



# Rapport d'activité

## Au 31 décembre 2017

**Creativ'**  
17, avenue Champollion  
21000 DIJON

Tel : 03 80 28 03 20  
Mail : [contact@creativ21.fr](mailto:contact@creativ21.fr)

retrouvez nous sur :  
**[creativ21.fr](http://creativ21.fr)**





# Sommaire

<b>I. Introduction :</b> .....	<b>5</b>
<b>II. Les projets en lien avec le développement économique local</b> .....	<b>12</b>
A. GPEC territoriale dans le secteur du Tourisme : accompagner l'évolution des compétences en matière de relation client (222).....	14
B. GPEC territoriale dans les Industries Agro-alimentaires et les Industries de santé (216)	19
C. Mettre en place des solutions RH ciblées et coordonnées sur les territoires (211D).....	24
1/ Relais Conseil aux Entreprises : une offre de services de proximité destinée à accompagner le développement des TPE/PME.....	25
2/ Commerce, grande distribution, restauration rapide : anticiper les besoins en recrutement et préparer les demandeurs d'emploi.....	34
3/ Anticiper les besoins en recrutement des entreprises métallurgiques de la ZI de Longvic.....	40
4/ Réflexion sur les besoins en compétences des structures de services aux personnes.....	45
5/ Favoriser le recrutement de jeunes en contrat d'apprentissage dans la plasturgie....	49
D. Étude action sur l'impact de l'économie collaborative sur le travail, la gestion des compétences et le management (212).....	53
E. Projet européen BIMplement (224).....	62
F. Les Clauses d'Insertion : une offre de services aux entreprises (322).....	67
G. Projet en émergence (211).....	75
Expérimentation relative à la digitalisation des pratiques RH des entreprises et à l'évolution de leurs pratiques de recrutement.....	75
<b>III. Les projets en lien avec la sécurisation des parcours professionnels</b> .....	<b>77</b>
A. Projet passerelle – prévention et accompagnement des jeunes en situation de décrochage universitaire (215).....	78
B. Vers un temps de travail choisi : une politique temporelle pour favoriser le complément horaire.....	83
C. Sécurisation des parcours de salariés menacés d'inaptitude médicale dans l'ESS (211A et 211B).....	91
D. 350 - 100 chances – 100 emplois : rapprocher les jeunes talents du marché du travail et des réalités des entreprises.....	99
E. Les Clauses d'Insertion - Offre de service auprès des bénéficiaires.....	108
<b>IV. Les projets en lien avec les achats socialement responsables</b> .....	<b>115</b>
A. Les Clauses d'Insertion.....	115
B. Projet en émergence : bâtiment développement durable.....	127

<b>V. Projet en lien avec la relation école - entreprise et l'évolution de la formation initiale.....</b>	<b>130</b>
Animation du Campus des Métiers et des Qualifications Alimentation, Goût, Tourisme...	130
<b>VI. Autres travaux réalisés.....</b>	<b>137</b>
A. Une organisation qui évolue et des synergies inter-services :.....	137
B. Des rapprochement et une participation aux travaux des Clubs d'entreprises.....	138
C. Une participation aux actions en faveur des demandeurs d'emploi.....	138
D. Communication.....	139
<b>VII. Annexes.....</b>	<b>140</b>

## I. Introduction :

### Naissance de CREATIV', le cluster emploi-compétences du bassin dijonnais

Lors du Conseil d'administration du 20 juin dernier, le GIP "Maison de l'emploi et de la formation du bassin dijonnais" est devenu **"CREATIV', le cluster emploi-compétences du bassin dijonnais"**.

Une nouvelle dénomination qui traduit la nature profondément collaborative d'une structure au sein de laquelle ses membres et leurs partenaires se retrouvent pour construire les politiques de l'emploi de demain:

- articulées autour des besoins en **C**ompétences du territoire et de ses entreprises,
- résolument inscrites dans une logique de **R**echerche-action pour répondre aux défis du marché du travail et de l'évolution du travail,
- visant à favoriser l'accès de la population aux **E**mplois du territoires,
- dans une logique d'**A**nticipation des besoins RH des entreprises du territoire,
- à l'échelle du **T**erritoire du bassin dijonnais, échelle adaptée aux flux du marché du travail local,
- ancrées dans une logique d'**I**nnovation permanente pour adapter l'action publique aux mutations économiques,
- et toujours au service des **V**aleurs fortes plaçant les personnes et la sécurisation de leurs parcours professionnels au cœur des interventions.

Le projet politique et stratégique qui recouvre le lancement de CREATIV' vient ainsi mettre en perspective et proposer un nouveau regard sur une offre de services singulière, évolutive et territorialisée, fruit de l'intégration de plusieurs dispositifs complémentaires dont le cahier des charges des Maisons de l'emploi, un PLIE, un Campus des Métiers et des Qualifications, et d'autres dispositifs locaux et régionaux capables de lui offrir une large capacité d'intervention sur toute la chaîne du marché du travail.

La maîtrise de ces dispositifs permet ainsi à CREATIV' d'orienter son action autour de **l'anticipation et d'accompagnement des mutations économiques au service d'une gestion plus territorialisée des emplois et des compétences** (cahier des charges MDE et Campus des métiers). Cette capacité d'ingénierie est renforcée par la maîtrise d'outils favorisant **l'accompagnement des parcours** d'insertion sociale et professionnelle (PLIE) et **le développement de l'offre d'insertion du territoire** en lien avec les besoins économiques des entreprises (Clauses d'insertion, GPEC-T).

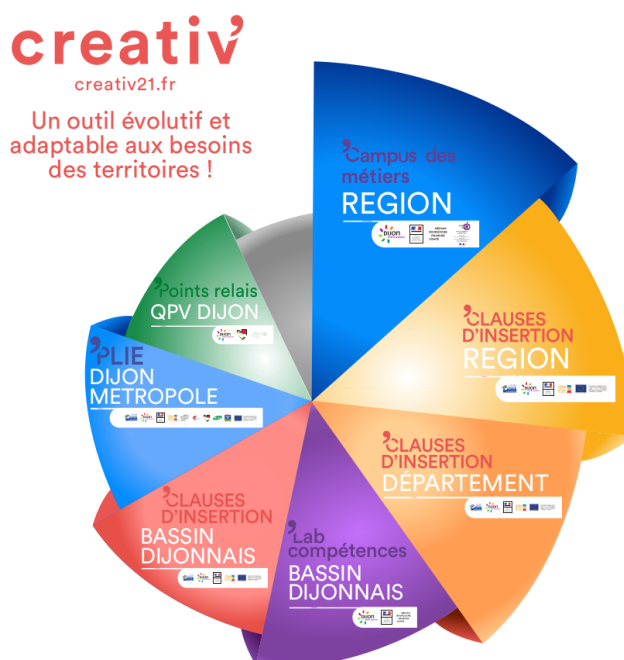
Dans l'objectif de soutenir l'accès au marché du travail des publics rencontrant les freins les plus importants, cette offre de services s'inscrit dans une logique de proximité au travers d'**un réseau de point d'accueil de proximité** articulé aux quartiers de la Politique de

la ville géré soit en direct par CREATIV (Points relais Dijon) ou bien hébergé par les communes concernées.

L'offre de services de CREATIV' se décline ainsi en 7 axes:

- La mise en œuvre et l'animation d'un accueil de proximité sur les quartiers Politiques de la Ville de Dijon (Grésilles et Fontaine d'Ouche),
- Un travail d'accompagnement en direction des publics les plus éloignés de l'emploi sur le territoire de Dijon Métropole (dans le cadre du PLIE),
- Un travail d'appui conseil et d'accompagnement des commanditaires publics du département pour soutenir le développement des achats socialement responsables,
- Un appui conseil aux services déconcentrés de l'État dans l'ex Région Bourgogne pour développer les clauses dans leurs marchés,
- La définition et l'animation d'un volet emploi/compétences en appui à la stratégie métropolitaine de développement économique pour analyser/anticiper les mutations économiques, développer une gestion prévisionnelle des emplois et des compétences et accompagner la sécurisation des parcours professionnels,
- Le portage et l'animation d'un Campus des Métiers et des Qualifications sur la thématique « Alimentation, goût, tourisme »
- L'impulsion, l'animation et la mise en œuvre de toute action complémentaire au droit commun et innovante concourant à l'insertion professionnelle des demandeurs d'emploi du territoire et des habitants des QPV en particulier mais aussi à l'évolution des pratiques RH des entreprises.

### Synthèse de l'offre de services de CREATIV'



NB: Le Lab'Compétences regroupe les activités en lien avec la GPECT, les problématiques RH, et autres projets relatifs à la sécurisation des parcours professionnels

L'ensemble de ces interventions et ce positionnement comme lieu-ressource décloisonné disposant d'une forte capacité d'ingénierie confèrent à CREATIV' **une mission de mise en réseau et d'animation** du réseau d'acteurs publics et privés intervenant sur le marché du travail en lien avec les actions conduites.

Il positionne CREATIV' comme **une fonction de R&D des politiques territoriales de l'emploi aux services des acteurs territoriaux du développement économique et de l'emploi**, adossée à la stratégie et aux actions de développement économique des intercommunalités du bassin dijonnais.

En conséquence, le changement de nom traduit la capacité du territoire à avoir digérer -dans le cadre d'un projet politique et partenarial singulier-, différents dispositifs pour proposer une nouvelle ingénierie et une offre de services ad hoc.

La référence au cluster vient proposer, dans un contexte d'affirmation des territoires soutenue par la loi, **un tiers lieux, un espace de travail collaboratif où se mélangent les expertises pour accompagner l'évolution des politiques de développement économiques et d'emploi, renforcer la relation entre les acteurs publics et les entreprises et améliorer l'efficience et l'efficacité des interventions.**

## **Le plan d'action 2017**

Au-delà de ces missions classiques définis par les différents cahier des charge, protocole et autres documents d'orientation des dispositifs regroupés au sein de CREATIV', le plan d'action 2017 se décline en 6 axes de travail :

- 1) **La poursuite du développement de l'activité "clauses d'insertion"** dans un contexte d'augmentation continue du nombre d'heures accompagnées (+ de 100 000 heures supplémentaires en 2016).
- 2) **Le développement de démarches de GPECT en lien avec les secteurs d'activité structurants pour l'économie locale et l'emploi** (industrie agroalimentaire et industries de santé). Ces projets s'inscrivent dans le cadre du partenariat renforcé signé entre Dijon Développement et le GIP pour développer un volet emploi-compétences en appui aux actions conduites par le Grand Dijon et Dijon Développement.
- 3) **La mise en place d'un Campus des Métiers et des Qualifications "Alimentation, goût, tourisme"**: il s'agit d'un label délivré par les ministres de l'éducation nationale de l'enseignement supérieur et la recherche, du travail, de l'emploi de la formation professionnel et du dialogue social, de l'économie de l'industrie du numérique. L'objectif est de contribuer au développement des filières d'avenirs et à faciliter l'insertion dans l'emploi, renforcer les coopérations entre le système éducatif et le monde économique et développer la mobilité internationale pour les étudiants, les élèves et les apprentis. Il s'inscrit dans la continuité des travaux conduits au titre du

cahier des charges des maisons de l'emploi en lien avec l'anticipation et l'accompagnement des mutations économiques.

- 4) **La conduite d'une étude-action sur l'économie collaborative et ses incidences en matière de gestion des emplois et des compétences**, en partenariat avec Dijon Développement.
- 5) **L'amplification de l'action dans le secteur de l'ESS** suite à la présentation à l'ANACT -dans le cadre d'un appel à projets national- d'un projet prolongeant le travail entrepris dans le cadre de l'action sur la sécurisation des parcours.
- 6) **La poursuite du travail de restructuration du PLIE engagé en 2016:**
  - La construction d'un nouveau positionnement pour la structure d'animation du PLIE,
  - L'animation du réseau des référents et formation-action sur les pratiques professionnelles d'accompagnement,
  - L'observation des publics et l'analyse des parcours,
  - L'amélioration du pilotage du PLIE,
  - La gestion du dispositif autour des exigences liées à la mobilisation du FSE,
  - Le développement de la relation avec les entreprises (dans une logique de partage d'expérience et d'essaimage des pratiques des équipes intervenant sur les clauses et la GPECT,
  - Le travail sur le socle commun de connaissance et de compétences.
- 7) **Le soutien au projet de la commune de Longvic suite au résultat de l'appel à projets "Territoire Zéro Chômeur de Longue Durée"**
- 8) **La mise en œuvre d'un projet visant à combattre le décrochage universitaire en partenariat étroit avec l'Université de Bourgogne...**

NB : Ce plan d'action n'est ni exhaustif, ni limitatif. En effet, CREATIV' poursuit le travail sur les actions déjà engagées (Plate-forme RH, temps partiel choisi...).

De plus, dans une logique de pépinière de projets, CREATIV' est amené à répondre à la sollicitation des acteurs économiques et sociaux du territoire pour apprécier l'opportunité de lancer de nouveaux projets tout au long de l'année.



## Présentation du rapport d'activité

Ce document vient présenter les activités et les résultats des actions conduites par CREATIV' entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 30 septembre 2017. Ce nouveau format prend la suite du traditionnel rapport d'activité du 1<sup>er</sup> semestre et répond à la demande de la DIRECCTE -UD 21 de disposer d'un état des lieux au plus proche de la réalité au moment du dialogue de gestion. Dijon Métropole et la Région Bourgogne Franche-Comté ont validé cette évolution.

Ce document est également l'occasion de présenter un rapport d'activité revu tant dans sa forme que son contenu. Il doit ainsi permettre de mieux rendre compte du sens de notre action et donner une plus grande lisibilité à notre activité et à nos résultats. Il se donne également pour objectif de mieux valoriser nos chantiers internes et le travail conduit visant à renforcer la transversalité entre les services et les expertises.

Ainsi, le rapport d'activité sera structuré en 4 grandes parties :

- Le soutien au développement économique local
- La sécurisation des parcours professionnels
- Les achats socialement responsables
- La relation école-entreprise et l'évolution de la formation initiale.

Chaque action conduite dans le cadre du cahier des charges des maisons de l'emploi est ainsi rattachée à l'un de ses axes pour mieux traduire sa finalité tout en mettant en perspective ses liens avec l'un des deux autres axes.

En ce qui concerne les clauses d'insertion, le dispositif a été scindé en trois sous-actions, chacune décrite dans l'un des trois axes (services aux entreprises dans l'axe 1 ; accompagnement des publics dans l'axe 2, promotion et accompagnement des donneurs d'ordre dans l'axe 3).

## Répartition des différents projets / axe

Code projet	Nom du projet	Développement économique local (GPECT)	Sécurisation des parcours professionnels	Achats socialement responsables	Relation école-entreprise et évolution de la formation initiale
211	Impulser et promouvoir une dynamique d'actions de GPTEC sur les territoires	Pépinière de projets			
211A /211B	Sécurisation des parcours dans l'ESS – action expérimentale, capitalisation, essaimage				
211D	Mettre en place des solutions RH ciblées et coordonnées sur le territoire – Relais conseil aux entreprises				
211D	Mettre en place des solutions RH ciblées et coordonnées sur le territoire – Commerce / Grande distribution / Restauration Rapide Quetigny				
211D	Mettre en place des solutions RH ciblées et coordonnées sur le territoire – Métallurgie Longvic				
211D	Mettre en place des solutions RH ciblées et coordonnées sur le territoire – Apprentissage plasturgie				
211D	Mettre en place des solutions RH ciblées et coordonnées sur le territoire – Mutualisation SAP				
211D	Mettre en place des solutions RH ciblées et coordonnées sur le territoire – Accompagnement des entreprises en difficulté/développement				
212	Etude action sur l'économie collaborative				
215	Projet passerelle ou comment favoriser l'accès au travail des étudiants en situation de décrochage universitaire				
216	Mettre en œuvre une GPECT dans le secteur des IAA et dans le secteur des industries de Santé				
221	Campus des métiers et de qualifications « alimentation, goût, tourisme »				
222	GPECT dans le secteur du Tourisme : accompagner l'évolution des compétences en matière de relation clientèle				
224	Projet BIMplement				
231	Vers un Temps de Travail Choisi : une politique temporaire pour favoriser le complément horaire				
350	Sensibiliser et engager les acteurs locaux à la RSE - 100 chances – 100 emplois				
322	Promouvoir et faciliter la clause sociale				

Légende :

	thématique principale
	thématique secondaire

A titre d'exemples, les projets conduits en 2015/2016 en lien avec le développement durable et les achats de prestation de propreté en journée ont été réalisés dans le cadre des activités d'anticipation et d'accompagnement des mutations économiques. On observe néanmoins que leur dynamique relève d'un changement de paradigme dans la commande publique qui vient soutenir le développement des achats socialement responsables sur le territoire et faire de CREATIV le partenaire majeur des acteurs publics dans ce domaine.

Dans le même temps, l'affirmation de la Communauté Urbaine sur le champ du développement économique et de l'emploi a favorisé des liens renouvelés avec Dijon Développement et impulsé une dynamique de GPECT en lien avec les secteurs structurants pour l'économie locale et l'emploi.

Cette structuration vient ainsi répondre aux mutations politiques et institutionnelles de l'environnement dans lequel évolue CREATIV' afin de proposer une offre de services qui s'adapte au gré des nouveaux besoins des partenaires et du territoire.

## Une nouvelle structure de présentation des fiches actions pour plus de visibilité

### CE QU'IL FAUT RETENIR :

Objet :

Thématiques de rattachement :

Résultats attendus :

Organisation :

Introduction

Objectifs généraux du projet

Résultats attendus pendant la période (année 2017)

Détail de l'activité réalisée

Résultats produits et observables

Enseignements et points de vigilance pour la suite

Perspectives pour la fin de l'année 2017

NB : les informations détaillées dans les rapports d'activités des années précédentes ne seront pas reprises.

## II. Les projets en lien avec le développement économique local

### Le partenariat avec Dijon Développement

Depuis 2015, sous l'impulsion de José ALMEIDA, CREATIV' a opéré **un rapprochement avec les acteurs économiques** pour développer **une offre de services, sur le volet emploi compétences**, qui répond aux besoins des secteurs structurants pour l'économie locale et l'emploi. D

Dans ce contexte, il a paru naturel de **renforcer la collaboration avec Dijon Développement**, qui a intégré le Conseil d'Administration de CREATIV'. Les deux partenaires ont signé en novembre 2016 **une convention de partenariat** visant à renforcer leur collaboration et à mieux connecter les enjeux de développement économique de la Métropole et ceux relatifs à l'emploi.

Aussi, dans une économie tournée vers la connaissance, ce partenariat vise à **mieux anticiper et accompagner les besoins croissants en compétences des entreprises tout en conservant une forte préoccupation pour l'accompagnement des mobilités professionnelles des actifs.**

Ce partenariat doit se décliner autour des axes suivants:

- **Comprendre et analyser les mutations** des secteurs d'activité majeurs du territoire pour favoriser une meilleure réponse à leurs besoins en compétences.
- **Réfléchir à l'évolution des politiques de soutien à l'innovation** en les connectant davantage aux enjeux emploi-compétences.
- **Anticiper et accompagner les mobilités internes/externes** générées par ces mutations.
- Les compétences étant au cœur du processus de création de richesse, **aider les acteurs publics de l'emploi et de la formation à s'approprier cette notion et à faire évoluer leurs interventions** pour soutenir le développement des compétences attendues par les entreprises et de pratiques de gestion des ressources humaines plus adaptées aux évolutions du marché du travail.

### Une forte représentativité des secteurs investis

Les projets conduits par CREATIV' et présentés plus loin concernent **les secteurs d'activités structurants du bassin dijonnais**, à savoir, le tourisme, le commerce, les services aux personnes, la propreté, les industries (IAA, Santé, Métallurgie, Plasturgie...), le bâtiment, les travaux publics, l'économie sociale et solidaire...

## Des projets coconstruits avec les entreprises et les différents acteurs

Dans la **logique de cluster** qui est la sienne, CREATIV' **associe** de façon récurrente à ses travaux, **les acteurs du territoire (publics et privés)** tout en plaçant **les entreprises au cœur des projets**.

Par ailleurs, les projets sont menés **avec le soutien et le portage politique** des représentants des secteurs investis.

## Achats socialement responsables et développement économique local

A travers ses actions auprès des acteurs concernés par la commande publique (ou privée), CREATIV' s'efforce de valoriser le potentiel du territoire en terme de ressources. C'est une connaissance fine, à la fois du tissu économique, des compétences disponibles et des outils juridiques, qui permettent aux facilitatrices d'**accompagner les donneurs d'ordres dans la construction de marchés** qui répondent aux exigences en terme de développement durable, sous ses aspects social, économique et environnemental.

## A. GPEC territoriale dans le secteur du Tourisme : accompagner l'évolution des compétences en matière de relation client (222)

### CE QU'IL FAUT RETENIR :

#### Objet :

Accompagner les évolutions des compétences en matière de relation client dans le secteur du tourisme, en lien avec la dynamique touristique en cours

#### Thématiques de rattachement :

Principale : développement économique local

Secondaire : sécurisation des parcours professionnels.

#### Résultats attendus :

- Production d'un plan d'actions validé par les parties prenantes
- Mobilisation des partenaires dans la mise en œuvre
- Finalisation des investigations
- Production de l'ingénierie financière des différentes actions.

#### Organisation :

La GPECT tourisme et le Campus des Métiers et des Qualifications « alimentation, goût, tourisme » s'alimentent mutuellement : La GPECT tourisme joue un rôle d'accélérateur des travaux du campus, tout en bénéficiant des ressources supplémentaires liées au campus.

## Introduction

Les éléments de présentation et objectifs ont été détaillés dans le rapport d'activité 2016.

## Détail de l'activité réalisée

Au début de l'année 2017, CREATIV' a rédigé un plan d'actions détaillé et partagé avec les différents acteurs.

Le plan d'actions a été travaillé à partir des pistes d'actions validées lors du comité de pilotage de septembre 2016.

Pour chacune des actions envisagées, CREATIV' a réalisé une première ébauche de fiche action, puis a pris contacts avec les partenaires clefs (Grand Dijon, UMIH, MASCOT (ex FROTSI), FAFIH, FORCO, AGEFOS PME, CFA la Noue, Pays Beaunois, Mission Locale,

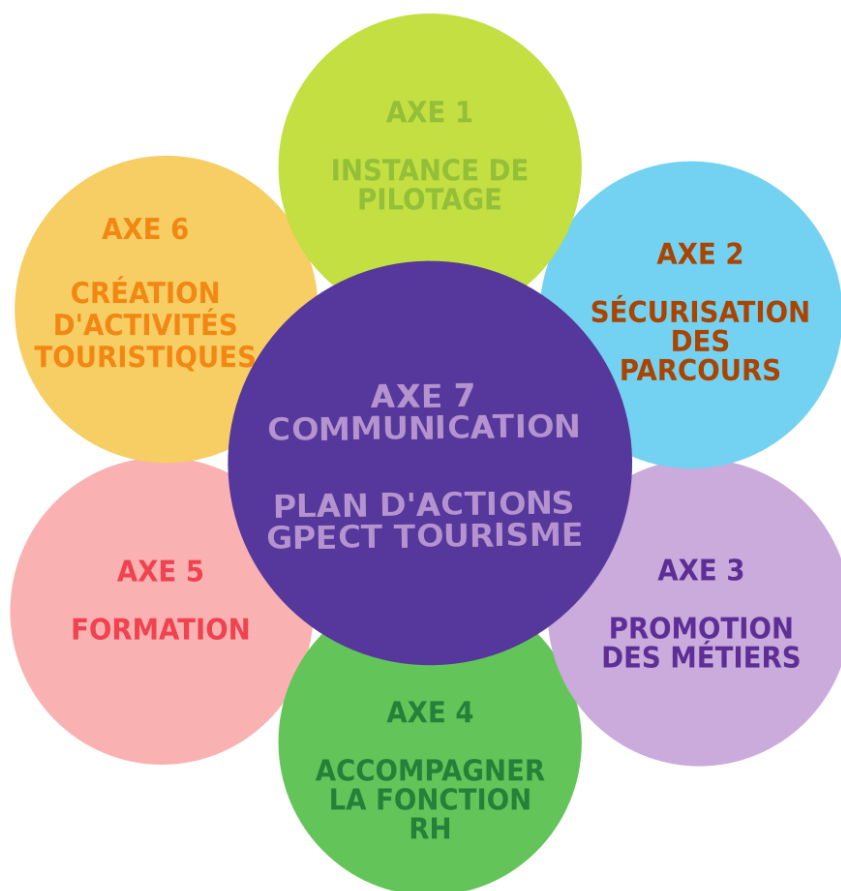
Pôle Emploi) pour amendement / validation de la fiche et vérification de leur engagement en tant que pilote et/ou partie prenante.

CREATIV' a ensuite présenté le détail des actions à l'État et à la Région le 3 février 2017.

A partir de l'ensemble des travaux présentés plus haut, CREATIV' et ses partenaires ont élaboré un plan d'actions ambitieux qui a été validé en comité de pilotage à la fin du mois de janvier 2017.

Ce plan d'actions s'articule autour de 7 axes stratégiques

### Les axes stratégiques du plan d'action



Le plan d'action comporte 16 fiches actions, réparties dans les différents axes stratégiques.

CREATIV' coordonnera le déploiement du plan d'action en 2017-2018. Un cahier prévisionnel a été établi.

Les partenaires sont engagés dans la mise en œuvre des actions. Un état d'avancement des travaux, au 31 décembre 2017 et par action, est présenté ci-dessous.

### Calendrier prévisionnel – Mise en œuvre du plan d'actions de le GPECT Tourisme

AXES	2017				2018			
	1 <sup>er</sup> trimestre	2 <sup>ème</sup> Trimestre	3 <sup>ème</sup> Trimestre	4 <sup>ème</sup> Trimestre	1 <sup>er</sup> Trimestre	2 <sup>ème</sup> Trimestre	3 <sup>ème</sup> Trimestre	4 <sup>ème</sup> Trimestre
AXE 1 MISE EN PLACE D'UNE INSTANCE DE PILOTAGE	MISE EN PLACE D'UNE ANIMATION DE PROXIMITE – Périmètre ZTI / Chenôve et Marsannay							
AXE 2 SECURISATION DES PARCOURS			1/ Définir un socle commun de compétences HCR/Commerce métiers de la relation client					
			2/ Réaliser une cartographie de l'offre de formation initiale et continue					
					3/ Adapter le passeport compétences			
AXE 3 PROMOTION DES METIERS	- Organisation d'un salon innovant des métiers de la Relation Client et du Tourisme - Mise en place d'une action de professionnalisation autour des nouveaux médias pour communiquer sur les métiers, la culture, le patrimoine							
AXE 4 ACCOMPAGNEMENT RH			Proposer une offre de services RH aux commerçants de la ZTI - Mettre en place un dispositif innovant de Préparation des publics					
AXE 5 VOLET FORMATION			Mettre en place un dispositif innovant de préparation des publics					
			Mettre en place un Erasmus + autour des métiers de la Relation Client					
			Engager une réflexion avec les professionnels autour des besoins en matière de numérique					
AXE 6 VOLET OFFRE DE SERVICES			Favoriser la création d'activités touristiques par les demandeurs d'emplois et les publics issus des QPV					
AXE 7 COMMUNICATION								
AXE 8 ACCOMPAGNEMENT STRATEGIQUE DE L'OFFICE DE TOURISME								

Le détail des activités réalisées est présenté en annexe.



## Résultats produits et observables

De manière transversale sur l'ensemble du projet, on observe les résultats suivants :

- Un plan d'actions partenarial qui fédère les financeurs et les autres partenaires,
- Une transversalité dans les interventions des uns et des autres,
- L'émergence d'un Tronc Commun d'Activités qui apporte une évolution dans la manière d'appréhender les métiers.

### Tronc Commun d'Activités (TCA) HCR/Commerce

#### 3 ACTIVITES majeures

En

Information/Orientation/Accueil	Communication	Commercialisation
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Connaissance des produits</li> <li>- Connaissance de l'offre culturelle et patrimoniale du territoire</li> <li>- Connaissance du vignoble et des vins</li> <li>- Connaissance de l'offre d'accueil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bon relationnel</li> <li>- Bonne présentation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyser la demande</li> <li>- Détecter les besoins</li> <li>- Conseiller</li> <li>- Savoir vendre</li> </ul>

#### Qui demandent des aptitudes

<ul style="list-style-type: none"> <li>- D'être à l'écoute</li> <li>- De s'adapter aux clients</li> <li>- D'être réactif et pro actif</li> <li>- D'avoir une bonne mémoire</li> <li>- De maîtriser l'anglais</li> <li>- De savoir travailler dans le stress</li> <li>- De savoir travailler en équipe</li> </ul>	=	<p><b>savoir gérer des situations complexes et toujours inédites</b></p>
--	---	--

#### Et qui s'inscrivent dans une organisation du travail souvent complexe

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Une culture et des codes propres à chaque entreprise</li> <li>- Un travail en coupure et les week-end</li> <li>- Être disponible</li> </ul>
--

effet, bien que les diplômes menant à ces métiers de service soient de niveau V, on a relevé qu'il s'agissait de **métiers à haut niveau de compétences**. Ces compétences sont le fruit des mutations économiques dans le secteur du tourisme, dans un contexte de concurrence accrue entre territoires. **Ce qui fait la différence, c'est la qualité de l'accueil, du conseil, des produits commercialisés.**

- Il y a une très forte dynamique d'acteurs autour de **deux actions phares** (promotion des métiers et formation). L'enjeu est de faire **évoluer les représentations**, en **redonnant du sens à l'orientation professionnelle** des métiers de la relation clients, avec une mise en perspective autour de la richesse historique patrimoniale du territoire, en faisant appel à une **innovation pédagogique** en lien avec les **modalités d'apprentissage et de développement des compétences**.
- On note **une reconnaissance de la qualité des travaux**, notamment par les acteurs HCR. CREATIV' est ainsi intervenu devant la CREFOP, et à l'assemblée générale de l'UMIH. Une parution dans Dijon Capitales sur les pages de l'UMIH a eu lieu. Un rendez-vous à la demande du FORCO avec sa direction générale était prévu mais il n'a pas pu se tenir. Le projet reçoit également un important soutien de la part de la direction d'AGEFOS-PME.

- Les travaux ont d'ores et déjà commencé à **alimenter les contenus du plan régional de formation tourisme**.
- La qualité des travaux engagés a nourri la candidature de CREATIV' pour porter le **campus des métiers et des qualifications « alimentation- goût- tourisme »**.
- Le projet a permis la mise en place d'un petit **groupe de réflexion**, avec une dizaine d'entreprises motivées de la ZTI, pour **accompagner la mise en oeuvre du plan d'actions**.

## Enseignements et points de vigilance pour la suite

- La question des emplois et des compétences requestionne la celle de la **mobilisation des acteurs** autour de la stratégie globale du développement touristique du territoire. Un travail colossal de mobilisation des parties prenantes est nécessaire car chaque thématique est foisonnante en terme de cartographie des acteurs.
- Il n'est pas possible de réaliser une GPEC territoriale sans **une approche transversale** des différentes politiques publiques (culture, commerce, tourisme, développement économique).
- Dans ce secteur, on a tenté beaucoup de choses sur les questions d'emploi et de formation. Le défi du plan d'actions est donc d'aller vers **des actions innovantes**, et non pas du droit commun. Cela questionne **l'ingénierie financière** : les travaux réalisés sont robustes, reconnus et légitimés mais il est nécessaire de trouver des financements exceptionnels pour mettre en oeuvre les actions.

## Perspectives pour 2018

CREATIV' et ses partenaires devront poursuivre la mise en oeuvre du plan d'actions et s'attacher particulièrement à l'ingénierie financière du projet et des différentes actions de promotion des métiers et de formation (axes 3 et 5)

## B. GPEC territoriale dans les Industries Agro-alimentaires et les Industries de santé (216)

### CE QU'IL FAUT RETENIR :

#### Objet :

Il va s'agir de mener **deux GPEC territoriales**, en parallèle, dans les industries agro-alimentaires et les industries de santé. En effet, un des enjeux est de construire des passerelles entre les deux secteurs.

#### Thématiques de rattachement :

Principale : développement économique local

Secondaire : sécurisation des parcours professionnels.

#### Résultats attendus :

- Produire un travail d'analyse de chacun des secteurs cibles sur le territoire **et de ses caractéristiques**
- Repérer les mutations touchant chacun des secteurs et **analyser leurs conséquences** sur les établissements, leurs activités, le travail, la gestion de l'emploi, les besoins en compétences et en formation
- Affiner la connaissance **des pratiques de recrutement et des problématiques liées aux RH et à la gestion des compétences** des employeurs
- En réponse aux enjeux identifiés, **formuler des préconisations** pour accompagner les entreprises et les actifs du secteur, mais aussi pour aider les acteurs relais à mieux répondre à leurs besoins.

#### Organisation :

La démarche s'inscrit dans **deux secteurs d'activité (IAA et Santé)** et pourra permettre la mise en place de fiches actions communes. Le secteur de l'étude est sur **le territoire de l'ex-région Bourgogne**, et s'appuie sur **un travail collaboratif** avec les maisons de l'emploi et de la formation de l'Auxerrois et de le Nièvre pour réaliser les investigations dans les entreprises.

Le diagnostic va s'appuyer sur une analyse quantitative et une enquête de terrain, et permettre de dresser une synthèse des enjeux qui pèsent sur les industries de l'agroalimentaire et de la Santé. Des pistes d'action seront préconisées à l'issue de la phase d'investigation.

## Introduction

Dans le cadre de la définition d'un plan d'action commun avec Dijon Développement (convention de partenariat signée en novembre 2016), il est apparu opportun de réfléchir à l'intérêt **de lancer une démarche de GPEC territoriale dans deux secteurs structurants** pour l'économie et l'emploi du bassin dijonnais : les industries agro-alimentaires et les industries de santé.

Cette opportunité a été confirmée par **l'Association Régionale des Industries Agroalimentaires (ARIA BFC)** et **BF Care** (association régionale qui regroupe les entreprises de la santé).

Dans un contexte d'**automatisation croissante**, de recours à des technologies de plus en plus pointues et **de normes qualité accrues**, les deux organisations estiment que **leurs adhérents ne sont pas assez outillés sur le plan RH**. Il y a des enjeux en matière d'**adaptation de l'offre de formation** et de **préparation des actifs** ainsi que des enjeux de **mobilités internes** tandis que les postes d'encadrants se complexifient.

Aussi, CREATIV' a proposé de conduire un projet global de GPEC Territoriale avec **deux axes de travail distincts**, l'objectif étant de **considérer les enjeux RH et territoriaux propres aux deux secteurs** mais aussi de **faire émerger les enjeux communs**.

Ces derniers permettraient d'utiliser le levier RH pour **lever les freins au développement des entreprises**, de **mieux préparer la main d'œuvre** et d'**accompagner les mobilités professionnelles** entre ces deux secteurs.

A la demande des acteurs, le projet, initialement prévu sur le bassin dijonnais, sera déployé sur **l'ex-région Bourgogne**.

## Objectifs généraux du projet

Ce projet doit permettre de :

- **Identifier les mutations économiques** à l'œuvre (marchés, produits, productions, réglementation, etc.) dans les industries agro-alimentaires et les industries de santé et **analyser leurs incidences** sur le travail, les emplois, la gestion des compétences, les besoins en formation, l'organisation du travail, le management, le dialogue social, etc.
- **Mieux anticiper et accompagner ces mutations** afin de créer les conditions pour **maintenir et développer les entreprises**.
- **Accompagner les mobilités professionnelles** des actifs de ce secteur.
- **Organiser la mobilisation des acteurs** institutionnels autour des enjeux emploi-compétences de ces secteurs.

## Détail de l'activité réalisée

L'activité réalisée a été dense et a mobilisé à la fois plusieurs salariés de CREATIV' et différents acteurs, qui auront vocation à accompagner le projet dans la durée.

En 2017, l'activité a d'abord été dédiée à la **phase de préparation du projet** :

- **Étude de faisabilité** : La première étape a consisté à identifier et interroger les différents acteurs sur l'intérêt de réaliser une démarche de GPECT dans le secteur des industries de santé et de l'agro-alimentaire. Deux notes d'opportunité ont été rédigées par CREATIV' pour évaluer l'intérêt de lancer la démarche dans chacun des deux secteurs d'activité.
- **Mise en place du partenariat** : Il s'est agi de mobiliser les partenaires autour du projet de GPECT Santé et Agroalimentaire. Suite à une rencontre des différents acteurs, un partenariat a été mis en place, regroupant les acteurs suivants : Dijon Développement, Dijon Métropole, la DIRECCTE aux niveaux Régional et Départemental, le Conseil Régional Bourgogne-Franche-comté, les Maisons de l'Emploi et de la Formation de l'Auxerrois et de la Nièvre, le réseau d'adhérents des entreprises de Santé BF Care, le réseau d'adhérents des entreprises de l'Agroalimentaire – l'ARIA, Vitagora et l'AER.
- **Préfiguration des instances de pilotage** : Le fondement de ce projet repose sur un partenariat de qualité qui permet de créer une instance de pilotage, d'assurer un portage politique et institutionnel de la démarche ainsi que des échanges techniques réguliers.
- **Ingénierie financière et recrutement d'une chargée de projet**: Des demandes de financement ont été rédigées auprès du FSE et du Conseil Régional Bourgogne Franche-Comté. Une fiche de poste a été créée pour l'intégration d'un/une chargée de mission. Le recrutement a ensuite été mis en œuvre avec la rédaction, la diffusion d'une annonce, les entretiens, la sélection du candidat et son intégration au sein de la structure.
- **Élaboration, partage avec les acteurs et validation de la méthodologie d'enquête** :
  - En parallèle de la mise en place du projet, une demande d'**étude quantitative** a été soumise à EMFOR. Des échanges réguliers sont nécessaires à l'identification et la validation des indicateurs dans les secteurs de la Santé et dans l'Agroalimentaire.
  - Les modalités d'une **enquête qualitative** ont été validées par les différents partenaires : définition d'un échantillon d'entreprises de la Santé et de l'Agroalimentaire, rédaction d'un questionnaire qualitatif uniformisant les renseignements recueillis, écriture et diffusion d'une lettre présentant la démarche aux entreprises du secteur de la santé.
- **Ingénierie innovante au niveau régional** : Les entreprises seront visitées par CREATIV' sur la Côte d'Or et la Saône et Loire et par les Maisons de l'Emploi et de

la Formation de la Nièvre et de l'Auxerrois sur les deux autres départements. Cela nécessite une coordination constante avec le partage des outils, des différentes expériences et la capitalisations des données recueillies.

La phase de diagnostic a ensuite démarré à l'automne :

- Organisation de deux **comités de pilotage de lancement** : le 11 octobre pour le secteur des industries agro-alimentaires et le 16 octobre pour le secteur des industries de santé.
- **Envoi de courriels d'information aux entreprises** pour annoncer la prospection et les investigations. Ils ont été co-signés par CREATIV' et l'ARIA pour les industries agro-alimentaires et par CREATIV' et BFC Care pour les industries de santé. Le courriel destiné aux entreprises des industries de santé a été envoyé le 12 septembre. Celui destiné aux entreprises IAA est parti plus tardivement, le 16 octobre.
- **Réalisation d'investigations en entreprises** : les investigations dans les entreprises ont été réalisées du 28 septembre au 14 décembre dans le secteur santé et à partir du 14 novembre dans le secteur IAA.

## Résultats produits et observables

A la fin de l'année 2017 :

- **Le partenariat est mis en place** avec différents acteurs (BF Care, AER, Vitagora, ARIA, Dijon métropole développement, les maisons de l'emploi et de la formation de l'Auxerrois et de la Nièvre, EMFOR, Région Bourgogne Franche-Comté, DIRECCTE, FSE). Des échanges et rencontres régulières ont lieu. Les acteurs sont investis et mobilisés
- **Les études sectorielles sont en cours de réalisation par EMFOR** et des études existantes sur les secteurs ont été transmises par les partenaires (deux états des lieux EMFOR et un mapping de BF Care)
- Concernant les investigations en entreprise, l'organisation d'une **ingénierie innovante au niveau régional** a été mise en place avec le **partage de la méthodologie et des outils** (guide d'entretien, constitution d'échantillons représentatifs), **la répartition des entreprises à visiter** entre CREATIV' et les Maisons de l'Emploi et de la Formation de l'Auxerrois et de la Nièvre.

Les **investigations dans les entreprises de santé sont pratiquement terminées** : 26 entreprises ont été interrogées : Côte d'Or (13), Saône et Loire (6), Nièvre (3) et Yonne (4), soit 33 entretiens, dont 30 entretiens physiques (3 entretiens se dérouleront le 1er trimestre 2018). Ces 26 entreprises emploient 1624 salariés, soit 26 % de l'effectif du territoire (6 168 salariés en Bourgogne en 2016 - données EMFOR rapport décembre 2017). **L'analyse des données a été engagée ainsi la**

**formulation de préconisations.** Ces éléments devraient être présentés en comité de pilotage au premier trimestre 2018.

**Dans les industries agro-alimentaires, la prise de rendez-vous a été plus difficile :** l'activité des entreprises était très dense en novembre-décembre (préparation des fêtes de fin d'année) et les interlocuteurs étaient peu disponibles. De plus, le contexte, avec la fusion ARIA / ARIA TT, n'était pas facilitant. De ce fait, **13 entreprises ont été rencontrées** (pour un objectif de 30) : Côte d'Or (2), Saône et Loire (4), Nièvre (1) et Yonne (6) et 3 entretiens sont programmés début 2018.

## Enseignements et points de vigilance pour la suite

Du fait d'un décalage dans le temps de la validation des outils par les partenaires et de l'envoi des courriers aux entreprises, **les rendez-vous ont démarré plus tard que prévu.** Par ailleurs, **la prise de rendez-vous est délicate,** d'autant plus qu'en fin d'année, le planning des entreprises est chargé. Il faut donc veiller à maintenir des relations régulières et de qualité. L'appui de BF Care a été déterminant pour entrer dans les entreprises de santé.

**Les deux démarches sectorielles sont réalisées en parallèle et un point de vigilance est à observer sur le planning prévisionnel** qui prévoit la finalisation du diagnostic dans les deux secteurs avec un décalage dans le temps que nous essayons de limiter au maximum.

## Perspectives pour 2018

Pour les deux secteurs :

- Réalisation des dernières **investigations en entreprise,**
- Finalisation par EMFOR des **analyses sectorielles,**
- Finalisation de l'**analyse** et de la **synthèse des investigations en entreprises** en faisant apparaître les incidences des mutations économiques sur l'organisation du travail, l'emploi et les compétences,
- Repérage des **enjeux** et formulation de **préconisations,**
- **Partage du diagnostic et des enjeux** avec les partenaires, en comité de pilotage,
- Formulation de **pistes d'actions.**

La poursuite du projet ainsi que la rédaction et la mise en œuvre des plans d'actions seront discutés en comité de pilotage et avec les financeurs de CREATIV', en fonction des moyens qui seront alloués.

De plus, **le Campus des Métiers et des Qualifications Alimentation Goût Tourisme** (porté par CREATIV') diffusera les enseignements des travaux auprès des enseignants de la filière agro-alimentaire au sein des lycées professionnels de la région Bourgogne Franche-Comté. Ces travaux seront également utilisés par le Campus pour alimenter les réflexions sur l'évolution de la carte des formations au sein du rectorat.

## C. Mettre en place des solutions RH ciblées et coordonnées sur les territoires (211D)

La Plate-Forme RH, développée par CREATIV', porte sur les questions de gestion des ressources humaines. Néanmoins, son objet n'est pas de réduire son intervention à la gestion des besoins en emplois des entreprises, aux conseils à leur apporter en matière de recrutement et à la prospection de profils. Au contraire, ce projet vise à :

- **Elargir l'appréhension des questions RH** par les entreprises en dépassant la préoccupation première pour le recrutement,
- Les reconnecter aux **enjeux de développement de l'activité** des entreprises,
- A **décloisonner** l'offre de services des opérateurs qui interviennent sur la diversité des problématiques RH pour lui donner davantage de sens et de cohérence.

L'action de la Plate-Forme se décompose en plusieurs sous-projets :

- **Accompagner des entreprises en situation d'implantation** afin d'intégrer un volet emploi/formation à l'offre de services du territoire en matière d'accueil,
- **Accompagner des entreprises en difficulté** en ajoutant un volet sécurisation des parcours des salariés à l'offre de services de droit commun en matière de licenciement économique,
- **Accompagner le développement des TPE/PME** dans le cadre d'une expérimentation sur le Pays Seine-et-Tilles en Bourgogne en intégrant les questions de droit du travail, de formations, d'organisation du travail à l'offre de services qui va être proposée aux entreprises du territoire,
- **Faire évoluer les pratiques de recrutement des entreprises** (commerce et restauration rapide) de la zone commerciale de Quetigny en travaillant sur la préparation des publics et l'implication des entreprises dans ce travail avec l'objectif de leur faire prendre conscience qu'elles peuvent faire évoluer leurs critères de recrutement et leurs modalités d'intégration,
- **Poursuivre la dynamique engagée sur le territoire de Longvic** lors de la préparation de la candidature de la commune à l'expérimentation Territoire Zéro Chômeur de Longue Durée,
- **Favoriser l'orientation des jeunes et le recrutement d'apprentis dans la plasturgie**, dans un contexte de méconnaissance et de faible appétence pour les métiers de ce secteur,
- Mettre en perspective les tensions sur le marché du travail avec les mutations économiques **en questionnant la place des partenaires sociaux** pour mieux les repérer, réfléchir aux réponses à apporter et soutenir politiquement des cadres d'expérimentation...



En 2017, la Plate-Forme RH n'a pas été mobilisée pour accompagner une entreprise en difficulté. En revanche, elle a reçu **une sollicitation** de la DIRECCTE **pour une entreprise en développement du secteur santé**.

CREATIV' a donc rencontré l'entreprise l'ICTA, analysé ses besoins (recrutement de deux postes de statisticien et demande d'aide à la formation), transmis les offres aux partenaires de la plate-forme RH, explicité les critères et modalités de l'AREFE développement et fait le lien avec les services du Conseil Régional Bourgogne Franche-Comté.

Au delà de cette intervention, les réalisations de la Plate-Forme RH concernent :

- Le Relais Conseil aux Entreprises,
- Des actions dans le secteur Commerce – grande distribution - restauration rapide, dans la Métallurgie, les Services aux Personnes, et la Plasturgie.

### 1/ Relais Conseil aux Entreprises : une offre de services de proximité destinée à accompagner le développement des TPE/PME

#### CE QU'IL FAUT RETENIR :

##### Objet :

Le Relais Conseil aux Entreprises (RCE) délivre un service de proximité, en matière RH, aux TPE/PME de moins de 50 salariés du Pays de Seine et Tilles en Bourgogne.

##### Thématiques de rattachement :

Principale : développement économique local

##### Résultats attendus :

- Mise en place et animation des différentes instances de pilotage et de suivi,
- Communication sur l'existence du service sur le territoire
- Amplification des visites en entreprise et des services délivrés,
- Organisation de rencontres thématiques sur des sujets intéressant les chefs d'entreprise
- Engagement de réflexions sur des problématiques communes à plusieurs entreprises (exemple : emplois mutualisés ou mutualisation d'une fonction RH).

##### Organisation :

Le Pays de Seine-et-Tille et le Club Entreprendre, aux côtés de la DIRECCTE et de la Région Bourgogne Franche-Comté, apportent **un portage politique fort**. Cette action est **co-animée par le GIP CREATIV et la Chambre de Métiers et d'Artisanat de Côte d'Or (CMAI 21)** qui apportent également un premier niveau de services.

Des partenaires peuvent être mobilisés pour répondre individuellement aux entreprises, animer des informations collectives et/ou des ateliers, monter des actions spécifiques : Pôle Emploi, CCI, OPCA, UIMM, ...

## Introduction

Les éléments de présentation et objectifs ont été détaillés dans le rapport d'activité 2016.

## Détail de l'activité réalisée

### Démarches réalisées pour développer le nombre de visites :

Pour **faire connaître le service RCE** et **obtenir des rendez-vous en entreprise**, plusieurs actions ont été conduites par la chargée de projet du service RCE et une autre collaboratrice venue en renfort :

- **Pour les entreprises du Club Entreprendre :**
  - Les bonnes relations entretenues avec le Club Entreprendre ont permis l'orientation de 19 entreprises vers le dispositif Relais Conseil aux Entreprises, en 2017 et 41 depuis le lancement du projet..
  - De plus, depuis le mois de mai, deux courriels ont été adressés aux 75 entreprises adhérentes, puis 50 entreprises environs ont été contactées par téléphone. Quatre rendez-vous ont été ainsi obtenus et sept entreprises ont fait part de leur intérêt mais n'avaient pas de besoin immédiat.
- **Pour les adhérents à la CMAI :**
  - 11 rendez vous ont été obtenu avec l'appui de la Chambre de métiers, avec parfois des entretiens en binôme CREATIV'/CMAI notamment sur le volet de l'apprentissage.
  - De plus, à partir du fichier de la Chambre de Métiers, depuis le mois de mai, deux courriels ont été adressés à 150 entreprises, et plus de 70 contacts téléphoniques réalisés.

### Nombre et caractéristiques des entreprises rencontrées :

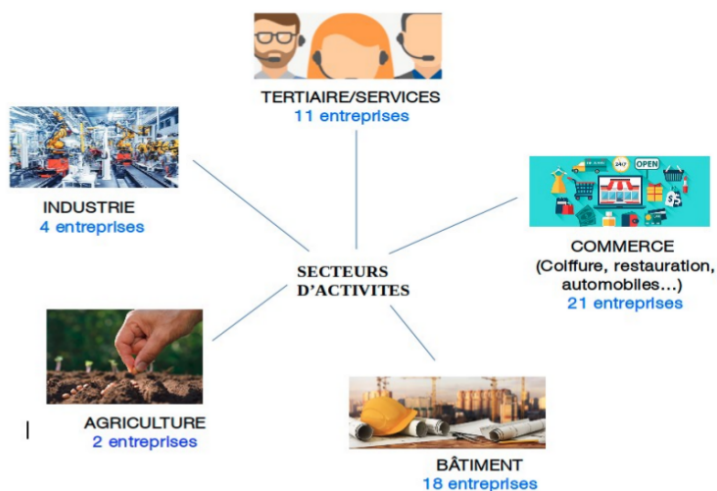
**72 rendez-vous** ont été réalisés de janvier à septembre 2017 pour **34 nouvelles entreprises**.

Cependant, depuis le démarrage du service en octobre 2016, **94 rendez-vous** ont été réalisés par CREATIV', pour **56 entreprises rencontrées**.

Parmi ces 56 entreprises :

- 34 sont adhérentes au Club de chefs d'entreprises, soit 61 %,
- 37 sont des entreprises artisanales, soit 66%.
- On dénombre une majorité de TPE. En effet ont été rencontrées :
  - 41 entreprises de moins de 10 salariés,
  - 10 entreprises entre 10 et 20,
  - 5 entreprises de plus de 20 salariés.

- Les secteurs d'activités concernés sont très diversifiés.



CREATIV' a également coordonné la mise en place et les travaux des différentes instances :

- Comités de pilotage : le 03/02/2017 et le 12/12/17 ;
- Comités techniques : cinq réunions avec la participation du Pays Seine et Tilles, du Club Entreprendre et de la CMAI (mise en œuvre d'actions et suivis des entreprises).

D'autre part, CREATIV' a mené de nombreux rendez vous avec les partenaires pour organiser des interventions et le suivi des entreprises. Tout en continuant à entretenir le réseau des partenaires déjà engagé, CREATIV' a développé de **nouveaux partenariats** avec l'ARACT, la Ville d'Is/Tille et le Service Sports du Pays de Seine et Tilles.

## Résultats produits et observables

### Accompagnements délivrés :

Lors des entretiens individuels, les entreprises expriment différentes problématiques pour lesquelles un accompagnement est délivré :

- **Recrutement** : on observe des difficultés de recrutement pour 50% de entreprises rencontrées (28 entreprises sur 56) et 45 offres d'emploi ont été récoltées. Plusieurs offres n'étaient pas connues et sortaient du **marché « caché »**. Certaines entreprises n'entamaient pas de démarches particulières et avaient **besoin d'être accompagnées**. Le service RCE est intervenu dans l'accompagnement au recrutement : rédaction des profils de postes, diffusion des offres, recherche de candidats, délivrance d'informations sur les aides à l'embauche... Il a développé de nouveaux partenariats en vue d'améliorer le sourcing des candidats.

Le tableau ci-dessous fait état des offres recueillies.

SECTEURS	ENTREPRISES VISITEES	ENTREPRISES AVEC OFFRES	NOMBRES D'OFFRES	TYPLOGIES DE METIERS	Q	ZG	NQ	Offres pourvues		
BATIMENT				Menuisiers d'agencement	3	2	3	N		
				Maçons				N		
				Couvreur				O		
				Poseurs (Isolation extérieures)				O		
				Responsable commercial				1	1	NSP
				Technico commercial				O		
				Agent de Fabrication				O		
				Conducteur de centrale				1	1	NSP
				Chauffeur livreur				1	1	NSP
				Mécanicien				1	1	NSP
				Chef de cours				1	1	NSP
				Ouvrier polyvalent				1	1	NSP
				Assistante de gestion				1	1	O
				Assistante de direction				1	1	En cours
Platriers Peintres	1	1	O							
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>22</b>		<b>9</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>6 (+ 1 en cours + 6 NSP)</b>		
TERTIAIRE SERVICE / COMMERCE				Assistant gestion	1	3	1	O		
				Technicien photogrammétrie				O		
				Conseiller en immobilier				En cours		
				Commercial terrain				En cours		
				Directeur de magasin				1	3	NSP
				Vendeurs (boulangerie, magasins)				1	3	NSP
				Assistant communication				1	1	O
				Coiffeurs (apprentissage)				2	2	O
				<b>TOTAL</b>				<b>32</b>	<b>12</b>	<b>13</b>
INDUSTRIE				Dessinateur Projeteur	1	2	0	O		
				Electronicien Hardware et software				NSP		
				Ingénieur qualité				1	1	En cours
				Ouvriers non spécialisés				1	2	O+ En cours
				Responsable réseau informatique				1	1	O
				Développeur bureau d'étude				1	1	NSP
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>7</b>		<b>5</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>3 (+1 NSP + 2 en cours)</b>		
AGRICULTURE				Ouvriers polyvalents	1	2	2	O		
				Agent de transformation	1	1	1	NSP		
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>3</b>		<b>1</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>1 (+1 NSP)</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>28</b>	<b>45</b>		<b>33</b>	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>14</b>		
								(10 NSP + 5 en cours)		

Voici quelques éléments d'analyse :

Parmi les entreprises visitées, **une entreprise sur deux recrute et a au moins une offre**. Pour les 28 entreprises qui recrutent, on dénombre **45 offres** (soit 1,6 offre/entreprise) et **58 postes** (soit une moyenne de 2,5 postes par entreprise).

Concernant les postes proposés, **33 postes sont qualifiés, 12 non qualifiés et 13 sont en « zone grise »** (postes pour lesquels l'entreprise pourrait faire un effort particulier de formation d'un candidat non qualifié au départ). On peut donc considérer que 25 postes (43%) sont accessibles à des candidats non qualifiés.

On constate des différences entre les secteurs :

- Dans le **bâtiment**, 55 % des entreprises visitées ont fait part d'au moins un besoin en recrutement, pour autant de postes qualifiés que non qualifiés.
- Dans le secteur « **tertiaire services commerce** », 38 % des entreprises avaient au moins un besoin en recrutement, essentiellement pour des postes qualifiés.
- Dans l'**industrie**, l'ensemble des entreprises visitées avaient des besoins en recrutement, majoritairement pour des postes qualifiés.

S'il est difficile d'obtenir des informations de la part des entreprises sur les suites données aux candidatures proposées, il apparaît qu'au final, **au moins 14 offres / 19 postes ont été pourvus grâce au service RCE**.

- **Autres thématiques abordées** : accompagnement à la mise en œuvre des entretiens professionnels, informations sur le droit du travail (licenciement, rupture conventionnelle, contrats, conventions collectives...) et sur les aides à l'embauche, lisibilité et connaissance des partenaires, présentation du service...

#### Mise en place d'ateliers :



Pour répondre à certains des besoins exprimés par les entreprises lors des entretiens individuels, le service RCE a mis en place des **ateliers thématiques** en faisant appel aux partenaires les plus pertinents au regard des sujets à aborder.

Un **programme de rencontres** a été monté en partenariat étroit avec le Club d'entreprises, en demande d'accompagnement et d'animation RH pour ses adhérents, et le Pays Seine-et-Tilles en Bourgogne :

- **Réglementation et informations juridiques**, Interventions de la DIRECCTE (Service Animation du dialogue social du Pôle Travail) :



Ces interventions permettent d'apporter des réponses précises et ciblées aux entreprises participantes, de favoriser l'échange de bonnes pratiques et d'installer des coopérations dans la durée.

Trois ateliers ont été mis en place :

- 10/01/17 : « La pénibilité au travail – 20 participants ;
- 11/05/17 : « Concrétiser ses recrutements : les aides et types de contrats », 13 participants ;
- 27/11/17 : « L'emploi en temps partagé, quel intérêt pour les TPE/PME ? »

- **Le marché du travail et les nouvelles méthodes de recrutement**, formation action animée par Pôle Emploi :



Pôle Emploi a mis en avant, lors de cette formation action, des méthodes de recrutement innovantes, basées sur les compétences, l'agilité, la proximité, l'accompagnement personnalisé et le «sur-mesure» (le service d'aide aux recrutements de Pôle Emploi, « Emploi Store », « Maintenant », « Place des Talents », « Monkey Tie »...)

- Pour permettre **la montée en compétences des chefs de TPE-PME sur le sujet du recrutement**, intervention de l'ARACT (Association Régionale pour l'Amélioration des Conditions de Travail) Bourgogne Franche-Comté.



L'ARACT a proposé, aux TPE-PME du Pays de Seine et Tilles, un cycle d'ateliers sur la thématique du recrutement. Cette intervention (gratuite) se situe dans le cadre de l'offre de service du plan TPE-PME de la DIRECCTE Bourgogne Franche-Comté.

Modalités des interventions :

Un groupe d'environ 5 à 8 entreprises maximum

Un cycle de **3 « séances » d'une demi-journée** portant sur les thèmes suivants :

Séance 1 : « Mieux définir votre besoin » – 22/09/17 (2 entreprises présentes – 3 excusées)

Séance 2 : « Réussir l'intégration » – planifiée le 23/10/17

Séance 3 : « Attirer et fidéliser des salariés » – planifiée le 20/11/17.

Il s'agit d'une **animation basée sur les situations amenées** par les entreprises, avec une production réalisée et accompagnée en séance : des outils et des contenus travaillés en séance, qui pourront être réutilisés ensuite par l'entreprise.

Les résultats attendus de ce cycle sont les suivants :

- Des **chefs d'entreprise mieux outillés** pour mener et sécuriser leurs recrutements
- Une **production utilisable par les chefs d'entreprises** à chaque fin de séance (supports, guides, définition d'un profil...).

A la fin des ateliers et dans les différentes instances du RCE, **les entreprises ont exprimé leur grande satisfaction** par rapport aux réponses qui leur ont été apportées.

Pistes de travail :

**Au cours des investigations dans les entreprises, des pistes de travail ont émergé. Elles concernent :**

- **La mutualisation / le partage d'emplois** entre entreprises du territoire, dans différents domaines RH, administratif, communication (mise en ligne et aides sur site internet, vitrine, réseaux sociaux...), bâtiment (maçons, couvreurs, menuisiers).
- **Les besoins en formations :**
  - projet de mise en place de formations spécifiques sur site en entreprises,
  - Projet de mise en place de formations collectives sur des thématiques exprimées par les entreprises (en cours (thématique sur la communication et les réseaux sociaux).

## **Enseignements et points de vigilance pour la suite**

En terme de positionnement, il est nécessaire de :

- Présenter le projet et être en contact régulier avec les acteurs « offreurs de services » pour se positionner comme facilitateur et non comme concurrent,
- S'assurer de la mobilisation constante du partenariat et du portage politique (collectivité, club d'entreprises),
- Assurer une présence sur le territoire investi.

De plus, sur la question de l'accompagnement des entreprises pour leurs recrutements, un suivi très régulier des entreprises devrait être mis en place, ce qui générerait un temps de travail spécifique.

## **Perspectives pour 2018**

Au vu des résultats obtenus et de la satisfaction exprimée par les entreprises et les partenaires, les perspectives pour 2018 sont les suivantes :

1/ Poursuivre le conseil aux entreprises dans le cadre de rencontres individuelles et de séances collectives,

2/ Approfondir les pistes de travail dégagées en 2017 :

- Développer des **outils ressources RH** au niveau du territoire :

- Sourcing des publics : préparer un vivier de candidatures sur le territoire pour mieux répondre aux besoins des entreprises ;
- Plateforme « ressources RH » : centraliser les candidatures et les besoins des entreprises / cartographier les compétences détenues par les demandeurs d'emploi/ analyser les mutations économiques du territoire...
- Formaliser et monter des **actions particulières** :
  - Agir sur les freins des demandeurs d'emploi par rapport aux caractéristiques des emplois (mobilité, conditions de travail, polyvalence...),
  - Approfondir les besoins en mutualisation d'emploi,
  - Répertorier et répondre aux besoins en formations,
  - Organiser une/des manifestations avec les partenaires, entreprises et candidats.







## 2/ Commerce, grande distribution, restauration rapide : anticiper les besoins en recrutement et préparer les demandeurs d'emploi

### CE QU'IL FAUT RETENIR :

#### Objet :

Ce projet met en œuvre une démarche d'**anticipation des besoins en compétences des entreprises** du commerce, de la grande distribution et de la restauration rapide de la zone commerciale de Quetigny. Pour ce faire, il prévoit la **préparation des demandeurs d'emploi** résidant en proximité, notamment les moins qualifiés.

#### Thématiques de rattachement :

Principale : développement économique local

Secondaire : sécurisation des parcours professionnels

#### Résultats attendus :

- A partir du résultat des investigations réalisées en entreprises en 2016, élaborer des **fiches de fonction** et un **Tronc Communs d'Activités (TCA)** qui synthétisera le socle des prérequis et aptitudes communs aux différentes entreprises et sur la base duquel le travail de préparation des demandeurs d'emploi s'appuiera.
- **Sensibiliser, informer et repérer des candidats** potentiellement intéressés par ces secteurs d'activité (information collective et visites d'entreprises).
- **Professionaliser les participants** dans le cadre d'un parcours alliant formation et périodes en entreprise. Le mode opératoire de la formation (POEC ou DIDAQTE) doit être déterminé.

#### Organisation :

- Une **démarche partenariale** entre les entreprises, la commune, les acteurs de l'emploi et de la formation,
- Une action qui joue sur **la proximité pour favoriser la rencontre** entre les entreprises et les demandeurs d'emploi du territoire.
- Des **parcours individualisés** de formation dans le cadre d'**une adaptation de l'offre régionale de formation aux besoins de la zone d'activité** (« Dispositif d'Accès à la Qualification » - DAQ),
- Des **entreprises au cœur du dispositif** de préparation des candidats.

## Introduction

Les éléments de présentation et objectifs ont été détaillés dans le rapport d'activité 2016.

### Détail de l'activité réalisée

#### 1/ Analyse des activités communes aux entreprises rencontrées :

Dans le cadre d'un partenariat FORCO / AGEFOS PME / CREATIV', **16 entreprises de la zone commerciale** (Leclerc Drive, Carrefour, U-Express, KFC, Flunch, McDonald's, Bistrot de l'Escale, Decathlon, Besson Chaussures, Nike Factory, Gemo, Mistigriff, Leroy Merlin, King Jouet et Botanic) avaient été rencontrées.

Les trois partenaires ont analysé les différentes fiches de fonction élaborées alors ainsi que les activités réalisées dans la cadre de chacun des postes étudiés.

**Quatre activités se sont révélées communes** aux 3 secteurs d'activité :

- La relation client,
- La mise en rayon/en place,
- La préparation de commande,
- L'encaissement

Le FORCO, AGEFOS PME et CREATIV' ont ensuite construit **un Tronc Commun d'Activités et de Compétences (TCAC)**, qui synthétise le socle commun aux différents postes étudiés.

Cet outil a été validé par les 16 entreprises le 24 janvier 2017 et constitue l'ossature de la formation.

Ces mêmes entreprises ont confirmé leur investissement dans leur projet, en s'affichant terrain de stages pour les périodes en entreprises intégrées dans la future formation.

#### 2/ Dispositif de formation

Les travaux conduits en 2016 avaient permis d'identifier deux alternatives pour financer et construire le dispositif de formation : monter une POEC, avec des financements émanant des OPCA ou utiliser le dispositif DIDAQTE en adaptant le parcours et les outils pour répondre aux besoins en compétences des entreprises partenaires.

Après réflexion, c'est la seconde option qui a été choisie. Plusieurs temps de travail ont été organisés entre CREATIV' et le CESAM pour procéder aux **ajustements nécessaires du dispositif DIDAQTE**, établir le calendrier prévisionnel, caler les différentes phases en amont et pendant la formation.

C'est à partir du TCAC qu'ont été réalisés les **outils d'évaluation** des activités et compétences des stagiaires et qu'ont été aménagés les **programmes de formation**. De plus, le réseau d'entreprises partenaires a été sollicité en amont pour proposer des périodes d'immersion. Il était d'entendu que chaque stagiaire devrait réaliser trois stages, un dans chacun des secteurs visés.

Pour limiter les difficultés liées au manque de mobilité des stagiaires, le CESAM a proposé que la formation (à l'issue des phases d'accueil) soit réalisée **en proximité géographique** dans les locaux du CFPPA de Quetigny.

### 3/ Sourcing :

A partir du TCAC, CREATIV' a conçu **un outil de sourcing** à l'attention des conseillers emploi (Ville de Quetigny, Mission locale, Pôle Emploi et PLIE) leur permettant :

- D'identifier les pré-requis pour accéder au marché local de l'emploi,
- De réaliser une première évaluation des compétences acquises antérieurement par les candidats pour individualiser les parcours de formation.

**Les comités emploi**, initiés et programmés une fois par mois par la ville de Quetigny, ont permis aux acteurs de partager un sens commun et une démarche spécifique à ce projet.

CREATIV' a **coordonné la démarche de prescription** : rédaction et envoi (le 6/02/17) des informations (objectifs et modalités de la formation, pré-requis, outil de sourcing, contenu et date de l'information collective...) aux prescripteurs, réception des orientations, relances ;

### 4/ Information collective :

L'information collective a été **co-construite avec les partenaires du projet et les entreprises**. En effet, trois entreprises (Décathlon, Leclerc Drive et KFC), représentant les trois secteurs d'activité, ont accepté d'organiser une visite de leurs locaux, ces visites étant considérées comme partie intégrante de l'information collective.

## **Résultats produits et observables**

### 1/ En amont de l'entrée dans le dispositif :

**34 candidats ont été orientés** par les différents prescripteurs et invités à participer à l'information collective organisée le 09 mars 2017, en présence des partenaires et des entreprises Leclerc Drive et Décathlon.

17 candidats ont répondu présents et 13 ont souhaité visiter les entreprises.

A l'issue, les **13 candidats ont confirmé leur intérêt à intégrer la formation**.

**12 candidats ont intégré la phase d'accueil.** Le treizième, malgré de nombreuses relances, n'a pas donné d'explication à son absence.

La phase d'accueil, organisée par le CESAM a duré 2 semaines et visait à :

- Présenter le dispositif,
- Favoriser l'adhésion et amorcer la projection,
- Contractualiser l'entrée en formation.

A l'issue de la phase d'accueil, **10 personnes ont confirmé leur intégration au dispositif**

Les 2 abandons sont dus, pour l'un, à des contraintes familiales trop importantes et pour l'autre, à un manque de projection dans la formation.

### 2/ Dans le dispositif DIDAQTE :

Les stagiaires ont intégré **la phase de diagnostic** (1 semaine), intégrant **une période en entreprise** et visant à :

- Analyser le potentiel et les besoins du candidat,
- Co construire le parcours correspondant.

Le centre de formation a mis en avant un certain nombre de **réticences de la part de stagiaires** quant au lieu de stage : plusieurs personnes ont refusé d'intégrer les entreprises partenaires, étant plus centrées sur le produit vendu que les compétences sous-jacentes. Néanmoins tous les stagiaires ont réalisé leur période en entreprise, à l'exception d'une qui nous fera part, suite à son abandon, d'un projet en lien avec le secteur animalier.

A l'issue du diagnostic, **la formation a effectivement démarré au CFPPA de Quetigny avec un effectif de 9 candidates** le 18 avril 2017, et s'est terminée le 30 juin 2017.

3 périodes en entreprises étaient programmées, pour permettre aux candidats d'explorer les 3 secteurs d'activité (grande distribution, restauration rapide et commerce). Les suivis ont été assurés par le CESAM.

Un bilan intermédiaire et un bilan final ont été programmés, pour lesquels les structures prescriptrices avaient été invitées (mais ne sont pas venues, à l'exception du PLIE).

### 3/ Bilan intermédiaire, le 05 mai 2017 :

Lors de ce bilan, **trois abandons** ont été notés :

- Un pour problématique santé (arrêt maladie)

- Un pour comportement inadapté en entreprise (négociation des horaires notamment) en lien avec une organisation familiale incompatible pour travailler dans les secteurs cibles (trois enfants non gardés)
- Une qui, malgré la proposition d'un CDD de remplacement (vente en prêt à porter) n'a pas su / voulu anticiper la garde de ses enfants.

Les formateurs ont expliqué que **les candidates étaient peu enclines à investir les trois secteurs** d'activité.

Une d'elles a formulé un projet « autre » (restauration collective), du fait de soucis de santé et de garde d'enfants.

Deux candidates souhaitaient réaliser deux, voire trois stages dans la même entreprise, du fait de perspective de recrutement.

Une candidate avait une perspective d'embauche en CDI rapide suite à son stage (Leclerc Drive).

A l'issue du bilan intermédiaire, **il restait 6 stagiaires en formation.**

#### 4/ Bilan final, le 30 juin 2017 :

**Deux personnes ont été embauchées en CDI** (restauration rapide et grande distribution).

Deux ont abandonné : l'une a déménagé et l'autre a réalisé, suites à ses stages, ne « pas aimer le contact client ».

**Deux personnes se positionnent sur un projet de formation** (CAP Ouvrier Agroalimentaire) si elles ne sont pas en emploi en septembre.

#### 5/ Témoignage d'une des personnes embauchées:

[Le témoignage d'A.D. @ Alexandra Caccivio](#) "J'ai une expérience dans la vente puisque j'ai travaillé pendant quatre ans à l'Intermarché d'Auxonne puis, sur des périodes courtes, à Carrefour, Kiabi, Cyrillus... Mais, quand mon fils est né, j'ai arrêté de travailler. Quand il a eu deux ans, j'ai cherché à retrouver un emploi, mais ça a été compliqué. J'ai envoyé beaucoup de CV et je n'ai rien trouvé.

C'est la maison de l'emploi qui m'a proposé d'entrer dans cette formation qui a été montée pour les habitants de Quetigny. Je me suis dit que c'était peut-être un moyen pour ouvrir des portes. Ça a marché. J'ai été recruté par Leclerc Drive alors que, quelques mois avant, mon entretien d'embauche avec la DRH n'avait rien donné. Il faut dire que je me suis loupée ce jour-là. Ça faisait longtemps que je n'avais pas eu d'entretien d'embauche et je ne m'étais pas du tout vendue.

La formation nous a, entre autres, appris à nous présenter. Mais je n'ai pas pu la finir : finalement, j'ai été recrutée par Leclerc Drive avant même d'avoir fini la formation, trois semaines après le début de mon stage. J'ai signé un CDI le 6 mai dernier."

[Alexandra Caccivio](#)

## Enseignements et points de vigilance pour la suite

### 1/ Versant candidats :

- Ces trois secteurs d'activité nécessitent une organisation familiale en lien (horaires de fin de journée, travail le week-end), et celle-ci doit s'anticiper,
- Certains participants n'ont pas compris l'intérêt de découvrir les trois secteurs d'activités (notion de compétences transférables, de réseau professionnel).

### 2/ Versant entreprises :

- Les entreprises qui ont accueilli des stagiaires regrettent que la première période d'immersion n'ait duré qu'une semaine ; deux semaines sont nécessaires au repérage et à l'acquisition de compétences,
- Trois entreprises se sont vraisemblablement désinvesties du projet, ne souhaitant pas accueillir de candidats. Si pour l'une dans elle cela s'explique (changement de Direction), l'évaluation nous apportera des éléments de compréhension.

### 3/ Versants partenaires :

- L'absence répétée de certains partenaires aux phases de bilan est à déplorer.

## Perspectives pour 2018

Cette action est terminée.

### 3/ Anticiper les besoins en recrutement des entreprises métallurgiques de la ZI de Longvic

#### CE QU'IL FAUT RETENIR :

##### Objet :

Ce projet met en œuvre une démarche d'**anticipation des besoins en compétences des entreprises métallurgiques** de la zone industrielle de Longvic. Pour ce faire, il prévoit la **préparation des demandeurs d'emploi** résidant en proximité, notamment les moins qualifiés.

##### Thématiques de rattachement :

Principale : développement économique local

Secondaire : sécurisation des parcours professionnels

##### Résultats attendus :

Cette période doit être consacrée à la préparation et au lancement du projet.

##### Organisation :

Le projet prévoit la mise en œuvre d'un **diagnostic territorialisé des compétences**.

Celui-ci va être alimenté à la fois par :

- Un recueil des **besoins en compétences attendues par les entreprises** de la Zone Industrielle, qui sont au cœur de la démarche,
- Une identification des **compétences détenues par les demandeurs d'emploi** longviciens dans le cadre d'entretiens approfondis.

## Introduction

La ville de Longvic est depuis plusieurs années à la pointe de l'innovation sociale et engagée pour l'emploi. Elle avait été, par exemple, à l'initiative de la création du PLIE. Elle a été également candidate, en 2016, à l'expérimentation « Territoire zéro chômeur de longue durée ». Si la candidature de la commune n'a pas été retenue, son Maire exprime la volonté de continuer à agir pour l'emploi, tout en prenant appui sur la dynamique partenariale alors engagée.

Par ailleurs, **la zone industrielle de Longvic est la première zone industrielle de l'agglomération** de Dijon et offre un pôle important pour l'emploi (<https://www.parcsdactivites.com/parcs-d-activites/zone-d-activites-de-longvic-dijon>). Les enquêtes qui avaient été menées en 2016 dans un échantillon d'entreprises locales avaient fait état de difficultés à pouvoir accéder à certaines offres d'emploi.



**La métallurgie est largement représentée** dans la zone industrielle de Longvic (26 entreprises, selon le Kompass, sont répertoriées dans la catégorie « métallurgie, mécanique et sous-traitance ».) Ce secteur offre des emplois de qualité, majoritairement en CDI.

**A l'invitation du Maire de Longvic et en partenariat avec l'UIMM et CREATIV'**, une réunion a été organisée le 7/06/2017 avec les entreprises métallurgiques de la Z.I., afin de les interroger sur leurs **problématiques RH**.

Suite aux échanges, les constats sont les suivants :

- Des entreprises qui peinent à recruter, à fidéliser,
- Une pyramide des âges vieillissante,
- Des difficultés d'intégration pour les salariés de la génération Z.

Nous savons par ailleurs qu'il y a 110 candidats à l'emploi longviciens inscrits à Pôle Emploi dans les métiers de l'industrie et 40 dans les métiers de l'installation et de la maintenance. (source : [www.pole-emploi.org](http://www.pole-emploi.org) – août 2017).

Il est donc nécessaire d'**agir pour tenter de rapprocher offre et demande d'emploi**.

## **Objectifs généraux du projet**

Il doit permettre de mettre en place une démarche d'anticipation des besoins en compétences des entreprises métallurgiques de la Z.I. de Longvic. Pour cela, il va s'agir de :

- Créer **une dynamique** entre les entreprises de la zone industrielle, le secteur de l'emploi et celui de la formation, les élus de Longvic autour d'une nouvelle approche du rapprochement offre/demande d'emploi,
- **Valoriser et faire connaître les métiers de la métallurgie**, les évolutions professionnelles possibles et leurs tremplin dans un parcours professionnel, sans pour autant éluder leurs contraintes (travail posté...)
- Amener les entreprises à **faire évoluer leurs pratiques RH**, mieux formuler leurs besoins, et développer leur attractivité ainsi que celle de leur métiers,
- Permettre **l'insertion des demandeurs d'emploi de proximité**, et notamment les moins qualifiés, dont les personnes suivies par le PLIE,
- Préparer **un vivier de main d'œuvre** pour les entreprises de la métallurgie.

## Détail de l'activité réalisée

### 1/ Méthodologie :

Une esquisse méthodologique a été réalisée et partagée avec les acteurs :

#### a/ Phase de diagnostic :

- **Sur le volet entreprises : quantifier et qualifier les perspectives de recrutements** des entreprises (visites réalisées auprès des entreprises du fichier des adhérents UIMM).
- **Sur le volet publics** : rencontrer les candidats à l'emploi longviciens inscrits dans les métiers de l'industrie, de la maintenance et de l'hôtellerie-restauration, pour faire **l'état des lieux des compétences transversales/transférables disponibles** et **anticiper les compléments de formation** à mettre en œuvre (rendez-vous réalisés suite à la transmission d'un fichier qualifié par Pôle Emploi).
- **Analyses** : à partir des enquêtes auprès des entreprises et des publics, des **mesures d'écart** seront réalisées et des **préconisations** seront formulées. Il pourra s'agir, entre autres, de préconisations d'actions individuelles, d'actions collectives en direction des publics, d'accompagnement envers les entreprises etc.

Attention, tout au long du projet et dès les premières visites en entreprises, il est convenu de soutenir les recrutements à court terme, dans la méthode et le suivi.

#### b/ Validation d'un plan d'action et mise en œuvre :

En plus des actions à court terme mises en œuvre au fil de l'eau, **d'autres actions seront envisagées**. Des pistes ont d'ores et déjà été citées :

- Innover pour **favoriser la rencontre** candidats à l'emploi / entreprises (visites entreprises, Job évolution à Longvic ,événement dédié en 2018...)
- **Favoriser le lien avec les collègues et les lycées** (perspective d'anticipation des recrutements).

D'autres idées pourraient émerger.

### 2/ Démarches partenariales pour préparer le projet :

#### a/ Préparation des investigations en entreprises :

Suite à la réunion du 7 juin avec les entreprises, l'UIMM a communiqué un fichier de ses entreprises adhérentes (30) à CREATIV'. Le fichier étant peu qualifié, la prospection s'est avérée délicate, aboutissant à des rendez-vous dans trois entreprises longviciennes.

CREATIV' a réalisé une étude de leurs besoins à court et moyen termes, avec une observation de leurs postes de travail pour deux d'entre elles. CREATIV' a également associé le PLIE et la Ville de Longvic à ces démarches, dans la mesure de leurs disponibilités.

Une réunion de travail a été organisée, le 29/09/17, à l'initiative de CREATIV, permettant l'obtention d'un fichier qualifié (18 entreprises) et la consolidation du partenariat. La prospection a repris et donné lieu à cinq rendez-vous supplémentaires.

Par ailleurs, CREATIV' a rencontré (28/11) le Pôle formation des industries technologiques (21-71) pour mieux comprendre le recours à l'apprentissage industriel.

#### b/ Préparation des investigations auprès des publics demandeurs d'emploi longviciens :

CREATIV' a présenté le projet à la Mission locale (23/11), qui apportera son soutien pour réaliser des entretiens auprès de 10 candidats, ainsi qu'à Pôle Emploi (22/12).

Sur demande de M. le Maire de Longvic, Pôle Emploi a constitué un fichier de 287 demandeurs d'emploi inscrits (ROME 1 et 2) dans les métiers « Industrie/Installation Maintenance et Hôtellerie/Restauration.

Certains d'entre eux seront invités à répondre à un questionnaire en ligne (188 disposent d'un adresse courriel « valide ») et d'autres recevront un courrier les invitant à rencontrer un interlocuteur (Conseillère Mission locale, Conseillère Emploi de la Ville de Longvic et Chargée de projets CREATIV') dans le cadre d'un entretien approfondi.

Il est convenu que ces entretiens démarrent à la fin janvier 2018.

## **Résultats produits et observables**

### 1/ Investigations en entreprises :

Au 31 décembre, CREATIV' avait rencontré huit entreprises.

Celles-ci ont fait état d'un besoin en recrutement à court terme de 15 postes : un commercial, un dessinateur projeteur, un dessinateur détaillant, un technicien d'atelier, deux techniciens de maintenance- trois usineurs traditionnels, un opérateur découpe, un assistant-usineur, deux chaudronniers, deux soudeurs.

La grande majorité de ces entreprises sont des TPE / PME qui se disent « un peu perdues, peu soutenues par les structures emploi ». Si les plus grandes peuvent plus facilement pallier leurs difficultés de recrutement par un recours massif à l'intérim, le coût est bien trop élevé pour les petites entreprises.

En matière de formation continue, pour certaines d'entre elles, se rajoute la difficulté d'obtenir une base de données « facile d'utilisation », répertoriant les formations (surtout les formations « complexes »), ainsi que les acteurs de l'insertion et de la formation.

En ce qui concerne la formation initiale, le décalage est systématiquement pointé entre « ce qu'ils (les élèves) apprennent à l'école et ce qui se passe chez nous (dans les entreprises) », « le besoin en compétences mécaniques, notamment pour l'usinage, reste une réalité dans les entreprises ; tout n'est pas numérique ».

## 2/ Mise en relation:

Une mise en relation, à titre d'information, a été réalisée entre une des huit entreprises rencontrées et le Pôle formation des industries technologiques.

## **Enseignements et points de vigilance pour la suite**

Il est nécessaire de :

- Maintenir l'engagement de chacun des partenaires, en lien avec leurs domaines de compétences,
- Favoriser la synergie des acteurs en articulant leurs intérêts (collèges, lycées, structures chargées de l'accompagnement des demandeurs d'emploi, entreprises, branches professionnelle, élus...).

## **Perspectives pour 2018**

Réalisation du diagnostic :

- Lancement de la démarche d'enquête auprès de demandeurs d'emploi longviciens inscrits à Pôle Emploi,
- Poursuite des investigations dans les entreprises de la métallurgie
- Analyse et préconisations

Formalisation d'un plan d'actions et début de mise en œuvre.

## 4/ Réflexion sur les besoins en compétences des structures de services aux personnes

### CE QU'IL FAUT RETENIR :

#### Objet :

Il s'agit de mener une réflexion avec les trois plus grosses structures de Services aux Personnes du territoire, sur **les actions à mettre en place avec elles** pour répondre à leurs difficultés récurrentes en matière de recrutement.

#### Thématiques de rattachement :

Principale : développement économique local

Secondaire : sécurisation des parcours professionnels

#### Résultats attendus :

- Répertorier les **principales difficultés** auxquelles sont confrontées les structures de services aux personnes dans leurs démarches de recrutement,
- Identifier les **pistes de travail** pour y remédier,
- Décider avec les structures des **suites à donner**.

#### Organisation :

Dans la méthode, on notera et ce dès la phase de préparation du projet :

- Le **portage politique fort du Maire de Longvic**, qui est à l'origine de la poursuite de travaux après «Territoire Zéro Chômage de Longue Durée (TZCLD),
- L'**association et l'implication des trois principaux employeurs** des services à la personne sur le territoire.

## Introduction

Dans le cadre des travaux du projet «Territoire Zéro Chômage de Longue Durée (TZCLD)», **les trois plus grandes associations du territoire dans le secteur des services aux personnes** (Mutualité Française Bourguignonne, ADMR et FEDOSAD) avaient entamé une réflexion et manifesté leur intérêt à la constitution d'un groupement d'employeurs afin de pouvoir répondre dans l'urgence à leurs besoins de remplacement de salariés absents.

A l'invitation du Maire de Longvic, les trois structures ont été invitées à se positionner sur l'opportunité de **reprenre cette réflexion** en dehors de TZCLD.

Elles ont répondu positivement et CREATIV' coordonne les travaux engagés pour définir les bases d'un projet à construire.

## Objectifs généraux du projet

Il va s'agir de tenter de **remédier aux difficultés de recrutement** auxquelles sont confrontées les employeurs des services aux personnes.

Les objectifs du projet à construire devront être affinés suite aux travaux préparatoires réalisés avec les structures.

## Détail de l'activité réalisée

### 1/ Cadre de travail :

La question posée au départ était celle de la **mutualisation de personnel** (l'idée d'un groupement d'employeurs avait été travaillée dans le cadre du projet TZCLD).

Deux temps de travail ont été organisés, en Mairie de Longvic, le 29/05 et le 6/07/17 :

- Le premier a réuni le Maire de Longvic, le Président de la Mutualité Française Bourguignonne et CREATIV',
- Le second a rassemblé le Maire de Longvic, sa première adjointe, des représentants de la Mutualité Française Bourguignonne, de l'ADMR et de la FEDOSAD ainsi que de CREATIV',

A l'issue de ces rencontres, il apparaît que la mutualisation de personnel est un vrai enjeu : en effet, chacune des structures a mis en place une équipe de réserve pour effectuer les remplacements, mais cela ne suffit pas. Cependant, il n'est pas simple de mettre en place une solution nouvelle.

Les éléments suivants ressortent des échanges :

- Sur la formation : le problème ne tient pas au contenu mais au **coût nécessaire pour former l'ensemble des salariés** ;
- Sur les recrutements : on constate un problème d'**attractivité des métiers** de l'aide à domicile, dans un contexte où les personnes formées sont davantage attirées par le travail en institution ;
- Sur les carrières : on ne fait pas toute sa carrière dans le même métier. Il est nécessaire d'**accompagner les mobilités professionnelles externes**. Cela pose différentes questions : comment faire prendre conscience que le métier d'aide à domicile n'est pas pour toute la vie ? Comment anticiper, accompagner les mobilités ? Dans quelles directions ? etc...

Il y aurait donc des actions à conduire sur les questions de l'attractivité, de l'accompagnement des mobilités et de l'orientation.

Sur la mutualisation, les parties s'accordent sur le fait que le projet n'est pas complètement mûr et qu'il est nécessaire d'approfondir la réflexion.

CREATIV' a donc réalisé une enquête auprès de chacune des structures pour affiner leurs besoins aux dates suivantes :

- 28 juillet 2017, FEDOSAD, M. TERRADE et Mme SANCHEZ
- 31 juillet 2017, ADMR, M. CHAZAL et Mme POUPON
- 1<sup>er</sup> août 2017, Mutualité Française Bourguignonne, M. MEUNIER.

## 2/ Résultats de l'enquête :

La synthèse de cette enquête a été envoyée aux membres du groupe de travail. Elle fait apparaître les résultats suivants :

### a/ Sur la mutualisation de personnel :

Cette question est ancienne sur notre territoire (10 ans environs) et plusieurs projets de groupements d'employeurs ont été étudiés sans aboutir à un résultat concret. En effet, le besoin existe mais la mutualisation semble très compliquée à mettre en place. Les difficultés identifiées sont les suivantes :

- Des besoins identiques au même moment,
- Des surcoûts importants,
- D'autres freins liés à la concurrence entre les structures.

### b/ D'autres problématiques ont été identifiées et nécessiteraient un travail commun :

- La communication et l'attractivité des métiers des SAP,
- La pré-sélection des candidats,
- La préparation et la formation des futurs salariés de SAP,
- La prévention de la pénibilité et les mobilités professionnelles.

## 3/ Réflexions complémentaires :

Lors d'une réunion organisée le 6/12/17, avec les trois structures partenaires, le CESAM et le cabinet Didaction, les participants ont évoqué des pistes de travail qui méritent d'être creusées :

- Le cabinet DIDACTION a présenté ses travaux sur le recrutement par détection de potentiel. Les résultats obtenus dans le secteur SAP dans d'autres départements sont encourageants. Cependant les entreprises présentes ont mis en avant leur faible disponibilité. Si cette méthode devait être employée, il faudrait mobiliser d'autres acteurs qui déchargeraient les entreprises du temps d'entretien.

- LE CESAM a présenté l'intérêt de recourir à un GEIQ et partagé les informations qu'il a obtenues après avoir interrogé différents acteurs dont le GEIQ SAP de VOUGLANS (73).

## Résultats produits et observables

Des pistes de travail ont été définies :

- Comment accompagner les entreprises dans la **pré-sélection** des « bons » candidats grâce à une méthodologie nouvelle ?
- Comment **professionnaliser les nouveaux entrants** : à ce titre nous avons convenu de réaliser une démarche de benchmark au sujet des GEIQ SAP ?
- Comment permettre aux salarié(e)s de sortir de l'isolement et de prendre du recul par rapport à leurs pratiques ? Des temps en commun et accompagnés entre des salariés de différentes structures ont été évoqués.

Ces différents sujets nous amènent à interroger les missions et les compétences des encadrants intermédiaires.

## Enseignements et points de vigilance pour la suite

Si la demande initiale était de travailler à un groupement d'employeurs, on se rend compte, que la problématique est bien plus large et que le champ d'investigations doit être élargi.

Cependant, il faudra tenir compte du manque de disponibilité des services RH et encadrants dans le choix des actions à conduire et leur mise en œuvre.

De plus, ces actions proposées ne seront réalisées qu'avec leur accord et leur engagement.

## Perspectives pour 2018

Il va s'agir d'affiner chacune des pistes de travail évoquées :

- Proposer un mode opératoire pour améliorer la **pré-sélection des candidats**,
- Réaliser une **démarche de benchmark auprès des GEIQ SAP** existant sur le territoire national afin de déterminer s'il est judicieux de monter un GEIQ sur l'agglomération dijonnaise,
- Réfléchir à un **accompagnement des encadrants intermédiaires...**

L'opportunité de monter des projets en ce sens sera discutée avec les structures.



## 5/ Favoriser le recrutement de jeunes en contrat d'apprentissage dans la plasturgie

### CE QU'IL FAUT RETENIR :

#### Objet :

Ce projet a pour objectif de faciliter le recrutement d'apprentis dans le secteur de la plasturgie qui, chaque année, peine à attirer des jeunes.

#### Thématiques de rattachement :

Principale : développement économique local

Secondaire : sécurisation des parcours professionnels

#### Résultats attendus :

- Sensibiliser les référents de parcours à la démarche,
- Repérer des jeunes susceptibles de rentrer en apprentissage en plasturgie,
- Leur délivrer une information précise et pertinente.

#### Organisation :

La démarche a été **concertée entre les quatre partenaires** (Allizé Plasturgie, Pôle Emploi, Mission Locale et CREATIV').

Une tentative a été faite d'associer **un partenaire nouveau** (la Maison Phare) dans le repérage des publics et une démarche particulière a été conduite vis à vis des jeunes repérés (ce type de démarche devrait être approfondi).

Il y a eu un réel effort de **montrer la réalité des métiers** de la plasturgie : des visites en entreprise ont été planifiées après l'information collective, qui avait mobilisé un « pair » (un apprenti qui a partagé son expérience).

## Introduction

De façon récurrente, **des entreprises locales de plasturgie** (à Longvic, Saint-Apollinaire, Fontaine-les-Dijon, Auxonne...) **recherchent des jeunes** à former **dans le cadre d'un contrat d'apprentissage**, avec des perspectives d'emploi durables (CDI Temps plein) à la clef.

Deux diplômes sont visés :

- **Le Bac Pro Plastiques et Composites**, dont la partie théorique est dispensée, en deux ans, au Lycée Antoine de Chenôve (possibilité d'internat). Les cours sont assurés par un formateur technique et des enseignants. Les effectifs sont restreints pour favoriser l'individualisation de la formation.

- **Le BTS Europlastics et Composites**, dont la partie théorique est proposée, sur une durée de deux ans, aux Lycées Curie et Janot de Sens ou au Lycée Diderot de Langres.

Chaque année, le nombre de candidats intéressés est très faible et **les entreprises éprouvent des difficultés à recruter.**

Pourtant, Allizé Plasturgie ne ménage pas ses efforts pour faire connaître le secteur, assurer la promotion des métiers tant auprès des publics que des prescripteurs, et accompagner les recrutements. Les partenaires de l'emploi ont déjà tenté d'orienter davantage de jeunes mais les vocations restent rares.

C'est dans ce contexte que CREATIV' a proposé à Allizé Plasturgie, à Pôle Emploi et à la Mission Locale de **monter une action commune afin de préparer les recrutements de la rentrée 2017.**

### Objectifs généraux du projet

- Favoriser l'information et l'orientation des jeunes vers des métiers porteurs dans le secteur de la plasturgie
- Permettre aux employeurs de recruter leurs futurs collaborateurs par le biais de l'apprentissage.

### Détail de l'activité réalisée

CREATIV' a organisé une réunion préparatoire le 27 mars Allizé Plasturgie, Pôle Emploi et la Mission Locale, au cours de laquelle les partenaires se sont mis d'accord sur les actions à conduire et sur un calendrier prévisionnel.

Il a été convenu d'organiser l'information des publics en deux temps :

- **Une information collective dans les locaux de Pôle Emploi Ouest**, dans le cadre des « Clefs de l'Emploi », avec le témoignage d'un jeune déjà en apprentissage dans une entreprise de plasturgie et celui d'une entreprise
- **La visite d'entreprise locale.**

Pour préparer ces événements, les partenaires du projet ont réalisé les actions suivantes :

- **14 avril 2017 : intervention d'Allizé Plasturgie en réunion d'équipe de la Mission Locale** pour présenter le projet, les pré-requis des candidats recherchés. Après la présentation, une conseillère de la Mission Locale a proposé le profil d'un jeune qui a été très rapidement orienté par Allizé Plasturgie vers une entreprise (Plastyliis à Auxonne). **Il a décroché un CDD** qui devait être le préliminaire à un contrat d'apprentissage.

- **Avril 2017 : préparation des outils de communication :**

- Réalisation d'une affiche par Pôle Emploi
- Rédaction d'une description de l'action comprenant les pré-requis pour l'entrée en formation, les qualités appréciées par les entreprises, les conditions d'exercice du métier de « Régleur », des retours des jeunes qui ont fait la formation ainsi qu'une fiche de fonction du poste « Régleur », par CREATIV'
- Préparation de la présentation à venir par Allizé Plasturgie (contenus, témoignages...)



- **9 mai 2017 : envoi du courriel d'information** à l'ensemble du partenariat par CREATIV', puis information interne réalisée par Pôle Emploi (deux envois en nombres de messages ciblés) et la Mission Locale

- **18 mai 2017 : envoi d'un courriel de rappel** par CREATIV'.

- **1<sup>er</sup> juin 2017 : réunion de travail pour faire le point sur les orientations :**

- La Mission Locale a repéré six jeunes (dont le jeune embauché en CDD),
- Pôle Emploi a repéré deux candidats, dont un commun avec la Mission Locale,
- Suite à un relais d'information par la déléguée de la Préfète, la Maison Phare de Fontaine d'Ouche a repéré trois candidats potentiels.

- **1<sup>er</sup> juin 2017 : envoi d'un courriel de rappel** par CREATIV'

- **2 juin 2017 : rencontre de cinq jeunes et de leur animateur à la Maison Phare** de Fontaine d'Ouche par Allizée Plasturgie et CREATIV'

- Un jeune avait les pré-requis pour entrer en BTS Plasturgie ;
- Un jeune avait les pré-requis pour entrer en BAC PRO Plasturgie (mais était déjà scolarisé dans une autre filière BAC PRO) ;
- Trois jeunes n'avaient pas les pré-requis. La représentante d'Allizé Plasturgie leur a communiqué des informations relatives à JOB EVOLUTION (secteur de la métallurgie) et à la seconde industrielle afin de leur donner des alternatives.
- Les cinq jeunes ont été invités à la réunion de présentation du 8 juin, Allizé Plasturgie ayant prévu de mobiliser une intervenante de la seconde industrielle.

- **8 juin 2017 : information collective dans le cadre des Clefs de l'Emploi à Pôle Emploi Ouest :**

- La présentation a été effectuée par Allizé Plasturgie (utilisation d'un film)
- Un jeune en apprentissage chez BERICAP a témoigné
- Du fait du petit nombre de participants prévus, Allizé Plasturgie n'avait pas mobilisé d'entreprise.

## Résultats produits et observables

Lors de la réunion du 8 juin 2017, **cinq jeunes étaient présents**. Aucun des jeunes rencontrés à la Maison Phare n'est venu.

Les présents ont été invités à remplir un dossier et à manifester leur intérêt pour visiter une entreprise : **trois d'entre eux sont allés visiter l'entreprise BERICAP**, le 13 juin et ont été invités à passer des tests.

Parmi eux, **un seul jeune a été embauché en contrat d'apprentissage** (par l'entreprise APM à Fontaine les Dijon).

D'autre part, le jeune en CDD chez Plastylis a passé les tests le 20 juin, mais son niveau a été jugé trop faible.

Au final, **un seul jeune, parmi ceux identifiés, a été embauché en contrat d'apprentissage**.

## Enseignements et points de vigilance pour la suite

Malgré une démarche engagée très en amont (dès le mois de mars), **les résultats sont très décevants**. Par ailleurs, la représentante d'Allizée Plasturgie nous a informés que seulement quatre jeunes avaient signé un contrat d'apprentissage plasturgie, cette année et que deux d'entre eux n'avaient pas passé la période d'essai. Le jeune embauché chez APM y est toujours.

**La branche est en cours de réflexion** sur les choix à faire en matière de formation pour l'avenir et ceci dans un contexte où les entreprises ont de l'activité mais moins de disponibilité pour accompagner.

Concernant les jeunes orientés par la Maison Phare, il a été convenu que ceux connus de la Mission Locale seraient recontactés par leur conseiller. Il serait cependant intéressant de **construire des habitudes de travail avec la Maison Phare et de mieux organiser le suivi des jeunes**. Ils ont pu être intéressés à un moment par une opportunité concrète d'emploi mais pour certains, ils ont reculé face à la difficulté...

Des **modalités différentes de repérage et de sensibilisation du public** doivent être imaginées.

## Perspectives pour 2018

L'action est terminée

## D. Étude action sur l'impact de l'économie collaborative sur le travail, la gestion des compétences et le management (212)

### CE QU'IL FAUT RETENIR :

#### Objet :

Il s'agit d'une **une étude-action** afin de déterminer les caractéristiques de l'économie collaborative sur le territoire du Grand Dijon, les problématiques RH qu'elle pose et comment enrichir l'offre de services en matière d'appui aux projets collaboratifs.

#### Thématiques de rattachement :

Principale : développement économique local

#### Résultats attendus :

- **Préparer le projet d'étude-action et déterminer les outils d'investigation**
- **Repérer la diversité et établir une cartographie** des formes prises par l'économie collaborative sur le territoire (cluster, tiers-lieux, coopérations inter-entreprises, groupements d'employeur, hôtel/pépinières d'entreprises, accélérateurs de start-up, etc.)
- **Identifier les problématiques** posées par ces formes de collaboration en matière de travail, de gestion des emplois et de compétences et de management,
- **Analyser et partager** les enjeux avec les acteurs du développement économique, de l'innovation, du travail, de l'emploi, de la formation et de la gestion des ressources humaines,
- **Réfléchir aux modalités** permettant aux acteurs publics de soutenir et d'accompagner les dynamiques collaboratives.

#### Organisation :

- Un co-portage du projet par CREATIV' et Dijon Développement
- Étude réalisée par un cabinet conseil (cabinet AMNYOS) mobilisant 3 consultants, avec l'appui d'un chargé de projet et du directeur de CREATIV'.

## Introduction

L'économie collaborative est au cœur de l'actualité avec l'émergence de l'économie numérique (BlaBlaCar, Uber, Airbnb...). Néanmoins, elle prend des formes plus larges qui parfois s'inscrivent dans des pratiques anciennes, dans l'ESS par exemple, dans des clusters ou plus récemment dans des « tiers-lieux » mêlant individus et organisations.

On constate pourtant que l'offre de services d'accompagnement de la sphère économique est tournée vers une approche individuelle et qu'elle prend peu en compte les questions RH. Or, il apparaît que le développement de l'économie collaborative génère de nouvelles questions en termes de relation à l'emploi, au travail, au management, à la gestion des compétences, au dialogue social.

Pour ces raisons, CREATIV', en partenariat avec Dijon Développement, a souhaité mettre en œuvre **une étude-action sur le périmètre de la Métropole du Grand Dijon**, permettant de déterminer quelles formes prend l'économie collaborative sur le territoire et quelles problématiques elle pose en matière RH et comment enrichir l'offre de services de Dijon Développement (notamment mais pas seulement) en matière d'appui aux projets collaboratifs.

Ce projet exploratoire est **soutenu par France Cluster** qui y voit une opportunité d'interroger son offre de services et celle du réseau des clusters pour renforcer l'accompagnement des dynamiques collaboratives.

Il intervient dans un contexte où les conséquences de l'économie collaborative sur la gestion des ressources humaines est encore mal appréhendée et a fait l'objet de peu d'études. **Le cabinet Amnyos** a été retenu et il dispose d'une salariée en contrat CIFRE spécialisée sur ce sujet.

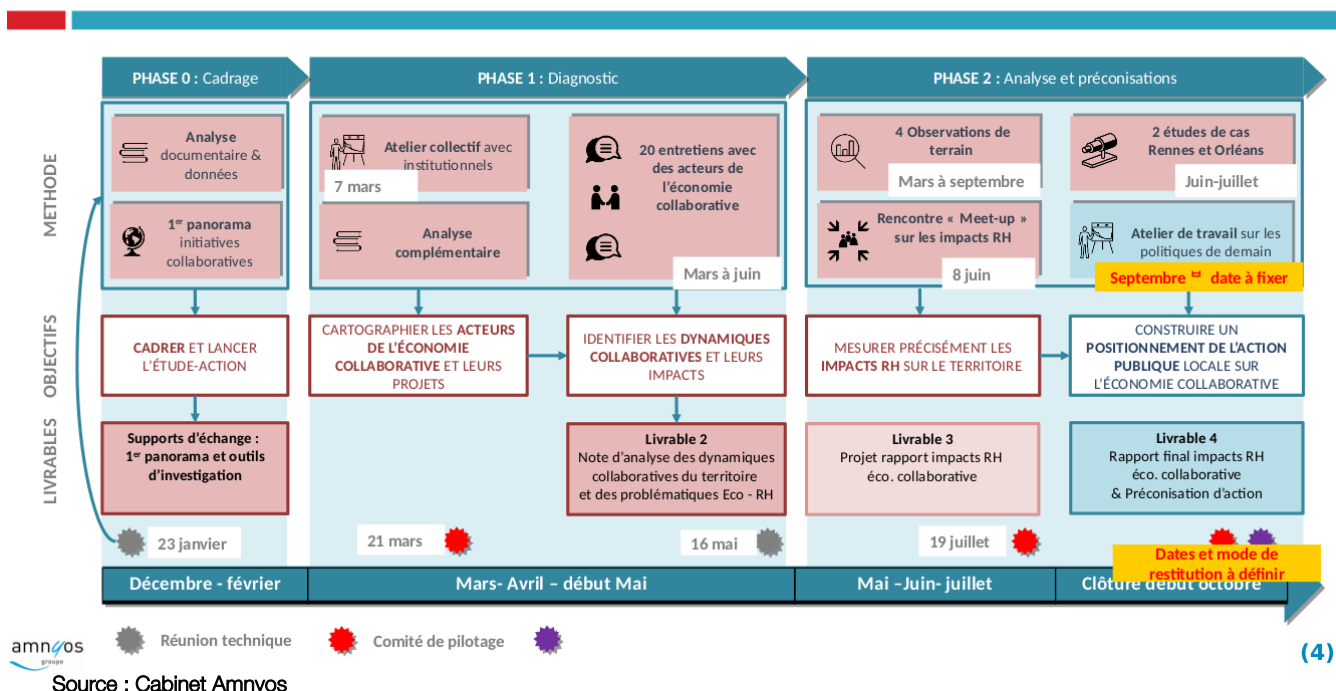
## Objectifs généraux du projet

- **Identifier ce qu'est réellement l'économie collaborative sur le territoire**, voir les différentes formes par lesquelles elle se traduit et repérer les dynamiques et leur niveau de maturation.
- **Analyser les impacts** que ces modes économiques nouveaux et manifestes sur le territoire ont **sur le travail, la gestion des compétences, le management et les organisations du travail** que ce soit pour les structures (entreprises, associations...), les collectifs ou les individus (qu'ils soient salariés, freelance, demandeurs d'emploi ou autre).
- **Comprendre le rôle actuel et potentiel des acteurs publics, partager collectivement ces enjeux** avec les acteurs du développement économique, de l'innovation, du travail, de l'emploi, de la formation et de la gestion des ressources humaines.
- **Définir des pistes d'intervention** pour soutenir et accompagner les dynamiques collaboratives.

Au-delà, l'étude devra donc permettre l'esquisse de **pistes de réflexion** de façon à ce que les acteurs institutionnels impliqués puissent proposer à l'avenir **une offre de services plus intégrée** pour **accompagner les porteurs de projets collaboratifs dans la dimension RH** et puissent potentiellement mettre en place **une ou des expérimentations** sur ces thèmes.

## Détail de l'activité réalisée

L'étude action est conduite par le cabinet AMNYOS qui a proposé et appliqué la méthodologie suivante (un décalage de calendrier d'environ trois mois est observé):



amnyos

Source : Cabinet Amnyos

(4)

CREATIV' a également délégué une chargée de projet qui est intervenue en soutien et en complément du cabinet.

Pendant la période du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2017, les actions suivantes ont été conduites.

### Phase 0 : cadrage

La fin 2016 et le mois de janvier 2017 ont été consacrés à l'amélioration de la connaissance du contexte et des enjeux, à **l'élaboration de la méthodologie et du calendrier prévisionnel** et à la mise en place des conditions de réussite de la mission Investigations.

Ces éléments ont alimenté la réunion de lancement du 23 janvier 2017, au cours de laquelle le cabinet Amnyos a également présenté **une première analyse du panorama local** (acteurs et initiatives).

Les modalités d'investigation prévues étaient les suivantes :

- Animation d'un atelier collectif d'une demi-journée (planifié le 7 mars)
- Conduite de 15 à 20 entretiens qualitatifs dans des structures porteuses de projets, clusters et tiers lieux.

creativ'

## Phase 1 : diagnostic :

Les travaux conduits pendant cette phase avaient pour objectif de :

- Comprendre l'économie collaborative sur le territoire,
- Identifier les dynamiques en cours et leur portée sur le territoire.

Ils ont conduit à l'élaboration d'un **glossaire de l'économie collaborative**, à alimenter au fil de l'eau, le **panorama des initiatives et acteurs repérés**, à animer un **atelier de travail** et à réaliser des **entretiens qualitatifs**.

## Atelier de travail du 7 mars 2017 – 14-17h à la Métropole :

Objectifs : Identifier « l'identité collaborative » du territoire et formuler des premières hypothèses quant aux impacts sur les RH du territoire (emploi, travail management)

Participants : Dijon Développement, DIRECCTE, Conseil régional de Bourgogne, MEDEF, Grand Dijon, CRESS Bourgogne Franche-Comté, Université, BSB, Digital French Partner, CREATIV' et Amnyos.

## Organisation :

- **Présentation du premier panorama local de l'économie collaborative** pour faire réagir; compléter et dessiner les dynamiques en place ou à construire,
- **Identification des questions RH** que cela peut poser,
- **Repérage d'acteurs à interroger / de structures-dynamiques à étudier** dans la phase d'investigation.

## Ce que l'on retient de cet ateliers :

Les participants ont préconisé que les acteurs publics et les structures intermédiaires jouent un rôle à plusieurs niveaux. Ils devraient notamment :"

- Permettre une **meilleure visibilité** des acteurs et des initiatives du territoire (levier en terme de communication)
- Faciliter le **déploiement des initiatives** : mettre en relation avec les structures qui pourront accompagner les projets, rendre plus lisible l'ensemble des aides, mettre en relation les porteurs de projet, adapter les infrastructures publiques (ex. : pour le covoiturage, avoir davantage de parkings adaptés)...
- Favoriser la **montée en compétences des actifs et des jeunes**, pour répondre à ces nouveaux besoins et s'adapter à ces nouvelles formes d'emploi et de contextes organisationnels
- Encourager l'**esprit entrepreneurial** et promouvoir **toutes les formes de l'économie collaborative** (pas de profil type !)



- Faire de la **pédagogie** notamment vis-à-vis des jeunes mais aussi de façon plus large : démystifier **l'emploi dans l'économie collaborative**, travailler sur les **modèles économiques** et leur pérennité...

#### Entretiens qualitatifs :

Les structures suivantes ont été interrogées :

Structures	Structures
Agronov	CRESS
Agro Sup	Dijon Développement
ARDIE	Go UP
Bourgogne collaborative Network	Happy Bourgogne
Bourgogne Franche-Comté Numérique	Kelle Fabrik + réseau kelle énergie
Bpifrance	MYTHMAKERS
BSB	Péniche Cancale
Caisse des dépôts	Petula Green
CCI 21 (plateforme Coccigo 21)	Région Bourgogne-Franche-Comté
Cité de l'autre économie	Supermarché collaboratif
Cluster Santé (BF Care)	Université de Bourgogne Franche-Comté
Complexe Gaïa	URSCOP
COMUE UBFC	Village by CA
Cursive Boutaric (2 entretiens)	Vitagora

#### Phase 2 - analyse et préconisations :

Pour mener à bien les travaux de cette phase, qui avaient pour objectif de mesurer les impacts des dynamiques repérées sur l'emploi, la gestion des compétences et le management, les démarches suivantes ont été réalisées :

- **Animation d'un Meet-up le 8 juin avec** 15 participants de 13 structures différentes et variées relevant surtout de la consommation, de la production et du financement participatif, avec deux temps forts (présentation de la cartographie et « débat mouvant » sur les impacts RH, l'emploi et les compétences et quatre thèmes abordés lors du débat mouvant.
- Au cours du Meet-up, il est ressorti que : les initiatives locales ne défendent pas le même système de valeur que les plates formes nationale type Uber, que les acteurs locaux manifestent l'intérêt de pouvoir se rencontrer, et que le modèle économique observé est encore souvent fragile, d'où la difficulté de pouvoir se projeter au niveau des RH.
- **Conduite d'un atelier collectif avec Université et écoles** avec quatre participants : Président de la COMUE UBFC ; Cellule Entreprise UBFC ; BSB et Agro Sup

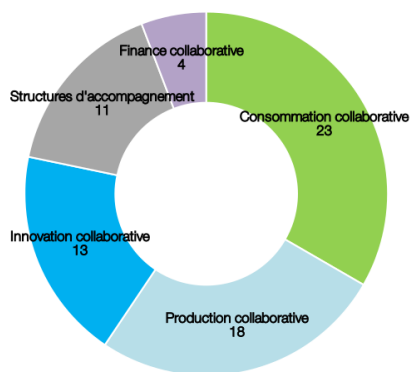
- **Observations de terrain** auprès du supermarché collaboratif (20 mars), de la Coursive Boutaric (7 et 10 juillet), des Entrepr'heureuses (23 juin) et de la Bécane à Jules (août-septembre).
- **Réalisation de deux benchmarks :**
  - Rennes (Rennes Métropole et Collporterre) le 30/03 pour la restitution des travaux sur la consommation collaborative et ses impacts sur le territoire,
  - Orléans avec la direction du développement économique de la Métropole le 10/07 et la chargée de l'aménagement numérique et qui a participé à la constitution du Lab'O (tiers-lieu du numérique dont la conception et la gouvernance a été pensée et réalisée en collaboration avec le territoire, les écoles et les entreprises du numérique).
- **Co-animation d'une journée sur l'économie collaborative** à Lyon à la Fabrique d'idées coanimée par la DIRECCTE Auvergne Rhône-Alpes, laboratoire de recherche TRIANGLE et Sciences Po Lyon sur l'économie collaborative le 28/06.

Un rapport intermédiaire a été produit lors du comité de pilotage de juillet.

## Résultats produits et observables

Suite aux différents travaux conduits, les résultats suivants ont été obtenus :

- Production d'un **glossaire de l'économie collaborative**,
- Réalisation d'un **panorama des initiatives et acteurs** repérés sur le territoire



147 structures et initiatives (locales et autres) ont été recensées dans le cadre de ce panorama, dont 69 structures et initiatives locales (schéma).

23 d'entre elles relèvent des champs de la consommation et de la production collaborative.

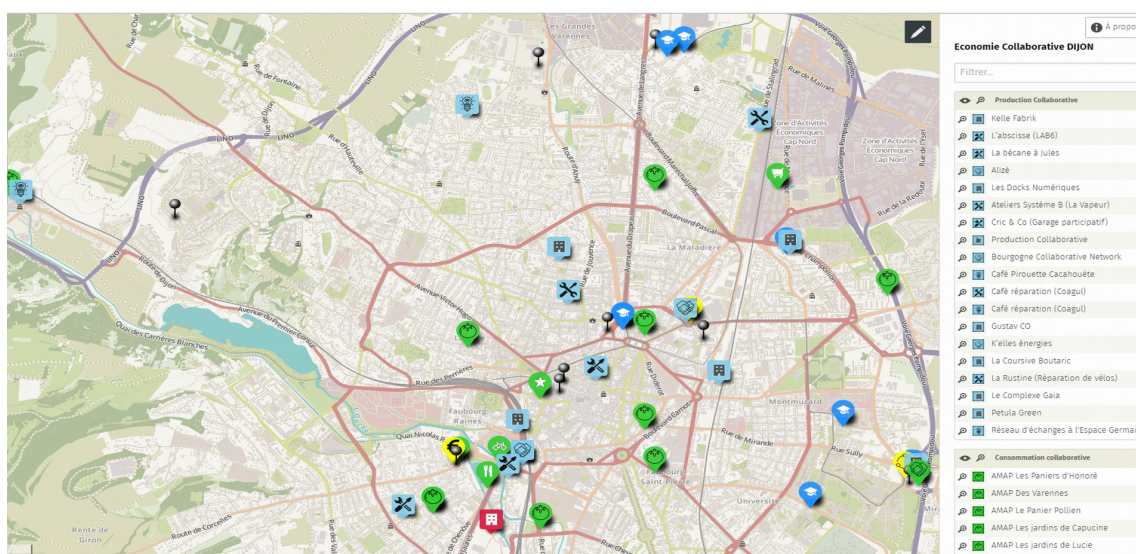
Près de la moitié d'entre elles ont moins de 3 ans et une partie n'a pas conscience de relever de l'économie collaborative.

- Réalisation d'une **cartographie des acteurs de l'économie collaborative et de leurs projets :**

Cette cartographie permet d'observer les dynamiques sectorielle que l'on distingue aussi dans le panorama et les dynamique spatiales.

La question est maintenant de savoir s'il faut laisser l'accessibilité de la cartographie aux acteurs de l'économie collaborative afin de pouvoir la faire vivre, s'il faut mettre en place un site dédié ou prévoir un partage sur les sites institutionnels.

## Cartographie des acteurs de l'économie collaborative sur le Grand Dijon



Fin 2017 le cabinet AMNYOS a présenté le rapport final de l'étude exploratoire sur l'économie collaborative et ses impacts RH sur le bassin dijonnais.

**Les points essentiels qu'il faut retenir de cette étude sont les suivants :**

**Message 1 :** La spécificité Dijonnaise, c'est qu'au delà des plates-formes, l'économie collaborative est constituée de communautés locales et de réseaux de proximité qui innovent constamment .

**Message 2 :** L'économie collaborative développe un important volume d'activité mais peu d'emplois. En effet, elle s'appuie principalement sur un réseau de bénévoles et sur de nouvelles formes d'emplois hors salariat. Cependant, elle présente un fort potentiel de développement à moyen ou long terme avec des besoins en compétences bien spécifiques.

**Message 3 :** Le soutien du territoire aux acteurs de l'économie collaborative est donc indispensable pour accompagner son développement, un soutien qui ne se limite pas aux financements et à la mise en œuvre d'infrastructures (même si c'est nécessaire).

Il comprend également un appui à la mise en réseau, à la communication, au repérage et à l'embauche de talents via la formation et l'accompagnement RH.

**Les préconisations issues de l'étude sont les suivantes :**

**- Renforcer et animer le réseau local de l'économie collaborative**

- Poursuivre l'identification des initiatives et structures créées et alimenter la cartographie interactive chemin faisant en laissant la main aux structures pour compléter leurs profils,
- Diffuser l'étude qui matérialise l'identité collaborative du territoire,

- Se constituer en animateur/ facilitateur de l'économie collaborative,
- Valoriser les initiatives et les actions pour permettre une meilleure connaissance locale de l'économie collaborative.

**- Proposer un lieu « totem » de l'économie collaborative et le faire vivre collectivement**

- S'appuyer sur un lieu existant. Le projet de la Cité de l'autre Économie peut-il être repris et servir de support dans ce cadre ?
- Le faire vivre collectivement.

**- Appuyer le financement des structures et initiatives de l'économie collaborative, aux différents stades de maturité des projets, de façon à stabiliser leur modèle économique**

- Mieux faire connaître l'accès aux aides « classiques » à l'échelle territoriale, nationale et européenne. En Franche Comté il existe un fond d'aide à l'innovation sociale pour les structures du territoire. Les fonds du FEDER en Bourgogne peuvent ils être utilisés dans ce cas ?
- A l'inverse, démystifier l'économie collaborative auprès des principaux financeurs pour en faire des projets à accompagner/financer « presque comme les autres »,
- Expérimenter des aides spécifiques aux structures de l'économie collaborative,
- Lancer des appels à projets .

**- Mettre en place un accompagnement spécifique de ces nouvelles structures sur les différentes dimensions RH et les appuyer pour développer de l'emploi pérenne**

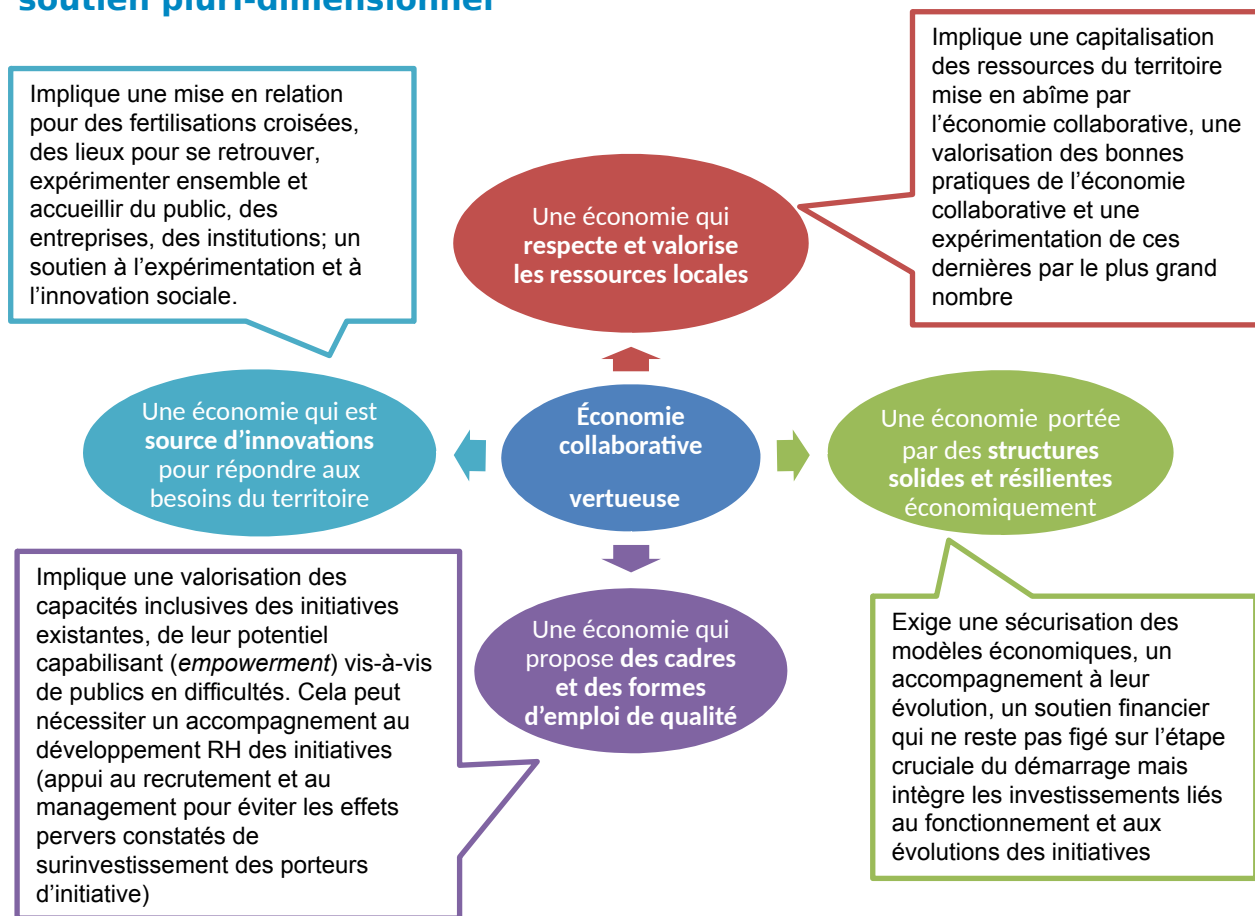
- Accompagner les initiatives dans la capitalisation de leurs compétences et de leurs bonnes pratiques RH,
- Recenser leurs besoins en compétences manquantes et les partager,
- Construire des solutions passerelles avec les acteurs de l'emploi, de l'insertion, de la formation pour y répondre.

**- Expérimenter des nouvelles formes d'accès à l'économie collaborative**

- Rendre accessible l'économie collaborative aux « non-initiés »,
- S'appuyer sur l'économie collaborative pour lever les freins à l'emploi en proposant des stages immersifs,
- Mettre en place une reconnaissance territoriale de ce qui est appris, expérimenté par un individu au travers de son implication dans un projet.

L'économie collaborative expérimente des modèles d'organisation du travail engageants individuellement et collectivement.

## Le soutien à une économie collaborative vertueuse implique un soutien pluri-dimensionnel



### Enseignements et points de vigilance pour la suite

Le soutien du territoire est indispensable pour sécuriser les apports de ce mouvement collaboratif et en décupler les forces :

- Ce soutien ne doit pas se limiter aux financements et à la mise en œuvre d'infrastructures (même si c'est nécessaire)
- Il doit se manifester par de la reconnaissance et de la visibilité par les acteurs institutionnels
- Il doit surtout se construire avec l'économie collaborative, en l'expérimentant concrètement.

### Perspectives pour la fin de l'année 2018

- Présentation des conclusions de l'étude aux partenaires en janvier 2018 et aux acteurs de l'économie collaborative dans le cadre d'une événementiel en mars 2018
- Conférence de presse et communication au niveau national.

## E. Projet européen BIMplement (224)

### CE QU'IL FAUT RETENIR :

#### Objet :

Mettre en œuvre des formations/actions de montée en compétences sur les « chantiers pilotes » pour les professionnels qui y travaillent et pour les futurs « BIM référents de chantiers » qui encadreront les chantiers expérimentaux.

#### Thématiques de rattachement :

Principale : développement économique local

Secondaire : sécurisation des parcours professionnels

#### Résultats attendus :

- Préparation du projet pour lancement en 2018.
- Nomination au sein des MDE pilotes d'un BIM coach, qui sera formé par ASTUS Construction
- Repérage de futurs chantiers pilotes sur les différents territoires d'expérimentation à partir de décembre.

#### Organisation :

- Une démarche dans le cadre d'un projet européen, sous le pilotage d'AVE
- Un travail interne à CREATIV' en complémentarité inter-services, notamment avec le service clauses d'insertion.

## Introduction

Les constructions et les rénovations de bâtiments à très faible consommation d'énergie requièrent, pour être performantes, une **main d'œuvre pleinement qualifiée** capable de mettre en œuvre et de réaliser toutes les tâches nécessaires, ceci en ayant une bonne compréhension des responsabilités de leurs métiers respectifs et des relations avec les autres métiers de la « chaîne de valeur ».

Pour contribuer à cette montée en compétences des professionnels du bâtiment (cols blancs et cols bleus), **la Commission Européenne a lancé l'appel à propositions EE14-2016, relatif au BIMplement.**

BIM vient de l'anglais Building Information Modeling qui se traduit par **Modélisation des Informations (ou données) du Bâtiment** :

- Le BIM, ce sont surtout des méthodes de travail et une maquette numérique paramétrique 3D qui contient des données intelligentes et structurées. Le BIM est

le partage d'informations fiables tout au long de la durée de vie d'un bâtiment ou d'infrastructures, de leur conception jusqu'à leur démolition. La maquette numérique quant à elle est une représentation digitale des caractéristiques physiques et fonctionnelles de ce bâtiment ou de ces infrastructures.

- Le BIM définit qui fait quoi, comment et à quel moment.
- La maquette numérique structurée permet une collaboration entre tous les intervenants d'un projet, soit par des échanges de données, soit en permettant une intervention sur un seul et même modèle.
- Avec le BIM, les analyses-contrôles-visualisation sont effectués très tôt dans l'étude d'un projet, permettant ainsi une conception de meilleure qualité et la détection des problèmes avant la mise en chantier.
- Grâce à la maquette numérique constamment tenue à jour, les coûts de construction sont mieux maîtrisés car extraits en temps réel. La qualité des bâtiments se trouve globalement améliorée grâce aux différentes analyses et simulations effectuées à un stade précoce du projet, avant que les coûts des modifications n'aient trop de répercussions.

**Alliance Villes Emploi et ASTUS Construction** se sont associés avec des partenaires européens pour répondre à cet appel à propositions. Ils ont été sélectionnés pendant l'été 2017.

**CREATIV'**, qui bénéficie de l'expérience acquise dans le cadre du projet « bâtiment développement durable » **fait partie des trois Maisons de l'Emploi pilotes** sur le territoire national .

Le projet BIMplement comporte 3 étapes (source Alliance Ville Emploi) :

**Première étape : L'élaboration d'une méthodologie de qualification intégrant BIM et s'appuyant sur BIM**, avec des contenus de formation et des outils pédagogiques pouvant être utilisés sur les lieux de travail.

**Deuxième étape : L'expérimentation de la méthodologie sur des chantiers de travaux** de construction et de rénovation de bâtiments à basse et à très basse consommation en France, en Espagne, en Hollande, et en Lituanie, avec les phases suivantes :

**Choix des territoires d'expérimentation** et des typologies d'opérations sur la base de critères préalablement définis par ASTUS Construction et l'Alliance Villes Emploi

**Désignation de « BIM coach »** au sein des équipes salariées des organismes en charge de co-piloter les expérimentations dans les territoires choisis et formation par ASTUS de ces « BIM coach » pour qu'ils puissent remplir leurs missions (voir ci-après) avec les outils qui leurs seront transmis par ASTUS.

Organisation par les « BIM coach » de **campagnes locales de sensibilisation**

Auprès des maîtres d'ouvrage (pour qu'ils soient sensibilisés aux exigences de qualité à prendre en compte dans leurs appels d'offre, et au processus BIM).

Et auprès des professionnels du bâtiment pour les inciter à se former.

**Repérage et choix** par les « BIM Coach », avec l'appui technique d'ASTUS, de « **chantiers pilotes** » (3 en France, et 1 dans chacun des 3 autres Pays) et de « **chantiers expérimentaux** » (une trentaine en France).

**Finalisation** par ASTUS et les partenaires européens **des contenus de formations et des outils pédagogiques** adaptés à une mise en œuvre sur les lieux de travail (en prenant en compte les travaux de la première étape).

**Repérage et sélection** dans chacun des territoires d'expérimentation **de formateurs « BIM référents de chantiers »**.

Mise en œuvre par ASTUS de **formations/actions de montée en compétences** sur les « chantiers pilotes » pour les professionnels qui y travaillent et pour les futurs « BIM référents de chantiers » qui encadreront les chantiers expérimentaux.

**Réalisation de « chantiers expérimentaux »** avec formation/action sur les lieux de travail assuré par les « BIM référents de chantiers » formés par ASTUS sur les « chantiers pilotes ».

**Capitalisation et analyse** des expériences sur les chantiers, avec pour objectif d'améliorer la méthodologie, ainsi que les contenus et les outils pédagogiques.

Troisième étape : L'élaboration d'une stratégie d'essaimage et de pérennisation.

## Objectifs généraux du projet

L'objectif général du projet « BIMplement » est de contribuer à la réalisation de **constructions et des rénovations de bâtiments à basse consommation d'énergie** en mettant en place des programmes de formations pour toute la « chaîne de valeur » dans une approche inter-métiers et inter-niveaux, avec des formations pratiques sur les lieux de travail, intégrant BIM et s'appuyant sur BIM.

Par ailleurs, BIMplement a quatre objectifs qualitatifs spécifiques :

- **Améliorer la qualité des constructions et des rénovations**, en s'appuyant sur BIM comme outil de formation pour les acteurs de la chaîne de valeur.
- Contribuer à la **montée en compétences de professionnels et d'artisans qualifiés** pour des bâtiments à faible consommation.
- **Favoriser les interactions entre les métiers**
- Développer une **stratégie d'essaimage**.



## Détail de l'activité réalisée

CREATIV' a mandaté une chargée de projet, pour qu'elle devienne **BIM coach**. Elle a participé à **deux journées de formation** dispensées par Astus Construction, en juillet et en octobre, qui visent à :

- **Comprendre le processus BIM**, les différentes étapes et les différents acteurs clés (et d'être en capacité de l'expliquer),
- Permettre aux BIM Coachs de **mener les campagnes de sensibilisation** auprès des maîtres d'ouvrage et des entreprises,
- Être en mesure d'utiliser un viewer gratuit pour **lire une maquette numérique** en IFC (maîtrise basique de l'outil pour démonstration de l'efficacité de la lecture de ces maquettes projets) L'objectif est que les BIM coachs soient **en capacité d'introduire des séances de sensibilisation** par une présentation concrète de ce qu'est le BIM et de son potentiel, avec la manipulation d'une maquette.

CREATIV' a commencé sa **campagne de sensibilisation** sur le territoire du bassin dijonnais afin d'identifier au plus vite un chantier pilote.

C'est dans ce contexte que **Dijon Métropole** a souhaité s'impliquer par l'intermédiaire du **chantier de restructuration de la piscine du Carousel**. La maîtrise d'œuvre retenue pour ce chantier de grande envergure avait déjà proposé sa maquette numérique. Pour autant la maîtrise d'ouvrage n'avait pas bénéficié d'accompagnement pour la mise en place du BIM, ce qui a facilité la démarche d'accompagnement de CREATIV'. Les travaux de démolitions sont intervenus fin d'année 2017 et le chantier débutera en 2018. Du fait du démarrage imminent du chantier pilote il a fallu mobiliser très rapidement tous les acteurs concernés autour de ce projet

Une **convention tripartite** entre CREATIV', la Métropole, et Astus Construction désigné par AVE est en cours d'écriture afin d'accompagner le déploiement de cette méthodologie et la conduite du changement dans les pratiques de l'ensemble des parties prenantes.

Par ailleurs, CREATIV' a informé et consulté **les acteurs** suivants :

- CAPEB
- FFB
- Campus des Métiers et des Qualifications « Territoire Intelligent »
- Rectorat
- Cluster GA2B
- Constructys
- Région Bourgogne Franche-Comté .

Enfin, CREATIV' a participé au congrès du Bâtiment Durable en octobre avec Astus construction ainsi qu'à une matinale organisée par la FFB et la FRTP en direction des entreprises pour présenter le BIM.

## Résultats produits et observables

CREATIV' a identifié son premier chantier pilote avec le parc aquatique de Dijon Métropole, et ceci avec une avance de six mois sur le calendrier prévisionnel élaboré par AVE.

Par ailleurs, les acteurs sollicités ont montré un vif intérêt pour participer à cette expérimentation pilote.

## Enseignements et points de vigilance pour la suite

Cette action va demander une **grande souplesse d'adaptation** entre les acteurs économiques et institutionnels. La **participation de tous ces acteurs est nécessaire** pour répondre aux enjeux forts du secteur du bâtiment et intégrer le BIM dans les chantiers grâce à **une méthodologie et à un essaimage adaptés à notre territoire**.

Cette méthodologie s'appuiera sur :

- Le « décisionnel BIM » pour les maîtres d'ouvrage et la gestion du processus BIM pour la maîtrise d'œuvre,
- L'intégration dans un processus BIM et le management collaboratif pour les artisans et les entreprises,
- L'usage du BIM par les opérateurs directement sur le chantier (notamment les ouvriers et les artisans)

## Perspectives 2018

- **Continuer les actions de sensibilisation engagées** auprès des acteurs tels que les maîtres d'ouvrage, les maîtres d'œuvre, les entreprises, leurs organisations professionnelles, les chambres consulaires, les organismes de formation, les OPCA...
- **Rencontrer des acteurs nouveaux** tels que l'ADEME, l'ordre des architectes, le Pôle Energie Franche Comté, le Syndicat des Bureaux d'études, l'ARIQ BTP, la FRTP...
- **Mettre en place et animer une instance de pilotage** (un comité de pilotage est en cours de constitution et une réunion de lancement pourrait intervenir d'ici mars 2018.)
- **Coordonner les actions de formations** (formations/actions de montée en compétences)
- **Accompagner les opérateurs (ouvriers et artisans) aux usages du BIM.**

La signature de la convention tripartite entre CREATIV', Dijon Métropole et Astus Construction donnera lieu à une conférence de presse qui réunira tous les acteurs engagés autour de ce projet pilote.

## F. Les Clauses d'Insertion : une offre de services aux entreprises (322)

### CE QU'IL FAUT RETENIR :

#### Objet :

L'action déployée auprès des entreprises attributaires ou soumissionnaires de marchés comportant une clause d'insertion porte principalement sur de l'accompagnement, un **accompagnement dans la mise en œuvre des engagements d'insertion** notamment en lien avec leurs problématiques RH.

#### Thématiques de rattachement :

Principale : Achats socialement responsables

Secondaires : développement économique local et sécurisation des parcours professionnels

#### Résultats attendus :

Mise en œuvre des engagements d'insertion des entreprises

#### Organisation :

4 facilitatrices :

1 responsable de service, 2 facilitatrices en charge des marchés de travaux, 1 facilitatrice en charges des marchés de service.

## Introduction

Dans le cadre de ses missions d'appui à la commande publique responsable, CREATIV' est l'interface entre les acheteurs et les acteurs économiques. Les facilitatrices du service des Clauses d'Insertion, par leur expertise, soutiennent à la fois les donneurs d'ordre, soucieux d'acheter **socialement responsable** et les entreprises qui, en répondant à leurs marchés **participent à l'effort d'insertion à l'échelle du territoire**.

Par leurs actions, les facilitatrices sont :

- **Relais de ce qu'offre le tissu économique local.** Elles remontent ces informations au donneur d'ordre, qui aujourd'hui, grâce aux nouvelles dispositions législatives, peut construire son marché au vu à la fois de ses besoins et des structures susceptibles d'y répondre.

Et

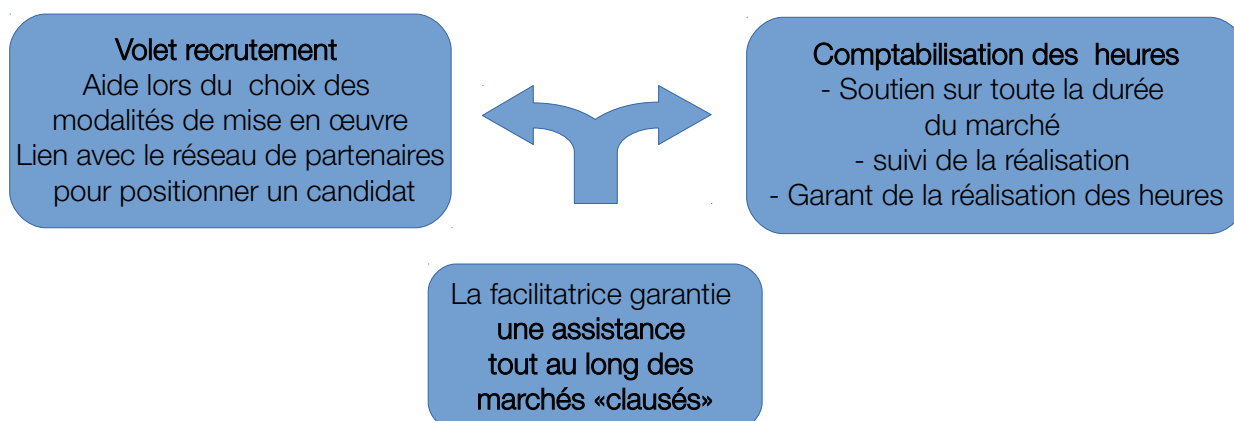
- **Relais auprès des entreprises.** Elles accompagnent les entreprises sur toute la durée du marché et les soutiennent dans leurs recrutements en lien avec leurs engagements d'insertion et plus largement dans leur gestion des Emplois et des Compétences.

## Organisation de travail – objectifs généraux

L'objectif des clauses d'insertion dans l'entreprise est de pouvoir **confier la réalisation** d'une partie **des travaux ou services** à des **personnes éloignées de l'emploi**, avec un engagement de l'entreprise sur un nombre minimum d'heures de travail et un **recrutement** de personnel en situation d'insertion.



La facilitatrice clauses d'insertion CREATIV' est le relais du donneur d'ordre et sera tout le long du marché l'interlocutrice de l'entreprise :



Dès l'avis d'appel public à la concurrence, l'entreprise peut identifier que le marché est soumis à une clause d'insertion. Dès lors qu'elle y répond et qu'elle le gagne, elle s'engage à respecter cette clause.

A CREATIV', une équipe de 5 personnes :

1 responsable du Pôle Clauses d'Insertion et facilitatrice (1 ETP)

1 assistante Administrative (1 ETP)

Secteur Bâtiment  
2 facilitatrices – 1,5 ETP



Secteur Marchés de services  
1 facilitatrice – 0,80 ETP

Dans le cadre de leurs engagements, les facilitatrices proposent aux entreprises différentes **modalités de mise en œuvre** de la clause d'insertion :

- **L'embauche directe** : l'entreprise intègre dans son effectif une personne qui répond aux critères d'éligibilité des publics en CDD, ou CDI ou contrat aidé en alternance.

- **La mise à disposition de personnel**: l'entreprise est en relation avec un intermédiaire qui met à sa disposition des salariés en insertion pendant une période donnée.

Il peut s'agir :

- D'une entreprise de travail temporaire d'insertion (ETTI)
- D'une association intermédiaire (AI)
- D'un groupement d'employeurs pour l'insertion et la qualification (GEIQ)

- **Dans le cadre d'une prestation en sous-traitance**:

- La sous-traitance à une Entreprise d'Insertion ou une Entreprises Adaptée (EI, EA et ESAT):

L'entreprise collabore avec une entreprise d'insertion dans le cadre d'une sous-traitance. Un accord est passé entre l'entreprise mandataire et l'entreprise d'insertion sur la base d'un nombre d'heures d'insertion à effectuer. *Quelle que soit la modalité que l'entreprise*



*retiendra, 1 condition est requise : Le candidat à l'emploi doit être éligible au dispositif, les facilitatrices en sont garantes.*

chaque mois, l'entreprise transmet aux facilitatrices clauses d'insertion les justificatifs tels que :

- contrat de travail,
- bulletins de salaire,
- relevés des heures mensuels,

le cas échéant les documents mentionnant l'accompagnement socio- professionnel.

Quel est le suivi des heures réalisées par l'entreprise ?  
Des pénalités financières ?

L'assistante administrative du pôle Clauses d'insertion de CREATIV' rassemble et enregistre les heures de chaque contrat sur le logiciel « ABC Clauses » afin d'assurer le suivi.

Des outils soumis à un cadre juridique, utilisés et gérés avec intelligence, souplesse et bienveillance.

- Ordonnance n°2015-899 du 23 juillet 2015 relative aux marchés publics.
- Décret n°2016-360 du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics.

Les clauses d'insertion sont un outil juridique et constituent une condition d'exécution obligatoire. En cela, un mandataire qui se soustrait à cet engagement encourt des pénalités.

Néanmoins il est important de souligner qu'à chaque étape, CREATIV' s'attache à ce que le dispositif profite à tous les acteurs, entreprises et candidats à l'emploi, dans une relation gagnant-gagnant pour les deux parties. C'est cette gestion intelligente, qui prend

en considération les contraintes des entreprises, qui a permis aux clauses de s'être développées depuis 2004 **sans qu'aucune pénalité ne soit appliquée.**

## Détail de l'activité réalisée

### Les heures

Du 1er janvier au 31 décembre 2017, les entreprises attributaires de marchés avec clauses d'insertion ont réalisé **352 845,65 heures d'insertion**, et pour un peu plus des deux tiers dans le secteur des marchés de services.

### Contribuer au développement économique :

Depuis la réforme du code des marchés publics et les nouvelles dispositions offertes aux acheteurs concernant notamment les possibilités de « **sourcing** » avant le lancement d'un marché, les facilitatrices s'attachent à mieux connaître les Structures d'Insertion par l'Activité Économique, leurs offres de services et leurs champs d'intervention. Ainsi, elles sont alors le relais auprès de donneurs d'ordres soucieux de réserver tout ou partie de leurs marchés à des publics en difficultés sociales et ou professionnelles.

Par exemple, pour la Ville de Chenôve qui projetait de passer un marché de restauration collective, **nous avons recensé l'offre de service de 7 SIAE présentes sur le territoire Côte d'Orion** (cf Partie Achat Socialement responsables, p.108) .

Ainsi, nous pouvons enregistrer une part importante des heures réalisées dans le cadre de marchés de services, les lots ont été principalement attribués à des entreprises du secteur protégé et/ou à des structures d'insertion par l'activité économique.

### Soutenir le développement de l'emploi local

**Parmi les 416 contacts établis avec les entreprises** (rendez-vous physiques, téléphoniques, mails), **54 ont concerné des recrutements**. En effet, à travers leur accompagnement, les facilitatrices de CREATIV' soutiennent les employeurs dans leur gestion des ressources humaines.

Pour les entreprises du secteur du BTP : les facilitatrices sont accompagnées par un coordonnateur de l'ARIQ BTP (Association Régionale pour l'Insertion et la Qualification dans le BTP). Ensemble, ils ne proposeront seulement que quelques profils, **privilégiant systématiquement la concordance entre l'offre et la demande plutôt que la quantité**.

Les facilitatrices recueillent le besoin de l'entreprise :

- le poste
- la typologie du contrat
- sa durée
- le temps de travail
- et les compétences attendues.

📌 **A noter** : Recruter par le biais d'un **contrat de professionnalisation** permet à l'entreprise :

- d'honorer ses engagements d'insertion, et
- d'intégrer une personne qui, à l'issue du contrat sera formée et emprunte de la culture de l'entreprise.

Cette modalité de recrutement est régulièrement choisie par les entreprises qui de plus en plus en prennent l'habitude avant même d'être à nouveau attributaire de marchés « clausés ».

**Les contrats de professionnalisation représentent 35% des embauches enregistrées du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2017.**

**Pour les entreprises de la propreté** le dispositif des clauses d'insertion pourrait davantage les soutenir dans leur **gestion des ressources humaines** et leur développement économique.

Toutefois, ces entreprises ne se sont pas encore saisies de cette opportunité pour la majorité d'entre elles. Elles ne sont plus surprises de répondre à des marchés comportant une clause d'insertion, mais la mise en œuvre de la clause d'insertion s'avère bien plus complexe que pour les entreprises d'espaces verts par exemple. L'ingénierie de la clause d'insertion dans les marchés de services sur le bassin dijonnais est relativement récente (environ 5 ans) au regard du secteur du BTP.

La plupart du temps, la mise en œuvre des clauses d'insertion se fait de manière naturelle, mais parfois la facilitatrice doit faire face à plusieurs problématiques qui rendent son action moins aisée :

De façon générale ;

- Le manque d'anticipation des besoins en compétences,
- Le manque de sollicitation auprès de la facilitatrice, notamment dans ses habitudes de recrutements,
- les entreprises qui ont tendance à proposer leurs candidats mais rarement avant la prise de poste,

Et particulièrement dans le secteur du nettoyage et de la propreté :

- Les spécificités liées à l'organisation du temps de travail de leurs salariés (horaires fractionnés, décalés).
- Le turnover des dirigeants et encadrants au sein des entreprises.
- La reprise de personnel au titre de l'article 7 de la convention collective qui contraint l'entreprise attributaire d'un nouveau marché à reprendre au sein de son effectif le personnel en poste sur ce même marché (compléter les horaires du personnel en priorité, réduction de la charge de travail).



Concernant les entreprises d'espaces verts, elles ont pris l'habitude de la clause d'insertion dans les marchés publics. Elles font régulièrement appel à une entreprise d'insertion pour mettre en œuvre leur clause ou bien pensent à contacter la facilitatrice ou l'entreprise de travail temporaire d'insertion lors de leurs besoins en recrutement.

## Résultats produits et observables

L'intégralité des résultats produits concernant les clauses d'insertion sont consultables en page 115.

## Enseignements et points de vigilance :

Si le dispositif a connu une telle progression depuis 2004, **c'est grâce à la volonté politique, à l'accompagnement que CREATIV' met en œuvre pour chacun des acteurs concernés par la clause et à l'implication forte des entreprises.** Un des enseignements que nous pouvons en tirer, c'est qu'il est nécessaire **de soutenir et d'encourager cette implication.** Cela passe par **un lien de confiance, qu'il faut tisser dès l'attribution du marché et dont il faut prendre soin.**

Deux points de vigilance sont à retenir :

- Le premier concerne les entreprises qui anticipent mal ou peu leurs besoins en recrutement et leur nature en terme de compétences ;
- Le second concerne les métiers en tension. À l'image de ce qu'on peut observer globalement sur le marché du travail, certaines professions manquent de candidats.

## Perspectives année 2018

### Meilleure connaissance du tissu économique local

On l'a vu plus haut, les réformes du code des marchés publics de 2015 et 2016 permettent aujourd'hui de vraies opportunités en lien avec le développement économique local. Aussi, les facilitatrices vont continuer leur travail de diagnostic du territoire, de sorte à ce que la connaissance du tissu économique soit plus précise. En ce sens CREATIV', se rapprochera des chambres consulaires et des agents de développement territoriaux pour mieux appréhender les entreprises concernées par la commande publique et ainsi renforcer l'expertise conseil des facilitatrices auprès des donneurs d'ordres.

### Poursuivre le rapprochement des équipes à l'interne, favoriser le travail collaboratif

Dans le souci de proposer une offre de service concertée, cohérente et forte de l'expertise collective, CREATIV' fédère ses équipes. L'année 2017 aura vu un rapprochement

significatif du Service Clauses d'Insertion et Lab' Compétences puisqu'une collaboratrice occupe un 0,5 etp sur les clauses et un 0,5 sur le Lab'. Au vue des problématiques de recrutements énoncées par les entreprises, Le Service Clauses et le Lab Compétences poursuivent cette dynamique commune et envisagent d'élaborer ensemble un projet portant sur la gestion des problématiques RH.

## G. Projet en émergence (211)

Au cours de l'année 2017, CREATIV' a mené les investigations nécessaires à la mise en œuvre de nouveaux projets en lien avec le développement local de l'emploi :

### Expérimentation relative à la digitalisation des pratiques RH des entreprises et à l'évolution de leurs pratiques de recrutement

#### CE QU'IL FAUT RETENIR :

##### Objet :

Le projet envisagé consiste en la mise en place de **l'expérimentation d'un outil innovant de rapprochement candidats / entreprise** (un site d'emploi sans CV) **auprès des entreprises du Club Grand Sud** (environ 140 entreprises) **et au bénéfice des demandeurs d'emploi domiciliés à proximité**, en particulier sur les communes concernées par la zone industrielle (Longvic, Chenôve et Marsannay-la-Côte).

##### Thématiques de rattachement :

Principale : développement économique local

Secondaire : sécurisation des parcours professionnels

##### Résultats attendus :

Préparation du projet pour lancement en 2018

##### Organisation :

A définir

## Introduction

**L'inadéquation entre l'offre et la demande** est une difficulté majeure du marché de l'emploi :

- Une TPE/PME sur trois abandonne un projet de recrutement faute de trouver le bon candidat. ;
- Un demandeur d'emploi sur trois se déclare victime de discrimination à l'embauche et l'inégalité de traitement a lieu au moment de la réception du CV et de son examen dans 54% des cas.
- Chacun dispose de talents naturels ; les diplômes et les expériences professionnelles ne reflètent pas toujours la personnalité de l'individu notamment au travers du CV.

Face à ces constats, le Président de Dijon Métropole a exprimé, en février dernier, **une attente** concernant le soutien de CREATIV' à **des initiatives innovantes pour accompagner la modernisation des pratiques RH des entreprises.**

De son côté, le directeur de CREATIV', qui fait partie de la commission emploi du **Club Grand Sud**, a proposé de monter un projet qui permette de **répondre aux besoins RH des entreprises** du Club tout en permettant l'accès à **l'emploi des chômeurs du territoire.**

Dijon Métropole et CREATIV' ont donc souhaité impulser une **dynamique forte** et mettre des **outils modernes** à la disposition des candidats en recherche d'emploi et des entreprises en recherche de compétences.

## Objectifs généraux du projet

Le projet vise à expérimenter le déploiement d'une **solution RH digitalisée et innovante**, auprès des entreprises du Club Grand Sud, en capacité de :

- Soutenir le développement d'une **approche par les compétences au sein des entreprises** du Club et **accompagner les entreprises** dans la précision de leurs besoins,
- Aider **les demandeurs d'emploi** à prendre conscience et à valoriser leurs **compétences**,
- Favoriser **l'appariement entre l'offre et la demande** d'emploi autour des nouveaux enjeux inhérents aux besoins en compétences des entreprises,
- **Élargir les profils recherchés** par les entreprises,
- Améliorer **la satisfaction des besoins de main d'œuvre** des entreprises,
- Favoriser **l'accès aux emplois proposés des populations de proximité** résidant sur les communes concernées par le Club (en particulier Chenôve et Longvic concernées par un quartier « Politique de la Ville » mais aussi Marsannay-la-Côte) qui disposent d'un vivier de main d'oeuvre particulièrement touché par le chômage.
- Contribuer à la **lutte contre les discriminations.**

## Détail de l'activité réalisée

La période a été dédiée à l'approche des principales parties prenantes, Dijon Métropole (présentation du projet à la Directrice de cabinet et poursuite des travaux avec les services) et le Club Grand Sud, qui ont été vivement intéressés et ont souhaité intégrer la démarche.

## Perspectives pour la fin année 2017

Ingénierie financière, appel à projets, sélection du prestataire, signature d'une convention.

### III. Les projets en lien avec la sécurisation des parcours professionnels

#### CREATIV', un acteur engagé

Sous l'effet des mutations économiques et de la fragmentation du marché du travail, mais également d'autres problématiques (erreurs d'orientation, conditions de travail et fragilisation des personnes, décrochage...), on constate **des ruptures dans les parcours des individus**.

Dans ce domaine, **CREATIV' est un acteur engagé**, que ce soit au travers du PLIE, que CREATIV' porte sur le bassin dijonnais, mais également au travers de **projets spécifiques** tels que ceux conduits par **le services clauses d'insertion** et le **Lab'Compétences**.

#### Une multiplicité des publics...

Le projets engagés par CREATIV' concernent des publics très diversifiés selon leur âge, leur genre, leur niveau d'études ou de qualification, leur situation par rapport à l'emploi (étudiants, demandeurs d'emploi (dont des publics en insertion ou PLIE) ou salariés (à temps plein ou à temps partiel)), leurs problématiques spécifiques...

#### ... et des problématiques traitées

CREATIV' a monté différents projets visant à :

- Prévenir le décrochage universitaire,
- Améliorer les conditions et la qualité de vie au travail,
- Favoriser la réorientation et la mobilité professionnelle
- Permettre l'accès à un temps de travail choisi pour des salariées à temps partiel,
- Ou l'accès à un emploi durable pour des demandeurs d'emploi et des publics en insertion.

#### Insertion et secteur marchand

Véritable offre d'insertion à part entière, les clauses d'insertion sont une opportunité d'emploi au sein d'entreprises attributaires de marchés publics ou privés. Les bénéficiaires de ce dispositif sont accompagnés au sein de parcours, sécurisant, à travers lequel de nombreux outils peuvent être mobilisés afin que le retour au travail se fasse dans les meilleurs conditions.

## A. Projet passerelle – prévention et accompagnement des jeunes en situation de décrochage universitaire (215)

### CE QU'IL FAUT RETENIR :

#### Objet :

Il s'agit de construire et mettre en œuvre un dispositif d'accompagnement des étudiants sortants de l'Université de Bourgogne sans diplôme et sans autre solution («décrocheurs»).

#### Thématiques de rattachement :

Principale : sécurisation des parcours professionnels

Secondaire : développement économique local

#### Résultats attendus :

- Mettre en place le partenariat et le portage politique du projet
- Réaliser un état des lieux des actions déjà conduites et des besoins
- Définir le contenu, la méthodologie et le calendrier du projet.

#### Organisation :

Le projet est co-porté par CREATIV' et l'Université de Bourgogne. Dès le départ, il a été envisagé **en rupture avec les actions déjà développées**. En effet, les solutions apportées jusqu'alors n'avaient pas apporté de résultats probants.

Dans ce contexte, plusieurs pistes innovantes ont été partagées par les acteurs, sur :

- La communication :
  - Développement d'une **communication non-institutionnelle**, s'appuyant sur un travail en réseau avec des partenaires inhabituels tels que les associations culturelles, les associations extra-universitaires, les acteurs sociaux,
  - Construction de la communication **avec le public ciblé**,
- La pédagogie :
  - **Refus des cadres pédagogiques habituels**,
  - Utilisation de **mises en situation déstabilisantes** (de type prévention AVC),
- Le partenariat :
  - **Ouverture aux partenaires extérieurs** à l'uB (Mission Locale, Pôle Emploi, Entreprises, Branches, etc.). En effet, le point de départ des travaux fut la remontée de besoin organisée auprès des acteurs de l'emploi,
  - **Remise en question des pratiques** avec les partenaires (refonder la façon d'accompagner les publics ciblés).

## Introduction

Chaque année, **un nombre important de jeunes quitte l'enseignement supérieur sans obtenir un diplôme**. Selon le Pôle de Formation et de Vie Universitaire de l'uB, ils représenteraient environ **10% de la population étudiante** de l'uB.

Selon l'uB, les outils mis en place jusqu'ici pour aider ces jeunes ne se sont pas révélés satisfaisants et on connaît encore assez peu les mécanismes qui motivent ce phénomène. Ces mécanismes apparaissent, d'emblée, comme multiples et diffus.

Ces constats vont dans le sens des conclusions des études nationales sur le sujet. Ces études montrent aussi que **l'accès au marché du travail est rendu plus difficile** pour les jeunes impactés par ce phénomène. Pour exemple, une enquête de 2015 sur « L'état de l'enseignement supérieur et de la recherche en France »<sup>1</sup>, révèle que près de 26 % des jeunes sortis sans diplôme de licence en 2010 de l'enseignement supérieur étaient au chômage en 2013 contre 13 % pour l'ensemble des sortants.

C'est aussi le constat que posent les partenaires de l'emploi (Mission Locale, Pôle Emploi), qui insistent notamment sur le **manque de réponse adaptée** à ces publics dans le droit commun.

Sollicités par CREATIV', l'ensemble de ces partenaires, au premier rang desquels on retrouve l'Université, ont **validé l'opportunité de construire une réponse spécifique** pour le public des étudiants décrocheurs, plus centrée sur la prévention et le rebond, avec des approches nouvelles

## Objectifs généraux du projet

- Lutter contre les risques d'isolement des étudiants dans la situation,
- Lutter contre les risques de déqualification dans l'emploi,
- Valoriser les compétences des étudiants auprès des milieux professionnels et d'eux-mêmes,
- Répondre aux besoins d'emploi du bassin.

## Détail de l'activité réalisée

Au cours de l'année 2017, CREATIV' a :

- étudié les travaux existants, notamment ceux issus des appels à projets du FEJ, ainsi que les données plus récentes (janvier – février),

---

1 - Réalisée par le Ministère de l'Enseignement Supérieure et de la Recherche (MESR)

- organisé et effectué la consultation des acteurs de l'emploi sur le sujet (février -mars),
- mobilisé les acteurs de l'Université afin de lancer les travaux [élus, PFVU, SEFCA, Pôle Entreprises, Talent Campus] (mars-avril),
- construit un plan d'action avec les services de l'Université, en lien avec les acteurs extra-universitaires (mai – août).

Deux réunions du comité de pilotage ont été organisées :

- Le 30 mars (périmètre de l'action, aspects à prendre en considération, validation des prochaines étapes)
- Le 3 octobre (présentation et validation des actions proposées aux instances de l'uB, présentation et validation des réflexions en cours avec Talent Campus, discussion et orientation sur les propositions d'actions validées)

ainsi que trois réunions du comité technique.

## Résultats produits et observables

A la fin 2017, les travaux préparatoires conduits avec les différentes parties prenantes à la rédaction d'**une note de synthèse**, définissant **les contours du futur projet**.

Le projet s'articule autour de trois axes majeurs d'intervention :

- La sensibilisation en amont
- La duplication du modèle de formation DU #ICI
- L'accompagnement des acteurs majeurs.

Les principaux dispositifs du projet sont explicités ci-dessous.

1/ Développer, par anticipation, les capacités de rebond en cas d'échec (module TalentCampus) :

Animé par TalentCampus, il s'agit d'une animation de quelques heures, visant à **sensibiliser les participants aux réponses à trouver en cas d'échec**. Compte tenu de l'impossibilité de repérer les potentiels décrocheurs, le module s'adresse à tous les étudiants volontaires, mais aussi à des anciens étudiants et même, si possible, des futurs étudiants. Cette démarche a été testée à plusieurs reprises, notamment auprès d'étudiants du site du Creusot, de l'université de Franche-Comté et de l'université Paris 3 Sorbonne Nouvelle.

Pour favoriser le succès de cette opération, il est envisagé de concevoir et de diffuser l'information en s'appuyant sur **des relais alternatifs** (associations étudiantes, centre culturel, partenaires et acteurs de l'accompagnement à l'emploi). Il est également partagé l'intérêt d'adopter une communication stratégique dite de « rupture » (éloignée d'une communication institutionnelle).



## 2/ Accompagner à l'élaboration d'un projet individuel : déclinaison locale du Diplôme Universitaire « Initiatives, se Construire, Innovations » (DU ICI) :

Ce DU permet l'**élaboration d'un projet**, par l'expérience et la co-construction, entre pairs et avec les milieux professionnels (essaimage de l'expérience de l'IUT du Creusot). Il se destine aux mêmes publics que le Module TalentCampus. Ce dispositif s'inscrit pleinement dans une démarche d'**innovation pédagogique**.

## 3/ Développer un réseau d'entreprises partenaires du projet :

Porté en interne à l'uB par, espace entreprises uB, en lien avec CREATIV', ce réseau est **un ingrédient essentiel du projet de DU**, à l'instar de la démarche menée au Creusot (directement par une cheffe d'entreprise).

Lors de la première réunion de cadrage du 30 mars 2017, les participants ont, d'emblée, évoqués ce point qui associera aussi TalentCampus, dans le cadre d'une animation en direction des entreprises.

Ce réseau d'entreprises pourrait apporter:

- Du **mécénat de compétences**,
- Des **immersions ciblées** en fonction des besoins des projets développés par les étudiants du DU,
- Des **moyens matériels** (Fablab, Ateliers, Outils...) nécessaires au développement des projets
- Des **terrains de développement pour les projets**, à l'issue du DU

Il associerait, pour ce faire, des entreprises, mais aussi certains de leurs partenaires (ou représentants), tels que les OPCA ou les Branches Professionnelles, qui pourraient apporter des réponses à des questions liées notamment à la formation post-DU de certains étudiants et à son financement en fonction des besoins liés aux projets et aux ressources du territoire.

## 4/ Travailler avec les acteurs de :'emploi :

Animée par CREATIV', en lien avec l'uB, l'association des partenaires accompagnant les jeunes sortis de l'Université est aussi un élément essentiel au projet d'ensemble.

Il s'agit principalement,

- d'**articuler la mise en place des actions proposées avec** celles de la Mission Locale et du Pôle Emploi,
- d'élaborer avec ces acteurs de **nouveaux outils et de nouvelles pratiques professionnelles** (accueil, analyse du besoin et de la demande, modalités d'accompagnement, orientation...).

## e/ Accompagner les étudiants en transition (Pôle de Formation et de Vie Universitaire – Service de Formation Continue):

Dans le cadre de leurs missions, les services internes de l'uB dédiés à l'accueil et l'accompagnement des publics de formation initiale ou de formation continue sont à même d'accompagner les publics dans leurs transitions entre dispositifs: élaboration du projet, ateliers d'aide à l'accès à l'emploi, mise en place de dispositifs de reconnaissance de l'expérience/certification (validations, certifications...).

Enfin, à ce plan s'ajouteront d'autres actions issues du comité de pilotage du 3 octobre :

- E-portfolio
- Organisation d'un événement emblématique de type « Campus Days »
- Utilisation des amphi-ouverts pour déployer le module de prévention auprès d'un plus large public
- Développement d'une communication innovante construite avec la cible
- Association des différents réseaux par une animation spécifique.

## **Enseignements et points de vigilance pour la suite**

Au regard de l'action conduite sur la période et des pistes envisagées pour la suite, **plusieurs points de vigilance** se dégagent.

En effet, **le travail est très collaboratif** et met en commun l'action d'un très grand nombre de partenaires. Cette situation peut-être **source d'inertie** par moment, selon les traditions et les procédures internes à chaque structure.

Par ailleurs, un volet important touche à **l'évolution des pratiques chez les conseillers**. C'est, en effet, un point important pour la communication autour du projet en direction des jeunes concernés, mais aussi pour le déploiement de nouvelles méthodes. Il faudra donc **associer ce groupe de professionnels**, le plus positivement possible, aux réflexions, en veillant à **les rendre acteurs** du projet d'ensemble.

## **Perspectives pour 2018**

L'année sera consacrée au lancement et à la mise en œuvre des différentes actions.

## B. Vers un temps de travail choisi : une politique temporelle pour favoriser le complément horaire

### CE QU'IL FAUT RETENIR :

#### Objet :

Ce projet propose un plan d'actions concerté permettant de répondre aux besoins des salariées à temps partiel contraint autour de quatre axes forts :

- L'amélioration des conditions de travail grâce à la **promotion du temps de travail en journée et en continu** dans le secteur de la Propreté,
- La recherche **de solutions de mobilité**,
- **L'accès à la qualification** car cumuler expérience et diplôme/titre professionnel est un avantage certain sur le marché de l'emploi,
- **Le développement de l'accès aux droits** (emploi/travail, santé, famille, juridique).

#### Thématiques de rattachement :

Principale : sécurisation des parcours professionnels

Secondaire : achats socialement responsables

#### Résultats attendus :

- Promouvoir le développement des prestations de propreté en continu et en journée, grâce à la mise en place d'un label,
- Étudier la faisabilité et la mise en œuvre d'une formation répondant aux besoins en recrutement des entreprises de services aux personnes en zone rurale,
- Agir sur un critère discriminant à l'embauche, l'exigence du "Permis B + VL " grâce à la promotion de modes de déplacements alternatifs,
- Déployer le répertoire des droits des publics qui avait été travaillé dans le cadre du projet précédent.

#### Organisation :

- Ce projet est centré sur la complémentarité des compétences et des approches (cf le nombre de partenaires impliqués),
- Il fait appel à la solidarité métropolitaine envers problématiques des territoires ruraux.
- Il s'agit d'une véritable démarche de gestion de projet qui s'appuie sur des diagnostics et des réflexions partagées pour définir des actions territoriales.

## Introduction

Les éléments de présentation et objectifs ont été détaillés dans le rapport d'activité 2016.

## Détail de l'activité réalisée

1/ Améliorer les conditions de travail grâce à la promotion du travail en journée et en continu dans le secteur de la propreté :

Un **groupe territorial** travaille de façon régulière pour **promouvoir et valoriser cette nouvelle organisation du travail**.

Il est composé de **15 membres** (institutions, collectivités, entreprises privées, entreprises publiques : Préfecture de la Région Bourgogne Franche-Comté, DIRECCTE Bourgogne Franche-Comté, Dijon Métropole, Conseil départemental de la Côte d'Or, Fédération des Entreprises de Propreté (FEP) Grand Est, FARE, UGAP, Agence Régionale de Santé (ARS), CRESS, FEDESAP, CIDFF, Groupe la Poste, Groupe SEB, BH Conseils et CREATIV' .

En 2017, **six réunions** ont été animées par CREATIV' avec le soutien de Brigitte Hermouet Conseil, visant essentiellement à **organiser et coordonner un événement de lancement officiel** de la démarche en été 2017 et à **préparer 2018**.

L'ensemble des **outils de communication** (Label, Save the Date, Communiqué de presse, Invitation) ont été construits avec les membres du groupe territorial.

Le **Conseil Régional de Bourgogne Franche-Comté** a rejoint la démarche et se porte volontaire pour expérimenter le travail en journée pour ses propres prestations.

Un syndicat de salariés, **la CFDT**, suite à sa participation à l'événement de l'été 2017, souhaite s'inscrire de manière opérationnelle dans la valorisation / communication de cette démarche auprès de ses adhérents, et pourquoi pas expérimenter cette organisation du travail.

D'autre part, CREATIV' a réalisé des démarches pour **sensibiliser des donneurs d'ordre et des entreprises de propreté au travail en journée** et leur proposer de bénéficier d'un **accompagnement collectif et individuel**, dans le cadre d'un marché, réalisé par le cabinet Brigitte Hermouet Conseil.

Ces démarches de sensibilisation ont été réalisées avec BH Conseils et avec le soutien du FARE.

Au final, le groupe de travail est composé de **six binômes** : GSF – Groupe La poste, De Richebourg – Groupe SEB, Entretien dijonnais – Dijon Habitat, ONET – Préfecture & Direccte, TFN- Conseil départemental 21

L'**accompagnement**, financé par la FEP et animé par Brigitte Hermouet, alterne des phases collectives et des suivis individuels. Il a démarré le 23 novembre 2016. Quatre temps collectifs ont eu lieu. La fin de l'accompagnement est prévue le 17 janvier 2018. Un second groupe de travail opérationnel pourrait démarrer au 1<sup>er</sup> trimestre 2018.

En parallèle, Dijon Métropole a vivement souhaité s'investir sur le volet opérationnel. **Un autre accompagnement** a donc été engagé début juin 2017 avec l'entreprise d'insertion ID'EES 21.

### 2/ Mener une réflexion sur la recherche de solutions de mobilité dans les Services Aux Personnes dans un premier temps :

CREATIV' et la Plate-Forme de Mobilité de la Mission Locale avaient réalisé, en 2016, une **enquête** auprès d'un panel de salariées à temps partiel des secteurs Propreté et Services Aux Personnes, résidant en zone rurale. Cette enquête visait, entre autres, à étudier leur **organisation de travail** et leur mobilité dans un cadre général et professionnel. Un peu moins de 50 personnes ont répondu, au niveau des deux communautés de communes, ce qui est faiblement représentatif.

Pour tenter de remédier aux difficultés exprimées par les femmes interrogées, Les CREATIV' et ses partenaires ont tout d'abord réfléchi à l'**utilisation du vélo à assistance électrique** pour les déplacements sur des faibles distances. Cette solution n'a pas été retenue au regard des profils des salariées interrogées (89 % des personnes interrogées ont le permis de conduire) et faute de financement.

Néanmoins CREATIV' souhaite continuer à investir la thématique mobilité, notamment au vu du décret de mars 2017 permettant le **financement du permis B au moyen du Compte Personnel de Formation**, le CPF étant encore méconnu. Le prochain comité de pilotage (06/10/2017) traitera de cette proposition.

### 3/ Permettre l'accès à la qualification dans les métiers des Services Aux Personnes :

L'enquête réalisée auprès d'un panel de salariées à temps partiel des secteurs Propreté et Services aux Personnes, résidant en zones rurales a permis également de mieux appréhender leur profil et **leurs besoins en formation**.

Au vu des résultats, les partenaires ont décidé de travailler à la mise en place d'**une action de VAE collective en zone rurale**. Cette piste de travail puise son origine dans les évolutions induites par la loi Travail datant d'août 2016, qui a réduit la durée minimale d'activité requise pour qu'une demande de validation soit recevable, passant de 3 à 1 ans.

CREATIV' a donc pris attache début 2017 avec les partenaires compétents, notamment le Comité Régional des Certificateurs Publics de la VAE.

Par ailleurs, il a mobilisé les partenaires accompagnant les publics afin d'organiser une information collective de présentation de la VAE.

#### 4/ Promouvoir l'accès aux droits (emploi/travail, santé, famille, juridique) des personnes à temps partiel :

Dans le cadre du projet précédent, un **répertoire des acteurs** des cantons d'Auxonne et Genlis, pouvant être mobilisés par les femmes à temps partiel pour faire valoir leurs droits, avait été élaboré.

Un enjeu fort de cette action est de **faire travailler ensemble les acteurs du champs de l'emploi, de la santé, de la famille et du droit.**

En 2017, CREATIV' et le CIDFF ont organisé trois réunions (en février, juin et septembre) d'un groupe de travail mobilisant les partenaires suivants : CIDFF, État (DIRECCTE et DDFE), Conseil Départemental, CAF, CPAM, France Victimes 21, Mission Locale, Pôle Emploi, avec le soutien des délégués départementaux du Défenseur des droits.

Les acteurs se connaissant mal, un **recensement des ressources** a permis de mieux identifier les spécificités de chacun ainsi que l'ensemble des moyens mis à disposition. En avril 2017, les membres du groupe de travail ont décidé de mener une action à destination des élus, pour qu'ils deviennent partenaires à part entière. Cet objectif est la condition indispensable en amont d'une action destinée au public.

Le groupe travaille au **scénario d'une situation concrète**, rencontrée par une femme en zone rurale. Ce scénario permettra de montrer comment chacun des partenaires peut être mobilisé en fonction des difficultés rencontrées.

De plus deux « événements » sont à souligner :

- Une **rencontre avec les délégués du Défenseur des droits** (le Défenseur des droits est l'autorité qui regroupe les missions de médiateur de la République, du défenseur des enfants, de la Halde et de la Commission nationale de déontologie de la sécurité. Il a pour mission de veiller à la protection des droits et de promouvoir l'égalité), qui confirment « un déficit de connaissance des droits » et soutiennent cette action
- Une **présentation de l'action lors d'une conférence** organisée par le Conseil régional de Bourgogne Franche Comté, la DRDJSCS de Bourgogne Franche-Comté, l'Université de Bourgogne, le Laboratoire Cimeos et l'IRTESS de Bourgogne, sur le thème « Droit des femme, culture, emploi : inégalités et discriminations spécifiques.

### **Résultats produits et observables**

1/ Améliorer les conditions de travail grâce à la promotion du travail en journée et en continu dans le secteur de la propreté :

a/ Déploiement du travail en journée dans les entreprises :

Un **dispositif d'accompagnement d'un premier ensemble d'entreprises de propreté** (Entretien dijonnais, GSF, ONET, De Richebourg, ONET, ID'EES 21) **et de donneurs**

**d'ordres**, (parmi lesquels SEB, La Poste, la Préfecture, Direccte, Conseil départemental, Dijon Métropole...) **a été mis en place** et financé par le FARE Propreté. Cet accompagnement permet de **réaliser un diagnostic, d'étudier et de mettre en œuvre une nouvelle organisation favorisant le travail continu et en journée.**

b/ Actions visant à la promotion du travail en journée :

Pour assurer cette promotion, les membres du groupe territorial ont travaillé **à un label (et à un logo spécifique).**



Ces travaux ont notamment abouti à l'organisation d'**une journée d'échanges le 05 juillet** au siège de Dijon Métropole. Cet événement, qui marquait **le lancement officiel de la dynamique**, a réuni plus de **80 participants**, parmi lesquels la Préfète de la Région Bourgogne Franche Comté et le Directeur Général de la Fédération Européenne de Nettoyage Industriel (FENI).

Suite aux interviews réalisés pendant la manifestation, **un film, valorisant la démarche**, a été réalisé.

Le 08/11, **un afterwork** à été organisé, par le FARE et le groupe territorial, aux entreprises de Propreté, à l'issue de leur CA. Cet événement a réuni **25 participants**, dont 14 entreprises de Propreté et une entreprise privée (secteur transport routier), aujourd'hui ambassadrice de la démarche. Les participants s'accordent à aller au-delà d'une signature de charte « classique ». En effet, une signature qui engage et n'atteste pas d'une démarche tangible risque de ne pas se concrétiser dans la durée. Or, à terme, il s'agira de recueillir les bonnes pratiques, les témoignages de tous les protagonistes pour que Dijon Métropole soit réellement engagée dans cette démarche. Nous devons par la mesure des impacts, produire une émulation auprès des clients afin de permettre aux entreprise de propreté de proposer cette nouvelle organisation, sans devoir essuyer de refus, ce qui est encore souvent le cas aujourd'hui.

c/ Valorisation du projet global par le CGET

Le projet a été sélectionné par le Commissariat Général à l'égalité des Territoires (CGET) qui a missionné le cabinet GESTE pour en faire **une monographie** (« Etude relative aux

freins et leviers pour l'accès des femmes à l'emploi dans les territoires ruraux »). CREATIV et la DIRECCTE ont présenté ce projet au CGET, à Paris le 15 décembre 2017.

### 2/ Mener une réflexion sur la recherche de solutions de mobilité dans les SAP dans un premier temps :

A ce jour, nous n'avons pas de résultat directement observable, étant donné les résultats de l'enquête.

### 3/ Permettre l'accès à la qualification dans les métiers des Services Aux Personnes :

Lors de la réunion de présentation de la VAE collective, réalisée le 12 septembre à Auxonne, **douze femmes** étaient présentes.

Quatre ont manifesté un intérêt à l'issue de l'information collective et sont à l'initiative du prochain contact avec CREATIV'. Leur intérêt doit être confirmé par retour de documents.

### 4/ Promouvoir l'accès aux droits (emploi / travail, santé, famille, juridique) des personnes à temps partiel :

En cours.

## Enseignements et points de vigilance pour la suite

Il est nécessaire de :

- S'appuyer sur des **évolutions législatives et des politiques de l'emploi** à l'échelle nationale pour développer un projet spécifique pour les femmes à temps partiel « contraint » des cantons ruraux du bassin dijonnais : ANI du 11 janvier 2013, Loi relative à la sécurisation de l'emploi de juin 2014, la Circulaire n°5688:SG de novembre 2013, la Loi travail d'août 2016),
- Bénéficier d'un **portage institutionnel** pour la pérennisation.

D'autre part, les partenaires concernés doivent être en mesure de s'emparer de ces actions, pour ne pas qu'elles soient mises en « stand by ». La logique de mise en œuvre de ce projet et de chaque sous-action doit revenir ensuite au partenaire concerné.

## Perspectives pour 2018

- **Renforcer et élargir le groupe territorial,**
- Mettre en place un **second accompagnement collectif**, pour continuer concrètement à élargir le cercle des sites nettoyés en journée sur le territoire,
- organiser un **événement** pour le travail en journée,



- Engager une action de formation au permis de conduire dans le cadre du CPF,
- Présenter le projet, le 15 décembre, à la manifestation organisée par le Commissariat Général à l'égalité des Territoires (CGET).

CÔTE-D'OR SOCIAL

# Ils vont nettoyer votre entreprise pendant que vous êtes au bureau

Les agences de propreté veulent mettre en lumière un métier de l'ombre : celui d'homme ou de femme de ménage. Plusieurs collectivités locales et entreprises ont décidé de les faire venir aux horaires de bureau et non plus très tôt le matin ou très tard le soir.

Des locaux déserts, le jour qui pointe à peine et une femme de ménage qui s'affaire, seule, à nettoyer des bureaux avec des néons blafards pour unique éclairage : le cliché pourrait bientôt être désuet. Depuis plusieurs mois, des entreprises de nettoyage mettent leurs agents de propreté au grand jour en leur permettant d'effectuer des horaires en journée, aux heures de bureau, et non plus quand les locaux sont vides, aux aurores ou tard le soir. C'est le cas, notamment, du groupe d'insertion IDées, basé à Chénôve, qui travaille actuellement avec des collectivités ou des bailleurs sociaux, pour venir nettoyer leurs locaux vers 8 heures, contre une prise de poste à 6 heures du matin il y a quelques mois.

## Des trajets vers le travail facilités et une meilleure communication

« L'idée est de rendre visible des salariés invisibles. Quand on arrive dans son entreprise ou son bureau, le ménage est déjà fait : or, il ne s'est pas fait tout seul », entame Alain Bernir, secrétaire général du groupe IDées. « Travailler en horaires de journée permet, avant tout, à l'agent de mieux concilier son travail avec sa vie familiale : il est plus simple pour lui de faire garder ses enfants



Les agents de propreté seront amenés à travailler de plus en plus en journée. Photo M. MO.

par exemple. Et cela lui apporte aussi du contact humain, avec les salariés qu'il croise dans l'entreprise pendant qu'il travaille », explique-t-il. Plus pratique aussi, pour ces personnels parfois précaires et sans véhicule, de prendre un transport en commun. « Parce que des bus ou des trams à 4h30 pour embaucher à 5 heures, il n'y en a pas beaucoup », assure notre interlocuteur. Pour les salariés, c'est aussi le moyen de « mieux communi-

quer » avec celui ou celle qui astique leur bureau quotidiennement.

« Au lieu de dialoguer par un carnet de liaison, on peut dire directement à l'agent que ceci ou cela a mal été fait, par exemple », explique Alain Bernir, qui reconnaît que ces horaires nécessitent, parfois, « des aménagements » pour éviter les gênes du bruit de l'aspirateur ou d'une serpillière mouillée.

Si le Grand Dijon a déjà impulsé

ce format (lire ci-dessous), selon nos informations, le groupe La Poste, le groupe Seb, ou encore le conseil départemental de la Côte-d'Or participent également à des groupes de travail avec leur société de nettoyage et la Maison de l'emploi du bassin dijonnais, pour calquer ce modèle dans leurs murs.

Un premier bilan sera dressé par l'ensemble des partenaires, le 5 juillet, au Grand Dijon.

Marie Morlot

## REPÈRE

### Être raccord avec la loi El Khomri

Faire travailler ses agents en journée permet surtout à l'employeur de répondre à la loi Travail, dite El Khomri, et l'article L. 3123-14-1 du Code du travail, qui fixe la durée minimale du temps partiel à 24 heures par semaine. En restant sur une base de travail très matinal de 3 heures chaque jour de la semaine, de 5 à 8 heures, par exemple, il était impossible pour un agent d'atteindre ce nombre d'heures minimum. Ou alors, l'agent devait cumuler avec d'autres ménages, en soirée.

## REACTIONS

### « Les salariés sont très agréables avec moi »

Fundu Nzuzi

Fundu Nzuzi travaille depuis deux ans pour le groupe cheneveller IDées. À la Nef de Dijon, puis dans les locaux du Grand Dijon, avenue du Drapeau, il avait l'habitude de travailler « dès 6 heures du matin ». Il embauche désormais deux heures plus tard. « Même si cela ne me dérange pas de me lever très tôt, commencer plus tard est tout de même plus pratique. Les salariés sont très agréables avec moi et je sais me faire discret lorsque j'ai une tâche à faire et qu'il y a du monde autour », témoigne l'agent d'entretien. Il reconnaît, toutefois, lui aussi, que « lors de réunions », il est impossible de faire le ménage dans la pièce.

### « Travailler plus tard serait plus pratique »

Catherine Chanez

Catherine Chanez n'est pas encore en horaires de jour. Agent de propreté dans une grande entreprise dijonnaise, elle se « lève tous les jours à 4 heures » et commence à pousser son chariot de ménage « dès 5 heures ». « Travailler plus tard serait tout de même plus pratique, notamment pour garder les enfants. Et encore, moi, j'ai la chance d'avoir une voiture. Sinon il me serait impossible de me rendre à mon lieu de travail puisqu'avant 5 heures les transports sont rares », explique-t-elle. Elle rajoute que ce dispositif est également « rassurant » pour ces travailleurs dits « isolés ». On pense notamment aux femmes qui sont souvent seules en poste, parfois dans d'immenses locaux en périphérie de ville.

# De nouveaux horaires pour ménager les agents de nettoyage

Entreprises de propreté et collectivités territoriales se sont réunies, mercredi, lors d'un séminaire afin d'initier l'organisation du travail en journée et en continu.

« La propreté en journée et en continu ». Tël était l'intitulé du jour pour ce séminaire organisé à l'initiative de Dijon Métropole en présence de la majeure partie des acteurs de la propreté en Côte-d'Or. Derrière ce titre, une mesure bien concrète pour les professionnels du secteur de la propreté : l'aménagement des horaires afin de permettre aux hommes et femmes de ménage de bénéficier d'emploi du temps plus souples, améliorant ainsi leurs conditions de travail. « Le métier ne bénéficie pas d'une bonne image. En cause, les horaires fractionnés et la faible visibilité des personnels dans les sociétés », explique Fabrice Rey, directeur de



■ Le but est d'améliorer les conditions de travail des hommes et femmes de ménage.

Photo archives M. Mo

Creativ' (anciennement Maison de l'emploi).

### Encore un long chemin

« Améliorer l'attractivité et la valorisation du métier c'est aussi permettre de pourvoir

plus facilement beaucoup d'offres d'emploi. Il y a de réelles difficultés de recrutement dans le secteur. L'instauration du travail en journée et en continu est une réponse à ces probléma-

ques puisque cela permet aux entreprises de propreté de proposer à leurs employés qui le souhaitent un temps de travail plus important et une meilleure rémunération », explique la préfète Christia-

« Le métier ne bénéficie pas d'une bonne image. »

Fabrice Rey, directeur de Creativ'

ne Barret, la préfecture collaborant avec de nombreuses sociétés locales de propreté. Bien que certaines entreprises de propreté aient déjà impulsé le mouvement au sein de leurs équipes, la tendance doit encore se généraliser. Des réticences des employés craignant de voir leur plan de travail bouleversé par le passage des agents de nettoyage, au souci causé par le ménage effectué dans les lieux d'accueil du public, en passant par les négociations nécessaires à l'établissement de nouveaux emplois du temps : les discussions ont, en tout cas, permis de mettre en lumière tous les défis à relever.

Vladimir Fouillade

### EN CHIFFRES

**4 000**

C'est environ le nombre de salariés employés dans les secteurs de la propreté dans le Grand Dijon.

**200**

C'est le nombre d'entreprises de propreté qui existent à Dijon (43 530 entreprises en France), dont 80 sont des micro-entreprises.

**2/3**

Comme à l'échelle nationale, les femmes sont largement majoritaires dans les métiers de la propreté à Dijon.

**65**

C'est le nombre moyen d'heures mensuelles effectuées par un agent de nettoyage, soit environ 15 heures par semaine.

## C. Sécurisation des parcours de salariés menacés d'inaptitude médicale dans l'ESS (211A et 211B)

### CE QU'IL FAUT RETENIR :

#### Objet :

Ce projet vise, avec l'appui d'**entreprises pilotes**, des **instances représentatives du personnel** et des employeurs, ainsi que des différents partenaires impliqués, à mettre en œuvre un process permettant de **prévenir l'inaptitude médicale** et de **sécuriser les parcours** de salariés aides-soignants, aides à domicile et aides médico-psychologiques

#### Thématiques de rattachement :

Principale : sécurisation des parcours professionnels

Secondaire : développement économique local.

#### Résultats attendus :

- Finaliser l'accompagnement de la cohorte de salariées,
- Mettre en œuvre et finaliser l'accompagnement des entreprises partenaires dans le cadre d'un atelier ARACT,
- Consolider le partenariat et permettre une meilleure collaboration entre les professionnels impliqués,
- Promouvoir la mobilité intersectorielle,
- Enclencher la démarche de capitalisation.

#### Organisation :

Ce projet est co-porté par CREATIV' et la CRESS Bourgogne Franche-Comté.

Il a mobilisé à la fois des salariés et des entreprises, les instances représentatives du personnel et des employeurs, ainsi qu'un vaste partenariat.

## Introduction

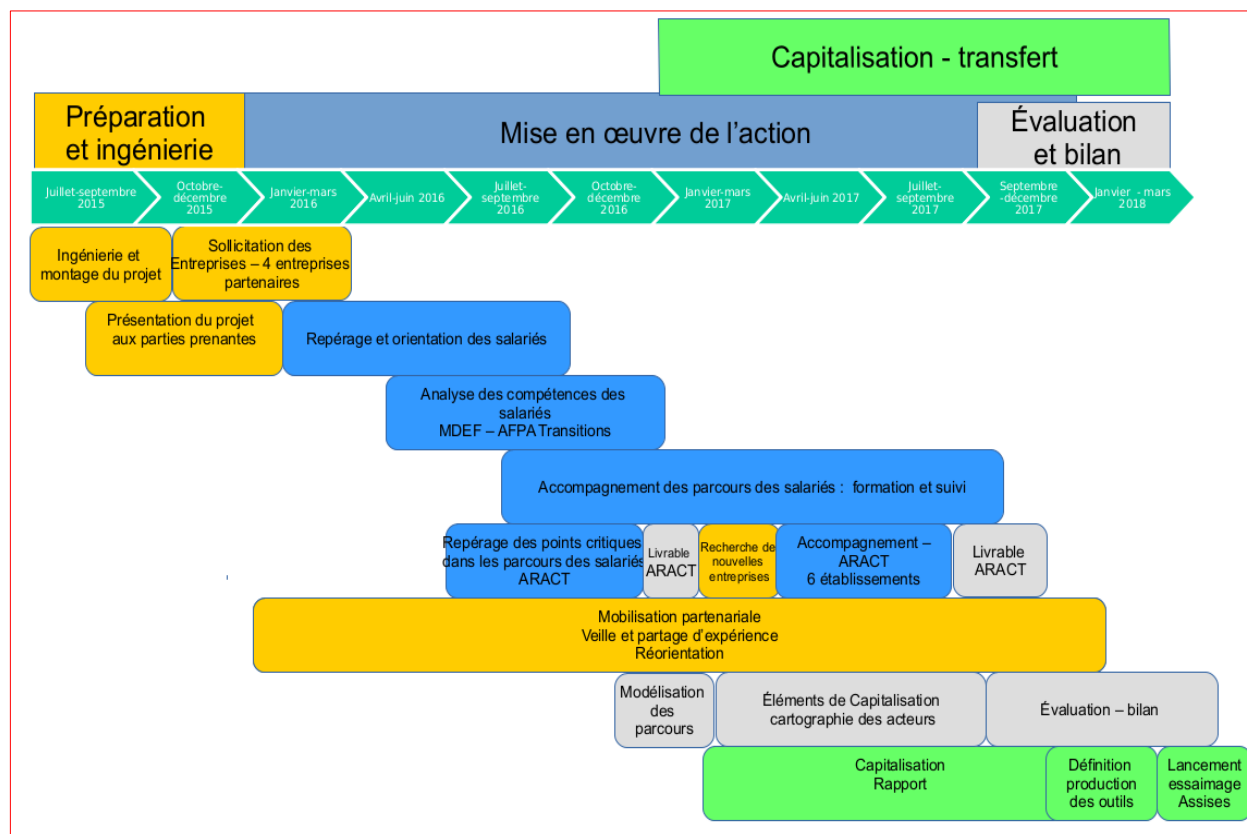
Les éléments de présentation et objectifs ont été détaillés dans le rapport d'activité 2016.

Cette action a démarré à l'automne 2015, dans le cadre d'une convention portée par la CRESS jusqu'à la fin 2017.

A la fin de l'année 2016, CREATIV' a obtenu le soutien du **Fonds d'Amélioration des Conditions de Travail (FACT)** pour mettre en œuvre la **capitalisation et l'essaimage** des bonnes pratiques. (de décembre 2016 à novembre 2018).

De ce fait, le calendrier des travaux est le suivant :

Calendrier des travaux



## Détail de l'activité réalisée

### 1/ Accompagnement des salariées :

Pour rappel, 13 salariées avaient été orientées, parmi lesquelles 10 personnes avaient été accompagnées et avaient bénéficié des prestations de l'AFPA Transition (appui à la définition de projet). Fin 2016, la participation à un atelier de l'ARACT avait permis de repérer les points critiques dans les parcours des salariées.

En 2017, CREATIV' a continué à **accompagner les salariées individuellement** dans la mise en œuvre de leur parcours.

### 2/ Accompagnement des entreprises :

Les salariées accompagnées étaient issues de 4 établissements : la Mutualité Française Bourguignonne, l'ADMR, le Foyer ADAPEI les Eaux Vives et le Mas Croix Rouge.

CREATIV' et a CRESS ont entrepris des démarches pour motiver **de nouvelles entreprises** à rejoindre l'expérimentation. Parmi plusieurs établissements approchés, deux ont répondu présents : **Unidom et l'ACODEGE.**

L'ARACT Bourgogne Franche-Comté leur a proposé un **accompagnement collectif**, démarrant à partir des points critiques repérés lors de l'accompagnement des salariées.

**Quatre séances thématiques** ont donc été programmées de février à fin juin 2017 :

Séance 1 - 7 février : **Pénibilité, usure professionnelle** : des premiers signes à la mise en place d'une démarche de prévention (avec l'intervention du Docteur Charriau Coget – Médecin du travail AIST 21)

Séance 2 – 30 mars : **Identifier les sources de pénibilité** via l'analyse du travail- Le lien entre sphère physique et sphère psychologique

Séance 3 – 11 mai : **Soutien, management et reconnaissance**

Séance 4 - 15 juin : **Anticipation et évolution des carrières professionnelles.**

Ces séances ont été animées par **l'ARACT Bourgogne Franche-Comté**, avec le soutien et la participation de **CREATIV'** et de la **CRESS**.

Les travaux ont été d'une grande richesse du fait des catégories d'acteurs très différentes (responsable de service, directeur, infirmière, RH...).

### 3/ Consolidation et élargissement du partenariat :

Pendant la période écoulée, **CREATIV'** et la **CRESS** ont accompli des démarches pour :

- **Fédérer et maintenir l'engagement** des partenaires déjà impliqués, alors qu'ils ne pouvaient pas toujours participer au comité de pilotage,
- Associer de **nouveaux partenaires** aux travaux : le Directeur de Cap Emploi / SAMETH a ainsi rejoint le projet au début de l'année 2017.

**CREATIV'** a rencontré des interlocuteurs au sein de la CPAM, de la CARSAT, a contacté le PRITH, sans que, pour le moment, il n'ait été possible de les associer aux travaux.

### 4/ Veille et partage d'expériences :

**CREATIV'** a par ailleurs réalisé un gros **travail de veille** pour identifier des études, expériences, dispositifs nationaux qui pourraient alimenter la réflexion et/ou sur lesquels le projet pourrait s'appuyer.

Un lien pourrait ainsi être fait avec l'EDEC national et l'EDEC régional du secteur des Services Aux Personnes. Pour le moment, les démarches engagées en ce sens n'ont pas encore abouti.

## 5/ Préparation de la démarche de capitalisation :

CREATIV' est porteur de la démarche de capitalisation et d'essaimage, pour laquelle il a obtenu le soutien du FACT. Il a affecté à cet effet un salarié supplémentaire au projet.

La capitalisation vise à mettre en exergue et à développer **les enseignements** issus des travaux conduits dans le cadre du projet, notamment pour ce qui concerne l'**analyse des principaux facteurs (humains et systémiques)** qui conditionnent l'évolution d'un parcours vers l'**inaptitude professionnelle**, telle qu'il a pu être observé, afin de :

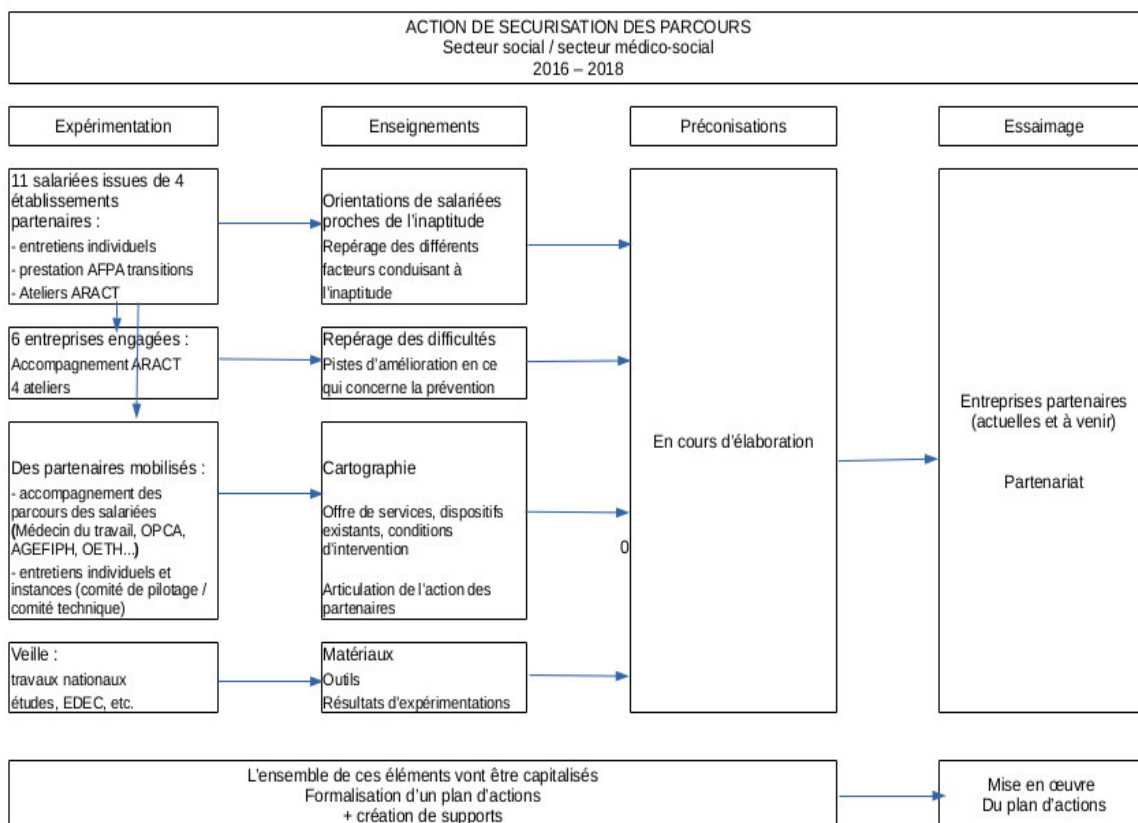
- Prévenir le risque d'inaptitude
- Anticiper l'évolution et/ou la reconversion professionnelle des salariés concernés
- Organiser des **passerelles entre les acteurs concernés** sur le territoire (entreprises, institutions, partenaires de l'emploi et de la formation, acteurs de la prévention...) pour faciliter l'évolution de carrière des salariés concernés (notamment à l'extérieur de leur secteur de travail initial).

CREATIV' s'est attaché à acculturer ce nouveau salarié, répertorier et classer les matériaux accumulés tout au long de l'avancée du projet et définir la méthodologie relative à la capitalisation.

## Résultats produits et observables

Au 31 décembre 2017, CREATIV', la CRESS Bourgogne Franche-Comté et leurs partenaires ont terminé l'expérimentation, en ont tiré **des enseignements partagés et des pistes de préconisation**.

La méthodologie de la démarche de capitalisation est élaborée et la capitalisation est en cours.



## 1/ Accompagnement des salariées :

Voici les résultats obtenus dans l'accompagnement des salariées menacées pour inaptitude :

- **Cinq personnes ont quitté leur poste** (4 licenciements pour inaptitude et une démission), parmi lesquelles :
  - Deux personnes ont suivi une formation et ont réalisé leur reconversion :
    - Une a trouvé un emploi de monitrice auto-école,
    - Une autre est à son compte (auto-entrepreneuriat), suite à une formation en réflexologie plantaire.
  - Deux personnes sont en attente de solution :
    - Une personne va commencer une formation d'assistante administrative à l'AFPA en décembre 2017,
    - Une autre a quitté la région et a pour projet de reprendre ses études (terminer le BTS en économie sociale et familiale qu'elle n'avait pas obtenu dans le passé),
    - Une personne est accompagnée dans sa recherche d'emploi par Cap Emploi (elle recherche un poste à mi-temps).
- **Cinq personnes sont toujours en poste**, parmi lesquelles :
  - Deux personnes sont en congé individuel de formation (assistante médicale, secrétariat)
  - Une personne est en train de construire une solution avec son entreprise et la CEP (projet de formation pour travailler à mi-temps dans sa structure et à mi-temps à son compte, dans le domaine du bien-être pour les personnes âgées)
  - Deux personnes, dont la situation n'a pas évolué, sont encore en souffrance. Elles vont rendez-vous avec leur CEP pour continuer les démarches.
- Une personne n'est pas joignable, nous ne connaissons pas sa situation.

## 2/ accompagnement des entreprises :

L'accompagnement des salariées et des établissements partenaires a donné lieu à une brochure de quatre pages, intitulée « **Pénibilité, usure professionnelle dans le médico-social et les services à la personne** », réalisée par l'ARACT Bourgogne Franche-Comté.

Cette brochure est **un outil** qui servira à **sensibiliser et travailler en interne** avec le CHSTT et les salariés, **engager une démarche de prévention** et **mettre en œuvre des pistes d'amélioration**.



Elle met particulièrement en avant :

- Les **signaux d'alerte** qui peuvent permettre de repérer les salariés en situation de souffrance,
- Les **moments charnières** dans la vie d'une organisation, qui doivent faire l'objet d'une attention accrue,
- Les **facteurs d'usure**, identifiés par les salariés et les employeurs, qui peuvent conduire à l'inaptitude,
- La **nécessité d'agir en amont** pour préserver les aptitudes.

Elle invite les entreprises à **construire une démarche** pour identifier ce qui est facteur de pénibilité et d'usure professionnelle dans le travail, à **travailler sur des pistes d'amélioration** et à **engager en interne une réflexion sur les parcours professionnels**.

### 3/ Consolidation et élargissement du partenariat :

A la fin septembre 2017, le partenariat mobilisé autour du projet comprenait les partenaires suivants :

DIRECCTE, Conseil régional Bourgogne Franche-Comté, trois OPCA (UNIFAF, UNIFORMATION, AGEFOS PME), l'UDES, la CGT, la CFDT, l'AIST, Cap Emploi / SAMETH, l'ARACT bourgogne Franche-Comté, l'OETH et l'AGEFIPH.

### 4/ Identification des causes et amorces de préconisations

Lors du comité de pilotage du mois de mai, CREATIV' et la CRESS ont présenté deux documents de synthèse mettant l'accent sur :

- L'**analyse systémique des causes de l'inaptitude**,
- Des **pistes d'actions de remédiation** à conduire.

Ces éléments seront repris et approfondis dans la démarche de capitalisation.



## 5/ Capitalisation :

La démarche qui va être mise en œuvre a été définie et présentée au comité de pilotage du 19 octobre.

Il va donc s'agir de :

- Réaliser des **entretiens complémentaires** pour compléter les matériaux dont nous disposons (salariés, responsables RH, syndicats, partenaires de la formation, chefs d'entreprises, partenaires du droit commun),
- Mettre en place un **outil interactif** (application web) support de la capitalisation et de l'essaimage (les principes relatifs aux cibles et à l'architecture de cet outil ont été énoncés),
- Former **un comité** de 5 à 6 professionnels volontaires, chargé de soutenir et de faciliter la démarche,
- Mobiliser, sur nos travaux, de **nouveaux partenaires clés** pour la préparation de l'essaimage (CARSAT, PRITH, par exemple),
- S'appuyer sur les **travaux existants**, en cours de développement (EDEC, Expérimentation conduite par le cabinet Amnyos dans le secteur des services aux personnes...).

Cette démarche a également été présentée aux entreprises partenaires, le 14 novembre. Une conférence de presse a été organisée à l'issue de la réunion.

## **Enseignements et points de vigilance pour la suite**

Les porteurs du projet sont confrontés à plusieurs difficultés :

- L'**ampleur du projet et ses nombreuses ramifications**, avec le risque de s'y perdre ou d'oublier des éléments. Une grande vigilance s'impose ;
- La **multiplicité et la nature différentes des partenaires à mobiliser** : à ce jour, tous les leviers possibles n'ont pas pu être actionnés. Les démarches devront continuer pour y parvenir ;
- Les travaux existants sur les **passerelles entre les métiers** des salariés menacés et des métiers pouvant être considérés comme d'éventuels débouchés sont insuffisants. Une réflexion spécifique devra être menée.
- De même, il conviendrait de proposer des **actions spécifiques** pour les personnes ayant été licenciées pour inaptitude.

## Perspectives pour 2018

- Réalisation des **investigations complémentaires** auprès des partenaires,
- Formalisation d'**un plan d'actions** et **ingénierie financière**,
- Écriture du **cahier des charges** pour les prestataires liés à l'outil en ligne (développement web, films...) et lancement de la consultation,
- Finalisation des **contenus**,
- **Lancement de la plate-forme** en ligne,
- Accompagnement de la démarche d'**essaimage** des bonnes pratiques.

## D. 350 - 100 chances – 100 emplois : rapprocher les jeunes talents du marché du travail et des réalités des entreprises

### CE QU'IL FAUT RETENIR :

#### Objet :

Ce projet vise à favoriser un **rapprochement entre les jeunes talents (dont ceux issus des Quartiers Politique de la Ville)**, de 18 à 30 ans, **et le marché du travail dont ils sont éloignés**, en accordant une attention particulière aux faibles niveaux de qualifications.

#### Thématiques de rattachement :

Principale : sécurisation des parcours professionnels

#### Résultats attendus :

Pour 2017, le GIP MDEF s'était fixé comme objectif de poursuivre les travaux engagés pour la promotion du dispositif 100 Chances – 100 Emplois en matière de communication, de mobilisation et d'élargissement des différents réseaux d'acteurs (entreprises, partenaires).

Il était notamment prévu de :

- Finaliser les deux films vidéos et d'en organiser la diffusion,
- Lancer un appel à projet pour choisir un nouveau prestataire pour les SAS,
- Réorganiser le processus en amont du pré-SAS et le pré-SAS,
- Élargir le réseau d'entreprises et identifier leurs besoins.

#### Organisation :

100 Chances – 100 Emplois est **un dispositif créé, porté et piloté par les entreprises** : Sur le territoire de Dijon Métropole, le dispositif est porté par deux copilotes Entreprises sous la forme d'un copilotage tournant : SCHNEIDER ELECTRIC et SEB d'octobre 2011 à décembre 2015, SCHNEIDER ELECTRIC et LEADER INTERIM de janvier 2016 à juin 2017, LEADER INTERIM et un nouveau copilote en relais de SCHNEIDER ELECTRIC (en cours de nomination) depuis juillet 2017.

C'est également **un dispositif multi-partenarial** : Il se compose d'un large réseau de partenaires. Les deux copilotes Entreprises animent et coordonnent un réseau d'une quarantaine d'entreprises. Le copilote Emploi, CREATIV', anime et coordonne le dispositif sur le territoire dont un réseau d'une vingtaine d'acteurs institutionnels et gère le public-cible du repérage des jeunes au suivi de leur parcours d'intégration une fois entrés dans le dispositif.

## Introduction

Les éléments de présentation et objectifs ont été détaillés dans le rapport d'activité 2016.

## Détail de l'activité réalisée

CREATIV' est copilote Emploi et coordonne le dispositif sur le territoire de Dijon Métropole, missions réalisées par une Chargée de projet à hauteur de 0,5 ETP.

Son activité s'articule autour de 3 volets :

- La gestion des SAS,
- L'animation/coordination du dispositif,
- Le suivi des jeunes.

### 1 Gestion des SAS

Quatre SAS (ou sessions) ont eu lieu en 2017 en mars, juin, septembre et novembre. Chaque SAS est organisé en 3 étapes :



#### ÉTAPE 1 = L'information collective

- Présentation collective du dispositif  
Projection du film vidéo de Dijon  
Echanges, questions/réponses
- Entretiens individuels



*Sélection à l'issue de l'information collective (12 participants maximum par SAS) selon :*

- Motivation
- Codes sociaux
- Projet ou idée de projet professionnel

## ÉTAPE 2 = Le SAS

### Une semaine de formation avec le consultant TALENT CAMPUS

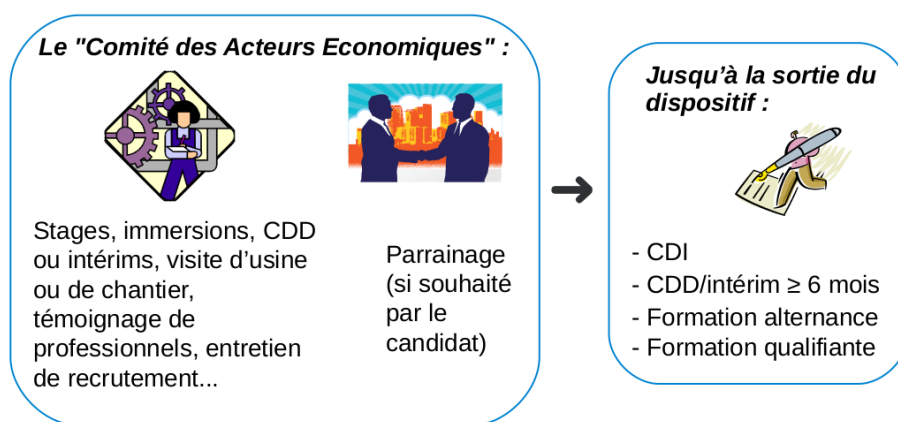
- Travailler les techniques de communication et de présentation
- Savoir présenter son projet et se valoriser (forces, faiblesses, potentiel)
- Travailler sur la confiance en soi
- Deux demi-journées de simulations d'entretiens avec les entreprises du réseau

ÉTAPE  
3 = Le



Sélection à l'issue du SAS selon :  
- Motivation  
- Codes sociaux  
- Projet ou idée de projet professionnel

parcours dans le dispositif



## 2 Animation/Coordination du dispositif

Dans sa fonction d'animation/coordination, CREATIV' réalise les actions suivantes :



- Communiquer, mobiliser, sensibiliser et fidéliser les partenaires en lien avec les publics-cibles (les rencontrer régulièrement pour promouvoir le dispositif, diffuser les outils de communication, participer aux réunions partenariales, aux informations collectives),
- Participer à renforcer le réseau d'entreprises en appui des pilotes Entreprises auprès des entreprises, des clubs d'entreprises et des branches/fédérations professionnelles,
- Organiser, participer, gérer le suivi et le reporting à chaque étape du processus en lien avec les entreprises, les financeurs, les acteurs de l'emploi, les institutionnels, les publics-cibles et garantir la continuité du dispositif en cas de changements d'organisation (comme ce fut le cas lors de la mise en place des nouvelles modalités de repérage des publics et du pré-SAS par les prescripteurs depuis janvier 2017),

- Animer, coordonner la prescription et le repérage des publics avec l'ensemble des partenaires,
- Veiller à la mise en place des immersions / stages / PMSMP / découvertes métiers des publics en entreprise,
- Gérer le suivi des jeunes entrés dans le dispositif tout au long de leur parcours en lien avec les entreprises mobilisées et les prescripteurs,
- Élaborer et veiller à l'élaboration, sous couvert du Comité de coordination, (gestion prestataire / fournisseur) des outils de communication externe,
- Fédérer l'ensemble des partenaires (entreprises, institutionnels, publics, prescripteurs, financeurs, Association nationale 100 Chances 100 Emplois),
- Veiller à la diffusion des deux films vidéo finalisés au 1<sup>er</sup> semestre 2017,
- Piloter les consultations / appels à projet du dispositif (comme ce fut le cas pour le choix du prestataire des films vidéo en décembre 2015/janvier 2016 et pour le choix du nouveau prestataire des SAS en janvier/février 2017 et en décembre 2017/janvier 2018),
- Veiller à l'intégration des nouveaux partenaires (comme ce fut le cas avec le nouveau prestataire des SAS Talent Campus ou avec les nouveaux membres du réseau),
- Actualiser le site web de l'Association 100 Chances 100 Emplois (intranet et page web Dijon).

### 3 Suivi des jeunes



CREATIV' est le copilote Emploi en charge du public, du repérage des jeunes au suivi de leur parcours d'intégration une fois entrés dans le dispositif et ce, jusqu'à leur sortie du dispositif : CREATIV' est à la fois guide et médiateur pour les jeunes.

Son action auprès du public l'amène à :

- Coordonner le repérage des publics avec les prescripteurs,
- En continu, initier et mettre en œuvre des actions de sensibilisation auprès du public-cible,
- Gérer le suivi des jeunes entrés dans le dispositif tout au long de leur parcours en lien avec les entreprises mobilisées, avec les prescripteurs et avec les parrains/marraines,

- Diffuser les informations / recrutements / veille documentaire émanant des entreprises du réseau ou d'employeurs hors-réseau,
- Veiller à la mise en place des immersions / stages / PMSMP / découvertes métiers des publics en entreprise,
- Conseiller et effectuer des mises en relation et des positionnements sur des recrutements, des job-datings, des forums, etc,
- Être en contact permanent avec les participants à chaque étape du processus dès leur orientation sur le dispositif ou dès leur prise de contact avec CREATIV',
- Être en contact permanent avec les jeunes entrés dans le dispositif, mettre à jour l'intranet et effectuer un reporting régulier auprès des financeurs.

## Résultats produits et observables

Sur l'année 2017, quatre SAS ont été réalisés.

Suivi des prescriptions :

	REPERAGE	PRE-SAS	SAS	POST-SAS
	Nombre total de candidatures	Nombre de présents pré-SAS	Nombre de participants au SAS	Décision du Comité post-SAS
<b>TOTAL</b>	<b>314</b>	<b>147</b>	<b>41</b>	<b>36 entrées immédiates</b> <b>1 refus Comité</b> <b>1 abandon candidat</b> <b>1 désistement candidat</b> <b>2 entrées différées</b>

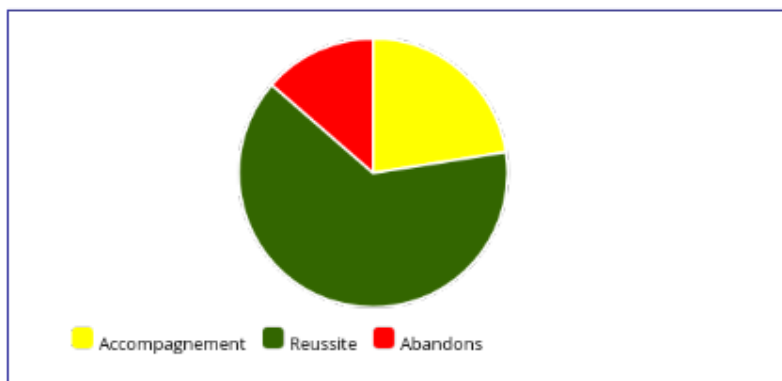
Bilan 2011 – 2017 :



- 64 % de sorties positives
- 82 % des sorties sont des sorties positives

Résultats effectifs Dijon 2011- 2017

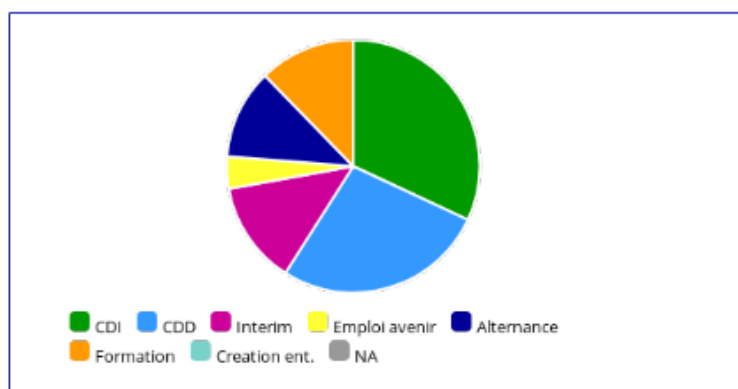
	Total global	En accompagnement	Total sortie	Sorties positives	Abandons	Entrées
Effectifs	191	43	148	122	26	192
%		22.5 %	77.5 %	63.9 % 82.4 % des sorties	13.6 % 17.6 % des sorties	



Données générales

## Résultats sorties positives Dijon 2011- 2017

	Total	CDI	CDD	Interim	Emploi avenir	Alternance	Formation	Création ent.	Non renseigné
Effectif	122	39	33	16	5	14	15	0	0
% (sorties)		32.0 %	27.0 %	13.1 %	4.1 %	11.5 %	12.3 %	0.0 %	0.0 %



Détail des sorties positives

## Comparaison 2016 et 2017 :



- Plus de participants au SAS de formation : 30 participants en 2016, 41 participants en 2017.
- Plus d'entrées dans le dispositif : 24 entrées en 2016, 36 entrées en 2017.
- Plus d'orientations : 144 orientations en 2016, 314 en 2017
- Plus de jeunes issus des QPV : avant 2016 = 63% des entrées sont issues des QPV. Les publics issus des QPV représentent 8% des entrées en 2016, 16 % en 2017.
- Plus de passerelles entre les dispositifs avec des entrants issus de la Garantie Jeunes ou du Service civique.



## Enseignements et points de vigilance pour la suite



Malgré de bons résultats en matière de sorties positives, « 100 Chances 100 Emplois Dijon » est menacé du fait de difficultés récurrentes :

- Un public-cible volatile et très difficile à capter : on constate des pertes importantes à chaque étape du processus : 53 % entre le nombre de personnes repérées (prescriptions totales) et le nombre de présents aux informations collectives et 72 % entre le nombre de présents aux informations collectives et le nombre de candidats qui participent au SAS ;
- Un public-cible qui ne présente pas toujours les pré-requis attendus et ce, notamment en matière de projet ou d'idée de projet professionnel : on constate que les jeunes ont du mal à s'inscrire dans un parcours et à se projeter sur du long terme. Or, c'est un pré-requis indispensable pour intégrer le monde de l'entreprise. Cette spécificité du public jeune se retrouve également une fois que les jeunes sont entrés dans le dispositif, ce qui augmente la charge de travail de CREATIV', le Copilote Emploi dans le cadre de la gestion de leur suivi ;
- Un dispositif qui ne remplit pas suffisamment son objectif d'accueil de publics issus des QPV : bien qu'il ait été conçu prioritairement pour ces publics et que la situation tende à s'améliorer, ils sont sous-représentés = en 2016, 8% des jeunes entrés sur le dispositif sont issus des QPV et en 2017, 16 % des jeunes entrés ;
- Un dispositif qui ne remplit pas suffisamment son objectif d'accueil de publics peu ou pas qualifiés : bien qu'il ait été conçu prioritairement pour ces publics, ils sont sous-représentés = en 2017, 39 % de niveaux IV et V et 61 % de niveaux I, II et III ;
- Des entreprises à remobiliser en continu : et notamment un « noyau actif » d'entreprises partenaires, soit une vingtaine d'entreprises sur la quarantaine que compte le réseau ;
- Une animation/coordination du dispositif évolutive : cette mission assurée par CREATIV' a changé. En plus de la coordination opérationnelle que nécessite par nature le dispositif, elle se développe aujourd'hui davantage sur les orientations stratégiques, allant même sur certains volets jusqu'à une refonte du dispositif et s'inscrit davantage dans :
  - La mise en place de solutions curatives pour sécuriser chaque étape du processus,
  - L'élaboration d'un plan d'actions de façon concertée avec les prescripteurs, les pilotes entreprises, les financeurs, le consultant et pour ce faire, l'organisation de groupes de travail, la mise en œuvre des actions et un reporting plus fréquent,
  - Une campagne de communication destinée à capter du public et des entreprises, avec notamment l'organisation d'une Réunion entreprises, la

participation à des événementiels/réunions d'informations et la réalisation de deux films vidéo,

○ Un gros travail de remobilisation des entreprises du réseau et également de prospection pour intégrer de nouvelles entreprises.

## Perspectives pour 2018

- Gérer les quatre SAS (même périodicité) : mars, juin, septembre et novembre,
- Nommer et accueillir le nouveau copilote Entreprises qui prendra le relais de Schneider Electric,
- Mobiliser davantage d'entreprises sur chaque SAS pour les simulations d'entretiens de début / fin de SAS et pour le CAE (première mesure de 2017 : déplacer les CAE au jeudi au lieu du vendredi),
- Resserrer les liens avec les parrains / marraines (première mesure de 2017 : organiser des temps d'échange inter-SAS),
- Optimiser la concertation avec les prescripteurs (première mesure de 2017 : nommer un référent unique Pôle emploi et organiser le retour d'informations),
- Réaliser une enquête de satisfaction auprès des jeunes entrés dans le dispositif en 2016 et 2017 soit 60 jeunes sur huit SAS afin de recueillir leurs perspectives d'amélioration et leurs attentes (enquête lancée en novembre 2017),
- A partir des enseignements de l'enquête de satisfaction et avec la mise en place d'un groupe de réflexion (constitué de CREATIV', Pôle emploi, Mission locale, PLIE, DIRECCTE UD 21, pilotes entreprises, Talent Campus), mettre en œuvre les ajustements adéquats.

**Insertion.** L'association nationale porte un programme d'accès à l'emploi des jeunes à Chalon-sur-Saône et Dijon. Elle fédère un réseau d'acteurs institutionnels de l'emploi et d'entreprises partenaires.

## « 100 Chances 100 Emplois » cherche à étendre son réseau

**Dijon** La rencontre programmée le 13 février au Grand Dijon a permis de faire le point sur le dispositif, avec comme objectif d'augmenter le nombre d'entreprises engagées dans l'insertion professionnelle des jeunes. Car la réussite repose sur l'étendue des solutions disponibles, ce qui nécessite d'élargir au maximum le réseau. « L'entreprise peut s'investir à trois niveaux : le parrainage, les simulations d'embauche et le comité des acteurs économiques », détaille Elodie Lopardo, coordinatrice du dispositif, pour la Maison de l'emploi et de la formation du bassin dijonnais (MDEF), organisme qui dispose, pour cette opération, et pour l'année 2017, d'un budget de 52.000 euros. Le programme national, lancé en 2004 à l'initiative de Schneider Electric, concerne 29 bassins



Elodie Lopardo (MDEF), Séverine Grandemange (Schneider E.), Marjorie Mitalne (Leader Intérim), Valérie Oberlé, ergonome de l'agence RH Solutions et marraine, Valentin Diétre, chargé de mission RH chez AIS Ingénierie et parrain. 100 Chances 100 emplois est financé par l'État, le Grand Dijon et Schneider Electric.

d'emploi et a intégré 4.416 jeunes, en priorité issus des Quartiers politiques de la Ville (QPV). Il associe dans chaque bassin un pilote entreprises et un co-pilote emploi. À Dijon, les pilotes entreprises sont Schneider Electric et Leader Intérim, tandis que la MDEF endosse le rôle du co-pilote.

### 40 ENTREPRISES

Le candidat est repéré par

les structures de l'emploi qui insistent sur trois critères : le projet, la motivation et la maîtrise des codes sociaux. Le jeune intègre alors le dispositif par un sas de mobilisation de 4 jours. Il définit son projet, est formé par le Centre interrégional de développement et de compétences (CIDC) aux techniques de l'entretien d'embauche avant d'être présenté à un parterre de partenaires et d'entrepri-

ses lors du Comité trimestriel des acteurs économiques. À Dijon, outre les acteurs de l'emploi et les pilotes, la Directrice, le Grand Dijon et 40 entreprises partenaires sont mobilisés. Le candidat retenu est accompagné par un parrain et se voit proposées différentes formules : mini stages, mises en situation en milieu professionnel, visites d'entreprises, intérim, CDD, alternance et CDI. Le résultat ? À Chalon, où l'action est portée depuis 2004 par la Mission locale, sur 539 jeunes, 360 sont désormais sortis du dispositif, dont 81 avec un CDI et 128 un CDD de plus de 6 mois. À Dijon 156 jeunes sont entrés dans le dispositif depuis 2011 et 102 en sont sortis par le haut, avec un CDI (29 %) ou un CDD/CTT (44 %).

Sylvie KERMARREC

◆ [100chances-100emplois.org](http://100chances-100emplois.org)

### DIJON EMPLOI

## Pauline Gaudet : « J'ai appris à me connaître et à retrouver confiance en moi »

Cette Dijonnaise de 20 ans a participé au dispositif "100 Chances 100 Emplois" en 2016. Sans emploi après son bac en 2014, elle prépare maintenant un BTS négociation relation client à SB Formation, en alternance avec un emploi de commerciale dans l'entreprise Apave à Dijon.

Après son bac ES (économique et sociale) et six mois d'études de psychologie à l'université, Pauline Gaudet décroche. Elle n'a pas trouvé sa voie, elle qui ressent de l'attrait pour le commerce. « Je vivais une période difficile, avec un bac qui m'avait été imposé et des parents en cours de divorce. J'étais perdue face à mon avenir », confie-t-elle. Elle se lance dans une recherche d'employeur pour une formation par alternance – sans succès – et finit par rencontrer une conseillère de la Mission locale qui la dirige vers le dispositif "100 Chances 100 Emplois". Elle suit la semaine de préparation appelée le sas. « Cela m'a permis de m'entraîner par des simulations

d'entretiens d'embauche, de rencontrer des représentants des entreprises du réseau, d'affiner mon projet professionnel et de le présenter, en fin de semaine, aux entreprises du comité des acteurs économiques. J'ai appris à me connaître et j'ai retrouvé confiance en moi. »

« Ils m'ont tous poussée vers le haut »

Depuis son entrée au Sas, Pauline est suivie et conseillée par une référente d'entreprise, sa marraine. Avec elle, elle a trouvé la formation (BTS négociation relation client à SB Formation) et l'entreprise (Apave) qu'elle cherchait et s'épanouit dans sa nouvelle vie. « Le travail durant le Sas est exigeant. Cela demande beaucoup de concentration et surtout une remise en cause personnelle pour arriver à sortir le meilleur de soi-même. Grâce aux équipes, j'ai découvert une nouvelle Pauline. » Maintenant, après deux jours de cours hebdomadaires, elle travaille dans le milieu commercial (elle vend des formations) qui lui plaît, pour une rémunération mensuelle de 771 €, net,

suivie par son tuteur Sylvain Gondeaux, de la société Apave. « Je lui suis très reconnaissante. Il m'a donné une opportunité et a su me tendre la main. »



Pauline Gaudet s'épanouit dans sa nouvelle vie. Photo Christian GUILLEMINOT

### "100 Chances 100 Emplois"

Lancé à Dijon en 2011, le programme est piloté par les entreprises Schneider Electric et Leader Intérim, copiloté par la Maison de l'emploi et de la formation. Financé par Schneider, le Grand Dijon et l'État, le dispositif repose sur un réseau de 59 entreprises volontaires et a pour objectif l'accès à l'emploi ou le retour en formation pour un public de moins de 30 ans. Au 31 décembre, 156 jeunes ont suivi le programme (50 % issus des quartiers "politique de la ville"), mais 16 ont abandonné (10 %). 102 ont trouvé un emploi (65 %), dont 29 % en CDI, 44 % en CDD supérieur à six mois et 22 % en formation en alternance. 38 jeunes (24 %) sont encore en accompagnement.

• Direction régionale des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi (Directre).

## E. Les Clauses d'Insertion - Offre de service auprès des bénéficiaires

### CE QU'IL FAUT RETENIR :

#### Objet :

Les bénéficiaires orientés par les partenaires en charge de l'accompagnement des demandeurs d'emploi (PLIE, Pôle Emploi, Mission Locale ...) au service Clauses d'Insertion qui valide ou non leurs entrées sur le dispositif et en fonction des cas les adresse à un référent de parcours. L'objectif étant de **constituer un vivier de candidats préparés, soutenus dans leur démarches, aux entreprises qui se sont engagées à réserver une part d'heures de travail à des publics en difficultés sociales ou professionnelles.**

#### Thématiques de rattachement :

Principale : Achats socialement responsables

Secondaires : Sécurisation des parcours professionnels et développement économique local.

#### Résultats attendus :

- Mise en place de parcours individualisés,
- Retour au travail des personnes rencontrant des difficultés sociales et ou professionnelles

#### Organisation :

Réception, traitement et suivi administratif des prescriptions par l'assistante administrative du service Clauses d'Insertion.

### Introduction

Les clauses d'insertion permettent le retour au travail, dans le secteur marchand, des personnes fragilisées par des problématiques sociales et/ou professionnelles. Impulsée par la volonté politique, la commande publique, à travers des achats socialement responsables, constitue un véritable levier pour l'emploi.

Lorsqu'un candidat à l'emploi intègre le dispositif, il bénéficie d'un cadre sécurisant qui prend en considération ses besoins de façon globale dès lors que le projet professionnel s'est précisé. Même si bien souvent les clauses sont considérées comme une étape de parcours, dans les faits, elles représentent à elles seules une offre d'insertion complète comprenant :

- un diagnostic,
- un accompagnement socio-professionnel
- un accompagnement dans l'emploi.

Et, selon les besoins des bénéficiaires et/ou des entreprises , cela comprend:

- des actions de préparations à l'emploi
- des formations .

## Objectifs généraux

Les clauses d'insertion sont des potentialités d'emploi qui bénéficient aux publics les plus fragiles. Les objectifs visés sont les suivants :

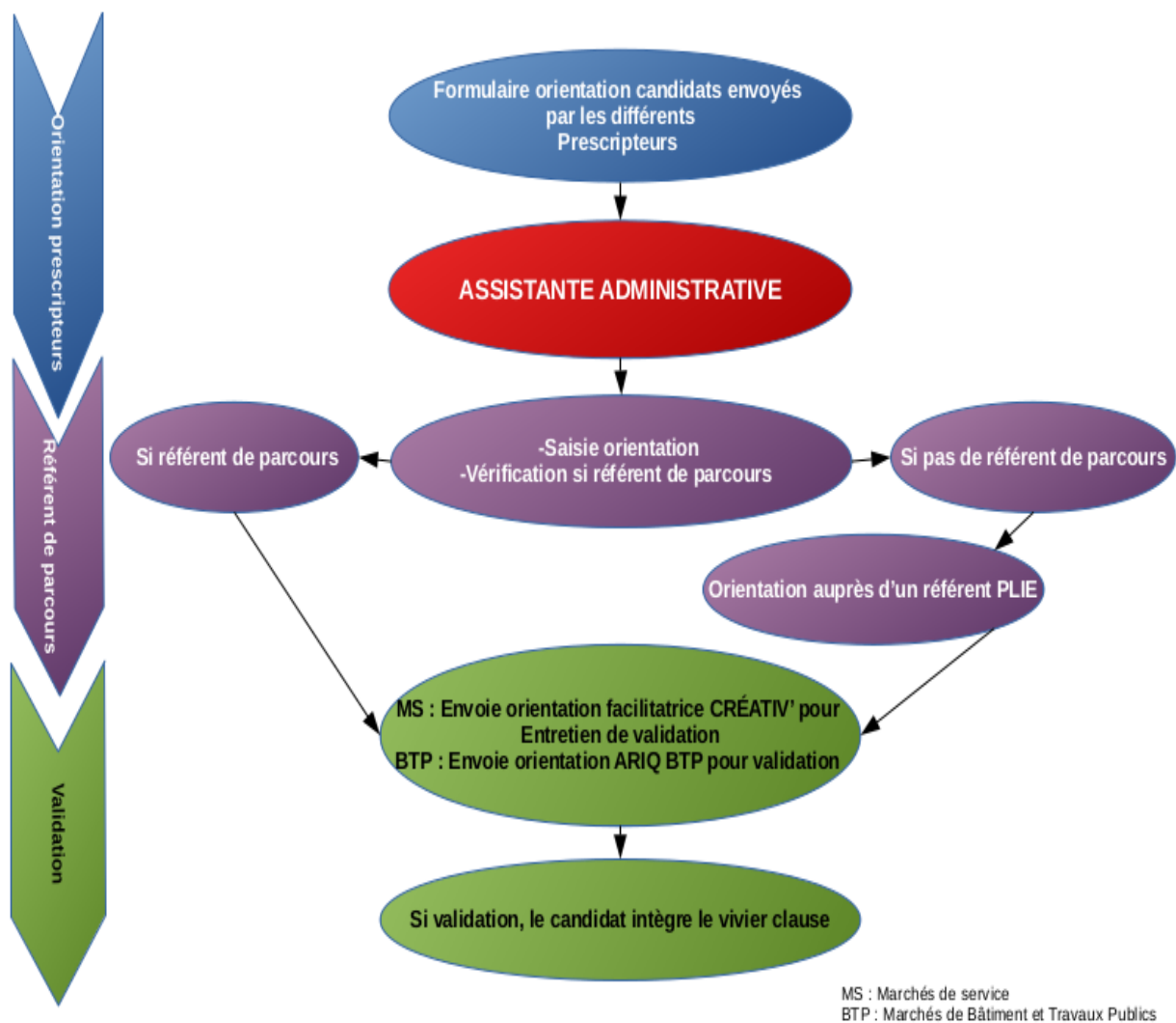
- Mobiliser les prescripteurs ;
- Mettre en place (s'il n'est pas existant) un parcours individualisé, sécurisant pour chaque bénéficiaire;
- Constituer « un vivier » de candidatures à proposer aux entreprises ;
- Favoriser l'accès à l'emploi durable.

Un des indicateurs permettant de mesurer l'impact de la démarche est la comptabilisation du nombre d'orientations et du nombre de sorties positives.

## Détails de l'activité réalisée

### Organisation du travail

L'assistante administrative du service des Clauses d'Insertion assure l'intégralité de la gestion administrative des publics. Les bénéficiaires sont orientés par mail à travers une fiche de prescription accompagnée du CV. L'assistante administrative enregistre l'orientation et s'assure de l'éligibilité administrative du candidat. Puis, en fonction du prescripteur et du secteur d'activités visé, elle applique différentes procédures :



### Gestion administrative des parcours

L'assistante administrative informe le prescripteur et/ou référent de parcours par mail de chacune des étapes (convocation, rendez-vous, validation, entrée sur le PLIE et/ou sur le dispositif, préparations à l'emploi, positionnement en entreprise, formation etc..). Le bénéficiaire est accompagné dans cette démarche globale de retour au travail par différents partenaires qui interviennent tour à tour sur le dispositif. Au centre de ce réseau de partenaires, CREATIV' dans le cadre de ses missions de coordination du dispositif centralise et renvoie l'ensemble des informations concernant le bénéficiaire. La transmission d'information est fluide et dans la mesure du possible immédiate, ce qui permet aux partenaires d'intervenir rapidement lorsqu'une situation délicate se présente.

### Validation

☛ Un entretien de validation pour vérifier les critères d'éligibilité administratifs et les critères d'employabilité.



« Le candidat est-il en capacité, aujourd'hui, de réunir les conditions lui permettant d'occuper un emploi dans le secteur marchand? »

La facilitatrice en charge des Marchés de Service ou la psychologue du travail de l'ARIQ BTP s'efforcent de répondre à cette question. Au cours de l'entretien de validation, elles s'assurent que le candidat a une bonne connaissance du métier qu'il vise, de ces contraintes, de ce qu'il devra mobiliser en terme de compétences techniques ou pré-techniques et d'organisation de vie personnelle. Ainsi, elles valident ou invalident, sur avis motivé, l'entrée d'un bénéficiaire sur le dispositif.

### les parcours

L'enjeu pour CREATIV' est d'offrir et de coordonner le cadre sécurisant, individualisé, assuré par toute la chaîne de partenaires qui interviennent sur le dispositif, aux publics **bénéficiaires des clauses**. C'est bien le service Clauses d'Insertion qui valide ou invalide les entrées, les sorties et qui positionne les candidats en entreprises. La mission de mise en relation est confiée à l'ARIQ BTP dans le cadre des marchés de travaux. Concernant l'accompagnement propre, le prescripteur peut garder l'accompagnement ou de le déléguer au PLIE. Tous les bénéficiaires « clauses » bénéficient d'un **accompagnement de parcours** au cours duquel différentes étapes peuvent être mobilisées :

- préparation à l'emploi,
- formation,
- qualification,
- accompagnement métier

Accompagné, soutenu dans ses démarches, le candidat a, tout au long de son parcours, un **interlocuteur** qui le soutiendra dans les problématiques d'ordres professionnelles ou sociales qu'il pourrait rencontrer et qui fragilisent sa mobilisation si elles ne sont pas rapidement traitées. Cet accompagnement est formalisé par des rendez-vous réguliers au travers desquels le référent et le participant font le point sur son parcours.

### Évaluations en entreprise

☞ Une évaluation en entreprise pour : valoriser les compétences acquises, évaluer la progression du candidat, identifier les marges de progrès, envisager ensemble les solutions à y apporter.

Lorsqu'un candidat est mis à l'emploi, il bénéficie systématiquement d'une **évaluation en entreprise**. Il s'agit d'un entretien tripartite avec le candidat, son tuteur, une facilitatrice ou un coordonnateur de l'ARIQ BTP.



## Renforcer le partenariat existant afin d'élargir et diversifier les prescriptions

Fin 2016, nous constatons que, face :

- à un volume d'heures en constante augmentation ;
- à des marchés qui se diversifient et ;
- à un territoire d'intervention élargi,

les prescriptions issues du circuit IAE « classique » (PLIE, ETTI principalement) ne suffisaient plus. Cela nous a alors conduit à reconsidérer le sourcing du public.

En effet, le développement du dispositif est en capacité de **bénéficier à un public de plus en plus large, que ce soit en terme de domaines d'activités, de compétences ou de zone géographique de résidence**. C'est naturellement que nous nous sommes tournés vers Pôle Emploi, car si aujourd'hui, toutes les personnes ayant les critères d'éligibilité à l'IAE n'intègrent pas un parcours relatif à l'IAE, la plupart sont inscrites à Pôle Emploi et représentent des candidats potentiels aux clauses d'insertion.

Afin de renforcer leurs liens et de formaliser l'implication de chacun, le service Clauses d'Insertion de CREATIV' et la Direction Territoriale de Pôle Emploi ont établi **une convention de partenariat** signée au second semestre 2017. **Deux réunions préparatoires** ont eu lieu au cours du 1<sup>er</sup> semestre.

Au second semestre 2017, la convention avec Pôle Emploi a été mise en œuvre avec les **conseillers Pôle Emploi désignés interlocuteurs « référents PLIE et Clauses d'Insertion »** sur les besoins en recrutement à court ou moyen terme, et sur le suivi des candidats orientés sur le dispositif.

## Mise en place d'un travail partenarial avec le secteur protégé et les SIAE du territoire

S'appuyant sur la volonté politique de certains donneurs d'ordres de réserver des marchés, la facilitatrice spécialisée en marchés de services a initié un travail partenarial avec le secteur protégé et les SIAE du territoire. Concrètement cela s'est traduit par un travail de **recensement et d'identification de l'offre de service territoriale de ces deux types de partenaires**, et par des rencontres. La facilitatrice a poursuivi les démarches avec Promut et Idées 21 et est allée à la rencontre de nouveaux partenaires (CFA La Noue, URAI, PIMMS, les PEP 21).

En 2017, dans le cadre du dispositif Clauses d'insertion, des demandeurs d'emploi ont intégré des entreprises, en bénéficiant d'un accompagnement spécifique, propre à la structure dont ils sont salariés. En voici deux exemples : un accompagnement métier via une action de formation pour l'accès au poste d'Agent d'Exploitation et Stationnement ; et un accompagnement individualisé pour les personnes les plus éloignées de l'emploi.



### Une action de formation

La délégation de service public de mobilité de Dijon Métropole a permis de **générer de nouveaux parcours d'insertion** dans le cadre du dispositif des clauses d'insertion. Un des cotraitants de l'entreprise mandataire de la délégation, a souhaité, en lien avec une entreprise de travail temporaire d'insertion du territoire, constituer **un groupe de six bénéficiaires** pour les former sur des postes d'Agents d'Exploitation et Stationnement dans les parkings. Ces demandeurs d'emploi ont bénéficié au printemps 2017 d'un **Contrat d'Insertion Professionnelle Intérimaire** d'une durée d'environ 250 heures, alternant des périodes de formations théoriques, pratiques, d'immersion en entreprise et de missions intérimaire. Il convient d'ailleurs de souligner au cours de l'année 2017, que des actions telles que celles ci ont permis un renforcement des relations partenariales dans le cadre du suivi du public et du reporting .

### Un accompagnement des plus éloignés de l'emploi

La Direction de la Commande Publique Mutualisée de Dijon Métropole recourt à l'**achat d'insertion professionnelle** (article 28) destinée aux publics les plus éloignés de l'emploi.

Deux marchés de prestations d'insertion professionnelle en cours sur l'année 2017, ont permis l'accès ou le maintien à l'emploi des publics qui en sont le plus éloignés. Sur la période allant de janvier 2017 à fin septembre 2017, cela représente un volume de **72 salariés travaillant dans 3 structures différentes** (une entreprise d'insertion, une entreprise adaptée et un atelier et chantier d'insertion). Dans les marchés d'insertion, il n'est pas question d'exigence de volume d'heures d'insertion à réaliser mais plutôt de faire réaliser des **activités d'utilité sociale** par des personnes rencontrant d'importantes difficultés d'insertion sociale et professionnelle et leur proposer des **mesures de soutien socio-professionnel individualisées**. Aussi, la facilitatrice a mis en place un outil de suivi et rendu compte qualitatif permettant d'apprécier l'évolution des parcours des salariés pour ce type de marché.

## Résultats produits et observables

L'intégralité des résultats produits concernant les clauses d'insertion sont consultables en page 115.

## Enseignement et points de vigilance

Un point de vigilance est à souligner sur l'organisation concernant la partie gestion des bénéficiaires qui est faite en interne chez CREATIV' par la chargée de projet clauses d'insertion pour les marchés de services, contrairement aux marchés de travaux, pour lesquels cette partie est déléguée à un partenaire (validation, proposition de candidatures/mise au travail, suivi dans l'emploi, consolidation).

## Perspective pour 2018

La mise en œuvre opérationnelle de la convention signée avec Pôle emploi, auprès de la **Direction territoriale de Pôle Emploi en amont des marchés** et le cas échéant travailler en mode projet pour mieux connaître la demande d'emploi sur un territoire donné.

## IV. Les projets en lien avec les achats socialement responsables

### A. Les Clauses d'Insertion

#### CE QU'IL FAUT RETENIR :

##### Objet :

La principale mission du service des Clauses d'Insertion est **d'encourager, soutenir, accompagner, les donneurs d'ordres publics et privés dans leurs démarches d'Achats Socialement Responsables**. En cela, les facilitatrices, interfaces de tous les acteurs concernés, promeuvent, coordonnent le dispositif et en organisent la mise en œuvre opérationnelle.

##### Thématiques de rattachement :

Principale : Achat socialement responsables

Secondaire : développement économique local et sécurisation des parcours professionnels

##### Résultats attendus :

- Développement du dispositif auprès de divers donneurs d'ordre publics et privés,
- Diversification des marchés.

##### Organisation :

1 assistante administrative en charge de la saisie,

4 facilitatrices :

1 responsable de service, 2 facilitatrices en charge des marchés de travaux, 1 facilitatrice en charges des marchés de service.

##### Introduction :

Les clauses d'insertion représentent également un outil complémentaire des politiques de l'emploi dans la mesure où l'insertion s'effectue dans des activités du secteur marchand (BTP, services).

Il permet aujourd'hui de disposer d'un outil à la fois exigeant en termes d'insertion mais également souple pour s'adapter au contexte économique et à la situation des entreprises.

## Organisation du travail

Une nouvelle facilitatrice a rejoint en début d'année le service clauses d'insertion pour un surcroît de 0,5 ETP. Concernant la gestion administrative du volet public et saisie des heures d'insertion réalisées, une nouvelle collaboratrice a rejoint le service à temps plein (durant l'année 2016 la collègue ne travaillait qu'à 40 % sur la gestion administrative du service).

En début d'année 2017, le service clauses d'insertion a scindé l'ingénierie des marchés de travaux et l'ingénierie des marchés de services. Une facilitatrice est spécialisée dans les marchés de services pour 0,8 ETP, et deux facilitatrices dans les marchés de travaux pour 1,5 ETP.

Les facilitatrices ont toutes bénéficié de formation de notre tête de réseau Alliance Ville Emploi (les formations métiers facilitateur niveau 1, 2 et 3). L'assistante administrative ainsi que la facilitatrice ayant rejoint l'équipe en début d'année ont participé à une formation sur le logiciel ABC Clauses, outil national de pilotage de la clause d'insertion. Par ailleurs, les facilitatrices ont suivi une formation de 2 jours en management de projets partenariaux ainsi qu'une formation sur les évaluations des politiques publiques. De plus, l'ensemble de l'équipe a bénéficié d'un module de formation concernant la réalisation d'un événementiel.

## Objectifs généraux

Le dispositif des clauses d'insertion est un dispositif d'appui à la commande publique responsable. Les facilitatrices s'attachent à le promouvoir et à encourager les donneurs d'ordre dans leur démarche dans le but d'avoir un maximum de marchés générant une potentialité d'emploi pour les personnes rencontrant des difficultés professionnelles et/ou sociales.

Nos principaux objectifs portent sur :

- La sensibilisation des donneurs d'ordre,
- La diversification des marchés (marchés de travaux et de services)
- L'appropriation (par la commande publique) des nouvelles dispositions offertes par la réforme du code des marchés.

Un des indicateurs permettant de mesurer l'impact de la démarche est la comptabilisation du nombre d'heures de travail qui ont été réservées au publics les plus fragiles.

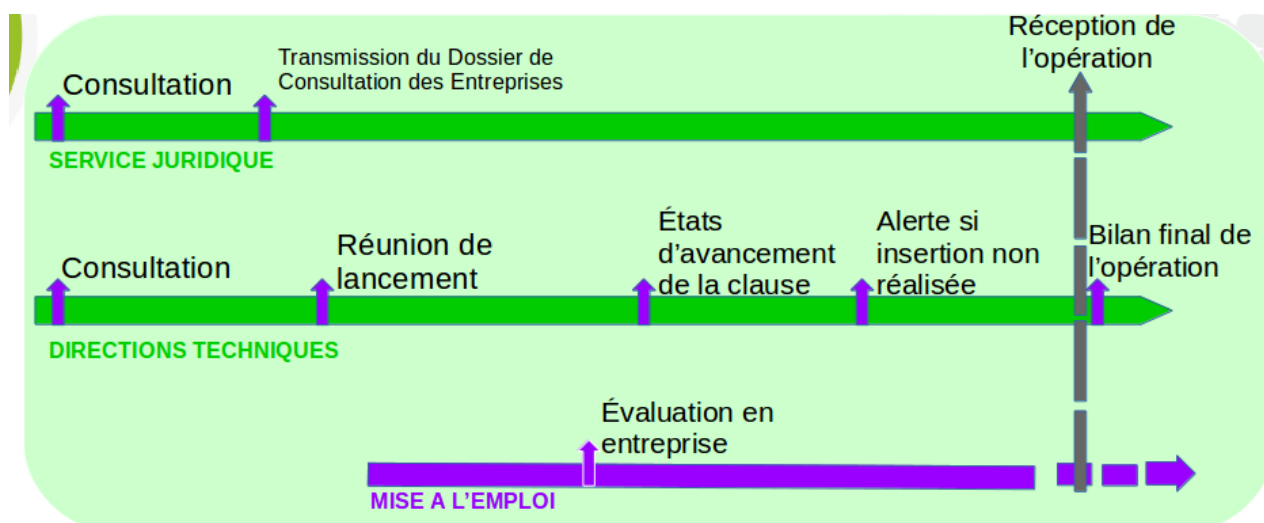
## Détails de l'activité réalisée

Les donneurs d'ordres, avant le lancement de leur marché, contactent les facilitatrices de CREATIV' afin de savoir si une clause d'insertion peut être insérée dans leur marché.

Les facilitatrices :

- étudient avec les services achats des commanditaires publics les prévisionnels semestriel et annuel de programmation des achats ;
- étudient avec précision plusieurs données techniques qui ont été communiquées par le donneur d'ordres (durée du marché, technicité, montant estimatif des lots, typologie des travaux, clause de reprise de personnel,...) ;
- indiquent au donneur d'ordres si le marché peut comporter une clause, sous quel cadre juridique et calibrent la clause ;
- rédigent la clause d'insertion dans le dossier de consultation des entreprises ;
- demandent au donneur d'ordres de la convier à une réunion de démarrage de lancement où seront présentes le donneur d'ordres ainsi que la ou les entreprises attributaires de marchés avec clause d'insertion. Cela permet de légitimer le rôle et l'action de la facilitatrice, et d'informer dès le démarrage du marché les entreprises attributaires ;
- rencontrent les entreprises régulièrement et suit, en lien avec les partenaires, l'avancement de la clause d'insertion ;
- Et produisent régulièrement des états d'avancement aux entreprises et font des retours fréquents par voie de bilans au donneur d'ordres.

Les facilitatrices interviennent à chacune de ces étapes:



Du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2017, nous comptabilisons **236 contacts** avec les **donneurs d'ordres**, dont **16 réunions de chantier**.

UNE PALETTE D'OUTILS  
JURIDIQUES AU SERVICE DES  
ACHATS SOCIALEMENT  
RESPONSABLES :

Article 38 : insertion condition  
d'exécution,

Article 38-52 insertion condition  
d'exécution et critère de jugement,

Article 28 : insertion objet du  
marché,

Articles 36 et 37 : marchés réservés

Promouvoir et s'appuyer d'avantage sur les nouvelles possibilités offertes par l'ordonnance et le décret.

Depuis l'ordonnance de juillet 2015 et le décret de mars 2016 du code des marchés publics, les facilitatrices ont résolument adopté, auprès des donneurs d'ordres actuels et potentiels, une posture de conseil de l'achat socialement responsable. Ce qui signifie que l'ensemble des possibilités d'achat socialement responsable offertes par le

code des marchés publics est dorénavant proposé aux commanditaires publics et non plus seulement l'article 38 clauses d'insertion. Cela a eu pour effet d'atteindre un volume d'heures d'insertion réalisées jamais atteint jusqu'à présent : **352 845,65 heures d'insertion réalisées en 2017.**

En 2017 de nouveaux segments d'activités de marchés ont comporté une clause d'insertion : conception, impression et distribution de magazines, prélèvements et analyses des eaux de loisirs et de consommation, Délégation de service public de mobilité.

Au cours de l'année 2017 nous pouvons constater que parmi les 10 marchés sur lesquels le plus d'heures d'insertion ont été réalisés, 9 sont des marchés de services :

Tableau des marchés

Maitre d'ouvrage	Opération clause	secteur	Nb heures réalisées
DIJON METROPOLE	2014 - 2017 - NETTOYAGE DE LOCAUX GRAND DIJON VILLE DE DIJON LOT2	SERVICES	5 217,15
DIJON METROPOLE	DELEGATION DE SERVICE PUBLIC EXPLOITATION DES SERVICES DE LA MOBILITE	SERVICES	5 954,70
ORVITIS	PRESTATION D'ENLEVEMENT DES REJETS MENAGERS ET ENTRETIEN DES PARTIES COMMUNES DU PATRIMOINE D'ORVITIS 2016-2020	SERVICES	6 412,71
DIJON METROPOLE	DIVERS BATIMENTS - NETTOYAGE LOCAUX Oct-2014 - 2017	SERVICES	6 613,79
Ville de DIJON	MUSEE DES BEAUX ARTS PHASE II	BTP	8 265,78
ORVITIS	NETTOYAGE PARTIES COMMUNES IMMEUBLES ORVITIS 2015-2018	SERVICES	14 550,88
ORVITIS	NETTOYAGE PARTIES COMMUNES IMMEUBLES ORVITIS lots 3, 5, 6, 8, 10, 11 - 2014/2017	SERVICES	21 095,92
Ville de DIJON	EXHUMATION ET ENTRETIEN CIMETIERE DES PEJOCES	SERVICES	21 301,00
DIJON METROPOLE	PRESTATIONS D'INSERTION POUR ACTIVITES D'ENTRETIEN DE L'ESPACE PUBLIC 2016 -2019	SERVICES	27 178,65
DIJON METROPOLE	COLLECTE ET TRAITEMENTS DES DECHETS MENAGERS ET ASSIMILES	SERVICES	46 267,02

La Direction de la Commande Publique de la Ville de Dijon et de Dijon Métropole ont été mutualisées. La centrale d'achat de Dijon Métropole s'est mise en place et les communes s'y sont rattachées.

Les communes de Dijon Métropole conservent dorénavant en propre des marchés dont les budgets sont plus faibles, ainsi ces marchés ne permettent plus comme auparavant d'intégrer une clause d'insertion article 38 du code des marchés publics. Les nouveaux «contours» de la commande publique du bassin dijonnais, cela essentiellement pour les marchés de services, nous encourage à proposer une offre de service et de conseil plus adaptée et diversifiée sur l'achat socialement responsable au sens large.

#### Responsabiliser les donneurs d'ordres « générateurs » d'une nouvelle offre d'insertion, soutien à la politique de l'emploi.

Avec certains acheteurs publics, un travail de plus en plus étroit dans la construction des marchés :

A titre d'illustration, la Ville de Chenôve, en début d'année 2017, a associé la facilitatrice à son nouveau projet de marché de fourniture et livraison de repas pour la restauration collective de la commune et du restaurant du CCAS. La facilitatrice a été contactée bien en amont du lancement du marché, la volonté politique était claire : réserver tout ou partie du marché à une Structure d'Insertion par l'Activité Économique. La facilitatrice a collaboré avec le service marché/juridique de la Ville de Chenôve, la Direction de l'Éducation, et le Directeur Général des Services afin de réfléchir à l'architecture du marché en fonction de l'offre de services disponible des SIAE sur le territoire. Pour ce faire la facilitatrice a réalisé un sourcing et l'a présenté au donneur d'ordres. Le service marché de la Ville et le service technique ont construit leur marché en ce sens ; 3 lots ont émergé dont 2 ont été réservés à une SIAE, le troisième lot, au regard des besoins du donneur d'ordres, n'a pas permis d'être réservé, ni même d'inclure une clause d'insertion. In fine la collectivité territoriale s'est dite satisfaite du conseil et de l'appui technique de Créativ pour ce travail collaboratif.

#### Coordonner le réseau régional.

Dans le cadre de sa coordination régionale pour les services de l'État, en particulier la plateforme régionale des achats Bourgogne Franche Comté, la responsable du service clauses d'insertion a été amenée à promouvoir le dispositif lors de réunions d'informations ou forum auprès des différents services de l'État.

Dans le cadre de sa mission, elle a organisé **trois réunions inter régionales** avec les facilitateurs de la Bourgogne et la Franche Comté.

CREATIV a également été consulté afin d'apporter son aide à la Direction des Achats de l'État lors de l'écriture d'un « **guide des bonnes pratiques pour des achats socialement responsables** ».

Dans le cadre de son projet de la **Cité Internationale de la Gastronomie**, Dijon Métropole et le Groupe Eiffage ont consulté CREATIV' afin de mettre en œuvre les clauses d'insertion sur ce projet de grande envergure .

Une première phase du projet concernant le réaménagement de l'ancien hôpital, avec des travaux de VRD et de démolitions ont été « clausés ». Les travaux ont démarré fin année 2017.

#### Prospecter de nouveaux donneurs d'ordres

📄 L'article 30 de l'Ordonnance n°2015-899 du 23 juillet 2015 relative aux marchés publics stipule : « La nature et l'étendue des besoins à satisfaire sont déterminées avec précision avant le lancement de la consultation en prenant en compte des objectifs de développement durable dans leurs dimensions économique, sociale et environnementale ».

Avec « Montbard, Pôle de Territoire », la ville de Montbard et la communauté de communes du Montbardois s'inscrivent depuis 2016 dans un grand projet de développement territorial. Dans ce cadre, et notamment à travers un projet de revitalisation centre bourg, la ville va mener d'importantes opérations d'aménagement.

Même si le cadre juridique est claire et la volonté politique affichée, les donneurs d'ordres s'appuient sur l'expertise de CREATIV' pour les aider à définir l'action d'insertion qu'ils souhaiteraient voir mettre en œuvre à travers leur marché. C'est pourquoi la communauté de communes et une municipalité voisine avaient déjà sollicité le service des Clauses d'Insertion dans le cadre de marchés de travaux. Les très bons résultats obtenus, le maillage territorial et l'offre de service complète de CREATIV' ont convaincu la Ville de Montbard de s'inscrire dans une démarche d'achat socialement responsable et de s'appuyer sur le GIP pour le faire.

**11 contacts ont été établis**, rendez-vous physiques et téléphoniques. La prochaine opération comportera donc une clause d'insertion, les marchés seront lancés au second semestre.

Au vu de la durée du projet (2016-2022), des nombreuses opérations à venir et du développement des clauses d'insertion sur le territoire avec d'autres donneurs d'ordres (municipalités voisines, bailleurs sociaux), **il a été convenu avec les partenaires de l'emploi du territoire et la Ville de Montbard, qu'un comité technique serait programmé afin d'organiser la démarche.** La première réunion de ce comité technique est prévue au second semestre.

#### Acheter socialement responsable : réserver des heures de travail, mais pas seulement

📄 L'article 38 de l'Ordonnance n°2015-899 du 23 juillet 2015 relative aux marchés publics stipule : « Les conditions d'exécution d'un marché public peuvent prendre en compte des considérations relatives à l'économie, à l'innovation, à l'environnement, au domaine social ou à l'emploi, à condition qu'elles soient liées à l'objet du marché public.



Sont réputées liées à l'objet du marché public les conditions d'exécution qui se rapportent aux travaux, fournitures ou services à fournir en application du marché public, à quelque égard que ce soit et n'importe quel stade de leur cycle de vie (...) »».

- **Clauses sociales**

Si les donneurs d'ordres ont le souci de réserver une part d'heures de travail à des personnes fragilisées par des problématiques sociales ou professionnelles, ils peuvent aussi avoir une attention particulière aux conditions de travail dans le cadre de l'exécution de leur marché.

Ainsi, nous avons présenté aux maîtres d'ouvrage la démarche entreprise par le FARE et coordonnée par CREATIV' portant sur le **développement des prestations de nettoyage en journée et en continue**. (cf p.83) . **Deux donneurs d'ordre** ont pris part au projet, 1 fait partie du groupe territorial et 1 a intégré le groupe opérationnel avec l'entreprise prestataire. **Une facilitatrice a intégré le groupe territorial** et a participé à ces réunions ainsi qu'à la matinée d'informations organisée le 5 juillet 2017.

- **Accompagner la transition énergétique, favoriser la monter en compétences.**

En 2015, le GIP s'est investi dans un vaste projet visant à accompagner les entreprises et les donneurs d'ordres impactés par la transition énergétique et les nouvelles réglementations environnementales. L'objectif était d'apporter une réponse :

- aux entreprises qui devaient monter en compétences pour répondre aux exigences réglementaires,
- aux maîtres d'ouvrage, impactés par ces mêmes réglementations environnementales et confrontés aux surcoûts liés aux malfaçons.

A l'issue de ce projet, une action de formation portant sur l'étanchéité à l'air des bâtiments a été organisée sur un chantier de construction de 40 logements. Elle a bénéficié à 6 entreprises sur toute la ligne hiérarchique et la maîtrise d'œuvre. A l'issue de cette expérimentation, les tests d'étanchéité ont obtenus d'excellents résultats et l'ensemble des acteurs intervenant sur le projet a été formé et s'est doté d'un langage commun.

Fort de cette expérience, CREATIV' a proposé au bailleur de Dijon Métropole de s'inscrire dans cette démarche. Un rendez-vous a eu lieu avec le Directeur de la commande publique de l'Office qui a donné son accord de principe pour qu'une telle opération soit conduite sur un de leurs marchés de construction soumis à une clause d'insertion. Ainsi, **l'Office, contribue à la sécurisation des parcours :**

- Par **la mise à l'emploi de personnes fragilisées** par des problématiques sociales ou professionnelles,

- Par **la montée en compétences des salariés** du bâtiment (bénéficiaires clauses compris), et s'assure que la prestation demandée **répondent aux objectifs de développement durable**.

## Résultats produits et observables

**Ce sont 728 salariés qui ont travaillé** sur le dispositif dont 29 % de femmes. 21% des salariés sont issus des quartiers prioritaires de la ville.

- 368 ont été accompagnés par une entreprise d'insertion et un chantier d'insertion (89 salariés)
- 148 ont été accompagnés par une EA ou ESAT
- 212 ont été accompagnés par Créativ' pour les marchés de services ou par l'Ariq BTP pour les marchés BTP.
  - 149 salariés ont travaillé sur le secteur BTP dont 22 % issus des Quartiers prioritaires de la ville.
  - 579 salariés dont 211 femmes ont travaillé sur le secteur marchés de services dont 14,5 % issus des Quartiers prioritaires de la ville.

Mises en œuvre sur le bassin dijonnais depuis 2004, les clauses n'ont cessé de se développer et représentent en 2017 plus de **352 845 heures de travail**. Leur développement s'est accompagné d'une forte professionnalisation des équipes qui accompagnent les acheteurs, les entreprises et les salariés au sein de CREATIV'.

Les facilitatrices du pôle clauses d'insertion ont développé le dispositif cette année encore, sur le bassin dijonnais, mais également sur le nord Côte d'Or. La responsable du service clauses d'insertion est la coordonnatrice du dispositif sur la région Bourgogne Franche-Comté pour les services de l'État et intervient auprès des facilitateurs de la région Bourgogne.

Grâce à la promotion faite auprès des donneurs d'ordre, l'assistance technique permanente aux différents acteurs concernés par la clause d'insertion et l'accompagnement des entreprises dans la mise en œuvre de l'insertion professionnel,

Ce sont sur l'agglomération dijonnaise :

- 146 opérations de 29 donneurs d'ordre qui ont permis de faire travailler des demandeurs d'emploi sur le dispositif clauses d'insertion.
- 22 donneurs d'ordre nous ont consulté pour 123 opérations ce qui représente 76 575 heures d'engagement d'insertion.
- **135 entreprises** ont fait travailler des salariés dans le cadre du dispositif clauses.
- Dont **22** entreprises du secteur marchés de service dont 3 entreprises d'insertion et 2 chantiers d'insertion
- 90 entreprises du secteur BTP
- 3 ESAT et 2 Entreprises Adaptée
- 2 ETTI
- 477 contacts avec les entreprises ont eu lieu lors de cette période.

La majorité des donneurs d'ordres sont situés sur le bassin dijonnais.

- Les donneurs d'ordres du bassin dijonnais:

DREAL 21, Eiffage Aménagement, DDT 21, Ministère de la défense, Ministère de la justice et des libertés, Ministère de l'écologie et du développement durable, Ministère de l'économie et des finances, Ministère du travail, emploi et formation, Services du Premier Ministre, SGAR, Ville de Chevigny Ville de Fontaine-les-Dijon, Ville de Saint-Apollinaire Préfecture Bourgogne, Agrosup, ARS Bourgogne, INRA Centre de Dijon, CARSAT Bourgogne - Franche Comté, Ministère De L'Education Nationale, ADIM, Ville de Chenôve, Ministère de l'Intérieur, Icade, Ville de Longvic, La Vapeur, Ville De Quetigny, Ville de Talant, SPLAD, SEM - Société Est Métropole, Grand Dijon Habitat, Villeo, Ville De Dijon, Orvitis, Dijon Métropole.

- Les donneurs d'ordres hors agglomération dijonnaise :

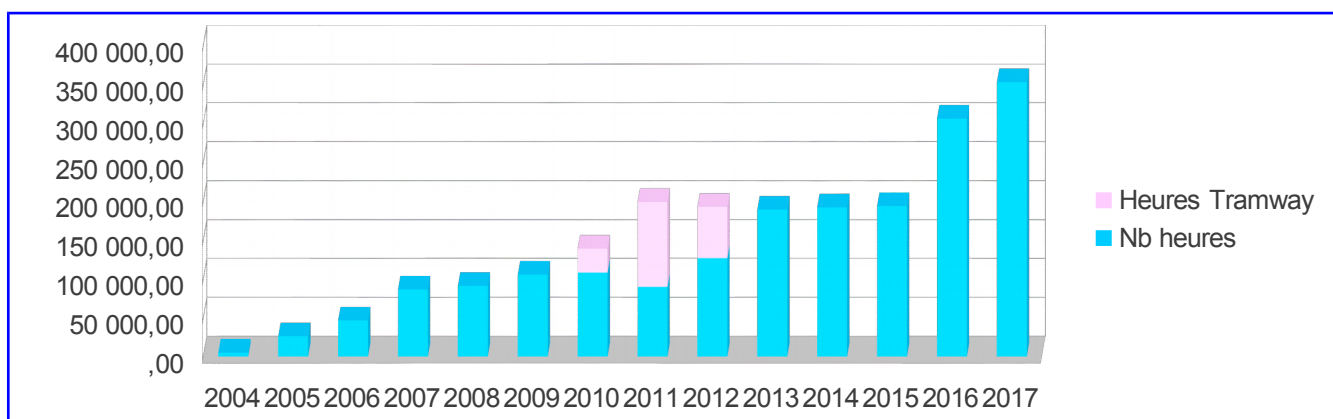
Ville De Soirans, Ville de Montbard, Ville de Venarey Les Laumes, Cc Plaine Dijonnaise, SNCF.

## Les heures d'insertion réalisées

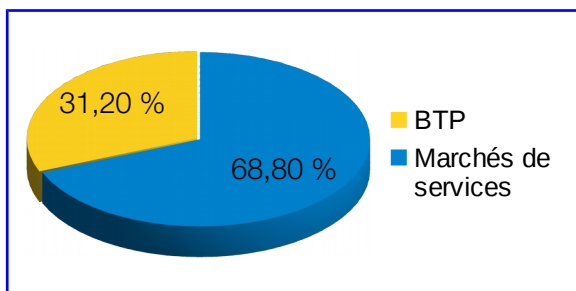
Depuis la mise en œuvre du dispositif en 2004 les heures d'insertion n'ont cessées d'augmenter.

Lors de l'année 2017 ce sont **352 845,65 heures d'insertion** qui ont été réalisées sur des marchés « clausés ».

Evolution du nombre d'heures réalisées depuis l'année 2004 :



Les heures réalisées par secteur d'activités :

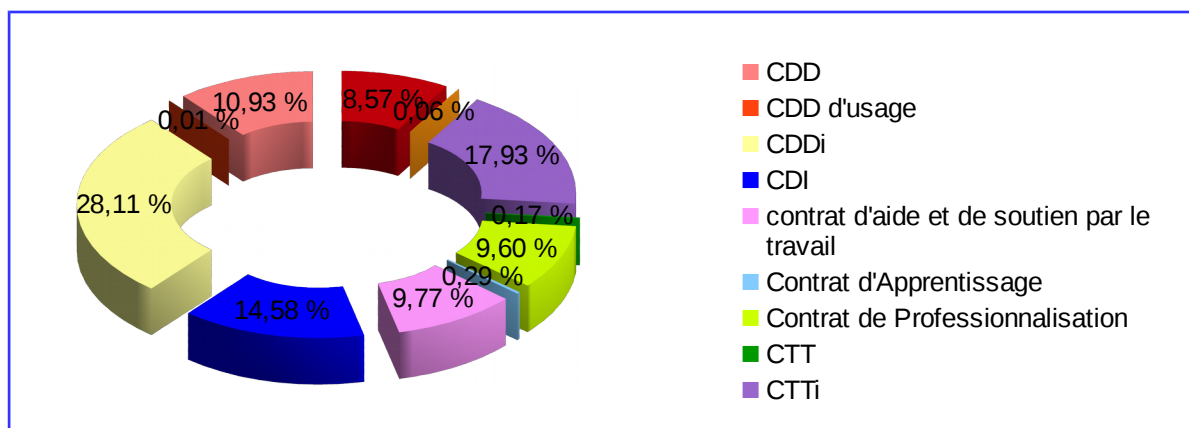


108 265,67 heures ont été réalisées sur le secteur Bâtiment

244 579,98 heures d'insertion ont été réalisées sur le secteur marché de services

Afin de réaliser leurs engagements d'insertion, les entreprises ont différentes modalités à leur disposition.

La typologie des contrats utilisés :



On remarque que 28% des heures sont réalisées par le biais de CDDI. En effet ces heures correspondent à des marchés de nettoyage attribués aux entreprises d'insertion ayant répondu aux appels d'offre.

Viennent ensuite pour 17,93% les heures réalisées par des contrats d'intérim d'insertion (CTTI). En effet avant de pouvoir offrir un CDD ou contrat de professionnalisation, par exemple, les entreprises préfèrent travailler au préalable avec l'intérim.

Dans la continuité des parcours 9,6% des heures ont été réalisées en contrat de professionnalisation et 14,58% en CDI.

### Les embauches

Lors de l'année 2017 ce sont 54 salariés qui ont signé un contrat d'embauche dans le cadre du dispositif clauses d'insertion :

- 32 salariés dans le secteur BTP,
- 22 salariés dans le secteur marché de service.

**28 % des salariés embauchés sont issus des quartiers prioritaires de la ville.**

Tableau des contrats signés :

EMBAUCHE	
Type de contrat	Nbre de salariés
CDI	20
CDD	11
Formation qualifiante	4
Contrat de professionnalisa	19

Au vu de l'activité en hausse lors de cette période par rapport à l'an dernier à la même période, sur tous les secteurs d'activités, les objectifs ont été dépassés.

### **Enseignements et points de vigilance pour la suite**

Nous avons constaté que certains donneurs d'ordres ont su s'approprier rapidement la réforme du code des marchés publics et ont su se saisir de cette nouvelle offre de services plus complète proposée par les facilitatrices clauses d'insertion. Il s'agit de rester vigilant à ce que cela continue et s'amplifie dans la durée. Un travail régulier de pédagogie doit être réalisé auprès de donneurs d'ordres actuels et potentiels.

Nous émettons un point de vigilance pour certains autres donneurs d'ordres qui ne respectent pas les modalités de la charte qui nous lie à eux (ils n'associent pas la facilitatrice à la rédaction de la clause).

## Perspectives

En cette fin d'année 2017, après un long travail de prospection et de promotion du dispositif, une convention de partenariat a été signée avec les directions de SNCF RÉSEAU et SNCF MOBILITÉS. Cette convention vise à encadrer le partenariat établi avec les services de SNCF RÉSEAU et MOBILITES pour développer les achats socio-responsables dans leurs marchés.

Après avoir diversifié les secteurs d'activités, nous envisageons de diversifier les moyens (marchés publics mais aussi délégations de service publics, partenariats publics privés, marchés privés), mais également diversifier les procédures (marchés en conception réalisation, ...)

Au cours du dernier trimestre 2017, le service des Clauses d'Insertion s'est investi au sein des projets portés par le Lab' Compétences :

- Prestation de nettoyage en journée et en continu
- Développement durable.

Pour le premier, il s'agira de se faire relais de la démarche auprès des donneurs d'ordre et de les sensibiliser à cette problématique.

Pour le projet en lien avec le développement durable, Il s'agira, en collaboration avec le Lab'compétences, de réécrire la convention qui lie CREATIV' au bailleur de Dijon Métropole, de lui proposer une offre de service élargie (en lien avec les mutations économiques et la sécurisation de parcours), de réunir les acteurs concernés par cette action de formation sur chantier et de mettre en place un comité de pilotage.

Toujours en lien avec le développement durable, CREATIV' vient d'être retenue par notre tête de réseau national, Alliance Villes Emploi pour être pilote dans la mise en œuvre du projet européen BIMplement qui consiste à accompagner les acteurs impactés par la digitalisation dans le secteur du bâtiment, du maître d'ouvrage au compagnon de chantier. Le service Clauses d'Insertion soutiendra le Lab'Compétences dans la mise en œuvre de ce projet.

## B. Projet en émergence : bâtiment développement durable

### CE QU'IL FAUT RETENIR :

#### Objet :

Le projet porte sur une évolution du partenariat avec Grand Dijon Habitat qui s'illustre avec une offre de service élargie proposée par CREATIV', en terme d'appui à la commande publique responsable, en lien avec :

- les nouveaux outils juridiques prévus dans l'ordonnance n°2015-899 du 23 juillet 2015 et le décret n° 2016-360 du 25 mars 2016 relatifs aux marchés publics et
- l'expertise de CREATIV' en ingénierie de projet sur les questions de mutations et transitions économiques.

#### Thématiques de rattachement :

Principale : achats socialement responsables

Secondaire : développement économique local

#### Résultats attendus :

- Préparation du projet pour lancement en 2018.

#### Organisation :

- La coordination et la gestion de projet est confiée à une facilitatrice Clause d'Insertion et à une chargée de projet du Lab'Compétences.

## Introduction

Avec un parc de plus de 9500 logements sans cesse en renouvellement ou en rénovation, l'Office de Dijon Métropole, Grand Dijon Habitat est directement impacté par les questions de développement durable et d'emploi local. A travers ses commandes, il s'efforce de prendre en considération les objectifs :

- En lien avec la transition énergétique (en exigeant de ses prestataires des habitats peu énergivores ayant un impact réduit sur l'environnement),
- En lien avec les politiques conduites par Dijon Métropole en matière d'emploi (en incluant des clauses d'insertion dans ses marchés).

Aujourd'hui, Grand Dijon Habitat souhaite poursuivre sa démarche d'achats socialement responsables et ainsi renforcer sa contribution dans le développement de l'emploi local en concourant au retour (et au maintien) au travail des publics rencontrant des difficultés sociales ou professionnelles.

Aussi, afin de renforcer la performance de l'habitat de ces locataires, Grand Dijon Habitat souhaite participer à une démarche globale qui permettrait de :

- Réceptionner des ouvrages conformes aux exigences réglementaires et attendus du cahier des charges de Grand Dijon Habitat ;
- Maîtriser les coûts liés aux malfaçons et ;
- Participer à la montée en compétences des salariés du secteur du bâtiment.

Eu égard aux relations privilégiées entretenues par Grand Dijon Habitat et CREATIV' avec Dijon Métropole, il est apparu opportun d'expérimenter dans le cadre d'un partenariat privilégié des modalités d'interventions enrichies. Celles-ci doivent en particulier permettant de renforcer l'expertise mise à disposition du bailleur par CREATIV' et de l'accompagner dans des pratiques d'innovation sociale et environnementale contribuant à l'exemplarité de Grand Dijon Habitat en matière de Responsabilité Sociale et Environnementale.

## Objectifs généraux du projet

Le projet poursuit les objectifs suivants :

- Faire de la commande publique un outil de mise en œuvre de la politique de l'emploi en mobilisant les nouvelles dispositions prévues par la réforme du code des marchés ( l'ordonnance n°2015-899 du 23 juillet 2015 et le décret n° 2016-360 du 25 mars 2016 relatifs aux marchés publics)
- L'ingénierie de projets innovants en lien avec les mutations économiques notamment dans le secteur du bâtiment.

Concrètement il s'agit de redéfinir les modalités du partenariat sur le volet « achats socialement responsables » et clauses d'insertion, et de mettre en œuvre une action de formation *In Situ* sur chantier afin d'accompagner la montée en compétences des entreprises et renforcer la performance énergétique des habitats.

## Détail de l'activité réalisée

Au cours de l'année 2017, ce sont **2 réunions** de travail qui ont eu lieu avec le directeur de la commande publique de Grand Dijon Habitat.

CREATIV' et Grand Dijon Habitat se sont entendus sur les objectifs énoncés plus haut ont décidés de formaliser le partenariat par la rénovation de la convention qui les liait depuis 2012 sur le sujet des clauses d'insertion. Il a été convenu que cette nouvelle convention constituerait une « convention cadre » (signée exclusivement par CREATIV' et Grand Dijon Habitat) à laquelle s'ajouteraient autant « d'accords cadres » que de projets mis en œuvre (tels que le projet de la formation *In Situ*).

A fin décembre 2017, la convention est en cours d'élaboration.



## Perspectives pour 2018

La convention cadre sera établit au 1<sup>er</sup> semestre 2018. Une conférence de presse sera organisée pour communiquer sur les nouvelles modalités du partenariat entre CREATIV' et Grand Dijon Habitat.

Les chargées de projet de CREATIV et le directeur de la commande publique de Grand Dijon Habitat ont prévu de finaliser la convention cadre le 24 janvier 2018.

Aussi il s'agira de sensibiliser, d'informer et de fédérer les partenaires autour du projet de formation *In Situ* dans le but de constituer le futur comité de pilotage. Les rendez-vous sont déjà pris pour janvier avec :

- La CAPEB, le 11 janvier ;
- Constructys, 12 janvier ;
- Le Rectorat, le 18 janvier ;
- La FFB, le 25 janvier ;
- La FRTP, le 13 février.

## V. Projet en lien avec la relation école - entreprise et l'évolution de la formation initiale

### Animation du Campus des Métiers et des Qualifications Alimentation, Goût, Tourisme

#### CE QU'IL FAUT RETENIR :

##### Objet :

Le label Campus des Métiers et des Qualifications, délivré par trois ministères pour quatre ans<sup>2</sup> et porté par les rectorats et les conseils régionaux, vise l'accompagnement de l'évolution de l'offre de formation initiale et continue pour l'adapter aux besoins en compétences des entreprises sur un territoire. Ainsi, le Campus des Métiers et des Qualifications « Alimentation, Goût, Tourisme » s'étend sur le territoire de la région Bourgogne-Franche-Comté.

##### Thématiques de rattachement :

Principale : relation école entreprise et évolution de la formation initiale

Secondaires : développement économique local et sécurisation des parcours professionnels

##### Résultats attendus :

- **Identification des mutations techniques et réglementaires** en cours dans les secteurs d'activités du Campus et leurs **impacts** sur les **compétences**,
- Mise en œuvre d'actions pour **faire évoluer les représentations et renforcer l'attractivité des métiers** auprès des jeunes et de leur famille ainsi que les demandeurs d'emploi,
- **Cartographie** de l'offre de formation initiale existante, **analyse de son adéquation** avec les **besoins en compétences** du territoire et **contribution** à l'évolution de cette offre de formation,
- Participation au **développement de la mobilité à l'international** des jeunes en formation initiale dans les filières des secteurs d'activité du Campus,
- Animation des relations entre les **communautés éducatives / formatives** et le **monde professionnel**.

**Organisation** : L'animation du Campus est assurée par la mise à disposition d'une **coordonnatrice** du Campus des Métiers et des Qualification salariée par le rectorat au sein du GIP CREATIV'. Par ailleurs, les **projets de GPECT Tourisme** du bassin dijonnais et de **GPECT des Industries Agroalimentaires** sur le territoire de l'ex-Bourgogne alimentent directement le **plan d'actions du Campus**.

<sup>2</sup>Ministère de l'Education Nationale, de l'Enseignement supérieur et de la recherche, ministère du Travail, de l'Emploi, de la formation professionnelle et du dialogue social et ministère de l'Economie de l'industrie et du numérique.

## Introduction

Le lancement d'un nouvel appel à projets Campus des Métiers et des Qualifications en 2016 a réuni de nombreux acteurs autour du **rectorat de Dijon** et du **Conseil Régional de Bourgogne-Franche-Comté** pour élaborer une réponse à cet appel à projets autour de l'agroalimentaire et du tourisme, filières structurantes pour la région. En effet, pour conforter son **potentiel touristique à l'international**, la Bourgogne-Franche-Comté s'appuie sur un **patrimoine culturel et gastronomique** et un **savoir-faire agroalimentaire** de renommée nationale et internationale. La **production** et la **transformation de produits d'excellence** sont soumises à de nombreuses évolutions comme l'aspiration des consommateurs pour une alimentation plus saine mêlant **saveur** et **bien-être**. De même, **les pratiques touristiques** évoluent et nécessitent une **forte adaptation** des professionnels aux attentes des consommateurs.

Sur demande de l'État, de la Région et de Dijon Métropole, le GIP CREATIV' mène depuis 2015 une action de GPECT Tourisme sur le bassin dijonnais. Les premiers résultats de l'action, ainsi que le démarrage d'une action de GPECT en Bourgogne sur les industries agroalimentaires ont pleinement légitimé la candidature de **CREATIV'** pour **animer le Campus des Métiers et des Qualifications Alimentation, goût, tourisme** lors de l'attribution du label par le ministère en février 2017. C'est ainsi que la coordonnatrice du Campus recrutée au rectorat a été placée sous l'autorité fonctionnelle de Fabrice Rey, directeur de CREATIV' et également directeur du Campus des Métiers et des Qualifications Alimentation, goût, tourisme.

## Objectifs généraux du projet

Le Campus doit permettre de :

- Contribuer au **développement des filières agroalimentaires et tourisme** structurantes pour l'économie régionale et l'emploi
- Promouvoir **l'enseignement professionnel** auprès des jeunes et de leurs familles
- **Faciliter l'insertion** professionnelle des apprenants
- Développer la **mobilité internationale** pour les élèves, les apprentis et les étudiants
- Renforcer les **coopérations** entre le **système éducatif** et le **monde économique**.

## Détail de l'activité réalisée

Le label du Campus a été délivré par le ministère en février 2017 et une offre d'emploi a été publiée en mars. Les entretiens de recrutement ont eu lieu à la fin du mois d'avril et l'embauche effective de la coordonnatrice a eu lieu le 11 septembre 2017.

De septembre à fin décembre 2017, les activités menées ont été de divers ordres :

### 1/ La stratégie :

- Mise en place de la **stratégie** et de la **gouvernance** du Campus des Métiers et des Qualifications « Alimentation, goût, tourisme ».
- Elaboration d'une première ébauche de **plan d'actions** à partir du dossier de candidature du Campus autour de **5 axes de travail**.
- Définition des **moyens** et de **l'organisation du travail**.

### 2/ L'avancement du plan d'actions :

- **Axe 1 - Anticiper l'impact des mutations techniques et réglementaires sur l'évolution des compétences**, les actions menées :

On note que les résultats du diagnostic du projet de GPECT Tourisme du Bassin dijonnais et du projet de GPECT mené par le Pays Beaunois alimentent directement cet axe 1. De la même façon, les investigations menées auprès des entreprises du secteur de l'agroalimentaire nourriront la réflexion et les actions du Campus.

- **Visite du salon Viteff** à Epernay le 19 octobre 2017 « passerelle des métiers à l'emploi » et écoute de la conférence sur la **mise en tourisme** des sites en Champagne-Ardenne suite à l'inscription au patrimoine mondial de l'Unesco des coteaux, maisons et caves de Champagne.
- **Montée en compétences sur le secteur agroalimentaire**, cette phase, qui se poursuivra sur le début de l'année 2018, a été nécessaire afin de bien comprendre les problématiques des entreprises du secteur et pouvoir échanger avec les enseignants. Cette montée en compétences s'est faite via :
  - La lecture des **études existantes sur le secteur au niveau national et régional** ;
  - Une **veille sur les actualités du secteur** (ex. états généraux de l'alimentation) et des entreprises locales ;
  - La participation aux **visites d'entreprises** dans le cadre de la phase de diagnostic du projet de GPECT sur les Industries

Agroalimentaires. 2 RDV ont été effectués en 2017 (voir projet GPECT agroalimentaire) avec une prise de RDV difficile et chronophage, les interlocuteurs visés (direction ou ressources humaines) étant très peu disponibles en général et particulièrement en fin d'année.

- **Axe 2 - Faire évoluer les représentations pour renforcer l'attractivité des métiers**
  - Préparation et **co-animation de trois groupes de travail** d'entreprises de l'hôtellerie-restauration et du commerce dans le cadre de la préparation de l'évènement de promotion des métiers de la relation client en lien avec le tourisme (voir projet GPECT Tourisme).
  
- **Axe 3 - Contribuer à l'évolution de l'offre de formation et sécuriser la poursuite de parcours de formation**
  - Participation à l'élaboration de **l'analyse Atouts Faiblesses Opportunités Menaces** de l'offre de formation initiale, continue et pour les demandeurs d'emploi sur le bassin dijonnais sur les métiers de la relation client en lien avec le tourisme (voir projet GPECT Tourisme)
  - Elaboration d'une **note d'opportunité** pour l'ouverture d'un **BTS diététique au sein du lycée Simone Weil** de Dijon. Dans ce cadre, une recherche documentaire a été complétée par **12 entretiens téléphoniques** avec les acteurs suivants : 5 entreprises de restauration collective de Bourgogne, le CHU de Dijon, Restau'co et 2 organismes de formation ont été interrogés.
  
- **Axe 4 - Développer les mobilités à l'international**
  - **Etat des lieux** auprès des établissements d'enseignement des actions menées et les besoins sur les mobilités à l'international – en cours, 4 lycées rencontrés, 1 CFA.
  - **Veille** sur des activités menées par d'autres Campus des Métiers et des Qualifications sur ce sujet et notamment visite du « Hub des partenaires » organisé par le Gip Roissy et le Campus « Hub aéroportuaire et échanges internationaux » le 1<sup>er</sup> décembre 2017. Cette visite a permis d'échanger sur le projet Erasmus + mené par le Gip de Roissy.

- **Axe 5 - Animer les relations entre les communautés éducatives et le monde professionnel.**
  - **Rencontres** pour présenter le Campus et ses activités auprès des différents **acteurs de la formation et du monde économique** :
    - 3 proviseurs de lycées professionnels et 5 Directeurs Délégués aux Formations Professionnelles et Technologiques ;
    - 9 enseignants Bac pro Industrie de Transformation
    - 1 directeur de CFA agricole ;
    - 3 inspecteurs de l'éducation nationale en charge des filières du Campus ;
    - 2 organismes de formation continue AFPA, UMIH Formation
    - 3 OPCA : Forco, Agefos-PME, Fafih
    - Vitagora, pôle des Microtechniques, Agence Economique Régionale, Syntec Numérique, Umih Bourgogne, Umih Franche-Comté, Agence d'Intelligence Economique de Franche-Comté.
    - Participation le 9 novembre 2017 aux Assises de l'Apprentissage organisées par le Fafih, rencontre de 4 directeurs de CFA.

### 3/ La prise de connaissance de l'environnement de travail et des outils existants.

Il a été nécessaire, et cette action se poursuivra au cours de l'année 2018, de prendre connaissance de **l'organisation du travail et des outils existants** déjà au sein du rectorat de l'académie de Dijon dans le cadre de la relation avec les entreprises (**concours, catalogue « découverte des métiers », parcours avenir, Carrefour Jeunes Chercheurs Entreprises...**). De nombreux outils étant pertinents et mobilisables pour mettre en œuvre des actions du Campus. Ce travail devra également être mené auprès de l'académie de Besançon au cours de l'année 2018.

### 4/ Communication

Au mois de décembre 2017, il a été conçu un **flyer de présentation** du Campus. Ce flyer sortira sous la forme papier au début de l'année 2018.



## Résultats produits et observables

A la fin de l'année 2017 :

- **La stratégie du Campus à trois ans** est définie. **L'arbre des objectifs** et le **plan d'actions** sont élaborés. Une présentation visuelle des axes de travail est disponible pour échanger avec les différents membres du Campus.
- La liste des membres du **Comité technique du Campus et du Conseil de perfectionnement** sont arrêtés, les deux instances comptent 3 collèges : 11 membres du collège réunissant établissements secondaires, enseignement supérieur et recherche ; 14 membres pour le collège monde économique et enfin 8 représentants des institutionnels. La liste des membres a été établie en veillant à l'équilibre entre les thématiques agroalimentaire et tourisme et les territoires Bourgogne et Franche-Comté.
- **Les acteurs de l'environnement économique** commencent à identifier le Campus et les actions à mener en collaboration avec celui-ci.
- Une bonne partie des acteurs de **l'écosystème du Campus** ont été rencontrés : **branches professionnelles, lycées, CFA, établissements d'enseignement supérieur et laboratoires de recherche** pour les secteurs de **l'agroalimentaire** et de **l'hôtellerie-restauration**.
- Une note d'opportunité rédigée par le Campus sur le BTS Diététique a permis au lycée Simone Weil de Dijon de compléter sa candidature pour l'ouverture de cette formation au sein de son établissement.

## Enseignements et points de vigilance pour la suite

Le périmètre thématique et géographique du Campus étant très large, il est important de rester vigilant pour prioriser les actions tout en gardant à l'esprit le respect de l'équilibre entre :

- Les filières concernées (agroalimentaire, hôtellerie-restauration, tourisme),
- Les territoires (territoire de l'ex région Bourgogne / territoire de l'ex région Franche-Comté)
- Et les acteurs (monde économique et établissements d'enseignement et de formation).

Cet exercice nécessite également la prise en compte des modes de fonctionnement et d'organisation du travail différents entre plusieurs typologies d'acteurs (rectorat, Direction Régionale de l'Alimentation de l'Agriculture et de la Forêt, branches professionnelles, entreprises...).

## Perspectives pour 2018

Continuer la mise en œuvre du plan d'actions et particulièrement :

- 1<sup>ère</sup> réunion du Comité technique du Campus avec présentation de la stratégie et du plan d'actions.
- Temps de travail et d'échange avec les enseignants des filières hôtellerie-restauration sur les résultats de l'enquête menée dans le cadre du projet de GPECT Tourisme.
- Finalisation du diagnostic du projet de GPECT des Industries Agroalimentaires et synthèse des enseignements afin d'identifier les mutations en cours sur les métiers du secteur et leur impact sur les emplois et des compétences.
- Poursuite des rencontres avec la communauté éducative et formative et les acteurs économiques de l'écosystème du Campus...

A noter : dans le cadre de l'appel à projets Territoire d'Innovation de Grande Ambition, **le projet « Dijon, territoire modèle du système alimentaire de 2030 » a été présélectionné en décembre 2017 pour aller en phase 2.** Des groupes de travail vont être constitués pour travailler sur cette seconde phase et ceux-ci constituent une véritable opportunité pour **inscrire le Campus comme un acteur incontournable** facilitant les relations entre le monde économique, la recherche et les établissements d'enseignement secondaire.



## **VI. Autres travaux réalisés**

Tout au long de l'année, CREATIV' a mené d'autres travaux :

- Certains, étaient internes destinés, à faire évoluer son organisation, rapprocher et créer des synergies entre les différents services ;
- D'autres étaient tournés vers les partenaires que sont des Clubs d'entreprises ;
- D'autres, enfin, ont permis à CREATIV' de participer aux actions du territoire en direction des demandeurs d'emploi.

### **A. Une organisation qui évolue et des synergies inter-services :**

#### 1/ Formation action avec un consultant (Pascal Desclos)

Cette formation a concerné les chargés de projet des trois services (Lab'Compétences, Clauses d'insertion et PLIE) Les trois services ont bénéficié d'une formation-action sur le thème du « management des projets partenariaux ».

Puis, des travaux spécifiques ont été conduits ::

- La préparation du comité de pilotage pour le Lab'Compétences
- L'organisation d'un événementiel pour le service clauses

Pour chacune des thématiques, une méthodologie et des outils ont été déployés.

#### 2/ Travail commun Lab' Compétences / PLIE / service clauses sur la démarche entreprises :

L'objectif était de faciliter le développement de démarches entreprises par les référents du PLIE. Pour cela, il a été décidé de s'appuyer sur les compétences des chargés de projet du Lab'Compétences et du service clauses. Les travaux, dans le cadre de séances de travail préparatoires inter-services, ont abouti à

- Une méthode calée avec la coordinatrice du PLIE
- Trois ateliers en direction des référents PLIE, animés par les chargées de projet du Lab'Compétences (un en juin et un en septembre 2017) qui ont débouché sur une fiche technique rédigée par la coordinatrice du PLIE
- L'organisation de rendez-vous en entreprise en binôme clause/PLIE ou LAB' Compétences / PLIE

#### 3/ Coaching d'une cohorte de participants PLIE par une chargée de projet du Lab' Compétences :

Une chargée de projet qui préparait un Diplôme Universitaire de « Coaching et Performance Mentale » a souhaité mettre ses compétences au service du PLIE.

Elle a donc coaché, pendant trois mois, un groupe de trois hommes et trois femmes de 30 à 50 ans, participants du PLIE.

Tous avaient des problématiques d'ordre social, économique, personnel, professionnel, ainsi qu'un faible niveau de qualification avec un manque d'autonomie qui engendre une perte de confiance en soi.

Ils avaient également en commun une image dégradée d'eux-mêmes et appréhendaient les situations où ils devaient faire face à des inconnus et se retrouver en communauté.

Cette action avait pour objectifs de :

- Créer un espace de confiance,
- Libérer la parole,
- Valoriser chacune des personnes,
- Favoriser l'estime de soi et la confiance en soi,
- Favoriser la perception par chacun de son image vue par le groupe.

Les coachings se sont déroulés d'avril 2017 à juillet 2017, dans le cadre de quatre ateliers en collectif, entre lesquels ont été intercalées des séances en individuel.

Dans la poursuite de ces objectifs pragmatiques et opérationnels, le coaching a permis d'élargir le champ des possibles et de faire éclore de nouvelles potentialités.

Il a aussi permis de stimuler la motivation et l'engagement des participants et d'installer une dynamique constructive et créative.

## **B. Des rapprochement et une participation aux travaux des Clubs d'entreprises**

CREATIV' est adhérente des deux clubs. Le directeur de CREATIV' a intégré le C.A. de CAP NORD ainsi qu'à la commission emploi et au plan d'actions du Club Grand Sud.

C'est de nature à favoriser le développement de projets et mettre les entreprises au « cœur du réacteur ».

## **C. Une participation aux actions en faveur des demandeurs d'emploi**

CREATIV' a participé aux manifestations suivantes :

- Dans le cadre du PLIE et du dispositif « 100 chances 100 emplois », forum Emploi du jeudi 22 juin organisé par Pôle emploi et le CCAS de Chenôve à la Mairie de Chenôve,
- Dans le cadre du PLIE, des clauses d'insertion et du dispositif « 100 chances 100 emplois », forum « Emploi=mode d'emploi » le mardi 19 septembre organisé par Pôle emploi et la Maison-Phare à la Maison-Phare de la Fontaine d'Ouche.

## D. Communication

Tout au long de la période, CREATIV' s'est efforcé de donner de la visibilité à son action, dans la presse ou en participant à des événements.

Le tableau ci-dessous répertorie les articles de presse obtenus.

Date de parution	Organe de presse	Article	GIP	Cluses	Lab' Compétences
15/02/17	Bien Public	Dijon Emploi_100 Chances 100 Emplois			X
27/02/17	Journal du Palais	« 100 Chances 100 Emplois » cherche à étendre son réseau	X		X
15/05/17	Bien Public	Club Entreprendre_Comment recruter ?	X		X
18/05/17	Journal du Palais	Club d'entreprises – Soirée Cap Nord	X		
29/05/17	Bien Public	La Maison de l'emploi change de nom pour devenir Creativ'	X		
29/05/17	Bien Public	Ils vont nettoyer votre entreprise pendant que vous êtes au bureau	X		X
05/06/17	Journal du Palais	Faire matcher offres et demandes locales	X		X
12/06/17	Journal du Palais	La Maison de l'emploi et de la formation devient Creativ', le cluster emploi-compétences du bassin dijonnais	X		
12/06/17	AVE	La MDE du Bassin Dijonnais devient « Creativ' »	X		
24/06/17	Infos-dijon.com	DIJON : La Maison de l'emploi et de la formation est devenue CREATIV', un «cluster» emploi	X		
26/06/17	Bien Public	La Maison de l'emploi change de nom et de dimension	X		
26/06/17	Journal du Palais	Creativ', le cluster au service de l'emploi	X		
28/06/17	Dijon l'Hebdo	Creativ' « Le premier cluster emploi-compétences »	X		
30/06/17	Directe	Les ateliers d'information de la Directe_Atelier thématique recrutement à Is-sur-Tille	X		X
05/07/17	Bien Public	De nouveaux horaires pour ménager les agents de nettoyage	X		X
20/07/17	Infos-dijon.com	Dijon Métropole : L'emploi des seniors est un sujet majeur	X		
28/07/17	Ecodocs	« Regards croisés, ressources cachées » : une nouvelle approche de l'accompagnement des demandeurs d'emploi seniors	X		
14/08/17	Journal du Palais	Réinventer l'emploi, de A à Zèbre			X
20/09/17	Dijon Métropole	Creativ' La Métropole s'engage pour l'emploi	X		
22/09/17	Journal du Palais	Tribune Océane Charret-Godard : Réinventer les politiques de l'emploi par les territoires	X	X	
24/10/17	Journal du Palais	Elles signent pour l'emploi (partenariat Pôle Emploi et Creativ')	X	X	
01/11/17	Supplément du magazine de la ville de Dijon	Dijon mobilisée pour l'emploi	X	X	X
10/11/17	Ecodocs	Dijon Métropole et Pôle Emploi renforcent leur coopération	X	X	
17/11/17	Ecodocs	Regard croisés, ressources cachées: une rencontre pour aider les seniors à valoriser leurs compétences	X		
20/11/17	CentreFrance.com	Auxerre, Dijon, Nevers...La survie des Maisons de l'emploi menacée à l'horizon 2019	X		
28/11/17	Bien Public	Supplément Entreprises et Performances-Dossier Formation professionnelle	X		X
01/12/17	Dijon Capital 2017-2018	Serveur en 3D	X		X
01/12/17	AEF	Aide à la personne : six entreprises de Côte d'Or se mobilisent pour réduire les risques d'inaptitude	X		X

## VII. Annexes

### Annexe 1 :

GPEC Territoriale dans le secteur du Tourisme : accompagner l'évolution des compétences en matière de relation clientèle

Plan de développement des compétences des métiers de la relation client dans le secteur du Tourisme

### Annexe 2 :

GPEC Territoriale dans le secteur du Tourisme : accompagner l'évolution des compétences en matière de relation clientèle

Schéma du projet d'événementiel présenté dans les axes 3 et 5

## Annexe 1 : Plan de développement des compétences des métiers de la relation client dans le secteur du Tourisme

### AXE 1 – PILOTAGE

FICHES-ACTIONS	OBJECTIFS	POINT D'ÉTAPE
N°1.1: Mettre en place d'une instance de pilotage adaptée aux différents territoires des Climats (ZTI, Pays Beaunois)	Mettre en place un comité de pilotage institutionnel de la démarche GPECT Tourisme à l'échelle des Climats afin de : - coordonner les deux démarches du dijonnais et du Pays Beaunois - assurer une cohérence vis à vis des acteurs économiques - favoriser la mutualisation d'actions et des moyens	Lors d'une rencontre organisée en mars 2017, les présidentes des deux entités, ont acté le fait que CREATIV' et le Pays Beaunois garderaient le pilotage de leurs projets respectifs sur leur périmètre.  Elles ont néanmoins acté la mise en commun et une mutualisation ciblées, le moment venu, sur les actions de formation.  Par conséquent, lors du comité de pilotage du 28 juin 2017, il a été décidé de renommer cette action « Mise en place d'une <b>instance de concertation</b> de la démarche GPECT Tourisme ».
N°1.2 : Mettre en place une instance d'animation de proximité des acteurs du Tourisme sur les périmètre ZTI, Chenôve et Marsannay N°1.3 : Mettre en place une démarche qualité en matière de relation clients	Associer étroitement les entreprises de l'hôtellerie-café-restauration et du commerce, à la mise en oeuvre du plan d'actions et notamment à la conception d'un événement (axe 4) et de solutions de formation innovants (axe 6) autour des métiers de la relation client.  Il s'agit de créer un collectif d'entreprises HCR/Commerce sur la ZTI, Chenôve et Marsannay pour : - fédérer les acteurs pour la suite des actions à conduire, - contribuer à l'élaboration d'un référentiel/d'une charte qualité de la relation client que les professionnels du Tourisme souhaitent offrir	CREATIV' a continué pendant cette période à fédérer le partenariat existant et l'a également élargi en mobilisant de nouveaux acteurs.  Pour cela, CREATIV' a rencontré <b>les différentes parties prenantes qui ont confirmé leur soutien</b> : - Les maires de Chenôve et de Marsannay en avril : il est envisagé d'organiser un seul et même groupe de travail - périmètre Chenôve et Marsannay. - L'élue de la Ville de Dijon à l'Attractivité et au Commerce, - La Direction Commerce de la Ville de Dijon et l'association des commerçants Shop in Dijon.(rencontre le 20/04), UMIH, UMIH Formation (le 23/05), Forco et Agefos-PME pour la mobilisation des entreprises (avec CREATIV').  Puis, CREATIV' a organisé et animé une première <b>réunion entreprises HCR/Commerce sur le périmètre de la ZTI</b> , le 11 septembre dans un établissement du secteur HCR. Ce temps fort avait pour objectif de présenter la démarche, les enjeux en matière de relation client sur la ZTI et la suite des travaux à conduire. Cette première réunion a permis d'accueillir et de sensibiliser <b>cinq entreprises</b> . Les différents partenaires de l'action (UMIH, UMIH Formation, AGEFOS- PME, FORCO, FAFIH, Shop in Dijon) s'étaient mobilisés.  <b>2 autres réunions ont eu lieu les</b> 6 novembre (5 entreprises présentes) et 18 décembre (3 entreprises présentes) au sein d'établissements du secteur HCR du centre ville de Dijon. L'une a permis d'affiner le référentiel d'activités/de compétences commun HCR/Commerce à maîtriser autour de la Relation Client et l'autre d'échanger sur les impacts du numérique dans les secteurs HCR/Commerce. Les partenaires du projet étaient également présents: UMIH, UMIH Formation, Fafih, Agefos- Pme, Campus des Métiers et des Qualification.  <b>Un flyer a été conçu</b> afin de communiquer sur les objectifs de ces réunions et pour prospecter et mobiliser les entreprises. Le contenu du Flyer a été travaillé et validé par les partenaires du projet (UMIH, UMIH Formation, Fafih, Forco, Agefos Pme, Campus des Métiers et des Qualifications.

### AXE 2 – MOBILITÉS PROFESSIONNELLES ET SÉCURISATION DES PARCOURS

FICHES-ACTIONS	OBJECTIFS	POINT D'ÉTAPE
Les objectifs de cet axe se déclinent en plusieurs étapes méthodologiques détaillées en sous actions :		
N°2.1 : Mettre en place un socle de compétences partagé entre les acteurs du tourisme et du commerce autour des métiers de la relation client (déclinaison de la charte qualité)	Il s'agit de s'appuyer sur l'axe 1, c'est à dire des groupes de travail avec les entreprises HCR/Commerce sur le périmètre de la ZTI dans un premier temps pour définir le référentiel d'activités et de compétences autour de la relation client	Sur la période écoulée, CREATIV' a <b>coordonné les investigations</b> dans le secteur du commerce.  CREATIV' a réalisé une <b>trame d'entretien</b> puis a organisé <b>deux réunions de travail</b> avec le FORCO (17/03) et AGEFOS-PME (20/03) pour leur présenter la méthode et l'outil d'enquête, définir un échantillon représentatif d'entreprises à visiter au regard du périmètre visé (ZTI), se répartir les investigations et convenir d'un calendrier. <b>Huit établissements ont été rencontrés</b> entre le 10 avril et le 12 mai. par le FORCO (4), AGEFOS-PME (4) et CREATIV' (2). <b>CREATIV' a ensuite réalisé l'analyse</b> qui ont été validés par le FORCO et AGEFOS-PME.  Par ailleurs, à partir des éléments remontés des deux enquêtes, CREATIV' a produit un <b>tronc commun d'activités HCR / Commerce</b> , validé au comité de pilotage de juin. Ce TCA servira de support/de base pour promouvoir les métiers de la Relation Client et la formation à ces métiers.
N°2.2 : Analyser les enjeux en matière d'évolution de la formation initiale et continue sur les métiers de la relation client	- Réaliser un panorama des formations initiales et continue sur le territoire sur les métiers de la relation client - Analyser la capacité de l'offre de formation locale à préparer aux compétences de la relation client au regard Des compétences attendues par les professionnels	CREATIV' a conduit des <b>entretiens avec les établissements scolaires et les organismes de formation</b> en lien avec le secteur HCR / Commerce sur le territoire pour mieux connaître le contenu de l'offre et les conditions d'apprentissage en matière de relation client :  - Entretiens individuels avec les lycées Simone Weil (le 13/04) , Le Castel (le 2/05), Saint Bénigne ( le 22/05 et le 30/06) - Séance de travail avec les Lycées Simone Weil ( le 16/05) et Le Castel (le 12/06), SB Formation (le 21/09), - Séances de travail avec le CFA LA NOUE, le FAFIH, l'AFPA (le 29/03 et le 10/04), IFPA (le 31/03), Talent Campus (le 2/06) et le GRETA 21 (le 19/07), - Séances de travail avec l'animatrice du <b>Campus des Métiers et des qualifications « Alimentation – Goût- Tourisme »</b> , arrivée le 11/09, pour <b>articuler les deux projets</b> . En effet, la démarche de GPECT tourisme menée sur le territoire du Grand Dijon permet d'enrichir les travaux du Campus .  Une analyse des résultats sera présentée au cours du premier trimestre 2018.

N°2.3 : Doter les actifs d'un passeport-compétences HCR / Commerce	<p><b>Pour les salariés :</b> Valoriser et reconnaître les compétences et l'expérience des professionnels sur la base du référentiel commun validé par les entreprises, Les aider à mobiliser les outils de la formation continue et à développer de nouvelles compétences.</p> <p><b>Pour les entreprises :</b> Favoriser une meilleure gestion territoriale du vivier de compétences en facilitant la reconnaissance entre pairs des profils intéressants, Les sensibiliser à l'évolution des besoins sur les métiers de la relation client pour ajuster à la fois leurs pratiques de recrutement mais aussi mieux reconnaître les compétences des professionnels.</p>	Non traité pendant la période
N°2.4 : Favoriser l'accès des actifs en contrats courts au CIF CDD et à la VAE	Cette action doit favoriser l'information et la promotion des dispositifs permettant l'accès à la formation des salariés du secteur tout particulièrement ceux en intérim, en CDD. L'objectif sera notamment de mettre l'accent sur le compte CPF et la mobilisation des outils type VAE, CIF CDD.	Non traité pendant la période

### AXE 3 – PROMOTION ET ATTRACTIVITÉ DES MÉTIERS

FICHES-ACTIONS	OBJECTIFS	POINT D'ÉTAPE
<p>N°3.1 : Définir une stratégie de promotion intersectorielle des activités et des métiers (marketing des métiers) contextualisée aux enjeux des Climats et de la ZTI</p>	<p>Il s'agira d'organiser au deuxième trimestre 2018, un événement pour promouvoir de manière innovante les métiers de la relation client et du tourisme pour renforcer leur attractivité.</p> <p>Les objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- S'appuyer sur l'excellente du patrimoine des Climats et des enjeux économiques, mais aussi sur un discours renouvelé autour des métiers de la relation clients (en s'appuyant sur le lien avec le théâtre et les techniques d'improvisation, le serious game)</li> <li>- Pour faire évoluer les représentations des jeunes et des demandeurs d'emploi sur le secteur et ses métiers</li> <li>- Permettre aux futurs entrants d'avoir une meilleure connaissance de l'actualité du territoire et des incidences sur les métiers de l'hôtellerie-restauration et du commerce</li> <li>- Mieux orienter les publics vers ces métiers</li> <li>- Faire évoluer le discours des professionnels sur leurs métiers</li> </ul>	<p><b>NB : cet axe est étroitement lié à l'axe 5 concernant la formation.</b></p> <p>Afin de renforcer l'attractivité des secteurs visés et les métiers de la relation client, CREATIV' travaille avec les différents acteurs du projet (UMIH, UMIH Formation, FORCO, AGEFOS-PME et l'animatrice du Campus des Métiers et des Qualifications) à la définition et à l'organisation d'un événement au cœur de la ZTI au cours du second semestre 2018. Cette manifestation se veut inscrite dans la Ville et doit permettre aux visiteurs de sortir du salon, de porter un autre regard sur leur territoire et de rencontrer les professionnels.</p> <p><b>Ce salon devrait se tenir à l'automne 2018 sous les Halles de Dijon au cœur de la ZTI et s'articulerait autour de différents pôles qui serviraient de démonstrateurs pour les modules de formation construits sur des mêmes thématiques.</b></p> <p><b>Deux réunions de travail ont eu lieu (en septembre et en octobre)</b> pour dessiner les <b>grands axes</b> de l'événement qui s'articulera autour de <b>six pôles de découverte</b> avec l'objectif de faire évoluer les représentations des jeunes, des familles, des demandeurs d'emploi et des professionnels sur les métiers de la relation client et le haut niveau de compétences attendu. <b>Les différents pôles et modules de formation en lien ont été présentés lors du comité de pilotage du 12 décembre 2017. Cf Schéma page 20.</b></p> <p>Un <b>projet d'application</b> est en cours de définition qui servira à <b>informer</b> et à <b>communiquer sur l'événement</b> mais <b>aussi à guider les visiteurs</b> sur le territoire de la ZTI pour découvrir ses professionnels et son patrimoine.</p> <p>CREATIV' a rencontré en septembre <b>Sweepin, start-up dijonnaise</b> qui dispose déjà d'une <b>plate forme multi-technologies dédiée aux services</b> basés sur le positionnement utilisateur et qui a déjà développé une <b>application de marketing mobile géolocalisée</b>.</p> <p>De plus, afin de <b>communiquer sur ce projet d'événement, son opportunité et impliquer les acteurs</b>, CREATIV' a rencontré de manière individuelle : la Direction des Musées et du Patrimoine, la Directrice et la Présidente de l'Office de Tourisme de Dijon, cette dernière étant également Vice-Présidente en charge du Tourisme pour la Métropole, l'Elue au développement économique et marque territoriale, les Directions du Tourisme et de la formation à la Région, la Directrice du Comité Régional du Tourisme, le Président de Syntec Numérique. <b>L'ensemble des acteurs rencontrés ont confirmé leur soutien.</b></p> <p>CREATIV' a également pris contact auprès de professionnels pour chiffrer l'événement : EMA Dijon, la Fonderie à Paris.</p> <p>CREATIV' a rédigé un <b>courrier au président confédéral de l'UMIH</b> pour lui présenter le projet d'événement et l'inviter à cette occasion.</p>
<p>N°3.2 : Mettre en place des actions innovantes de promotion Des métiers adaptées au contexte Des Climats et de la ZTI</p>	<p>- Promouvoir l'actualité touristique, les métiers du tourisme par des jeunes issus des quartiers auprès des habitants de ces quartiers et à la population en général,</p> <p>- Former un groupe de jeunes issus des quartiers Politique de la Ville autour des savoirs faire en lien avec la digitalisation des entreprises qui sont dans le secteur touristique.</p> <p>(cette action sert à la fois l'axe 5 « accompagnement RH des entreprises » autour du développement des compétences numérique et l'axe 6 « formation » autour des besoins en matière de numérique (communication sur le web..)</p>	<p>CREATIV' a enrichi le plan d'action et proposé une action innovante pour <b>favoriser l'accès à l'information et aux emplois touristiques des habitants des quartiers dits « sensibles »</b>. Il s'agit d'une action de de professionnalisation aux nouveaux médias de communication par un groupe de jeunes issus des quartiers de Fontaine d'Ouche et de Chenôve.</p> <p>CREATIV' a rencontré un professionnel qui développe un complexe numérique (jeux vidéos, réalité virtuelle) basé à Chenôve et organisé <b>deux séances de travail</b> pour co-construire l'actio.</p> <p>Une réunion avec les acteurs de la Politique de la Ville et Gaïa a eu lieu en mai pour présenter le projet et étudier sa faisabilité. Les acteurs présents ont <b>validé le projet d'action</b>.</p> <p>CREATIV' <b>a rédigé et envoyé le cahier des charges</b> de l'action, <b>rédigé la lettre de commande</b>, puis <b>pré-sélectionné le prestataire</b>. L'action, ses modalités et la désignation du prestataires ont été validés lors du comité de pilotage de juin.</p> <p>Puis, CREATIV' a rencontré le 10/07 le CCAS de Chenôve, la Mission locale le 20/07 et la Maison Phare de Fontaine d'Ouche le 5/09 pour présenter le projet et <b>nouer des partenariats en vue du repérage du public. Ces rencontres ont permis d'inscrire ces missions dans le cadre d'une mission de service civique pour 8 jeunes. CREATIV' a alors rencontré Uniscités pour étudier la faisabilité du projet dans ce cadre.</b></p> <p><b>La mise en œuvre de cette action a néanmoins été retardée suite aux décisions budgétaires prises par le gouvernement. Les acteurs recherches d'autres modalités d'ingénierie financière.</b></p>

## AXE 4 – ACCOMPAGNEMENT DE LA FONCTION RH DANS LES ENTREPRISES

FICHES-ACTIONS	OBJECTIFS	POINT D'ÉTAPE
<p>N°4.1 : Favoriser le mécénat de compétences</p> <p>N°4.2 : Conduire une réflexion sur des services RH individuels dédiés HCR et Commerce</p>	<p>Dans un contexte où la mise en place de la ZTI va conduire de grandes enseignes à ouvrir prochainement les dimanches, il s'agit de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Interroger les commerçants sur les impacts de la mise place de la ZTI sur leur organisation du travail et sur leurs besoins en matière de conseil RH</li> <li>- Construire une offre de services RH dédiée aux commerçants de la ZTI</li> </ul>	<p>Dans un contexte où la mise en place de la ZTI va conduire de grandes enseignes à ouvrir prochainement les dimanches, CREATIV' a rencontré la Direction du Commerce de la ville de Dijon avec l'association des commerçants du centre ville - Shop in Dijon en avril 2017 et leur a proposé de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Interroger les commerçants sur les impacts de la mise place de la ZTI sur leur organisation du travail et sur leurs besoins en matière de conseil RH,</li> <li>- Construire une offre de services RH dédiée aux commerçants de la ZTI.</li> </ul> <p>Cette proposition a été validée et CREATIV' a ensuite élaboré un questionnaire à destination des commerçants soumis à la validation de la Direction du commerce et Shop In Dijon. CREATIV' a participé au Petit déjeuner des commerçants du 22 juin à l'occasion duquel Shop in Dijon a présenté la démarche. Le questionnaire a ensuite été envoyé à l'ensemble des adhérents de Shop In, via une newsletter, le 23 juin (délai de réponse 1er juillet). Cette démarche n'a pas abouti (absence de retours).</p> <p>CREATIV' a donc saisi l'opportunité d'une étude commanditée par la Ville de Dijon à la CCI auprès des commerçants de la ZTI. Après une réunion de travail avec la Direction Commerce de la Ville de Dijon, il a été décidé que l'étude de la CCI comprendrait, en plus des sujets initiaux, le questionnement RH élaboré par CREATIV'.</p> <p>Un argumentaire a été élaboré par la CCI et partagé à CREATIV' pour expliquer la démarche dans le cadre de la prise de rendez-vous.</p> <p>La phase d'enquête a eu lieu entre le 15 août et le 15 septembre. Le questionnaire a été diffusé par la CCI par internet et ensuite par téléphone. CREATIV' a participé à cette enquête et a interrogé douze établissements début septembre.</p> <p>Créativ a participé à une réunion de restitution des résultats animée par la CCI, le 1<sup>er</sup> décembre, en présence de la Ville de Dijon, de la Direction du Commerce et de l'Élue au Développement économique et marque territoriale.</p> <p>Parmi les 138 commerçants qui ont répondu : 23 % souhaitent disposer d'un appui conseil RH (indépendants les plus intéressés : 27% contre 13 % pour les succursales). L'Élue au Développement économique et marque territoriale et la Direction au commerce ont validé que la CCI envoie à CREATIV' la liste des entreprises Intéressées. CREATIV' pourra ensuite rencontrer ces entreprises pour affiner leurs besoins et proposer des solutions.</p>

## AXE 5 – FORMATION

FICHES-ACTIONS	OBJECTIFS	POINT D'ÉTAPE
<p>N°5.1 : Engager une réflexion avec les professionnels autour des besoins en matière numérique</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sensibiliser les professionnels aux enjeux du numérique en lien avec le développement de leurs activités</li> <li>- Former davantage les professionnels au numérique</li> <li>- Développer leur communication sur le web</li> <li>- Entretenir l'image et la notoriété des établissements sur internet</li> </ul>	<p>En lien avec l'axe 4 (ci dessus), CREATIV', en partenariat avec le FORCO, a proposé à la direction Commerce d'intégrer dans le questionnaire des questions concernant la digitalisation des commerces et les problématiques RH que celle-ci peut générer.</p> <p>CREATIV' a participé à une réunion de restitution des résultats animée par la CCI le 1<sup>er</sup> décembre en présence de la Ville de Dijon, de la Direction du Commerce et de l'Élue au Développement économique et marque territoriale. Parmi les 138 commerçants qui ont répondu : 10% souhaitent être accompagnés dans leur stratégie numérique</p> <p>L'Élue au Développement économique et marque territoriale et la Direction au commerce ont validé que la CCI envoie à CREATIV' la liste des entreprises Intéressées. CREATIV' pourra ensuite rencontrer ces entreprises pour affiner leurs besoins et proposer des solutions.</p>
<p>N°5.2 : Mettre en place un Erasmus+ autour des métiers de la relation client à destination des jeunes des quartiers prioritaires de la ville (QPV)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Préparer et envoyer un groupe de jeunes issus des QPV dans des pays étrangers (Angleterre, etc.) afin de découvrir en situation de travail les métiers de la relation client tout en progressant dans la maîtrise d'une langue étrangère</li> <li>- Favoriser la mobilité et l'ouverture culturelle des actifs</li> <li>- Développer les compétences des actifs pour s'adapter aux attentes de la clientèle</li> <li>- Favoriser et développer l'employabilité des demandeurs d'emplois</li> <li>- Remobiliser les publics</li> <li>- Répondre aux besoins des entreprises du territoire</li> <li>- Renforcer l'attractivité des métiers</li> </ul>	<p>CREATIV' a organisé un entretien Skype avec la direction du GIP Emploi Roissy (labellisé Campus des Métiers et des Qualifications) qui a mis en place un Erasmus + et proposé dans ce cadre une action de mobilité européenne qui répond aux besoins de qualification des habitants du territoire GRLB et de recrutement de personnel compétent pour les entreprises.</p> <p>Une journée de travail avec le GIP Emploi Roissy, le directeur de Hubstart a eu lieu en juillet et la direction de Dijon Développement pour capitaliser.</p> <p>Le GIP EMPLOI ROISSY apportera son soutien à CREATIV' pour le montage du dossier Erasmus+. Le montage et dépôt de la demande de subvention auprès des instances européennes devant se faire au plus tard le 1er février, et au regard du calendrier, l'année 2018 sera consacrée au montage du dossier pour un dépôt en 2019,</p>

<p>N°5.3 Mettre en place un dispositif innovant de préparation des public aux métiers de la relation client</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Renforcer l'attractivité des formations en lien avec la relation client</li> <li>- Proposer une pédagogie innovante de formation</li> <li>- Développer les compétences attendues par les entreprises chez les publics en formation initiale et chez les actifs en réinterrogeant les activités à conduire et les savoirs nécessaires</li> <li>- Développer une formation sur un socle de compétences professionnelles intersectorielles permettant d'accompagner les mobilités professionnelles</li> </ul>	<p>CREATIV' a rencontré Serious factory- éditeur de solutions pédagogiques innovantes pour la formation afin d'accompagner les entreprises dans la transformation de leur relation client et de leurs pratiques managériales, le 14/02 et Manzalab, une start-up parisienne qui développe des formations faisant appel à du serious game et à de la réalité virtuelle.</p> <p>CREATIV' a également rencontré la DGEFP le 29/09 pour faire le lien avec le projet d'EDEC national Tourisme.</p> <p>CREATIV' a démarré un travail d'écriture du cahier des charges de la future formation.</p> <p>Par ailleurs CREATIV' a pris contacts avec différents acteurs afin de leur présenter les projets d'événementiel et de formation, et envisager un partenariat.</p> <p>Sur la thématique de la Gestion du relationnel client : une réunion de travail a eu lieu avec Talent Campus le 27/09. Talent Campus va proposer un devis sur la conception pédagogique et sa présence à l'événement)</p> <p>Concernant les langues et la maîtrise des différents registres de langage : CREATIV' a rencontré Wall Street institut, le 21/07, et Linguaphone, le 29/09.</p> <p>Rencontre avec Manzalab pour la partie réalité virtuelle, serious game en lien avec l'apprentissage des techniques commerciales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pour la partie culture/patrimoine : organisation d'une première réunion de travail le 30 janvier 2018 composée de la Direction du Patrimoine, de l'animateur de l'architecture et du patrimoine, de l'association des Climats, du BIVB, du GIP Vigne et Vin, de l'office du tourisme de Dijon, du Pays Beaunois et du Laboratoire Electronique Informatique et Image de l'Université de Bourgogne (Le2i) pour travailler sur les contenus à vulgariser</li> <li>- Pour la partie numérique : rencontre le 29 novembre avec Synthec Numérique (contenu du module à définir), un rdv est également planifié avec Bourgogne Franche Comté numérique le 16 janvier 2018.</li> </ul> <p>Les travaux enrichissent déjà le contenu du plan régional de formation du tourisme en direction des salariés. Une rencontre a eu lieu le 15 novembre avec la directrice du Comité Régional du Tourisme (CRT) qui est également directrice de la Mascot pour présenter le projet d'événementiel et de formation. Le CRT fait la promotion du programme régional de formation auprès des acteurs de la filière.</p> <p>Ce travail est mené en étroite collaboration avec l'animatrice du Campus des Métiers et des Qualifications porté par CREATIV' pour la formation initiale.</p> <p>Manzalab et Talent Campus sont intervenus devant les membres du comité de pilotage du 12 décembre 2017 pour présenter leurs activités. A cette occasion Manzalab a pu faire découvrir et tester un produit en réalité virtuelle à certaines acteurs.</p>
---	---	---

## AXE 6 – OFFRE DE SERVICES

FICHES-ACTIONS	OBJECTIFS	
<p>N°6.1 :Favoriser la création d'activités touristiques par les demandeurs d'emploi et des publics des QPV</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Encourager la création d'activités touristiques sur la commune de Chenôve</li> <li>- Valoriser l'image de la commune</li> </ul>	<p>CREATIV' a rencontré, en septembre, la direction du Pôle d'Économie Solidaire qui va mener, avec la Ville de Chenôve, une action visant à susciter l'émergence de projets de création d'activités économiques.</p> <p>Ceci s'effectue dans le cadre du projet de « Générateur Bourgogne Franche-Comté» qui regroupe le dispositif Emergence, porté par Franche-Comté Active, le GRAIS (groupement d'accompagnement à l'innovation sociale), Clus'Ter Jura et Go'Up. Le GBFC mobilise et accompagne les territoires pour y favoriser la création d'activités économiques.</p>

## AXE 7 – COMMUNICATION

FICHES-ACTIONS	OBJECTIFS	POINT D'ÉTAPE
<p>N°7.1 : Organiser un (des) événement(s) pour restituer les travaux auprès des entreprises et des différents partenaires Veiller à l'information régulière des entreprises sur la mise en œuvre du plan d'action</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Assurer la visibilité et le partage des actions et des réalisations</li> <li>- Fédérer le partenariat existant et attirer de nouveaux partenaires</li> </ul>	<p>Cet axe est transversal à l'ensemble des actions du projet. Outre les actions définies par projet et présentées plus haut, d'autres éléments sont à noter.</p> <p>CREATIV' a :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Présenté la démarche et le plan d'actions à la Commission Régionale Paritaire Emploi Formation de l'Industrie Hôtelière Bourgogne-Franche-Comté en avril dernier,</li> <li>- Participé à l'Assemblée Générale de l'UMIH de mai, pour présenter le projet</li> <li>- Valorisé le projet via son site internet</li> <li>- organisé et animé trois réunions de travail avec des entreprises sur la ZTI.</li> </ul> <p>De plus, un document type « flyer » à destination des entreprises a été élaboré avec les acteurs du projet. Ce flyer a pour objectif d'expliquer et de communiquer sur la démarche, de mobiliser les entreprises notamment dans le cadre de l'axe 1 soit la mise en place d'une animation de proximité.</p> <p>A noter, également, la parution dans « Dijon Capitale » d'un encart dédié au projet dans les pages de l'UMIH et dans le supplément de « Dijon Mag » de novembre 2017</p>



Annexe 2 : Schéma du projet d'événementiel présenté dans les axes 3 et 5

