



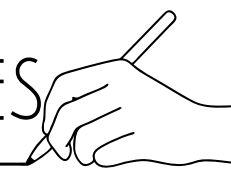
MuteR+H



OPÉRATION SECTEUR EN TENSION

FAIRE FACE AUX MUTATIONS D'AUJOURD'HUI ET DE DEMAIN

LE NUMÉRIQUE ET LA QVT, DEUX LEVIERS STRATÉGIQUES



WEBINAIRE
8 MARS 2023

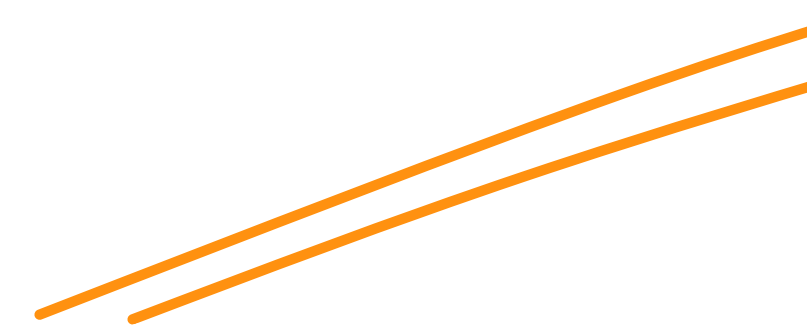


**PRÉFET
DE LA RÉGION
PROVENCE-ALPES-
CÔTE D'AZUR**

*Liberté
Égalité
Fraternité*



**PÔLE SERVICES
À LA PERSONNE**
Provence-Alpes-Côte d'Azur
Le réseau des structures de services aux domiciles



PLAN DE LA PRÉSENTATION

- Présentation de l'appel à projet
- Proposition du Pôle

Pour chacun des volets (volet 1 puis volet 2) :

- Constat
 - Objectifs et livrables
 - Actions
 - Rétroplanning
 - Indicateurs
-
- Pour participer
 - Nos contacts






APPEL À PROJETS RÉGIONAL MUTÉCO 2022 DREETS

Accompagnement des démarches d'anticipation des mutations Économiques et de développement de l'Emploi et des compétences

Période : 1er décembre 2022 au 30 novembre 2024

Objectifs :


- Accompagner les entreprises dans l'adaptation de l'emploi et des compétences face aux mutations économiques
 - Anticiper les changements
 - Proposer des scénarios d'évolution
 - Mettre en œuvre des actions de développement de l'emploi et des compétences
- 



PROPOSITION DU PÔLE

Comment faire face à un Marché de l'emploi en pleine mutation ?

Deux leviers d'attractivité identifiés par le Pôle :

- **Le numérique** : Accompagner les employeurs dans une stratégie active et efficiente de recrutement dans l'environnement numérique (**volet 1**)
 - **La QVT** : Accompagner les employeurs dans la mise en place d'une démarche de qualité de vie et des conditions de travail des salariés (**volet 2**)
- 

CONSTAT

Les entreprises les moins actives aujourd'hui dans l'environnement digital augmentent leurs difficultés à recruter.

- Face à des difficultés de recrutement sans précédent, les entreprises se doivent de transformer leur stratégie de recrutement pour être plus attractives.
- Les pratiques des candidats ont évolué ces dernières années, délaissant les événements en présentiel au profit des plateformes numériques.
- Pour beaucoup d'entreprises, une campagne de sourcing et de recrutement efficace s'accompagne d'une transformation et d'un développement de leur identité numérique.

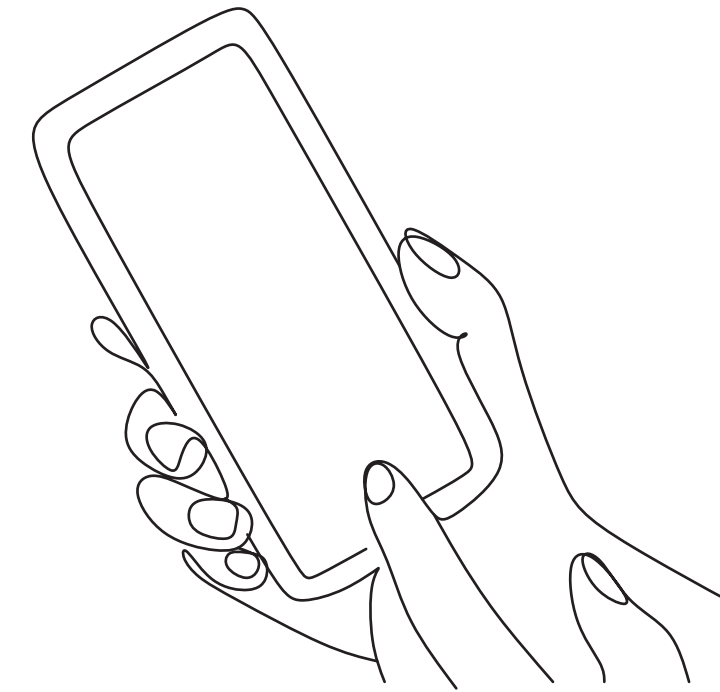
Être actif sur les réseaux, c'est être présent et sans cesse se renouveler, se montrer créatif, se démarquer par des outils innovants.



OBJECTIFS

Accompagner et appuyer les entreprises sur leur communication numérique dans l'objectif de :

- Etre plus visible et plus attractive auprès d'un large public
- Utiliser de façon plus efficiente leur communication numérique
- Développer une autre voie de sourcing et de recrutement
- Elargir les publics cibles



LIVRABLES

- 1 Benchmark (méthodologie et outils)
- 1 série de post finalisés
- 1 page dédiée au « sourcing inversé » avec outils innovants (ex. quizz « découverte de l'entreprise et des métiers »)

ACTIONS

- 1 diagnostic des besoins

UNE ENQUETE



Pour cartographier les pratiques, les usages et les besoins (enquête numérique 2023)

UN QUESTIONNAIRE



Pour ajuster le contenu des ateliers collectifs (passation des questionnaires en amont, lors de l'inscription)

DES ENTRETIENS

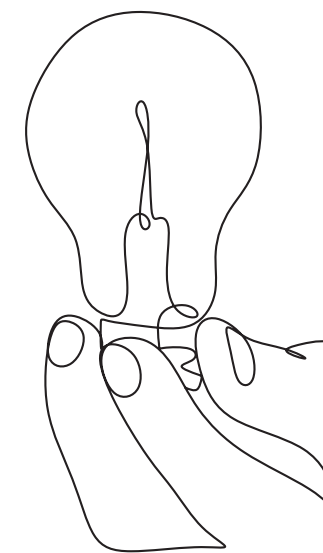


Pour ajuster les contenus des accompagnements, concevoir du sur-mesure ; définir les priorités d'accompagnements individuels par entreprise (complété des évaluations des intervenants)

Résultats première enquête diagnostic

(Janvier 2023, 22 répondants)

- 62 %** des répondants ont un référencement Google
- 96 %** ont un site internet, les 4.17% autres envisagent la création d'un site
- 82 %** ont une rubrique de recrutement sur leur site
- 50 %** ont une personne dédiée dans le service
- 68 %** font appel à une agence de communication pour leur site
- 83 %** communiquent via les réseaux sociaux : majoritairement sur Facebook et LinkedIn



1er constat : Les entreprises ont majoritairement un site Internet, sont présentes sur les réseaux mais ne sont pas présentes sur les canaux porteurs, n'ont pas de stratégie définie de communication et de public cible, manquent de temps et de ressources humaines ou compétences en interne.

2ème constat : L'identité numérique n'est pas identifiée comme le sujet à traiter prioritairement par les structures aujourd'hui face à l'urgence de la cybersécurité et des systèmes d'informations partagés. Le manque de temps est largement évoqué pour différer le travail sur sa communication.

- **3 ateliers collectifs inter-entreprises territoriaux**



15 entreprises - 5 entreprises en moyenne par atelier



Direction, Services RH, recrutement



(selon inscriptions) : Aix, Marseille, Toulon, Nice, Avignon, Sisteron

3 x 3 ateliers territoriaux (1 atelier = 1 jour)

Les ateliers collectifs visent à monter en connaissance et en technicité. Ils suivent les 3 étapes identifiées pour transformer son identité numérique. Il est conseillé aux employeurs de s'inscrire aux 3 ateliers.

Atelier 1 : Immersion et compréhension du paysage numérique

Identifier les réseaux, sites, environnement internet de recrutement et savoir comment les utiliser.

Intervenants : PSP; APEC; (prestataire en cours)

Atelier 2 : Communication numérique : maîtriser les éléments de langage (titre provisoire)

Savoir retranscrire une fiche de poste en post efficient sur les réseaux.

Intervenants : PSP; A&V

Atelier 3 : Communication visuelle : maîtriser les codes et outils pour construire son identité visuelle (titre provisoire)

Savoir créer un design, maîtriser les codes visuels, connaître et savoir manipuler les outils disponibles en ligne.

Intervenants : PSP; (prestataire web design en cours)

A l'issue des 3 ateliers, le participant sera en mesure de transmettre en intra un process structuré et disposera d'une maquette d'un post qu'il aura lui-même conçu et pourra s'appuyer sur le volet individuel.

- Des accompagnements individuels à la carte

🎯 10 entreprises - 1 à 8 accompagnements par entreprise (selon besoin)

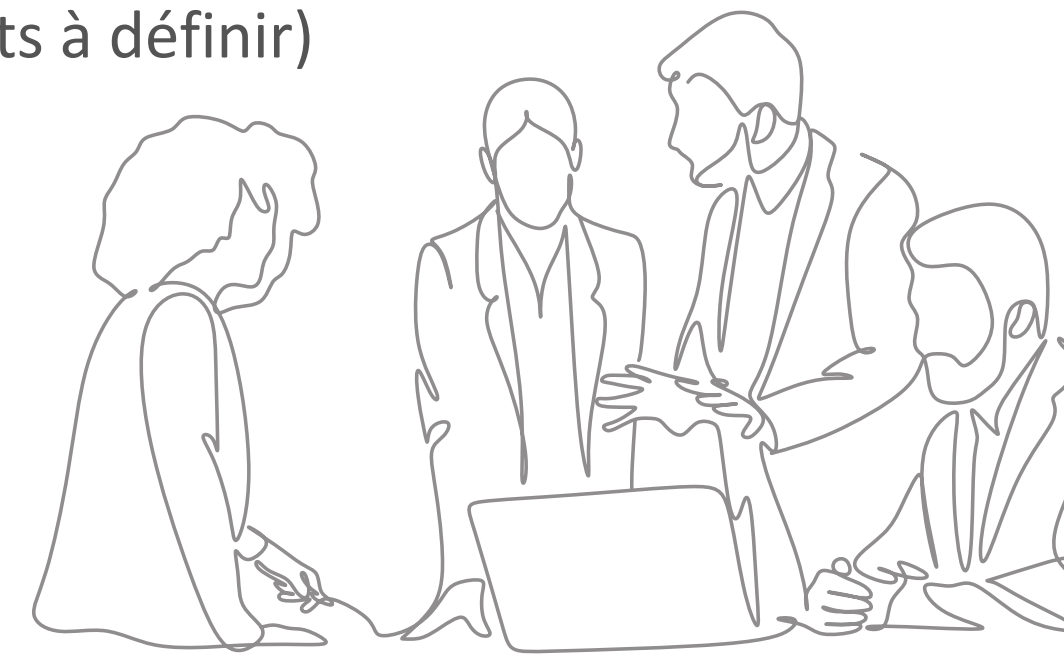
Total : 30 accompagnements

👥 Public : Direction, Service RH, recrutement

Les accompagnements individuels (en face à face) visent à répondre, de manière pérenne, aux besoins exprimés et identifiés à l'issue des ateliers collectifs.

- Créer ou compléter sa page dédiée au recrutement avec un outil innovant : étapes de création de la page; conception de l'outil; publication. Intervenants : PSP; (prestataire web design en cours)
- Rédiger et publier une annonce sur les réseaux : accompagnement en intra. auprès de la personne en charge. Intervenants : PSP; (prestataire consultant marketing en cours)
- Elaborer des outils de mesure et suivi d'impact. Intervenants : PSP; (prestataire en cours)
- Développer sa « Marque Employeur numérique ». Intervenants : PSP; APEC
- Animation d'un atelier intra-entreprise autour de la stratégie recrutement sur les réseaux et site. Intervenants : PSP; A&V
- Autre accompagnement personnalisé selon besoin exprimé. Intervenants : PSP; (intervenants à définir)

A l'issue des accompagnements, l'entreprise disposera d'un benchmark (méthodologie et outils), aura créé et publié au minimum 1 post, disposera d'une page dédiée sur son site avec un outil innovant de type "sourcing inversé".



RÉTROPLANNING

VOLET 1

JANV FÉV MARS AVRIL MAI JUIN JUIL AOÛT SEPT OCT NOV DÉC JANV FÉV MARS AVRIL MAI JUIN JUIL AOÛT SEPT OCT NOV DÉC

Première enquête



Enquête lors de l'inscription






3 ateliers collectifs



Accompagnements individuels



INDICATEURS DE RÉSULTATS

- Taux de satisfaction des outils  Evaluation à l'issue de chaque action (chaque atelier et accompagnement)
- Impact en termes de visibilité  Relevé par la entreprise du nombre de vues et de partages à 1 semaine/2 semaines/1 mois
- Impact en termes de sourcing et recrutement  Relevé des outils de mesure et de suivi de la entreprise

Des questionnaires seront à remplir par les entreprises participantes. Au début du projet, il sera présenté les attentes et la nécessité pour chaque structure de disposer d'outils de mesure et de suivi.

CONSTAT

Le secteur des SAP est marqué par une sinistralité élevée, avec un indice de fréquence des AT-MP trois fois supérieur à la moyenne, de forts taux d'absentéisme et de rotation des professionnels.

Pour faire face à ces enjeux et palier au défaut d'attractivité du secteur, les entreprises doivent investir le champ de la qualité de vie au travail pour améliorer les conditions de travail de leurs salariés et valoriser leur image.

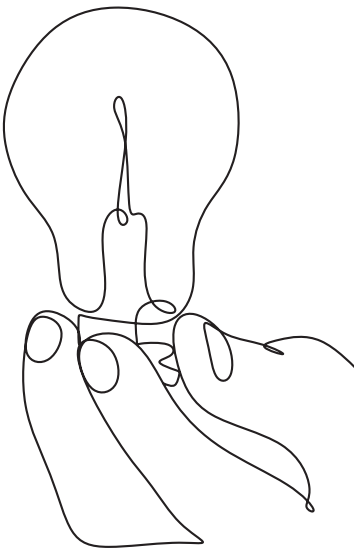
Plusieurs études ont démontré que la mise en place d'une telle démarche permettait d'agir sur des leviers tels que la fidélisation, l'engagement, la motivation des salariés et par symétrie des attentions, l'amélioration de la satisfaction des bénéficiaires et de la performance globale de l'entreprise.



OBJECTIFS

Professionaliser les entreprises sur la notion de qualité de vie au travail et les accompagner dans l'élaboration et la mise en oeuvre d'une stratégie QVT :

- Améliorer la qualité de vie et les conditions de travail des salariés
- Baisser le taux de sinistralité des entreprises
- Expérimenter des actions en interne



LIVRABLES

- Guide pédagogique QVT
- Conférence de restitution
- Baromètre social

En complément : enquête de satisfaction des salariés
(soutien Région Sud)

ACTIONS INDIVIDUELLES

1 - Conception et pilotage

- RDV avec la direction afin d'analyser le contexte de la structure
- Constitution d'un comité pluridisciplinaire et paritaire QVT (COFIL QVT)
- Identification d'un chef de projet QVT en interne

2 - Diagnostic et choix d'expérimentation

- Diagnostic pour déterminer les enjeux prioritaires
- Ateliers collaboratifs pour construire un plan d'action

3 - Expérimentation et évaluation

- Définition du paramètre d'expérimentation et du calendrier
- Déploiement des actions
- Point étape et discussion autour des actions mises en place
- Evaluation et ajustement éventuel

4 - Pérennisation et déploiement de la démarche

- Transférer la méthode d'expérimentation
- Suivi dans la durée



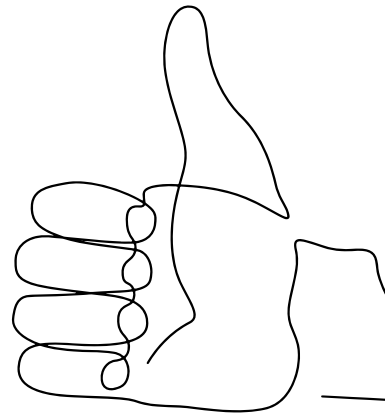
10 entreprises - 8 jours d'accompagnements par entreprise (selon les besoins)



Public : direction, service RH, membres du CSE, salariés, référent QVT, référent handicap...

ACTIONS INDIVIDUELLES

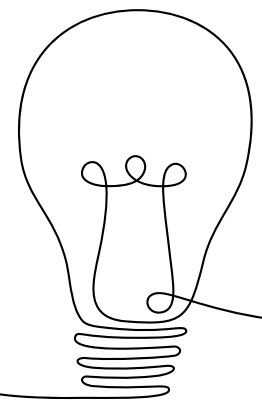
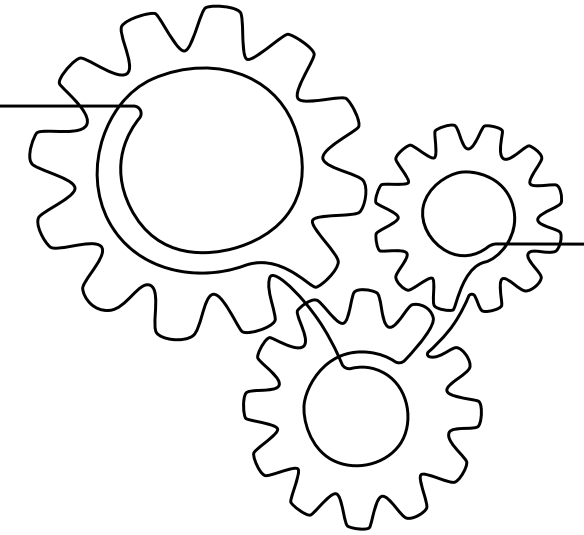
Boîte à outil QVT (adaptée selon les besoins de chaque entreprise)



- Un accompagnement dans l'identification d'1 à 2 sujets prioritaires.
- Des actions concrètes concernant tous les champs de la QVT (compétences professionnelles, égalité professionnelle, relations au travail et climat social, contenu du travail, santé au travail, management).
- Des actions à co-construire avec l'ensemble des parties prenantes : démarche participative et collaborative.
- Des retours d'expérience lors du déploiement des actions et des ajustements si besoin.

ACTIONS COLLECTIVES

2 au minimum



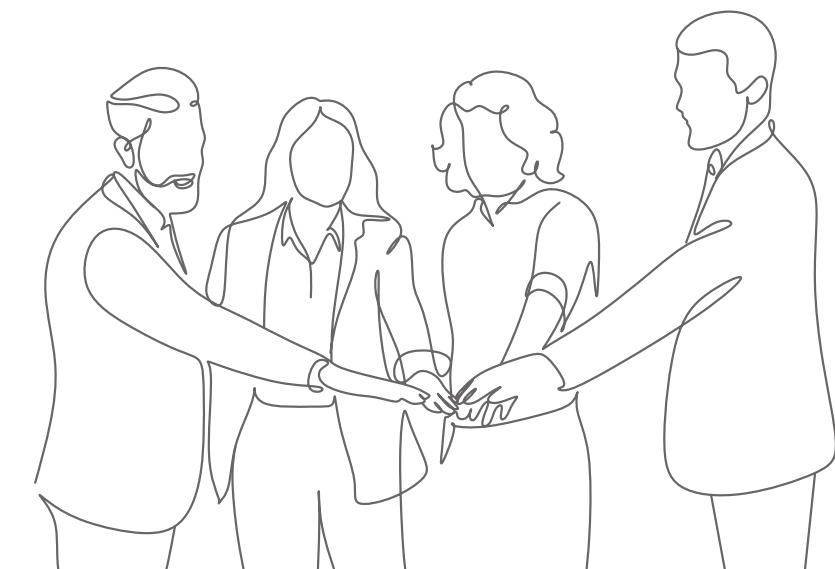
Les workshops QVT

Ateliers collaboratifs inter-entreprises regroupant en moyenne 5 entreprises.

Objectifs :

- Points étapes des situations individuelles
- Problématiques rencontrées
- Partage des bonnes pratiques
- Travail collaboratif concernant deux thématiques sélectionnées

Utilisation de techniques d'animation.



INDICATEURS DE RÉSULTATS

Quantitatifs :

- Taux d'absentéisme
- Nombre de sinistralité
- Taux de turnover

Qualitatifs :

- Engagement des collaborateurs
- Attachement des collaborateurs à l'entreprise
- Sentiment d'appartenance
- Satisfaction des salariés
- Attachement des collaborateurs à l'entreprise

SOURCES :

ENTRETIENS

DONNÉES DES ENTREPRISES

CES INFORMATIONS SERONT À RENSEIGNER PAR LES ENTREPRISES PARTICIPANTES AU DÉMARRAGE ET A LA CLÔTURE DE L'ACTION

RÉTROPLANNING VOILET 2

JANV FÉV MARS AVRIL MAI JUIN JUIL AOÛT SEPT OCT NOV DÉC JANV FÉV MARS AVRIL MAI JUIN JUIL AOÛT SEPT OCT NOV DÉC

1 ACCOMPAGNEMENT
"TYPE"

🎯 5
accompagnements
par an

CONCEPTION ET
PILOTAGE

DIAGNOSTIC ET CHOIX
D'EXPÉRIMENTATION

EXPÉRIMENTATION
ET ÉVALUATION

PÉRENNISATION ET
DÉPLOIEMENT DE LA DÉMARCHE



Workshops
inter-entreprises

POUR PARTICIPER

3 ÉTAPES

1. S'ENGAGER SUR TOUTE LA DURÉE DE L'ACTION
(LETTRE D'ENGAGEMENT)

2. PRENDRE CONNAISSANCE DE LA FICHE SYNTHÉTIQUE

3. S'INSCRIRE DANS UN OU DEUX VOILETS



Volet 1 : Transformation de l'identité numérique



Volet 2 : Mise en place d'une démarche QVT

LE PROJET

Le Pôle Services à la Personne a été retenu dans le cadre de l'appel à projets régional Mutéco 2022 Provence-Alpes-Côte d'Azur : Accompagnement des démarches d'anticipation des Mutations Économiques et de Développement de l'Emploi et des Compétences.

Le Pôle identifie deux leviers d'attractivité :

- **Le numérique** : accompagner les structures dans une stratégie active et efficiente de recrutement dans l'environnement numérique. (Volet 1)
- **La QVT** : accompagner les structures dans la mise en place d'une démarche de qualité de vie et des conditions de travail des salariés. (Volet 2)

OBJECTIFS

- Accompagner et appuyer les TPE/ PME dans la transformation de leur identité numérique. (Volet 1)
- Professionnaliser les TPE/ PME sur la notion de QVT et les accompagner dans l'élaboration et la mise en œuvre d'une stratégie QVT. (Volet 2)

MODALITÉS

Les deux volets permettent la mise en place d'actions collectives et d'actions individuelles :

Volet 1 :

- Ateliers collectifs inter-entreprises territoriaux : 15 TPE/ PME - 3 ateliers reproduits 3 fois sur le territoire régional
- Accompagnements individuels à la carte : 10 TPE/ PME - 1 à 8 jours d'accompagnement par TPE/ PME

Volet 2 :

- Actions individuelles : 10 TPE/ PME - environ 8 jours d'accompagnement par TPE/ PME
- Actions collectives : 2 minimum sur le territoire régional

Pour les structures de plus de 250 salariés : nous consulter

TERRITOIRE D'INTERVENTION

RÉGIONAL

PUBLIC CIBLE

Structures SAP (TPE/ PME)

Volet 1 : Direction, services RH, services recrutement
Volet 2 : Direction, services RH, membres du CSE, salariés, référent QVT, référent handicap...

CONTACTS

VOLET 1	VOLET 2	VOLETS 1 ET 2
Maryse CADET	Jade PANTIN DE LA GUERE	Lila PHILIPPE
06 61 04 37 23	06 19 26 42 07	07 70 33 09 68
maryse.cadet@psppaca.fr	jade.pantindelaguere@psppaca.fr	lila.philippe@psppaca.fr

Maryse CADET
Chargée de mission Formation & Accompagnement RH
maryse.cadet@psppaca.fr
+33 (0)6 61 04 37 23



Jade PANTIN DE LA GUERE
Chargée de mission Attractivité des métiers & QVT
jade.pantindelaguere@psppaca.fr
+33 (0)6 19 26 42 07



Lila PHILIPPE
Chargée de mission
lila.philippe@psppaca.fr
+33 (0)7 70 33 09 68

