



Région
Hauts-de-France



hautsdefrance.fr



Région
Hauts-de-France

EMPLOYEURS DEMARQUEZ-VOUS



Livret des bonnes pratiques



LA RÉGION HAUTS-DE-FRANCE, UN PARTENAIRE ENGAGÉ POUR RENFORCER LA MARQUE EMPLOYEUR



© Dominique BOKALO

“Aujourd’hui, l’entreprise et son collaborateur se choisissent mutuellement. Le salarié met son bel habit pour l’entretien, l’entreprise doit, elle, sur la durée être plus séduisante et correspondre aux attentes du moment. Elle doit évoluer, se démarquer”.

Philippe Beauchamps
Vice-Président de la Région en charge des relations aux entreprises, de l’emploi et de la formation professionnelle

LA RÉGION HAUTS-DE-FRANCE S’ENGAGE À VOS CÔTÉS

Consciente des enjeux liés à la marque employeur, la Région Hauts-de-France accompagne les TPE et PME dans le développement de cette démarche stratégique.

Depuis 2022, la Direction de l’emploi au sein de l’Agence des Entreprises de la Région, informe les entreprises sur la marque employeur grâce aux **23 plateformes Proch’Emploi**.

Dans cette continuité, elle a lancé en 2024 **les Trophées “Employeurs, Démarquez-vous !”** qui visent à valoriser les entreprises régionales attractives, exemplaires et innovantes dans leur stratégie RH.

Pour cette première édition :

- **281 dossiers ont été déposés,**
- **62 finalistes locaux désignés,**
- **10 lauréats régionaux récompensés pour leurs démarches exemplaires.**



© Stéphane Delporte

QU’EST-CE QU’UNE MARQUE EMPLOYEUR ?

Aujourd’hui, recruter et fidéliser ses salariés devient un vrai défi surtout dans certains secteurs en tension. Ainsi, 45%* des projets d’entreprises seraient freinés par un manque de candidats. L’une des causes : une image de marque souvent laissée de côté.

C’est pourquoi, pour être attractive une entreprise doit soigner sa marque employeur.

La marque employeur, c’est l’image et la réputation d’une entreprise en tant qu’employeur. Elle reflète ce que pensent et ressentent les salariés, les candidats et les partenaires à son sujet. Cela inclut tout ce qui donne envie (ou non) de travailler pour elle, comme son ambiance, ses valeurs, ses avantages ou encore ses engagements.

* Étude du magazine Forbes - 2018



LA MARQUE EMPLOYEUR REPOSE SUR 4 PILIERS



L’IDENTITÉ

Ce sont les valeurs et la culture, propres à l’entreprise.



L’IMAGE INTERNE

C’est la perception et l’opinion que les collaborateurs ont de l’entreprise. Il est essentiel que vos employés actuels soient satisfaits afin qu’ils parlent positivement de votre entreprise.



LA RÉPUTATION EXTERNE

Il s’agit de l’opinion du public et de la perception générale des candidats et des partenaires, basés notamment sur les témoignages des employés.



LA STRATÉGIE RH

Il s’agit de la politique de formation, des perspectives d’évolution de carrière et de bien-être au travail.

VOUS SOUHAITEZ DÉVELOPPER VOTRE MARQUE EMPLOYEUR ?

Retrouvez dans ce guide des bonnes pratiques, des exemples d’actions simples et accessibles pour se lancer.

Découvrez également, tout au long du livret, les témoignages des lauréats des Trophées « Employeurs, Démarquez-vous » édition 2024 déjà engagés dans cette démarche.

L'IDENTITÉ



L'identité employeur concerne tous les éléments qui permettent de définir l'ADN de votre entreprise. Cela comprend : la culture d'entreprise, les valeurs fondamentales qui orientent votre action, le fonctionnement interne (RH), vos singularités, votre offre, votre histoire...

Exemples d'actions :

→ DÉFINIR VOS VALEURS FONDAMENTALES

• **Identifier les valeurs fondamentales** de votre entreprise (ex : innovation, respect, responsabilité, collaboration, parité homme/femme, handicap), vos missions à long terme, votre vision de l'avenir (vers quel futur vous orientez votre action). La réalisation d'un audit peut être envisagée.



• **Impliquer vos collaborateurs** dans le travail de définition de votre identité en organisant par exemple des ateliers collaboratifs pour identifier les valeurs qui guident votre activité et pour qu'ils puissent être les ambassadeurs des valeurs de votre entreprise.

• **Promouvoir et incarner les valeurs de votre entreprise** dans vos actions quotidiennes, votre mode de gestion et vos prises de décisions (ex: transparence, écoute active, responsabilisation des employés).

• **Former les managers** pour qu'ils soient des modèles et des relais de ces valeurs dans leur gestion d'équipe.

• **Mettre en place des challenges et récompenses** pour valoriser et célébrer les initiatives qui incarnent ces valeurs (réunions dédiées, partages d'expériences...).

• **Associer ces valeurs à des engagements concrets**, comme une politique RSE renforcée.

• **Elaborer une charte des valeurs** et l'intégrer dans les processus de recrutement et d'intégration des nouveaux collaborateurs au sein de l'entreprise

QU'EST-CE QU'UNE POLITIQUE RSE ?

La Responsabilité Sociétale des Entreprises désigne l'engagement volontaire des entreprises à intégrer des préoccupations sociales, environnementales et économiques dans leurs activités et leur stratégie. Concrètement, cela signifie adopter des pratiques plus éthiques et durables, comme réduire son impact écologique, garantir le bien-être des salariés, ou encore avoir un impact positif sur la société. La RSE permet aux entreprises de concilier performance économique et contribution au bien commun.



Société AX Group (Bailleul59), récompensée par le Trophée de bronze dans la catégorie "L'e-réputation"

« La participation à la journée «Duo Day» et la collaboration avec Agefiph, Cap Emploi et «Les Papillons Blancs» ont permis de sensibiliser les équipes au handicap tout en favorisant l'inclusion. Cela a également contribué à attirer des candidats RQTH pour les offres d'emploi de l'entreprise. »

→ ENGAGER UNE STRATÉGIE RSE AFFIRMÉE



• Conduire des actions concrètes pour **soutenir des causes sociales ou environnementales**.

• **Encourager vos collaborateurs à participer à des initiatives de responsabilité sociale** afin de renforcer l'engagement personnel des employés envers les valeurs de leur entreprise.

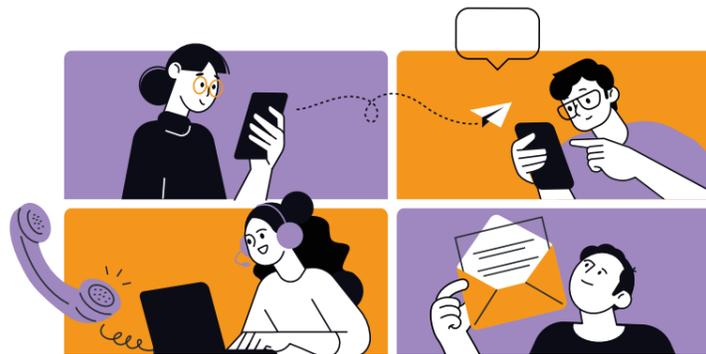


Société Chti'Bois (Hondeghe 59), récompensée par le Trophée d'or dans la catégorie "Recruter autrement"

« Le partenariat avec France Travail, l'AFPA et l'ESAT de Ruitz a permis de développer des missions d'insertion professionnelle, avec l'objectif de pérenniser 8 emplois d'ici la fin de l'année et 16 à horizon 2025/2026, en créant des conditions adaptées aux handicaps. Cette collaboration a conduit à une croissance rapide et positive de l'entreprise, tout en respectant ses valeurs sociales et en atteignant une parité hommes/femmes dans un secteur traditionnellement masculin. »



L'IMAGE EMPLOYEUR INTERNE



L'image « employeur » interne concerne les interactions entre les employés et les dirigeants, la perception et l'opinion que les collaborateurs ont de l'entreprise. On parle d'expérience collaborateur.

Il est essentiel de susciter un sentiment général d'appartenance et de satisfaction de la part de vos employés en créant notamment un environnement de travail équilibré et respectueux, où chaque membre de l'équipe peut s'épanouir pleinement.

Le processus de recrutement, votre façon d'accueillir les nouveaux arrivants, la gestion des carrières ou encore votre capacité à répondre aux besoins de vos collaborateurs sont autant d'atouts qui conduisent à créer un environnement de travail agréable et à favoriser une image employeur positive.



Société ZATSIT (Lille 59), récompensée par le Trophée de bronze dans la catégorie « La promesse employeur »

« Depuis notre création en février 2023, nous avons mis en place des initiatives pour fidéliser nos collaborateurs et créer un environnement de travail stimulant et respectueux, ce qui a permis d'obtenir un taux de turnover très bas. Cette approche humaine et globale du management a renforcé l'engagement, le sentiment d'appartenance et la satisfaction parmi nos collaborateurs, et nous continuerons à développer ces actions pour rester une entreprise attractive. »

Exemples d'actions :

→ VOTRE PRIORITÉ : LE BIEN-ÊTRE DES COLLABORATEURS

Il est essentiel pour votre entreprise de répondre aux attentes des salariés en matière de bien-être au travail et d'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle :

- Proposer des **locaux agréables**.
- Doter votre entreprise d'un **service de restauration**.
- Proposer des **espaces de détente et de partage**.
- Mettre en place des **activités sportives** sur le temps de la pause déjeuner.
- Organiser des **moments de bien-être** au sein de l'entreprise (séances de sport, yoga, sophrologie...).
- Favoriser de **moments de cohésion d'équipe** (grands temps forts et/ou rituels hebdomadaires).
- **Proposer des avantages à vos salariés** : prise en charge de la mutuelle à 70 voire à 100 %, des chèques déjeuners, de participer aux frais de déplacements domicile / travail.

SAS **PIVERT** Société SAS PIVERT (Venette 60),

récompensée par le Trophée de bronze dans la catégorie « Recruter autrement »

« Nous organisons régulièrement des événements pour renforcer la cohésion d'équipe, tels que des portes ouvertes, des actions solidaires, des repas de Noël, et des activités sportives. De plus, nous avons aménagé une salle de pause avec un espace de jeu et des boissons offertes pour offrir à nos collaborateurs un cadre agréable et convivial. »



→ PRIVILÉGIER UN MANAGEMENT BIENVEILLANT

- **Mettre en place un management par la confiance**, basé sur l'autonomie des collaborateurs.
- **Encourager l'implication des salariés** dans les prises de décision stratégique pour l'entreprise.
- **Valoriser l'engagement des collaborateurs** : rémunération variable en fonction des performances, mise en place d'une newsletter pour mettre en lumière les réussites et valoriser la diversité des talents au sein des équipes via des vidéos ou articles « portraits ».
- **Identifier les tâches pénibles** et jugées inutiles par les salariés et rechercher des solutions pour les réduire.
- **Créer un parcours d'intégration** pour les nouveaux arrivants, notamment pour qu'ils découvrent tous les métiers de l'entreprise.



Société Maréchalle Pesage Métrologie (Chauny 02), récompensée par le Trophée d'argent dans la catégorie « La promesse employeur »

« Les initiatives mises en place ont amélioré la satisfaction des collaborateurs, en particulier grâce à la mutuelle, la réduction de la pénibilité et les espaces de détente. Le séminaire 2024, ainsi que la reconnaissance des employés à travers des portraits et des promotions internes, ont renforcé l'engagement à long terme des équipes. »

→ UNE STRATÉGIE RH CLAIRE ET PRÉCISE

- **Accompagner la carrière de vos salariés** en facilitant la montée en compétences des équipes à l'aide d'un programme de formations diversifié mais aussi sur la mobilité interne.
- **Renforcer la diversité et l'inclusion dans vos recrutements** : diversifier les profils recrutés (âge, formation, genre, handicap, etc).
- Transmettre vos savoir-faire : miser sur l'**accueil des stagiaires et des apprentis**.
- Développer une politique de promotion interne et permettre **les opportunités de mobilité interne**.



Société Le Bistrot du Port (Calais 62), récompensée par le Trophée Coup de cœur du jury.

« En deux ans, nous avons recruté 5 apprentis et 6 seniors sans emploi, afin de transmettre notre savoir-faire, dévoiler de nouveaux talents et assurer la continuité de nos métiers tout en favorisant la réinsertion des seniors dans le milieu professionnel. Les apprentis, respectueux et motivés, ont noué des liens forts avec les seniors, créant un environnement où l'expérience des aînés est valorisée et où ils peuvent transmettre leur savoir-faire et savoir-être aux plus jeunes. »

→ GAGNER EN FLEXIBILITÉ DANS VOTRE ORGANISATION

- Proposer la **mise en place du télétravail**.
- **Proposer une diversité d'espace de travail** pour répondre aux besoins de vos collaborateurs : open space, espaces de concentration, phone box, lieux dédiés à la détente et/ou à la restauration.
- **Aménager un jour de repos ou d'horaires à la demande**, en fonction des convenances, contraintes personnelles et/ou selon l'évolution de la vie personnelle de leurs salariés.
- **Instaurer la semaine de 4 jours**.

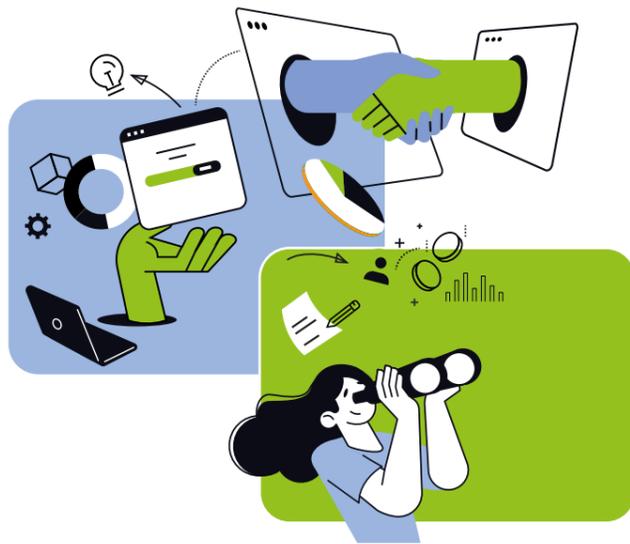


→ VALORISER VOS ACTIONS !

- **Impliquer les managers** dans toutes ces pratiques pour en faire des ambassadeurs du bien être au travail.
- **Lancer un programme de mentorat interne** pour transmettre la culture d'entreprise.
- **Publier des témoignages de salariés** épanouis dans leur environnement de travail sur les réseaux sociaux et canaux de communication internes (intranet, newsletter...).



LA RÉPUTATION (ou image employeur externe)



Travailler son image « employeur » à l'externe, c'est s'assurer que vos futures recrues ont une image positive de votre entreprise. L'objectif : attirer de nouveaux talents.

Cela concerne la rédaction de vos offres d'emploi, votre procédure de recrutement (les entretiens d'embauche) mais aussi votre stratégie de communication au quotidien. Par exemple, votre présence sur les réseaux sociaux ou encore le contenu publié sur votre site internet seront des atouts majeurs.



Exemples d'actions :

Adopter une communication à 360 degrés c'est-à-dire multicanale : réseaux sociaux, site internet, newsletter, événements.

→ S'ENGAGER DANS UNE COMMUNICATION DIGITALE ACTIVE ET PERFORMANTE

- **Développer un site web** qui reflète votre identité via une charte graphique et éditoriale forte.
 - Proposer des contenus cohérents avec les valeurs de votre entreprise et susceptible de répondre aux attentes des futurs candidats (présenter l'entreprise, les métiers, les savoir-faire...).
 - Rubrique dédiée au recrutement avec vos offres d'emploi, vos avantages et des témoignages de vos salariés.



Société Santé Assistance Promotion (Saint-Saulve 59), récompensée par le Trophée d'or dans la catégorie "L'e-réputation"

« Pour attirer de nouveaux talents, nous mettons en avant les innovations du groupe et utilisons des vidéos, y compris des témoignages « Vis ma vie », pour simplifier la compréhension du secteur médical et rassurer les candidats. Nous avons déjà renforcé nos communications internes et prévoyons d'étendre cette approche à l'externe. »



• Renforcer sa présence sur les réseaux sociaux

- LinkedIn, facebook, Instagram ou Twitter : créez votre communauté et donnez envie de vous rejoindre !
- Proposer des contenus diversifiés qui permettent aux futurs candidats de vous découvrir et de vous apprécier. Valoriser vos locaux et vos espaces de travail, les événements de la vie de l'entreprise, des portraits de collaborateurs, vos succès, des témoignages clients, vos talents internes et vos offres d'emploi.
- Partager régulièrement vos valeurs, vos engagements et la réalité du quotidien dans votre entreprise.



Fonderies de Sougland (Saint-Michel en Thiérache 02), récompensée par le Trophée d'argent dans la catégorie "L'e-réputation"

« Nous utilisons plusieurs comptes sur les réseaux sociaux pour mettre en avant les différentes facettes de l'entreprise, comme la fabrication, la conception et le savoir-faire des salariés. Notre chaîne YouTube et notre compte LinkedIn nous aident à promouvoir l'entreprise auprès de nos clients, prospects et futurs collaborateurs, en publiant régulièrement des contenus sur nos interventions et événements. »



Société AMICIO (Abbeville 80), récompensée par le Trophée d'or dans la catégorie "La promesse employeur"

« Depuis fin 2021, un processus de recrutement spécifique a été instauré, incluant des entretiens, des tests, des immersions et des simulations d'appel pour évaluer les compétences et la relation client. Amicio, en tant qu'entreprise à mission, privilégie les compétences et le savoir-être plutôt que les CV. »



→ RECRUTEMENT : PENSER « EXPÉRIENCE CANDIDAT »

Dans une logique de rayonnement à l'externe, votre entreprise doit proposer une expérience positive pour les candidats qui y verront notamment le reflet de votre organisation et vos valeurs humaines auprès de vos collaborateurs. Cette expérience participe à votre notoriété et nourrit votre marque employeur.

- Privilégier un **process de recrutement court et efficace**.
- Miser sur la **diffusion d'offres d'emploi attractives** et une mise à disposition facile de fiches de poste complètes (organisation du travail, avantages, flexibilité interne...).
- **Formation de l'ensemble des encadrants** à de nouveaux modes de recrutement (exemple : recruter sans diplôme, recrutement collaboratif).

→ TRAVAILLER SA VISIBILITÉ LOCALE

- **Participer à des événements sur vos territoires** renforce votre image et contribue à votre attractivité. **Salons, rencontres job dating, foires ou événements culturels et sportifs divers** sont des opportunités pour votre entreprise de faire découvrir votre action à des publics diversifiés.
- **Impliquer vos collaborateurs** en leur proposant d'intégrer un programme « ambassadeurs » avec comme objectif de faire rayonner leur expérience positive lors de ces événements.
- **Organiser des temps forts** au sein de votre entreprise et accueillir du public dans vos locaux à l'occasion de portes ouvertes.
- **Collaborer avec des écoles, des partenaires de l'emploi et des associations** pour renforcer votre visibilité et votre crédibilité auprès des talents.
- **Participer aux rencontres circuit-courts jeunes/entreprises des plateformes Proch'Emploi** pour faire connaître votre entreprise à de jeunes demandeurs d'emploi qui ont un projet professionnel clair, une réelle motivation et sont en recherche d'emploi active.





Développer une stratégie RH claire, précise et en accord avec les valeurs de l'entreprise se révèle un pilier majeur de la construction de votre marque employeur. Dès lors, vos orientations en matière de ressources humaines s'inscrivent comme le fil rouge de votre stratégie. Cela concernera notamment la gestion de vos équipes, la stratégie de formation, la gestion des carrières ou encore le type de management proposé à vos collaborateurs.

Un objectif : donner envie aux futurs candidats de vous rejoindre pour travailler dans votre entreprise.

Exemples d'actions :

→ RECRUTER AUTREMENT

- **Diversifier les profils recrutés pour une politique RH inclusive** : aller au-delà des candidats traditionnels en recrutant des personnes issues de parcours atypiques (reconversions professionnelles, jeunes diplômés sans expérience, ou encore personnes en situation de handicap). En diversifiant les sources de recrutement, vous ouvrez la porte à des talents souvent négligés.
- **Promouvoir l'inclusion dans les processus de recrutement** : en rendant les annonces et les processus de sélection plus inclusifs (par exemple, en utilisant un langage non discriminant, en évaluant les candidats sur leurs compétences plutôt que sur des critères externes), les candidats potentiels se sentiront davantage considérés et seront plus enclins à postuler.
- **Favoriser la transmission des métiers et des savoir-faire**, en misant sur l'accueil des stagiaires et d'apprentis.
- **Miser sur les nouveaux modes de recrutement** (exemple : recruter sans diplôme, recrutement collaboratif) et former des encadrants pour les mettre en place.
- **Utiliser les réseaux sociaux professionnels** plutôt que de se limiter aux job boards pour partager des offres d'emploi et interagir directement avec des candidats potentiels, voire avec ceux qui ne cherchent pas activement un emploi.
- **Organiser des événements de recrutement moins formels** comme des hackathons, des journées portes ouvertes, des séances de job dating ou des meet-ups dans des lieux moins classiques pour attirer des profils différents et pour se montrer accessible.



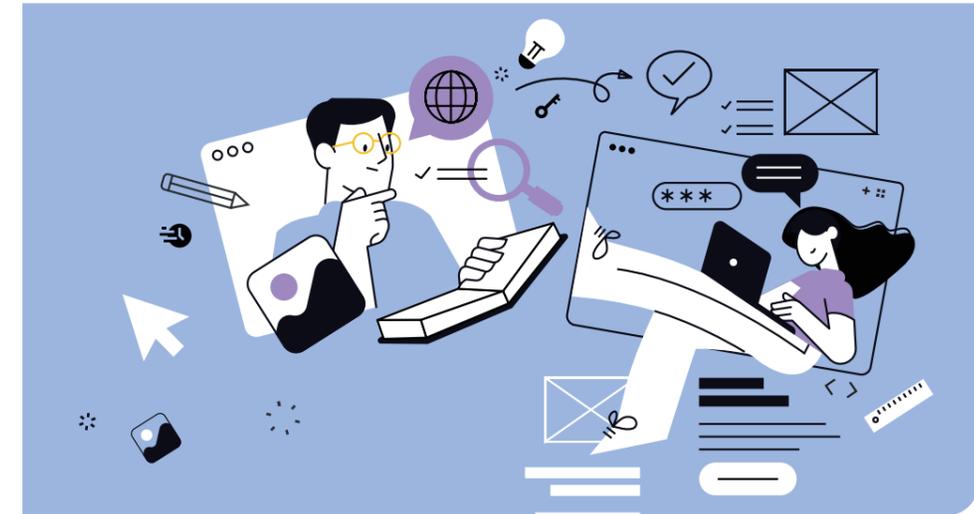
Société MW FRANCE (Tergnier 02), récompensée par le Trophée d'argent dans la catégorie "Recruter autrement"

« Depuis 2024, plusieurs actions ont optimisé notre recrutement, notamment grâce à une trame précise et des mises en situation adaptées pour renforcer l'objectivité des entretiens. »



→ ATTIRER DES CANDIDATS

- **Développer des partenariats avec les acteurs** tels que France Travail, les plateformes Proch'emploi, les écoles, etc. pour attirer et diversifier les candidats.
- **Privilégier des recrutements directement en CDI** pour attirer les profils.
- **Encourager vos collaborateurs à partager vos offres d'emploi** dans leur propre réseau pour qu'ils agissent comme des ambassadeurs de l'entreprise. Vous pouvez aller plus loin en proposant un système de cooptation avec une gratification pour un salarié qui met en relation l'entreprise avec un nouveau collaborateur.



→ FOCUS SUR LES SOFT SKILLS ET LA MOTIVATION

- **Évaluer les compétences comportementales (soft skills)** : plutôt que de se concentrer uniquement sur les compétences techniques ou l'expérience professionnelle, intégrer des tests ou des entretiens axés sur les soft skills, comme la communication, la gestion du stress, la capacité à travailler en équipe, ou la motivation personnelle.
- **Organiser des entretiens déstructurés, créatifs et moins formels** où le but est de mieux comprendre la personnalité et la motivation du candidat plutôt que de suivre une grille de critères stricts. Cela peut inclure des mises en situation ou des échanges plus informels qui vous permettent de voir comment le candidat réagit dans des contextes réels.

→ OFFRIR UNE EXPÉRIENCE CANDIDAT UNIQUE

- **Proposer une simulation immersive** : outre les périodes d'immersion classiques, utiliser des plateformes de jeux vidéo ou de réalité virtuelle pour simuler des environnements de travail et tester les compétences des candidats dans des scénarios réalistes. Cela permet de mieux évaluer leur comportement dans des situations pratiques et de rendre le processus de recrutement plus engageant.
- **Personnaliser l'expérience** : il est important de personnaliser l'expérience de recrutement en fonction des attentes et du profil du candidat. Par exemple, un candidat peut être intéressé par des informations sur la culture d'entreprise, tandis qu'un autre voudra en savoir plus sur les opportunités de formation et de carrière.
- **Délivrer un feedback constructif pour tous** : offrir un retour détaillé et constructif aux candidats, qu'ils soient retenus ou non. Cela peut contribuer à améliorer la réputation de l'entreprise et permettre aux candidats d'apprendre et de s'améliorer pour d'éventuelles futures candidatures.

