

DÉPARTEMENT, RECRUTEMENT « UNE SOLIDE MARQUE  
EMPLOYEUR EST CRUCIALE DANS UN MARCHÉ DU  
TRAVAIL COMPÉTITIF »



*Laurène Voillequin, directrice générale adjointe des ressources (DGAR), et Pauline Fillon, directrice de la communication © Département de Seine-et-Marne*

Lancée le 1er mars, la marque employeur du Département de Seine-et-Marne vise à renforcer l'image et le recrutement de la collectivité. Interview croisée de Laurène Voillequin, directrice générale adjointe des ressources (DGAR), et de Pauline Fillon, directrice de la communication.



Créé le: 6/03/2024

### Qu'est-ce qu'une marque employeur et pourquoi s'être lancé dans cet exercice ?

**Pauline Fillon** : Une marque employeur correspond à l'image qu'une organisation donne à lire et qu'elle projette en tant qu'employeur. Plus précisément, la marque employeur définit l'ensemble des caractéristiques, des valeurs, des opportunités de carrières, des avantages sociaux, de l'environnement de travail, des programmes de formations, de la responsabilité sociale de l'entreprise, etc. Une marque employeur forte aide à attirer des candidats qualifiés, à maintenir un niveau élevé d'engagement des collaborateurs et à favoriser une culture d'entreprise positive. Une solide marque employeur est cruciale dans un marché du travail compétitif.

**Laurène Voillequin** : Beaucoup de directions de la collectivité rencontrent des difficultés de recrutement, que ce soit au regard de la rareté de certains profils sur le marché du travail ou de la concurrence avec d'autres acteurs publics comme privés. Nous avons plus de 200 postes ouverts au recrutement aujourd'hui, sur un éventail très large de compétences et d'expertises. La marque employeur nous aidera à mieux nous faire connaître afin d'avoir un rayonnement plus large en externe. L'objectif étant tout à la fois de recruter plus et mieux et de fidéliser

nos talents à travers le déploiement d'une stratégie de communication efficiente car finalement ce que nous réalisons en termes de projets, ce que nous avons à offrir aux agents en tant qu'employeur est trop peu connu, y compris au sein de la collectivité.

**P.-F.** : Et pour que cela fonctionne, les agents doivent adhérer aux valeurs que nous mettons en avant et que nous portons. Le message doit être vrai.

### **Alors justement, la marque employeur du Département de Seine-et-Marne, c'est quoi ?**

**P.-F.** : Nos valeurs ! Le sens du service public, l'engagement, la proximité et le territoire, le sens du collectif, l'esprit d'équipe, la cohésion, et enfin la dynamique de projet. L'essence même du travail quotidien de nos agents, en gagés pour rendre la vie des Seine-et-Marnais meilleure.

**L.-V.** : Au Département, nous disposons du socle indispensable à l'émergence d'une marque employeur solide et cohérente : nos valeurs sont fortes et une politique RH ambitieuse a été menée depuis 2 ans par notre exécutif. À titre d'exemple, la refonte du régime indemnitaire a permis de mieux valoriser les métiers en tension, de disposer de plus de marge de manœuvre à l'embauche et de reconnaître l'expérience acquise sur son poste et récompenser l'investissement des agents. Parallèlement, le Département a souhaité mettre l'accent sur la protection de ses agents, en participant financièrement à la complémentaire santé et en encourageant la souscription au contrat de prévoyance proposé par la collectivité.

**P.-F.** : Qui plus est, le Département peut s'enorgueillir d'un territoire pluriel et attractif dont témoigne la dynamique de projets à l'œuvre au sein des services, tous secteurs confondus. Que ce soit en matière d'action sociale, d'aménagement du territoire, de culture, de jeunesse, d'éducation, nous travaillons sur des projets d'envergure, riches et variés, et les agents sont les premiers à dire qu'ils en sont fiers.

**L.-V.** : Par ailleurs, la collectivité n'a pas à rougir de ce qu'elle offre en termes de formation à ses agents mais aussi à ses managers, permettant à chacun de construire son propre parcours et de se projeter de manière dynamique au sein du Département. Enfin, une attention particulière est portée à l'équilibre « vie pro/vie perso » que ce soit via le télétravail pour les fonctions éligibles mais aussi grâce aux aménagements possibles en fonction des situations individuelles ou au regard du nombre de jours de congés dont nous bénéficions et qui ont été sanctionnés lors de la révision du règlement du temps de travail l'an passé (25 jours de congés payés + 24 ARTT pour un agent à temps complet).

**P.-F.** : Le Département s'engage aussi activement en matière de responsabilité sociétale des entreprises (RSE) à travers des politiques fortes sur les volets inclusion, diversité, égalité femmes-hommes, handicap, et qualité de vie au travail. Il nous reste à rendre cela plus lisible afin d'attirer les talents et leur donner envie de poursuivre leurs parcours professionnels à nos côtés et de les fidéliser en leur proposant des évolutions de carrière pertinentes.

### **Comment se modélise cette marque employeur ?**

**P.-F.** : Le lancement d'une marque employeur est crucial. Il doit se baser sur une stratégie de communication efficiente et des actions concrètes.

**L.-V.** : Nous avons créé un label « Le Département des possibles », en écho à l'image que nous souhaitons renvoyer, qui nous correspond, qui nous distingue en tant qu'employeur et qui nous différencie des autres collectivités.

**P.-F.** : Ce label sera apposé sur nos supports internes comme externes pour une visibilité accrue, et utilisé sur l'ensemble de nos canaux de communication tels que nos réseaux sociaux, site web, salon de l'emploi, événements... Nous souhaitons également mettre en avant nos agents, leur expérience, leur quotidien à travers de nouveaux supports plus dynamiques et modernes. N'hésitez pas d'ailleurs à aller visionner les séries de vidéos (portraits agents, vidéos recrutement...) disponibles sur nos plateformes de communication. Dès le mois de février, une campagne d'affichage interne sera lancée sur laquelle vous pourrez retrouver des agents du Département. Suivra en mars une grande campagne externe, mettant en lumière des agents dans leur quotidien avec un message fort « Au Département, je sais pourquoi je me lève le matin ».

**L.-V.** : En parallèle, les services de la DRH se mobilisent pour dynamiser l'expérience candidat à travers une stratégie plus offensive en termes de recrutement : démultiplication des vecteurs de diffusion des offres, mise en place de stratégies de « chasse », organisation d'un Salon Départemental de l'Emploi, de jobdatings, participation accrue aux forums emplois du territoire ou franciliens, ou encore présentation revisitée des postes vacants sur les différents supports de la collectivité... En termes d'intégration, les accueils des nouveaux arrivants, en particulier des nouveaux managers, ont été revus avec un format désormais plus dynamique et plus propice aux échanges. Nous avons également repensé notre livret d'accueil. Aujourd'hui, il se présente sous la forme d'un livret dans lequel sont insérées des fiches de présentation des différentes directions complété d'un livret RH plus détaillé sur la position administrative de l'agent, la mobilité, la formation, le temps de travail et les congés...

### **Comment les agents peuvent-ils contribuer au rayonnement de cette marque ?**

**L.-V.** : Les agents sont des acteurs de premier plan et doivent absolument être intégrés à la démarche car, s'ils se sentent bien et épanouis dans leur poste au quotidien, ils véhiculeront cette bonne image à l'extérieur de notre collectivité. Pour inciter les agents à devenir ambassadeurs de notre marque, des ateliers LinkedIn à destination des managers puis des agents seront mis en place à partir de mars 2024 afin d'apprendre à ceux qui le souhaitent à concevoir un profil LinkedIn mais aussi à savoir relayer la bonne information.

**P.-F.** : Effectivement, nos agents sont les premiers ambassadeurs. Nous avons besoin de tous pour faire rayonner notre marque employeur. N'hésitez pas à relayer nos communications, notamment sur LinkedIn, à partager votre expérience et témoigner de votre quotidien.

---

## ACTUALITÉS

DÉPARTEMENT

« Une solide marque employeur est cruciale dans un marché du travail compétitif »

 Publié le 06/03/2024

#### RECRUTEMENT

Lancement de la marque employeur "Seine-et-Marne, le Département des possibles"

 Publié le 01/03/2024

#### HANDICAP

Josef Schovanec : "Les autistes ont besoin d'un cadre de travail adapté"

 Publié le 16/02/2024

 Auteur : Héloïse Piednoir

#### RECRUTEMENT

Référent ASE, un métier passion au service des enfants

 Publié le 22/01/2024

#### RECRUTEMENT

20 postes de médecins à pourvoir au Département

 Publié le 07/12/2023

#### RECRUTEMENT

Comme Marlène et Fabien, réalisez les routes de demain en Seine-et-Marne

 Publié le 02/11/2023