



Réunion du Bureau du 14 février

Point sur la préparation du colloque annuel des 17 & 18 septembre 2020

Sur le thème:

**Territoires et talents :**

**les politiques RH : leviers d'attractivité**

Comment séduire et fidéliser par **nos\*** actions RH et passer d'un territoire désiré à un territoire de désir?

*\*plutôt que par **son** action RH (à arbitrer au prochain bureau)*

## Compte-rendu synthétique de la réunion du 14/2 : sur le fond

Pour démarrer, une fois le titre du colloque (Territoires et talents : les politiques Ressources Humaines, leviers d'attractivité) et l'Accroche (Comment séduire et fidéliser par son action RH, et passer d'un territoire désiré à un territoire de désir ?) trouvés, les participants conviennent que pour traiter l'attractivité des territoires « *On ne peut pas mettre à la fois « territoire et talents » sans se poser la question en tant qu'acteur DRH, comment, on adhère à un projet de territoire ?* ». Alors comment nourrit-on ce projet, cette attractivité du territoire à notre niveau ? « *comment on utilise ce capteur « faible »? Comment on le valorise ?* »

Cela amène de la part des participants plusieurs réflexions importantes :

1-La question de la **réappropriation de la marque de territoire dans la marque employeur** :

- Il y a effectivement le fait de nourrir l'attractivité du territoire et comment on l'utilise l'attractivité du territoire. C'est la question de la marque employeur.
- La nécessité de réfléchir en termes de « cibles marketing » (quels talents cherche-t-on? Quelles catégories? Quels métiers? De quels territoires viennent-ils?... ) pour monter une offre et un discours cohérent
- La **marque employeur, ce n'est pas seulement le territoire, c'est toute une déclinaison de l'attractivité de la politique RH pour attirer les talents et les garder.** (i.e. la valorisation des métiers, la politique sociale, le dialogue social, la formation, les projets, la carrière, les régimes indemnitaires...). Comment on formalise? Comment on s'y prépare? (« *J'ai l'impression d'être commerçant : je vends le territoire, la collectivité, le poste, la politique RH...Tu ne poses plus de questions,.tu vends ton truc (...) Jusqu'où on peut aller lorsque l'on ne trouve personne?* »

2-Et en regard, La question du **rôle de l'employeur public comme acteur pour développer l'attractivité du territoire, la marque de territoire** :

- Est-ce que la collectivité est une source intéressante pour le territoire?** (« *ainsi le territoire, il est valorisable, et il est valorisé* »)
- Comment on accompagnerait voire piloterait le territoire pour qu'il soit attractif** afin d'attirer les talents et leurs familles (Brest souligne l'initiative des employeurs de sa région, de son bassin d'emploi, fédérés sur la promotion du territoire : « *un réseau de plus de 200 recruteurs publics et privé, animés par la direction du développement économique de la Métropole, sur le territoire de Brest, qui apporte un effet de levier très important avec en effet la facilitation du recrutement des conjoints et des conjointes et toute une déclinaison, la mise en place de « packs découverte du territoire », pour les familles, pour donner aussi envie de venir s'installer sur le territoire* ») Tous soulignent leur intérêt pour le partage de ce type d'action, parce que concrète et effective, et mentionnent d'autres initiatives à évoquer (Dunkerque, Puy-de-Dôme). **La coordination des acteurs** (internes et externes) **semble indispensable.**
- comment avoir une idée des atouts** (et des faiblesses), de **la compétitivité du territoire?** On évoque l'appel à des géographes, des spécialistes de l'aménagement et du développement des territoires pour comprendre les flux, les transports et axes de déplacement, le numérique, les écoles et universités, la qualité de vie, le logement, l'emploi, les hôpitaux...

## En conclusion

Il se dégage des discussions l'animation de deux grands ateliers :

1. la **marque de territoire** : comment appuyer sa stratégie RH sur la marque de territoire et comment contribuer à l'émergence ou au rayonnement de la marque territoriale?
2. la **marque employeur** : quelle stratégie marketing concevoir et déployer pour attirer les talents et les faire se développer (et les conserver).

J'ai déjà identifié des intervenants sur les deux thèmes et peux bien sûr aller plus loin :

Pour la marque de territoire, un universitaire d'Aix-en-Provence est vraiment en pointe (Joel Gayet). Vous pouvez voir sur YouTube son intervention sur Béarn et Bigorre ([https://www.youtube.com/watch?v=7o\\_ne7zROgQ](https://www.youtube.com/watch?v=7o_ne7zROgQ))

Pour la marque employeur, G Poilpot-Rocaboy, la directrice de l'IGR de Rennes a un propos clair et percutant (<https://www.youtube.com/watch?v=YaXB9uggACw>). J'ai aussi contacté un ancien collègue de Reims (ancien professeur de GRH, aujourd'hui DRH de Mazars), une vraie pointure dans le secteur.

## Compte-rendu : Le format de la journée

La tendance (à préciser lors de la réunion du 20 mars) est de conserver l'esprit de l'organisation des récents colloques :

1-Sur les ateliers du matin, plutôt une logique de « **world café** » pour favoriser l'**interactivité** et des **échanges** en utilisant l'outil Beekast pour voter et restituer, pour produire des choses.

On peut aussi imaginer des « **tables apprenantes** ». Le format est libre là -dessus. C'est à choisir

NB Important : **ne pas avoir trop de temps descendant** d'expériences individuelles à cause de la durée.

On peut ainsi démarrer par **des acteurs qui ont mis en place des pratiques et qui font part de leur expérience** (Dunkerque, Aveyron, ou Brest par ex.), qui présentent en 5 ou 10 minutes au début d'atelier, **pour permettre d'engager la discussion.**

Donc après animation sur les thèmes, soit effectivement libre en « **table apprenante** » ou alors sous forme de « **world café** »

**Et puis, l'après-midi les regards croisés d'experts, permettant** l'ouverture sur les thématiques, apportant de la hauteur, et toujours en lien avec les questions : la salle sera invitée à participer

Choix du visuel parmi les propositions de l'équipe de Jean-Patrick SERRES (CD Puy-de-Dôme) ci-dessous :

**Colloque ANDRHDT**

17 et 18 SEPTEMBRE 2020  
CLERMONT-FERRAND

Conseil départemental  
du Puy-de-Dôme

**Territoires et talents :**  
les politiques RH, leviers d'attractivité  
Comment séduire et fidéliser par son action RH et  
passer d'un territoire désiré à un territoire de désir ?

CONTACTS  
06 xx xx xx xx  
www.andrhdt.net

**Colloque ANDRHDT**

17 & 18  
SEPTEMBRE 2020  
CLERMONT-FERRAND

Conseil départemental du Puy-de-Dôme

**Territoires et talents :**  
les politiques RH, leviers d'attractivité  
Comment séduire et fidéliser par son action RH et  
passer d'un territoire désiré à un territoire de désir ?

CONTACTS  
06 xx xx xx xx  
www.andrhdt.net

**Colloque ANDRHDT**

17 et 18 SEPTEMBRE 2020  
CLERMONT-FERRAND

Conseil départemental  
du Puy-de-Dôme

**Territoires et talents :**  
les politiques RH, leviers d'attractivité  
Comment séduire et fidéliser par son action RH et  
passer d'un territoire désiré à un territoire de désir ?

CONTACTS  
06 xx xx xx xx  
www.andrhdt.net

## Recommandations pour le prochain bureau (20 mars)

Je propose de scinder le bureau en 2 ou 3 sous groupes pour préparer (je proposerai des axes de travail et les « alimenterai » si besoin) en approfondissant le thème par exemple :

- un sous-groupe « marque de territoire » (Pierre-Yves, Nicole, Emmanuelle, Jean-Patrick, Philippe, Régis)
- un sous-groupe « marque employeur » (Aurélia, Patrick, Isabelle, Éric, Nadine, Bernard)

### IMPORTANT

**Il faudrait que l'on ait un échange sur la question des nouvelles techniques et technologies de recrutement** (un RV téléphonique est prévu à cet effet le vendredi 6 mars prochain avec Patrick Coroyer. Cela a été aussi évoqué lors de la réunion, il faut donc le traiter.

A mon sens, ce sujet (passionnant) peut être abordé :

- soit comme un des leviers de la marque employeur (ce qui est déjà bien, mais risque d'être traité très vite et superficiellement si on l'intègre dans l'atelier « marque employeur »),
- soit comme un troisième atelier (aura-t-on le temps où l'espace ?), à moins que l'on ne le substitue à un des deux autres
- soit comme une partie, d'une autre journée de travail sur un thème qui devient de plus en plus important en management RH : **métamorphose des managers à l'heure du numérique et de l'IA** (c'est le titre d'un ouvrage récent de Cécile Dejoux et d'Emmanuelle Léon (que je connais bien)