

Kit de communication

de la FHF Nouvelle-Aquitaine
sur les métiers du grand âge

AVANT PROPOS

Chers adhérents et partenaires,

Vous avez dans les mains le fruit d'un travail co-construit, issu de la collaboration entre la Fédération Hospitalière de France Nouvelle-Aquitaine, un panel de professionnels de santé et l'agence de communication Aggelos.

Nous connaissons vos difficultés à trouver le personnel nécessaire pour pourvoir vos postes vacants et il nous paraît indispensable de vous donner des outils pour booster vos actions de recrutement.

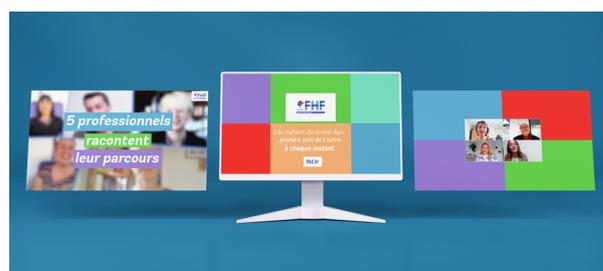
Ces outils vous permettront à la fois d'appuyer vos démarches auprès du grand public, mais aussi de valoriser les personnels déjà en poste, en leur rappelant combien nos métiers du grand-âge sont enrichissants.

Ces outils peuvent être diffusés dès maintenant dans vos établissements.

Liste des outils

Ce kit de communication comprend :

- **6 affiches en format A4** avec ou sans traits de coupe, déclinées en format 1920x1080 pour vos posts Facebook, LinkedIn et Twitter, et en 1080x1080 pour vos posts Instagram. Elles sont à destination des professionnels de votre établissement afin de les remercier pour leur engagement quotidien ;
- **6 affiches en format A4** avec ou sans traits de coupe, déclinées en format 1920x1080 pour vos posts Facebook, LinkedIn et Twitter, et en 1080x1080 pour vos posts Instagram. Elles sont à destination du grand public afin de susciter l'intérêt et d'inciter les personnes potentiellement intéressées par le secteur du grand-âge à prendre contact avec un établissement recruteur via l'annuaire de la FHF ;
- **1 vidéo**, en format 1920x1080, tournée avec des professionnels des métiers du grand-âge autour de leur parcours professionnel ;
- **1 vidéo**, en format 1920x1080, tournée avec des professionnels des métiers du grand-âge autour du sens qu'ils donnent à leur métier.



DÉMARCHES

Ces outils ont été définis en co-construction avec des professionnels travaillant en EHPAD.

S'agissant de la **campagne d'affichage**, nous vous précisons quelques choix réalisés par le groupe de travail :

- Nous avons distingué deux types affiches :
 - > Des affiches pour une **diffusion interne** aux établissements afin de **remercier** les personnels pour leur engagement
 - > Des affiches pour une **diffusion externe** en vue de **faire connaître** les établissements publics à l'appui d'un renvoi vers l'annuaire de la FHF ;
- Nous avons souhaité couvrir l'ensemble des métiers du grand âge et **ne pas cibler des métiers** en particulier.
C'est pourquoi, les affiches ne comportent pas d'indication sur le métier représenté ;
- Nous avons choisi **différents arrière-plans et tenues civiles professionnelles** avec des scènes se référant aux notions de « joie », « sourires » et « authenticité » ;
- Nous avons privilégié, enfin, des messages simples et directs qui ont émergé des groupes de réflexion avec les professionnels, tels que « **J'aime mon métier et je partage avec mes collègues et futurs collègues ce que j'aime le plus dans l'exercice de mon métier** ».

S'agissant **des vidéos**, elles sont constituées de **témoignages de professionnels** des établissements publics de Nouvelle-Aquitaine représentatifs de la pluralité des métiers du grand-âge : cadre de santé, IDE, médecin, animateur.rice, directeur.rice, AMP / ASHQ, aide soignant.e, logisticien.ne...

- La première vidéo de 4 minutes, porte sur les **parcours de vie des professionnels**.
 - > Cinq professionnels présentent leurs parcours de formation, leur métier, les qualités requises et les raisons qui les ont conduits à s'engager dans un métier du grand âge ;

- La seconde vidéo traite, sous un format court, **du sens des différents métiers**.
 - > Quatre professionnels expliquent pourquoi ils aiment leur métier, ce qui les fait se lever le matin et les trois qualités requises dans leur métier.
Cette vidéo cible un public jeune dont le temps d'attention est plus court et pour lequel le sens est un élément de réflexion primordial.
Les interventions de professionnels demeurent très générales et succinctes aux fins de capter l'attention et de laisser libre l'auditeur de chercher à en apprendre davantage en regardant notamment la vidéo en entier.

Ces outils sont accessibles à partir des liens suivants :

Vidéo sens :

<https://fichiers.fhf.fr/documents/V3VIDO-SENS.mp4>

Vidéo parcours :

<https://fichiers.fhf.fr/documents/V5VIDO-PARCOURS.mp4>

Affiches A4 :

<https://fichiers.fhf.fr/documents/FHF-NA-affiches-A4.zip>

Déclinaisons réseaux sociaux :

<https://fichiers.fhf.fr/documents/FHF-NA-dclinaisons-reseaux-sociaux.zip>

Support de présentation de la démarche :

<https://fichiers.fhf.fr/documents/FHF-NA-Campagne-Communication-Marque-Employeur.pptx>

Quelques exemples de diffusion :

- **Accrocher les affiches** « internes » dans vos salles de pause et les affiches « externes » dans vos halls d'entrée ;
- **Diffuser les affiches et les vidéos sur les réseaux sociaux** de votre choix grâce aux formats prévus à cet effet : Facebook, Instagram, Twitter et LinkedIn (LinkedIn étant un réseau social de recrutement à privilégier, nous vous le recommandons fortement) ;
- **Déposer ces outils sur le site internet** de votre établissement.

CONTACTS

Nous sommes à votre disposition pour toute question

Sandrine LE GUENNEC

s.leguennec@fhf.fr

05 33 57 80 22

Anne-Laure NAVARRE

al.navarre@fhf.fr

05 33 57 80 20