



MINISTÈRES
TRANSITION ÉCOLOGIQUE
COHÉSION DES TERRITOIRES
MER

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Secrétariat Général - DRH

Facilitateur de vos transitions
#CMVRH



Marque employeur et attractivité

Rencontres CVRH

5 avril 2023

Centre Ministériel de Valorisation
des Ressources Humaines

CVRH de Tours

Marque employeur : définition

Concept développé dès les années 90 par Ambler et Barrow (1996) dans un contexte de « guerre des talents » dans lequel chaque organisation devait devenir un « employeur de choix » sur un marché de l'emploi identifié.

« L'ensemble des avantages fonctionnels, économiques et psychologiques » proposés par une organisation et permettant de « l'identifier comme employeur ».

→ Mettre en valeur tous les atouts de l'entreprise en les marketant.

La marque employeur renvoie à :

l'image de l'entreprise

la réputation de l'organisation en tant qu'employeur

une promesse employeur

Marque employeur : composantes



La marque employeur du service public

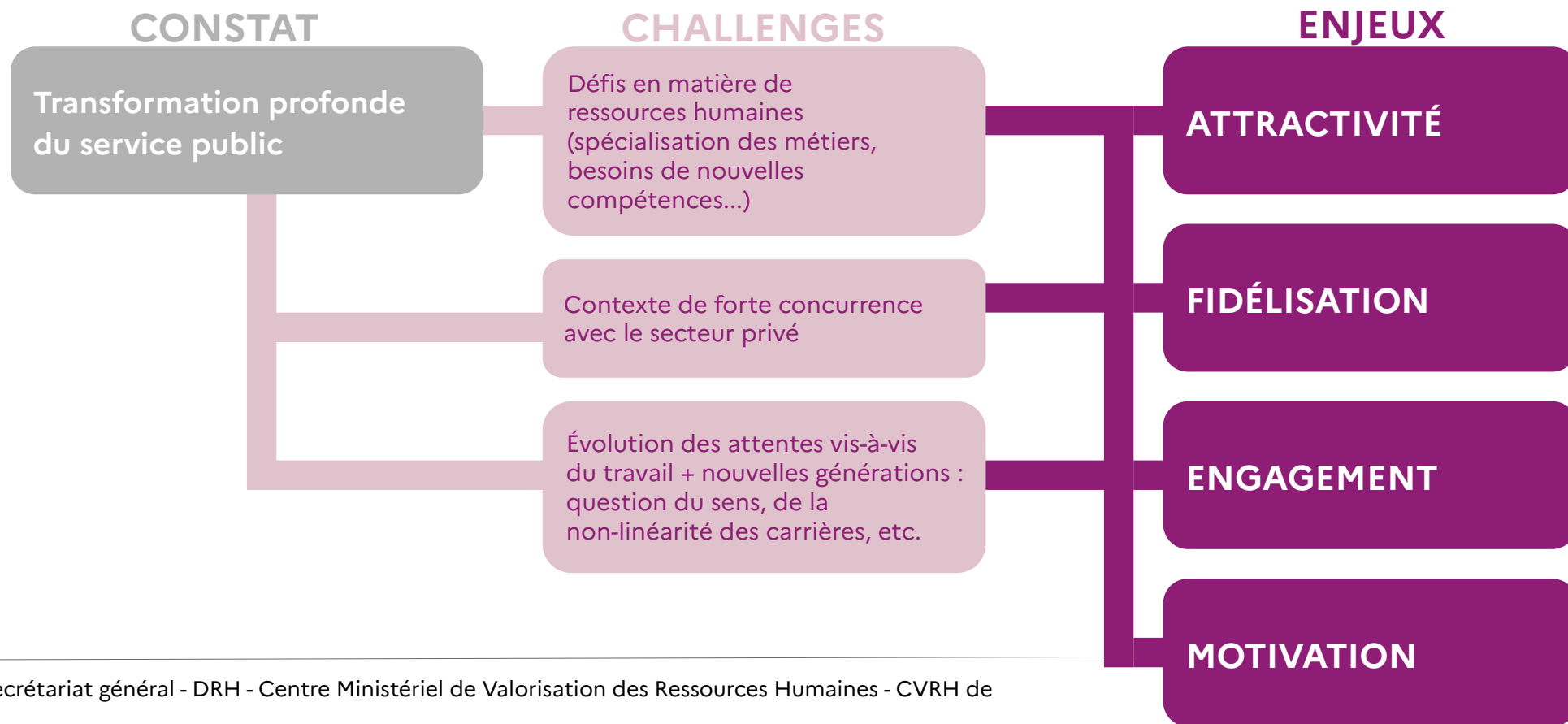
Le constat

Désaffection croissante,
en particulier des **jeunes,**
vis-à-vis des métiers de la
fonction publique

En 25 ans, le nombre
de candidats qui se
présentent aux concours
de l'État a été **divisé**
par trois

Image de la fonction
publique et idées
recçues

Pourquoi développer une marque employeur ?



La marque service public

Sondage lancé par Etalab (Direction interministérielle du numérique)
« Qu'est-ce qui vous motive à rejoindre le service public ? »

- servir l'intérêt général (84%)
- donner du sens à leur travail (59%)
- avoir un impact sur le quotidien (53%).

- Thématiques les plus prisées ;
- l'écologie (71%)
 - la culture (58%)
 - l'éducation nationale (53%)
 - l'enseignement supérieur et la recherche (50%)
 - la santé (46%)

Cet engagement est une réponse au besoin souvent exprimé de **se sentir utile** et de **donner ou redonner du sens à son travail**.

Consolider la culture « service public » qui rassemble ses **valeurs** et dans lesquelles les agents se retrouvent

Bénéfices de développer une ME

La marque employeur a un impact positif sur plusieurs dimensions RH :

L'attractivité de l'organisation, sa réputation et son image

La qualité des candidatures grâce à une meilleure adéquation des profils

Le coût des recrutements

L'engagement, la fidélisation des collaborateurs et le développement du sentiment d'appartenance

Fort enjeu **d'image**, **d'innovation**, de **transformation** et qui est confronté à des difficultés grandissantes de recrutement.

Comment développer la ME de son institution pour attirer et fidéliser ? (1/2)

Se différencier

Analyser l'organisation

1

Réaliser un premier diagnostic (analyse des processus RH, sourcing, recrutement, intégration, formation etc.) et identifier les difficultés associées.

Élaborer une stratégie marque employeur en co-construction avec l'ensemble des parties prenantes : permet de mesurer sa présence digitale et d'analyser son image employeur. Il est également l'occasion de sonder de potentiels candidats pour connaître les facteurs d'attractivité ou ceux qui font défaut à l'organisation.

Identifier et développer sa proposition de valeur

2

Interne et externe, met en lumière l'identité de l'organisation et rentre dans une stratégie globale qui est assurée par une bonne cohérence des actions RH et marketing.

Occasion de mettre en valeur les atouts de l'organisation (équilibre entre vie privée et vie professionnelle, télétravail, transformation de l'organisation, etc.).

Comment développer la ME de son institution pour attirer et fidéliser ? (2/2)

Communiquer cette proposition de valeur

3

- En interne pour informer de la stratégie marque employeur et sensibiliser l'ensemble des collaborateurs (et en particulier ceux des équipes RH et de la communication) à l'importance de cette démarche
- En externe auprès des potentiels candidats et du grand public.

Tenir cette promesse par son action réelle

4

Nécessaire de considérer les collaborateurs, les candidats mais également les agents ayant quitté l'institution. Non seulement, les candidats doivent se voir offrir la meilleure expérience possible tout au long de leur recrutement (information de l'état de candidature, retour après refus, etc.) mais il en est de même pour les collaborateurs dans leurs interactions avec les services (respect des conditions de travail et de l'équilibre vie professionnelle/vie personnelle, réponses rapides aux sollicitations, etc.).

Se différencier

Développer sa marque employeur externe (1/2)

**Comment attirer
les bons candidats ?**

**Développer une communication digitale,
fraîche, innovante et cohérente**

1

95% des personnes en recherche d'emploi effectuent des recherches sur leur potentiel employeur avant de postuler.

Public jeune et/ou connecté

Diversité des formats et plateformes (de la PeP à Instagram)

Soigner ses offres d'emploi

2

99% des candidats déclarent que la description du poste est l'élément de contenu le plus important pour le choix de poursuivre le processus de recrutement ou non

Informations précises concernant le salaire et les avantages du poste

Adaptation et diffusions aux outils digitaux et les réseaux sociaux

Vigilance aux éléments de discrimination

Développer sa marque employeur externe (2/2)

**Comment attirer
les bons candidats ?**

Encourager les agents à devenir ambassadeurs

3

Les collaborateurs sont les personnes qui vivent la marque employeur au quotidien → meilleurs ambassadeurs via le bouche-à-oreille, les réseaux sociaux ou tout autre canal de communication.

Donner tous les codes de cette communication : diffuser la stratégie de communication RH, fournir des supports (images, logo, textes, etc.), inviter ses collaborateurs à partager du contenu ou à interagir (commenter et partager des publications) et proposer des formations à l'utilisation des réseaux sociaux professionnels.

Moderniser les recrutements

4

Miser sur **l'expérience candidat** et faire des candidats les ambassadeurs de la marque employeur !

Développer sa marque employeur interne (1/2)

**Comment
fidéliser
ses agents ?**

Une organisation de travail plus souple :
liberté et flexibilité

1

- une organisation de travail plus souple qui allie liberté et flexibilité (ex : télétravail)
- un environnement de travail plus digital et fédérateur
- un management plus horizontal et libéré

Un environnement de travail plus digital et fédérateur

2

Accélérer la transformation numérique ; flexibilité des outils, etc.
Repenser ses espaces de travail

Développer sa marque employeur interne (2/2)

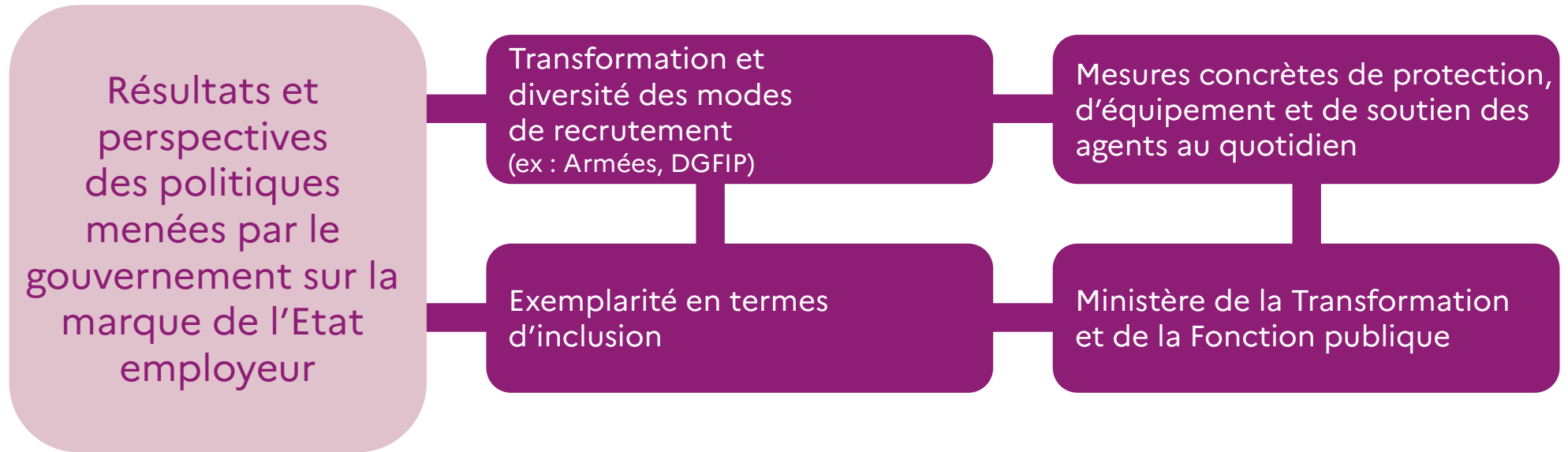
**Comment
fidéliser
ses agents ?**

Un management plus horizontal et libéré

3

- Responsabiliser et impliquer ses collaborateurs dans la transformation de l'organisation
- Vers l'administration libérée ?
- Appliquer le design aux Ressources humaines
- Développer l'intraprenariat au sein des institutions
- Miser sur l'expérience collaborateur

La marque employeur du service public



Amélie de Montchalin, 8 février 2022

La marque employeur du service public

choisir le service public .gouv.fr

Pourquoi choisir le service public ?

Les agents publics font vivre, sur tout le territoire les valeurs de la République et construisent l'avenir de la France. Ils ont choisi des métiers de sens, d'audace et d'action au service des Français.

Faites comme eux, choisissez le service public.

[Je choisis le service public](#) [Je découvre le service public](#) [Voir la video](#)

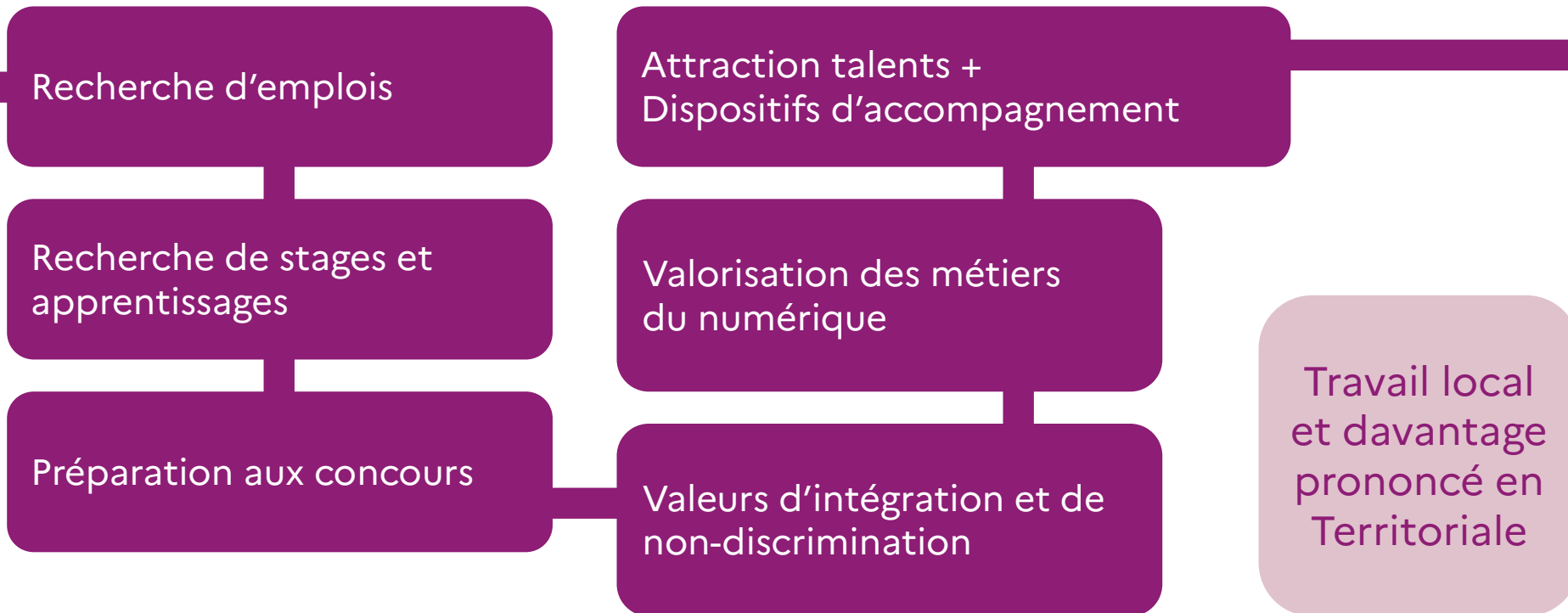
Issue d'un travail interministériel

Contribue à renforcer l'attractivité des métiers de la fonction publique

Dynamise la mobilité des agents entre les différents employeurs Publics (3 versants FP)

Formulation d'une promesse employeur : « Faire vivre ce qui nous unit et construire une société juste, durable et innovante » .

Portail « choisir le service public »



Portail « choisir le service public »



MINISTÈRES
TRANSITION ÉCOLOGIQUE
COHÉSION DES TERRITOIRES
TRANSITION ÉNERGÉTIQUE
MER

Découvrez notre site !

Ministères Transition écologique et Cohésion des territoires, Transition énergétique et Mer

3369 offres d'emploi



MINISTÈRES
TRANSITION ÉCOLOGIQUE
COHÉSION DES TERRITOIRES
TRANSITION ÉNERGÉTIQUE
MER

Secrétariat général, ministères Transition écologique et Cohésion des territoires, Transition énergétique et Mer

3369 offres d'emploi

Qui sommes-nous ?



Un pôle ministériel formé par trois ministères, ouvrant à plus d'une centaine de métiers pour répondre à des enjeux essentiels de notre époque tels que notamment la transition écologique, la lutte contre le dérèglement climatique, mais également la prévention des risques, le développement d'une mobilité durable et innovante, la construction de nouveaux logements et la rénovation du parc existant, la réduction des inégalités entre nos territoires, et le rayonnement maritime.

C'est ce qui constitue notre richesse.

Notre ambition : contribuer à la préservation de la planète et à l'amélioration du cadre de vie des Français à l'échelle de leurs quartiers, de leurs villes et de leurs territoires.

Nous agissons au quotidien pour construire un monde plus durable, dès maintenant et pour demain.

Vous partagez cet engagement ? Rejoignez-nous !

Chiffres clés

38 500

agents dont 32 000 en services territoriaux

24 000

agents au sein des opérateurs (établissements publics)

44 / 56

% Femmes / % Hommes

140

services territoriaux, une centaine d'établissements publics sous tutelle

Qui sommes-nous ?



Le secrétariat général (SG) rend possible la mise en œuvre des politiques nationales dans le champ de la transition écologique, de la cohésion des territoires et des enjeux maritimes.

Nos missions

Le SG garantit le bon fonctionnement du ministère de la transition écologique et de la cohésion des territoires, du ministère de la transition énergétique et du secrétariat d'Etat chargé de la mer.

Nos missions s'organisent autour de trois objectifs :

- Fournir aux ministères et à leur administration les services essentiels à leur fonctionnement quotidien et à la conduite des politiques publiques (ressources humaines, budget, expertise juridique, numérique, communication, action européenne et internationale...)
- Piloter et animer un grand pôle ministériel à réseaux, s'appuyant sur des services déconcentrés régionaux et départementaux et exerçant la tutelle d'un grand nombre d'établissements publics ;
- Innover et transformer au service d'une action ministérielle plus efficace, plus proche du terrain et orientée vers les résultats.

Nos métiers

Nos métiers embrassent l'ensemble des fonctions essentielles : finances, budget, comptabilité, ressources humaines, formation, logistique, informatique... mais aussi la stratégie, le conseil interne, la communication, l'événementiel, l'international, la gestion et l'accompagnement de projets...

Notre action, s'exerce en France - à Paris comme en régions, dans l'hexagone comme outre-mer - mais également dans le monde où nous portons les priorités du pôle ministériel dans les instances européennes et internationales.

Le SG recrute chaque année près de 200 agents sur des métiers aussi variés que passionnants. Le poste sur lequel exercer vos talents s'y trouve forcément.

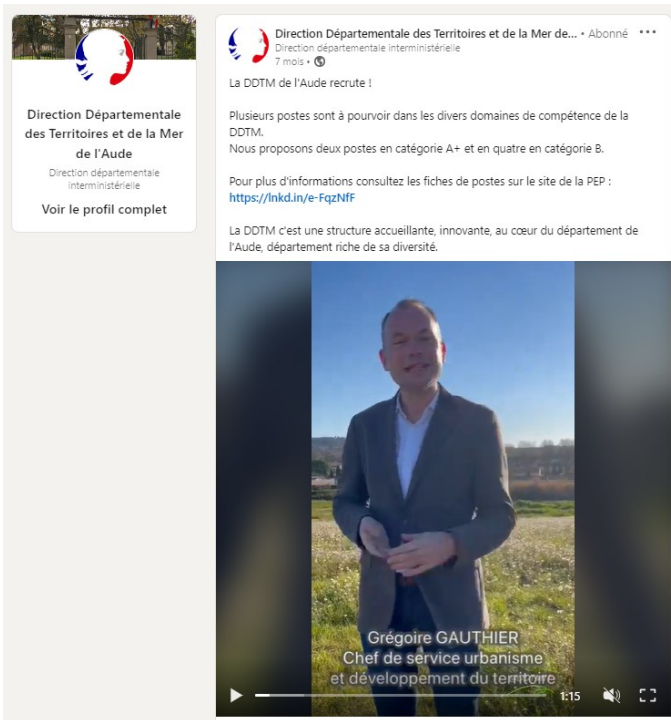
Notre organisation

Des pages employeurs dédiées

Présence numérique sur les réseaux
#CMVRH
#Choisirleservicepublic

Harmonisation des offres d'emploi

Des initiatives déjà engagées



Direction Départementale des Territoires et de la Mer de l'Aude
Direction départementale interministérielle
7 mois · 🌐

La DDTM de l'Aude recrute !

Plusieurs postes sont à pourvoir dans les divers domaines de compétence de la DDTM.
Nous proposons deux postes en catégorie A+ et en quatre en catégorie B.

Pour plus d'informations consultez les fiches de postes sur le site de la PEP : <https://lnkd.in/e-FqzNfF>

La DDTM c'est une structure accueillante, innovante, au cœur du département de l'Aude, département riche de sa diversité.

Grégoire GAUTHIER
Chef de service urbanisme et développement du territoire



Jean-Philippe DENEUVY · 1er
Directeur DREAL Auvergne-Rhône-Alpes
Lyon, Auvergne-Rhône-Alpes, France · **Coordonnées**
Plus de 500 relations
Aniela CALANDRA, Florence VALLET et 36 relations en commun

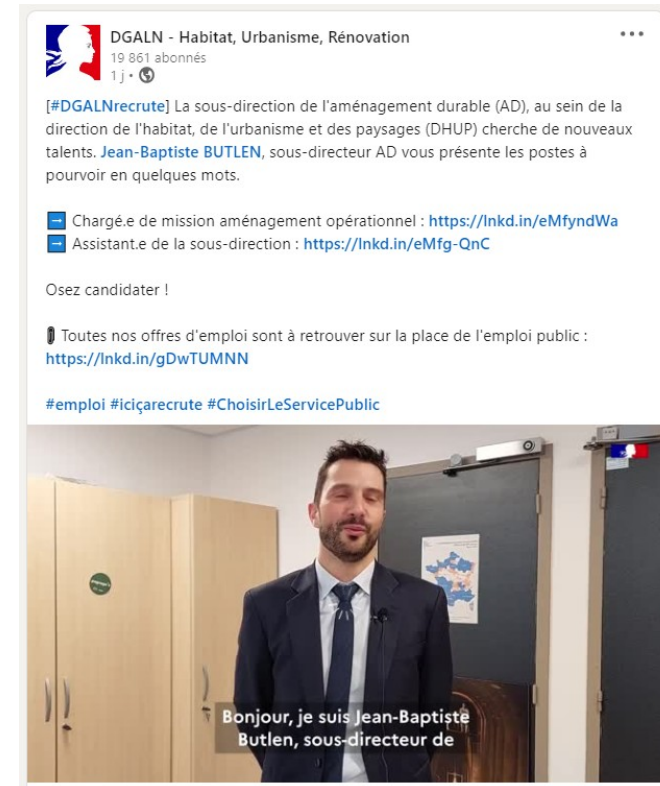
DREAL Auvergne-Rhône-Alpes

Message Plus

Infos

Ce compte est au service de la DREAL Auvergne-Rhône-Alpes.
La direction régionale de l'environnement, de l'aménagement et du logement, ce sont près de 1000 agents investis au service de la transition écologique. À travers une diversité de politiques publiques et de métiers.
Grâce à ce compte, nous communiquerons sur nos sujets et nos actualités, aux côtés de nos partenaires. ... voir plus

Des initiatives numériques locales



DGALN - Habitat, Urbanisme, Rénovation
19 861 abonnés
1 j · 🌐

[#DGALNrecrute] La sous-direction de l'aménagement durable (AD), au sein de la direction de l'habitat, de l'urbanisme et des paysages (DHUP) cherche de nouveaux talents. **Jean-Baptiste BUTLEN**, sous-directeur AD vous présente les postes à pourvoir en quelques mots.

Chargé.e de mission aménagement opérationnel : <https://lnkd.in/eMfyndWa>
Assistant.e de la sous-direction : <https://lnkd.in/eMfg-QnC>

Osez candidater !

Toutes nos offres d'emploi sont à retrouver sur la place de l'emploi public : <https://lnkd.in/gDwTUMNN>

#emploi #iciacrecrute #ChoisirLeServicePublic

Bonjour, je suis Jean-Baptiste Butlen, sous-directeur de

L'accompagnement des services

DDTM 40 : rendre les
Fiches de poste attractives

Appui et formation aux
recruteurs

DDTM 64 : démarche PIEC
pour l'intégration et la
fidélisation des agents

DREAL CVL : portraits vidéos
des métiers de la DREAL

Présence numérique du
CMVRH / MTE

Services hors ZGE ;
DREAL ARA, DREAL BFC,
Nombreuses DDT(M)

Une marque employeur locale / CMVRH ?

Ambassadeurs
du #CMVRH

Bouche à oreille
Réputation

Exemples

Réseautage

Sites internet
Actions de communication
Salons / Participations

Et vous ?

Favoriser l'inclusion

Faciliter l'apprentissage