Proteine</i>	Bruxelles	Gand
<i>Silver Tie</i>	Bruxelles	Gand, Anvers
<i>Agence C</i>	Bruxelles	Gand, Anvers, Bruges, Courtrai, Touraing, Mons
<i>Mise en place</i>	Bruxelles comme antenne principale (siège à l'étranger)	Gand, Anvers, Bruges, Courtrai, Hasselt, Louvain, Mechelen, Liège, Namur
<i>Maison Rouge</i>	Gand	Bruxelles, Anvers
<i>Challenge-MC</i>	Brasschaat (Anvers)	Bruxelles, Berchem
<i>Etreac Agency</i>	Namur	Bruxelles, Grand-Duché du Luxembourg

Tableau 5 : Entreprises d'hospitalité dont l'activité se situe, en tout ou en partie, en région bruxelloise (données SES)

Outre la région bruxelloise, la Flandre offre une belle couverture en matière d'entreprises d'hospitalité. La plupart des entreprises flamandes ne sont d'ailleurs présentes que dans cette région⁷. Gand et Anvers se positionnent comme des villes assez importantes dans la répartition de ces agences. A l'inverse, seule Etreac Agency est tournée vers la Wallonie.

Aucun filtrage géographique n'avait été effectué au moment de cibler les employeurs. L'hypothèse que la zone d'activité dépasse largement la localisation d'une entreprise dédiée à l'hospitalité a d'ailleurs été largement vérifiée. Ainsi, parmi les 13 entreprises explicitant leur zone d'activité, 6 adressent leur offre à la Belgique et à ses pays limitrophes, 4 à l'ensemble de la Belgique, 3 à leur région uniquement (la Flandre) et la dernière est à une échelle internationale renforcée (Pays-Bas, Allemagne, Autriche, Royaume-Uni).

La ou les langues disponibles sur le site de l'entreprise représentent également un critère intéressant pour déterminer de l'ouverture de cette entreprise. Majoritairement, l'offre est accessible en français, néerlandais et anglais. Cela concerne 12 sites sur 21. 7 autres entreprises présentent leur offre uniquement en néerlandais, ce qui correspond à la localisation de leur(s) antenne(s). Enfin, 2 entreprises rendent leur offre accessible en français et en anglais et, la dernière, en français et en néerlandais.

D. Quelle place prend l'hospitalité dans l'offre de ces entreprises ?

Toutes les entreprises recensées ne sont pas nécessairement spécialisées dans le recrutement et la gestion de personnel spécialement dédié à l'hospitalité, même s'il s'agit d'hospitalité au

⁷ Fashion Hostess, Holy Host !, Radarwerk, The Frontline Company, Tweepuntnul, Dubble You Agency, Prime impressions, All Assistance Agency.

sens large (c'est-à-dire qui comprend d'autres fonctions que celle d'hôtesse/hôte). Dans le corpus analysé, on dénombre 6 entreprises de ce type.

Nom de l'entreprise	Présentation sur le site
Double You agency	« Spécialisé dans le recrutement, la mise en place et le suivi des profils spécifiques »
Elite Event	« Agence d'hôtesses, spécialisée dans le recrutement et la gestion du personnel professionnel et qualifié »
Proteine	« À la recherche d'une hôtesse, d'un steward ? Faites appel à notre service Events. Nous répondrons sans délai à tous vos besoins en Hôtesses ou Stewards pour tous vos événements »
Prime Impressions	« Hospitality agency »
All Assistance Agency	« Le bon collaborateur, activé au bon endroit, pour le bon client »
Challenge-MC	« Nous sélectionnons les personnalités adéquates pour représenter votre marque et garantir à vos invités un accueil parfaitement adapté à l'identité de votre entreprise. »

Tableau 6 : entreprises de ressources humaines pour l'événementiel concentrant leur offre sur un service d'hospitalité (données SES)

On relèvera qu'aucune de ces agences ne donne d'indication concernant les personnes à disposition pour réaliser les prestations. A contrario, 5 d'entre elles présentent leur personnel permanent, composé de 2 (Prime Impressions), 3 (Elite Event, Proteine), 5 (Double You agency) et 6 personnes (Challenge-MC).

Les autres entreprises proposent une offre de service plus large, sur deux plans différents. Premièrement, les entreprises peuvent offrir plus de services liés au secteur événementiel. La mise à disposition du personnel pour l'hospitalité n'est alors qu'une partie de leur offre globale. Parmi ces autres services, on relève l'organisation d'événements (All4theUE, The Event) ou la création de contenus audiovisuels (All4theUE). 2 entreprises sur les 21 sont concernées par ce type d'offre.

Deuxièmement, et c'est le cas le plus fréquent, les entreprises se concentrent bien sur la mise à disposition de ressources humaines, mais cette offre dépasse le domaine de l'hospitalité, et parfois même le secteur de l'événementiel. Parmi les 21 entreprises analysées, 13 sont concernées par ce type d'offre.

« Pour libérer de tout problème humain dans l'organisation de votre événement » (Etreac), « People agency qui porte chaque événement à un niveau plus haut » (Tweepuntnul), « Leader du marché international du recrutement et du déploiement de personnel dans le secteur de l'hospitalité » (Mise en place)

On retrouve alors des profils Horeca/catering (serveur, barmaid, métiers en cuisine, etc.), de vente (merchandising, local market, travel retail), de nettoyage (personnel d'entretien de toilette), de logistique et de manutention (stagehands, backstagehelpers, light), de sécurité et autres services exécutifs, d'artistes (arts de la scène, monteur, équipe de production), de maquilleurs et visagistes, d'équipe de coordination (ou de support pour des conférences à distance), voire de outsourcing en général.

La diversité des profils et fonctions proposés n'empêche toutefois pas ces entreprises d'accorder beaucoup d'importance aux hôtes et hôtesse d'accueil. Certaines entreprises, comme Exception², Holy Host, Fashion Hostess, etc., en font même leur service-phare. D'un

autre côté, on observe également que, selon la définition qu'elles donnent à l'hospitalité, certaines entreprises intègrent des fonctions fournissant pourtant d'autres services. C'est notamment le cas de Mise en Place qui concentre surtout son offre sur les serveurs, barmaids et autres métiers de l'Horeca sur événement, malgré le fait qu'elle rattache son offre à de l'hospitalité.

Enfin, relevons que, parmi ces 21 entreprises, plusieurs offrent la mise en place de personnel de l'hospitalité en entreprise, notamment dans le cadre de remplacement, voire de contrats plus longs. C'est notamment le cas de Challenge-MC, Double-You Agency, Exception², Maison Rouge et Silver Tie. Ce sont des « hospitality Officers » qui rempliraient les mêmes fonctions qu'une hôtesse/hôte d'accueil, dans le contexte d'une entreprise.

« On peut aussi lui confier des tâches diverses et variées selon le type de structure où elle est amenée à travailler (tâches administratives, standardiste, secrétariat » (Exception²)

Toutes ces entreprises sont donc actives dans l'événementiel, tout en touchant potentiellement d'autres secteurs comme le commerce et la vente, la logistique, l'administration, etc. Ces liens avec des secteurs autres que l'événementiel dépendent en fait des profils qu'elles proposent. Toutes ont pourtant ce point commun de garantir une gestion complète du personnel qu'elles mettent à disposition.

E. En quoi consiste le travail d'une hôtesse/un hôte d'accueil ?

Les entreprises parlent le plus souvent d'hôtesse et d'hôte, ne précisant pas systématiquement « d'accueil » ou « événementiel ». Parfois, le terme est même utilisé de manière générique, pour désigner tous les métiers liés à l'hospitalité au cours des événements, puis de façon plus spécifique. À l'inverse, le terme « steward » est moins fréquent. Il est également moins fiable pour désigner la fonction qui nous intéresse, car il renvoie tantôt à l'hôte d'accueil, tantôt au parkingboy ou à une personne chargée de la sécurité ou du contrôle d'accès uniquement (support au contrôle, gestion des foules, etc.).

Les hôtesse et hôtes d'accueil dans l'événementiel ont pour double fonction l'accueil et la représentation. Il est en effet peu fréquent que l'offre de l'entreprise se concentre sur une offre d'accueil de type fonctionnel. Les hôtesse sont présentées comme les ambassadrices du client. Leur accueil doit incarner l'entreprise et ses valeurs. Il a pour but de marquer positivement les invités et de les mettre dans de bonnes dispositions pour l'événement.

« Le rôle des hôtesse est primordial car c'est souvent la première personne que le visiteur ou l'invité remarque et son accueil doit valoriser votre image » (Double You Agency)

« La première et dernière impression laissée à vos invités sera toujours en rapport avec l'interaction qu'ils ont eue avec l'hôte ou l'hôtesse d'accueil » (Elite Event)

« Vous attendez de nombreux invités à votre événement ? Nos hôtes et hôtesse les accueilleront avec un grand sourire ! Après tout, c'est la première impression qui compte, n'est-ce pas ? » (Maison Rouge)

« Een vriendelijk ‘Hallo’ en een leuke glimlach. Zodra uw gasten en bezoekers aankomen, voelen ze zich thuis in een aangename setting. Onze hosts en hostessen zorgen voor een stijlvolle ontvangst » (Radarwerk).

Plusieurs entreprises accentuent la qualité de leur service de représentation en proposant un large choix en matière de tenues et accessoires, s’adaptant aux événements organisés et aux attentes du client. Cela s’accompagne parfois même d’un service de maquillage, assuré par des professionnels que l’agence met par ailleurs à disposition des clients pour l’organisation de leurs événements.

Cette fonction de représentation se retrouve dans la plupart des métiers de l’hospitalité. Ainsi, certaines entreprises appuient sur cette dimension pour les autres services qu’ils proposent, comme les vestiaristes, les parkingboy/girl, etc. Cette exigence incombe également aux serveurs et barmaids, ainsi que, dans un autre contexte, aux équipes chargées de la promotion d’un produit ou d’une marque (les « promoteam »). La fonction dans laquelle la mission de représentation se trouve la plus accentuée est celle de mannequin.

Concernant les hôtesse/hôtes, les fonctions d’accueil et de représentation se lient étroitement pour incarner la notion d’hospitalité. Cette association est centrale pour saisir ce qui est attendu d’une hôtesse ou d’un hôte d’accueil, même si elle n’est pas toujours évidente à définir⁸.

« Une hôtesse a tout ce qu’il faut pour donner ce petit plus à votre événement » (Fashion Hostess), « Hôte est un concept large. Le mot a été convoqué pour rendre compte de la fonction qui s’attache aux invités et invitées » (Tweepuntnul)

Les hôtesse et hôtes d’accueil peuvent être présents sur différents types d’événements. D’une part, il y a tout ce qui a trait aux salons, aux foires, aux bourses et aux expositions. D’autre part, il y a les congrès, les conférences et les séminaires. Il y a aussi les défilés, les manifestations sportives, les festivals ainsi que les événements privés (fêtes d’entreprises, etc.). Enfin, pour les agences qui proposent ce type de service, il y a l’accueil permanent pour les entreprises.

La plupart des agences proposant les services d’hôtesse et d’hôte d’accueil dans l’événementiel décrivent, sur leur site Internet, les tâches que leur personnel peut effectuer. Plus précisément, il s’agit de 18 entreprises parmi les 21 analysées. Ces tâches peuvent être regroupées en trois catégories : l’accueil, l’inscription, l’orientation. On relève également une série d’autres tâches, plus spécifiques.

L’accueil est, bien sûr, la tâche principale de l’hôtesse et est relevée par 12 agences sur les 18. Mais, plus qu’accueillir, il faut le faire de la bonne manière, c’est-à-dire : « *de manière chaleureuse* » (Double You Agency), « *avec le sourire et le flair nécessaire* » (Agence C), « *avec amabilité* » (Maison Rouge), avec « *le souci d’un accueil élégant* » (Radarwerk), « *un accueil de grande classe* » (Silver Tie), « *un accueil représentatif et convivial* » (G4S), « *une réception amicale* » (Prime impressions), « *une réception avec style* » (Fashion Hostess).

D’autres tâches peuvent également être prises en charge par l’hôtesse/hôte au moment de l’accueil ou, sur le même lieu. Il y a notamment la tenue d’un vestiaire (ou la location de

⁸ Nous aurons l’occasion d’y revenir dans l’analyse de la qualification attendue et des compétences mobilisées en situation.

casier)⁹, cité par 6 entreprises, l'accueil de VIP, pour 6 entreprises, ainsi que la distribution de sacs, brochures et autres articles promotionnels, pour 4 entreprises.

La deuxième activité importante prise en charge par l'hôtesse d'accueil concerne l'enregistrement des invités ou des participants. Elle est reprise par 11 agences. Il peut s'agir de vérifier une inscription sur une liste, de procéder à une inscription (sur une liste, une tablette ou autre écran), voire de contrôler les accès. Cette activité peut être associée à d'autres tâches comme, pour 4 entreprises, la distribution de badges ou, pour 1 entreprise, la vente de tickets et l'apposition de bracelets¹⁰.

Enfin, la troisième activité qui ressort, pour une majorité de sites (c'est-à-dire 13 parmi les 18 à détailler la fonction) concerne l'orientation et l'information des participants. Il s'agit de pouvoir renseigner les participants et les invités sur l'événement. Elle prolonge, « *avec le sourire* » (Radarwerk), le service d'hospitalité engagé par l'accueil. Certaines entreprises insistent sur son importance à perdurer au-delà du moment de l'accueil, tout au long de l'événement. C'est en ce sens d'ailleurs qu'une partie de ces agences mentionnent un service « *d'encadrement* » (Challenge-MC), de « *point de contact* » (Prime Impressions), de « *facilitateurs de service* » (Elite Events) voire de contrôle d'accès aux différents espaces (All4theUE). Il s'agit d'assurer une présence et de permettre aux participants de se faire renseigner ou aider (« *frontdesk* », Radarwerk, « *maillons forts* », The Frontline Company), tout au long de l'événement.

Les informations à retenir concernent généralement le programme et la localisation des différentes activités qui le composent. Pour certaines entreprises, elles sont explicitement limitées car c'est une autre fonction qui est chargée de délivrer une information plus importante : celle de « l'informant » (ou « informateur »). L'informant, actif notamment sur des salons et des expositions (salon de l'auto, etc.), sert de lien entre les hôtes et les hôtesse, axés sur l'hospitalité, et les vendeurs et vendeuses, présents pour donner les informations plus pointues et finaliser les ventes. Double you Agency et Challenge-MC sont deux agences qui proposent, en plus d'hôtes et d'hôtesse d'accueil, des informants, « *formés pour répondre aux questions de fond* ».

À côté de ces 3 activités principales, on retrouve 2 autres séries de tâches, davantage liées au type d'événement à réaliser.

- **Entretien d'un stand** : rattachée aux foires et aux salons, cette activité regroupe un ensemble de tâches qui peut varier d'une agence à l'autre. La plupart des 6 agences le mentionnant se limite à indiquer un « entretien », et éventuellement, son montage et démontage. Parmi tous les sites analysés, c'est celui de The Frontline Company qui propose la description la plus complète : « *accueil sur le stand, offre de rafraîchissement, redirection des invités vers la personne adéquate de votre entreprise, donner les informations de bases indispensables comprises dans votre offre, enregistrer les données de contact des visiteurs, garder le stand propre et rangé* »

⁹ Tout reste fonction de l'offre globale de l'agence. Par exemple, concernant la tâche de la tenue d'un vestiaire, elle échoie, pour les agences qui le proposent, au vestiariste, et non à l'hôtesse/hôte.

¹⁰ Idem que la précédente note de bas de page, concernant ici le service, ou non, d'une billetterie ou d'agents contrôlant l'accès à l'événement.

- **Soutien aux conférences** : rattachée, de fait, aux congrès, conférences et séminaires, cette activité est présentée par 3 agences seulement. C'est All4theEU qui la détaille le plus, indiquant l'aide aux speakers, le passage de micro, la gestion des présentations PowerPoint et la remise de prix.

Enfin, plusieurs agences, soulignant la polyvalence de l'ensemble des fonctions comprises dans leur offre (présentation, devis, etc.), la rappelle spécifiquement pour chacune de ces fonctions (Double You Agency). Il s'agit d'une polyvalence, d'une « multifonctionnalité » plus générale. D'autres entreprises ajoutent des tâches supplémentaires possibles, propres aux hôtes et hôtesses, comme par exemple : l'interprétariat ou l'animation (Exception²), la gestion des parkings (Elite Events et G4S, aucun d'eux ne proposant la fonction de parkingboy dans leur offre), la conciergerie (Elite Events), etc.

F. Quelle est la qualité du service offert et quelles sont ces garanties ?

Sur leur site, les entreprises présentent plusieurs informations concernant l'offre de prestations, sa qualité et les actions mises en place pour atteindre cela. Ces informations participent à mettre leur offre en valeur, notamment par rapport à celle de leurs concurrents. En outre, elles font office de garantie à l'égard des clients potentiels concernant le service et sa qualité. Comme nous le développerons ci-dessous, il s'avère que ces mêmes informations se rapportent essentiellement au personnel. Dès lors, elles peuvent aider à cerner les profils attendus pour la réalisation des événements, tout en distinguant les qualités que les candidats et les candidates doivent déjà avoir au moment de postuler de ce que l'agence s'engage à leur apporter par la suite.

La plupart des agences ajoutent, à la présentation de leur offre, une description de la qualité du service auxquels les clients peuvent s'attendre pour l'hospitalité de leurs événements. Il s'agit de 16 agences parmi les 21. Les autres agences se concentrent sur d'autres aspects comme leur service de ressources humaines, leur processus de recrutement, etc.

Les descriptions concernant la qualité du service reprennent systématiquement les compétences du personnel chargé de l'accueil. La richesse des descriptions pour parler des prestations du personnel peut fortement varier parmi ces 16 agences, allant de moins de 5 à plus de 15 qualificatifs. Le tableau ci-dessous reprend les groupes de qualités les plus cités.

Groupe de qualités	Nombre d'agences y faisant référence (N=16)
Motivation et enthousiasme	9
Sourire (et/ou « salut accueillant », etc.)	6
Accueil et hospitalité (et/ou « conviviales », « cordiales », « faire en sorte que les gens se sentent accueillis », « chaleureuse hospitalité », « faire attention aux invités », etc.)	6
Professionalité et compétence (et/ou « réel savoir-faire », « savoir-faire irréprochable », « connaître son travail et le gérer », « opérationnel », etc.)	6
Proactivité et dynamisme	6
Flexibilité et polyvalence (et/ou « résistant au stress », « disponibilité », « multifonctionnel », etc.)	5

Collaboration (et/ou « capacité à établir et à maintenir des relations de travail efficaces », « bon esprit d'équipe », etc.)	4
Autres groupes de qualités : communication (3), créativité et intelligence, attitude (2), courtoisie (1), patient, ponctuel, serviable, jeune.	<4

Tableau 7 : Groupes de qualités du personnel chargé de l'accueil, garanties pour les prestations (données SES)

On constate que les savoir être se taillent la plus belle part dans les descriptions. Il est d'ailleurs possible de les lier à la shopping liste des savoir faire comportementaux¹¹ d'usage à Bruxelles Formation. Il s'agit de la motivation (pour 9 agences), la présentation (à partir du « sourire », demandé par 6 agences), l'initiative (à partir de la proactivité et du dynamisme, 6 agences), la faculté d'adaptation (flexibilité et polyvalence, 5 agences) et l'esprit d'équipe (collaboration, 5 agences).

D'autres groupes de qualités reprennent des compétences techniques, soit des compétences liées à l'exercice-même du métier. Il s'agit de l'accueil et l'hospitalité d'une part (pour 6 entreprises), et la professionnalité, d'autre part (pour 6 entreprises). Les qualités du groupe concernant l'accueil et l'hospitalité, c'est-à-dire la convivialité, la cordialité, l'attention aux autres, etc. sont en fait des termes proches de compétences sociales plus transversales¹². Plus précisément, elles touchent au fait de véhiculer une image positive de l'entreprise et à l'entretien d'un climat de travail positif et serein. Le groupe de qualités renvoyant à la professionnalité mentionne, quant à lui, le savoir-faire et la compétence. Cependant, il ne les explicite à aucun moment. Le savoir faire revendiqué touchant à l'hospitalité, la professionnalité pourrait éventuellement être rattachée aux compétences sociales transversales liées l'accueil et à l'hospitalité (image positive et climat de travail). Ainsi, même les compétences qui relèveraient a priori du volet technique tendent également vers les savoir faire comportementaux.

Par ailleurs, l'expérience et la formation sont des éléments assez peu cités pour souligner la qualité des prestations offertes. Elles ne sont reprises que par 3 agences. Il en est de même pour les connaissances en langues : seules 3 agences annoncent un personnel multilingue.

Pour réaliser des prestations de qualité, les sites des agences mettent en évidence deux éléments : le profil requis pour le recrutement des candidats d'une part et, d'autre part, les actions mises en place par ces agences dans le but de préparer leurs hôtesse et hôtes d'accueil à délivrer une prestation de qualité.

Le profil requis pour le recrutement n'est abordé que par 11 entreprises sur les 21. Cette information est donc moins souvent reprise que la description du service fourni par les hôtesse et hôtes lors de leur prestation. La répartition des groupes de qualités est donnée dans le tableau suivant :

Groupe de qualités	Nombre d'agences y faisant référence (N=11)
--------------------	--

¹¹ Shopping List SFC, « Développer les compétences clés en formation professionnelle : Outils pédagogiques Clés – les Savoir Faire Comportementaux pour l'inclusion dans l'emploi (OPC-SFC), document fourni par le Service Développement des Produits, de Bruxelles Formation.

¹² « Cadre de référence, compétences transversales », brochure de Bruxelles Formation, Division Études et Développement, 2013.

Sourire et bonne présentation (et/ou « toujours de bonne humeur », « sourire fantastique », « attitude élégante », « apprécie bien s’habiller », « tu ne sors jamais sans être tiré à 4 épingles », « apparence soignée et jolie », etc.)	10
Sens relationnel (et/ou « aiment le contact avec les autres », « approche spontanée », « sociable », « aime mettre à l’aise », « contact facile », « ouverte », « donner confiance », « être à l’écoute », « accessible », etc.)	9
Communication (et/ou « excellente communication », « aimer informer les clients », « bon sens de la communication », « tu sais qui sont tes clients et ce qui intéresse tes invités », etc.)	5
Motivation et enthousiasme (et/ou « envie », « gai et optimiste », « positif », « attitude positive », etc.)	5
Professionalité et responsabilité (et/ou « être professionnel », « sens des responsabilités », « respect des accords », « bonne éthique de travail », etc.)	5
Proactivité et dynamisme (et/ou « assertif », « réactif », « envie de travailler et de se retoucher les manches », « tu demandes souvent ce que tu peux faire d’autre pour que l’événement soit un succès », etc.)	4
Attitude et éducation (et/ou « excellente éducation », « poli », « patient », « correct », « comportement obligeant », etc.)	4
Serviabilité (et/ou « être heureuse d’aider les gens », etc.)	4
Autres groupes de qualités : organisation	<4

Tableau 8 : Groupes de qualités du personnel chargé de l’accueil, profil recherché auprès des candidats (données SES)

Parmi ces groupes de qualités, les savoir faire comportementaux prennent à nouveau une place importante. La présentation (sourire et bonne présentation, pour 10 agences) apparaît comme primordiale. La communication prend plus d’importance que pour décrire la qualité des services offerts présentés ci-avant. À l’inverse, la motivation et l’enthousiasme (pour 5 agences plutôt que 9) ainsi que la proactivité et le dynamisme (pour 4 agences plutôt que 6) sont moins souvent repris.

Par ailleurs, plusieurs groupes de qualités apparaissent pour décrire le profil recherché par les agences.

Un premier groupe de qualités concerne le sens relationnel. Le ou la candidate doivent « aimer le contact avec les autres », « avoir le contact facile », « aimer mettre à l’aise », etc. Si on fait le lien avec la description de prestations de qualité, le sens relationnel pourrait se concevoir comme une base pour travailler les compétences sociales transversales, essentielles dans l’exercice du métier (valoriser l’image, entretenir un climat positif et serein, etc.). En ce sens, d’ailleurs, on observe que les compétences plus techniques, liées à l’accueil, l’hospitalité et la professionnalité sont relativement moins reprises pour dessiner le profil recherché que pour décrire le type de prestation délivrée. Enfin, la professionnalité n’est plus reprise dans le sens de la compétence, mais plutôt dans celui de la responsabilité et de la fiabilité.

Le deuxième groupe de qualités à faire son apparition est celui de l’attitude et l’éducation. Il appuie et renforce le savoir faire comportemental de la présentation : il ne s’agit pas seulement de bien présenter, il faut aussi bien se comporter, avec politesse et obligeance. En outre, la référence à la « bonne éducation » (All4theUE), suggère l’idée de savoir faire intégrés, allant de soi, que les travailleurs déploieraient naturellement. Ainsi que l’exprime d’ailleurs une

autre agence (All Assistance Agency), tant l'apparence que la personnalité doivent être « adéquates ».

L'importance accordée aux savoir faire comportementaux est assez bien reprise dans les deux extraits suivant, présentés en fin de description des profils recherchés :

« Tout le monde peut être sympa, enthousiaste et de bonne humeur. La plupart des gens sont positifs. Autrement dit, notre travail peut paraître facile. Cependant, il peut s'avérer difficile de faire ça sur commande et à chaque fois, encore et encore, et encore ! Cela peut être compliqué » (The Frontline Company)

« Nous ouvrons nos portes à tous les talents arborant un Big Smile jusqu'aux oreilles. Des personnes prêtes à se donner à 100% et bourrées d'énergie positive, capables de collaborer efficacement pour offrir le meilleur service. Des maîtres(ses) zen qui gardent la tête froide quoi qu'il advienne. » (Maison Rouge)

L'expérience n'est absolument pas requise à l'engagement. En effet, seules deux agences mentionnent le fait d'avoir de l'expérience, de manière générale. Cependant, chacune d'elles nuance cela par les actions qu'elles mettent en place pour leur personnel, soit de la formation et du coaching spécifique (Challenge-MC), soit un encadrement sur place (All Assistance Agency). A contrario, plusieurs agences spécifient que l'expérience n'est pas requise. Un diplôme, quel qu'il soit, n'est demandé que par une seule agence (All4theUE) qui semble plutôt l'utiliser comme un synonyme de la « bonne éducation », telle que mentionnée plus haut.

Le recrutement des candidats est donc un outil important que les entreprises utilisent pour garantir une prestation de qualité. Leur deuxième outil reprend toutes les actions qu'elles mettent en place dans le but de préparer leurs nouveaux travailleurs. Ce sont notamment ces actions qui permettent de ne pas exiger de personnel expérimenté.

On distingue plusieurs types d'action, dont deux principales : la sélection et la formation. Seules 3 agences n'indiquent aucune action les concernant (G4S, Holy Host ! et Fashion Hostess). Soulignons que ces 3 agences donnent peu d'information de manière générale sur leurs services et sur les profils recherchés, préférant une communication plus concise ou un livre d'or des clients satisfaits.

Parmi les autres agences, 7 concentrent leur action sur une sélection rigoureuse, effectuée avec le plus grand soin. Certains sites distinguent deux temps de sélection : une première sélection des profils pour intégrer la réserve de travailleurs, puis une deuxième, spécifique à l'événement commandé par le client.

« Tous nos profils ont été soigneusement sélectionnés pour répondre au mieux à vos exigences » (Double You Agency)

« Sélection rigoureuse, en fonction de vos critères propres » (Exception²)

Les sites des 11 dernières agences renseignent également de la sélection. Il apparaît en effet indispensable de s'entendre avec le client pour comprendre ses besoins et satisfaire ses attentes. Elles ajoutent cependant une action de formation de leurs nouvelles recrues. Celle-ci est généralement partie intégrante du processus de recrutement.

Les formations sont dispensées soit en interne, soit avec un partenaire. Elles sont généralement peu développées sur les sites. La seule mention de l'existence d'une formation

pourrait apparaître comme une garantie de qualité. C'est le cas d'agences comme Xtra Via, Challenge-MC, Maison Rouge, Agence C, etc. À titre d'exemple, voici quelques extraits, présentant sommairement la formation fournie :

« Nous veillons à ce que nos employés arrivent bien préparés chez vous » (Maison Rouge)

« Nous portons une grande attention à la qualité du service qu'elles peuvent vous offrir. Elles sont notamment votre carte de visite, mais aussi la nôtre » (Agence C)

Certaines agences s'avancent davantage, annonçant des formations « sur mesure » (Silver Tie), préparant au métier et à ses exigences ou, plus spécifiquement, aux événements. Par exemple, Etreac annonce une formation consacrée au métier ainsi qu'au développement des compétences spécifiques pour les clients, Double you Agency, une formation dédiée à la conscientisation au rôle et aux comportements à adopter et Elite Events, une formation préparant leurs travailleurs aux événements qui suivront. Enfin, The Event propose une formation, pour permettre à chacun d'entrer dans son rôle et pour créer une synergie de groupe. Cette action semble cependant s'adresser davantage aux métiers de la salle, également repris dans son offre.

Certaines formations ne sont pas présentées (ou pas uniquement) aux potentiels clients, mais (aussi) aux candidats. Il s'agit alors de les mettre en confiance sur leur capacité à endosser ce rôle. Dans ce cas, ces formations sont présentées comme un réel avantage que l'agence offre à ses travailleurs.

« Tu rayonneras de confiance en toi en te rendant à ton premier poste » (Maison Rouge), « Nous te conduisons de A à Z et t'apprenons toutes les ficelles en la matière. En échange, nous attendons de toi une motivation et un enthousiasme sans fin » (Prime impressions)

En outre, plusieurs formations sont davantage axées sur le développement personnel. Par exemple, Mise en place propose un package complet de formation pour évoluer dans la fonction (hospitality, entrepreneurship, leardship, personal tools), ainsi qu'un autre, orienté sur le développement personnel (au moyen de week-end expérientiels notamment).

En plus des formations et de la sélection, les agences indiquent plusieurs autres actions qui garantissent la qualité de leur prestation. Il y a notamment le briefing de préparation¹³, l'encadrement ou le coaching lors de la prestation ainsi que le débriefing et l'évaluation. Par ailleurs, l'encadrement sur l'événement peut être effectué par un employé des ressources humaines mais aussi par une hôtesse (ou un hôte) plus expérimentée. Cette expérience peut d'ailleurs être reconnue et validée par un titre tel que « chef d'équipe » (All Assistance Agency), « team leader » (The Event, Maison Rouge), « team coach » (Radarwerk).

Enfin, notons l'existence de services « bonus » offerts par certaines agences, parachevant la mise en valeur les prestations offertes. Ainsi, au moins 6 entreprises consacrent une rubrique de leur site Internet à la présentation des tenues qu'ils mettent à disposition. 2 d'entre elles proposent également une prise en charge de la coiffure et/ou du maquillage de leurs travailleurs.

¹³ Notons cependant qu'il se peut que la formation soit, chez certaines de ces entreprises, une appellation donnée à ce que d'autres appellent plus communément le briefing qui précède chaque prestation.

G. Comment les agences recrutent-elles leur personnel d'accueil ?

Cette question traite en fait de deux thématiques : le processus de recrutement et la politique en matière de recrutement et, plus globalement, en matière de gestion des ressources humaines.

1. Par quel processus de recrutement ?

Dans le point précédent, nous avons vu que la quasi-totalité des entreprises présentent une action de sélection de leurs travailleurs, ce qui garantit, entre autre, la qualité de leurs prestations. Ce point-ci creuse le processus de recrutement, en analysant les différentes étapes de ce processus. En complément, nous proposons de nous appuyer sur un article scientifique. Il s'agit d'une étude sur la fonction d'hôtesse d'accueil, dans l'événementiel et en entreprise, réalisée la sociologue Gabrielle Schütz (2006). Cette enquête est basée sur des entretiens semi-directifs, effectués auprès d'hôtesse et de personnes travaillant au siège, pour 3 agences. En outre, elle suit l'ensemble du processus de recrutement, et interroge spécifiquement les professionnels à ce propos. Nous proposons de nous appuyer sur son analyse pour éclairer les critères de recrutement qui semble opérer dans le cadre de son étude. On gardera cependant à l'esprit qu'il peut y avoir des différences entre les processus observés et donc, des limites en matière de transposition des constats.

La plupart des agences publient leurs offres d'emploi directement sur leur site Internet. Sur les 21 entreprises, seule Silver Tie publie ses offres sur les sites généralistes et une autre, Holy Host !, ne donne aucune information sur la manière dont elle recrute son personnel. Pour les 19 autres agences, les offres sont généralistes. Cela signifie qu'elles ne sont pas attachées à un événement en particulier, mais bien à la fonction d'hôtesse/hôte, au côté d'offres pour d'autres fonctions, selon les services proposés par l'entreprise (steward, parking boy, promoteam, etc.)¹⁴. Seule une agence sur les 19 (Silver Tie) échappe à la règle des offres principalement généralistes publiées sur le site Internet, car elle diffuse sur le sien des offres plus spécifiques à un lieu ou un type d'événement.

Cela laisse penser que le recrutement des hôtes et hôtesse se fait de façon continue. D'autant que le contenu des sites bouge généralement très peu dans le temps. Les offres des sites ne sont par exemple pas datées, à l'inverse d'autres contenus, publiés sur les réseaux sociaux. Ces médias semblent intervenir en complément, pour des offres liées à des événements ponctuels ou pour des campagnes de recrutement plus large.

Le recrutement en continu est d'ailleurs une pratique explicite pour certaines entreprises.

« Sur base de critères sévères, nous sélectionnons quelques candidatures parmi les dizaines de demandes d'inscription que nous recevons quotidiennement » (Double you agency)

« We zijn altijd opzoek naar studenten, freelancers, senior teamcoaches en stagiaires! Verras ons met een spontane sollicitatie als je denkt dat jij goed bij het bedrijf past » (Radarwerk)

¹⁴ Les publications ponctuelles pour compléter leurs équipes n'ont été observées qu'à 2 reprises, l'une par Radarwerk, pour une annonce pour des teamcoachs, en janvier 2022, l'autre par Double you agency, via un onglet dédié au salon de l'auto.

Les offres d'emploi sont accessibles depuis les sites Internet par différents chemins : accroche depuis la page d'accueil, rubrique/interface exclusivement dédiée aux candidatures, lien pour soumettre sa candidature à partir des pages présentant les fonctions, l'équipe (« join the team ») ou consacrées à la prise de contact (« travailler pour nous »). Plusieurs sites cumulent d'ailleurs les liens qui renvoient à la procédure pour soumettre sa candidature.

De manière générale, la procédure pour soumettre sa candidature est très accessible, bien que certains sites requièrent au préalable une inscription pour accéder à l'interface pour le recrutement.

La première étape du recrutement consiste, pour le candidat, à entrer en contact avec l'agence et à soumettre son profil. La prise de contact se fait soit par mail, soit au moyen d'un formulaire soumis par l'agence.

Le formulaire est une pratique plutôt courante parmi les agences proposant des services d'hospitalité. Ainsi, parmi les 21 agences, elles sont 13 à y recourir. Dans son article, Schütz (2006) constate également ce recours fréquent au formulaire. Outre les données administratives d'usage (coordonnées, informations civiles et données bancaires), on y retrouve généralement une quantité relativement importante d'informations complémentaires. Le tableau ci-dessous les reprend :

Informations collectées dans le formulaire	Nombre d'agences y faisant référence (N=13)
Voiture et permis	12
Attributs physiques <i>Dont taille de vêtements/pointure (9), taille (7), couleur/longueur des cheveux (7), tatoo/piercing visible (5), couleur des yeux (2), poids (1), tour de poitrine/taille/hanche (1)</i>	11
Photos	11
Connaissances en langues	11
Expérience professionnelle <i>Dont celle spécifiquement demandée en lien avec le métier</i>	10 (6)
Disponibilité	6
Motivation (dont lettre de motivation)	6
Parcours scolaire	5
CV	5
Précision du poste souhaité	4
Autres : présentation personnelle (3), connaissance de l'employeur (2), fumeur.se (2), commentaire libre (1), compétences en informatique (1)	<4

Tableau 9 : informations collectées par le formulaire permettant au candidat de postuler comme hôtesse/hôte d'accueil dans l'événementiel (données SES)

D'emblée, 2 types d'informations se dégagent : celles que l'on retrouve dans un CV classique, quel que soit le poste pour lequel on postule, et d'autres qui sont, elles, beaucoup moins fréquentes.

Le permis de conduire et la possession d'un véhicule (pour 12 agences) ainsi que les connaissances en langues (pour 11 agences) sont les deux informations « classiques » le plus

souvent demandées. Elles sont suivies de l'expérience professionnelle (pour 10 agences), du parcours scolaire (pour 6 agences) et du CV (pour 5 agences).

Les candidats sont invités à évaluer eux-mêmes leur niveau de langue, sur une échelle de 1 à 5 ou plus qualitative (allant de « niveau de base » à « très bon »). Les langues les plus souvent citées sont le français, le néerlandais, l'anglais, l'espagnol, l'italien et l'allemand (parfois sans l'italien et/ou sans l'espagnol). Un champ « autres langues » est aussi très souvent proposé. L'expérience professionnelle, citée par 10 agences, ne se concentre qu'à 6 reprises sur l'activité d'hospitalité. Les agences demandent des informations concernant le parcours scolaire (niveau d'études, orientation, date d'achèvement/date planifiée, établissement), sans qu'il y ait de lien à spécifier avec la fonction. Enfin, le CV peut être demandé. En fonction des informations déjà demandées ou non dans le questionnaire, il fait office de synthèse, soit de complément.

Parmi les éléments moins fréquemment demandés dans les procédures de recrutement, figurent les attributs physiques des candidats et les photos (pour 11 agences) ainsi que la motivation et la disponibilité (pour 6 agences).

Notons tout d'abord que la motivation est à indiquer dans un champ ouvert. La disponibilité, par contre, s'inscrit dans des champs précis, préétablis par les agences : semaine journée/semaine soirée/week-end, jours de la semaine par tranche horaire ou pas, semaine-type.

Mais l'élément le plus inhabituel en matière de recrutement et qui concerne la quasi-totalité des agences soumettant un formulaire de contact sont les caractéristiques physiques. Ces caractéristiques portent directement sur le physique ou, indirectement, lorsque sont demandées la taille des vêtements et la pointure des chaussures. Les agences n'expliquent pas en quoi ces informations sont nécessaires pour le poste.

Les photos sont également fort plébiscitées par les recruteurs. Ceux-ci spécifient généralement leurs attentes concernant le nombre de photos, entre 3 et 4, et le type de photos qu'ils attendent :

« N'oubliez pas que l'impression que vous donnez doit être professionnelle » (Double you agency), « une du visage et deux de plain-pied » (Prime impressions), « sourire, sans filtre, avec au moins une où on vous voit complètement » (Holy host !), « des photos récentes » (The Frontline Company)

Hormis les 13 agences qui invitent la candidate ou le candidat à prendre contact via le remplissage d'un formulaire, 4 autres proposent aux candidats de les contacter par mail, en leur envoyant leur CV et/ou une lettre de motivation. Une dernière demande à la personne intéressée de visionner un film explicatif sur le fonctionnement de l'entreprise, de répondre à plusieurs questions puis d'envoyer une vidéo d'elle dans laquelle elle se met en scène et se présente. Ainsi, pour toutes les agences qui explicitent leur recrutement, la candidate ou le candidat doit systématiquement fournir un ou plusieurs documents. En aucun cas, la prise de contact seule ne suffit.

Considérant l'ensemble des manières de prendre contact, on constate que les photos sont une information d'autant plus importante qu'elles sont également demandées par certaines agences à contacter par mail. Au total, les photos sont à envoyer à minimum 13 entreprises

parmi les 20 qui recrutent directement à partir de leur site Internet (en comptant celle qui demande une vidéo).

Une première sélection s'effectuerait sur base des documents envoyés, qu'il s'agisse de formulaire, de photos, de CV ou de lettre de motivation. Ce sont alors les agences qui recontactent les candidats.

« Si votre candidature est retenue, vous serez invité au casting » (Agence C), « Ton profil a attiré notre attention, nous sommes impatients de te connaître ! » (Maison Rouge)

Quel que soit le mode de prise de contact, les critères de sélection ne sont pas présentés pour cette étape. On ne sait donc pas déterminer avec certitude ce que les agences retiendront comme informations pertinentes. De son côté, et sur base de son analyse de terrain, Schütz indique l'importance toute relative que revêt le formulaire en matière de sélection :

« Si la somme des renseignements demandés contraste avec les annonces, ou aucune compétence ou qualification n'est requise, les exigences formelles sont en réalité peu élevées (...). L'évaluation technique des candidates se résume donc plus à la capacité de remplir correctement les fiches de renseignements et à fournir un CV qu'à leur contenu : elle n'est ni décisive ni éliminatoire. » (Schütz, 2006, p.140)

Plus loin, l'auteure complète ce point par le fait que l'agence peut exploiter ces informations pour mieux attribuer les missions spécifiques. Les informations plus précises évoquées par Schütz sont le niveau de scolarité, l'expérience dans le domaine commercial ou les connaissances informatiques. Notre analyse nous permet de considérer que cela peut également être le cas pour les caractéristiques physiques des hôtesse. Par exemple, Tweepuntnul explique que les photos demandées seront proposées aux clients pour constituer les équipes ad-hoc sur événements.

En plus des 2 agences qui n'indiquent rien en matière de recrutement, plusieurs autres ne décrivent pas leur processus au-delà de la première étape de prise de contact. Plus précisément, il s'agit de 6 entreprises à contacter par formulaire, et de 1, par mail.

Systématiquement, pour les agences qui le mentionnent, l'étape suivante consiste en une rencontre entre le candidat et l'employeur. La plupart du temps, cette rencontre est prévue en face-à-face, mais certains n'excluent pas de la faire en ligne. Comme nous l'avons relevé plus haut, aucune rencontre ne se fait sans disposer au préalable d'un ou plusieurs documents fournissant des renseignements sur le candidat.

L'entretien est cette occasion de « savoir ce que tu aimes faire et ce en quoi tu es bon » (The Frontline Company), « une prise de connaissance, pour cerner les points forts et les points moins forts » (Tweepuntnul).

Certaines entreprises indiquent les éléments qui seront testés au cours de l'entretien, sans pour autant spécifier comment ils sont appréciés et s'ils jouent plutôt pour sélectionner ou pour mieux cibler le profil de chaque candidat pour permettre les meilleures affectations, en fonction des missions. Par exemple, Elite Events annonce tester les connaissances en langues étrangères, les compétences informatiques et l'expérience dans l'événementiel. Silver Tie ajoute à ces éléments les compétences professionnelles. De son côté, Double You Agency annonce que les entretiens sont dirigés par des collaboratrices trilingues. Bref, il n'est pas nécessairement question de sélection. Pour beaucoup d'ailleurs, le processus amène logiquement à l'emploi, en passant ou non par la case formation, offerte par l'employeur :

« Tu nous contactes – on se rencontre – on te forme – tu bosses » (Xtra Via)

Seules deux agences explicitent une sélection sur base de critères spécifiques : de savoir faire comportementaux, voire attitudeux : Agence C (sympathie, bonne image, fiabilité, engagement, etc.) et Silver Tie (honnêteté, ponctualité, hospitalité et enthousiasme).

Dans l'étude de Schütz (2006), la rencontre est soit un casting, organisé de façon collective, soit un entretien en face-à-face. Selon l'auteure, le recrutement se base avant tout sur une évaluation sociale de la personne. Cette évaluation inclue des critères esthétiques de l'hôtesse postulante, *« formalisée par des critères de taille explicites et des critères de ligne implicites »* (p.140). Une autre étude, qui analyse les procédures de recrutement pour des hôtesse d'accueil pour la chaîne Décathlon, indique que les recruteurs recourent à une analyse à distance des apparences physiques (photographie, expériences antérieures), *« considérées comme des repères-indices que la deuxième phase de sélection viendra valider »* (p.6).

Sans pouvoir affirmer qu'il s'agit bel et bien d'un critère de sélection, ces caractéristiques jouent, dans la présente étude, pour au moins 13 agences, c'est-à-dire celles qui demandent cette information dans leur formulaire ou qui demandent plusieurs photos, dont généralement une de plain-pied. À titre de contre-exemple, on soulignera la présentation des profils recherchés de Tweepuntnul. De façon très explicite, l'agence affirme casser les clichés et soutenir une ligne de recrutement qui lui est propre :

« Crush des clichés – Denk je dat je omdat je geen model bent, je niet in aanmerking zou komen om host of hostess te zijn? Think again! Een verzorgd voorkomen hebben is cruciaal, maar bij Tweepuntnul gaan we je niet beoordelen op jouw breedte, lengte of symmetrie! Denk je dat wij enkel vrouwen aan het werk zetten? No god, please no! Bespaar ons de drama! Wij houden van een goed balans in het leven. Dus, jobs voor iedereen! Denk je dat je te oud bent om host of hostess te kunnen zijn? Zolang jouw lachspieren nog optimaal functioneren ben je van harte welkom in ons team. »
(Tweepuntnul)

À côté des critères esthétiques, interviennent, on l'a vu, des critères liés aux comportements et aux attitudes, soumis à l'évaluation sociale, avec des critères qui sont beaucoup plus difficiles à déterminer. Pour Schütz, la sélection relève alors d'une appréciation morale. Les recruteurs seront attentifs à la façon de se tenir, de prendre soin de sa personne, de se présenter, le tout avec sérieux et affabilité. Ainsi qu'elle le résume : *« Il s'agit au moins autant de retenir les personnes 'bien éduquées' que plaisantes à l'œil »* (p.140). Ce qui lui permet d'affirmer que l'évaluation esthétique est indissociable d'une évaluation morale et donc, de manière implicite, sociale.

2. Par quelle gestion du personnel ?

La politique de recrutement mise en place par l'employeur peut s'étudier à partir d'une série d'informations publiées sur son site Internet. Il s'agit du public que l'entreprise souhaite toucher, des arguments et avantages mis en avant ainsi que la place donnée aux candidats et/ou au personnel.

Un article scientifique, rédigé par Rivard, Gerard, Bataoui et Martin-Lacroux (2021), analyse les pratiques des PME en matière de site Internet comme levier d'attractivité des candidats. Il identifie plusieurs facteurs d'attractivité tels que la présence d'information sur la culture de

l'entreprise, les opportunités et la rémunération liées au poste, ainsi que la facilité d'utilisation du site Internet. Ainsi, les entreprises ont tout intérêt à porter une attention sur leur attractivité aussi bien envers leurs potentiels clients, qu'envers leurs potentiels travailleurs. Cela est d'autant plus important pour celles qui, comme les agences proposant un service d'hospitalité, ont déjà une visibilité sur Internet très importante.

Sur leur site Internet, la plupart des agences donnent des indications concernant le public qu'elles visent en matière de recrutement. Il s'agit notamment d'informations sur le type de contrat et de revenu liés à l'activité d'hôte/hôtesse dans l'événementiel ainsi que sur la catégorie d'âge à laquelle s'adresse le recruteur.

Sur les 21 entreprises analysées, aucune ne fait mention d'exercer le métier d'hôtesse d'accueil dans l'événementiel à temps plein. A l'inverse, 8 agences mentionnent, de façon plus ou moins directe, une activité qui se fait en extra, et offrant un revenu complémentaire. Silver Tie, par exemple, classe toutes ses offres pour des hôtesse dans la catégorie « régime de travail flexi-job/job étudiant ». Mise en place oriente expressément son recrutement sur les « flexi-job/studentjob ». Challenge MC et Xtra Via vantent la flexibilité de cette activité, qui peut se combiner « même avec un job à temps plein ». Les 4 dernières agences mentionnent la possibilité de gagner « an additional income » (Proteine), « un revenu complémentaire » (G4S), « un chouette revenu complémentaire » (All Assistance Agency) ou « un revenu d'appoint » (Frontline company).

Les entreprises sont encore plus nombreuses à orienter leur discours vers un public jeune voire, de préférence, étudiant ou jeune diplômé. Elles sont 13 dans le cas. Pour certaines d'entre elles, cela figure dans le recrutement, notamment dans le profil présenté. Pour d'autres, cette information transparait dans la tournure du formulaire, notamment quand le candidat est invité à indiquer l'adresse de son kot. D'autres encore, comme Exception² et All4theUE, présentent même ce critère au potentiel client, comme garantie de la qualité de leur service :

« Notre département VIP vous propose ses services pour tous vos événements, pour toutes vos actions nécessitant du personnel jeune, dynamique et enthousiaste » (Exception²), « Our wide network consists of students and recent university graduates selected carefully » (All4theEU)

A contrario, 2 agences indiquent s'adresser à tous les âges. C'est notamment le cas d'Xtra Via, qui annonce au candidat qu'il peut prêter les heures qu'il souhaite, « peu importe (son) âge », et de Tweepuntnul, qui estime que, tant que le sourire est au rendez-vous, personne n'est trop vieux pour exercer cette activité.

Ainsi le profil étudiant semble être une caractéristique constitutive de l'activité d'hôtesse dans l'événementiel. Cependant, il est difficile d'en déduire qu'il s'agit d'une discrimination en matière d'embauche. En effet, il n'est pas exclu que le public étudiant soit d'emblée le public le plus intéressé par ce type d'activité, exercée à titre complémentaire. C'est d'ailleurs ce que peut laisser penser la stratégie de communication pour laquelle optent certaines entreprises, recourant au tutoiement et utilisant un langage connoté jeune. L'extrait suivant est, à ce titre, très parlant :

« Que dirais-tu de travailler pour Maison Rouge ? Nous ouvrons nos portes à tous les talents arborant un Big Smile jusqu'aux oreilles. Des personnes prêtes à se donner à

100% et bourrées d'énergie positive, capables de collaborer efficacement pour offrir le meilleur service. Des maitres(ses) zen qui gardent la tête froide quoi qu'il advienne. Double, quadruple check ? » (Maison Rouge)

L'interface est un autre élément important concernant la manière dont l'agence décide de communiquer vers le candidat et/ou son futur employé. Dans quels espaces, et dans quelle mesure, l'agence décide-t-elle de donner une place au candidat, à côté des messages qu'elle diffuse à destination des clients potentiels ?

Toutes les agences publient des photos des événements passés ou présentant les différents services offerts. Ces photos mettent en scène des équipes d'accueil souriantes, en train de travailler. Ce sont des éléments qui peuvent, même s'ils sont destinés aux clients, permettre au potentiel candidat de se projeter dans la fonction.

Outre les photos publiées, très peu d'agences n'ont, en réalité, aucun espace dédié au candidat. Elles sont 2, seulement, à ne tourner leur discours que vers le client¹⁵. Cependant, la majorité des agences consacrent une page au candidat. Cela va de la simple introduction au formulaire d'inscription, à une page plus remplie comme, par exemple, celle de All Assistance Agency, qui présente successivement le « job de rêve », les profils requis et les tâches à réaliser et, enfin, l'invitation à remplir le formulaire. 3 agences ont une section complète, composée de plusieurs pages, consacrée aux candidats et 5 autres ont créé une interface à part de celle à destination des clients.

Quelques éléments additionnels peuvent également intervenir pour donner davantage de place au candidat, ce qui permet de « favoriser la création d'interactions authentiques entre l'entreprise (l'hôte) et l'internaute (l'invité) » (Rivard et al., 2021, p.66). Par exemple, plusieurs entreprises proposent des témoignages de leurs travailleurs. Tweepuntnul propose son fameux « crush des clichés »¹⁶ et, The Frontline company, déjà un premier règlement de travail, qui valorise beaucoup la solidarité et l'entraide entre travailleurs. Radarwerk annonce l'organisation de journées portes ouvertes, Mise en place présente toutes les initiatives prises pour veiller à l'épanouissement de son personnel, en annonçant sa devise : « Together we proudly put energy in making friends and creating synergy ». On retrouve ainsi, à nouveau un discours plus proche des potentiels candidats. Il peut suggérer à la fois plus d'informel et d'authenticité, comme Xtra Via qui s'attache à présenter de façon plus originale son personnel fixe, ou comme Proteine, qui tourne ses offres d'emploi comme une succession d'avantages, pour une activité éminemment plaisante.

« On se tutoie avec courtoisie. On aime la liberté, la ponctualité, le respect, l'honnêteté et surtout... le chocolat noir et le café ! » (Xtra Via)

« JOIN US - WE WANT YOU ❤️ We offer : A great work experience ; A chance to meet new people; The opportunity to be present at unique events; An additional income; Flexible hours; Lifetime memories. Do you want to join us ? » (Proteine)

Dans l'esprit de créer et de valoriser une équipe, voire une communauté, certains employeurs ne parleront d'ailleurs pas d'hôtes et d'hôtesse, mais bien « d'eventMakers » (The Event), de

¹⁵ Ce sont d'ailleurs les mêmes agences qui ne donnent pas d'indication concernant la manière de postuler.

¹⁶ Voir extrait en page 39 du présent dossier d'opportunité.

« champions » (Tweepuntnul), de « challengers » (Challenge MC), de « jobpers » (Mise en place) ou encore de « primers » (Prime impressions).

En lien direct, et toujours dans sa politique de recrutement, l'employeur met en avant les bénéfices liés à l'emploi qu'il offre. Ces bénéfices peuvent être fonctionnels, économiques et psychologiques (Rivard et al, 2021). Autrement dit, l'agence va communiquer sur tous les côtés positifs qu'il y a à travailler comme hôte/hôtesse chez elle. C'est la « marque employeur ».

Ainsi que le laisse présager l'analyse qui précède concernant l'espace alloué au candidat, toutes les agences proposant les services d'hôtes et d'hôtesse d'accueil n'investissent pas dans ce type de discours. Outre les 2 agences qui ne donnent aucune place au candidat sur le site, 9 autres ne s'adressent au candidat que pour l'informer sur le recrutement ou l'envoyer vers le formulaire. Ce sont donc, au total, 11 agences qui tournent leur site majoritairement, voire exclusivement, vers le client. Le candidat est considéré sur un plan strictement instrumental et opérationnel. Libre à lui de chercher et de trouver les arguments et avantages à postuler et travailler pour l'une de ces agences.

Les 10 dernières agences ont, quant à elles, beaucoup investi ce fameux discours consistant à imprimer sa marque en tant qu'employeur. On relève plusieurs types d'arguments, aussi appelés « valeurs », mis en évidence par ces agences.

Toutes les agences soulignent la valeur de l'attrait à travailler pour elles, c'est-à-dire la créativité et la stimulation que permet l'emploi. L'argument le plus fréquent concerne le plaisir à réaliser le travail, assurant « un travail qui passe vite » (The Frontline company) ou que « la plupart des jobs s'avèrent carrément plaisants » (All Assistance Agency). D'autres éléments peuvent également être mentionnés en faveur de l'attrait, comme le fait d'être en contact avec les gens, le prestige de travailler dans des endroits hors du commun, pour des événements uniques et/ou pour des employeurs réputés.

Toutes les agences, sauf une, mettent en évidence la valeur de développement, c'est-à-dire le fait que le travail permette de se faire de l'expérience et de progresser, notamment en acquérant de nouvelles compétences. Ainsi, 10 agences parmi les 11 proposant un discours « marque employeur » s'engagent sur la montée en compétence. Il est question soit d'acquérir de l'expérience en général (« c'est bon pour le CV », Challenge MC), soit de manière plus spécifique, en faisant des liens avec le secteur de l'événementiel, de la communication, voire du marketing et du service (Etreac, All Assistance Agency, Maison Rouge). 4 de ces agences offrent à côté de cela, un développement personnel que les travailleurs acquièrent dans l'exercice de l'activité ou à l'aide de leur offre de formation, orientée en partie sur cette thématique (Silver Tie, Mise en place). Enfin, 4 agences, affirment la possibilité de faire carrière, soit dans l'entreprise, soit à l'extérieur.

« Gebeten door de eventmicrobe doen we onze job met hart & ziel. Onze kantoormedewerkers zijn zelf actief geweest als host(ess), promogirl of -boy. Die liefde voor het vak en onze jarenlange ervaring brengen we in alles over naar onze medewerkers. » (All Assistance Agency)

Dans les mêmes proportions, quasiment toutes les agences relèvent également la valeur sociale qui reprend tout ce qui a trait à l'ambiance et aux relations de travail. La moitié valorise l'ambiance entre collègues, certaines suggérant plus de proximité encore : G4S invite à faire partie de la « famille », Mise en place, à devenir « notre nouvel ami », Silver Tie, à « faire partie

d'un groupe de personnes formidables ». L'autre moitié met quant à elle en évidence la qualité des relations hiérarchiques : management personnalisé, à l'écoute, disponible, proche, équipé d'outils intelligents... 3 agences offrent au candidat d'intégrer une communauté, mettant beaucoup d'énergie dans la construction d'une culture d'entreprise : devise, organisation d'événements d'équipe, vente de goodies, etc. Enfin, 3 autres agences mettent en avant l'intérêt d'intégrer non pas une communauté, mais, de manière plus opératoire, un réseau professionnel constitué d'anciens collègues ou de clients récurrents. Par exemple, Mise en place propose, à tout travailleur ayant cumulé « 1000 job-heures », d'intégrer un réseau constitué des anciennes générations de l'agence.

Contrairement à l'importance donnée au développement des compétences, beaucoup moins d'entreprises s'accordent sur la valeur d'application, c'est-à-dire l'opportunité de mettre en œuvre les apprentissages. 4 mettent ainsi en évidence le fait que les personnes seront mises en capacité pour mener à bien leurs missions et 4 autres, soulignent la qualité de leur personnel en raison de leur rigoureux processus de sélection.

Enfin, 2 arguments que l'on peut habituellement retrouver sont tournés dans un sens différent de celui que l'on retrouve habituellement dans le discours « marque employeur ». Premièrement, l'argument économique prend peu de place. Ni la rémunération, ni la stabilité dans l'emploi ne sont valorisées. C'est davantage la possibilité d'un salaire d'appoint qui domine. Deuxièmement, le discours sur l'équilibre vie privée/vie professionnelle est renversé pour mettre en avant la flexibilité permise par l'emploi. Cette flexibilité est présentée comme un avantage (et parfois, comme un critère), par au moins 6 agences.

« Un job où tu peux travailler selon tes propres disponibilités » (All Assistance Agency), « Chez Xtra Via, c'est toi qui décides à quelles missions tu veux postuler et quand » (Xtra Via), « Do you want flexible hours ? » (Proteine), « Un travail flexible, dans votre région, selon vos possibilités » (Etreac)

H. Que peut-on retenir de l'analyse des sites Internet des agences offrant un service d'hospitalité ?

L'analyse des sites Internet s'appuie sur les sites de 21 entreprises offrant un service de ressources humaines pour l'événementiel, pour différentes fonctions. Toutes proposent, parmi ces fonctions, les services d'hôtes et d'hôtesse qui assurent l'hospitalité sur différents types d'événements. Certaines concentrent leur offre sur ces fonctions, mais la plupart des agences élargissent leur service de recrutement, le plus souvent au-delà du secteur événementiel.

13 des 21 entreprises sont physiquement présentes à Bruxelles, ce qui n'empêche pas la plupart des autres agences d'offrir leur service pour cette région également. Seules 3 entreprises excluent la région de leurs activités, se limitant à la Flandre.

Les structures des entreprises suggèrent deux types de travailleurs avec, d'une part le personnel permanent et, d'autre part, un personnel spécifique aux prestations à réaliser. La taille de la première équipe n'atteint, en général, pas les 10 membres. À l'inverse, les nombres annoncés pour le deuxième ne descendent pas en dessous de 200 personnes. Cela nourrit l'hypothèse d'un travail réalisé, par les hôtesse et les hôtes d'accueil dans l'événementiel, avec des contrats temporaires de type intérimaire, étudiant ou free-lance.

L'hospitalité se caractérise par une notion d'accueil personnalisé. Les délimitations entre métiers de l'hospitalité et les autres métiers ne sont cependant pas toujours claires. La notion d'hospitalité se traduit, pour l'hôtesse d'accueil, par la double fonction d'accueil et de représentation. Elle assure principalement l'accueil, l'inscription et l'orientation, au cours d'événements de différentes sortes.

Les entreprises lient majoritairement la qualité de leur service aux compétences de leur personnel. Elles mettent en avant beaucoup de savoir faire comportementaux et de compétences sociales transversales. À l'inverse, l'expérience et la formation sont assez peu citées. Les actions principales que les agences d'hôtesses et d'hôtes d'accueil mettent en place pour garantir la qualité de leur prestation sont la sélection et la formation. La sélection est une action très répandue, pour le recrutement, mais aussi pour l'embauche sur un événement en particulier. Pour près de la moitié des agences d'hôtesses et d'hôtes, une action de formation des nouvelles recrues est également annoncée.

Les savoir faire comportementaux sont importants pour garantir la qualité des services, mais aussi pour le recrutement. La présentation est ainsi le critère le plus fréquemment repris dans les profils recherchés par les agences. Le sens relationnel prend le pas sur d'autres critères tels que la communication, la motivation ou même la professionnalité. Il pourrait se concevoir comme une base pour développer les compétences sociales transversales nécessaires à la réalisation de prestations de qualité. L'expérience est très rarement requise, et certaines agences spécifient d'ailleurs explicitement qu'elle n'est pas nécessaire.

Les offres émises par la plupart des agences sont pour des fonctions et non des missions. Elles sont probablement diffusées de façon continue. Les agences assurent une publication et un accès facile à leur recrutement. Toute première prise de contact effectuée par le candidat passe nécessairement par l'envoi d'un ou plusieurs documents. Le document devant être le plus fréquemment envoyé est un formulaire qui comprend des informations classiques et d'autres, plutôt inhabituelles. Les informations les plus souvent demandées sont la détention d'un permis/voiture, les attributs physiques, plusieurs photos puis la connaissance en langues et l'expérience professionnelle. D'autres entreprises, demandant plutôt d'envoyer un CV et/ou lettre de motivation, indiquent également vouloir recevoir des images du candidat (photo ou vidéo). S'il y a bien sélection à cette étape, il est toutefois difficile de savoir les critères sur lesquels cela s'appuie.

Pour les entreprises qui le mentionnent, l'étape qui suit dans le processus de recrutement est une rencontre entre l'employeur et le candidat. Dans la plupart des cas, les critères observés sont variés, mais il n'est pas indiqué qu'ils servent à la sélection. Deux agences font exception, et expliquent sélectionner sur base de savoir faire comportementaux. La littérature suggère une évaluation sociale, incluant des critères physiques et esthétiques. Les savoir être comportementaux seraient, quant à eux, appréciés par des critères difficiles à déterminer. En dernière instance, les recruteurs recourraient à une évaluation physique et morale.

L'activité s'exercerait en complément d'une activité principale. Elle s'adresserait à un public jeune, de préférence étudiant ou récemment diplômé. Il est difficile de déterminer s'il s'agit d'une pratique de discrimination de la part des agences ou d'un affinement en matière de communication, pour cibler le public qui serait le plus intéressé par ce type d'emploi.

La place accordée aux messages destinés au candidat varie fortement selon les sites des agences. Plusieurs entreprises renforcent leur communication qui les rapproche des potentiels

candidats. Les valeurs qu'elles mettent en avant pour souligner les bénéfices qu'il y a à travailler pour elles sont : la valeur d'attrait, la valeur de développement professionnel ou personnel, la valeur sociale entre collègues ou avec le management. La valeur liée à la mise en œuvre d'apprentissages est plus polysémique et relativement moins investie par les entreprises. Enfin, les valeurs concernant la rémunération, la stabilité et l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle sont moins reprises et, le cas échéant, retournées dans un sens plus flexible.

La possibilité de faire carrière, de « monter les échelons » au sein de l'agence en démarrant comme hôte ou hôtesse n'est que très rarement évoquée. La possibilité de constituer un réseau professionnel est un peu plus souvent mentionnée.

V. Analyse des entretiens avec les acteurs institutionnels

Réalisation et analyse qualitative

Cette partie traite de l'analyse des entretiens qualitatifs réalisés auprès d'acteurs institutionnels. Elle permet de donner une vision d'ensemble sur le secteur de l'événementiel et sur l'activité d'hospitalité. Elle reprend également les questions levées dans le cadre de l'analyse des sites Internet, concernant la fonction d'hôtesse d'accueil dans l'événementiel, à savoir : quel type de contrat est proposé aux hôtesse et hôtes ? Au sein de quelles structures sont-ils et elles employés ? Pour quelles perspectives de carrière ?

Le premier point porte sur la méthodologie des entretiens. Il intègre notamment une explication quant au choix de se concentrer uniquement sur les acteurs institutionnels, mettant de côté les structures qui emploieraient des hôtesse et hôtes d'accueil. L'analyse qui suit se découpe en plusieurs parties. Sont successivement abordés : le secteur événementiel, les entreprises ou acteurs responsables de l'hospitalité sur des événements, l'hospitalité et, enfin, la fonction d'hôtesse.

A. Méthodologie

Initialement, il était prévu de compléter les informations recueillies au moyen de l'analyse des sites des agences d'hôtesse dans l'événementiel par des entretiens qualitatifs. Ces entretiens visaient deux types d'acteurs. Il s'agissait, d'une part, des agences elles-mêmes, afin de creuser les éléments captés grâce à l'analyse de leur site Internet et, d'autre part, des organismes ayant une vision plus globale du secteur événementiel et des fonctions de l'hospitalité à Bruxelles.

Les questions à soumettre aux employeurs concernaient : la configuration de l'activité de l'accueil/hospitalité dans l'événementiel à Bruxelles, la situation de leur entreprise et de leur personnel, leur conception du métier d'hôtesse/hôte, le recrutement, la formation ainsi que leurs perspectives concernant l'évolution du secteur de l'événementiel et de l'hospitalité dans l'événementiel. Il s'est cependant rapidement avéré que les résultats obtenus grâce à l'analyse des sites Internet permettaient de répondre, en grande partie, à ces questions car les entreprises communiquent largement sur leur offre à l'égard de leur potentiels clients, mais aussi, et bien que cette pratique soit moins répandue, sur leur recrutement et leur gestion du personnel à l'égard de leurs potentiels candidats.

Partant de là, la concentration des entretiens qualitatifs sur le deuxième type d'acteurs s'avérait suffisante pour confirmer ou infirmer les résultats dégagés de l'analyse des sites Internet.

Les acteurs institutionnels constituent un groupe hétérogène, reprenant notamment des fédérations sectorielles et les organismes publics ou d'intérêt public. Leur caractéristique commune est que ce sont des acteurs qui, tout en étant liés au secteur de l'événementiel, bénéficient d'un recul et d'une connaissance plus large du secteur. Les entretiens à mener avec eux ont pour but de saisir les enjeux et les fonctionnements du secteur de l'événementiel et

de l'activité d'hospitalité de façon globale. L'idée était également d'aller au-delà de ce périmètre de l'événementiel et de réfléchir aux différents endroits où il était possible de travailler avec les compétences d'hôtesse.

Plus précisément, la grille d'entretien à destination de ces acteurs abordait les thèmes suivants : l'état du secteur événementiel (sa situation actuelle et ses enjeux, en Belgique et à Bruxelles), la structure de ce secteur (les activités-clés et les acteurs-clés du secteur, le périmètre d'action de l'organisme interrogé et sa force de représentation, la main d'œuvre employée), les entreprises proposant des services d'hospitalité dans le secteur de l'événementiel (leur importance dans la fourniture de ce type de service, leurs forces et leurs faiblesses), les métiers liés aux services de l'hospitalité (tâches, type de contrat et perspective de carrière) et, enfin, l'évolution de ses services (développement à venir, évolution de la demande et implications en matière de compétences à développer ou de recrutement à effectuer).

Sur la dizaine d'acteurs contactés, il a été possible de réaliser 4 entretiens, d'une durée moyenne de 45 minutes à 1 heure 20. Les entretiens se sont déroulés en face-à-face ou à distance, selon le souhait de l'interviewé.e, entre août et novembre 2022. A ces 4 entretiens s'ajoute un document écrit, en provenance d'un 5^e intervenant et qui reprend les réponses à toutes les questions soulevées dans la grille d'entretien. Bien que ce document ait un contenu moins riche (réponses relativement courtes, sans possibilité d'approfondir), il est repris dans l'analyse, essentiellement pour appuyer les constats précédemment dégagés.

Les organismes interrogés sont Event Confederation, BESA, Febelux, visit.brussels et hub.brussels, division « Hospitality ». Une présentation plus complète de chacun de ces organismes est disponible en annexe (annexe 2) du présent dossier.

B. Le secteur événementiel

Le secteur de l'événementiel est composé d'une multitude d'entreprises aux activités très diverses. Elles sont communément regroupées en 8 sous-secteurs : les organisateurs, les fournisseurs d'endroits (ou « venues »), le catering, le support technique (scène, son, lumière, etc.), les artistes et les freelancers, le support non-technique (location de matériel et de fournitures), les agences de marketing et de communication et, enfin, les agences de recrutement (ou « staff companies »).

Selon une étude commanditée en interne par Event Confederation, il y aurait 3.200 entreprises belges actives dans le secteur. Un autre acteur parle de 3.500 entreprises. Les acteurs du secteur se connaissent bien entre eux. Ils seraient doublement connectés entre eux, d'une part avec la chaîne de sous-traitance, et, d'autre part, avec les rôles de client-concurrent-fournisseur qui, loin d'être fixes pour un opérateur, peuvent changer selon les événements.

Toujours selon la même étude réalisée pour Event Confederation, le secteur de l'événementiel à Bruxelles attirerait : le chiffre d'affaire généré par les entreprises de la région, par rapport au chiffre d'affaire belge, serait relativement plus important que la part d'entreprises bruxelloises, pour l'ensemble des entreprises belges. Les différentes fédérations estiment être plus présentes en Flandre, puis à Bruxelles et assez peu en Wallonie. Ce déséquilibre entre régions respecte, dans les faits, assez bien la répartition des entreprises sur le territoire belge, bien que l'une des fédérations reconnaisse devoir « travailler sur la Wallonie ».

Le secteur de l'événementiel a été un des plus durement touchés par la crise sanitaire. Il a connu une fermeture complète de plusieurs mois avant que sa réouverture, très encadrée, ne soit permise. Une des personnes interrogées parle d'une perte de plus de 50% du chiffre d'affaire en 2020 pour le secteur, par rapport à 2019. Des aides suffisantes auraient également tardé à se mettre en place. Il en va de même pour les outils pour permettre la réouverture du secteur, tels que le Covid Event Risk Model et son corollaire, le Covid Infrastructure Risk Model¹⁷. Selon une fédération, une disparité régionale serait d'ailleurs observée en matière de soutien à la relance, la Flandre bénéficiant d'aides effectives, bien que trop faibles encore, alors que, dans les deux autres régions, on peinerait à « prendre ses responsabilités ». Un autre intervenant nuance, estimant que le maintien du fonds de garantie événementiel jusqu'en mars 2023 permet aux entreprises de prendre davantage de risques.

La crise sanitaire aura été d'autant plus difficile à vivre pour ce secteur qu'il n'est pas encadré par une commission paritaire spécifique. D'autant qu'il n'y aurait pas d'acteurs-clés qui ressortiraient du lot. En cause, l'importante diversité en matière de secteur, de spécialité et de géographie. En outre, la mentalité du secteur étant plus « orientée solution » dans le cadre de ses prestations, il était moins évident pour les professionnels actifs dans l'événementiel de travailler le volet de la représentation, en réfléchissant sur d'éventuels problèmes à venir.

Sous l'impulsion de la crise sanitaire, et de la situation inédite à laquelle se trouvaient confrontés les acteurs du secteur, s'est constitué Event Confederation, organisation faîtière regroupant les représentants (d'une partie) du secteur tels que BESA ou FEBELUX. Son objectif est de structurer la communication et les échanges avec les autorités, politiques et administratives. Les affiliations ont d'ailleurs fortement augmenté tout au long de la crise sanitaire. Une fédération indique avoir perdu plusieurs membres depuis lors, soit en raison de faillite, soit par choix financier, notamment pour éviter la faillite.

Actuellement, le secteur se dit en pleine reprise, en Belgique comme à Bruxelles. Certaines entreprises auraient même rattrapé leur chiffre d'affaire des deux années de crise en l'espace de 6 mois. Pour d'autres, on parle d'un « retour à la normale ». Les agendas seraient remplis par les événements reportés, mais aussi en raison du besoin de relancer des événements tels que les festivals ou les fêtes d'entreprises. Toutefois, cette reprise est loin de concerner tous les événements. Selon plusieurs personnes rencontrées, les salons, les foires d'exposition B2C et les congrès internationaux auraient ainsi du mal à redémarrer.

Malgré les aides permettant la prise de risques, les acteurs du secteur restent prudents, car ils craignent une nouvelle vague de Covid et donc, le retour de restrictions pour l'organisation et la réalisation d'événements. Un autre motif de prudence est la crise économique. Celle-ci affecte le pouvoir d'achat des clients et augmente les coûts de production des entreprises de tous les secteurs, certaines suspendant ou arrêtant même leur production. Cette crise économique tempèrerait d'ailleurs déjà la reprise de certains événements comme les foires et les salons. Mais, selon plusieurs intervenants, la crise économique aurait des répercussions sur l'ensemble du secteur. Ils prévoient une baisse du chiffre d'affaire sur Bruxelles et/ou une

¹⁷ Modèle, traduit en suite en outil en ligne, « permettant aux organisateurs d'événements d'analyser leurs événements en fonction des risques liés au COVID-19. Ce risque est déterminé par 23 paramètres qui peuvent avoir une influence sur la propagation du coronavirus. Ce modèle permet de cartographier les risques pour chaque événement ». De son côté, et sur base de ces mêmes 23 paramètres, le CIRM indique à l'exploitant d'une infrastructure permanente si son bâtiment permet l'organisation d'événements sûrs (document de présentation du Covid Infrastructure Risk Model, diffusé par la Fédération Wallonie-Bruxelles le 1^{er} juin 2021).

fin d'année 2023 plus difficile, si tous les budgets auront été dépensés et épuisés plus tôt dans l'année. De plus, le nombre de visiteurs sur les événements risque également de diminuer, toujours en raison de cette baisse de pouvoir d'achat. Bref, la crise économique crée un climat de morosité qui détourne tant les clients que les publics pour des secteurs tels que l'événementiel, la culture, etc.

La création d'une commission paritaire apparaît comme un des plus grand défis de l'après-covid. Elle permettrait, entre autre, de mieux cadrer le secteur, de le positionner dans les discussions avec les différentes instances politiques et publiques et de développer une offre de formations spécifique. Les acteurs rencontrés relèvent également d'autres défis actuels tels que la sécurité, l'énergie et la gestion du capital humain.

La gestion du capital humain et son corrolaire, le recrutement, sont des thématiques qui reviennent systématiquement au cours des entretiens. Les pertes de main d'œuvre durant la crise sanitaire ont été très importantes. Les effets sont clairs sur l'organisation des événements : pression sur les prestataires, revalorisation des conditions de travail pour recruter de nouveaux travailleurs, et donc retard des projets et/ou augmentation de leurs coûts. Une personne interrogée estime par exemple que, en 2023, l'organisation des événements coûterait entre 20 et 30% plus cher par rapport à avant la pandémie, et cela pour les mêmes services et les mêmes structures. Cette perte de main d'œuvre concernerait davantage les travailleurs dans des métiers techniques¹⁸. Il y aurait un travail à faire concernant l'image du secteur. Tous ces sujets de préoccupation sont renforcés dans le contexte actuel de crise économique.

L'absence d'une définition claire du secteur de l'événementiel a plusieurs implications, la plus importante étant bien entendu l'absence de commission paritaire. Dès lors, il est difficile de dégager des chiffres plus précis pour le secteur, notamment concernant le nombre de travailleurs, le type de contrat, etc. Les acteurs s'accordent cependant pour dire qu'il y aurait entre 80.000 et 100.000 personnes actives dans le secteur, dont une moitié serait en freelance ou en intérimaire.

C. L'hospitalité et les agences d'hôtesse

Les fédérations sectorielles confirment rattacher les hôtesse et les hôtes d'accueil dans l'événementiel au service de l'hospitalité. Ce service peut comporter d'autres fonctions comme les stewards, les agents de sécurité, les parking boys, etc.

Les agences de ressources humaines spécialisées dans l'événementiel sont des acteurs reconnus du secteur. Elles seraient souvent sollicitées, en ce compris par les propriétaires d'infrastructures eux-mêmes. On leur reconnaît une spécialité qui garantit une prestation de qualité, ainsi qu'une sous-traitance qui favorise une meilleure gestion du personnel.

Event confederation estime qu'il existe 70 « staff companies », pour l'ensemble de la Belgique. Elles ne proposent pas toutes des services d'hospitalité, mais aussi de gardiennage, d'Horeca,

¹⁸ Les mêmes conditions de travail ne sont plus acceptées pour le salaire offert et pour les implications que cela a sur la vie de famille. Ainsi que le complète une des personnes rencontrées, « *et même quand on apprécie le salaire et qu'on améliore les conditions d'engagement et de travail, cela ne suffit pas toujours* » (Intervenant 4)

etc. De plus, leur répartition diffère selon leur actuel code Nace ou selon la commission paritaire à laquelle elles sont rattachées.

Les fédérations donnent assez peu d'informations sur le fonctionnement des agences proposant des services d'hospitalité. Elles expliquent cela par leur mission de représentation, qui doit d'ailleurs prendre en compte les intérêts de tous les sous-secteurs (venues, organisateurs, équipes techniques, etc.) qu'elles représentent au travers de leurs membres.

Ce qui se confirme toutefois, c'est le recours de ces agences à des contrats temporaires pour les hôtes et hôtesse d'accueil. Plusieurs intervenants parlent plus précisément de contrats intérimaires. La main d'œuvre employée se compose en grande partie d'étudiants. Par contre, les flexi-jobs sont interdits¹⁹. Le secteur est en demande de pouvoir proposer ce statut, comme l'Horeca ou le retail, par rapport auxquels il se trouve du coup désavantagé. À nouveau, le manque d'une commission paritaire propre fait défaut.

Le recours au travail intérimaire est expliqué par une des fédérations : les agences n'ont pas d'intérêt à proposer des contrats fixes à ces travailleurs. En effet, comme leur activité dépend des contrats passés avec les clients, et d'événements de deux à trois jours, elles ne peuvent pas garantir d'emploi à temps-plein. De plus, étant donné « l'aspect simple et intuitif » du métier, il n'y a pas d'intérêt particulier à garder ces travailleurs, à l'inverse par exemple des agents de sécurité, qui effectueraient un travail complexe, dont le plein exercice nécessite la possession d'une attestation. Les agences privilégieraient donc l'intérimaire comme la meilleure solution pour une fonction travaillant sur des prestations ponctuelles, sans requérir de qualification spécifique. Toutes ces caractéristiques favoriseraient, de facto, l'emploi auprès des plus jeunes.

Dans le point précédent, on relevait que, dans l'après-covid, les difficultés de recrutement touchaient tout particulièrement les professions spécialisées et techniques. Bien que cela ne corresponde pas au métier d'hôtesse d'accueil dans l'événementiel, plusieurs personnes concèdent des difficultés de recrutement pour ce métier également. Les réserves de recrutement se seraient vidées pendant la crise sanitaire. De plus, il y aurait moins d'entrées étudiantes actuellement. Ces deux phénomènes sont liés étant donné qu'une bonne partie des candidats postulerait grâce au bouche-à-oreille entre étudiants et étudiantes. Il faudrait donc un certain temps avant que le rythme habituel ne reprenne.

Les agences proposant des services d'hospitalité sont reconnues, mais ne sont toutefois pas incontournables. En effet, certains organisateurs d'événements peuvent décider de ne pas recourir à ce service de recrutement et de mise en place spécialisé, afin de réduire leurs coûts. Ils préfèrent solliciter des intérimaires et des étudiants dans des agences intérimaires classiques, quitte à leur envoyer eux-mêmes des nouvelles recrues. Ce sont alors les employés des services organisateurs qui assurent la préparation et l'encadrement des hôtes et hôtesse sur le lieu de prestation. Dès lors, ce sont les qualifications du personnel fixe qui permettent ce mode de fonctionnement. Ainsi, le fait que de ne pas passer par une structure spécialisée amène les organisateurs à intervenir en cours d'événement, pour rectifier certains

¹⁹ Selon le Forem, le flexi-job « est une forme d'emploi, qui permet à un travailleur déjà occupé auprès d'un ou plusieurs autres employeurs, d'exercer un emploi à des conditions avantageuses auprès d'un employeur ou via une agence intérimaire ». Les employeurs sont redevables d'une cotisation patronale spéciale de 25%, et le salaire net du travailleurs correspond à son salaire brut. Consulté à partir du lien suivant : <https://www.leforem.be/entreprises/aides-financieres-flexijob.html>, dernière consultation le 9 mars 2023.

comportements et donner quelques instructions supplémentaires en matière d'accueil et d'orientation des participants²⁰.

D. Une autre manière de voir l'hospitality ?

Plusieurs personnes interrogées relèvent des rapprochements entre hôtesse d'accueil dans l'événementiel et d'autres métiers, dans une perspective plus large d'accueil. Le représentant interrogé pour une des fédérations estime ainsi que l'hospitalité dans l'événementiel concernerait en fait tous les métiers de contacts avec les visiteurs et les clients. Pour une autre, cela reprendrait effectivement l'accueil et l'accompagnement, mais aussi toutes les activités liées aux personnes et à la fourniture d'un personnel en « extra ».

Dans un même temps, est également reconnue une proximité sectorielle entre tourisme et événementiel, voire aussi avec l'Horeca et la culture. Par exemple, visit.brussels indique que les différents publics cibles peuvent se mélanger sur de mêmes événements

La vision la plus intégrée en matière de métiers et/ou de secteurs en lien avec l'hospitalité est développée par le département Hospitality de hub.brussels. Ce groupe de travail, composé des membres des secteurs de l'événementiel, de la culture et du tourisme, fonctionne selon une approche transversale de l'hospitalité.

Cette approche s'appuie sur un double argument. La première face de cet argument est que les activités de l'accueil sont liées, au-delà des spécificités sectorielles. La deuxième face pose l'inverse, c'est-à-dire qu'un même acteur peut proposer différentes activités, dont certaines relevant a priori d'autres secteurs (par exemple, un musée qui organise des événements).

Cela soutient l'idée d'une diversité de missions et d'activités, certes, mais soutenue par des connexions importantes. En ce sens, l'accueil apparaît comme un liant important, qui invite à dépasser la partition « par secteur » pour réfléchir de façon plus globale, « par métier ».

hub.brussels soutient les collaborations et synergies entre ses membres, acteurs de secteurs différents, pour entre autre cerner et travailler conjointement les préoccupations communes dont l'hospitalité fait partie. Plus précisément, se pose la question du recrutement et, en corollaire, celle de la revalorisation des métiers du secteur de l'hospitalité. Un des axes de travail qui a été identifié pour y remédier porte sur une mise en réflexion de perspectives d'emploi et de chemins de carrière à travers toute la filière de l'hospitalité.

E. L'hôtesse, son profil et ses évolutions

Les personnes interviewées confirment la double mission d'accueil et de représentation ainsi que les tâches identifiées lors de l'analyse des sites. Un intervenant ajoute que l'hôtesse assiste les visiteurs, mais aussi les exposants, qui ne connaissent pas nécessairement l'endroit.

Un représentant sectoriel confirme la différence entre un hôte d'accueil et un steward, estimant que ce dernier gère les foules, mais dans un contrôle plus léger qu'un agent de gardiennage. À ce propos, on perçoit le périmètre d'action très limité des stewards, qui

²⁰ « On avait un événement, c'était un peu compliqué pour y arriver, alors j'ai foutu deux, trois personnes sur la route, et y en avait une, je voyais, ça n'allait pas. Et je suis resté avec elle pendant 5 minutes, pour lui montrer comment un petit peu » (Intervenant 4)

empièterait rapidement sur celui d'agent de gardiennage. La différence entre les deux est que l'exercice du métier d'agent de gardiennage est lié à la détention d'une attestation.

Les intervenants convergent pour décrire l'activité des hôtesse et hôtes d'accueil dans l'événementiel comme un travail « simple », « intuitif », « répétitif », demandant peu de compétences « hormis celle de s'adresser poliment à ses interlocuteurs ». En outre, les renseignements et informations à fournir sur les événements sont très limités, à la manière de FAQ. Cela rend la préparation plus rapide, allant de quelques heures à, maximum, une demi-journée.

Les qualités de l'hôtesse sont également confirmées : gentillesse, amabilité, avoir l'air d'être intéressée par le visiteur, aimer rendre des services, proactivité. Dans un même temps, si les intervenants s'accordent sur l'importance des langues, l'un parle d'une connaissance rudimentaire alors que l'autre insiste sur l'importance d'être trilingue. A contrario, on reconnaît une expérience plus importante pour les team leaders, ou chief hostess. Il est attendu que le personnel d'accueil dans le secteur du tourisme ait, quant à lui, plus de connaissances en matière de tourisme et de langues. La formation envisagée pour ce personnel est donc plus longue. En outre, le régime de travail n'est pas le même pour les intérimaires : il s'agit de prester des missions de journées complètes, en remplacement du personnel fixe (vacances, etc.).

En outre, plusieurs intervenants confirment que les entreprises d'organisation peuvent aussi bien recourir à leur propre personnel ou, en tout cas, à passer par une agence intérimaire généraliste (mais alors plus pour le support administratif que pour le recrutement). Les attentes concernant les travailleurs temporaires qui seront chargés de l'accueil semblent alors revues à la baisse. S'il faut de préférence des personnes extraverties, ou en tout cas « dégourdies », « qui comprennent les choses » et « qui présentent bien », les autres personnes peuvent être également reprises sur les événements²¹. Ce sont les critères de motivation et de disponibilité qui priment. Dans ce cas de figure, la bonne conduite de l'hospitalité repose sur les compétences du personnel permanent, qui encadre les personnes chargées de l'accueil voire qui l'exécute intégralement lorsqu'un haut niveau d'hospitalité est requis.

La crise sanitaire a révélé le besoin de contact humain et les exigences en matière de service personnalisé sont encore plus importantes. Les possibilités en matière de distanciel ne signent pas la fin des congrès, des foires et des salons. À l'inverse, la plupart des personnes interrogées s'accordent sur l'instauration de la formule hybride comme une offre supplémentaire à la plupart de ces événements. Ainsi, elle ne supplanterait pas le présentiel : à distance, il y a des choses qui « ne marchent pas », comme le maintien de l'attention tout du long, les sensations et le networking entre les participants. Un intervenant indique cependant que, dans un même temps, les événements en présentiel doivent désormais comporter une véritable valeur ajoutée pour convaincre le public d'y participer. L'objectif est de faire vivre une expérience à part entière, qui serait l'apogée d'une communauté à alimenter désormais tout au long de l'année. Les innovations technologiques pourraient notamment y contribuer.

²¹ « Et on les repère vite, ces gens qui ont ce talent et ceux qui ne l'ont pas. Alors, s'ils ne l'ont pas, c'est pas vraiment grave, parce qu'on peut les mettre en binôme, on peut trouver des solutions pour que ça fonctionne quand même. Parce que, parfois, il suffit d'un petit kick pour que ça démarre. » (Intervenant 4)

Un représentant sectoriel indique que le métier d'hôtesse évolue en s'appauvrissant. Les tâches seraient plus rapides et plus simples, et plus encore lorsqu'elles sont soutenues par un ordinateur, ce qui est désormais le cas la plupart du temps. À l'inverse, un autre intervenant estime qu'il y a une montée en compétences à soutenir pour permettre un accueil hyperpersonnalisé, ainsi que le souhaitent désormais de plus en plus de clients. Il y a tout un pan du service client à développer, à renforcer (notamment point de vue sécurité et hygiène). Autrement dit, il y aurait plus que jamais besoin de « prendre soin ». En outre, les compétences en matière d'usage des technologies numériques et les connaissances en langues restent deux éléments importants.

Les intervenants s'accordent sur le fait que le public qui effectue ce type d'activité est jeune et, la plupart du temps, étudiant. Les domaines d'études peuvent être connectés directement à l'activité (événements, tourisme, etc.), ou pas. Les jeunes semblent les plus intéressés, et disponibles, pour travailler « sur des coups de feu de deux ou trois jours ». La faible demande en matière de qualification en fait une activité très accessible.

Il ne semble pas impossible de faire carrière. Cependant, cela n'apparaît pas comme la suite logique à ce genre de travail, la motivation première à cette activité portant plutôt sur le revenu. Plusieurs intervenants voient une évolution possible vers les métiers de la coordination ou de l'organisation événementielle. La connaissance du terrain acquise en tant qu'hôtesse est reconnue et valorisée, de même que les savoir faire comportementaux, d'un « métier qui ne s'en va jamais ». Cela peut, à terme, permettre à l'organisateur de ne plus recourir aux services d'une agence spécialisée dans l'hospitalité.

Toutefois, pour démarrer une carrière en partant de la fonction d'hôtesse, la plupart des personnes interrogées estiment qu'il faut plusieurs années d'expérience dans cette fonction. Il se peut que le recruteur soit l'agence de recrutement ou l'organisateur avec laquelle/lequel se sont réalisées la majorité des missions en tant qu'intérimaire. Dans le cas où sa politique de recrutement intègre ces profils, la connaissance de la structure et de son fonctionnement sont alors des atouts indéniables que l'(ex-)hôtesse doit présenter. S'il s'agit d'une autre structure, il faut postuler en mettant en avant cette expérience et en l'ancrant dans des enjeux et des missions plus larges²², liées à l'événementiel. Par contre, et toutes choses étant égales par ailleurs, selon un intervenant, une hôtesse expérimentée avec diplôme d'études supérieures l'emporterait sur une autre qui n'en possède pas.

Suivant une perspective plus transversale de l'hospitalité, l'hôtesse d'accueil apparaît comme une « piste de décollage » pour d'autres fonctions. Toutefois, en matière de formation, l'entrée par l'hôtesse d'accueil en événementiel serait trop limitative car, selon les intervenants, la fonction est peu enrichissante, les tâches, peu intéressantes et les compétences requises, très basiques. À l'inverse, l'approche transversale prône une ouverture des horizons, qui se concrétiserait par une articulation autour d'un tronc commun, l'hospitalité, et de spécificités reconnues pour chacun des trois secteurs (tourisme, culture et événementiel). La mobilité des travailleurs d'un secteur à un autre s'accompagnerait alors d'une valorisation des compétences

²² Par exemple, pour une personne ayant travaillé comme hôtesse plusieurs années sur le salon de l'auto, une candidature à la FEBIAC, pour l'organisation des événements, serait pertinente en mettant en évidence cette expérience ainsi que l'importance de cet événement, les enjeux pour les exposants, etc.

acquises et de leur enrichissement, orienté sur le secteur visé, en matière de langues, de service client et de technologies²³.

Selon la perspective transversale, il y aurait donc une offre de formation à développer, mais la qualification porterait sur d'autres métiers, qui comportent également les savoir faire liés à l'hospitalité. D'autres acteurs, sans pour autant se rattacher à cette approche transsectorielle, sont également demandeurs de développer une offre de formation, mais qui serait plutôt en lien avec le secteur de l'événementiel. Le métier d'hôtesse n'est pas spécifiquement repris pour dessiner cette offre.

²³ « Si on parle avec des hôteliers, ils vont vous dire que la réception, c'est un métier d'accueil. Donc, est-ce qu'on se dit qu'on suit une formation pour travailler dans l'accueil, l'hospitalité pour un événement, et après on vous forme à l'accueil dans le secteur hôtelier : c'est se former à de nouvelles procédures, au service clientèle, peut-être que c'est un service différent, un peu plus vaste, donc pour lequel il faut avoir un peu plus de compétences, c'est aussi plus technologique parce qu'il faut savoir travailler sur un PC, c'est plus personnalisé peut-être aussi. (...) mais ça, c'est à définir en fonction des besoins avec le secteur hôtelier. » (Intervenant 5)

VI. Conclusions générales

A. Périmètres respectifs des approches développées dans ce dossier d'opportunité

Ce dossier a tenté de couvrir un maximum d'aspects, tant quantitatifs que qualitatifs, pour cerner les réalités de l'accueil dans le domaine événementiel sous l'angle de la fonction d'hôtesse/hôte d'accueil. Si les analyses présentées ici, du fait de leurs limites respectives, sont difficilement comparables, elles peuvent être envisagées comme complémentaires.

Les données de l'ONSS, du point de vue du champ qu'elles couvrent, correspondent au terrain d'emploi visé par la fonction d'hôtesse/hôte d'accueil. Néanmoins, si elles donnent une indication sur l'importance des activités d'événementiel professionnelles à Bruxelles en termes de nombre d'entreprises et de travailleurs rattachés à cette activité, elles ne précisent pas directement les besoins en matière de personnel d'accueil, ni les modalités des engagements. En ce qui concerne les données Actiris, elles ne permettent pas non plus de cerner l'offre et la demande précise en matière d'accueil dans l'événementiel, les classifications portant sur les métiers de la réception en milieu professionnel au sens large. Afin de préciser les choses, des approches qualitatives supplémentaires ont été menées.

Ainsi, l'analyse des sites Internet considère les entreprises offrant, exclusivement ou non, un service de ressources humaines pour assurer l'hospitalité, c'est-à-dire un accueil personnalisé, sur des événements. L'analyse repose sur les sites de 21 entreprises situées en Belgique. Elles peuvent avoir leur siège social dans la région Bruxelles-Capitale, une de leurs antennes, ou même seulement couvrir (ou non) des événements pour cette région.

Enfin, les entretiens sollicitent des fédérations sectorielles ou des organismes publics/d'intérêt publics pour avoir une vision plus globale sur le secteur et l'hospitalité. Ils confirment, entre autre la difficulté de cerner le secteur et de pouvoir en donner une lecture plus fine. L'absence de commission paritaire explique dans une certaine mesure, le manque de précision concernant les données sectorielles.

B. Entreprises et travailleurs de l'événementiel à Bruxelles

D'un point de vue purement quantitatif, l'analyse des données ONSS, dans les limites précisées ci-dessus, confirme une activité relativement importante en matière d'organisation d'événements et de congrès dans la zone métropolitaine bruxelloise (Région bruxelloise et les deux provinces de Brabant). On observe qu'en Belgique, un travailleur actif sur deux dans ce secteur exerce sa fonction dans cette zone précise. Le constat est similaire pour le nombre d'entreprises relevées dans ce domaine, avec l'observation supplémentaire qu'en comparaison avec les deux provinces de Brabant, trois fois plus de ces entreprises ont leur siège social en Région bruxelloise.

Étant donné sa force de rayonnement culturel et événementiel, les entretiens tendent à confirmer le poids important de la Région Bruxelles-Capitale pour le secteur, même si les fédérations du secteur rencontrées comptent plus de membres en Flandre. Concernant plus

spécifiquement l'hospitalité, l'analyse des sites indique qu'une majorité des agences ont leur siège social en Flandre. Toutefois, cela ne diminue en rien l'importance de la région de Bruxelles-Capitale, car la plupart des agences d'hôtesse fournissent des prestations pour la région bruxelloise, même lorsqu'elles n'y ont pas d'antenne.

Néanmoins, les tendances observées dans les données ONSS à Bruxelles propres à l'organisation de salons professionnels et de congrès tendent à montrer une évolution « accidentée » sur les dix dernières années, avec une décroissance au milieu des années 2010 suivi d'une reprise inconstante depuis 2016. On peut suggérer une grande sensibilité de ces activités aux contextes sociétaux, politiques et sécuritaires et établir un lien avec l'actualité difficile de la dernière décennie (sortie de crise économique au début des années 2010, menaces terroristes en 2014 et attentats en 2016). Les dernières données chiffrées disponibles datant de 2020, il est également difficile de déterminer l'impact de la crise sanitaire sur celles-ci. Compte tenu du fait que l'évènementiel a incontestablement été l'un des secteurs les plus touchés par les mesures prises dans ce contexte, nous ne pouvons pas déterminer avec plus de précisions l'état de celui-ci aujourd'hui.

Les entretiens confirment la sensibilité du secteur au contexte sociétal. Actuellement, les personnes interrogées actent la reprise du secteur, même s'il y a quelques nuances à apporter pour des événements comme des salons ou des foires d'exposition. Ces nuances invitent à repenser la manière dont se donnent les événements, notamment pour les rendre plus attractifs et leur amener une réelle valeur ajoutée. Dans un même temps, les personnes interrogées relèvent une certaine prudence par rapport à une éventuelle vague de Covid, mais aussi par rapport à la crise économique actuelle. La crise sanitaire a soulevé de nouvelles difficultés en matière de recrutement d'un personnel technique. Bien que ce soit pour des raisons différentes, cette pénurie toucherait également les hôtesse et hôtes d'accueil dans l'évènementiel.

Du point de vue travailleurs, les données ONSS montrent des nombres toujours plus importants d'employés que d'ouvriers dans ce secteur, dont certainement un important nombre d'intérimaires. En effet, la prédominance d'entreprises de petites tailles (de 1 à 9 salariés) implique de facto un besoin en personnel lors d'évènements et certainement le recours à des contrats temporaires pour assurer les services, dont ceux d'accueil. Tous ces éléments suggèrent une certaine flexibilité des systèmes de travail dans ce secteur.

L'analyse des sites Internet confirme, pour les agences spécialisées dans le recrutement et la mise en place du personnel chargé de l'hospitalité, un personnel fixe composé généralement de 1 à 9 salariés. Dans un même temps, parmi les employeurs qui l'évoquent, il est question d'une réserve de travailleurs qui, lorsqu'elle est annoncée, ne va pas en-dessous de 200 personnes. Cela tend à confirmer le statut temporaire de ces travailleuses et travailleurs en tant qu'hôtesse et hôte d'accueil dans l'évènementiel. Plusieurs entretiens vont dans le même sens, justifiant le statut « extra » par des prestations ponctuelles, aux fréquences et horaires irréguliers qui se conjuguent à une expertise insuffisante pour maintenir les travailleurs dans l'organisation, notamment au moyen d'un contrat fixe.

Si les entreprises spécialisées dans le recrutement et dans la mise en place du personnel chargé de l'hospitalité sont présentes et reconnues dans le secteur, elles ne sont pas pour autant incontournables. Les organisateurs peuvent décider d'encadrer eux-mêmes leur

personnel. Le travail temporaire (intérimaire, étudiant, freelance) reste probablement la norme.

Le contenu des sites Internet des agences de recrutement spécialisées mentionnent généralement un revenu complémentaire et beaucoup s'orientent expressément sur un public jeune, encore aux études ou fraîchement diplômé. Les entretiens permettent d'établir que ce sont les conditions de travail, et non d'éventuelles discriminations à l'embauche sur base de l'âge, qui favoriseraient ce type de public. C'est sans doute pour limiter le turn-over et maintenir une réserve assez importante malgré des conditions de travail peu stables que les agences misent sur d'autres arguments tels que le plaisir de travailler, le développement de compétences ou encore une bonne ambiance et un management humain. Certaines accentuent leur politique de personnel jusqu'à offrir un circuit de développement personnel, une communauté, voire un réseau professionnel.

C. Compétences des hôtesse et hôtes d'accueil

Ce sont les savoir faire comportementaux qui définissent, en grande partie, les compétences déployées par une hôtesse/un hôte d'accueil au cours de ces prestations. Ils sont rejoints par des compétences sociales transversales. Ce sont des qualités intrinsèques sur lesquelles misent les entreprises car, selon elles, la fonction d'hôtesse ne nécessite pas d'expérience dans le domaine. L'expérience est, en effet, rarement mentionnée et n'est pas présentée comme un critère de sélection. En outre, la fonction ne requiert pas d'autre formation que celles que les agences assurent éventuellement, en propre, au terme du processus de recrutement.

Le profil attendu se dessine sur base de critères physiques, complétés par un sens relationnel permettant un déploiement facile et rapide des compétences sociales transversales ainsi que des langues. La littérature évoque une sélection esthétique et morale. Pour les organisateurs d'événements qui décident de recourir à des intérimaires et des étudiants qu'ils encadrent eux-mêmes, ce sont alors les critères de disponibilité et de motivation qui priment.

D. Hôtesse et hôte d'accueil... et ensuite ?

En terme de carrière, il est compliqué d'imaginer un important maintien des travailleurs dans ces activités. Sur leur site, les employeurs présentent d'ailleurs plus souvent d'autres avantages, comme le développement de compétences professionnelles (et personnelles), voire d'un réseau pour recruter des potentielles hôtesse. Une perspective de carrière n'est cependant pas écartée, ni par certains employeurs, ni par certains acteurs institutionnels.

Il semble en fait compliqué d'entrer dans le secteur par cette unique porte car cela implique de se maintenir dans cette fonction, pendant un certain temps, pour un revenu qui serait seulement complémentaire. De plus, il n'y a aucune garantie que cette expérience soit jugée comme suffisante, que ce soit pour intégrer une agence spécialisée dans le recrutement événementiel, dans une entreprise ou pour un service d'organisation d'événements.

Enfin, si les acteurs institutionnels parlent de développer une offre de formation, c'est soit pour d'autres métiers du secteur événementiel, soit pour des métiers en lien avec l'hospitalité au profit d'une mobilité entre les secteurs de l'événementiel, de la culture ou du tourisme.

E. Mesures préconisées

Au vu des différents éléments de la conclusion, il apparaît peu pertinent de développer une formation qualifiante spécifique à la fonction d'hôtesse ou d'hôte d'accueil dans l'événementiel.

En effet, le public visé, le type d'emploi, les conditions de travail, la nature complémentaire du revenu, les critères de sélection, les qualités valorisées et les perspectives limitées en matière de carrière ne permettent pas de dessiner les balises pour une insertion durable dans un emploi de qualité pour le public de BF métiers urbains.

Toutefois, la dimension plus transversale que peut prendre l'hospitalité soulève une nouvelle opportunité en matière de formation. On peut, pour cela, s'appuyer sur les deux éléments suivants :

- D'une part, le secteur événementiel, s'il peine à se structurer, reconnaît des connexions avec d'autres secteurs, tels que le tourisme, la culture, voire l'Horeca. Cela se vérifie notamment avec l'hospitalité qui, se définissant par cette notion d'accueil et d'accompagnement personnalisé, peut se concevoir de façon trans-sectorielle.
- D'autre part, l'activité d'hôtesse et hôte d'accueil ne requiert pas ou peu d'expérience et pas ou peu de formation car les employeurs misent sur une apparence (un physique) et une attitude, c'est-à-dire, entre autre, des savoir faire comportementaux et un sens relationnel déjà acquis. Il ne s'agit pas là de compétences innées, mais bien de compétences qui peuvent s'apprendre et se développer, pourvu qu'on y accorde le temps nécessaire. Elles sont en outre valorisables, notamment quand on considère les carrières (ou les possibilités de carrière) dans l'événementiel ou les secteurs connexes. De plus, les langues ont aussi leur importance bien que, dans l'accueil événementiel, les avis divergent quant au niveau requis.

Ainsi, la transversalité de l'accueil et la prédominance des savoir faire comportementaux sont les deux éléments qui inviteraient à considérer une formation de type préqualifiant et généraliste sur les secteurs de l'événementiel, de la culture, du tourisme, voire de l'Horeca. Celle-ci pourrait trouver sa place dans l'offre de BF tremplin.

Cette formation servirait à la découverte des métiers de contact, à l'orientation et à l'acquisition de compétences transversales (savoir faire comportementaux, compétences sociales transversales) et des langues pour l'ensemble de ces domaines. Elle permettrait donc d'ouvrir les demandeurs d'emploi (et plus encore, ceux qui ont un faible niveau de diplôme) à différents métiers de ces secteurs. Au terme de cette formation, chaque stagiaire pourrait confirmer son intérêt et concevoir un projet d'insertion professionnelle, connecté aux réalités et aux exigences du métier visé.

En lien avec cela, il serait également intéressant d'entamer une veille du secteur de l'événementiel (par exemple concernant les avancées pour la création d'une commission paritaire et l'évolution des services hyper-personnalisés), voire de prendre contact avec certains acteurs institutionnels importants. La même démarche pourrait aussi être opérée pour les secteurs connexes. Cette veille s'effectuerait dans l'optique de développer des formations professionnelles au-delà de la division classique induite par les secteurs. BF métiers urbains serait alors l'interlocuteur le plus indiqué pour cette veille.

A terme, ce travail collaboratif entre BF métiers urbains et les représentants sectoriels et publics des secteurs pourrait permettre la construction d'une offre qualifiante. Cette offre serait conçue de sorte à favoriser la sécurisation des parcours des stagiaires, mais aussi les carrières et la mobilité des travailleurs, notamment en élargissant les perspectives de réorientation entre ces secteurs.

VII. Bibliographie

R. Amirou, B. Pauget et A. Dammak, « L'identité des hôpitaux à partir de leurs sites Internet », *SociologieS*, en ligne, Théories et recherche, mis en ligne le 11 avril 2011, dernière consultation le 2 décembre 2022. URL : <http://journals.openedition.org/sociologies/3404>

O. Hidri Neys et Y. Remichi, « Privé vers Public. Le poids des apparences dans le recrutement du personnel d'accueil », *La nouvelle revue du travail*, en ligne, 7/2015, mis en ligne le 02 novembre 2015, dernière consultation le 24 janvier 2023, URL : <http://journals.openedition.org/nrt/2398>

M. Rivard, J. Gerard, S. Bataoui, C. Martin-Lacroux, « Un site Internet pour attirer les candidats ? Une étude typologique des pratiques des PME », *@GRH*, 2021/3 n°40, pp 61 à 88.

G. Schütz, « Hôtesse d'accueil. Les attendus d'un 'petit boulot' féminin pour les classes moyennes (enquête) », *Terrain & travaux*, 2006/1 n°10, pp. 137 à 156.

VIII. Annexes

Annexe 1 : Les entreprises mobilisées dans le cadre de l'analyse des sites Internet

Ces sites Internet ont été consultés pour recueillir le matériau présenté dans l'analyse des sites Internet. Pour chaque site, l'exploration et la récolte des informations à démarrer de la page d'accueil. La dernière consultation de ces sites date du 24 janvier 2023. Les recherches connexes sur les réseaux sociaux n'ont pas été reprises.

Etreac agency, https://www.etreac.com/
Double you agency, https://www.w-doubleyou.be/index-fr.aspx
Exception 2, https://www.exception2.be
All for the UE, http://www.all4theeu.eu/
Elite Events, https://www.elite-events.be/fr/accueil/
The Event, https://www.the-event.be/
Protéine, https://proteine.be/
Agence C, http://www.agence-c.be/fr
Maison rouge, https://www.maisonrouge.be/nl
Radarwerk, https://www.radarwerk.be/
Silver Tie, https://silvertie.be/
Mise en place, https://miseenplace.be/
G4S, https://g4seventsolutions.be/
Challenge MC, https://challenge-mc.be/fr
Xtra Via, https://www.xtravia.be/
Holy Host !, https://www.holyhost.be/
Prime impressions, https://prime-impressions.be/
Fashion Hostess, http://fashion-hostess.be/
All Assistance Agency, https://hostessenbureau-aaa.be/nl/
The Frontline Company, https://thefrontlinecompany.be/fr/
Tweepuntnul, https://tweepuntnul.be/

Annexe 2 : Les acteurs rencontrés dans le cadre de la réalisation d'entretiens qualitatifs

Les informations présentées ci-dessous ont été reprises à partir de la consultation des sites officiels des acteurs rencontrés, effectuée au moment de l'ouverture du terrain. Elles ont été complétées par les informations données en cours d'entretien, par les représentants de ces acteurs eux-mêmes.

BESA, ou Belgian event Supplier Association, fédération professionnelle (officiellement reconnue au conseil des indépendants et PME), a pour mission de défendre les intérêts de ces membres, prestataires événementiels belges, notamment face au gouvernement et aux autres partis. Parmi les groupes de travail conduits par la BESA, il existe un groupe de travail « Hospitality », qui « se penche sur le quotidien des agences actives dans le cadre d'événements, qu'il s'agisse d'hôtesse, de stewards, de parking boys ou de personnel catering ». La fédération est également membre du Conseil supérieur pour les indépendants et les PME. L'association regroupe plus de 250 membres, pour l'essentiel à Bruxelles et en Flandre.

FEBELUX est la fédération professionnelle du secteur Live Communication and Events, active en Belgique et au Luxembourg. Elle représente plus 100 membres des entreprises actives sur les salons, congrès, foires et événements B2B. La plupart de ses membres sont présents en Flandre, puis à Bruxelles. Selon la personne interrogée pour la fédération, c'est une partie du secteur qui a tendance à être sous-estimé, à tort, étant donné qu'il y aurait plus d'une centaine de salons organisés chaque année en Belgique. Dans le cadre de ses missions, la fédération informe et fait vivre toute une série de réseaux, dans et hors de la fédération.

Event Confederation se définit comme l'organisation faitière de 9 fédérations, formalisant des précédentes collaborations et alliances. En partenariat avec Unizo, l'objectif principal est de concevoir une Commission paritaire propre au secteur de l'événementiel. La confédération se présente comme l'interlocuteur le plus représentatif du secteur dans la gestion de la crise sanitaire. Elle regroupe plus de 1000 entreprises et indépendants du secteur événementiel.

visit.brussels est l'agence de promotion et de communication bruxelloise dédiée au rayonnement touristique, culturel et événementiel de la Région Bruxelles-Capitale, à la création d'expériences valorisant ses nombreux atouts et à l'accueil qualitatif de ses visiteurs. Il s'agit d'un organisme d'intérêt public subsidié par la Région de Bruxelles-Capitale. Dans le cadre de ses missions, visit.brussels conçoit et coordonne de multiples événements sur la Région, tant à destination du grand public (B2C) que des acteurs intermédiaires (B2B).

hub.brussels est l'Agence bruxelloise pour l'Accompagnement de l'entreprise. C'est un acteur public de soutien économique au service des entreprises bruxelloises reconnues pour leur pratiques innovantes et le fait d'améliorer l'attractivité de Bruxelles. Parmi les départements déployés par hub.brussels en matière d'accompagnement, il y a celui de **l'hospitalité** qui regroupe les secteurs du tourisme, de la culture et de l'événementiel. Dans cet écosystème de l'hospitalité, les agences d'hôtesse sont rattachées, aux côtés des organisateurs d'événements, mais aussi des tours opérateurs, agences de voyage, etc., au sous-secteur lié à l'information, au conseil et à l'organisation. Les missions réalisées sont le support économique, l'accélération le développement économique et la création d'entreprises, la possibilité d'être un lieu d'échange, de soutien et de création de nouvelles synergies. Un cluster reprenant des entreprises-membres ainsi que des experts sectoriels (événementiel, culturel et touristique), académiques et publiques vient en appui sur l'orientation des actions.