



PRITH des
PAYS de la LOIRE



Sensibilisation des employeurs

Stratégie de communication

en direction des employeurs

Action3.2 du PRITH
Restitution finale
juillet 2012

Remerciements aux contributeurs suivants :

Aline Pousse - Anthony Longuet- Bernard Perrier- Christine Coquelle- Claude Van Effantère –François Jacquy- François Joseph Vella - Philippe Ledault - -Marie Schaettel-Alther44 –Laure Bretignières- Rachel Beaugrand- Séverine Le parc- Wilfrid Grison - Jacqueline Guihéneuf -Valérie Saint Onge .

Remerciements aux UT44 et UT 49 pour les prêts de salles de réunions

Guylène Blanquart -Diverséa Conseil- pour le PRITH 2011-2012

1. Préambule : objectifs et contexte

Objectif

L'attente des institutionnels et partenaires impliqués dans le PRITH et PLITH visait à impliquer pleinement et durablement sur le sujet du handicap les employeurs .

Un constat rapide en démarrage de mission mettait en évidence :

- Une offre importante de services et de prestations aux entreprises mais pas forcément connue/ mobilisée par les employeurs
- Certains employeurs encore peu mobilisés sur la question du handicap
- Des actions de communication -sensibilisation très majoritairement lancées durant la semaine emploi handicap et peu concertée entre les 5 départements ligériens .

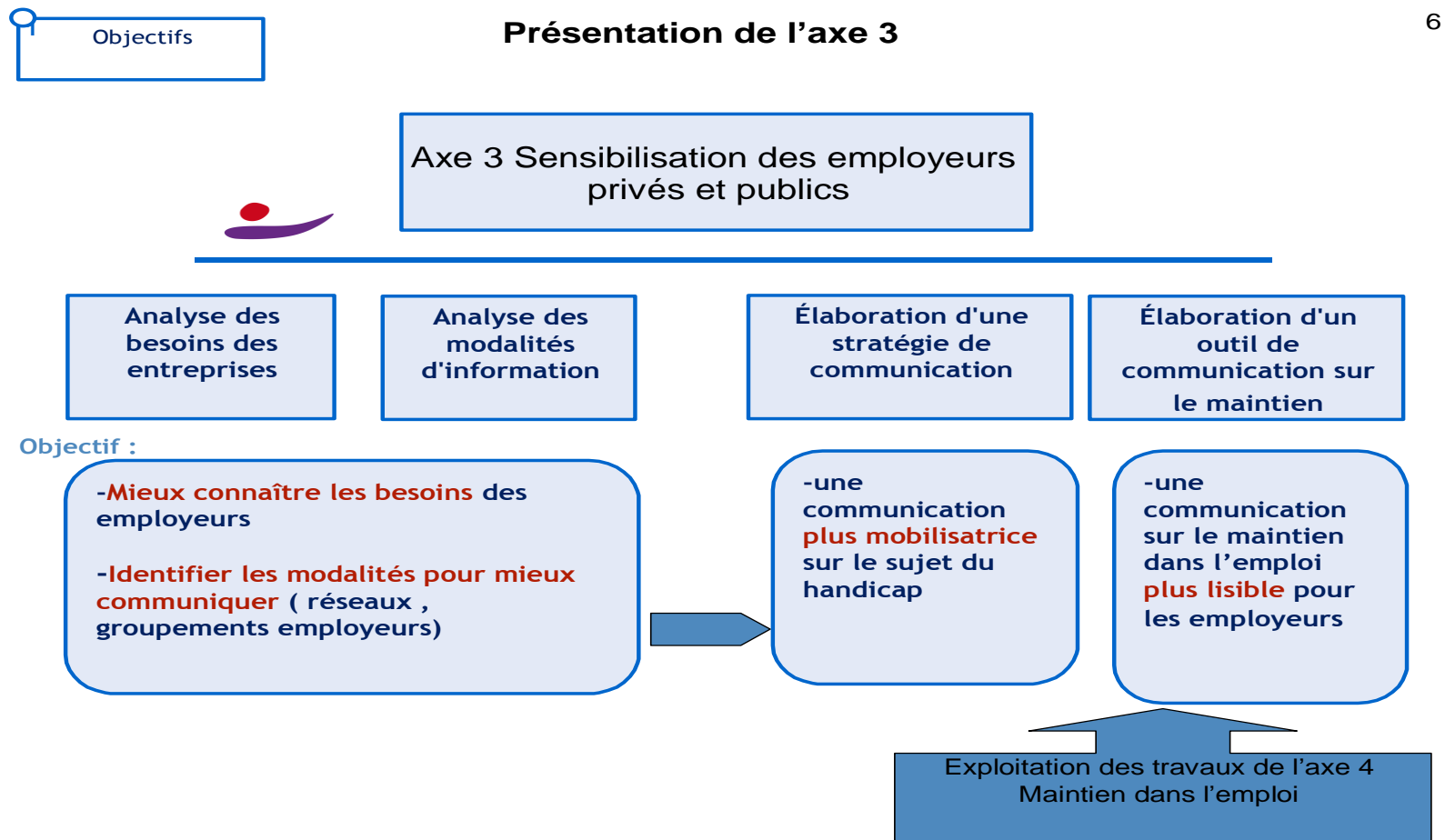
Contexte

Un axe au cœur des préoccupations de multiples acteurs qui a imposé l'association d'un grand nombre d'acteurs sur la problématique (Cap Emplois , Alther,..réf apprentissage ,AGEFIPH , PLITH etc.)

Un premier groupe a réuni les acteurs (dans la suite des groupes organisés pour le questionnaire employeurs –action 3.1) enrichi sur un focus groupe le 20 avril (Angers) puis présenté aux réseaux employeurs le 4 juin 2012 (Nantes) .Un échange rapide lors du groupe outils maintien dans l'emploi a porté aussi sur le retour du questionnaire et les principes stratégiques d'une communication en direction des employeurs

Par ailleurs un souci d'équité en matière de couverture territoriale s'est imposé , même si la représentativité des 5 départements n'a pu être maintenue sur le dernier groupe .

2. Vue d'ensemble des travaux sur la sensibilisation des employeurs du PRITH



3. Etapes des questionnements balayés en séances

Le groupe a fonctionné comme un focus groupe avec sous le pilotage du consultant un premier travail de recensement et d'analyse des action existantes –tant sur leur contenu que sur la mesure des concertations organisées localement.

6

Axe 3 Sensibilisation des employeurs
privés et publics

Élaboration d'une stratégie de
communication

Objectifs

- Sensibiliser et impliquer de nvx employeurs
- Impliquer durablement les employeurs déjà sensibilisés
- Fidéliser les entreprises investies sur la question...

Étapes de questionnements

- 1. Recenser l'existant**
 - quelles actions sont organisées ds les PLITH ?
 - quels sont les outils de communication utilisés pour sensibiliser les employeurs ?
- 2. Déterminer les actions et outils les plus performants**
 - quel est le point de vue des employeurs au travers du questionnaire
 - quel est le point de vue de réseaux employeurs sur la question (réseaux mobilisés)



4. LES CONSTATS sur les actions de communication menées en PDL

Un message qui doit évoluer dans son contenu

-Un message qui doit évoluer et passer d'une logique de sensibilisation et de passage d'informations juridiques vers une information plus concrète notamment sur les représentations du handicap .

Qui sont les travailleurs handicapés ? Comment embaucher ? Comment maintenir etc. ?

Une lisibilité à apporter sur l'échelle du temps et de l'espace

-Des actions qui ne paraissent pas toujours lisibles par les employeurs et notamment dans leur fréquence (qu'il s'agisse de manifestations ou supports écrits) *salon tous les ans ou bi annuel ? Périodicité des newsletters etc.*

-des manifestations /actions/ échanges qui n'existent pas partout ce qui n'est pas toujours bien compris par les employeurs.

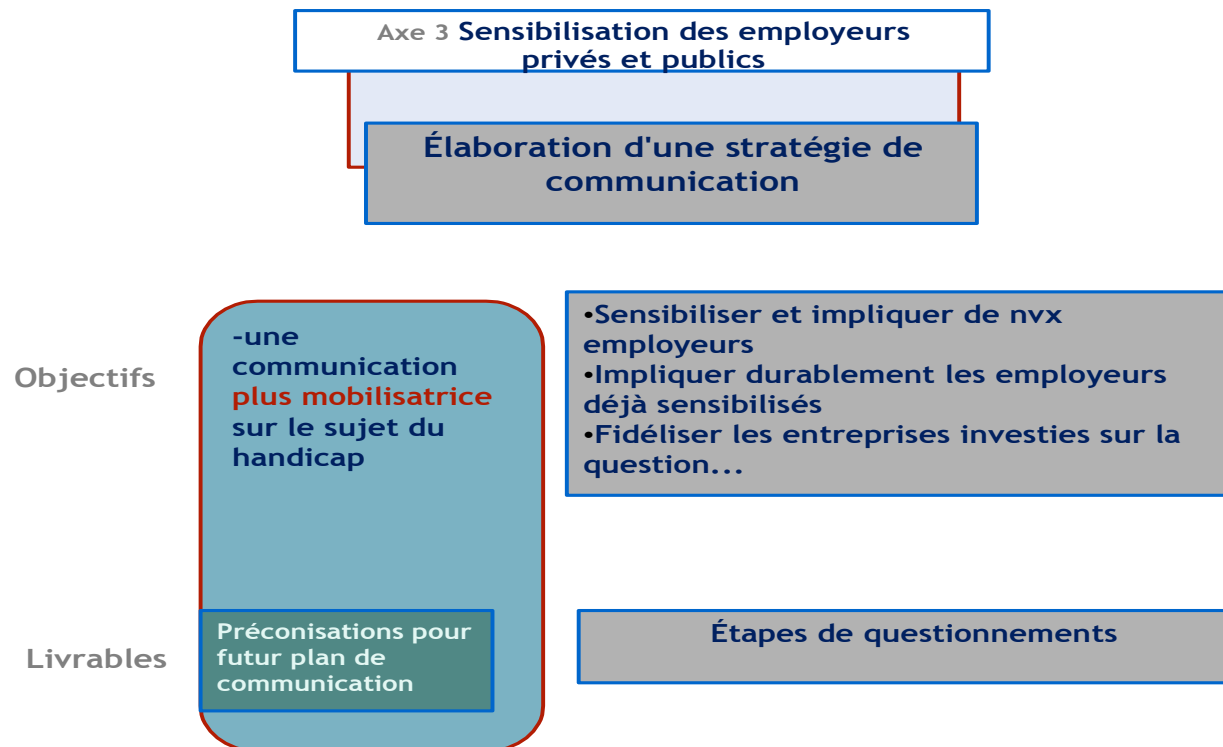
Une sur médiatisation de la semaine Emploi Handicap à canaliser

-Des acteurs très mobilisés sur une semaine...ou ils peinent à être « sur tous les fronts ».

-La presse a tendance à se mobiliser exclusivement de l'année sur cette semaine et ne relaie pas aussi activement sur les autres périodes.

5. Opportunité d'une stratégie de communication partagée

5.1 La communication doit viser les objectifs suivants ...:



A noter :

- Les Cap Emplois rencontrent particulièrement des difficultés pour nouer des partenariats avec les grandes entreprises.
- Le niveau d'information des employeurs sur l'obligation d'emploi des travailleurs handicapés est variable.
- Pour les participants la sensibilisation directe des entreprises doit se cumuler avec la sensibilisation indirecte ; sont citées notamment les cabinets comptables pour les PME et les réseaux employeurs.

Les participants ont considérés nécessaires de s'interroger **sur la fréquence** des manifestations organisées.

Outre la prédominance de la SEPH soulignée à nouveau dans ce groupe de travail , les action organisées dans les départements semblent ponctuelles et provoquent un manque de lisibilité pour les employeurs.

Exemples abordés* : salon emploi handicap, trophées..

... sur les supports écrits : des lettres d'info régulières puis qui disparaissent et renaissent. , des clubs handicaps dont la périodicité a évolué etc.

A noter : les participants n'ont pas porté de jugements sur les organisateurs et ces différentes initiatives et ont souligné qu'en général ces changements étaient liés à des changement imposés notamment sur les moyens budgétaires.

5.2. ...mais le message doit évoluer

-Les employeurs connaissent assez bien l'obligation d'emploi mais parfois l'information reste au niveau du taux des 6 % de travailleurs handicapés. L'information strictement juridique n'est plus la priorité mais l'information reste nécessaire.

- Les questions des entreprises portent essentiellement sur le public handicapé :
 - qui sont les personnes handicapées ?
 - Où trouver les personnes handicapées ?

- Le message doit porter aussi sur les représentations liées au handicap et sur ce point il manque de supports.

6. Recensement des actions réalisées sur la région

Nb : uniquement recensement des actions organisées collectivement depuis moins de 2 années (et sur la base des recensements effectués en groupes de travail)

-La semaine Emploi handicap mobilise une grande partie des actions de sensibilisation .

Sont organisées :

- des rencontres entre employeurs
- des salons (avec ou sans participation du secteur protégé)
- des rencontres employeurs et travailleurs handicapés (entretiens recrutements , parrainages , visites d'entreprises etc. .)
- et parfois des actions à caractère plus artistique (théâtre d'entreprise , exposition photos etc.).

-Les participants s'accordent pour considérer que les actions modestes en apparence (avec peu de budget, peu d'entreprises invitées) sont parfois étonnamment porteuses de résultats .-Cité notamment le dispositif de la CGPME du 44 qui mobilise chaque année de nouvelles entreprises : l'action permet très concrètement à des employeurs de rencontrer de visu des personnes handicapées et cette action est porteuse d'insertions réussies chaque année.

Tableau des action de communication de sensibilisation/information /mobilisation auprès des employeurs

-Actions récentes (-de 2ans) ou prévues au programme 2012 du PLITH

Dpts	Salon auprès des employeurs	Guide de présentation des partenaires	Groupes de travail/ rencontres avec des employeurs	Clubs entreprises sur le handicap	Guide EA et ESAT	Autres supports de communication	autres
44	X(1)		x (2)	MEDEF Nantes (3) - CGPME 44	X	X(4)	X(7)
49	X			-MEDEF Angers et Cholet			
53	X (5)		x (2) -Réunion sur le maintien ds l'emploi		X		
72		X	X	-1réunion prévue			X(7)
85	X		Infos aux employeurs publics via CDG		X	X(6)	
Région		Campagne marketing FIPHFP/Pole Emploi : sur la région					

(1)Salon Jobekia : 1 fois par an salon de recrutement spécialisé et un salon EA ESAT organisé par le MEDEF (tous les 2 ans). Un prochain salon EA et ESAT est prévu le 7 juin prochain .

(2) Club Diversité et engagement sociétal/Des ateliers sur le handicap Co animé par ALTHER et CAP EMPLOI
FACE (fondation agir contre l'exclusion) des actions de sensibilisations Co animées par CAP EMPLOI
Rencontre sur la négociation annuelle obligatoire (PLITH)

(3) Les trophées du MEDEF 1 fois par an ou bisannuelle (150 participants)

(4) Un Guide réalisé par le CDJD et « Serious game » présenté par le CNAM

(5) salon de recrutement pendant semaine emploi handicap

(6) Lettre info envoyée aux Ets de la DOETH

(7) infos auprès des partenaires sociaux

7. Recensement des instances d'échanges entre acteurs spécialisés de la sensibilisation des employeurs (sous égide PLITH ou organisés de façon informelle)

-Un effort de clarification sur la concertation existante /non existante dans les départements semblait nécessaire afin de mesurer les atouts et limites des actions de communications futures.

-La concertation entre acteurs est très inégale selon les départements et semble liées aux aléas de construction/déconstruction des PLITH plus que liées au refus des acteurs de partager et d'organiser des actions concertées.

-Le recensement ci dessous a été réalisé dans le cadre du groupe de travail 2 et validé par les participants le 4 juin,.

- La concertation s'organise par ailleurs sans difficultés chaque année pour la mise en place des actions de communication organisées durant la SEPH (semaine pour l'emploi des personnes handicapées).

Rencontres d'échange et de concertation organisées sur le thème de la sensibilisation auprès des employeurs

	Existence rencontres/ fréquence annuelle	Participants
44	Dispositif en relance récente dans le cadre du PITH	CAP EMPLOI –ALThER- Handisup
49	Pas d'info sur ces actions	
53	Pas de rencontres régulières sauf pour préparation SEPH	
72	9 fois par an	CAP EMPLOI –ALThER- MDE- missions locales
85	Pas de groupe spécifique	
Région	2 fois par an Sous le pilotage de l'AGEFIPH	Référents entreprises des CAP emplois

8.Retour des travaux du groupe communication et maintien

l'analyse de ces travaux est détaillée dans le document de synthèse «Communication et maintien »

Le retour du groupe « communication maintien »

Un message qui doit évoluer dans son contenu ...

Une communication socle déclinée et adaptée selon les cibles

Une mise en avant du « premier cercle » du maintien

-Sortir du langage juridique et réglementaire

- Dépasser la logique du « qui fait quoi » - détaillant les activités et missions de chacun

- Eviter la clef d'entrée par les outils et mesures du maintien (pour limiter l'effet « boîte à outils »)

- Une communication « socle » quitte à décliner / adapter l'approche selon les secteurs d'activité et les cibles .

- Une information qui puisse être lue utilement par les autres acteurs impliqués (médecins traitants, salariés..)

- Une communication privilégiant les acteurs principaux du maintien – Assurance maladie – tous régimes – SST et Sameth (+ financeurs)

Articulée avec les outils et supports des institutions concernées (Direccte/ Agefiph/ Carsat/ MSA...)

9. Les nouvelles pistes d'actions de sensibilisation auprès des employeurs

9.1-Réaliser un guide des réussites sous forme de témoignages entreprises/TH vidéo et classé par secteur d'activité : L'objectif serait pour chaque type d'activité de pouvoir illustrer en présentant sous forme de support vidéo 1 ou 2 insertions ou maintien dans l'emploi de personnes handicapées.

Sur cette proposition un livret témoignages a été réalisé récemment en Mayenne et pourrait servir de base de travail.

-les participants conviennent que cette action nécessiterait de démarrer par une phase de recensement de l'existant (à la fois au niveau local et national).

- Ils s'accordent pour souligner que les témoignages doivent être relativement récents et être réalisés en Pays de la Loire .

9.2 Organiser des trophées du handicap au niveau régional

-Récompenser des entreprises de la région particulièrement ouvertes ou innovantes sur la problématique de l'emploi des travailleurs handicapés.

-cette proposition est consolidée par les participants des autres groupes de travail (groupe du 4 juin et groupe outil maintien du 7 juin) qui estiment que ces manifestations ont un impact fédérateur évident .

- Ils souhaiteraient que le pilotage soit partenarial notamment pour garantir la neutralité des candidatures et lauréats.

-Les trophées du MEDEF 44 sont présentés comme particulièrement mobilisateurs (100 à 200 entreprises présentes) les participants soulignent toutefois que ce type de manifestation ne peut être transféré tel quel sur des petits départements , le nombre d'entreprises (hors PME) risquant d'être insuffisant .

PRITH des Pays de la Loire

9.3 Les échanges de mini CV ou présentation de profils type/viviers de compétences sont des outils mis en avant par les réseaux employeurs et sembleraient répondre aux attentes des employeurs (question 4 du questionnaire- actions possibles : 54 % des employeurs attendent des candidatures mieux ciblées)

Le dispositif « starter » organisé par certains partenaires de Loire atlantique pourrait trouver avantage à être dupliqué sur d'autres départements .

Nb : Il existe parfois sous d'autres formes et organisés par les cap emplois .

9.4 Organiser autrement le partenariat avec les branches professionnelles qui reste très distendu et limité à quelques branches .

- Etre notamment « plus pro actif » auprès d'elles .

-Les participants soulignent que le vecteur « des entreprises parlent aux entreprises » fonctionne particulièrement efficacement et souhaitent s'appuyer en ce sens sur les réseaux d'employeurs et les branches professionnelles .

-Organiser un processus en direction des référent handicap des entreprises signataires d'accords de la région.

En synthèse

Axes de travail pour une stratégie de communication

Axes

- Favoriser le rapprochement employeurs/ TH
- Valoriser les réussites/ favoriser les témoignages
- Eclairer les offres de services
- Simplifier les prises de contacts avec les acteurs

Vecteurs

- Site Internet – portail thématique
- Rencontres employeurs sur l'année/ les territoires
- Evénements forts: trophées, « grand-messes »..
- Mobilisation des branches, des réseaux employeurs

Messages

- Les enjeux plus que les obligations
- Les offres de services plus que les outils
- Le réseau coordonné au-delà des seuls acteurs
- Des engagements « qualité de service » du PRITH