



MINISTÈRE
DE LA TRANSFORMATION
ET DE LA FONCTION
PUBLIQUES

Liberté
Égalité
Fraternité



PRÉFET
DE LA RÉGION
HAUTS-DE-FRANCE

Liberté
Égalité
Fraternité

Atelier de la territorialisation RH « *Fonction publique dans les Hauts-de-France : le pari de l'attractivité d'un territoire* »

Lille, 21 octobre 2022

Dossier de restitution

Introduction



L'attractivité du territoire est un enjeu majeur pour les trois versants de la fonction publique. Certaines régions telles que **les Hauts-de-France sont marquées par une forte disparité territoriale** en la matière. La diversité des causes d'absence d'attractivité du territoire complexifie par ailleurs une approche systémique (cadre de vie, accès à certains services, qualité des établissements supérieurs, accessibilité...).

Dans ce contexte, la plate-forme régionale d'appui interministériel à la gestion des ressources humaines (PFRH) des Hauts-de-France a souhaité organiser un atelier consacré à l'attractivité en partenariat avec la DGAFP.

Cet atelier s'est intéressé plus directement aux aspects suivants :

- l'attractivité du territoire comme enjeu de l'attractivité des agents
- l'attractivité vue des fonctions publiques territoriale et hospitalière : les bonnes pratiques
- les démarches au sein de la fonction publique d'État pour compenser l'absence d'attractivité

L'atelier s'est poursuivi par un temps de partage en sous-groupes entre participants, afin d'échanger sur deux thématiques :

- **Qu'est-ce que la fonction publique est capable de faire en région, dans ses services, pour se rendre plus attractive (contenus des emplois / accompagnement à la mobilité / communication / QVT...)?**
- **Retours d'expériences : les initiatives mises en place par les participants au sein de leur structure**

Ce document de restitution présente les points saillants évoqués au cours de l'atelier, ainsi que les bonnes pratiques soulevées lors des différents échanges.

I) Ouverture des travaux

M. Jérôme Seguy, adjoint au secrétaire général des affaires régionales (SGAR) en charge du pôle modernisation de l'action publique

Mme Cécile Parent-Nutte, directrice de l'IRA de Lille

Introduisant les travaux de cet atelier de la territorialisation RH, M. Jérôme Seguy a tout d'abord **salué l'implication de la PFRH des Hauts-de-France** dans la préparation et l'organisation de cet événement, et a rappelé **le rôle de la DGAFP, en tant que DRH de l'État, pour son rôle de moteur national** sur le sujet. Il a **remercié l'IRA de Lille**, qui fait partie de la chaîne qui contribue à la qualité de la fonction publique, d'avoir accueilli cet atelier au sein de son établissement, en rappelant le partenariat permanent du secrétariat général pour les affaires régionales avec l'institut.

M. Seguy a ensuite évoqué l'essence de la fonction publique, le fonctionnaire est d'abord au service de ses concitoyens. Il importe donc de la transmettre fortifiée et adaptée, dans une logique de modernisation afin de répondre au mieux aux attentes des administrés. Cette tâche donne tout son sens à la stratégie territoriale RH portée par la DGAFP, dont cet atelier a pour objectif de décliner un seul angle, mais particulièrement stratégique : **l'attractivité de la fonction publique**.

Le constat partagé est celui d'un déficit d'attractivité de la fonction publique elle-même, d'un déficit d'attractivité des métiers mais aussi parfois d'un déficit d'attractivité territoriale. La déclinaison de cette stratégie nationale, qui se veut proche du territoire et surtout concrète, nécessite en effet de réfléchir et de débattre sur l'ensemble de ces axes. Si les deux premiers enjeux dépassent les acteurs locaux, c'est sur l'attractivité territoriale, qui touche certains secteurs de la région, qu'il importe d'agir.

Les interventions de cette matinée, qui illustrent le partage des expertises au sein de la fonction publique, auront la vertu de nourrir la réflexion de tous autour de l'élaboration de la stratégie régionale RH, puis de sa mise en œuvre par les comités locaux de l'emploi public, au plus près des besoins des bassins d'emploi du territoire.



M. Seguy rappelle que l'attachement des agents à leur territoire est, par ailleurs, un vecteur de mobilisation collective pour les trois versants de la fonction publique. Considéré comme une véritable force, cet attachement promeut la fidélisation des agents qui s'engagent au sein de la fonction publique.

En complément des propos introductifs de M. Seguy, Mme Parent-Nutte, directrice de l'IRA de Lille, a pris la parole afin d'évoquer un certain nombre de mesures d'attractivité liées à la formation des jeunes. On peut notamment citer le programme d'actions, en faveur des collégiens et lycéens, qui permet de faire de la fonction publique une voie de débouchés ou encore les classes *Prépas Talents*.

Mme Parent-Nutte a cependant partagé le constat d'un intérêt en baisse des jeunes pour la fonction publique et, par conséquent, la priorité de travailler sur l'attractivité du territoire des Hauts-de-France pour redonner envie aux jeunes de s'investir dans la fonction publique dans leur territoire.

II) L'attractivité de la région Hauts-de-France

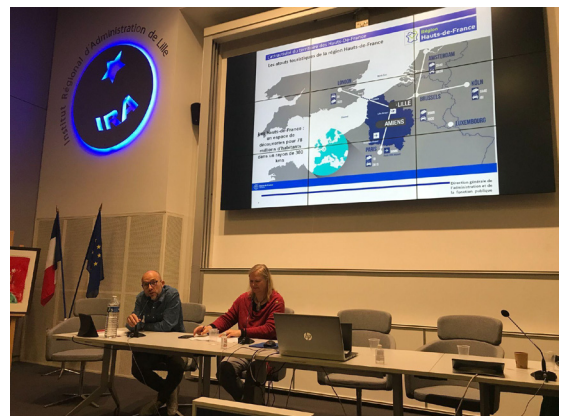
Mme **Delphine Léglise**, cheffe adjointe du service études et diffusion et Responsable de la division « conseil aux acteurs publics » à la direction régionale des Hauts-de-France, de l'INSEE – établissement de Lille

M. **Matthieu Herman**, chargé de mission ingénierie touristique et attractivité au conseil régional des Hauts-de-France

L'atelier s'est poursuivi autour d'une table ronde sur l'attractivité de la région des Hauts-de-France grâce au retour d'expérience de **Mme Delphine Léglise** et **M. Matthieu Herman**. L'échange s'est structuré autour de deux questions :

- Comment caractériser l'attractivité du territoire des Hauts-de-France ?
- Quels sont les leviers pour développer l'attractivité du territoire en tant qu'employeur ?

Cette table ronde s'est poursuivie par un échange de questions/réponses avec le public.



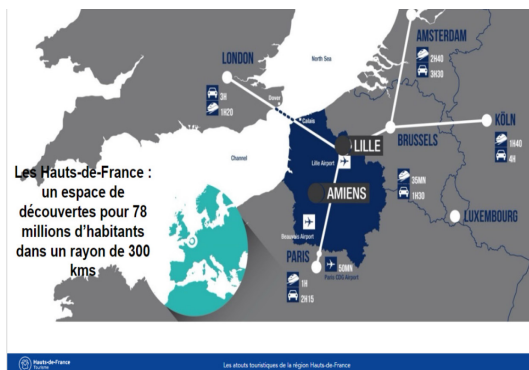
A) Comment caractériser l'attractivité du territoire des Hauts-de-France ?

Mme Léglise introduit sa présentation en rappelant que les **Hauts-de-France sont marqués par un fort déficit migratoire qui touche toutes les classes d'âges**.

Deux indicateurs sont pertinents à observer afin de comprendre la dynamique démographique d'un territoire :

- le solde naturel (différence entre le nombre de naissances et de décès sur un territoire), aujourd'hui positif sur le territoire : +0,3
- le solde migratoire (différence entre le nombre d'entrées et le nombre de sorties sur le territoire), de l'ordre de -0,3

Un double constat peut être dressé : **il s'agit d'une région que l'on quitte peu, mais qui attire également peu**. En effet, pour 10 départs hors du territoire régional, on enregistre 8 arrivées. De plus, le solde migratoire est hétérogène au sein de la région. On observe, par exemple, que **l'Oise et le Nord attirent les actifs, ce qui n'est pas le cas des autres départements**. En 2018, 43 300 actifs ont quitté la région des Hauts-de-France, 33 100 l'ont rejointe. **Un tiers des actifs** arrivant dans la région s'installent dans l'Oise, qui rassemble 14% des actifs de la région. La baie de Somme et la côte d'Opale attirent, quant à elles, principalement les retraités.



Hauts-de-France, 33 100 l'ont rejointe. **Un tiers des actifs** arrivant dans la région s'installent dans l'Oise, qui rassemble 14% des actifs de la région. La baie de Somme et la côte d'Opale attirent, quant à elles, principalement les retraités.

En rebond sur ce constat, M. Herman fait remarquer que de nombreux atouts sont à faire valoir au regard de l'emplacement géographique de la région. Les Hauts-de-France représentent **un espace de découverte** pour 78 millions d'habitants dans un rayon de 300 kilomètres. Il s'agit également d'une **région connectée à plusieurs métropoles européennes** (Paris, Londres, Amsterdam, Bruxelles...).

La région des Hauts-de-France bénéficie de nombreux atouts touristiques :

- **Près de 1000 sites culturels et de loisirs** (84 musées de France, 5 inscriptions au patrimoine mondial de l'UNESCO, 5 monuments nationaux, 5 parcs naturels régionaux, 2 grands sites de France). Plus de 20 millions de visiteurs ont été recensés en 2019, 8,5 millions en 2020 et 12,7 millions en 2021.
- De **grands espaces naturels** (côte d'Opale, baie de Somme...)
- Des **lieux culturels** (musée Matisse, le palais des Beaux-Arts à Lille, le domaine de Chantilly...)
- Des **activités en famille** (parc Astérix, de nombreux festivals...)
- Un **art de vivre** (gastronomie, carnivals...)

B) Quels sont les leviers pour développer l'attractivité du territoire en tant qu'employeur ?

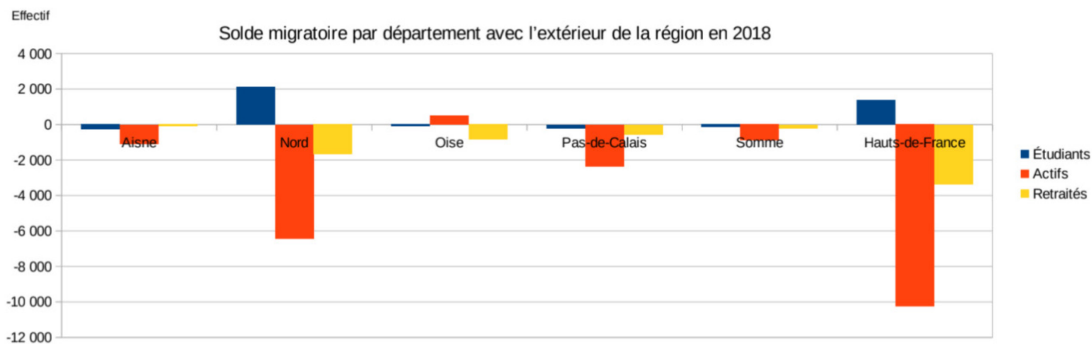
Bien que la région des Hauts-de-France soit marquée par un solde migratoire négatif, plusieurs leviers d'attractivité ont été cités par Mme Léglise :

- La région des Hauts-de-France est globalement attirante pour les étudiants, le sud de la région est attractif pour les actifs et le littoral pour les retraités
- Les habitants originaires des Hauts-de-France sont attachés à leur région

En particulier, on observe un solde migratoire positif chez les étudiants grâce au pôle d'enseignement supérieur lillois. Concernant les offres de formation, bien que le pôle lillois soit très attractif, une offre diversifiée est proposée sur l'ensemble du territoire.

L'attachement des habitants des Hauts-de-France pour leur région représente un réel atout d'attractivité. En 2018, **82% des résidents de la région sont des "natifs"**, ce qui représente le plus haut pourcentage enregistré par une région française.

Solde migratoire par département avec l'extérieur de la région en 2018



M. Herman estime que développer l'attractivité du territoire est possible en misant sur le tourisme. L'expérience économique est une théorie développée par Joseph Pine, qui nous invite à travailler sur l'expérience touristique pour développer son expérience RH. Trois constats touristiques peuvent être dressés :

- **Une exigence accrue des visiteurs** est apparue, marquée par la garantie des effets positifs du séjour sur le plan moral et physique et la préoccupation grandissante en matière de performance environnementale de l'offre
- **Le tourisme est entré dans l'économie de la transformation** : le visiteur attend la démonstration de l'efficacité de son séjour
- **Le tourisme est entré dans le marketing de la preuve** : face à la montée d'exigences de la part des touristes, s'est mis en place un marketing de la preuve. L'objectif est de travailler sur des approches différenciées par client en lien avec les attentes de chacun

Ces trois axes sont vecteurs de transformation dans la façon de penser l'attractivité territoriale.

M. Herman présente l'expérience personnalisée construite par le conseil régional des Hauts-de-France pour promouvoir son territoire et cite Seth Godin pour traduire l'idée qu'il faut créer une expérience personnalisée et créer un besoin pour ses clients. Il en va de même pour les acteurs RH locaux dans leur façon de promouvoir leur territoire.

C) Échanges avec la salle

Pour M. Herman, **parler d'attractivité signifie parler de séduction**. Le rôle du recruteur est de comprendre ce qui va attirer le candidat à venir dans ce territoire. L'aspect multidimensionnel des facteurs d'attractivité prend tout son sens : le recruteur doit comprendre ce qui rend le territoire attractif pour le candidat et ce qui peut lui rendre service.

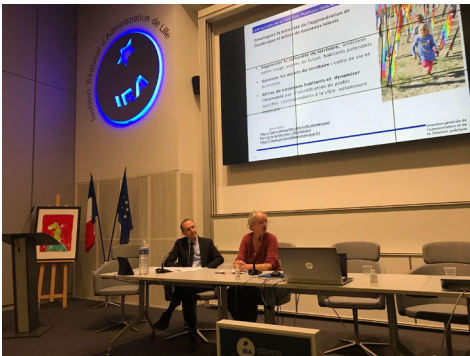
En particulier, **les fiches de postes pourraient être davantage structurées et identifiées sur les réseaux sociaux autour de la marque employeur.**

Cela a permis de mettre en exergue la notion de marque employeur, aujourd'hui encore « trop oubliée » au sein de l'administration. Pourtant, cette dernière trouve tout son sens au sein de **la fonction publique, qui s'inscrit comme une entreprise à missions, au même titre qu'une entreprise privée qui s'emparerait de cette notion.** Enfin, Monsieur Herman a rappelé le **rôle central de Lille comme locomotive de l'attractivité régionale.** La DGAFP a notamment rappelé qu'une réflexion et des travaux sur l'image de l'Etat employeur ont été menés dans le cadre de la loi sur la transformation de la fonction publique du 6 août 2019. Ces travaux ont abouti à l'élaboration d'une stratégie de marque employeur de l'Etat, puis à un socle identitaire commun porté par la marque employeur « Choisir le service public » (plateforme de marque, identité de cette marque...). Une campagne de communication interministérielle pour le lancement de cette marque a aussi été menée, qui sera suivie d'un déploiement de la marque dans les outils de communication ministériels et du lancement d'une campagne de communication mass-média interministérielle. Il s'agira aussi de « faire vivre » la marque de manière pérenne via un comité interministériel dédié.

III) L'attractivité de la fonction publique dans les Hauts-de-France

Mme **Emmanuelle Leroy**, directrice attractivité et emploi à la direction générale économie et attractivité de la communauté urbaine de Dunkerque (CUD)

M. **Christophe Blanchard**, directeur du centre hospitalier de Saint-Quentin et du groupement hospitalier de territoire Aisne-Nord et Haute-Somme



L'atelier s'est poursuivi autour d'une table ronde dont les invités étaient Mme **Emmanuelle Leroy** et M. **Christophe Blanchard**, autour de deux questions :

- *Quel constat pouvez-vous faire de l'attractivité du territoire des Hauts-de-France ? A quelles difficultés faites-vous face ?*
- *Pouvez-vous nous parler des initiatives que vous menez ou serez amenés à mener prochainement ?*

Cette table ronde s'est poursuivie par un échange de questions / réponses avec la salle.

Quel constat pouvez-vous faire de l'attractivité du territoire des Hauts-de-France ? A quelles difficultés faites-vous face ?

Mme Leroy a tout d'abord insisté sur le fait que toutes les personnes présentes à cet atelier étaient **passionnées par leur métier** et qu'il s'agissait d'incarner cette passion pour en faire un levier à mobiliser.

L'initiative aujourd'hui portée par la communauté urbaine de Dunkerque est née de difficultés de recrutements identifiées par les acteurs publics et les recruteurs privés dès 2018. Le déficit d'attractivité du territoire est apparu comme un facteur majeur des difficultés de recrutements d'un ensemble de secteurs pourtant indispensables à la région : secteurs hospitalier, judiciaire, industriel. La stratégie mise en place par la communauté urbaine a été d'user de l'intelligence et du travail collectifs (DRH et agents installés à Dunkerque) afin de mieux comprendre et de répondre à ces difficultés de recrutement. Il a fallu promouvoir l'attractivité du territoire et encourager sa transformation. En particulier, la transformation industrielle de la région actuellement entreprise devra développer l'attractivité et créer de nouveaux emplois. Madame Leroy a enfin précisé que la transformation du territoire par les acteurs privés et publics doit s'accompagner d'actions en matière d'éducation, en favorisant une meilleure orientation vers les métiers en tension et la formation des jeunes vers les métiers porteurs.

M. Blanchard introduit ses propos en dressant un premier constat : la **crise du Covid-19 a fortement marqué l'attractivité des hôpitaux publics**. Une forte pénurie de postes et une faible attractivité des métiers du soin sont au cœur des enjeux de la fonction publique hospitalière. Il a fallu partir d'un diagnostic pour passer rapidement à l'action.

Un **diagnostic territorial et une cartographie régionale des métiers médicaux** et non médicaux en 2021 ont été dressés avec l'association nationale pour la formation permanente du personnel hospitalier (ANFH). Cette cartographie a été réalisée territoire par territoire en évaluant les postes non pourvus, les

départs à la retraite... Cette cartographie a fait ressortir de très importants besoins de recrutement dans le domaine médical et ceci quels que soient les métiers (besoin de travailler sur les recrutements) ainsi qu'un taux important de turn-over (besoin de travailler sur un parcours de fidélisation : l'« onboarding »).

A) *Pouvez-vous nous parler des initiatives que vous menez ? Avez-vous des actions concrètes ou futures à nous partager ?*

En partant du diagnostic partagé par les employeurs privés et publics du territoire, il convient d'identifier toutes les étapes valorisant l'attractivité du territoire.

Mme Leroy a partagé les démarches entreprises par la communauté urbaine de Dunkerque en vue de renforcer l'attractivité des talents. Il a fallu, tout d'abord, créer, en partenariat avec le secteur du tourisme, une image pour la ville de Dunkerque.

Une autre démarche a été d'identifier toutes les étapes qui conduisent une personne à présenter sa candidature pour un poste, afin de comprendre la logique des cadres en mobilité. Un constat est ressorti : **pour attirer un cadre, il faut attirer une famille**. Cela nécessite par conséquent de proposer une offre d'accompagnement globale. La communauté urbaine a ainsi travaillé sur un outil : jeminstalleaDunkerque.fr qui propose des applications personnalisées pour toute la famille.

De plus, la communauté urbaine propose, en partenariat avec l'office de tourisme, des **week-ends découverte au moment des entretiens d'embauche**. L'objectif est de proposer une offre sur mesure répondant aux attentes du candidat (quartiers où vivre, par exemple).

Suite à son partenariat avec le média *Paris, je te quitte*, la ville de Dunkerque bénéficie d'une [page web](#) dédiée. Ainsi, **l'agglomération de Dunkerque devient identifiable auprès des franciliens en projet de mobilité** avec le référencement de leurs entreprises sur le site de *Paris, je te quitte*. En particulier, des dossiers sur la thématique « *vivre et travailler à Dunkerque* » ont été réalisés afin de présenter en détail les atouts du territoire (cadre naturel, patrimoine, dynamique culturelle...).

Enfin, un autre levier d'attractivité peut être cité : le **pacte éducatif pour l'emploi et les compétences**. Il s'agit d'accompagner les jeunes vers la réussite en leur permettant d'identifier, en fonction de leurs envies et capacités, **les métiers porteurs** tels que ceux de la fonction publique ou ceux de l'industrie.

Pour M. Blanchard, le défi de la fidélisation se traduit par :

- Un **projet sur le parcours d'accueil et d'intégration** au sein de l'établissement, de la ville, de son territoire et de la région (le logement, la connaissance des offres de loisirs, d'activités sportives et culturelles, les journées ou soirées d'intégration des internes, des nouveaux personnels)
- Le **décloisonnement**, c'est-à-dire permettre davantage de passerelles entre les trois versants de la fonction publique

De plus, un travail sur les **valeurs d'établissement** est utile pour développer son attractivité (développement durable par « l'éco-soin », écolabel diversité...).

De même, de nouveaux modes de travail sont à encourager : déploiement du protocole de télétravail au centre hospitalier de Saint-Quentin, postes partagés de territoire, nouveaux métiers (infirmiers de pratique avancée).

Concrètement, la mise en place d'un **plan d'action pour l'attractivité des masseurs kinésithérapeutes au Centre hospitalier (présentation du métier dans les écoles)** a permis, par exemple, de renforcer l'attractivité du métier et la fidélisation des agents.

Une équipe de sages femmes a travaillé, de son côté, sur les facteurs d'attractivité. Il en est ressorti que connaître l'équipe de travail avec laquelle on va travailler et être au clair avec la sécurité des soins (à travers un stage par exemple) permettent aux candidats de s'assurer du soutien des collègues et de l'aide de la hiérarchie.

IV) L'attractivité de la fonction publique d'État

M. Jérôme Seguy, adjoint au secrétaire général des affaires régionales (SGAR) en charge du pôle modernisation de l'action publique

Le premier constat posé par M. Seguy est que la fonction publique d'État souffre du même défaut d'attractivité que les fonctions publiques territoriale et hospitalière, avec ses conséquences sur la capacité à pourvoir les emplois et donc assurer les missions ; les durées d'affectation soit trop courtes, soit trop longues qui jouent sur le bon exercice de ces missions ; sur la pyramide des âges, qui ne manque pas d'inquiéter pour l'avenir de la fonction publique en région.

Pour pallier la difficulté de recrutement dans les territoires marqués par un déficit d'attractivité, plusieurs **initiatives ministérielles** ont été instituées au sein de la fonction publique d'État. À titre d'exemple, des primes de fidélisation sont allouées aux agents exerçant dans certains territoires (Seine-Saint-Denis notamment). Bien qu'il existe un ensemble d'initiatives (comme la déconcentration de la gestion des ressources humaines), tout ceci reste insuffisant pour résoudre les problèmes concrets localement. Il convient donc d'établir une stratégie commune à l'échelle nationale.

M. Seguy mentionne ainsi les rapports sur l'attractivité de la fonction publique d'État et [l'attractivité de la fonction publique territoriale](#) qui ont en commun de dresser le constat de la baisse réelle d'attractivité, avec une importance variable selon les métiers, les collectivités et les territoires.

Plusieurs axes d'actions découlent de ces analyses :

- Recourir à des mesures ciblées pour faciliter l'affectation sur les postes prioritaires : mesure d'indemnité, de communication...
- Promouvoir et faciliter le recrutement dans les zones déficitaires, en s'appuyant notamment sur les conventions avec Pôle emploi, la territorialisation des recrutements, le recrutement de contractuels, des incitations statutaires...
- Déployer des mesures transversales en interministérialité et entre les trois versants de la fonction publique, pour dynamiser les bassins d'emploi public pénalisés par la faiblesse des débouchés
- Accompagner la recherche de logement (indemnité de résidence, logements de passage...)
- engager des actions spécifiques concernant les postes d'encadrement : emploi du conjoint, contrat « moral » sur le déroulement de carrière... pour faciliter les mobilités géographiques
- Accompagner les nouveaux arrivants en intégrant davantage l'action sociale dans les outils d'attractivité

Toutes ces pistes doivent être explorées et valorisées pour tenter de remédier au déficit d'attractivité, que l'on retrouve de façon frappante aussi bien dans l'Oise, où les agents sont aspirés par Paris, dans l'Aisne, par manque de débouchés ou encore dans les territoires les plus défavorisés économiquement, par déficit d'image.

V) Bonnes pratiques

Suite à ces interventions, des temps d'échange en sous-groupes ont été proposés. Ces derniers étaient structurés autour de deux thématiques :

- **Thématique 1 :** Qu'est-ce que la fonction publique est capable de faire en région, dans ses services, pour se rendre plus attractive (contenu des emplois / accompagnement à la mobilité / communication / QVT...)?
- **Thématique 2 :** Retours d'expériences : les initiatives mises en place par les participants au sein de leur structure

La restitution des échanges en sous-groupes peut être proposée ainsi :

RENFORCER L'ACCOMPAGNEMENT DES AGENTS

Renforcer les politiques de formation

- Valoriser la **politique formation de l'employeur** (plan de formation, maintien, montée en compétences, coaching...)
- Assurer le **remplacement des agents en formation**
- Prévoir un **accompagnement spécifique sur la 2ème partie de carrière** des agents
- Promouvoir **l'apprentissage et le compagnonnage**
- Développer **une politique d'insertion pour les personnes éloignées de l'emploi**
- Communiquer **sur l'accès à la formation** qui semblerait plus facile dans le secteur public que le secteur privé

Promouvoir la mobilité entre les trois versants de la fonction publique et avec le secteur privé

- Promouvoir la **mobilité des agents entre les trois versants de la fonction publique**
- **Décloisonner le réseau RH** entre la fonction publique et le secteur privé
- **Développer la mobilité inter-versants des cadres de direction**
- Mettre en place des **dispositifs de garantie de rémunération** lors des mobilités inter-versants de la fonction publique
- Proposer **une action sociale uniformisée** (exemple : CE)

Travailler sur les parcours de carrière

- Bâtir un **parcours de carrière sur un territoire donné dès l'embauche**
- Proposer **des parcours d'évolution en constituant des "parcours métiers"** en travaillant sur les plans de succession
- Valoriser la fonction publique comme **un ascenseur social** (à l'aide d'exemples ou de parcours de carrière)
- Développer l'approche par **les compétences transverses** : revoir le contenu des concours vers plus de transparence / conformité
- Promouvoir **l'usage de la « Place de l'emploi public »**

- Communiquer sur **les multiples possibilités d'évolution de carrière** : dans une filière métier, au sein d'une administration, entre les trois versants de la fonction publique, via des concours internes, par un changement de métier

Développer l'approche métier



- Passer d'une logique de grade à **une approche métier**
- Expliquer et **valoriser les métiers**
- Faire témoigner des agents (salons, vidéos sur les réseaux sociaux)

La rémunération



- Donner de la **visibilité sur les rémunérations dans les annonces de poste**
- **Revaloriser les rémunérations**
- **Mettre en place des dispositifs de garantie de rémunération** lors des mobilités inter-versants de la fonction publique

Accompagner les talents



- Développer les dispositifs de détection **des hauts potentiels**
- **Accompagner le développement des potentiels** en misant sur du mentorat, des formations, des mises en situations, de l'exposition...

ATTIRER DE NOUVELLES RECRUES

Attirer les jeunes talents



- Accueillir les jeunes par le biais de **stages immersifs (de découverte), de l'apprentissage**
- Améliorer l'« **onboarding** » (découverte des missions et des équipes) ; travailler sur la systématisation et le contenu des journées d'intégration ; mécanisme d'appui à la cohésion d'équipe et intégration du nouvel arrivant
- Développer les dispositifs de bourses
- Repenser **la voie des concours**

Rendre le processus de recrutement plus attractif



- Favoriser une **plus grande réactivité dans les processus de recrutement**
- Revoir **la rédaction des offres d'emploi** pour qu'elles soient plus attractives et moins administratives
- **Dégenerer les fiches de postes**
- Penser au **développement des compétences dès le recrutement**
- Mettre en place un **accompagnement pour élaborer des fiches de poste attractives par territoire**
- Toujours indiquer la **possibilité du télétravail** dans les fiches de postes
- Mettre en place un **label de type « Great place to work »** en matière de QVCT
- Développer les **partenariats avec les collectivités territoriales**

- **Anticiper les besoins en recrutement** ; développer les partenariats avec les acteurs de l'emploi et l'information sur les spécificités des carrières, métiers et modalités de recrutement dans la fonction publique

Développer ses partenariats et le marketing



- Adapter les **messages** de recrutement pour les rendre **plus percutants**
- Développer les **partenariats avec les acteurs de l'emploi et de l'insertion** (Pôle emploi, CFA... Exemple : Prépa talents, partenariats avec les universités...)
- **Renforcer la présence sur les réseaux sociaux**

DIFFUSION DE LA MARQUE EMPLOYEUR ET COMMUNICATION

Travailler sur la communication de la fonction publique



- Communiquer sur **des exemples de carrière** (promotions, mobilités fonctionnelles ou géographiques...)
- Communiquer davantage **auprès du grand public sur les métiers de la fonction publique** (vidéos, témoignages, podcasts, évènements, portes ouvertes, salons, immersions...)
- Inviter chaque agent à être acteur de l'attractivité de la fonction publique
- Communiquer davantage **sur les atouts et développer la marque employeur** (notamment sur les réseaux sociaux)
- Développer des **outils de communication** permettant de promouvoir chaque bassin d'emploi

La marque employeur



- Insister sur le **sens, les valeurs du service public** et ce qui différencie le service public du secteur privé
- S'interroger sur ce qui **fait la spécificité de l'employeur public** pour développer sa marque employeur

PROMOUVOIR LA QUALITE DE VIE ET DES CONDITIONS DE TRAVAIL

Proposer un pacte d'attractivité pour toute la famille



- **Mutualiser entre employeurs des trois versants la fonction publique** des équipements sportifs et autres infrastructures. (Exemple : ZEN ZONE au sein du CHU de Lille : salle de sports, cours collectifs...)
- Mettre en place **des dispositifs favorisant la conciliation entre vie professionnelle et personnelle** tels que la mise à disposition de places en crèches, flexibilité des horaires de travail, conciergerie
- Accompagner **le conjoint dans sa recherche d'emploi** (secteur public ou privé)
- Accompagner l'agent dans sa **recherche de logement**

- Facilité d'accès à des **stationnements / solutions de restauration**

S'adapter aux nouvelles attentes des agents



- Proposer **des aménagements de temps/travail et des modalités** (télétravail)
- Transformer ses services au regard des enjeux de **développement durable**
- Offrir des **outils de travail plus qualitatifs et performants**
- **Moderniser** les méthodes de travail et le management. Moderniser les équipements

VI) Conclusion

Mme Aude Torchy, directrice de la PFRH des Hauts-de-France

Mme Aude Torchy, directrice de la PFRH des Hauts-de-France, conclut cet atelier par la présentation du document de travail sur la stratégie régionale des RH.

L'objectif est de définir, avec les acteurs RH locaux, un programme d'actions répondant aux priorités nationales, en matière d'attractivité de la fonction publique, de mobilité dans les bassins de vie, de professionnalisation des agents et d'accompagnement des transformations et des organisations de travail, mais aussi d'actions plus spécifiques aux enjeux du territoire.

Elle remercie les participants pour leur présence nombreuse et active, la DGAFP de son soutien et l'IRA de Lille pour son accueil chaleureux.

Elle annonce l'installation de la commission régionale des responsables RH de la région Hauts-de-France pour le 17 novembre 2022, sous la présidence de M. Georges-François Leclerc, préfet de la région Hauts-de-France, préfet du Nord.

Plus d'informations sur
www.fonction-publique.gouv.fr



**MINISTÈRE
DE LA TRANSFORMATION
ET DE LA FONCTION
PUBLIQUES**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Direction générale
de l'administration et
de la fonction publique