

Ma nouvelle vie dans la Manche

BILAN 2020

Plan de valorisation des emplois dans la Manche



VALORISER LES OPPORTUNITES DE CARRIERE POUR ATTIRER DES TALENTS DANS LA MANCHE

Afin de valoriser les emplois disponibles dans la Manche, le département de la Manche a renouvelé en 2020 sa campagne de promotion du territoire intitulé « ma nouvelle vie dans la Manche » et a organisé avec des entreprises du département et des collectivités 5 jobdatings.

Initialement prévue dans 5 villes françaises (Le Havre, Rouen, Paris, Lille et Rennes), Le contexte sanitaire nous a contraint à faire évoluer la campagne en organisant aux dates communiquées 5 jobdating digitaux.

Attirer les nouveaux talents en communiquant fortement sur les opportunités de carrière, la dynamique économique du territoire et la qualité de son cadre de vie, tels étaient les objectifs de cette nouvelle campagne.

Les événements se sont donc déroulés **sur 5 dates : 16 octobre, 03 novembre, 17 novembre, 24 novembre et 08 décembre 2020** au cours de journées de recrutement sur une plateforme digitale.

Avec la collaboration des prescripteurs de l'emploi, des candidats qualifiés ouverts à la mobilité ainsi que des étudiants et jeunes diplômés ont été ciblés.

Des entreprises Manchoises étaient présentes avec leurs offres d'emploi, accompagnées par des collectivités et des partenaires de l'emploi.

1. LES CHIFFRES CLES DE LA CAMPAGNE

1. **2532** candidats inscrits sur notre site maviedanslamanche.fr
2. **3734** visiteurs sur la plateforme lors de ces 5 dates
3. **32** entreprises présentes sur l'ensemble des 5 dates.
4. **69** visioconférences organisées, soit 34.5 heures de direct
5. **1614** candidats ont participé aux **69** Visio et **306** ont vu un replay à ce jour.
6. **50%** des visiteurs ont entre 18 et 34 ans, **45%** sont des femmes
7. **91%** sont domiciliés en France.



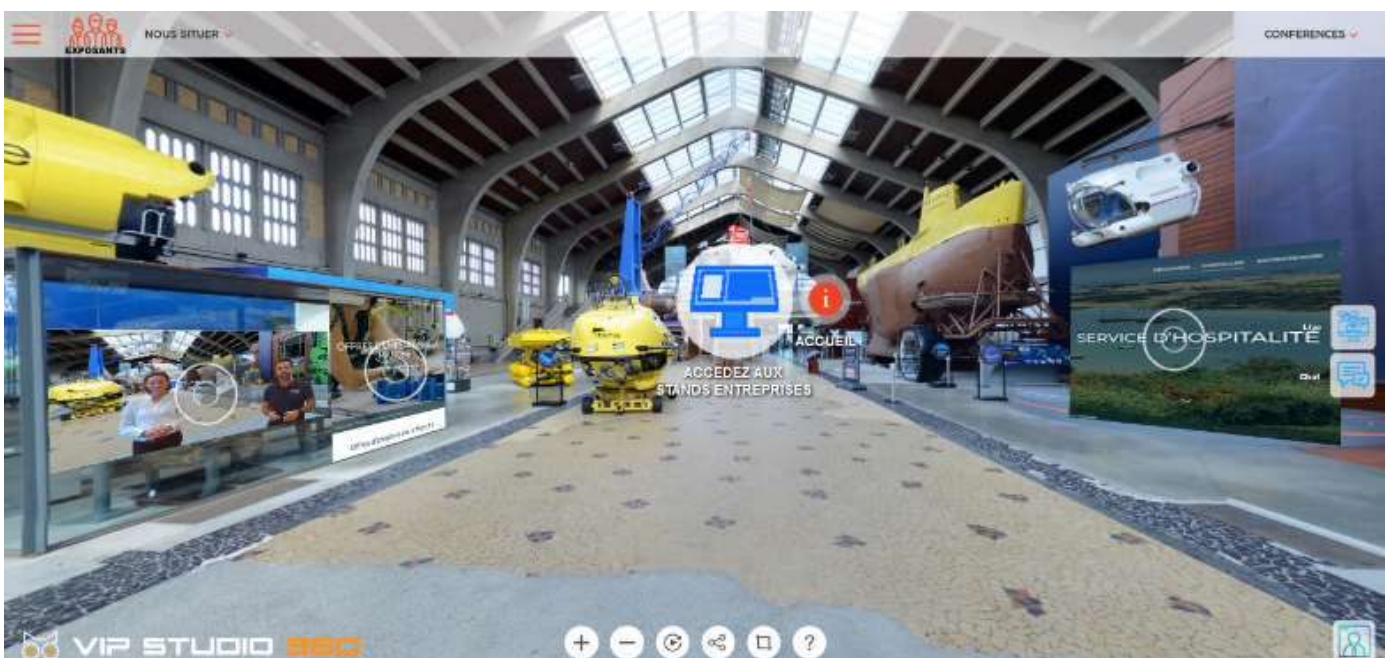
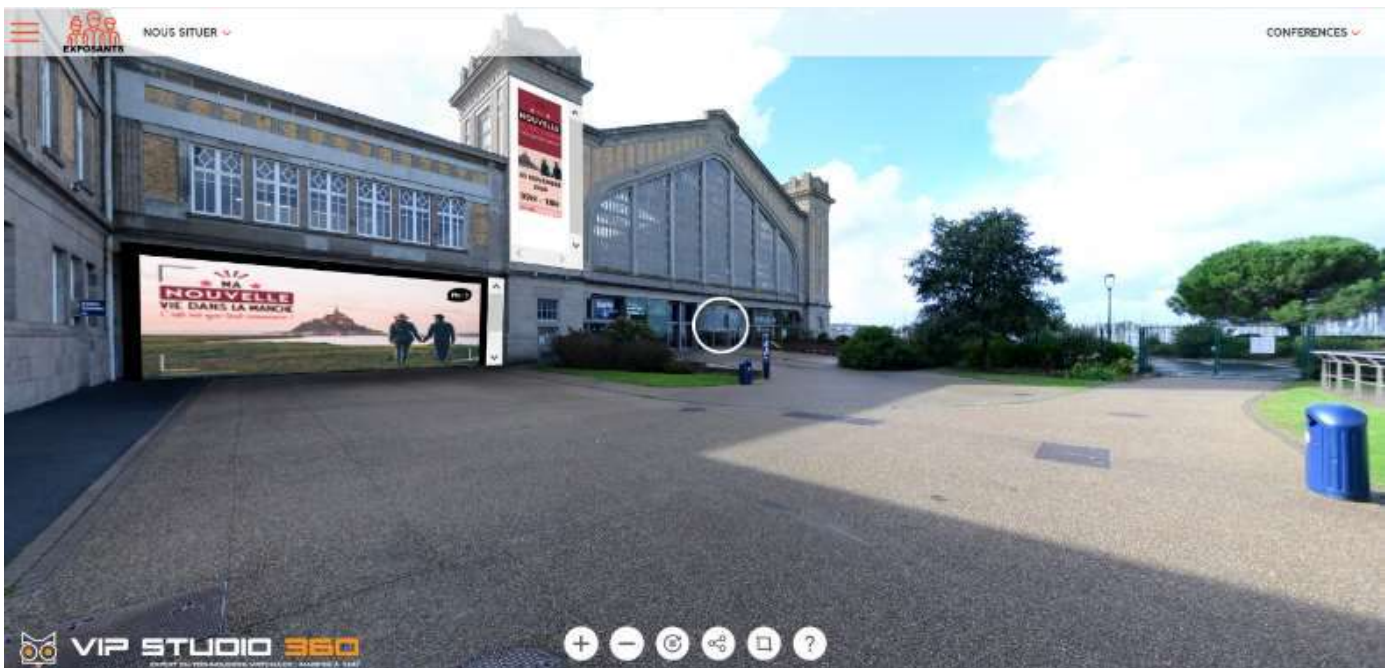
2. LES JOBDATING DIGITAUX

2.1 LA PLATEFORME WEB

Fin septembre 2020, suite aux premières mesures sanitaires, il nous est apparu que maintenir nos évènements dans les 5 villes françaises ciblées semblaient désormais inopportun. A 15 jours de notre premier jobdating au Havre, nous avons donc décidé de basculer en mode digital.

<https://vip-studio360.fr/galerie360/visites/vv-latitude-manche/vv-latitude-manche-expo-c.html>

Ce salon de l'emploi digital présentait comme dans le réel, les stands des entreprises manchoises qui recrutent (Orano, Naval Group, Manpower, LM Wind Power, EDF, Isigny Ste Mère, Alten etc.), des espaces pour visionner les présentations vidéo du territoire, et pour assister à des visio-conférences sur l'installation dans la Manche. Les candidats, via leur connexion internet, pouvaient se déplacer librement dans cet espace de recrutement digital, découvrir les offres à pourvoir, échanger avec les entreprises de la Manche, et participer à des rendez-vous de recrutement individuels.



A chaque date, la plateforme digitale est accessible par les candidats extérieurs au département ciblés préalablement mais aussi par nos habitants et l'ensemble des français qui nous suivent sur les réseaux sociaux. Chaque candidat devait s'inscrire sur le site maviedanslamanche.fr.



Chaque entreprise et partenaire disposait d'un stand virtuel 3D dans lequel les candidats pouvaient y accéder et regarder des vidéos de présentation, s'informer sur leurs offres d'emploi et obtenir un ensemble d'informations sur l'entreprise. Un dispositif de conversation instantanée et de prise de rendez-vous avec les recruteurs avait été mis en place.

2.2 LES VISIO-CONFERENCES

Afin d'apporter plus de visibilité aux entreprises présentes, une programmation de visio-conférences a été organisée sur chaque journée. Chaque entreprise a pu mettre en avant ses offres d'emploi et chaque participant pouvait poser ses questions avec le recruteur.

69 visioconférences ont été réalisées sur les 5 dates. Plus de 1600 candidats ont pu participer ; Les Visio-conférences sont accessibles sur une plateforme pour être vues ou revues.

Chaque visio-conférence durait 30 minutes : l'animateur présentait le contexte, le recruteur en mode interview ou à l'aide d'un support présentait son entreprise et ses offres d'emploi pendant 15 minutes et 10 minutes étaient consacrées aux questions/réponses des participants.



Une programmation de visio-conférences sur chaque journée

Exemple du 08 décembre 2020



2.3 LES ENTREPRISES

32 entreprises et structures ont participé aux jobdatings digitaux. En moyenne, 23 entreprises par jobdating. 18 entreprises étaient présentes au moins à 4 jobdatings.

Liste des entreprises :

SEGULA TECHNOLOGIE	MANPOWER	EDF	GROUP-ECIA	VILLEDIEU INTERCOM	CA COTENTIN	GROUPE FIVA	CPAM
NAVAL GROUP	ORANO	LACTALIS	AREA NORMANDIE	YELLOH VILLAGE	ERNOR	ELVIR	AXA ASSURANCES
LM WIND POWER	ASSYSTEM	NORMANDIE ATTRACTIVITE	CAP EMPLOI 50	FONDATION BON SAUVEUR	UNITHER	MAITRES LAITIERS DU COTENTIN	NORMANDIE MARITIME
ALTEN	BISCUIT ST MICHEL	ISIGNY SAINTE MERE	CREDIT MUTUEL	ALLURES YACHTING	APEC NORMANDIE	ST JAMES	LES CELLIERS ASSOCIES

Top entreprises visites de stand

SEGULA TECHNOLOGIE
NAVAL GROUP
LM WIND POWER
ALTEN
MANPOWER

Top entreprises participants Visio-conférence



2.4 LES PARTENAIRES DE L'EMPLOI

Comme en 2019, nous nous sommes appuyés sur les prescripteurs de l'emploi du service public, à savoir Pôle emploi, Cap emploi et en particulier l'Apec Normandie qui nous ont permis de sourcer en direct des candidats en recherche d'emploi, ouverts à la mobilité et désireux de venir sur l'ouest de la France. Nous avons au préalable ciblé les métiers recherchés par nos entreprises. Ce sont près de 25000 parisiens, franciliens et normands qui ont pu être contactés par un emailing.

L'APEC ET CAP EMPLOI 50 étaient présents lors des jobdatings sur des stands virtuels dans lequel chaque candidat pouvait s'entretenir avec des conseillers EMPLOI pour la création de CV, recherche d'emploi ou préparation à un entretien de recrutement.



2.5 Les points positifs d'un tel dispositif digital sont multiples

Cette nouvelle forme de rencontres permet une visibilité plus large pour le territoire et surtout permet la continuité de notre campagne de communication et de promotion dans un moment où l'évènementiel est à l'arrêt.

3 points à noter :

- Elargissement du public sur tout le territoire ET PLUS SEULEMENT sur les bassins d'emploi ciblés (Le Havre, Rouen, Paris, Lille et Rennes), les habitants manchois pouvaient également participer: plutôt intéressant pour les entreprises pour renforcer leur notoriété localement.
- Mobilisation plus importante d'entreprises : 18 en 2019, 32 en 2020
- Un coût opérationnel moindre

2.6 LES POINTS D'AMÉLIORATION

- Le tout digital est soumis à la technique et à tous ses problèmes.
- La limite des rencontres numériques entre recruteurs et candidats. C'est encore nouveau pour beaucoup et donc chacun n'est pas encore très à l'aise avec cet exercice.
- Les rencontres sont davantage des opérations de séduction que des entretiens de recrutement même si des recrutements ont été réalisés.

Ce qu'il faut retenir : La campagne à travers ce dispositif adapté nous a vraiment permis de garder du lien avec nos cibles, nos entreprises et nos partenaires et donc de continuer à mettre en avant notre département.

Dans le contexte de cette fin d'année 2020, Notre campagne demeurait vraiment singulière :

- Tout d'abord nombreuses sont nos entreprises qui continuent à recruter massivement malgré la crise,
- Notre évènement de recrutement digital et original dans sa forme a pu être réalisé dans un contexte où l'évènementiel est à l'arrêt,

- Et puis enfin le premier confinement a suscité des envies d'ailleurs pour nombres de citoyens. Cela tombe bien, notre département possède tous les atouts : cadre de vie, espace, littoral, emplois et le département propose une aide à l'installation pour les nouveaux habitants et salariés.

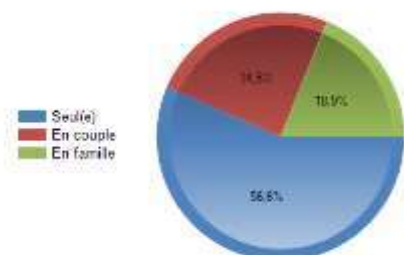
Tous ces éléments et la continuité de communication a permis au territoire d'être visible auprès des médias.

Nous avons eu l'opportunité de mettre en avant le département lors d'un reportage au 20h00 de France 2 diffusé à la dernière date de notre campagne. Plutôt de belle manière : puisque le reportage de 4m30 a parlé du cadre de vie, de nos entreprises dynamiques, on y a vu des interviews de candidats effectués lors des visio-conférences et enfin un portrait d'une famille fraîchement installée sur le territoire que nous avons rencontré à Lille en 2019.

<https://www.youtube.com/watch?v=AnE02Qaee50> JT 20H00 France 2 La Manche gagnante



2.7 LE PROFIL DES CANDIDATS

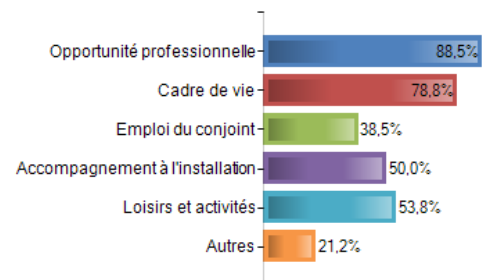
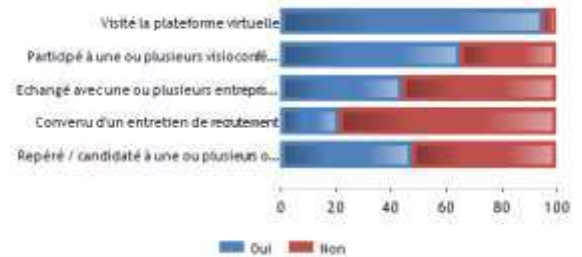


Le profil :

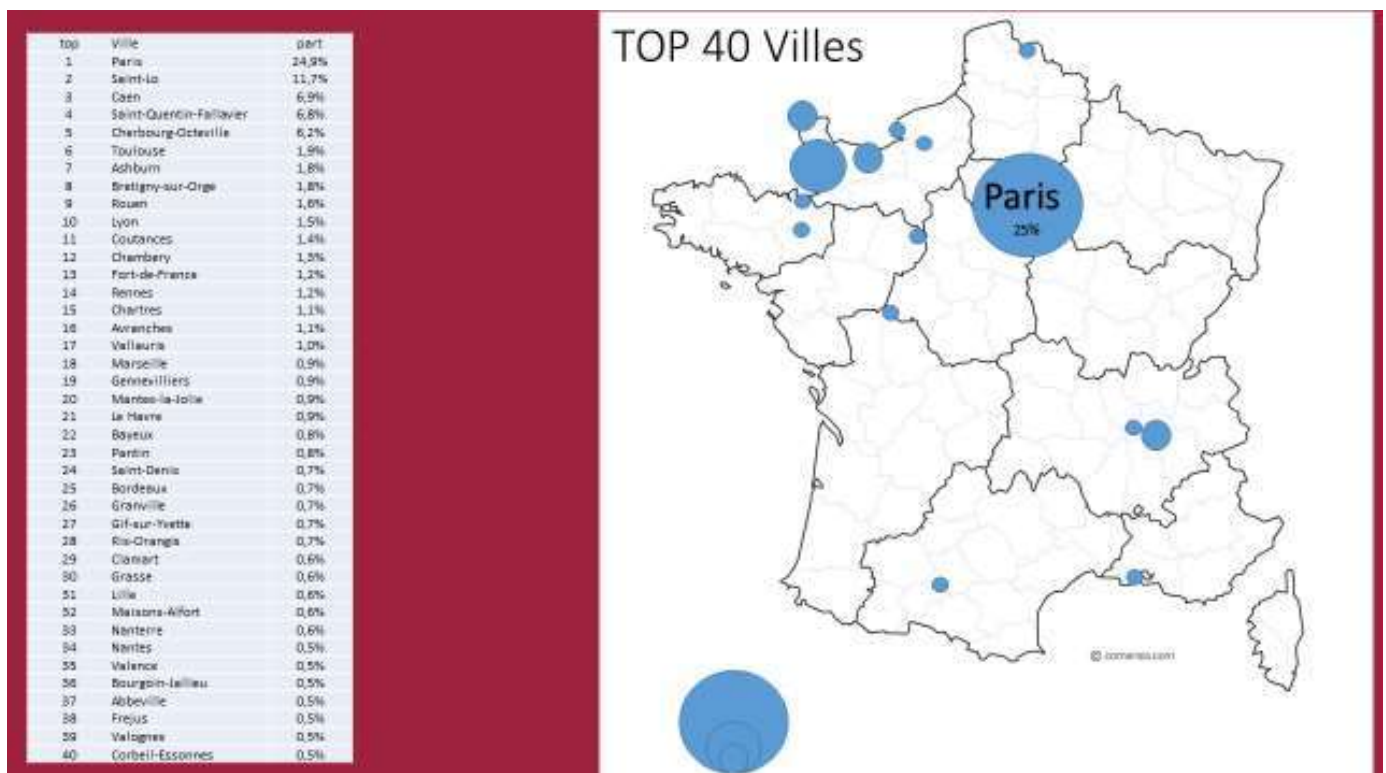
- 72% sont en recherche d'emploi
- 57% sont mobiles seul
- **Les opportunités professionnelles et le cadre de vie sont les 2 principaux facteurs de mobilité.**
- 59% sont intéressés également par un autre territoire pour une nouvelle vie

L'événement :

- 32% ont connu l'événement par pôle emploi
- 86% ont été séduit par la présence d'entreprise et 27% pour le format en mode virtuel.
- 21% ont convenu d'un entretien de recrutement
- L'événement a répondu aux attentes de 68% des participants.
- 54% des participants ressortent avec une image meilleure de la Manche (4% moins bonne).

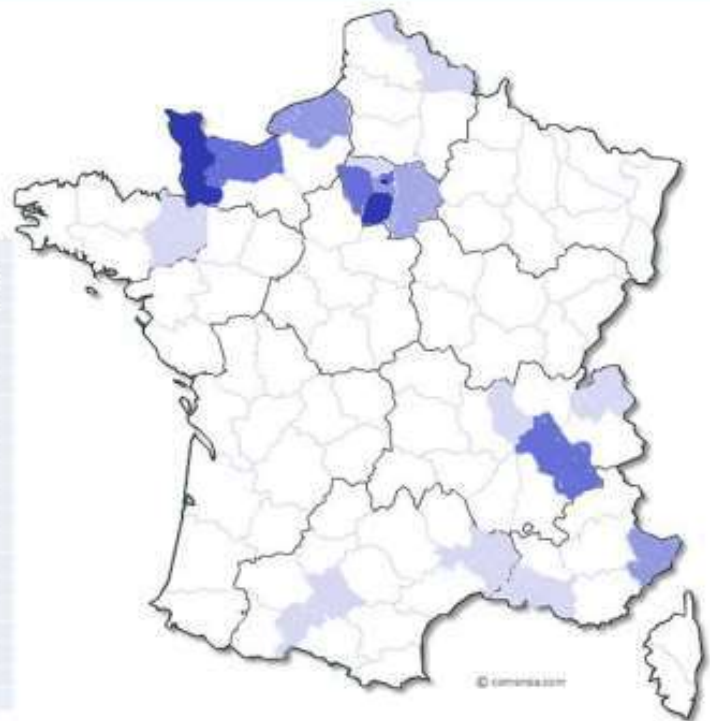


25% des candidats sont originaires de Paris
 20% des villes de la Manche
 10% des villes de Caen, Rouen et Le Havre
 A noter que près de 7% sont issus de la région lyonnaise

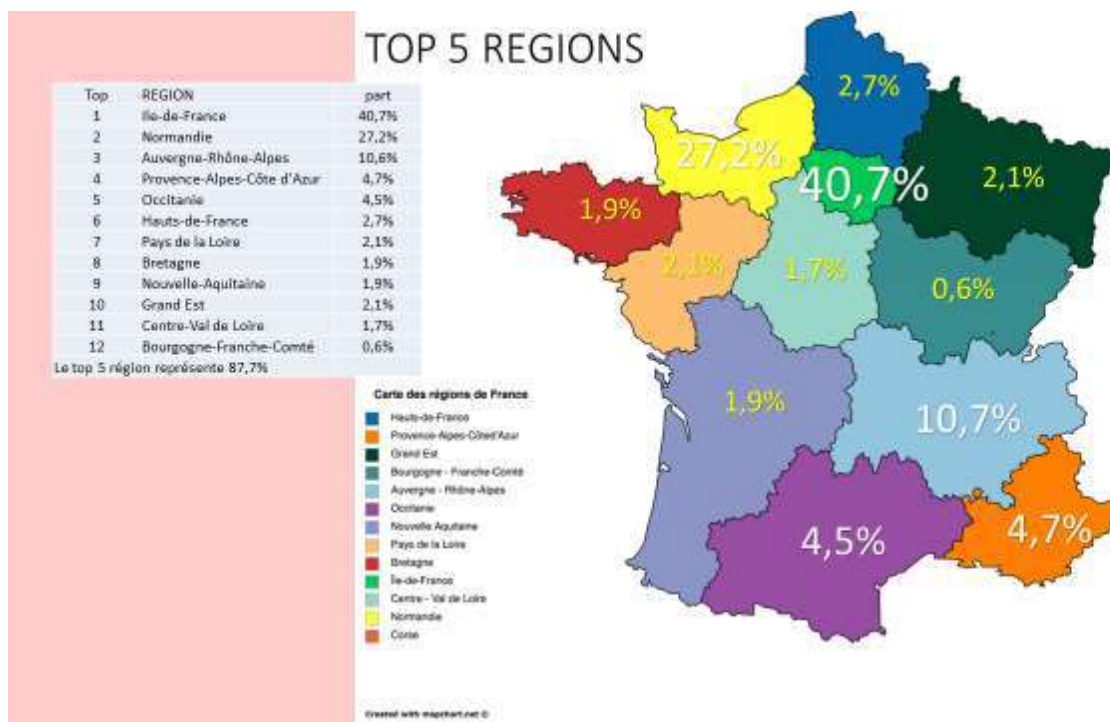


TOP 20 Départements

Top	NUMÉRO	NOM	REGION	part
1	75	Paris	Ile-de-France	21,1%
2	50	Manche	Normandie	17,2%
3	38	Isère	Auvergne-Rhône-Alpes	6,6%
4	14	Calvados	Normandie	6,5%
5	91	Essonne	Ile-de-France	4,8%
6	93	Seine-St-Denis	Ile-de-France	3,4%
7	78	Yvelines	Ile-de-France	3,1%
8	76	Seine-Maritime	Normandie	2,7%
9	92	Hauts-de-Seine	Ile-de-France	2,6%
10	6	Alpes-Maritimes	Provence-Alpes-Côte d'Azur	2,1%
11	77	Seine-et-Marne	Ile-de-France	2,1%
12	94	Val-de-Marne	Ile-de-France	1,9%
13	31	Haute-Garonne	Occitanie	1,6%
14	69	Rhône	Auvergne-Rhône-Alpes	1,5%
15	59	Nord	Hauts-de-France	1,5%
16	95	Val-D'Oise	Ile-de-France	1,4%
17	30	Gard	Occitanie	1,3%
18	35	Ille-et-Vilaine	Bretagne	1,3%
19	73	Savoie	Auvergne-Rhône-Alpes	1,3%
20	13	Bouches-du-Rhône	Provence-Alpes-Côte d'Azur	1,1%



40% des candidats sont originaires de l'Ile de France
 27% de la Normandie
 10% de la région Auvergnés -Rhône Alpes



3. LA COMMUNICATION / PRESSE

Les 5 jobdatings ont été couplés en amont à une campagne de promotion et de communication mix média valorisant le territoire, son cadre de vie et le dynamisme économique de nos entreprises. L'objectif était d'inviter les candidats à s'inscrire aux évènements. En complément nos partenaires de l'emploi L'APEC NORMANDIE et POLE EMPLOI NORMANDIE ont œuvré de leur côté dans le sourcing.

Verbatim

FONDATION BON SAUVEUR : « Cet évènement « Jobdating virtuel » a été très enrichissant et novateur. Son organisation a été rondement menée et quand on connaît les délais qui vous étaient impartis, c'est une vraie réussite. Je pense sincèrement que vous et votre équipe pouvez en être fiers. »

LM WIND POWER : « Merci beaucoup pour ce retour et pour toutes les actions menées cette année pour promouvoir notre département et nos opportunités malgré le contexte sanitaire et ses rebondissements. Chacune des actions mises bout à bout contribue à faire connaître et apprécier la richesse de notre territoire, et à soutenir nos actions de recrutements qui sont critiques pour le développement de notre usine”

Elle et Vire : « Merci à vous pour cette belle organisation »

AREA : « Très belle opération »