

Développer la marque Employeur en valorisant la marque Territoire de la Dracénie Provence Verdon agglomération

Constat

Marque Employeur :

Si initialement la marque Employeur désigne l'ensemble des problématiques liées à la gestion des ressources humaines et au recrutement d'une entreprise, sa définition s'est élargie à la capacité de cette même entreprise à porter des valeurs, à développer une culture interne, à gérer sa réputation et donner du sens à son action en matière environnementale et numérique.

Marque Territoire :

La marque Territoire permet d'identifier, de positionner et promouvoir comme une marque LE territoire afin de mettre en avant auprès des habitants, des acteurs économiques, des touristes, des investisseurs, son histoire, sa culture, son patrimoine, ses produits, ses événements et tous les atouts assurant son attractivité et sa notoriété

La céramique est une ressource spécifique du territoire. Pour sauvegarder cette richesse, de nombreuses actions de mobilisation ont été menées. Ainsi, les représentants des céramistes, fabricants de carreaux ou potiers avec les partenaires institutionnels agissent ensemble pour donner un nouvel essor à l'activité. Des entreprises regroupées en système productif local, ont déposé la marque « Terres de Salernes ». Avec la Commune, l'agglomération s'est investie dans le projet de Maison de la Céramique Terra Rossa pour promouvoir la filière carrelage et art de la maison.

La Dracénie Provence Verdon agglomération : des atouts à valoriser et à faire connaître

- Composé principalement d'espaces boisés et agricoles dont une partie est reconnue à haute valeur écologique, le territoire véhicule depuis quelques années l'image d'un territoire éco-responsable engagé dans la transition environnementale. Le développement touristique s'appuie entre autres, sur des circuits de randonnées pédestres et cyclables, mais aussi des domaines viticoles prestigieux, des villages perchés, la céramique... attirant chaque année de plus en plus de visiteurs et de nouveaux habitants.
- La Dracénie connaît un développement économique porté par une économie présentielle structurée sur un fort secteur public (armée, justice...), une filière agricole et viticole dynamique et plusieurs industries installées dans des zones économiques.

Le territoire s'inscrit dans plusieurs ambitions d'avenir

- Les dispositifs Action Cœur de Ville à Draguignan et Petites Villes de Demain au Muy, aux Arcs-sur-Argens, à Lorgues et à Salernes contribuent à la revitalisation des centres-villes et villages, à améliorer les conditions de vie des habitants et en attirer de nouveaux, à rénover et redynamiser les commerces et à favoriser les transformations économiques, environnementales et sociales.
- L'Agglomération est portée par des ambitions environnementales pour « devenir un territoire modèle et un modèle de territoire » notamment sur la question de la gestion des déchets...
- Elle a également pour ambition de devenir un territoire numérique malgré les difficultés techniques actuelles.

Les entreprises de proximité doivent se préparer aux évolutions du territoire.

- De même que leur territoire se transforme, les entreprises doivent anticiper les nouvelles attentes des actuels ou futurs acteurs du territoire (habitants, travailleurs, touristes...) qui ont de nouveaux besoins, de nouvelles aspirations et qui veulent de nouveaux services et des nouvelles prestations.
- Les entreprises doivent anticiper ces changements en adaptant leur activité à ces attentes, en préparant leurs collaborateurs à ces changements, en attirant de nouvelles compétences qui prennent en compte les nouvelles aspirations et modes de travail des individus.
- Les entreprises doivent se préparer à des évolutions sociales, environnementales et digitales portées par le Territoire.

Les enjeux

- **Inscrire l'adaptation des entreprises et des salariés** dans les futures réalités de leurs territoires
- **Accompagner les entreprises** à répondre aux évolutions du marché du travail et aux nouvelles formes de travail
- **Accompagner les entreprises à conserver leurs compétences** et en attirer de nouvelles en s'adaptant aux nouvelles attentes de la société

Pistes d'actions

1 Rendre visible la marque du Territoire aux entreprises et aux salariés

- Développer des actions d'information auprès des entreprises et des salariés sur l'évolution du territoire, des enjeux à venir et des actions mises en œuvre.
- Développer et mettre en avant les métiers et les secteurs en lien avec la marque Territoire (tourisme, agriculture et environnement).

2 Proposer aux entreprises un accompagnement personnalisé pour développer leur attractivité au travers de la marque employeur

- Proposer une prestation Appui Conseil Ressources Humaines.
- Animer des ateliers collectifs de Branche ou de territoire pour faire émerger des solutions collectives ou individuelles.

3 Préparer l'accueil des nouveaux entrants dans l'entreprise

- Structurer une offre d'accompagnement d'accueil des nouveaux arrivants dans l'entreprise (alternants, mineurs, stagiaires, salariés...).

4 Proposer aux entreprises et aux salariés de devenir Ambassadeur de leur Ville et de leur Territoire

- Proposer aux entreprises et aux salariés des thématiques de formation en lien avec les enjeux territoriaux, numériques, environnementaux, ressources humaines, gestion, management...
- Valoriser les entreprises exemplaires qui contribuent par leurs actions à favoriser l'emploi, l'alternance, l'accueil de stagiaires, la promotion des métiers... et à mettre en œuvre des pratiques innovantes et originales en matière de transition énergétique et environnementale ou numérique.

Partenaires pressentis

Dracénie Provence Verdon agglomération, Opcop EP, autres Opcop, Chambres consulaires, prestataires de formations, organisations professionnelles, Office de Tourisme et Syndicat d'Initiative, associations de commerçants, réseaux d'entreprises.