

## CARRIÈRES

## Ressources humaines

### Pour recruter, les centres de gestion changent de com'

**Les centres de gestion rajeunissent leur communication afin d'attirer des candidats sur les postes qu'ils proposent.**

Comment convaincre les actifs, et les jeunes, de rejoindre la fonction publique territoriale? La question fait phosphorer les centres de gestion (CDG) en quête de la formule qui fera mouche auprès des candidats. En ce sens, leurs dernières campagnes de communication marquent un tournant, témoignant d'une volonté de « déringardiser » l'emploi et le recrutement dans les collectivités.

Le centre interdépartemental de gestion (CIG) de la petite couronne de la région Ile-de-France (332 collectivités et établissements affiliés, 145 000 agents gérés) a ainsi fait particulièrement fort, au printemps dernier, avec sa campagne « La territoriale en petite couronne fait son show », mettant en scène trois artistes de stand-up: Tania Dutel, Charles Nouveau et Reda Saoui. Chacun d'eux a imaginé un sketch proposant un regard décalé sur ce que représente le fait de travailler dans la FPT.

#### VIDÉOS, BANDE DESSINÉE...

Les vidéos sont diffusées depuis la mi-mars 2024 sur le web et les réseaux sociaux du CIG, de collectivités et établissements affiliés et des trois stand-uppers. « L'objectif était de montrer les facettes stimulantes des métiers territoriaux, en insistant sur leur utilité sociale et les valeurs du service public », rapporte Diana Devy, direc-

trice déléguée chargée des ressources humaines et de l'emploi territorial. Pour le seul compte LinkedIn du CIG, le post de présentation de la campagne a cumulé 48 300 vues (37 000 vues uniques) entre la mi-mars et la mi-juillet.

Le CDG de la Haute-Savoie (180 collectivités et établissements affiliés, 13 000 agents gérés) a, lui, opté pour le format bande dessinée, confiée à l'illus-

d'un maire. « De quoi faire prendre conscience de la réalité des métiers, de leur proximité et des possibilités de parcours professionnels », indique Valérie Bouvier, directrice générale des services.

#### HUMOUR DÉCALÉ

C'est également début 2024 que le CDG des Côtes-d'Armor (476 collectivités et établissements affiliés, 14 000 agents

repris dans ses offres d'emploi, le document présente la structure, les métiers, les raisons et modalités pour la rejoindre, ainsi que les « petits + »... dont « la plage à 7 minutes »! Ce CV inversé a également été décliné pour le service « intérim-missions temporaires » du CDG.

Les quatre CDG bretons (Côtes-d'Armor, Finistère, Ille-et-Vilaine, Morbihan) avaient ouvert la voie, début 2023, en lançant la marque employeur commune Den.bzh (Den signifie « l'être humain » en breton) et une campagne de communication grand public (affiches, encarts dans la presse...) volontairement disruptive, jouant avec humour sur les stéréotypes attachés au recrutement, à l'activité et aux carrières dans les collectivités.

Bon nombre d'idées reçues y étaient déconstruites, au moyen de slogans tels que « Vous pensiez vraiment que c'était pour les planqués ici? Chez nous, c'est tout l'inverse... La routine, on ne connaît pas! », accompagnés des hashtags « Change d'avis » et « Change Ta vie ». ● Maud Parnaudeau



S. KOWALCZYNSKI / CIG P.C.

**« L'objectif était de montrer les facettes stimulantes des métiers territoriaux, leur utilité sociale et les valeurs du service public. »**

Diana Devy, directrice déléguée chargée des ressources humaines et de l'emploi territorial du CIG petite couronne

tratrice Myriam Bouima, pour parler et faire parler de la FPT. Diffusée planche par planche depuis le début de l'année, sur le site et les réseaux sociaux du CDG, elle sera publiée en version papier une fois les douze pages rendues publiques. Sous le titre « FPT, agents en action », on peut y suivre une enquête menée à travers divers services municipaux, après l'assassinat

gérés) a lancé son CV inversé (ou CV employeur). Ici aussi, avec l'idée de casser les codes du recrutement.

« Cet outil permet d'établir une relation plus horizontale et moins formelle avec le candidat », explique Benjamin Delaroche, conseiller en organisation. Disponible en ligne sur le site du CDG, sur ses réseaux sociaux et systématiquement

#### Marque employeur: la boîte à outils sénatoriale

**Comment rénover l'image de la FPT pour en faire un vecteur d'attractivité et de compétitivité?** Le rapport des sénateurs Catherine Di Folco, Cédric Vial et Jérôme Durain, du 28 mars 2024, relatif à la mission sur l'attractivité de la fonction publique territoriale et la marque employeur, donne des pistes pour agir, dans un domaine qui a l'avantage de dépendre et de reposer « uniquement sur la volonté de faire de la collectivité, de ses élus et de ses équipes

administratives », rappellent les rapporteurs. Choisir une strate géographique pertinente, définir une identité et une proposition employeur claires, considérer le recrutement et la fidélisation des candidats, utiliser la palette d'outils numériques, faire évoluer la marque employeur à mesure que la collectivité se transforme et associer toutes les parties prenantes sont autant de facteurs clés de réussite identifiés dans le rapport, qui se veut être une boîte à outils.