



# Atelier

## Des outils pour développer la marque employeur territoriale des EPCI de Cornouaille

Quimper Cornouaille Développement  
Mardi 4 mars 2025, 14h-16h | Quimper



KEMPER  
KERNE  
QUIMPER  
CORNOUAILLE

# Accueil et introduction

## L'équipe

**Emmanuelle Coacolou**, chargée de mission communication attractivité économique et territoriale

**Maryse Brégeon**, cheffe de projet attractivité économique et territoriale

**Julien Cabon**, Co-fondateur de Tydéo, Plateforme de production vidéo des communicants

**Hélène Massonneau-Kervern**, Responsable ressources humaines



- 13h45/ 14h      **Accueil, introduction, déroulé de l'atelier & règles du jeu - 7min**
- 14h07/            **Brise-glace : *que s'est-il passé depuis notre atelier* « Comment attirer et fidéliser les collaborateurs avec les atouts du territoire ? » - 20 min**
- 14h27/            **La vidéo marque employeur : « Comment la vidéo marque employeur booste votre attractivité recruteur? ». *Echanges* - 60 min**
- 15h27/            **L'offre d'emploi attractive : « Comment rédiger une offre d'emploi attractive intégrant les atouts de la Cornouaille ? » - 20 min**
- 15h47 /           **Les événements emploi pour recruter vos collaborateurs - 10 min**
- 15h57 / 16h      **Déclusion et évaluation de l'atelier - 3 min**

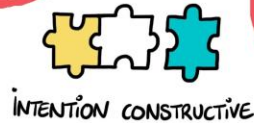
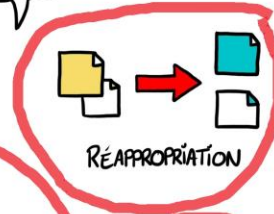
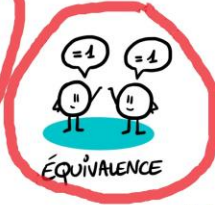
Quel cadre commun, ou règles de fonctionnement, lors d'une réunion participative ?



UTILISATION DU  
"Je ..."



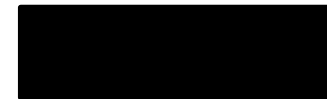
Lucie D-O / En Reflexions



# Brise glace







# Brise glace : Que s'est-il passé depuis notre atelier « Comment attirer et fidéliser les collaborateurs avec les atouts du territoire ? »

- **Est-ce que vous avez eu l'occasion de pratiquer une action de marque employeur territoriale de vos prochains pas ou autres ? Majoritairement pas beaucoup**
- **Pour ceux qui l'ont fait ? Vous voulez bien nous raconter ce qui a marché/ ce qui n'a pas marché ? Si c'était facile pas facile ? Vos conclusions....**

## Ce qui marche/Ce qui est facile

- Action sur l'offre d'emploi avec intégration des atouts du territoire :  
🔗 voir le catalogue offres) :
- Douarnenez Communauté
- Haut Pays Bigouden
- Pays Fouesnantais
- Quimper Bretagne Occidentale
  
- Le CHIC Quimper Cornouaille
  
- Travail sur la charte managériale

## Ce qui n'a pas marché/ ce qui n'est pas facile

- Globalement : manque de temps / pas de commande
- Difficulté services RH : CCCSPR, Dz, QBO ...

La marque employeur de votre  
collectivité  
+

Les outils de marketing territorial de  
Quimper Cornouaille  
=

**marque employeur territoriale**





## Marque employeur territoriale : définition

---

- Marque employeur territoriale = c'est l'alliance de la marque employeur et du marketing territorial.
- Marketing territorial ou attractivité territoriale : utilisation des méthodes du marketing pour retenir et attirer sur le territoire la ou les cibles visées.
- Concrètement, il s'agit de mettre en avant dans votre marque employeur, vos offres d'emploi, sur vos sites carrières, dans votre politique de QVT, dans votre on-boarding... ce qui, sur le territoire, répond aux attentes du talent que vous cherchez à attirer, recruter ou fidéliser

**Comme le résume Marc Andro, vice-président délégué de Quimper Cornouaille Développement**

« L'idée est de proposer pour un recrutement non seulement un poste / métier, une entreprise (ou un service public), mais aussi le territoire et ses atouts. »

- Le développement d'une marque employeur est un facteur d'attractivité pour l'entreprise mais aussi pour la Cornouaille = gagnant-gagnant employeur et territoire.

## Crise d'attractivité structurelle et durable de la fonction publique :

- 15% des postes offerts aux concours de la fonction publique d'Etat sont non pourvus en 2022
- 64% des collectivités territoriales ont un champ professionnel (organisation/gestion des ressources, social, éducation, aménagement et développement durable, services techniques et environnementaux...) en tension en 2023
- Désaffection des jeunes
- Vieillesse des agents
- ....

## Des causes liées à la comparaison avec le secteur privé sur les critères de la part de actifs et des jeunes diplômés en particulier :

- D'image de la fonction publique
- De carrières et de rémunérations
- De sentiment de dégradation des conditions de travail
- De qualité de l'emploi et conditions d'exercice
- ....

[Etude « Travailler dans la fonction publique : le défi de l'attractivité » France Stratégie \(12/2024\)](#)

## La fonction publique a des atouts pour faire face à cette crise avec une touche de marketing territorial :

- Travailler sur et pour **son territoire**
- Utilité sociale avec le "sens" du service public, **la qualité de vie au travail (cadre de vie)**, la garantie de l'emploi, des projets motivants et d'avenir, découvrir plusieurs métiers, l'organisation du travail...
- **Multiplicité de lieux d'emploi & de vie : villes à taille humaine et communes.**
- Travailler dans le service public sans concours
- S'intégrer dans un réseau territorial (pro/perso) reposant des **valeurs identitaires**, un monde associatif fort...
- Donner envie de rester /"fidéliser" par **le cadre & la qualité de vie exceptionnel.**



**Comment faire connaître ces atouts ? > la vidéo MARQUE EMPLOYEUR : un levier incontournable pour votre communication d'attraction & de fidélisation de talents**

---

# Capitaliser sur la vidéo pour communiquer sur sa marque employeur [territoriale]

par

The logo for tydeo, featuring a stylized blue icon of three horizontal lines with dots, followed by the word "tydeo" in a white, lowercase, sans-serif font.

KEMPER  
KERNE  
QUIMPER  
CORNOUAILLE

# Capitaliser sur la vidéo pour communiquer sur sa marque employeur [territoriale]



## Les 11 grandes tendances vidéo par Tydéo

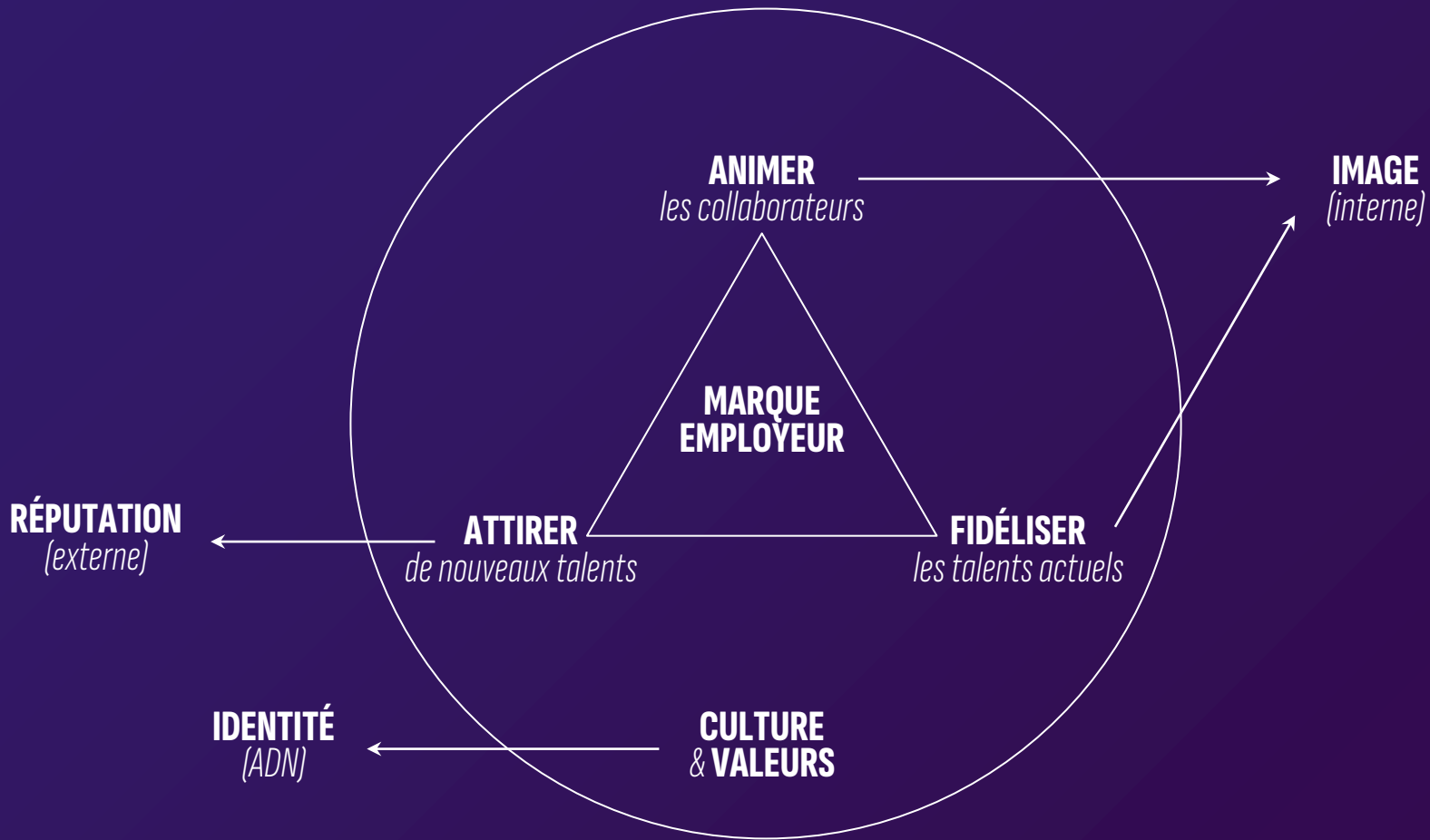
En 2024, [86 % des entreprises](#) ont intégré la vidéo dans leur stratégie marketing.

- 1 - Le storytelling vidéo, une tendance incontournable
- 2 - Le live vidéo : un format qui perdurera en 2025
- 3 - Vidéo et durabilité : cap sur les pratiques écoresponsables
- 4 - Vidéos verticales : le format incontournable des réseaux sociaux
- 5 - Intelligence artificielle : une révolution au service de la création vidéo
- 6 - Contenus interactifs et personnalisés : engagez (vraiment) votre audience
- 7 - Vidéos UGC : l'authenticité au service de votre communication
- 8 - Podcasts vidéo : un format à ne pas sous-estimer
- 9 - Vidéos immersives : cap sur l'expérience utilisateur
- 10 - SEO et vidéo : une alliance gagnante pour votre visibilité
- 11 - LinkedIn : le nouveau terrain de jeu des vidéos d'entreprise

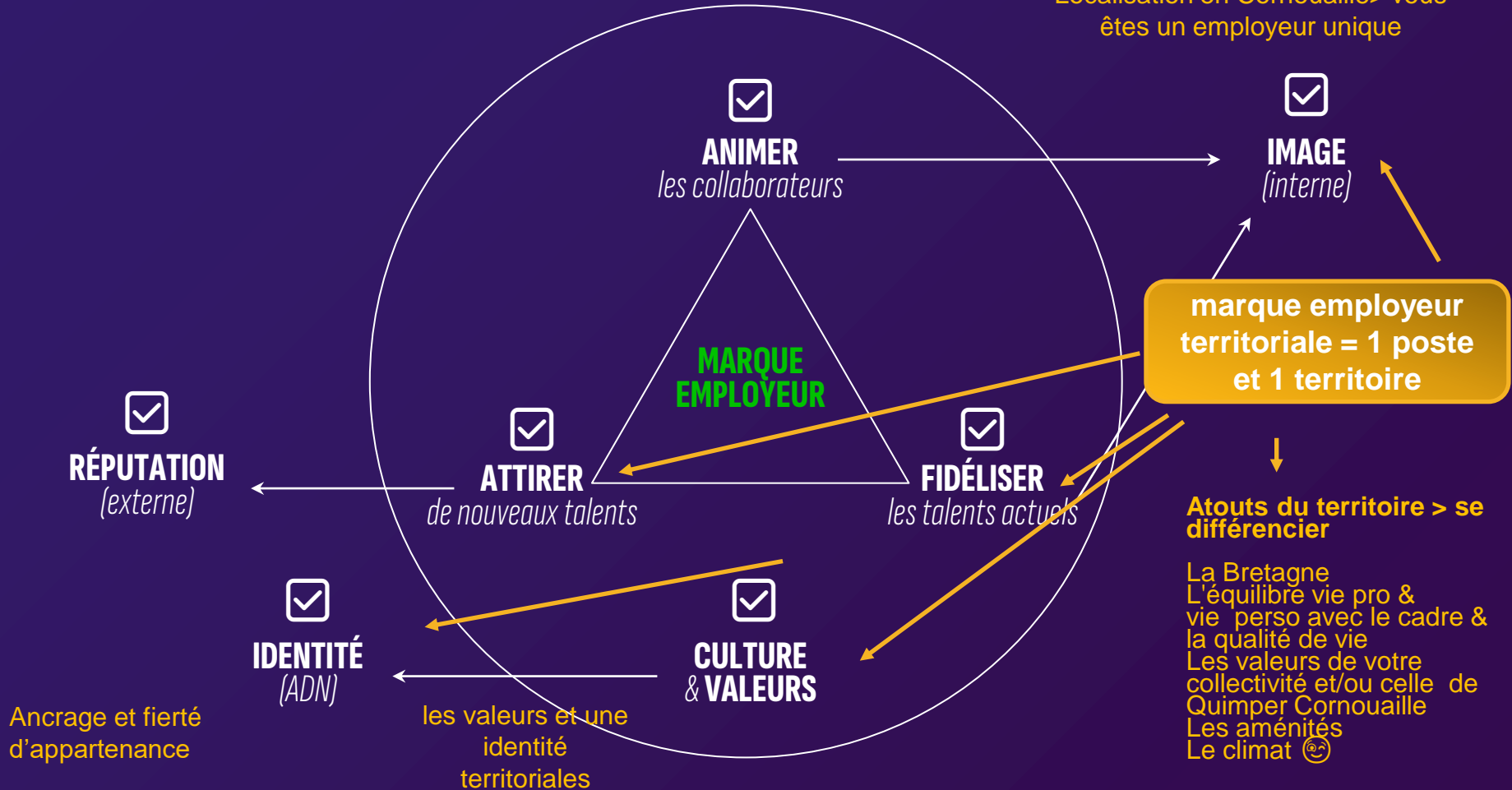
**RECO**

**La vidéo MARQUE EMPLOYEUR : un levier incontournable  
pour votre communication marque employeur**





Localisation en Cornouaille > vous êtes un employeur unique





autonomie

DECATHLON  
BRETAGNE



**DECATHLON**  
*Recrutement*

LA VIDÉO COMM,  
**POURQUOI**  
ÇA FONCTIONNE



◇ impacts des  
atouts du territoire

# DIX ATOUTS DE LA VIDÉO

- |   |                     |                      |    |
|---|---------------------|----------------------|----|
| 1 | <i>ENGAGEMENT</i> ◇ | <i>LÉGITIMITÉ</i>    | 6  |
| 2 | <i>ÉMOTIONS</i> ◇   | <i>PORTÉE</i>        | 7  |
| 3 | <i>MÉMORISATION</i> | <i>MESURABILITÉ</i>  | 8  |
| 4 | <i>NARRATION</i> ◇  | <i>ACCESSIBILITÉ</i> | 9  |
| 5 | <i>TRANSMISSION</i> | <i>PERTINENCE</i>    | 10 |

# 1 ENGAGEMENT

L'œil est attiré par **le mouvement**.

La vidéo est donc beaucoup plus **captivante** que le texte ou les images statiques.

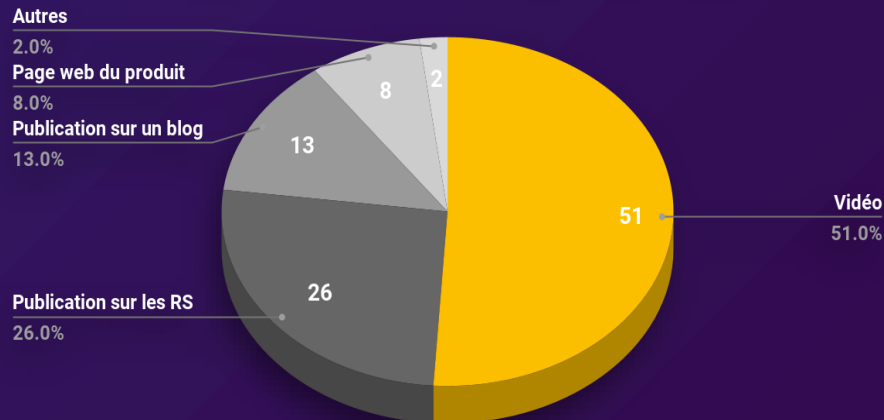
Preuve en est le volume croissant de contenus vidéos sur les réseaux, type TikTok et Instagram Reels.

De tous les types de contenu sur le web, **les vidéos sont les médias les plus partagés**.

Communiquer en vidéo permet donc d'**atteindre un large public** rapidement et d'encourager l'**interaction** de ce public avec votre contenu.

Les atouts du territoire peuvent activer des leviers émotionnels puissants chez les actifs .

## Les types de contenu les plus partagés





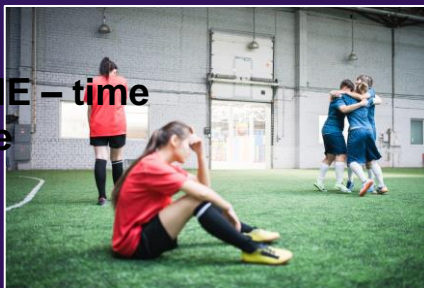
2

# ÉMOTIONS

La vidéo suscite les émotions et provoque donc une **réaction** au contenu.

Expressions du visage, de sentiments, voix, musique, surprises...  
sont des exemples d'éléments qui favorisent la connexion avec le contenu.

Les atouts du territoire peuvent activer des leviers émotionnels puissants chez les actifs .



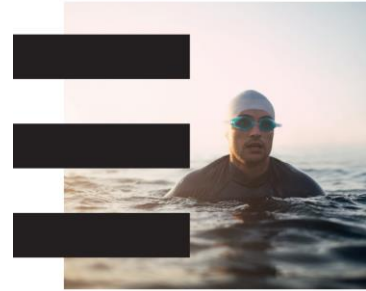
# Le guide d'expression visuelle & sémantique

Le guide d'expression sémantique de Quimper Cornouaille regroupe la **ligne éditoriale**, les **éléments de langage** et les **textes fondateurs** dont vous pouvez vous inspirer pour **raconter de manière vivante, simple, authentique et conviviale** les valeurs et les émotions de Quimper Cornouaille.

RECO

🔗 Le **guide d'expression visuelle & sémantique** est dans la Boîte à outils de Quimper Cornouaille

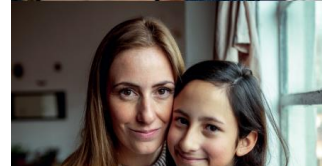
Parler de Quimper Cornouaille



Guide  
d'expression  
visuelle &  
sémantique  
2020  
mise à jour 2023



KEMPER  
KERNE  
QUIMPER  
CORNOUAILLE



KEMPER  
KERNE  
QUIMPER  
CORNOUAILLE

# D'autres exemples de communication à votre disposition



## Faites des jeux de mots, jouez sur les clichés bretons



KEMPER  
KERNE  
QUIMPER  
CORNOUAILLE



[www.den.bzh](http://www.den.bzh)

### Contacts :

DEN.bzh : Delphine Morin, Chargée de mission DEN.bzh | 02.23. 50.50.01 |

[delphine.morin@cdg35.fr](mailto:delphine.morin@cdg35.fr)

CDG 29 : Nathalie Le Bescond, Responsable du Service accès à l'emploi |

02.98.64.19.82 | [nlebescond@cdg29.bzh](mailto:nlebescond@cdg29.bzh)

KEMPER  
KERNE  
QUIMPER  
CORNOUAILLE

3

## MÉMORISATION

Les vidéos sont plus mémorables que d'autres formes de contenu. Les informations transmises dans le cadre d'une vidéo sont souvent **mieux retenues** par les spectateurs que celles présentées dans un autre format.

Communiquer en vidéo augmente donc la probabilité que votre message soit maintenu dans l'esprit de vos cibles plus longtemps.

80 %

**des personnes se souviennent d'une vidéo qu'elles ont vue le mois dernier.**

Source : Hubspot

4

## NARRATION

Créer une narration plus dynamique grâce aux conseils du guide d'expression sémantique et visuel.

La construction des vidéos est souvent axée sur des techniques narratives qui permettent de présenter le contenu en **racontant une histoire**, un procédé universellement efficace sur les êtres humains, et qui permet d'augmenter encore plus la mémorisation.

Les faits présentés sous forme d'une **narration** sont ~ **22x** plus mémorables pour l'esprit humain.

Le taux de mémorisation d'informations est de

**65 à 70 %**

lorsque ces informations sont présentées sous **forme narrative**.

contre seulement

**5 à 10 %**

lorsque ces informations sont présentées sous forme de faits concrets et de statistiques.

5

## TRANSMISSION

La vidéo permet de présenter des informations **complexes** de manière concise, et facilement compréhensible.

Combinant des éléments **visuels** et auditifs, c'est un outil efficace pour transmettre les idées, les infos et les instructions.

6

## LÉGITIMITÉ

Étant un **média visuel**, la vidéo permet de **montrer** un produit, une réalisation, un projet, une action... plutôt que de juste en parler ou le décrire dans un texte. C'est une **preuve**. L'impact est ainsi plus grand, la compréhension simplifiée, et les propos plus légitimes.

C'est donc un très bon format pour mettre en avant le savoir-faire, l'expertise métier, la RSE, les engagements écologiques...





 **mytydeo**  
Présentation

7

## PORTÉE

Les vidéos peuvent être facilement partagées et diffusées à grande échelle sur le web et autres **supports**, ce qui permet de toucher un grand nombre de personnes **rapidement** et efficacement et d'**atteindre un large public**, qu'il s'agisse de collaborateurs ou de talents qu'on cherche à recruter.

### QUELQUES EXEMPLES DE CANAUX DE DIFFUSION

Les sites WEB / Les Blogs

Les réseaux sociaux : YouTube, Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn...

La télévision / Le replay

Le cinéma

Les affiches numériques / Écrans LED / DOOH / Salons

Les newsletters / Mailing Lists

8

## MESURABILITÉ

Les indicateurs de diffusion des vidéos peuvent être **mesurés et analysés** pour évaluer leur impact et leur efficacité en utilisant des outils d'analyse pour suivre le nombre de vues, le temps de visionnage, le taux de conversion, etc... ce qui permet d'ajuster les stratégies de communication afin d'optimiser les résultats.

9

## ACCESSIBILITÉ

La vidéo est un outil puissant de communication, démocratisé par les avancées technologiques. Les **smartphones**, omniprésents, permettent de tourner, monter, diffuser et promouvoir du contenu vidéo **à tout moment et n'importe où**, allant jusqu'à des diffusions en direct si besoin.

10

## PERTINENCE

Communiquer en vidéo, c'est être pertinent dans le paysage actuel du recrutement et de la fidélisation, c'est être en phase avec les attentes du public et **dans l'air du temps**. Une marque employeur qui n'est pas dynamique est une marque qui n'existe pas.

**COMMENT  
FAIRE ?**

**AVANT**

D'ALLER PLUS LOIN

...

*Il est indispensable :*

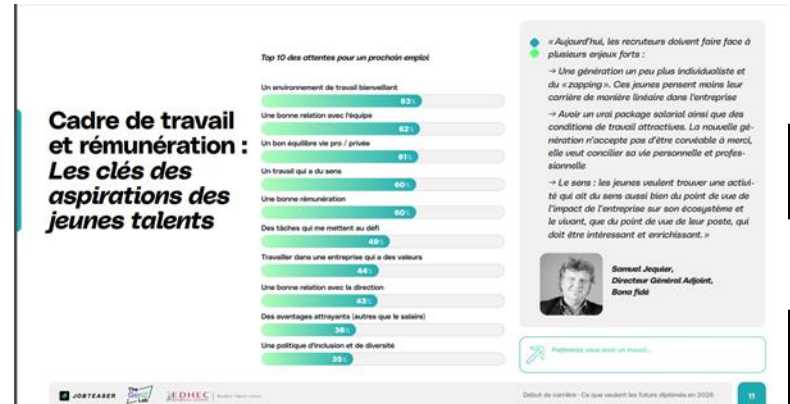
*1 - De bien connaître l'identité de votre collectivité  
(raison d'être, valeurs, culture, points différenciants...).*

*2- D'identifier l'audience cible de votre vidéo.*

# Les critères clés pour recruter des profils juniors

Le poste idéal en 2025 ? Top 5 des attentes pour un prochain emploi

1. Environnement de travail bienveillant 63%
2. Bonne relation avec les équipes 62%
3. **Equilibre vie pro et vie perso 61%**
4. La rémunération 60% (1er critère pour fidéliser)
5. Travail qui a du sens 60%



Etude « Début de carrière. Ce que veulent les futurs diplômés en 2025 » de GenZ Lab de JobTeaser et le NewGen Talent Centre de l'EDHEC (2025)

*Pourquoi je fais la vidéo ?  
Qu'est-ce que je raconte ?*



1 VIDÉO

=

**1 MESSAGE PRINCIPAL À TRANSMETTRE**

*et donc plusieurs messages = **plusieurs capsules***

LA FORME & LE CONTENU  
**LES FORMATS**

Présentation de l'entreprise / ses valeurs, sa culture	Recrutement	Format "Vis ma Vie" <i>(pour présenter un métier)</i>	Portrait de collaborateur / d'alternant
Témoignage Collaborateur	Format "Fast & Curious" à la Konbini	Annonce <i>(nouvelles réglementations, changement de process)</i>	Tutoriel / Présentation de process, de démarche, de logiciel / Onboarding de nouveaux collaborateurs
Capsule Vie d'entreprise / Journée de cohésion / Teambuilding	Aftermovie / Récap / Salon / Évènement	Teaser / Invitation / Faire-Part	Vœux / Compte-Rendu / Rapport d'activité / Messages du leadership





**CENTRE HOSPITALIER BEL AIR**

*Recrutement*

# LA COHÉRENCE

- *Diffuser du contenu régulièrement.*
- *Planifier et prévoir avec un calendrier éditorial.*

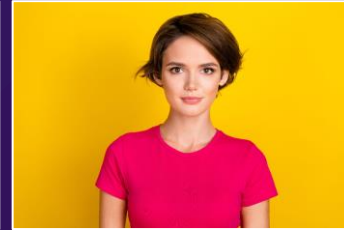
QUELQUES  
**CONSEILS PRATIQUES**



*Tourner au format paysage (horizontal).*



*Varié les valeurs des plans.*



*Effectuer la mise au point.*



*Éviter les contre-jours.*



*Stabiliser l'appareil.*

 **Conseils pratiques dans le [guide d'expression visuelle & sémantique de Quimper Cornouaille](#) de la Boîte à outils de Quimper Cornouaille.**

# LE STORYTELLING



- *Raconter une histoire*
- *Surmonter un obstacle, résoudre une problématique*
- *Miser sur l'action*
- *Injecter de l'émotion*



Spécialiste de l'électronique embarquée depuis 1987

▶ [Interface Concept](#) (Quimper)  
(images du cadre de travail)



▶ [Entreprendre en Pays d'Iroise](#)  
Communication institutionnelle décalée



Mon métier consiste à garder  
ma ville propre, l'embellir.



[CDG29 Saint-Pol de Léon](#)



Travailler chez Entech, c'est comment ?

## Entech (Quimper)



- **Version intégrale**
- **Extrait** (atouts du territoire)



## Filets Bleus (Groupe Mousquetaires) (Saint-Evarzec)



## Massilly Franpac (Douarnenez)





Pour vous inspirer : les [vidéos métiers la CNFPT](#)

ET POUR LES  
**INTERVIEWS**



- *Identifier les personnes à interviewer et préparer les questions à leur poser.*
- *Éviter les interviews dans des environnements venteux ou bruyants.*
- *S'assurer que le son soit clairement enregistré.*
- *Passer les téléphones en mode avion.*

## Demander à la personne interviewée de :

- *Se présenter*
- *Patience un instant avant de répondre à une question.*
- *Reprendre les éléments de la question en début de sa réponse.*
- *Reprendre ses propos en les synthétisant.*
- *Être authentique.*
- *Sourire (sauf si le sujet ne le permet pas).*
- *Signer une attestation de droit à l'image.*



**SIMPLE + COURT = EFFICACE**



# LA PARTICIPATION DES COLLABORATEURS (EMPLOYEE ADVOCACY)

- *Encourager le partage des vidéos...*
- *...mais également la participation à leur création.*

mytydeo

**Un week-end  
cohésion**

*Brest Bretagne Handball x tydeo*

tydeo

The photograph on the right shows a group of female handball players in black and red uniforms celebrating. They are holding a large, ornate trophy. In the background, a crowd of spectators is visible behind a banner with a logo and the text 'ICI OU'.

 **BBH**  
*Week-end de Cohésion  
(mytydeo)*

Tournage  
avec un  
réalisateur

Tournage  
en drone  
piloté

Montage  
professionnel  
en 48h

Motion  
Design

Formation

A video thumbnail showing two women in a hallway. One woman is wearing a dark jacket over a red top, and the other is wearing a white lab coat. The background is a brightly lit hallway with doors.

Actualité

**Dans les coulisses  
du tournage**

CH de Cornouaille

 tydeo



[MAKING OFF Chic Quimper  
Cornouaille](#)



[julien.cabon@tydeo.com](mailto:julien.cabon@tydeo.com)

Tél : 06 32 73 08 33

## FORMATION



## REALISATION



## MONTAGE



**RECO** →

🕒 **Conseil = se faire accompagner par un professionnel si vous n'avez pas de service communication.**



### FORMATION



#### Tydeo (Brest)

Julien Cabon [julien@tydeo.com](mailto:julien@tydeo.com) / 02 98 32 28 55

Formations en e-learning : story-telling, vidéo, ia vidéo.

#### Yannick Delonglée (Quimper) / 06 98 29 18 31

Vidéaste et formateur depuis 2007. Formations adaptées au public (matériel et niveau). En présentiel et en e-learning.

### REALISATION



- **Tydeo (Brest)** Julien Cabon [julien@tydeo.com](mailto:julien@tydeo.com) / 02 98 32 28 55  
Corporate, marque employeur. Clients : Douarnenez Communauté, CHIC Quimper Cornouaille; Interface Concept
- **Bloom (Brest/Quimper)**, [contact@martinleumeur.com](mailto:contact@martinleumeur.com) /  
Mettez en avant les valeurs de votre entreprise, votre marque employeur et vos collaborateurs. Clients : QBO
- **Lyo Production (Lorient)** [ae@lyoproduction.com](mailto:ae@lyoproduction.com) /02 97 37 67 07  
Marque employeur, corporate, portrait. Clients : QBO, QCD
- **Yannick Delonglée (Quimper)** / 06 98 29 18 31  
Vidéaste, photographe et entrepreneur. Client : agences immobilières
- **Valiséo (Brest/Vannes)** [contact@valiseo.bzh](mailto:contact@valiseo.bzh) / 06 03 45 03 65  
Raconter votre histoire autrement. Film de marque | portrait / Client : QBO
- **Quatre et demi Productions** (*ouverture du site début 2025*)  
La société est intégrée au sein du [Pôle Audiovisuel de Douarnenez- Cornouaille](#). [Gurvan Hue](#) / 06 26 21 57 42  
Client : Massily Franpac

## MONTAGE



### Mytydeo (Brest)

Julien Cabon [julien@tydeo.com](mailto:julien@tydeo.com) / 02 98 32 28 55

- Un service unique de montage pour les professionnels de la communication et du marketing.
- **"Avec mytydeo, confiez vos montages vidéo à des professionnels en toute confiance."**
- **Votre montage en 48h.**

## Quimper Cornouaille

- Le [pack recruteur](#) de Quimper Cornouaille
- Les [atouts territoriaux à valoriser](#) dans vos offres d'emploi, sites carrières, réseaux sociaux, entretiens de recrutement
- Le [guide d'expression visuelle & sémantique](#)
- Les valeurs de votre collectivité et/ou celle de Quimper Cornouaille > [Parler de Quimper Cornouaille](#)

## Autres sources

- Tydéo : [blog & articles](#) pour les RH (tendances vidéo, vidéo marque employeur, RSE ...)
- Etude « [Début de carrière. Ce que veulent les futurs diplômés en 2025](#) » (Les clés des aspirations des jeunes talents, page 11) de GenZ Lab de JobTeaser et le NewGen Talent Centre de l'EDHEC (2025)
- Etude « [Travailler dans la fonction publique : le défi de l'attractivité](#) », France Stratégie (2024)
- Brief. [Les centres de gestion misent sur la com. DEN.bzh: une réussite bretonne exportable?](#) (abonnés)
- Hippolyte RH : Infographie "[Dis-moi quel candidat tu recherches, je te dirai où le recruter.](#)"
- Etude de notre partenaire Paris je te quitte x Bastille. [Franciliens et mobilités une quête du bonheur raisonné et durable?](#) (2025)



Quimper Cornouaille  
Développement

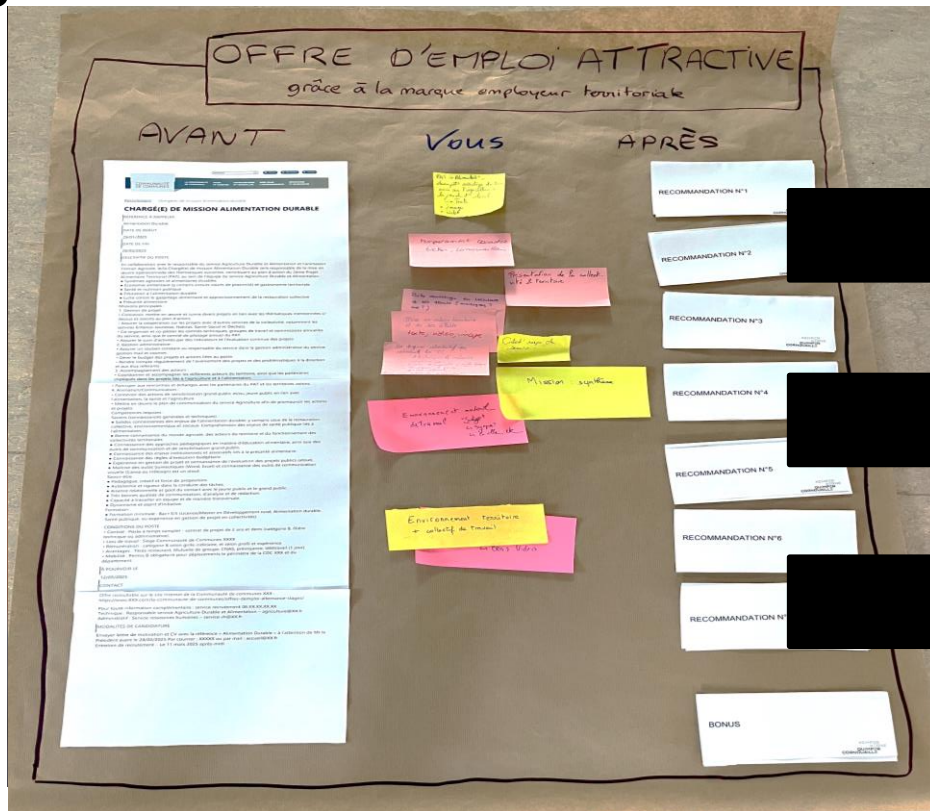
# MERCI !

Des questions ?

Tydéo



# Rédiger une offre d'emploi attractive grâce au marketing territorial



# Offre d'emploi augmentée grâce au marketing territorial

Communes de Bretagne

LA COMMUNAUTÉ DE COMMUNES VIVRE ET HABITER ENTREPRENDRE ET TRAVAILLER AIDER POUR L'ENVIRONNEMENT DÉCOUVRIR ET SE DIVERTIR

Recrutement > Chargé(e) de mission Alimentation durable

## CHARGÉ(E) DE MISSION ALIMENTATION DURABLE

PARTAGER LA PAGE

REFFÉRENCE À RAPPELER

Alimentation Durable

DATE DE DEBUT 20/03/2025

DATE DE FIN 26/02/2025

DESRIPTIF DU POSTE

En collaboration avec le responsable du service Agriculture Durable et Développement et l'animateur France Agricole, le Chargé(e) de mission Alimentation Durable sera responsable de la mise en œuvre opérationnelle des thématiques suivantes, contribuant au plan d'action du 2ème Plan Alimentaire Territorial (PAT) au sein de l'équipe du service Agriculture Durable et Développement :

- Systèmes agricoles et alimentaires durables
- Économie alimentaire à vocation circuit-courts de proximité et gastronomie territoriale
- Santé et nutrition publique
- Éducation à l'alimentation durable
- Lutte contre le gaspillage alimentaire et approvisionnement de la restauration collective
- Projets alimentaires
- Missions prioritaires :
  1. Gestion de projet ;
  2. Diagnostic, mettre en œuvre et suivre divers projets en lien avec les thématiques mentionnées ci-dessus et inscrits au plan d'action ;
  3. Assurer la coopération sur les projets avec d'autres services de la collectivité, notamment les services Enfance-Jeunesse, Habitat, Santé-Solier et Travaux ;
  4. Co-organiser et co-piloter les comités techniques, groupes de travail et commissions annuelles du service, ainsi que le comité de pilotage annuel du PAT ;
  5. Assurer le suivi éditorial par des indicateurs et l'évaluation continue des projets ;
  6. Gestion administrative ;
  7. Assurer un lien étroit avec le responsable du service dans la gestion administrative du service, gestion mail et courrier, tenir le budget des projets et actions liées au poste ;
  8. Rendre compte régulièrement de l'avancement des projets et des problèmes/écarts à la direction et aux élus référents ;
  9. Accompagnement des acteurs ;
  10. Coordonner et accompagner les différents acteurs du territoire, ainsi que les partenaires impliqués dans des projets liés à l'agriculture et à l'alimentation ;
  11. Participer aux rencontres et échanges avec les partenaires du PAT et les territoires voisins ;
  12. Animation/Communication ;
  13. Concevoir des actions de sensibilisation grand public et/ou jeune public en lien avec l'alimentation, la santé et l'agriculture durable ;
  14. Mettre en œuvre le plan de communication du service Agriculture durable et promouvoir les actions et projets ;
  15. Suivre l'évolution des projets ;
  16. Suivre l'évolution des enjeux de l'alimentation durable, en complément de la restauration collective, environnementale et sociale. Compétences des enjeux de santé publique liés à l'alimentation ;
  17. Bonne connaissance du monde agricole, des acteurs du territoire et du fonctionnement des collectivités territoriales ;
  18. Connaissance des approches pédagogiques en matière d'éducation alimentaire, ainsi que des outils de communication et de marketing grand public ;
  19. Connaissance des enjeux institutionnels et associatifs liés à la proximité alimentaire ;
  20. Connaissance des enjeux éducationnels ;
  21. Expérience en gestion de projet et connaissance de l'évaluation des projets publics ;
  22. Maîtrise des outils bureautiques (Word, Excel) et connaissance des outils de communication visuelle (Canva ou InDesign) est un atout ;
  23. Maîtrise des outils bureautiques (Word, Excel) et connaissance des outils de communication visuelle (Canva ou InDesign) est un atout ;
  24. Maîtrise des outils bureautiques (Word, Excel) et connaissance des outils de communication visuelle (Canva ou InDesign) est un atout ;
  25. Maîtrise des outils bureautiques (Word, Excel) et connaissance des outils de communication visuelle (Canva ou InDesign) est un atout ;

Spécificités :

- Polyvalence, esprit et force de proposition ;
- Autonomie et rigueur dans la conduite des tâches ;
- Assurer relations et suivi du contact avec le jeune public et le grand public ;
- Très bonnes capacités de communication, d'écoute et de réaction ;
- Capacité à travailler en équipe et de manière transversale ;
- Dynamisme et esprit d'initiative ;
- Formation : Bac+3/5 (Licence/Master en Développement rural, Alimentation durable, Santé publique, ou expérience en gestion de projet en collectivité)

CONDITIONS DU POSTE

- Contrat : Préca à temps complet - contrat de projet de 2 ans et demi (Café/Jeune Filles technique ou administrative)
- Lieu de travail : Siège Communauté de Communes de l'Île d'Orléan - Saint-Pierre d'Orléan
- Démunération : collèges à venir grille régionale, et selon profil et expérience
- Avantages : Titre restaurant, Mutuelle de groupe, CNAS, prévoyance, 1400h/travail (7 jours)
- Horaires : Horaires à l'appréciation pour élargir le périmètre de la CDC Orléan et de ses départements.

À POURVOIR LE 10/03/2025

CONTACT

Offre consultable sur le site Internet de la Communauté de communes de l'Île d'Orléan : <https://www.sicr-orslan.com/fr/communaute-de-communes/le-cadre-emploi-affiliations-etages/>

Pour toute information complémentaire : numéro recrutement 02 97 67 20 67  
Technique : Responsable service Agriculture Durable et Développement - agriculture@cdc-orslan.fr  
Administratif : Sec. ch. recrutement@cdc-orslan.fr

MODALITÉS DE CANDIDATURE

Envoyer votre candidature en CV avec la référence - Alimentation Durable - à l'attention de M. le Président avant le 26/02/2025 Par courrier : Communauté de communes de l'Île d'Orléan - 50 rue des oléas - CS 70085 - 17201 Saint-Pierre d'Orléan ou par mail : recrutement@orslan.fr

Échéance du recrutement : Le 19 mars 2025 après midi

Indiquez votre localisation en Bretagne avec une carte, une photo, des mots de breton...

Rédigez un paragraphe sur votre collectivité et sur Quimper Cornouaille

CONTACTEZ-NOUS

vous avez un projet de rénovation ? 02 98 90 10 93 du mardi au vendredi de 14h à 17h

vous avez un projet de développement durable en Cornouaille ? 02 90 94 48 48

ACTUS & AGENDA EXPERTISES & ACTIONS DONNÉES & PUBLICATIONS QCD & VOUS

POURQUOI TRAVAILLER À QUIMPER CORNOUAILLE DEVELOPPEMENT ?

Rejoindre Quimper Cornouaille Développement, c'est s'investir dans une structure qui permet de s'épanouir professionnellement et personnellement.

Véritable bassin de vie, la Cornouaille bretonne offre à tous la possibilité de s'épanouir grâce au dynamisme de ses réseaux associatifs, culturels et sportifs. Territoire aux mille facettes, idéal pour sa qualité de vie, son littoral varié, son environnement et son climat préservés, la Cornouaille offre un cadre de vie propice à l'activité professionnelle, avec un maillage de villes à taille humaine et de réseaux professionnels actifs.

www.quimpercornouaille.bzh/boite-a-outils

Recommandation n°1



Recommandation n°2



# Offre d'emploi augmentée grâce au marketing territorial

Recherche

Communes de Cornouaille

LA COMMUNAUTÉ DE COMMUNES VIVRE ET HABITER ENTREPRENEUR ET TRAVAILLER AGRICULTURE POUR L'ENVIRONNEMENT DÉCOUVRIR ET SE DIVERTIR

Recherche > Chargé(e) de mission Alimentation durable

## CHARGÉ(E) DE MISSION ALIMENTAIRE DURABLE

PARTAGER LA PAGE

REFERÉNCES À RAPPELER

Alimentation Durable

DATE DE DEBUT

20/03/2025

DATE DE FIN

26/02/2025

DESRIPTIF DU POSTE

En collaboration avec le responsable du service Agriculture Durable et développement et l'ensemble l'équipe Agricole de la Communauté de Communes de Cornouaille, vous serez chargé(e) de mission Alimentation Durable sans responsabilité de la mise en œuvre opérationnelle des thématiques suivantes, contribuant au plan d'action du 2ème Plan Alimentaire Territorial (PAT) au sein de l'équipe du service Agriculture Durable et Développement :

- Systèmes agricoles et alimentaires durables
- Économie alimentaire à vocation circuit-courts de proximité et gastronomie territoriale
- Santé et nutrition publique
- Éducation à l'alimentation durable
- Lutte contre le gaspillage alimentaire et approvisionnement des restaurants collectifs
- Précarité alimentaire

Missions principales :

1. Gestion de projet :
  - Définir des objectifs et assurer divers projets en lien avec les thématiques mentionnées ci-dessus et inscrits au plan d'action.
  - Assurer la coopération sur les projets avec d'autres services de la collectivité, notamment les services Enfance-Jeunesse, Habitat, Santé Social et Travaux.
  - Co-organiser et co-piloter les comités techniques, groupes de travail et commissions annuelles du service, ainsi que le comité de pilotage annuel du PAT.
  - Assurer le suivi éditorial par des indicateurs et l'évaluation continue des projets.
2. Gestion administrative :
  - Assurer un soutien contractuel au responsable du service dans la gestion administrative du service, gestion mail et courrier.
  - Faire le lien entre les projets et actions liées au projet.
  - Rendre compte régulièrement de l'avancement des projets et des problématiques à la direction et aux élus référents.
  - Accompagner des acteurs.
  - Coordonner et accompagner les différents acteurs du territoire, ainsi que les partenaires impliqués dans des projets liés à l'agriculture et à l'alimentation.
  - Participer aux rencontres et échanges avec les partenaires du PAT et les territoires voisins.
3. Animation/Communication :
  - Concevoir des actions de sensibilisation grand public et/ou jeune public en lien avec l'alimentation, la santé et l'agriculture durable.
  - Mettre en œuvre le plan de communication du service Agriculture durable et développement et promouvoir les actions et projets.

Qualités requises :

Qualités (Compétences) générales et transversales :

- Solides connaissances des enjeux de l'alimentation durable, y compris ceux de la restauration collective, environnementale et sociale. Compréhension des enjeux de santé publique liés à l'alimentation.
- Bonne connaissance du monde agricole, des acteurs du territoire et du fonctionnement des collectivités territoriales.
- Connaissance des approches pédagogiques en matière d'éducation alimentaire, ainsi que des outils de communication et de marketing territorial grand public.
- Connaissance des enjeux institutionnels et associatifs liés à la proximité alimentaire.
- Connaissance des enjeux éducationnels.
- Expérience en gestion de projet et connaissance de l'évaluation des projets publics (SAU).
- Maîtrise des outils bureautiques (Word, Excel) et connaissance des outils de communication visuelle (Canva ou InDesign) est un atout.

Spécificités :

- Polyvalence, esprit et force de proposition.
- Autonomie et rigueur dans la conduite des tâches.
- Bonne relationnelle et goût du contact avec le public et les élus.
- Très bonnes capacités de communication, d'écoute et de médiation.
- Capacité à travailler en équipe et de manière transversale.
- Dynamisme et esprit d'initiative.

Formation :

- Formation requise : Bac+3/5 (Licence/Master en Développement durable, Santé publique, ou expérience en gestion de projet en collectivité).

CONDITIONS DU POSTE

- Contrat : Précaire à temps complet - contrat de projet de 2 ans et demi (Calendrier du 15 Mars technique ou administratif).
- Lieu de travail : Siège Communauté de Communes de Fin d'Océan - Saint-Pierre d'Océan
- Déplacements : collages à venir grille régionale, et selon profil et expérience.
- Horaires : 7h30 restaurant, Mutualité de groupe, CNAS, prévoyance, 14h30 travail (7 jours)
- Mobilité : Prévoir la mobilité pour déplacements le territoire de la C2C (Océan et du département).

À POURVOIR LE

10/03/2025

CONTACT

Offre consultable sur le site internet de la Communauté de communes de Fin d'Océan : <https://www.c2c-oc.com/>

Pour toute information complémentaire : [marie-rochelandet@cc-c2c-oc.com](mailto:marie-rochelandet@cc-c2c-oc.com)

Technicien - Responsable service Agriculture Durable et Développement - agriculture@cc-c2c-oc.com

Approuvé par : [marie-rochelandet@cc-c2c-oc.com](mailto:marie-rochelandet@cc-c2c-oc.com)

MODALITÉS DE CANDIDATURE

Envoyer votre lettre de motivation et CV avec la référence : Alimentation Durable + à l'attention de M. le Président avant le 26/02/2025 Parcours : Communauté de communes de Fin d'Océan - 50 rue des églises - CS 3000 - 17320 Saint-Pierre d'Océan ou par mail : [marie-rochelandet@cc-c2c-oc.com](mailto:marie-rochelandet@cc-c2c-oc.com)

Échéance de recrutement : Le 15 Mars 2025 après-midi

Quimper Cornouaille Développement

## Mettez en avant vos atouts et ceux de Quimper Cornouaille

En Cornouaille, vivez proche de tout...

www.quimpercornouaille.bzh/boite-a-outils

KEMPER KERNE QUIMPER CORNOUAILLE

Le service Affiliés, en France et à l'étranger, permet de faire venir, de votre territoire, un trafic de clients de plus de 700, ce qui est un atout majeur pour votre activité. En outre, nous sommes prêts, nos équipes de professionnels à vous aider.

www.kempercornouaille.bzh

KEMPER KERNE QUIMPER CORNOUAILLE

Recommandation n°3

Quimper Cornouaille Développement

## Mettez en avant vos valeurs et celles du territoire

### Les valeurs du territoire de Quimper Cornouaille

La valeur "Créativité"	La valeur "Authenticité"
La valeur "Partage"	La valeur "Engagement"

www.quimpercornouaille.bzh/boite-a-outils

KEMPER KERNE QUIMPER CORNOUAILLE

Recommandation n°4



# Offre d'emploi augmentée grâce au marketing territorial

Recherche

COMMUNAUTÉ DE COMMUNES

LA COMMUNAUTÉ DE COMMUNES VIVRE ET HABITER ENTREPRENEUR ET TRAVAILLER AGIR POUR L'ENVIRONNEMENT DÉCOUVRIR ET SE DIVERTIR

Recommandation > Chargé(e) de mission Alimentation durable

## CHARGÉ(E) DE MISSION ALIMENTATION DURABLE

PARTAGER LA PAGE

REFERENCER À RAPPELER

Alimentation Durable

DATE DE DEBUT 20/03/2025

DATE DE FIN 26/02/2025

DESCRIPTIF DU POSTE

En collaboration avec le responsable du service Agricolture Durable et développement et l'animateur France Agricolture, le Chargé(e) de mission Alimentation Durable sera responsable de la mise en oeuvre opérationnelle des thématiques suivantes, contribuant au plan d'action du 2ème Plan Alimentaire Territorial (PAT), au sein de l'équipe du service Agricolture Durable et développement :

- Systèmes agricoles et alimentaires durables
- Ecozones alimentaires (à vocation circuits courts de proximité) et gastronomie territoriale
- Santé et nutrition publique
- Éducation à l'alimentation durable
- Lutte contre le gaspillage alimentaire et approvisionnement de la restauration collective
- Précarité alimentaire

Missions principales :

1. Gestion de projet :
  - Définir des objectifs et assurer la mise en oeuvre de projets en lien avec les thématiques mentionnées ci-dessus et décrits au plan d'action.
  - Assurer la coopération avec les projets ou d'autres services de la collectivité, notamment les services Enfance-Jeunesse, Habitat, Santé Social et Travaux.
  - Co-organiser et co-piloter les comités techniques, groupes de travail et commissions annuelles du territoire, ainsi que le comité de pilotage annuel du PAT.
  - Assurer le suivi éditorial par des indicateurs et l'évaluation continue des projets.
2. Gestion administrative :
  - Assurer un soutien contractuel au responsable de la mission dans la gestion administrative du service, gestion mail et courrier.
  - Faire le lien entre les projets et actions liées au projet.
  - Rédiger compte rendu de l'avancement des projets et des problématiques à la direction et aux élus référents.
  - Accomplir les tâches administratives.
  - Organiser et accompagner les différents acteurs du territoire, ainsi que les partenaires impliqués dans les projets liés à l'agriculture et à l'alimentation.
  - Participer aux rencontres et échanges avec les partenaires du PAT et les territoires voisins.
3. Animation/Communication :
  - Concevoir des actions de sensibilisation grand public et/ou jeune public en lien avec l'alimentation, la santé et l'agriculture durable.
  - Mettre en oeuvre le plan de communication du service Agricolture durable et promouvoir les actions et projets.

Qualités requises :

- Solides connaissances générales et techniques
- Solides connaissances des enjeux de l'alimentation durable, à vocation de restauration collective, environnementale et sociale. Compréhension des enjeux de santé publique liés à l'alimentation.
- Bonne connaissance du monde agricole, des acteurs du territoire et du fonctionnement des collectivités territoriales.
- Connaissance des approches pédagogiques en matière d'éducation alimentaire, ainsi que des outils de communication et de marketing grand public.
- Connaissance des enjeux institutionnels et associatifs liés à la précarité alimentaire.
- Connaissance des règles d'évaluation budgétaire.
- Expérience en gestion de projet et connaissance de l'évaluation des projets publics (SAU).
- Maîtrise des outils bureautiques (Word, Excel) et de communication visuelle (Canva ou InDesign) est un atout.

Spécificités :

- Polyvalence, esprit et force de proposition.
- Autonomie et rigueur dans la conduite des tâches.
- Bonne relationnelle et goût du contact avec le jeune public et le grand public.
- Très bonnes capacités de communication, d'écoute et de médiation.
- Capacité à travailler en équipe et de manière transparente.
- Dynamisme et esprit d'initiative.

Formation :

- Formation minimale : Bac+3/5 (Licence/Master en Développement durable, Santé publique, ou expérience en gestion de projet en collectivité).

CONDITIONS DU POSTE

- Contrat : Précaire à temps complet - contrat de projet de 2 ans et demi (Café/Grain/Le Mille technique ou administratif).
- Lieu de travail : Siège Communauté de Communes de l'Île d'Orléan - Saint Pierre d'Orléan
- Déplacements : collation à son grille salaire, et selon profil et expérience.
- Avantages : 13ème restaurant, Mutuelle de groupe, CNAS, prévoyance, 1400h/1401h (7 jours)
- Mobilité : Prévoir la logistique pour déplacements vers la CDC Orléan et les départements.

À PROPOSER

CONTACT

Offre consultable sur le site Internet de la Communauté de communes de l'Île d'Orléan : <https://www.cco-ileorleans.com/communaute-de-communes/leves-ouvertures-affaires-etages/>

Pour toute information complémentaire : adresse recrutement 05 71 67 20 67  
Technique : Responsable service Agricolture Durable et développement - agriculture@cco-ileorleans.fr  
Administratif : Secrétaire Ressources Humaines - services@cco-ileorleans.fr

MODALITES DE CANDIDATURE

Envoyer votre lettre de motivation en PDF avec la référence - Alimentation Durable - à l'adresse de la Présidente ou le Président avant le 26/02/2025. Par courrier : Communauté de communes de l'Île d'Orléan - 50 rue des allées - CS 70085 - 17201 Saint-Pierre d'Orléan ou par mail : recrutement@cco-ileorleans.fr

Échéance du recrutement : Le 19 mars 2025 après-midi

Quimper Cornouaille Développement

## Mettez des photos ou vidéos avec vos agents et le cadre de vie

Ex : [www.usinesouvertes.fr/filet-bleu/gallery-3](http://www.usinesouvertes.fr/filet-bleu/gallery-3)

[www.quimpercornouaille.bzh/boite-a-outils](http://www.quimpercornouaille.bzh/boite-a-outils)

Quimper Cornouaille Développement

## Renvoyez vers le site [www.quimpercornouaille.bzh](http://www.quimpercornouaille.bzh) (découvrir la Cornouaille et ses atouts, télécharger le guide S'installer à Quimper Cornouaille, témoignage de Cornouillais...)

Selon le profil recherché, l'offre d'emploi renvoie vers [www.quimpercornouaille.bzh](http://www.quimpercornouaille.bzh)

Quimper Cornouaille Développement

KEMPER KERNE  
CENTRE HOSPITALIER DE CORNOUAILLE  
QUIMPER-CONCARNEAU

[www.quimpercornouaille.bzh/boite-a-outils](http://www.quimpercornouaille.bzh/boite-a-outils)

Recommandation n°5

Recommandation n°6

# Offre d'emploi augmentée grâce au marketing territorial

COMMUNAUTÉ DE COMMUNES

LA COMMUNAUTÉ DE COMMUNES VIVRE ET HABITER ENTREPRENDRE ET TRAVAILLER AGRICULTURE POUR L'ENVIRONNEMENT DÉCOUVRIR ET SE DIVERTIR

Recherchez > Chargé(e) de mission Alimentation durable

## CHARGÉ(E) DE MISSION ALIMENTATION DURABLE

REFERENCÉ À RAPPELER

Alimentation Durable

DATE DE DEBUT : 20/03/2025

DATE DE FIN : 26/02/2025

DESCRIPTEUR DU POSTE

En collaboration avec le responsable du service Agriculture Durable et développement et l'animateur France Agricole, le Chargé(e) de mission Alimentation Durable sera responsable de la mise en œuvre opérationnelle des thématiques suivantes, contribuant au plan d'action du 2ème Plan Alimentaire Territorial (PAT) au sein de l'équipe du service Agriculture Durable et Développement :

- Systèmes agricoles et alimentaires durables
- Ecozones alimentaires (à vocation circuit-courts de proximité) et gastronomie territoriale
- Santé et nutrition publique
- Éducation à l'alimentation durable
- Lutte contre le gaspillage alimentaire et approvisionnement de la restauration collective

Missions principales :

1. Gestion de projets :
- Concevoir, mettre en œuvre et suivre divers projets en lien avec les thématiques mentionnées ci-dessus et décrits au plan d'action.
- Assurer la coopération sur les projets avec d'autres services de la collectivité, notamment les services Enfance-Jeunesse, Habitat, Santé-Solier et Tourisme.
- Co-organiser et co-piloter les comités techniques, groupes de travail et commissions annexes du service, ainsi que le comité de pilotage annuel du PAT.
- Assurer le suivi éditorial par des indicateurs et l'évaluation continue des projets.

- 2. Gestion administrative :
- Assurer un soutien contractuel au responsable du service dans la gestion administrative du service, gestion mail et courrier.
- Faire le lien entre les projets et actions liées au projet.
- Rendre compte régulièrement de l'avancement des projets et des problématiques à la direction et aux élus référents.
- 3. Accompagnement des acteurs :
- Développer et accompagner les différents acteurs du territoire, ainsi que les partenaires impliqués dans les projets liés à l'agriculture et à l'alimentation.
- Participer aux rencontres et échanges avec les partenaires du PAT et les territoires voisins.
- 4. Animation/Communication :
- Concevoir des actions de sensibilisation grand public et/ou jeune public en lien avec l'alimentation, la santé et l'agriculture durable.
- Mettre en œuvre le plan de communication du service Agriculture durable en promouvant les actions et projets.

Qualités (personnelles) requises :

- Solides connaissances générales et techniques.
- Solides connaissances des enjeux de l'alimentation durable, à vocation court de proximité, environnementale, économique et sociale. Compréhension des enjeux de santé publique liés à l'alimentation.
- Bonne connaissance du monde agricole, des acteurs du territoire et du fonctionnement des collectivités territoriales.
- Connaissance des approches pédagogiques en matière d'éducation alimentaire, ainsi que des outils de communication et de marketing grand public.
- Connaissance des enjeux institutionnels et associatifs liés à la politique alimentaire.
- Connaissance des enjeux éditoriaux liés au projet.
- Expérience en gestion de projet et connaissance de l'évaluation des projets publics (SAH).
- Maîtrise des outils bureautiques (Word, Excel) et connaissance des outils de communication visuelle (Canva ou InDesign) est un plus.

Spécificités :

- Polyvalence, esprit et force de proposition.
- Autonomie et rigueur dans la conduite des tâches.
- Bonne relationnelle et goût du contact avec le jeune public et le grand public.
- Très bonnes capacités de communication, d'écoute et de rédaction.
- Capacité à travailler en équipe et de manière transversale.
- Dynamisme et esprit d'initiative.

Formation :

- Formation requise : Bac+3/5 (Licence/Master en Développement durable, Santé publique, ou expérience en gestion de projet en collectivité).

CONDITIONS DU POSTE :

- Contrat : Précaire à temps complet - contrat de projet de 2 ans et demi (Catégorie SI, filière technique ou administrative).
- Lieu de travail : Siège Communauté de Communes de l'île d'Orléon - Saint-Pierre d'Orléon
- Déplacements : catégorie B sans permis national, et selon profil et expérience.
- Avantages : Titre restaurant, Mutuelle de groupe, CNAS, prévoyance, 1400 heures/jour.
- Horaires : Horaires à l'obligation pour dédouaner le territoire de la CDC Orléon et du département.

A POURVOIR LE : 10/03/2025

CONTACT

Offre consultable sur le site internet de la Communauté de communes de l'île d'Orléon : <https://www.cco.comunes/la-communaute-de-communes/offre-demploi-affermation-etages/>

Pour toute information complémentaire : service recrutement 05 71 67 20 67

Technicien Responsable service Agriculture Durable et Développement - agriculture@ccco.comunes.fr

Adresse postale : Service Recrutement - service.recrutement@ccco.comunes.fr

MODALITÉS DE CANDIDATURE

Envoyer votre offre de candidature en CV avec la référence - Alimentation Durable - à l'attention de M. le Président avant le 26/02/2025 Par courrier : Communauté de communes de l'île d'Orléon - 50 rue des allées - CS 70085 - 17321 Saint-Pierre d'Orléon ou par mail : [recrutement@ccco.comunes.fr](mailto:recrutement@ccco.comunes.fr)

Établissement de recrutement : Le 19 mars 2025 après midi

## Utilisez l'humour, jouez sur les clichés bretons



[www.kimpercornouaille.bzh/boite-a-outils](http://www.kimpercornouaille.bzh/boite-a-outils)

Recommandation n°7

## Rédigez des offres d'emploi attractives et authentiques

- Rédigez des offres d'emplois qui donnent envie de postuler en étant mettant en avant vos valeurs et vos atouts différenciants (dont le territoire fait partie)
- Rédigez des offres d'emploi synthétiques et non une fiche de poste avec une liste de missions et compétences
- Mentionnez les modalités de votre processus de recrutement
- Mentionnez la rémunération, si possible
- Rédigez un CV employeur (CV inversé)
- Diffusez largement vos offres :
  - Apec, France travail, jobboards locaux (ex : [emploi-quimper.bzh](http://emploi-quimper.bzh), [ancez-vous.cco.bzh/offres-emploi...](http://ancez-vous.cco.bzh/offres-emploi...)), salons, jobdatings, portes ouvertes...
  - Réseaux sociaux. **Faites de vos agents des ambassadeurs pour qu'ils relaient dans leurs propres réseaux**

Recommandations générales

KEMPER  
QUIMPER  
CORNOUAILLE

[www.den.bzh](http://www.den.bzh)

KEMPER  
KERNE  
QUIMPER  
CORNOUAILLE

## Quimper Cornouaille Développement

### 🗨️ Nos salons emploi/mobilité professionnelle

- Salon Nouvelle vie pro (11/25), Paris,
- [Salon du travail & mobilité professionnelle](#) (01/26), Paris
- 24H Emploi Nantes/Rennes ? (09/26 ?)...
  
- 🖱️ besoin d'infos sur vos collectivités : en cours "guide de l'emploi public en Cornouaille"
- 🖱️ vos offres d'emplois à présenter sur place
- 🤝 nous invitons les prospects à postuler dans la fonction publique
- ⚠️ pensez aux profils non fonctionnaires
- 🖱️ publiez vos offres sur les **jobboards** hors emploi territorial cf. emploi-quimper.bzh, Apec
- 🤝 nous vous transmettons les CV des profils rencontrés

## Collectivités

### 🗨️ Vos événement recrutement > attirer

🖱️ partagez nous les événements emploi (*jobdating, stagedating,...*) auxquels vous participez pour les relayer sur nos réseaux ?

🖱️ Tagguez-nous [@quimpercornouaille](#) sur LinkedIn

🖱️ mise à disposition de nos outils de communication : le Guide s'installer à QC ; fond de stand, roll ups, totem)

### 🗨️ Vos accueils nouveaux collaborateurs (non Cornouaillais) > fidéliser

🖱️ nous vous fournissons des *pass bienvenue* (Guide s'installer à Quimper Cornouaille, tote bag...) cf. QBO

### 🗨️ Collaborations avec les partenaires emploi

- Développer votre attractivité avec DEN.bzh :
- Formez-vous avec l'Apec : des formations en ligne (marque employeur, offre d'emploi, entretien annuel...)

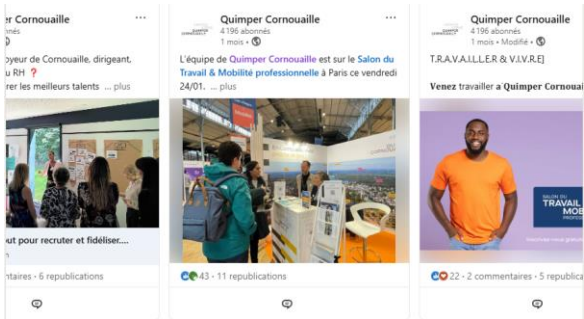
## Quimper Cornouaille Développement



🔗 **INFOS > des actus attractivité de nos événements sur le site [www.qcd.bzh](http://www.qcd.bzh) de l'agence.**

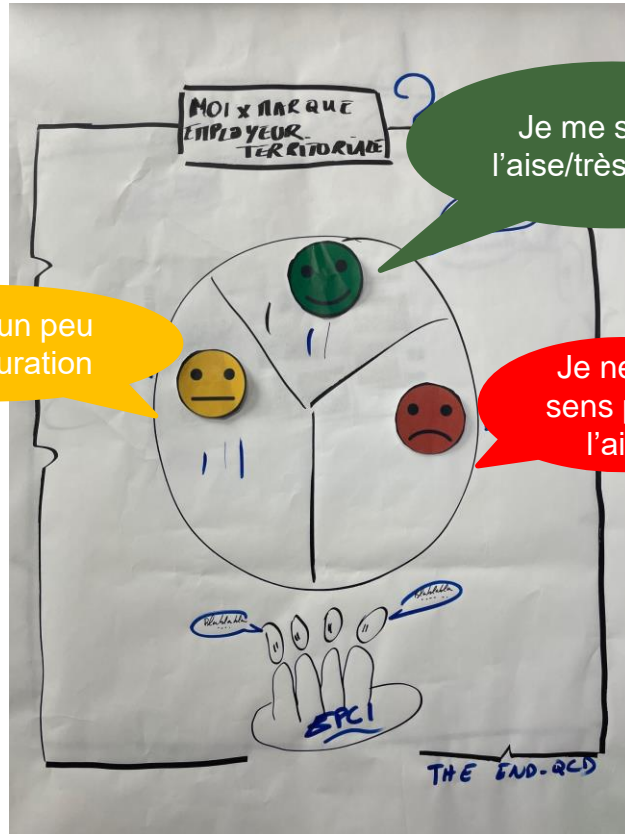
Retrouvez tous les mois toutes nos actus dans la lettre d'info de QCD : **[ABONNEZ-VOUS A LA LETTRE D'INFO DE QCD](#)**

## Quimper Cornouaille



🔗 **Suivez-vous sur [LinkedIn](#) et tagguez-nous [@quimpercornouaille](#) pour que nous relayons vos actualités et amplifions votre visibilité.** 👍

# Evaluation de l'atelier : « Moi et la marque employeur territoriale » de Quimper Cornouaille



Je me sens à l'aise/très à l'aise

Encore un peu d'acculturation

Je ne me sens pas à l'aise



MERCI à vous et à bientôt !

## L'équipe attractivité économique et territoriale de Quimper Cornouaille Développement

👉 Prenez RDV pour être accompagné dans l'utilisation de la marque employeur de Quimper Cornouaille



**Maryse Brégeon**, cheffe de projet attractivité économique et territoriale | 07 64 71 35 23 | [maryse.bregeon@qcd.bzh](mailto:maryse.bregeon@qcd.bzh)



**Emmanuelle Coacolou**, chargée de mission communication attractivité économique et territoriale | 07 60 23 29 44 | [emmanuelle.coacolou@qcd.bzh](mailto:emmanuelle.coacolou@qcd.bzh)



mikael Bolloré, directeur adjoint & responsable pôle attractivité économique et territoriale | [michel.bollore@qcd.bzh](mailto:michel.bollore@qcd.bzh)





L'équipe attractivité  
vous remercie pour  
votre  
participation. 😊

