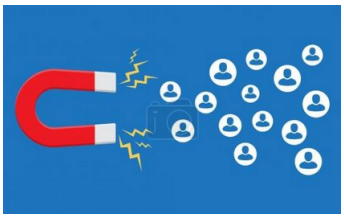
"Qui MEIIM me suive"

Service déconcentré - PFRH Centre-Val-de-Loire - 2022



L'attractivité et la fidélisation des agents sont des sujets clés pour les services de l'Etat. Le projet "Qui MEIIM me suive" vise à développer une marque employeur commune, de l'attractivité externe (présence sur les réseaux sociaux, forum de l'emploi, cursus et structures d'enseignement préparant aux concours et métiers de la fonction publique) jusqu'à la fidélisation des équipes (intégration, parcours professionnels,..).

Mobilité et parcours
Centre-Val de Loire
Ministère de l'Intérieur

Description du projet

Le projet consiste à mettre en place une marque/identité employeur commune aux 4 directions régionales du périmètre ATE puis à définir un plan d'action visant à déployer cette marque employeur. Cette démarche est née du constat des difficultés de recrutement dans la région et de la volonté des secrétaires généraux de la DREAL, de la DRAAF, de la DREETS et de la DRAC de travailler ensemble sur le sujet. Cinq ateliers de travail en mode créatif et participatif se sont déroulés de mai à octobre 2022 et ont abouti à l'émergence de cinq valeurs partagées qui rassemblent et guident l'action des services de l'ATE au quotidien : diversité, adaptation, protection, accompagnement, impartialité et loyauté.
Le groupe de travail a ensuite défini un plan d'action visant à valoriser cette marque employeur et améliorer l'attractivité des emplois dans la région. Celui-ci comprend trois axes :

1 - **Renforcer l'expérience candidat,** c'est-à-dire ce que ressent un candidat suite aux interactions avec le futur employeur. Les ateliers ont permis de partager les bonnes pratiques actuelles et de
prioriser les actions suivantes :

• Travailler sur les offres d'emploi et le descriptif de poste et créer une page commune sur Choisir le Service Public ;
• Publier les offres sur les réseaux sociaux ;
• Participer à des salons et manifestation autour de l'emploi après un travail de « sourcing » permettant d'identifier l'origine des candidats, notamment des jeunes passant les concours ;
• Réaliser des vidéos de présentation des métiers (notamment les métiers en tension) ;
• Professionnaliser et accompagner les cadres, éléments essentiels de la chaîne de recrutement.

2 - **Favoriser l'expérience collaborateur, c**'est-à-dire l'ensemble des interactions,

expériences vécues par un agent, de son intégration jusqu'à son départ (moments clés du parcours et quotidien professionnel). Les actions retenues sont :
• Améliorer l'intégration des nouveaux arrivants ;
• Valoriser les dispositifs permettant une meilleure conciliation entre vie professionnelle et vie personnelle ;
• Organiser des présentations communes des postes vacants dans le périmètre de l'ATE ;
• Mettre en place des réseaux d'échanges entre pairs en interministériel en s'appuyant notamment sur le réseau d'animateurs en codéveloppement.

3 - **Développer une communication ciblée** : élaborer une stratégie de communication la plus efficace possible par rapport aux moyens (prioriser les cibles, les médias et les éléments à valoriser
la diversité des métiers, l'accès aux offres d'emploi et concours, l'accompagnement professionnel, formation, valeurs, atouts de la région).
Le travail sur la marque employeur s'appuie :
- sur un kit méthodologique réalisé dans le département de l'Indre dans le cadre d'un projet lauréat du FIRH 2020
- sur un prestataire externe qui accompagnera les services dans la démarche et qui fournira :
- des prestations d'animation : réflexions sur les valeurs, marque employeurs,..
- des prestations d'appui à la production pour les supports de communication
- des prestations d'études : sourcing candidats

Phase 1 – Elaboration du socle de la marque Employeur

Clarifier les composantes d'une marque Employeur
- Tradition / Valeurs / Symboles
- Métiers /Rites / Rituels

Valider le périmètre de la marque employeur :
- Administrations concernées
- Acteurs à associer
- Valider les modalités d'association des équipes, le cas échéant

Phase 2 – Définition du plan d'actions visant à déployer la marque employeur

• Identifier les domaines de déploiement de la marque employeur : recrutement, fidélisation...
• Identifier les actions prioritaires à mettre en œuvre pour chaque domaine retenu
• Valider les modalités opérationnelles de mise en œuvre du plan d'actions : qui fait quoi, calendrier, ressources
associées

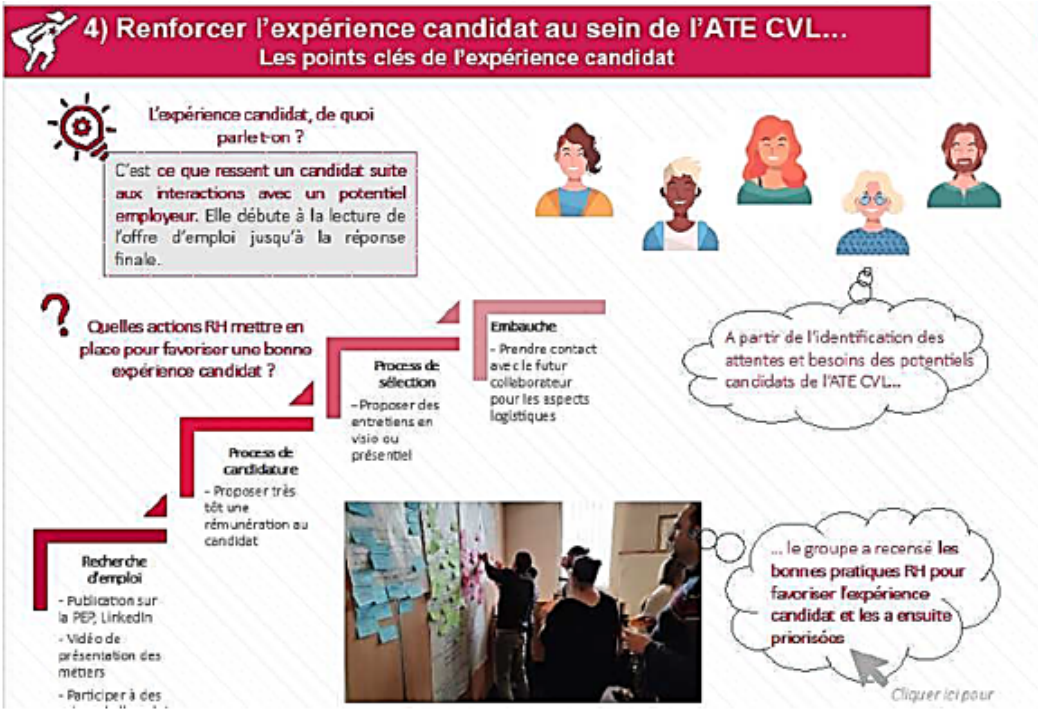
Les différents domaines de déploiement de la marque employeur sont validés et priorisés collectivement. Ils
peuvent notamment concerner :
• Le sourcing ;
• L'identification des canaux de communication ;
• L'identification des supports de communication à réaliser ;
• La mobilisation des réseaux sociaux ;
• Le positionnement sur les événementiels emploi en région ou sur les filières concernées ;
• Le recrutement ;
• L'intégration des nouveaux arrivants (onboarding)
• Les parcours professionnels ;

• La valorisation des dispositifs sociaux d'accompagnement des agents ;
• L'identité visuelle.

Phase 3 – Appui à la déclinaison opérationnelle du plan d'actions

• Suivre la mise en œuvre effective des actions validées collectivement
• Mettre en œuvre opérationnellement certaines actions : élaboration d'outils ou d'ingénierie, enquête, constitution de cahiers des charges, identification des prestataires, appui à l'organisation d'un évènement.

Exemple d'exercices lors des ateliers



Objectifs et finalités

Améliorer l'attractivité des services de l'État en région Centre-Val-de-Loire afin de favoriser les recrutements et fidéliser les talents
- Définir une marque employeur commune aux services régionaux du périmètre ATE
- Déployer un plan d'action attractivité
- Créer une cohésion et une dynamique entre les services de l'État en région afin de favoriser les mobilités et développer les synergies
- Attirer les jeunes et notamment les étudiants sur les emplois publics

L'appui à la mise en œuvre opérationnelle peut notamment concerner :
• Fiches outils
• Note d'information à destination des équipes
• Appui à la conception d'une enquête à mener auprès des agents pour connaître leurs cursus et parcours avant l'intégration de l'Administration Territoriale d'Etat
• Charte d'utilisation des réseaux sociaux
• Charte graphique / logotype de la marque employeur
• Rédaction d'un storyboard pour la réalisation d'un motion design de valorisation de la marque employeur
• Tableau de synthèse des événements et organismes auprès desquels valoriser la marque employeur
• Tableau de synthèse des dispositifs sociaux d'accompagnement

- Éléments constitutifs d'une marque employeur des Directions Régionales du périmètre ATE : valeurs communes, message

- Supports de communication : logo, motion design, kakemonos...
- Stratégie de présence sur les réseaux sociaux (Linkedin, Instagram, Twitter,..)
- Étude de sourcing sur l'origine des candidats recrutés ces dernières années dans la fonction publique dans le Loiret
- Version mise à jour du kit méthodologique de l'Indre enrichi des premiers retours d'expériences