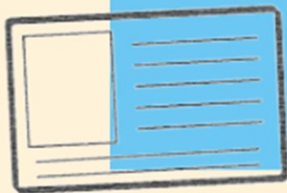


Communiquer



Valeurs



Identité

Guide

de la

marque employeur



Réputation

Attractivité



Fidéliser

Sommaire

Introduction	p. 3
Partie 1 - Éléments de cadrage	p. 4-14
Contexte	p. 5-14
Partie 2 - Construire sa marque employeur	p. 15-24
C'est quoi la marque employeur ?	p. 16-17
Pourquoi la construire ?	p. 18
Comment la construire ?	p. 18-21
Diffuser la marque employeur	p. 22-24
Bibliographie	p. 25
Annexes	p. 25

Introduction

Les collectivités, face aux difficultés de recrutement, se posent de plus en plus souvent la question de mettre en place une « marque employeur ».

Un groupe de travail, au niveau de la région, a collaboré pour offrir aux collectivités une méthode pour accompagner la mise en place de cette marque employeur.

Mais qu'est-ce qu'une marque employeur ? Associé à la notion d'attractivité, on mélange le souhait d'attirer sur son territoire et d'en faire un outil de marketing, mais aussi un enjeu de recrutement et de fidélisation. Comment concilier les deux ? Il ne suffit pas de le vouloir pour que cela soit réussi.

La marque employeur est d'abord et avant tout un acte de sincérité, le reflet de ce qu'est la collectivité, son identité, de la politique qu'elle entend développer sur son territoire mais aussi en interne.

La marque employeur affiche les convictions, les valeurs, la culture de la collectivité pour donner envie de la rejoindre sous une forme ou une autre. Elle crée une dynamique vertueuse mais elle doit être pensée, réfléchie et en cohérence avec des actes.





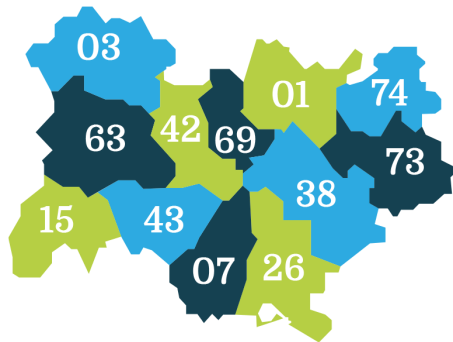
Partie 1

**Le contexte dans lequel
s'inscrit l'attractivité
de la FPT**

Contexte :

Les enjeux territoriaux face aux défis de l'attractivité et de la fidélisation

Les quinze Centres de Gestion de la fonction publique territoriale de la région Auvergne Rhône Alpes ont engagé en 2022 un travail collectif sur les enjeux de l'attractivité et de la fidélisation des agents territoriaux par leurs employeurs.



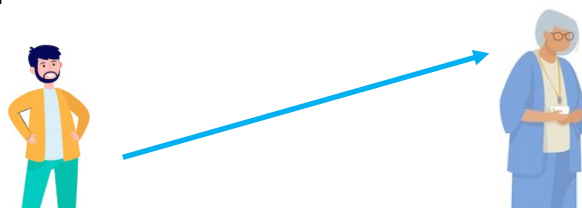
En Haute-Savoie, une enquête conduite auprès de plusieurs catégories d'acteurs territoriaux (Elus, Directions générales, préventeurs) au premier semestre 2022 a permis de mettre au jour des points forts et des domaines de progrès parmi les actions mises en œuvre par les employeurs pour parvenir à attirer les meilleurs talents et les conserver durablement parmi leurs effectifs.

Ce propos introductif formalise le regard porté par les Centres de Gestion de la région Auvergne-Rhône Alpes sur ces enjeux d'attractivité et de fidélisation dans les métiers de la fonction publique territoriale, formule leurs convictions, qui pourront ensuite être déclinées en propositions d'actions et en outils.



1. Sous l'effet du vieillissement de la population, l'Europe est engagée dans une forte décroissance démographique des populations en âge de travailler, dont les conséquences sont déjà perceptibles à l'échelle de l'emploi territorial.

L'Europe (analyse Xerfi, étude Eurostat : voir bibliographie) est depuis plusieurs années engagée dans une forte décroissance démographique des populations en âge de travailler : ce seraient, chaque année, 80 nouveaux actifs qui rentreraient sur le marché du travail, pour 100 départs en retraite.



Les études récemment produites dans le contexte de la réforme du système de retraites semblent indiquer, pour leur part, qu'une telle tendance s'accroîtrait jusqu'à l'horizon 2030 (voir bibliographie).

Alors même que les missions confiées aux employeurs territoriaux se développent, se diversifient et se réinventent pour accompagner la transformation des besoins sociétaux, la population qui rejoint le marché du travail se restreint.

Le secteur public territorial constate d'ores et déjà les effets directs de cette raréfaction, qui entraîne des conséquences directes sur la qualité du service public au quotidien : fermeture de services d'urgences, fermeture de piscines, restriction des horaires d'ouverture des crèches, réduction des tournées de collecte des ordures ménagères par exemple. C'est ainsi, en pratique, toute la qualité du cadre de vie quotidien qui se trouve déjà directement touchée.

Interroger les enjeux de l'attractivité et de la fidélisation impose ceux de la santé et de la qualité de vie au travail des agents des collectivités. Au-delà du fait que la qualité des conditions de travail fasse partie des « promesses » essentielles de l'employeur et de ses obligations réglementaires, dans une perspective d'efficience globale du service au citoyen, l'impact positif de l'attractivité et de la fidélisation ne se perçoit en effet que si les agents déjà présents demeurent effectivement employables à tous les âges de leur carrière : dans le cas contraire, le recrutement de talents n'aurait comme seule finalité de pallier les absences pour raison de santé.

2. Contraints par cette situation, des concurrences entre employeurs se développent sous des formes inédites, mettant l'emploi territorial sous tension.



Sous la pression d'une telle raréfaction, la concurrence entre employeurs se développe selon des configurations nouvelles :

Entre secteur privé et secteur public : en Auvergne Rhône Alpes, avec l'essor d'une concurrence frontalière assumée avec les employeurs suisses, qui organisent le recrutement de professionnels sur les départements français limitrophes ; Dans les territoires en lisière de bassins économiques dynamiques, avec le développement de nouvelles passerelles du secteur public vers un secteur privé qui trouve dans l'emploi territorial des professionnels qualifiés à des niveaux de rémunération compétitifs.

Entre employeurs publics, contraints de se faire concurrence, au risque d'une inflation déraisonnable sur les régimes indemnitaires, dans une relation asymétrique où les employeurs les plus importants seraient voués à soustraire aux plus petits des talents qui leurs sont pourtant également nécessaires. Faudrait-il alors envisager la conduite de réflexions à l'échelle de bassins d'emploi, inventer de nouvelles formes de mutualisation, imaginer des approches territorialisées fondées sur la coopération à l'échelle des « bassins de vie » ?

Ces réalités s'inscrivent dans un contexte d'hyper-ruralité de certains territoires, dont l'enclavement logistique entrave leur capacité à attirer les profils recherchés, puis à développer leurs compétences du fait de difficultés d'accès à la formation continue (notamment pour celle qui se prête mal à une mise en œuvre en visioconférence).

3. Tous secteurs confondus, le rapport au travail qu'entretiennent les générations qui rejoignent aujourd'hui le marché de l'emploi oblige les employeurs à imaginer de nouvelles formes d'emploi, adaptées et attractives.

Les générations qui rejoignent aujourd'hui le marché de l'emploi (« Génération Z ») entretiennent un rapport au travail radicalement différent de celui de leurs aînés : primauté de la recherche de sens et de valeurs, forte sensibilité aux enjeux sociétaux et environnementaux, culture digitale native, relation à l'entreprise et au monde du travail parfois complexe, marquée par l'expérience de leurs aînés.



Ces caractéristiques ne sont « *ni bonnes, ni mauvaises* », mais doivent être intégrées par les employeurs territoriaux souhaitant bâtir des politiques de l'emploi adaptées et attractives. Elles peuvent constituer des opportunités pour le secteur public territorial, dont les métiers se caractérisent par un sens très développé et une culture porteuse de valeurs en accord avec les aspirations de ces générations (ancrage territorial, « circuits courts », responsabilité sociétale et environnementale, notamment).

Pour que ces opportunités puissent être saisies, sans doute la culture managériale, les formes d'organisation du travail, les leviers de la motivation et de l'engagement durable des agents doivent ils évoluer ?

4. Dans un tel contexte, quels atouts, quels freins, quelles conditions de succès pour la Fonction Publique Territoriale ?

Si un tel panorama met au jour une diversité de situations constitutives d'autant de freins à l'attractivité et la fidélisation des personnels (hyper-ruralité et enclavement territorial, concurrence entre employeurs publics et avec le secteur privé, notamment), il faut dans le même temps **considérer les nombreux atouts dont dispose la Fonction Publique Territoriale.**

En réponse à des générations plus que jamais à la recherche de sens dans leur engagement, **les métiers territoriaux se distinguent par leur forte utilité sociale.**



Leur inscription territoriale (collecte et traitement des déchets, qualité de l'eau...) les mobilise **en première ligne de l'action environnementale et de la lutte contre le changement climatique**. *Une telle caractéristique est-elle pour autant suffisamment connue, les Conférences Régionales pour l'Emploi peuvent-elles contribuer à combler ce déficit d'image ?*

En s'invitant dans le quotidien des collectivités territoriales, avec la volonté de relever le défi de maintenir les services publics locaux de proximité (crèche, gestion des déchets, périscolaire ...), la transition démographique, les défis écologiques, numériques et économiques imposent ainsi le besoin de ressources humaines de talent et en capacité de relever de telles transformations.



La prise de conscience des décideurs territoriaux, à tous leurs niveaux de responsabilités, constitue une condition nécessaire de succès des travaux qu'il convient d'engager sans attendre. L'attractivité des métiers de la Fonction Publique Territoriale doit être envisagée selon une grille de lecture en accord avec l'époque : sans doute travailler dans la Fonction Publique Territoriale a-t-il depuis longtemps, par exemple, cessé d'être vécu comme un privilège qui dispenserait l'agent de toute attente de sens et de perspectives d'évolution professionnelle ?

Parmi les élus comme parmi les cadres dirigeants des collectivités, **le courage et l'excellence managériale doivent se montrer à la hauteur des défis du moment, la « boîte à outil RH » des employeurs territoriaux doit être comprise, maîtrisée et mobilisée à bon escient sur l'ensemble de ses dispositifs**, y compris les plus récents (la Rupture Conventionnelle, par exemple).

5. Dans un tel contexte, quatre moments clefs de la carrière professionnelle concentrent les priorités d'actions.

- En amont de l'arrivée sur le marché du travail, les liens avec les établissements d'enseignement doivent permettre d'accroître la notoriété des métiers de la Fonction Publique Territoriale. Un tel « ancrage » n'est pas à réserver au seul enseignement supérieur. Des temps de présentation peuvent utilement être organisés dès le lycée voire le collège (Via l'expérimentation du jeu développé par le CDG74, notamment).



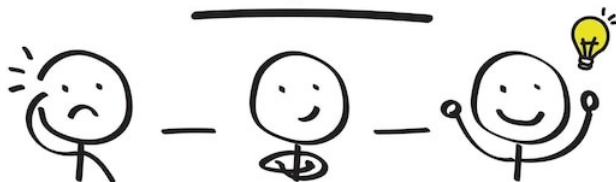
- La mobilisation opérationnelle du sens et de l'utilité sociale des métiers de la Fonction Publique Territoriale pour les agents en recherche de réorientation ou de transition professionnelle : la crise COVID a mis au jour un mouvement de fond de désir de transitions professionnelles, de réexamen des situations professionnelles individuelles, et l'existence de salariés à la recherche de reconversions professionnelles leur offrant davantage de sens et d'utilité sociale : les métiers de la Fonction Publique Territoriale correspondant à ces caractéristiques, quelles opportunités professionnelles proposer à ces personnes, comment les identifier et rendre les métiers de la FPT attractifs ?

- **La politique d'accueil et d'intégration des personnes intégrant la collectivité** : comment penser l'articulation entre la fin d'un processus de recrutement et les premiers jours de l'accueil dans la collectivité ? Comment accompagner la montée en compétences et l'intégration des nouveaux agents dans les premiers mois de leur présence dans la collectivité ? La réussite de ces moments est essentielle à l'intégration durable d'un agent en collectivité.

- **La fidélisation des agents confirmés, dotés d'une expérience professionnelle conséquente** : dans le contexte de la raréfaction durable des expertises sur le marché du travail (cf. supra), comment fidéliser les personnels en seconde partie de carrière, dont le profil se révèle très attractif pour les employeurs ? De quels leviers dispose-t-on ?



6. Les Centres de Gestion, acteurs de référence de l'emploi territorial, doivent s'engager dans le développement d'outils et services opérationnels au profit des employeurs territoriaux et la valorisation des services existants



Les centres de gestion, partenaires de proximité et acteurs majeurs dans la gestion des ressources humaines pour toutes les collectivités, s'imposent naturellement dans l'accompagnement de ces dernières pour dynamiser le recrutement vers la Fonction Publique Territoriale. Ils envisagent le développement d'outils et services renouvelés.

L'enquête réalisée au printemps 2022 auprès des acteurs territoriaux de Haute-Savoie a notamment mis en évidence des attentes dans les domaines suivants :

- Qualité des processus de recrutement ;
- Formation continue des personnels ;
- Développement de la marque employeur ;
- Renforcement du recours à l'apprentissage, à l'alternance ;
- Vivier de remplaçants et de détection des talents ;
- Aide au logement ;
- Dynamisation des carrières ;
- Forums de l'emploi ;
- Amélioration des pratiques RH, benchmarks de bonnes pratiques ;

L'organisation du travail constitue sans doute également un champ d'innovation à considérer de manière globale par les collectivités.

Dans une perspective plus large encore, la construction des conditions de l'attractivité et de la fidélisation intéresse d'autres métiers que ceux de la fonction « ressources humaines ». Pour faciliter le logement des nouveaux arrivants, certaines collectivités développent le recours au « bail réel solidaire » avec les bailleurs sociaux, offrant ainsi la possibilité de dissocier le foncier du bâti, et ainsi faire baisser le coût des logements, par exemple.



7. Une ouverture du cadre réglementaire est indispensable.

Le développement de l'attractivité des collectivités territoriales, la mise en œuvre de dispositifs de fidélisation nécessite de mobiliser le cadre institutionnel et réglementaire.

Le Statut de la Fonction Publique Territoriale présente tout à la fois des atouts, mais également des contraintes, dans la latitude donnée aux employeurs sur les modalités de rémunération, d'évolutions professionnelles notamment.

Sans doute le cadre réglementaire doit-il évoluer sur plusieurs aspects.

Partie 2

Construire sa marque employeur



Avant de répondre à une annonce, 95%* des candidats regardent sur internet la notoriété de la structure sur laquelle ils entendent postuler. Le secteur public n'échappe pas à cette e-réputation.



Ce chapitre a vocation à accompagner ceux qui souhaitent réfléchir à la mise en œuvre d'une marque employeur pour favoriser la notoriété de leur collectivité ou établissement et le recrutement de leurs collaborateurs dans une période de tensions de plus en plus fortes sur les métiers à expertise. L'idée est d'attirer vers soi plutôt que d'aller chercher.

C'est quoi la marque employeur ?

La marque employeur, peu documentée, est abordée dans ce guide comme étant avant tout la signature de la culture de la collectivité, sa signature, son identité, l'image ou le mot associé. Elle a 3 composantes : le marketing territorial, la mise en valeur des projets de la collectivité et ses atouts de politique RH.

Une image à l'intérieur

La marque employeur est aussi l'identité de la collectivité en interne, la façon dont vivent les agents leur travail, leur quotidien. C'est une communication sur la politique des ressources humaines vécue par tous. Il ne s'agit pas de faire un document attestant de ce que la collectivité promet, a décrété, mais bien de ce que l'ensemble des membres de la collectivité met en actions.

**Source : G. GOMBERT, article « La recherche d'emploi en 2017 : Quelles sont les pratiques des candidats ? »*

Les éléments constitutifs sont multiples et participent d'un vrai choix de la politique RH de la collectivité : Qualité de vie au Travail, politique de rémunération, télétravail, justice organisationnelle...

Une image à l'extérieur

La marque employeur est un acte d'authenticité et elle s'appuie en premier lieu sur le projet politique. Quelles sont les priorités du territoire, est-ce clairement défini ? Y a-t-il des lignes directrices établies en lien avec les enjeux notamment globaux, environnementaux, numériques, économiques, climatiques... mais aussi plus spécifiques au territoire du ressort de la collectivité en fonction de la typologie de la population, des caractéristiques de la commune ?

La marque employeur correspond donc à l'image externe de la collectivité. Par exemple : le dynamisme économique, la qualité de vie liée à l'environnement, un patrimoine historique à préserver... et à la vision, à l'impulsion politique qui veut en être donnée.

Définition de la vision, de l'identité de la collectivité

Exemple : une commune tournée vers le tourisme, garante de son patrimoine, souhaitant préserver son environnement, impulsant une politique d'industries innovantes ...

Définition de la politique RH

Exemple : Qualité de vie au travail, télétravail, régime indemnitaire, action sociale, travail sur les valeurs partagées, sur le référentiel managérial, l'accès à la formation...

MARQUE EMPLOYEUR

Pourquoi la construire ?

Pour se démarquer des autres employeurs et attirer sans concurrence

Dès le lancement du processus de recrutement, il faut donner envie aux candidats potentiels de postuler et de rejoindre l'équipe en place. Il est donc important de valoriser les actions menées, les missions, les projets en cours, le sens donné...

Il s'agit de promouvoir les valeurs de la collectivité pour attirer, mais aussi fidéliser. La communication sur les atouts est créatrice d'une image, d'une identité qui appuie une réputation mais **doit s'appuyer sur une réalité.**

Pour fidéliser

Une fois l'agent recruté en poste, les promesses doivent être tenues avec la fidélisation des agents comme enjeu de stabilité. Les agents doivent pouvoir retrouver les raisons pour lesquelles ils ont postulé au sein de la collectivité : des projets innovants, un sens donné au travail, un management reposant sur des valeurs partagées, une qualité de service rendu à la population...

Comment la construire ?

Construire son image à l'externe

La collectivité doit définir sa stratégie par son projet politique qui peut être une feuille de route, un projet de territoire qui donne un sens aux citoyens et aux collaborateurs. Les projets peuvent faire l'objet d'inclusion permettant de mieux impliquer les agents qui auront le sentiment de participer à l'œuvre commune.

L'intégration de l'expertise des techniciens alliée à l'expérience des élus, voire des citoyens, facilitent la détermination de l'identité souhaitée.

C'est une forme de coproduction visant le moyen et le long terme réintroduisant une temporalité plus lointaine.

Cela définit la culture de la collectivité qui donne alors du sens à la politique RH.

Comment imaginer que le projet politique promeuve le développement durable et la préservation de l'environnement, et en interne qu'aucune action ne favorise les déplacements en vélo, favorise le tri, que les aménagements permettent la réduction de l'utilisation des ressources ..?

Construire son image à l'interne

Mettre en place la politique RH, c'est déjà choisir les champs d'actions :

- Intérêt au travail
- Management
- Prévention
- QVT
- Action sociale
- Formation et la transmission des savoirs
- Mobilité / Hybridation des parcours
- Politique de rémunération
- Recrutement
- Accueil des nouveaux arrivants



Le travail doit se faire en lien avec les agents en partageant les valeurs qui sous-tendent chaque thème de la politique RH de la collectivité.

**Coproduction avec l'ensemble des acteurs pour définir la culture, l'identité.
C'est la feuille de route de la collectivité**

Vision RH construite avec les agents sur la base du projet politique : management, QVT, prévention, formation, accueil des nouveaux arrivants, recrutement, action sociale

Authenticité



Sincérité

Actions donnant à voir la marque employeur = montrent la philosophie de la collectivité

Les valeurs vues à l'extérieur sont celles vécues à l'intérieur.
Les premiers ambassadeurs de la collectivité sont les agents.

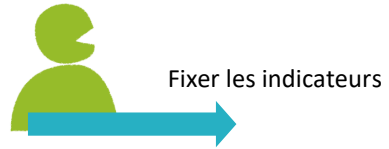
Pour formuler un message « marque employeur », il faut se poser des questions préalables :

- Qui sommes-nous ?
- Que proposons-nous ?
- Qui sont nos cibles d'agents par typologie de métier ?



La méthode

Interroger des personnes (collectivités, personnes mises à disposition ou des personnes extérieures) avec qui la collectivité travaille régulièrement sur l'image qu'elles ont de la structure (en termes de rendu de service, d'efficacité, de disponibilité, de convivialité...)



Se questionner sur le nombre de candidatures spontanées que le service RH reçoit



Meilleur indicateur de l'image de marque

Analyser le turn-over au sein de la collectivité + pyramide des âges



Faire la synthèse de l'analyse et fixer des indicateurs de niveau de satisfaction permettant de connaître le baromètre de la marque employeur.

Proposer un slogan.

En annexe de ce guide figurent plusieurs grilles pouvant vous aider à conduire l'évaluation de votre collectivité.



Diffuser la marque employeur

Choisir son vecteur de diffusion

La diffusion doit utiliser tous les canaux possibles.

Les supports digitaux : site internet, réseaux sociaux. Il est important d'adapter le message à chaque support en fonction de la cible et de l'objectif recherché. Il se peut que le vecteur soit une vidéo, une photo, un diaporama, un texte plus ou moins court, imagé, sous forme de saynète...

Les supports écrits : la marque employeur peut se décliner en plusieurs documents différents comme un livret d'accueil, des chartes, des documents ressources, des référentiels ...

Il faut faire attention au référencement et aux reprises sur les réseaux digitaux de recherches plus classiques.

Des ambassadeurs : les agents eux-mêmes, qui sont porte-paroles des conditions de travail, de l'intérêt et du sens qu'ils trouvent à leur mission.

La participation à des salons ou forums pour présenter les valeurs ajoutées de la sincérité d'une politique pensée et appliquée.

Les partenariats, qui permettent de dynamiser, à la fois l'image mais aussi le recrutement et la fidélisation.

Investir sur le réseau, qui est une source de recrutement.

Le bouche à oreille, qui échappe à la collectivité mais qu'il ne faut pas négliger.

Nature du message

Le message doit être clair et compréhensible de tous. Le visuel est devenu un support incontournable qui doit être privilégié.

La temporalité doit être bien choisie pour toucher la cible.

On ne communique pas de la même façon envers un public cible jeune qu'envers des agents expérimentés. Il faut segmenter la communication lors des recherches de profils.



Mesurer sa notoriété

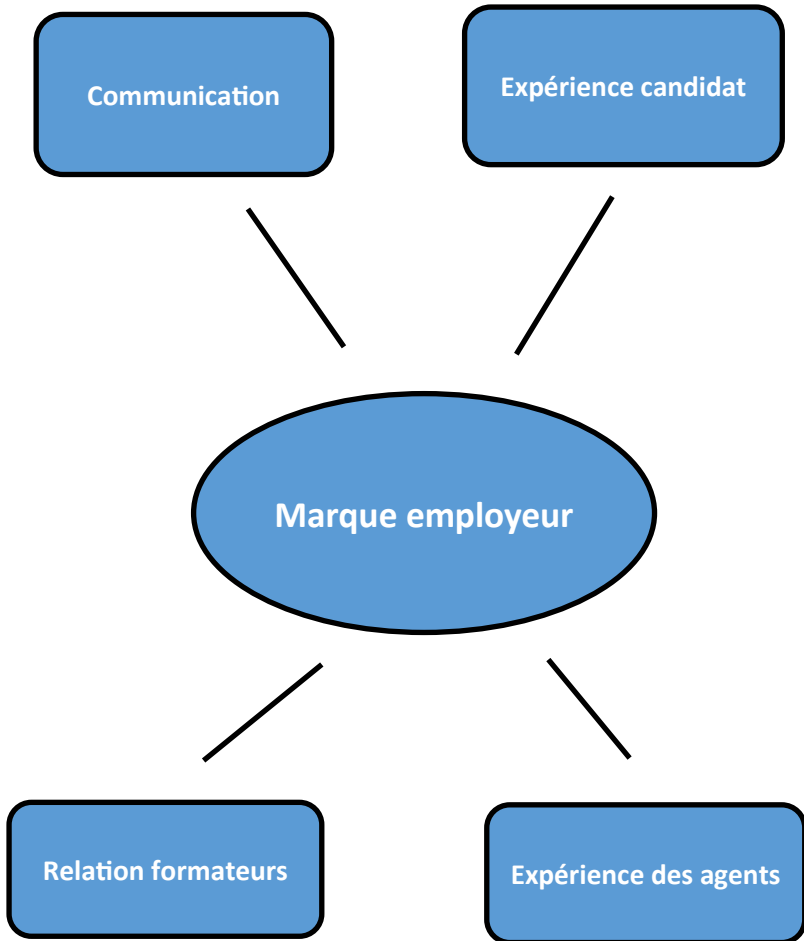
La diffusion sert à faire connaître et sera effective si le discours est suivi dans les actes. Pour connaître l'impact et la réalité de la marque employeur il est important de connaître la notoriété que cela produit. La collectivité devra réfléchir à quelques indicateurs de notoriété : le nombre de candidatures spontanées, le nombre de visites sur le site, le turn over, le taux d'absentéisme, les avis externes...

Important : le potentiel de recrutement est à l'extérieur de la fonction publique territoriale avec 70% des étudiants qui ne connaissent pas les métiers de la FPT.



Pour tous renseignements adressez vous à votre CDG.

Les grandes étapes de la marque employeur



Bibliographie

- XERFI, article « Natalité et démographie en France et en Europe : la bombe à retardement ». *xerficanal.com*, février 2021.
- EUROSTAT, étude « Statistiques sur la fécondité ». *ec.europa.eu*, décembre 2016, mis en jour en mars 2017.
- Etudes des retraites produites dans le cadre de l’instruction de la réforme des retraites et réalisées en interne au niveau départemental (74) et régional (AuRA).
- G. GOMBERT, article « La recherche d’emploi en 2017 : Quelles sont les pratiques des candidats ? ». *helloworkplace.fr*, juin 2017, mis à jour en janvier 2018.

Annexes

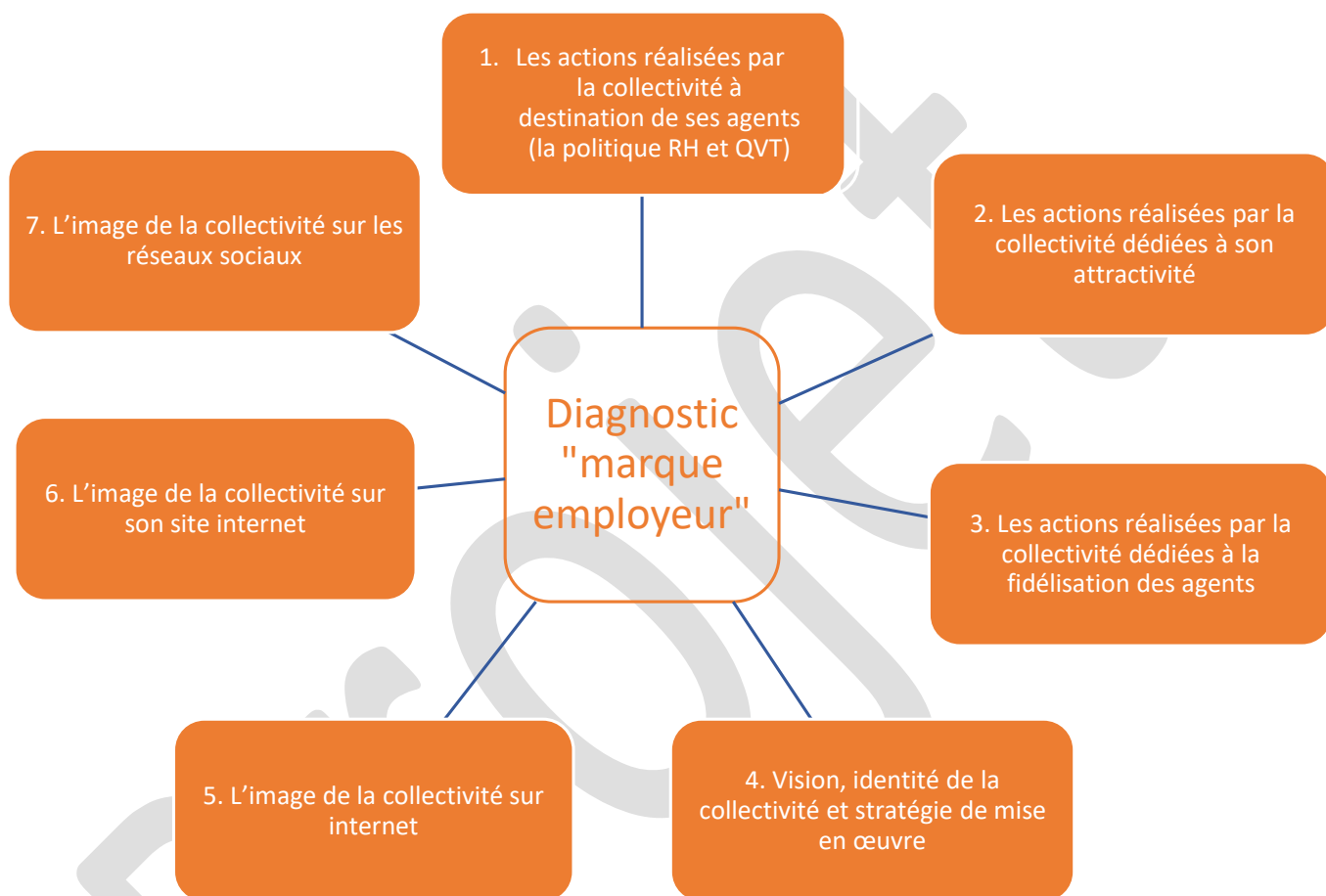
- Questionnaire interne sur la vision de la collectivité par les élus et les agents (annexe 1)
- Questionnaire à adresser aux partenaires (annexes 2 et 3)
- Ce que veulent les candidats (annexe 4)
- Les nouvelles attentes managériales



Annexes

Groupe de travail « attractivité & fidélisation »
Centres de Gestion de la Région Auvergne Rhône Alpes
Projet de diagnostic interne « marque employeur »

L'objectif de ce document est de proposer un référentiel d'auto-évaluation des pratiques déployées par la collectivité sur l'ensemble des champs concourant à la mise en œuvre d'une stratégie « marque employeur ».



I. Les actions réalisées par la collectivité à destination de ses agents (la politique RH & QVT)

L'objectif de ce chapitre est de cartographier les pratiques actuelles de la collectivité dans le champ de la qualité de vie au travail. Les points forts mis en évidence constituent autant d'arguments à mobiliser dans la communication de l'employeur vis-à-vis des candidats au fil des étapes des processus de recrutement. Ils constituent également le moyen d'identifier des voies de progrès dans l'amélioration des pratiques de management.

1.1. Relations au travail et climat social

La collectivité organise régulièrement des moments de convivialité à destination de ses personnels.	<input type="checkbox"/>
La collectivité organise des pauses méridiennes culturelles et sportives au bénéfice des agents.	<input type="checkbox"/>
La collectivité déploie une politique de communication interne porteuse de sens pour expliquer les décisions et actions mises en œuvre.	<input type="checkbox"/>

1.2. Contenu du travail

Au sein de la collectivité, les rôles et responsabilités en matière de santé au travail et de qualité de vie au travail sont clairement définis.	<input type="checkbox"/>
Au sein de la collectivité, chaque agent dispose d'une fiche de poste.	<input type="checkbox"/>
Les fiches de poste sont régulièrement révisées en collaboration avec les agents.	<input type="checkbox"/>
Au sein des équipes, les plannings sont construits de manière collective et participative, d'une manière homogène au sein de la collectivité.	<input type="checkbox"/>
Au quotidien, les élus s'engagent dans le suivi de l'activité des services.	<input type="checkbox"/>
La collectivité met en œuvre des accompagnements individuels des agents en difficultés physique ou mentale pour construire des reconversions, des aménagements des missions ou des services.	<input type="checkbox"/>

1.3. Santé au travail

Les indicateurs d'absentéisme et de qualité de vie au travail existent et sont régulièrement partagés avec l'encadrement.	<input type="checkbox"/>
La collectivité a déjà conduit une évaluation des risques psychosociaux et a conduit un plan d'actions d'amélioration des conditions de travail.	<input type="checkbox"/>
Les agents de la collectivité sont associés dans le choix des Equipements de Protection Individuelle.	<input type="checkbox"/>
Le Document Unique d'évaluation des risques professionnels est déployé sur l'ensemble de la collectivité.	<input type="checkbox"/>

Le Document Unique d'évaluation des risques professionnels est régulièrement actualisé et est décliné en un programme annuel de prévention.	<input type="checkbox"/>
Sur chaque fiche de poste figurent les risques professionnels et les équipements de protection et mesures de prévention associées.	<input type="checkbox"/>
Au sein de la collectivité, des actions de prévention de la pénibilité aux postes de travail (analyse ergonomique des postes de travail, actions de prévention des troubles musculosquelettiques, par exemple) sont mises en œuvre.	<input type="checkbox"/>
La collectivité conduit des analyses des accidents de travail donnant lieu à des retours d'expérience partagés avec les équipes.	<input type="checkbox"/>
Dans les organisations de travail, les restrictions d'aptitude émises par la médecine de prévention sont prises en compte de manière satisfaisante.	<input type="checkbox"/>
La collectivité réalise des entretiens de réaccueil après absence.	<input type="checkbox"/>
La collectivité met en œuvre des actions d'aménagement des postes de travail pour soutenir la santé au travail des agents.	<input type="checkbox"/>

1.4. Compétences, parcours professionnels

Au sein de la collectivité, les entretiens d'évaluation sont réalisés chaque année pour tous les agents.	<input type="checkbox"/>
Au sein de la collectivité, l'encadrement a été formé à la conduite des entretiens d'évaluation annuels.	<input type="checkbox"/>
Chaque agent dispose d'un plan de formation personnalisé, révisé chaque année.	<input type="checkbox"/>
Les agents sont régulièrement informés des possibilités d'évolution professionnelle (postes à l'affichage, aide à la préparation des concours...).	<input type="checkbox"/>

1.5. Egalité professionnelle

Des actions sont entreprises en faveur de l'équilibre vie privée / vie professionnelle et du droit à la déconnexion.	<input type="checkbox"/>
La collectivité a conclu un accord local sur la qualité de vie au travail.	<input type="checkbox"/>
La collectivité a conclu un accord local sur le télétravail.	<input type="checkbox"/>
Le télétravail est intégré de manière satisfaisante dans les pratiques quotidiennes de la collectivité.	<input type="checkbox"/>
La collectivité déploie un programme d'action sociale au bénéfice de ses agents.	<input type="checkbox"/>
La collectivité participe à la Protection Sociale Complémentaire de ses agents.	<input type="checkbox"/>

1.6. Management participatif et engagement

La gestion de l'engagement et de la qualité de vie au travail se traduit par des dispositifs managériaux, des pratiques d'animation, des « rituels » de management réguliers parmi les équipes.	<input type="checkbox"/>
---	--------------------------

La collectivité a déjà conduit une évaluation du climat social (« baromètre social ») et a déployé des actions d'amélioration de la qualité de vie au travail.	<input type="checkbox"/>
Il existe des pratiques établies, homogènes et stables en matière de réunion d'équipe à tous les niveaux de la collectivité.	<input type="checkbox"/>
La collectivité met à la disposition de l'encadrement un « référentiel managérial » qui détermine les « manières de faire » et les « bonnes pratiques » recommandées en matière de Qualité de Vie au Travail.	<input type="checkbox"/>
Les agents volontaires, quels que soient le statut et le grade, ont la capacité à participer à des travaux en « mode projet » (Protocole temps de travail, astreinte, etc...).	<input type="checkbox"/>

1.7. Autres actions notables mises en œuvre par la collectivité

Projet

II. Les actions réalisées par la collectivité dédiées à son attractivité

La collectivité anime une veille sur les métiers émergents.	<input type="checkbox"/>
La collectivité actualise en continu une cartographie des impacts du programme de mandature sur les emplois.	<input type="checkbox"/>
La collectivité a identifié les métiers en tension parmi ses effectifs.	<input type="checkbox"/>
La collectivité a élaboré des descriptifs de postes attractifs sur les métiers les plus en tension, en veillant à ce que les dénominations des postes soient compréhensibles par le plus grand nombre, hors FPT (Nomenclature des métiers « Pôle Emploi »).	<input type="checkbox"/>
En phase de recrutement, la collectivité adapte ses annonces (Dans le ton, dans les arguments et leviers de motivation mis en exergue) au profil des candidats attendus (junior débutant, cadre confirmé...).	<input type="checkbox"/>
La collectivité veille à la visibilité de ses annonces en les diffusant sur plusieurs plateformes complémentaires (Indeed, Job Impact...)	<input type="checkbox"/>
La collectivité participe à des rencontres régulières et à des forums et évènements organisés par les établissements d'enseignement du territoire.	<input type="checkbox"/>
La collectivité a établi des partenariats avec des établissements d'enseignement du territoire formant à des métiers en tension sur la collectivité.	<input type="checkbox"/>
La collectivité dispose d'une présence « ressources humaines » organisée sur réseaux sociaux (présentation des métiers de la collectivité, des postes à pourvoir, témoignages d'agents...).	<input type="checkbox"/>
La collectivité recourt de manière organisée à des emplois de type « jobs d'été ».	<input type="checkbox"/>
La collectivité recourt de manière organisée aux stages et à l'apprentissage.	<input type="checkbox"/>
La collectivité a structuré et anime un vivier de remplaçants et de détection des talents.	<input type="checkbox"/>
La collectivité a conduit une démarche de reconnaissance et de labellisation de sa qualité d'employeur (« Great Place to Work... »)	<input type="checkbox"/>
La collectivité encourage et communique sur son évaluation « employeur » sur les réseaux sociaux (Linkedin, Indeed, Glassdoor....)	<input type="checkbox"/>
La collectivité anticipe les remplacements avant un départ prévisible (retraite), et organise le « passage de témoin » par une période commune.	<input type="checkbox"/>
La collectivité met à disposition des candidats des dispositifs favorisant l'accès à un logement provisoire dès leur arrivée dans la collectivité.	<input type="checkbox"/>
La collectivité a mis en place un dispositif de « cooptation » des candidats par les agents de la collectivité.	<input type="checkbox"/>
La collectivité a formalisé son processus de recrutement et suit des indicateurs de performance (réponse systématique aux candidats, délai de réponse, etc.....)	<input type="checkbox"/>
La collectivité a cartographié et formalisé une présentation de l'ensemble de ses atouts « ressources humaines » dans un document de référence.	<input type="checkbox"/>

III. Les actions réalisées par la collectivité dédiées à la fidélisation des agents

La collectivité a identifié les métiers sur lesquels le turn-over est le plus important, et a conduit un diagnostic lui permettant de construire des plans d'actions « métiers » spécifiques.	<input type="checkbox"/>
La collectivité désigne systématiquement un tuteur pour accompagner l'intégration des nouveaux agents.	<input type="checkbox"/>
La collectivité déploie un parcours d'intégration au sein de la collectivité.	<input type="checkbox"/>
La collectivité met à disposition de l'agent à son arrivée une fiche de poste explicite.	<input type="checkbox"/>
Au fil de la période d'essai, la collectivité met à disposition de l'agent une « feuille de route » explicite.	<input type="checkbox"/>
A l'arrivée du nouvel agent, les procédures et modes opératoires applicables sont présentés.	<input type="checkbox"/>
La collectivité met à disposition un « livret d'accueil » pour tous les nouveaux arrivants.	<input type="checkbox"/>
La collectivité organise une « journée d'accueil des nouveaux agents ».	<input type="checkbox"/>
La collectivité conduit une évaluation systématique de la qualité du parcours de recrutement auprès des nouveaux agents, et met en œuvre un plan d'actions dédié.	<input type="checkbox"/>
La collectivité a organisé la réalisation systématique d'un « rapport d'étonnement » après quelques semaines passées dans la collectivité, et anime un plan d'actions dédié.	<input type="checkbox"/>
La collectivité a formalisé la réalisation d'entretiens de départ pour en connaître les raisons, et met en œuvre un plan d'actions dédié.	<input type="checkbox"/>
La collectivité mobilise un accompagnement individualisé des mobilités professionnelles.	<input type="checkbox"/>
La collectivité met en œuvre des dispositifs de Valorisation des Acquis de l'Expérience.	<input type="checkbox"/>
La collectivité analyse et exploite les souhaits et attentes émis lors des entretiens d'évaluation.	<input type="checkbox"/>
La collectivité cartographie les talents et organise des parcours professionnels spécifiques.	<input type="checkbox"/>
La collectivité organise des immersions professionnelles inter services (« vis ma vie ») pour dynamiser les mobilités professionnelles.	<input type="checkbox"/>
La collectivité a identifié des parcours professionnels « type » au sein de la collectivité.	<input type="checkbox"/>
La collectivité a organisé la conduite d'entretiens de carrière réguliers par la Direction des Ressources Humaines.	<input type="checkbox"/>
La collectivité mobilise le RIFSEEP pour reconnaître l'engagement individuel.	<input type="checkbox"/>
La collectivité a mis en place des dispositifs de mentorat.	<input type="checkbox"/>
La collectivité propose des dispositifs favorisant l'accès au logement pour les agents de la collectivité.	<input type="checkbox"/>
La collectivité a organisé des parcours professionnels entre collectivités territoriales voisines (formations mutualisées, conventions de stage de découverte de services, immersions...)	<input type="checkbox"/>
La Direction des Ressources Humaines s'engage au côté des Directions aux moments clés de l'intégration des nouveaux agents (Rapports d'étonnement, entretiens de suivi de la période d'essai, entretiens de confirmation de période d'essai, par exemple).	<input type="checkbox"/>

IV. Vision, identité de la collectivité et stratégie de mise en œuvre

La collectivité a conduit une cartographie de ses atouts (géographie, infrastructures, cadre de vie, histoire, ancrage territorial, valeurs...).	<input type="checkbox"/>
La collectivité a cartographié et formalisé une présentation de l'ensemble de ses atouts « ressources humaines » dans un document de référence.	<input type="checkbox"/>
La collectivité a formalisé sa « promesse employeur » dans un document de référence.	<input type="checkbox"/>
La collectivité a défini sa politique « internet et réseaux sociaux » spécifique à ses actions « marque employeur »	<input type="checkbox"/>
La collectivité a défini une identité graphique spécifique à ses actions de promotion de sa marque employeur, déclinée sur l'ensemble de ses documents de référence.	<input type="checkbox"/>
La collectivité mobilise ses agents dans sa communication « marque employeur » (témoignages écrits ou vidéo, relais des messages sur les réseaux sociaux...)	<input type="checkbox"/>
La collectivité a communiqué à l'ensemble des agents sur sa « marque employeur ».	<input type="checkbox"/>
La collectivité a élaboré un plan d'actions spécifique « attractivité et fidélisation » présenté à l'ensemble des agents.	<input type="checkbox"/>

V. L'image de la collectivité sur internet

L'actualité et les projets de la collectivité sont régulièrement relayés par les médias locaux	<input type="checkbox"/>
Des interviews des élus, des équipes de la municipalité sont accessibles en ligne	<input type="checkbox"/>
La commune est évaluée sur les sites d'évaluation des employeurs (Glassdoor....)	<input type="checkbox"/>

VI. L'image de la collectivité sur son site internet

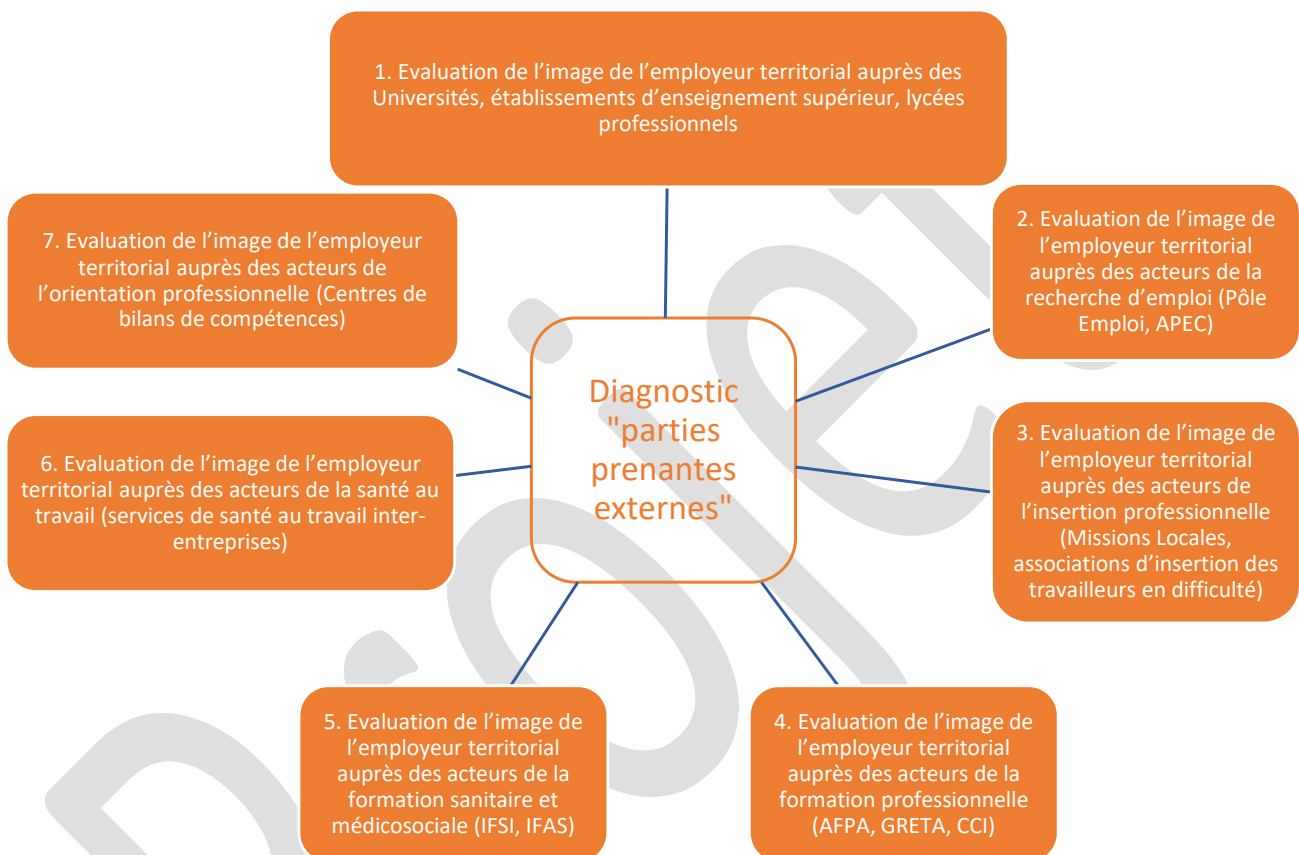
Les valeurs de la collectivité sont présentées.	<input type="checkbox"/>
Le site internet présente des témoignages d'agents.	<input type="checkbox"/>
L'organigramme détaillé à jour de la collectivité est présent sur le site.	<input type="checkbox"/>
Le projet de mandature de la collectivité est présent sur le site.	<input type="checkbox"/>
Les projets en cours sont présentés sur le site.	<input type="checkbox"/>
Une page du site est dédiée aux candidats.	<input type="checkbox"/>
Les engagements environnementaux / RSE de la collectivité sont présentés sur le site.	<input type="checkbox"/>
Le site internet met en avant les atouts de la collectivité.	<input type="checkbox"/>
Les offres d'emploi sont présentées de manière lisible et attrayante sur le site internet.	<input type="checkbox"/>
Il est facile de candidater par le site internet.	<input type="checkbox"/>

VII. L'image de la collectivité sur les réseaux sociaux

La collectivité est présente sur les réseaux sociaux.	<input type="checkbox"/>
La collectivité publie ses offres d'emploi de manière attrayante sur les réseaux sociaux.	<input type="checkbox"/>
Les agents de la collectivité relaient les offres d'emploi sur internet.	<input type="checkbox"/>

Groupe de travail « attractivité & fidélisation »
Centres de Gestion de la Région Auvergne Rhône Alpes
Projet de diagnostic « marque employeur » - Parties prenantes externes

L'objectif de ce référentiel est d'organiser la conduite d'un diagnostic marque employeur d'une collectivité d'un point de vue « externe ».



1. Evaluation de l'image de l'employeur territorial auprès des Universités, établissements d'enseignement supérieur, lycées professionnels

A destination des enseignants et personnels de l'établissement (conseillers d'orientation...)

Sur une échelle de 0 (« aucune connaissance ») à 10 (« connaissance parfaite ») à quel niveau estimez-vous votre connaissance des métiers de la Fonction Publique Territoriale (Communes, intercommunalités, conseils départementaux, conseils régionaux...)?

<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

Sur une échelle de 0 (« aucune connaissance ») à 10 (« connaissance parfaite ») à quel niveau estimez-vous votre connaissance des possibilités de stages, alternance, apprentissage, proposés par les métiers de la Fonction Publique Territoriale (Communes, intercommunalités, conseils départementaux, conseils régionaux)?

<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

Lors de vos échanges avec les élèves au sujet des perspectives professionnelles offertes par leur formation, vous leur présentez les 250 métiers de la Fonction Publique Territoriale (Communes, intercommunalités, conseils départementaux, conseils régionaux), les possibilités de stages, périodes d'alternance, apprentissage.

<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
Pour quelles raisons ?	

Si vous deviez conseiller à un élève d'adresser une candidature à une collectivité du territoire, vous sauriez à qui l'adresser.

<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
------------------------------	------------------------------

Vous disposez d'interlocuteurs clairement identifiés parmi les principales collectivités du territoire.

<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
------------------------------	------------------------------

<Si oui> Vous avez mis en place des temps de coordination réguliers avec vos interlocuteurs.

<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
------------------------------	------------------------------

<Si non> Une telle organisation vous semblerait nécessaire.

<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
------------------------------	------------------------------

Vous seriez intéressé(e) par une présentation des métiers proposés par la Fonction Publique Territoriale.

<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
------------------------------	------------------------------

Pour quelles raisons ?

Quelle image avez-vous de la collectivité XXX en tant qu'employeur ?

Sur quels points seriez-vous en attente de davantage d'information sur les métiers et les carrières dans la Fonction Publique Territoriale ?

Vos interrogations, votre regard sur les métiers de la Fonction Publique Territoriale :

A destination des étudiants

Sur une échelle de 0 (« *Aucune connaissance* ») à 10 (« *connaissance parfaite* ») à quel niveau estimez-vous votre connaissance des métiers de la Fonction Publique Territoriale (Communes, intercommunalités, conseils départementaux, conseils régionaux...) ?

<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

Si cela était possible, seriez-vous intéressé(e) par la réalisation d'un stage, d'une période d'alternance, d'une période d'apprentissage dans une commune, intercommunalité, dans un conseil départemental, conseil régional ?

<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
------------------------------	------------------------------

Pour quelles raisons ?

A l'issue de vos études, envisageriez-vous de travailler dans la Fonction Publique Territoriale ?

<input type="checkbox"/> Certainement pas	<input type="checkbox"/> Probablement pas	<input type="checkbox"/> Probablement, oui	<input type="checkbox"/> Certainement, oui
---	---	--	--

Pour quelles raisons ?

Vous seriez intéressé(e) par une présentation des métiers proposés par la Fonction Publique Territoriale.

<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
------------------------------	------------------------------

Pour quelles raisons ?

Quelle image avez-vous de la collectivité XXX en tant qu'employeur ?

Sur quels points seriez-vous en attente de davantage d'information sur les métiers et les carrières dans la Fonction Publique Territoriale ?

Vos interrogations, votre regard sur les métiers de la Fonction Publique Territoriale :

2. Evaluation de l'image de l'employeur territorial auprès des acteurs de la recherche d'emploi (Pôle Emploi, APEC)

Sur une échelle de 0 (« aucune connaissance ») à 10 (« connaissance parfaite ») à quel niveau estimez-vous votre connaissance des métiers de la Fonction Publique Territoriale (Communes, intercommunalités, conseils départementaux, conseils régionaux...) et leur correspondance avec les métiers du secteur privé ?

<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

Lors de vos échanges avec les demandeurs d'emploi, vous leur présentez les 250 métiers de la Fonction Publique Territoriale (Communes, intercommunalités, conseils départementaux, conseils régionaux).

Oui

Non

Pour quelles raisons ?

Sur une échelle de 0 (« aucune connaissance ») à 10 (« connaissance parfaite ») à quel niveau estimez-vous votre connaissance des règles de recrutement dans la Fonction Publique Territoriale ?

<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

Si vous deviez conseiller à un demandeur d'emploi de faire acte de candidature auprès d'une collectivité territoriale, sauriez-vous à qui l'adresser ?

Oui

Non

Vous disposez d'interlocuteurs clairement identifiés parmi les principales collectivités du territoire.

Oui

Non

<Si oui> Vous avez mis en place des temps de coordination réguliers avec vos interlocuteurs.

Oui

Non

<Si non> Une telle organisation vous semblerait nécessaire.

Oui

Non

Vous seriez intéressé(e) par une présentation des métiers proposés par la Fonction Publique Territoriale.

Oui

Non

Pour quelles raisons ?

Quelle image avez-vous de la collectivité XXX en tant qu'employeur ?

Sur quels points seriez-vous en attente de davantage d'information sur les métiers et les carrières dans la Fonction Publique Territoriale ?

Vos interrogations, votre regard sur les métiers de la Fonction Publique Territoriale :

4. Evaluation de l'image de l'employeur territorial auprès des acteurs de la formation professionnelle (AFPA, GRETA, CCI)

Sur une échelle de 0 (« aucune connaissance ») à 10 (« connaissance parfaite ») à quel niveau estimez-vous votre connaissance des métiers de la Fonction Publique Territoriale (Communes, intercommunalités, conseils départementaux, conseils régionaux...) et des possibilités de coopération en matière de formation continue ?

<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

Lors de vos échanges avec les bénéficiaires des services de votre organisme, vous leur présentez les 250 métiers et les dispositifs de formation professionnelle proposés par la Fonction Publique Territoriale (Communes, intercommunalités, conseils départementaux, conseils régionaux).

<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
------------------------------	------------------------------

Pour quelles raisons ?

Sur une échelle de 0 (« aucune connaissance ») à 10 (« connaissance parfaite ») à quel niveau estimez-vous votre connaissance des règles de recrutement dans la Fonction Publique Territoriale ?

<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

Si vous deviez conseiller à un bénéficiaire de votre accompagnement, de faire acte de candidature auprès d'une collectivité territoriale, sauriez-vous à qui l'adresser ?

<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
------------------------------	------------------------------

Vous disposez d'interlocuteurs clairement identifiés parmi les principales collectivités du territoire.

<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
------------------------------	------------------------------

<Si oui> Vous avez mis en place des temps de coordination réguliers avec vos interlocuteurs.

<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
------------------------------	------------------------------

<Si non> Une telle organisation vous semblerait nécessaire.

<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
------------------------------	------------------------------

Vous seriez intéressé(e) par une présentation des métiers proposés par la Fonction Publique Territoriale et de ses dispositifs de formation professionnelle.

<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
------------------------------	------------------------------

Pour quelles raisons ?

Quelle image avez-vous de la collectivité XXX en tant qu'employeur ?

Sur quels points seriez-vous en attente de davantage d'information sur les métiers et les carrières dans la Fonction Publique Territoriale ?

Vos interrogations, votre regard sur les métiers de la Fonction Publique Territoriale :

5. Evaluation de l'image de l'employeur territorial auprès des acteurs de la formation sanitaire et médicosociale (IFSI, IFAS)

Sur une échelle de 0 (« aucune connaissance ») à 10 (« connaissance parfaite ») à quel niveau estimez-vous votre connaissance des métiers de la Fonction Publique Territoriale (Communes, intercommunalités, conseils départementaux, conseils régionaux....) dans les domaines du soin, du sanitaire, du social et du médico-social ?

<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

Sur une échelle de 0 (« aucune connaissance ») à 10 (« connaissance parfaite ») à quel niveau estimez-vous votre connaissance des possibilités de stages, alternance, apprentissage proposés par les métiers de la Fonction Publique Territoriale (Communes, intercommunalités, conseils départementaux, conseils régionaux) dans les domaines du soin, du sanitaire, du social et du médico-social ?

<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

Lors de vos échanges avec les étudiants au sujet des perspectives professionnelles offertes par leur formation, vous leur présentez les métiers de la Fonction Publique Territoriale (Communes, intercommunalités, conseils départementaux, conseils régionaux), les possibilités de stages, périodes d'alternance, apprentissage dans les domaines du soin, du sanitaire, du social et du médico-social.

<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
Pour quelles raisons ?	

Si vous deviez conseiller à un étudiant d'adresser une candidature à une collectivité du territoire, vous sauriez à qui l'adresser.

<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
------------------------------	------------------------------

Vous disposez d'interlocuteurs clairement identifiés parmi les principales collectivités du territoire qui emploient des métiers du soin, du sanitaire, du social et du médico-social.

<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
------------------------------	------------------------------

<Si oui> Vous avez mis en place des temps de coordination réguliers avec vos interlocuteurs.

<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
------------------------------	------------------------------

<Si non> Une telle organisation vous semblerait nécessaire.

<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
------------------------------	------------------------------

Vous seriez intéressé(e) par une présentation des métiers du soin, du sanitaire, du social et du médico-social proposés par la Fonction Publique Territoriale.

<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
------------------------------	------------------------------

Pour quelles raisons ?

Quelle image avez-vous de la collectivité XXX en tant qu'employeur ?

Sur quels points seriez-vous en attente de davantage d'information sur les métiers et les carrières dans la Fonction Publique Territoriale, dans les domaines du soin, du sanitaire et du médico-social ?

Vos interrogations, votre regard sur les métiers de la Fonction Publique Territoriale dans les domaines du soin, du sanitaire et du médico-social :

6. Evaluation de l'image de l'employeur territorial auprès des acteurs de la santé au travail (services de santé au travail inter-entreprises)

Parmi les employeurs bénéficiaires de vos services, figurent des collectivités territoriales.

Oui

Non

Sur une échelle de 0 (« aucune connaissance ») à 10 (« connaissance parfaite ») à quel niveau estimez-vous votre connaissance des métiers de la Fonction Publique Territoriale (Communes, intercommunalités, conseils départementaux, conseils régionaux....) ?

0

1

2

3

4

5

6

7

8

9

Lors de vos échanges avec les salariés que vous recevez en consultation rencontrant des difficultés d'aptitude, voire nécessitant un reclassement, pensez-vous à les orienter vers la Fonction Publique Territoriale (Communes, intercommunalités, conseils départementaux, conseils régionaux) ?

Oui

Non

Pour quelles raisons ?

Si vous deviez conseiller à un bénéficiaire de votre accompagnement, de faire acte de candidature auprès d'une collectivité territoriale, sauriez-vous à qui l'adresser ?

Oui

Non

Vous seriez intéressé(e) par une présentation des métiers proposés par la Fonction Publique Territoriale.

Oui

Non

Pour quelles raisons ?

Quelle image avez-vous de la collectivité XXX en tant qu'employeur ?

Sur quels points seriez-vous en attente de davantage d'information sur les métiers et les carrières dans la Fonction Publique Territoriale ?

Vos interrogations, votre regard sur les métiers de la Fonction Publique Territoriale :

7. Evaluation de l'image de l'employeur territorial auprès des acteurs de l'orientation professionnelle (Centres de bilans de compétences)

Sur une échelle de 0 (« aucune connaissance ») à 10 (« connaissance parfaite ») à quel niveau estimez-vous votre connaissance des métiers de la Fonction Publique Territoriale (Communes, intercommunalités, conseils départementaux, conseils régionaux...)?

<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

Lors de vos échanges avec les bénéficiaires des services de votre organisme, vous leur présentez les 250 métiers et les dispositifs de formation professionnelle proposés par la Fonction Publique Territoriale (Communes, intercommunalités, conseils départementaux, conseils régionaux).

<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
------------------------------	------------------------------

Pour quelles raisons ?

Sur une échelle de 0 (« aucune connaissance ») à 10 (« connaissance parfaite ») à quel niveau estimez-vous votre connaissance des règles de recrutement dans la Fonction Publique Territoriale ?

<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

Si vous deviez conseiller à un bénéficiaire de votre accompagnement, de faire acte de candidature auprès d'une collectivité territoriale, sauriez-vous à qui l'adresser ?

<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
------------------------------	------------------------------

Vous seriez intéressé(e) par une présentation des métiers proposés par la Fonction Publique Territoriale et de ses dispositifs de formation professionnelle.

<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
------------------------------	------------------------------

Pour quelles raisons ?

Quelle image avez-vous de la collectivité XXX en tant qu'employeur ?

Sur quels points seriez-vous en attente de davantage d'information sur les métiers et les carrières dans la Fonction Publique Territoriale ?

Vos interrogations, votre regard sur les métiers de la Fonction Publique Territoriale :

8. Evaluation de l'image de l'employeur territorial auprès des acteurs territoriaux du soin (maisons médicales)

Parmi les patients bénéficiaires de vos services, figurent des agents de collectivités territoriales.	
<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non

Sur une échelle de 0 (« aucune connaissance ») à 10 (« connaissance parfaite ») à quel niveau estimez-vous votre connaissance des métiers de la Fonction Publique Territoriale (Communes, intercommunalités, conseils départementaux, conseils régionaux....) ?									
<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9

Lors de vos échanges avec vos patients rencontrant des difficultés dans leur emploi du fait de leur état de santé, pensez-vous à les orienter vers la Fonction Publique Territoriale (Communes, intercommunalités, conseils départementaux, conseils régionaux) ?	
<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
Pour quelles raisons ?	

Vous seriez intéressé(e) par une présentation des métiers proposés par la Fonction Publique Territoriale.	
<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
Pour quelles raisons ?	

Quelle image avez-vous de la collectivité XXX en tant qu'employeur ?
--

Sur quels points seriez-vous en attente de davantage d'information sur les métiers et les carrières dans la Fonction Publique Territoriale ?
--

Vos interrogations, votre regard sur les métiers de la Fonction Publique Territoriale :

9. Evaluation de l'image de l'employeur territorial auprès des employeurs publics du territoire

A destination des employeurs publics ayant une activité de recherche de travail pour les conjoints de professionnels rejoignant la région : Armée, Administration Préfectorale, notamment)

Sur une échelle de 0 (« aucune connaissance ») à 10 (« connaissance parfaite ») à quel niveau estimez-vous votre connaissance des métiers de la Fonction Publique Territoriale (Communes, intercommunalités, conseils départementaux, conseils régionaux...)?

<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

Lors de vos échanges avec les personnes en recherche d'emploi sur le territoire, vous leur présentez les 250 métiers proposés par la Fonction Publique Territoriale (Communes, intercommunalités, conseils départementaux, conseils régionaux).

<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
------------------------------	------------------------------

Pour quelles raisons ?

Sur une échelle de 0 (« aucune connaissance ») à 10 (« connaissance parfaite ») à quel niveau estimez-vous votre connaissance des règles de recrutement dans la Fonction Publique Territoriale ?

<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

Si vous deviez conseiller à un bénéficiaire de votre accompagnement, de faire acte de candidature auprès d'une collectivité territoriale, sauriez-vous à qui l'adresser ?

<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
------------------------------	------------------------------

Vous disposez d'interlocuteurs clairement identifiés parmi les principales collectivités du territoire, avec lesquels vous échangez sur les postes à pourvoir.

<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
------------------------------	------------------------------

Vous seriez intéressé(e) par une présentation des métiers proposés par la Fonction Publique Territoriale.

<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
------------------------------	------------------------------

Pour quelles raisons ?

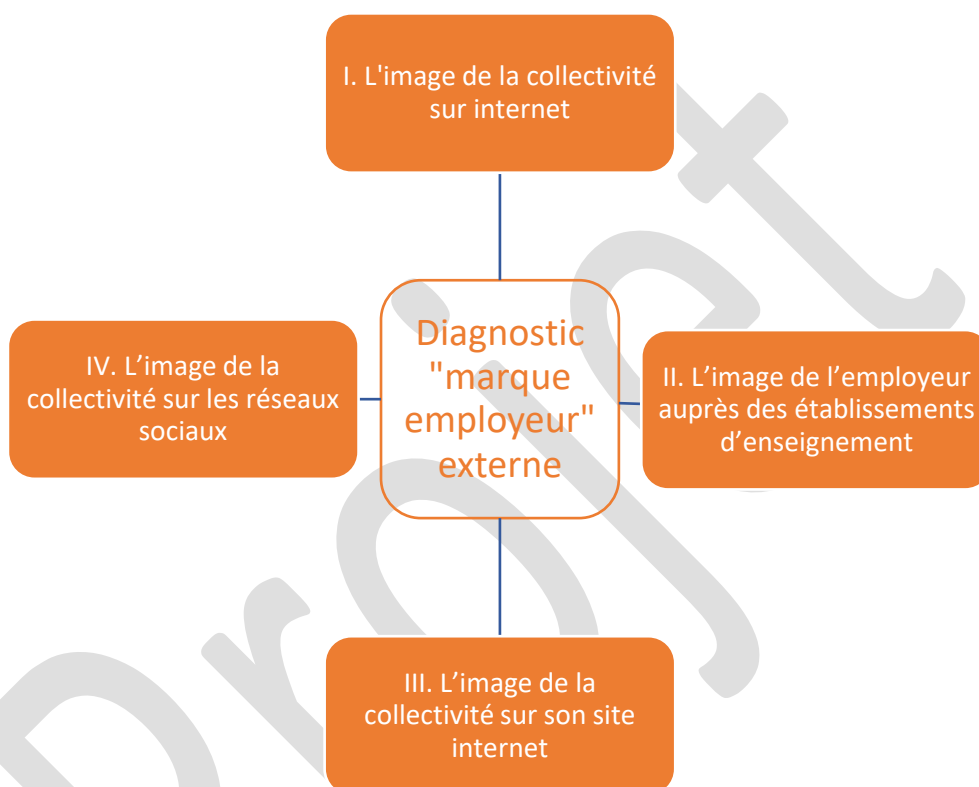
Quelle image avez-vous de la collectivité XXX en tant qu'employeur ?

Sur quels points seriez-vous en attente de davantage d'information sur les métiers et les carrières dans la Fonction Publique Territoriale ?

Vos interrogations, votre regard sur les métiers de la Fonction Publique Territoriale :

Groupe de travail « attractivité & fidélisation »
Centres de Gestion de la Région Auvergne Rhône Alpes
Projet de diagnostic « marque employeur » - Parties prenantes externes

L'objectif de ce référentiel est d'organiser la conduite d'un diagnostic marque employeur d'une collectivité d'un point de vue « externe ».



I. L'image de la collectivité sur internet

L'actualité et les projets de la collectivité sont régulièrement relayés par les médias locaux	<input type="checkbox"/>
Des interviews des élus, des équipes de la municipalité sont accessibles en ligne	<input type="checkbox"/>
La commune est évaluée sur les sites d'évaluation des employeurs (Glassdoor....)	<input type="checkbox"/>

II. L'image de l'employeur auprès des établissements d'enseignement

Les lycées et établissements implantés à proximité de la commune connaissent la collectivité-employeur	<input type="checkbox"/>
Les lycées et établissements implantés à proximité de la commune savent à qui s'adresser au sein de la commune lorsqu'il s'agit de proposer un stagiaire ou un étudiant demandeur d'emploi	<input type="checkbox"/>
Quelle image les lycées et établissements implantés à proximité de la commune ont-ils de la collectivité employeur ?	<input type="checkbox"/>

III. L'image de la collectivité sur son site internet

Les valeurs de la collectivité sont présentées.	<input type="checkbox"/>
Le site internet présente des témoignages d'agents.	<input type="checkbox"/>
L'organigramme détaillé à jour de la collectivité est présent sur le site.	<input type="checkbox"/>
Le projet de mandature de la collectivité est présent sur le site.	<input type="checkbox"/>
Les projets en cours sont présentés sur le site.	<input type="checkbox"/>
Une page du site est dédiée aux candidats.	<input type="checkbox"/>
Les engagements environnementaux / RSE de la collectivité sont présentés sur le site.	<input type="checkbox"/>
Le site internet met en avant les atouts de la commune.	<input type="checkbox"/>
Les offres d'emploi sont présentées de manière lisible et attrayante sur le site internet.	<input type="checkbox"/>
Il est facile de candidater par le site internet.	<input type="checkbox"/>

IV. L'image de la collectivité sur les réseaux sociaux

La commune est présente sur les réseaux sociaux.	<input type="checkbox"/>
La commune publie ses offres d'emploi de manière attrayante sur les réseaux sociaux.	<input type="checkbox"/>
Les agents de la commune relaient les offres d'emploi sur internet.	<input type="checkbox"/>

Etre présent et évoluer avec son temps :

Ce que veulent les candidats

**Du
télétravail !**

**Du sens
au travail**

**Un processus
de recrutement
court et
respectueux**

**Un
management
à l'écoute**

**Des
perspectives
d'évolution**

**Une
rémunération
affichée dans
l'offre d'emploi**

**Développer
leurs
compétences
(formation)**

**Une qualité
de vie au
travail**

**Un équilibre
vie perso/
vie pro**



Centres de gestion de la région
Auvergne-Rhône-Alpes

