



Édition
2025

**Guide des priorités
RH 2025 dans la santé**
État des lieux et clés pour agir



Adecco
Medical

Sommaire

Priorité 1

Être visible et se rendre désirable p. 4-5

Priorité 2

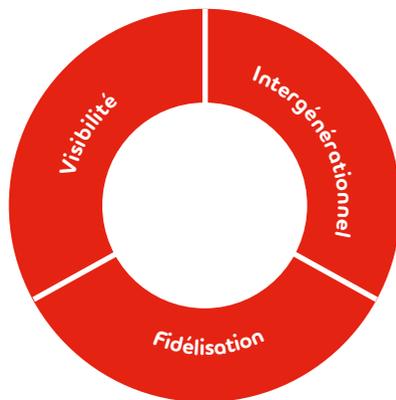
Bien gérer la cohabitation entre les générations p. 8-10

Priorité 3

L'enjeu de la fidélisation p. 11-12

Méthodologie d'enquête

et grands enseignements p. 14-15



Édito

Faire s'exprimer les besoins pour trouver des pistes d'action

Concrets, utiles, riches de sens : les métiers de la santé ne sont pas des métiers comme les autres. Celles et ceux qui les exercent sont fiers de remplir leurs missions malgré des conditions souvent complexes. Et pourtant : le recrutement dans le secteur de la santé, du social ou du médico-social reste compliqué. L'enquête BMO réalisée par France Travail en 2024 relève plus de 330 000 projets d'embauche dans le secteur dont 68 % sont jugés difficiles par les employeurs (soit 11 % de plus que pour l'ensemble des secteurs)¹.

En décembre 2024, la Direction générale de la cohésion sociale, en collaboration avec France Travail, a lancé une campagne de communication pour valoriser « les métiers du prendre soin ». Parmi les actions phares, la mise en place d'un site dédié pour promouvoir les métiers et centraliser les offres d'emploi.

Dans ce contexte, la concurrence est réelle entre les recruteurs pour combler les postes vacants. Pour certains établissements, recevoir des CV est même devenu la première des priorités... L'attractivité des recruteurs est l'un des

enjeux que nous avons choisis d'interroger dans les questionnaires qui ont été envoyés à nos professionnels de santé intérimaires (infirmier·e·s, éducatrice·s spécialisée·s, aides-soignant·e·s, médecins, aides médico-psychologiques, accompagnant·e·s éducatif et social...) d'une part, et aux responsables ressources humaines des établissements dans lesquels ils sont placés d'autre part. Les premiers ont été 335 à répondre, les seconds, 33. Les postulants ont notamment été interrogés sur leurs critères pour candidater à un poste, et les recruteurs sur la meilleure manière de favoriser l'attractivité et la cohésion d'équipes.

Les réponses obtenues ont permis de dégager trois grandes priorités RH : l'e-réputation et son corollaire la marque employeur, le défi du management intergénérationnel et, enfin, l'enjeu de la fidélisation. Des pistes de réflexion et d'action pour gagner la bataille de l'attractivité et du recrutement.

Gaëtan TALPAERT
Directeur Général
Adecco Medical

¹ « Les métiers du soin et de l'accompagnement en 2024 », infographie publiée par France Travail en avril 2024.

priorité

1

Être visible et se rendre désirable

➤ Certes, elle demande du temps et de l'énergie... mais la marque employeur est aujourd'hui au cœur de la dimension RH. Elle n'est pas une fin en soi, mais une démarche récurrente qui influence la perception des candidats potentiels. Bien davantage qu'une campagne marketing, la marque employeur doit refléter l'expérience vécue par les employés. Une honnêteté qui s'applique également à la e-réputation, elle aussi à surveiller et à soigner !

1. La marque employeur, un outil-clé pour être compétitif

Donner envie à des candidats de postuler et à ses salariés de rester : c'est le double objectif de la marque employeur. Ce terme définit l'image véhiculée par l'entreprise que ce soit en interne ou bien en externe, auprès de ses collaborateurs comme des potentiels candidats. En résumé : plus l'image de l'entreprise est positive, plus elle a des chances d'attirer les profils dont elle a besoin. Lorsqu'elle est bien pensée et correctement construite, la marque employeur constitue un réel atout pour l'attractivité, la fidélisation, l'engagement et la motivation des personnels.

Par où commencer et comment procéder ?

Voici quelques conseils pour se lancer :

- **Associer toutes les parties prenantes pour établir un diagnostic.** La DRH ne doit pas être seule sur ce gros chantier que représente la définition d'une marque employeur. De la direction aux salariés en passant par les élus, chacun peut prendre la parole et doit être écouté. Ce diagnostic peut passer par une enquête interne, un questionnaire voire un baromètre social (plus coûteux).
- **Identifier ce qui constitue l'ADN de la structure, ce qui mobilise en interne.** C'est l'occasion de mettre en avant le sens des missions et la fierté de celles et ceux qui les accomplissent. Mais aussi de valoriser les valeurs communes et la raison d'être de la structure : les définir peut faire l'objet d'une réflexion en équipe

avant de les rédiger pour ensuite les communiquer et les afficher.

- **Analyser en toute objectivité.** Mettre en avant ses points forts ne signifie pas vendre du rêve. Mieux vaut rester fidèle à l'expérience réelle des salariés. Par exemple : ne pas ignorer que les métiers de la santé et du médico-social sont difficiles induit que l'on explique ce qu'on fait concrètement pour limiter les risques psychosociaux liés au travail auprès de personnes gravement malades ou en situation de handicap.
- **Définir tous ses facteurs d'attractivité.** C'est là que la consultation élargie prend tout son sens. L'enquête interne permet d'identifier les leviers d'attractivité, y compris ceux auxquels on ne pense pas. Par exemple la qualité de vie du territoire, l'offre de loisirs, les facilités en matière de mobilité... ou encore les avantages proposés qui peuvent sembler peu intéressants (par exemple : chèques-vacances, prise en charge des loisirs des enfants du personnel, déjeuner sur place à prix modéré...) mais qui font la différence entre les recruteurs.
- **Assurer une présence active sur le web et les réseaux sociaux.** Ce sont les vitrines numériques des organisations. Pour rendre compte de son activité, parfois montrer les coulisses, pour poster des offres d'emploi... La marque employeur permet de concevoir de l'information et des contenus pertinents et ciblés.

« L'étape du diagnostic est capitale. Pour définir sa marque employeur, on va mettre à plat tout ce qu'on fait. C'est-à-dire questionner nos salariés, nos élus, les ex-candidats qui ont été recrutés. Par exemple : comment cela s'est-il passé quand vous avez postulé ? Est-ce qu'on vous a expliqué qui on était, notre culture, notre histoire, nos valeurs ? Lorsque vous êtes arrivés chez nous, y a-t-il eu un processus d'intégration, vous a-t-on donné la possibilité de faire valoir votre "rapport d'étonnement" ? Les intérimaires sont une richesse, parce que c'est un vivier : si on leur fait vivre une expérience positive, ils auront envie de rester et le feront savoir. C'est pourquoi il faut aussi aller les chercher dans leur expression. »

FRANÇOISE PERRIER

ex-DRH et dirigeante de Yukiyu Conseil

« Bordeaux est une ville très attractive, mais ce n'est pas idyllique car se loger est difficile. C'est parfois un frein pour décrocher des candidatures », explique Perrine Cainne, directrice de l'organisation, de l'attractivité et de la fidélisation au CHU de Bordeaux (15 000 agents). L'hôpital a pris les choses en main pour trouver des solutions : conventions avec des bailleurs sociaux, forum du logement deux fois par an, accompagnement pour l'accès au crédit... Le CHU s'est également doté d'une référence logement, à temps plein. Sur les 2 500 recrutements annuels, « nous arrivons ainsi à en loger 200 à 300 », annonce Perrine Cainne. L'établissement hospitalier a par ailleurs créé sa marque employeur en 2019, baptisée « Bienvenue aux soignants ». Elle l'a relancée en 2022 à travers une campagne de communication avec deux messages : la fierté d'exercer son métier et la possibilité de carrière qu'offre l'hôpital public. « La marque employeur est une stratégie de fond, c'est tout un travail d'ajustement. On en mesure les effets car, chaque année, l'hôpital recrute toujours plus de personnes : 2 500 en moyenne », conclut Perrine Cainne. »

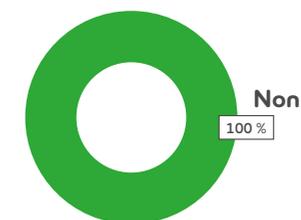
PERRINE CAINNE

directrice de l'organisation, de l'attractivité du CHU de Bordeaux

La moitié des responsables RH interrogés déclarent ne pas mettre en place des actions spécifiques pour mettre en avant les atouts de leur structure et/ou attirer de jeunes talents. C'est à moitié vrai !

Questions aux responsables RH :

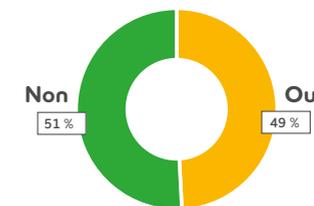
Avez-vous mis en place des actions pour travailler votre marque employeur/pour mettre en avant vos atouts ?



... mais la moitié des répondants font part de leurs initiatives ! Dans le trio de tête :

- 1 - la communication sur les réseaux sociaux et le web en général ;
- 2 - la mise en avant des mesures QVT ;
- 3 - une politique d'intégration et d'accompagnement des nouveaux salariés.

Avez-vous mis en place une action de communication pour attirer de jeunes talents ?



Les trois principales actions citées :

- 1 - Participation à des jobs datings
- 2 - Communication auprès des écoles
- 3 - Communication sur les réseaux sociaux

2. Une e-réputation à surveiller et soigner

• Qu'est-ce que l'e-réputation ?

La Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL) définit l'e-réputation comme « l'image en ligne d'une entreprise ou d'une personne ». L'émergence des réseaux sociaux mais aussi de plateformes où chacun peut s'exprimer et donner son avis (comme Glassdoor pour les entreprises) a décuplé la puissance de frappe d'un avis positif comme négatif sur tel établissement ou tel service. Dans ce contexte, il est indispensable de surveiller et de soigner sa notoriété en ligne.

• Quelques bonnes pratiques :

- **Connaître sa e-réputation.** C'est à faire avant toute chose. Il suffit d'interroger régulièrement les moteurs de recherche et les réseaux sociaux pour savoir ce qui se dit sur vous. Sur la page dédiée de son site internet, le ministère de l'Économie* conseille de paramétrer votre moteur de recherche afin de recevoir des notifications à chaque fois que votre entreprise est citée.
- **Gérer sa e-réputation.** Il est conseillé de répondre aux avis, positifs comme négatifs. Votre discours doit rester factuel, inutile d'entretenir des discussions sans fin. Si vous parvenez à « remonter » jusqu'à l'auteur d'un avis négatif, proposez-lui de compléter son avis. Pour cela, une action corrective aura dû être apportée en préalable, dans la mesure du possible.

• Réagir en cas de propos jugés faux ou discriminatoires.

Vous pouvez les faire retirer. En premier lieu, demandez à l'auteur de supprimer ses propos. S'il refuse, vous pouvez solliciter, conformément au règlement général sur la protection des données (RGPD), l'effacement des données auprès du site internet à l'origine de la publication. Vous trouverez sur le site du ministère de l'Économie* un modèle de lettre à adresser mis à disposition par la CNIL.

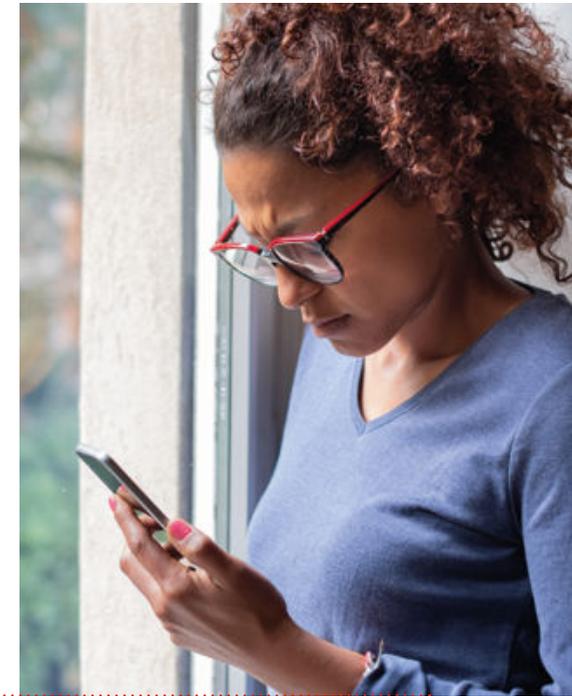
• Soigner aussi sa réputation en local.

Les professionnels de santé qui ont répondu à notre questionnaire sont plus de 93 % à se fier au « bouche-à-oreille entre collègues » pour avoir des informations sur les établissements de leur territoire (voir les chiffres ci-contre). En deuxième position, internet et les réseaux sociaux constituent également une source d'information. Cette forte prévalence du bouche-à-oreille peut s'expliquer par le fait que les personnes interrogées sont des intérimaires, habitués à échanger sur leurs missions. Cependant, si le bouche-à-oreille peut avoir son effet à l'échelle de la ville voire de la région, ce n'est pas le cas au niveau national. D'où la nécessité de travailler également une bonne image numérique pour susciter l'intérêt de tous les candidats, et ce de la façon la plus objective possible.

« Il y a encore sept ou huit ans, les structures du secteur médico-social étaient peu sur internet, et encore moins sur les réseaux sociaux. Aujourd'hui, elles publient des annonces punchy et pertinentes. Elles publient aussi des informations sur ce qu'elles font, pour montrer qu'elles existent et qu'elles innovent. Pour moi, les plus belles annonces sont celles qui portent la parole des personnes accompagnées et qui racontent ce que font les professionnels pour elles. Là, il y a du sens pour les postulants puisqu'on leur dit qu'ils vont être utiles à des personnes. C'est ce qu'a fait l'Adapei Nouvelles Côtes-d'Armor dans sa campagne fin 2024. Et c'est vraiment réussi. »

FRANÇOISE PERRIER

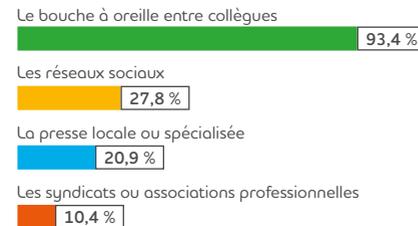
ex-DRH et dirigeante de Yukiyu Conseil



Les conditions de travail et la qualité des soins sont les deux premiers critères pour évaluer la réputation d'un établissement de santé, selon les professionnels interrogés.

Questions aux professionnels de santé :

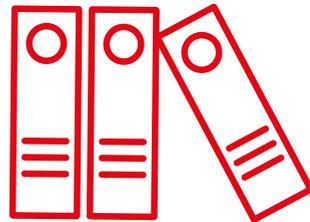
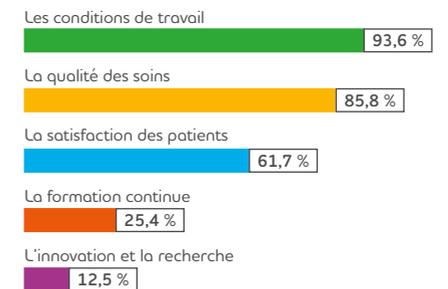
Comment vous informez-vous sur les établissements de santé de votre territoire ?



Êtes-vous attentif.ve à la réputation du/des établissement.s de votre territoire ?



Si oui : quels sont les critères importants à vos yeux ?



* economie.gouv.fr/entreprises/entreprises-surveillez-votre-e-reputation

« À mon sens, la communication sur les réseaux sociaux doit être la plus authentique et humanisée possible afin que les abonné.e.s ressentent l'ambiance et l'ADN de la structure. En complément, les avis sur Google doivent être analysés et traités. Enfin, une stratégie doit être mise en place pour obtenir une majorité de 5 étoiles. »

DOMINIQUE DENIS CHALOYARD

Directeur Marketing et Communication externe chez Adecco Medical

priorité

2

Bien gérer la cohabitation entre les générations

➤ Aujourd'hui, quatre générations cohabitent au travail : baby-boomers, X, Y et Z. L'émergence des plus jeunes a marqué un tournant dans la perception du management RH. Les secteurs de la santé et du social n'échappent pas à la règle et les différences de codes génèrent des incompréhensions voire des conflits. La clé du changement ? Battre en brèche les a priori et, surtout : communiquer !

Les 5 grandes générations

- **Baby-boomers :** nés entre 1946 et 1964
- **Génération X :** nés entre 1965 et 1980
- **Génération Y (ou Milléniaux) :** nés entre 1981 et 1996
- **Génération Z (ou Zoomers) :** nés entre 1997 et 2012
- **Génération Alpha :** nés entre 2013 et 2024

La cohabitation intergénérationnelle est un sujet pour la moitié des responsables RH interrogés...

... Mais les candidats constatent beaucoup moins de difficultés de cohabitation : les « équipes intergénérationnelles » sont un critère qui se place en dernière position des attentes des candidats à un poste (voir pages 9 et 15).

Les principales actions des responsables RH interrogés pour répondre aux problématiques intergénérationnelles sont les suivantes :

- la communication, l'écoute ;
- la formation des cadres au management intergénérationnel ;
- le tutorat, le mentoring et le partage d'expérience.

Quatre conseils pour une bonne collaboration senior/junior

Par Magali Guirricq, psychologue du travail et ex-DRH, fondatrice de Yenea.

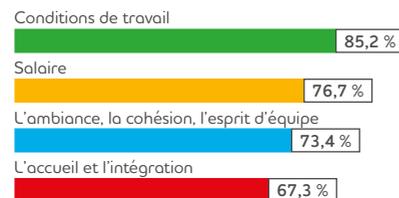
- **Être "inspirant".** « Les jeunes supportent l'autorité, à condition qu'elle soit incarnée. Ils ont besoin de savoir qui vous êtes avant de savoir ce que vous pouvez leur apprendre. Cela demande une manière d'être dans le métier, d'expliquer pourquoi vous l'avez choisi. Si vous ne créez aucune interaction, ils iront voir ChatGPT... Le "pourquoi" a plus de place que le "comment". »
- **Manager « agile ».** « On parle aussi de management "éclairé", qui permet à chaque individu de trouver sa place, d'être écouté. Le manager devient un coach : pour inspirer, écouter activement, faire des retours positifs ou négatifs. »
- **Engager avec les émotions.** « Avant, l'engagement était lié à la sécurité de l'emploi et à la loyauté. Aujourd'hui, il est affectif. On engage quand on vit des choses ensemble pour aller vers la solution. Chacun va apprendre de l'autre, et pas toujours les plus jeunes des plus anciens. L'inverse fonctionne aussi. »
- **Innover.** « Le jobsharing est une forme particulière de travail où deux personnes se partagent un poste. On peut s'en inspirer pour les transmissions entre poste de nuit/poste de jour, avec deux personnes de générations différentes. Idem pour le mentoring ou le tutorat qui crée un vrai lien entre junior et senior. Attention, on peut être tuteur à 30 ans ! »

Les résultats ci-dessous sont présentés en fonction du nombre d'années d'exercice des intérimaires interrogés (de moins d'1 an à plus de 10 ans d'expérience). On constate que, quelle que soit la génération, trois critères sont mis en avant chez tous les répondants : les conditions de travail, le salaire et l'ambiance dans les équipes. L'équilibre vie pro/vie perso remplace l'accueil/l'intégration pour les professionnels confirmés.

Question aux professionnels de santé :

Quelles sont vos attentes lorsque vous candidatez à un poste ?

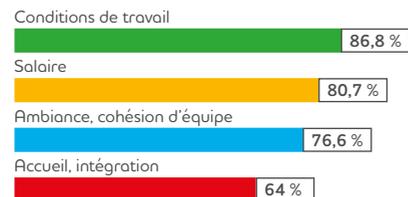
Jeunes diplômés et juniors
de - d'1 an à 5 ans d'expérience



Confirmés
entre 5 et 10 ans d'expérience

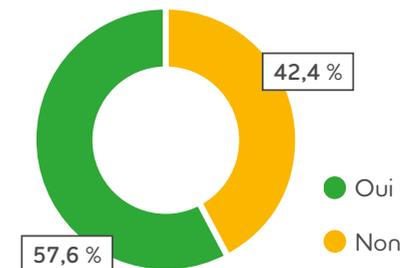


Seniors
+ de 10 ans d'expérience



Question aux responsables RH :

Constatez-vous des difficultés dans la cohabitation entre les générations ?



« Notre génération doit s'appuyer sur ses propres histoires et donner du sens »

OLIVIER REVOL

chef de service Psychopathologie du Développement, Hôpital Femme Mère Enfant des HCL à Lyon



« Les relations entre les générations sont un vrai sujet de société, et les nouvelles technologies, l'intelligence artificielle accentuent le fossé. On sent bien que, parfois, les catégories seniors ont des difficultés à s'adapter aux outils technologiques comme le dossier patient informatisé par exemple, alors que les jeunes générations sont plus à l'aise avec ces nouveaux outils. Cela peut créer une appréhension de la part de certains profils soignants à aller dans des établissements où ils seront confrontés à des outils qu'ils ne maîtrisent pas. Notre réponse, c'est de préparer l'intégration, par exemple en demandant à l'intérimaire d'aller plus tôt sur le lieu de la mission, de demander au cadre une transmission d'informations en amont avec un.e professionnel.le de l'équipe. On met aussi en place des formations sur des outils « dossier patient informatisé » spécifiques.

Cela se joue aussi dans la communication. On constate une volonté d'ouverture vers les soignants expérimentés de la part des plus jeunes concernant le savoir faire technique et les bons comportements à adopter dans la relation avec les patients et leurs familles. Les jeunes sont plutôt à l'écoute des bonnes pratiques. On le constate régulièrement dans les formations collectives que l'on organise qui sont propices aux échanges intergénérationnels. »

MAUD ZAOUÏ

Directrice Ressources Humaines Intérimaires chez Adecco Medical

« Pour la première fois dans l'histoire de l'humanité, la transmission de l'information n'est plus descendante mais horizontale. Par conséquent, les codes ont radicalement changé. Quelles réponses peut-on apporter ? Rendre acteurs les plus jeunes, pour qu'ils se sentent efficaces et utiles, en les engageant dans les projets. Prendre en compte leur rapport décomplexé à l'erreur : en tant que manager, on doit accepter de ne pas savoir et le dire. Cette transparence permet d'être légitime. Enfin, il faut donner du sens, c'est-à-dire expliquer comment la mission qu'on donne s'inscrit dans un projet de service. Les jeunes générations attendent de leurs aînés du compagnonnage. Qu'on leur fasse part de nos expériences, là où on a échoué, là où on a réussi. Cette matière ne sera jamais sur ChatGPT... Notre génération doit s'appuyer sur ses propres histoires. »

OLIVIER REVOL

Chef de service Psychopathologie du Développement, Hôpital Femme Mère Enfant des HCL à Lyon

priorité

3

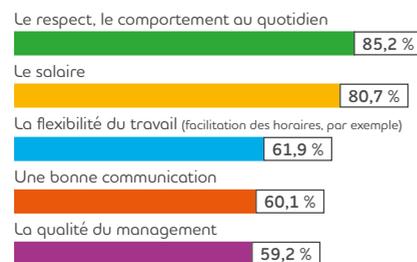
L'enjeu de la fidélisation

➤ Selon une étude de la DREES¹, près d'un.e infirmier.e hospitalier.e sur deux a quitté l'hôpital ou changé de métier après dix ans de carrière. 10% de ces effectifs exercent ensuite en libéral. Le problème se pose également en amont, avec un taux de démission dans les écoles de formation lui aussi préoccupant : 77% des étudiants en soins infirmiers ont envisagé d'abandonner la formation en 2024, selon une enquête nationale menée auprès de plus de 6 000 étudiants². Les conditions de travail, la rémunération, la reconnaissance du travail réalisé mais aussi la place accordée à l'expression de chacun sont parmi les leviers qui peuvent fidéliser le personnel de l'établissement de santé, du social et du medico-social.

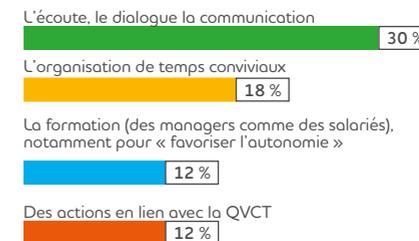
Les données issues du questionnaire

Les deux critères pour rester dans une structure placés en tête par les professionnels de santé interrogés sont : « le respect, le comportement au quotidien » et « le salaire ». La « flexibilité du travail et des organisations » se classe en troisième position.

Quels sont à vos yeux les actions/atouts/nouveautés qui peuvent vous donner envie de rester dans une structure ?



Du côté des responsables RH interrogés, les quatre principales mesures mises en œuvre pour « favoriser la cohésion des équipes » sont :



1 - Enquête publiée en juillet 2024.

2 - Enquête réalisée au printemps 2024 par Réussiton IFSI, plateforme d'accompagnement pour les étudiants, et SPS, association dédiée au soutien psychologique des soignants.



Repenser les organisations et libérer du temps pour les soignants

Avoir du temps pour fournir des soins de qualité est une aspiration légitime des professionnels, mais pas toujours une réalité. Le manque de temps et d'effectifs oblige à agir vite et génère de l'insatisfaction. Afin de libérer du temps aux soignants, le CHU de Bordeaux a fait le choix d'ouvrir deux nouveaux postes en support aux équipes soignantes :

- **un préparateur en pharmacie :** pour préparer, dispenser et gérer tout ce qui concerne le médicament ;
- **un SAPPi ou « soignant d'accueil du parcours patient et de l'intendance ».** Sa mission : préparer l'entrée et la sortie du patient et remplir toutes les fonctions annexes à son hospitalisation.

Par ailleurs, l'hôpital bordelais conduit régulièrement une enquête sur les motifs de départ de ses agents. C'est dans le cadre de cette enquête qu'ont été remises en place des équipes de suppléance pour mieux gérer l'absentéisme, en évitant d'appeler les agents sur leurs jours de repos et de créer de l'instabilité sur les plannings.

« On peut compter sur ses collègues »

« Je travaille au bloc. Avant l'intervention, on prépare notre matériel et on attend que notre collègue IADE ait également terminé la préparation de ses seringues. La vérification du matériel et du programme de l'intervention se font avec l'équipe. On attend l'anesthésiste, on s'enquiert de la présence du chirurgien dans les murs de l'établissement et, ensemble, quand tout le monde est prêt, nous allons voir le patient en salle d'accueil du bloc pour vérifier la check-list, discuter avec lui. Tout le long de l'intervention, il y a une réelle coordination et, en cas de problème, la cadre est très réactive. On peut compter sur ses collègues. »

INFIRMIÈRE SENIOR en poste à Toulouse

« Il est toujours plaisant de retourner dans une structure dans laquelle on est accueilli avec le sourire. »

ÉDUCATEUR dans le médico-social

« Les salariés ont besoin qu'on leur donne des informations »

Pour Françoise Perrier, le diable se cache souvent dans les détails. Et il suffit de toutes petites choses pour remettre du sens.

« Par exemple dans les EHPAD, s'il y a eu un décès dans la nuit, il faut que l'information soit donnée, mais pas seulement aux salariés de l'étage concerné. Tout le personnel doit être mis au courant, afin que chacun soit reconnu comme faisant partie d'un collectif. Les salariés ont besoin qu'on leur communique des informations, pour les impliquer. C'est basique, mais cela compte. »

FRANÇOISE PERRIER

ex-DRH et dirigeante de Yukiyu Conseil

« Les professionnels souhaitent des missions qui équilibrent le pro/perso, dans un rayon géographique souhaité et dans des spécialités données. Si leurs missions correspondent à leurs besoins, les intérimaires ont généralement envie de rester durablement. En complément pour les fidéliser, nous leur proposons de la formation (7 500 personnes formées en 2024), un accompagnement et un suivi tout au long de la collaboration, des avantages sociaux, un bonus de bienvenue... Chaque année, nous certifions 1 000 intérimaires « Adecco Medical Expert ». Cela crée de la confiance avec les établissements qui les accueillent. »

MAUD ZAOUÏ

Directrice Ressources Humaines Intérimaires chez Adecco Medical



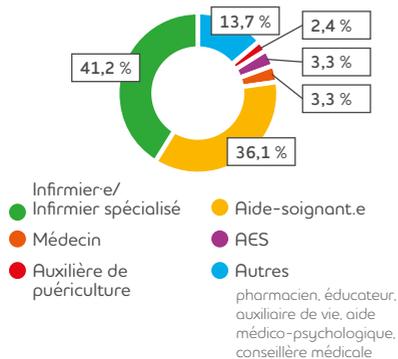


Méthodologie d'enquête

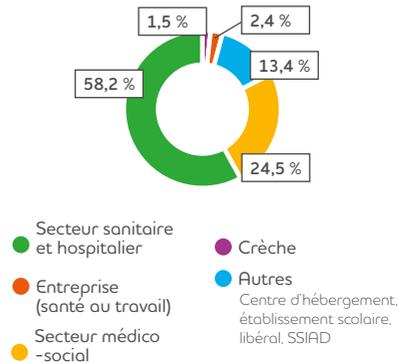
- Deux questionnaires ont été adressés :
 - aux intérimaires délégués par Adecco Medical : 335 réponses collectées
 - à des responsables ressources humaines (RRH, DRH et Directeur) d'établissements de santé, du social et du medico-social : 33 réponses collectées.

Qui sont les répondants au questionnaire adressé aux professionnels de santé ?

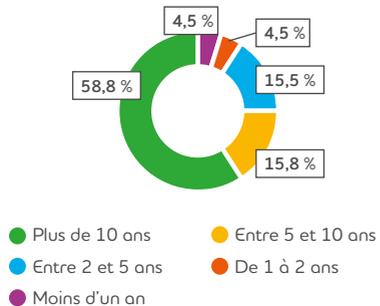
Quel est votre métier ?



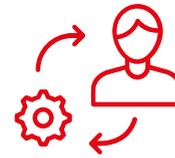
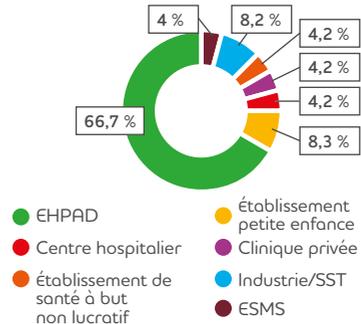
Dans quel secteur exercez-vous ?



Depuis combien de temps l'exercez-vous ?



Dans quel type d'établissement exercez-vous ?



Grands enseignements

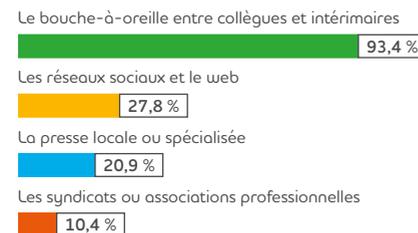
- Les réponses aux questionnaires permettent de mettre en lumière les fondamentaux pour travailler dans de bonnes conditions dans un service.

Pour les professionnels de santé

Quelles sont vos attentes lorsque vous candidatez à un poste ?

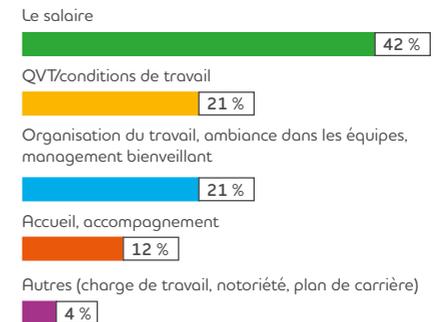


Comment vous informez-vous sur les établissements de santé de votre territoire ?

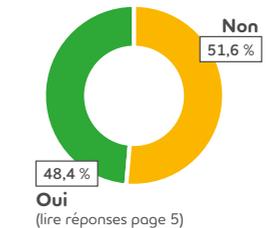


Pour les responsables RH

Quels sont selon vous les critères indispensables pour être un établissement attractif ?



Avez-vous mis en place une action de communication pour attirer de jeunes talents ?





www.adeccomedical.fr

 AdeccoMedicalFR

 Adecco-Medical

 AdeccoMedical

 AdeccoMedicalFR

 Adecco Medical

0800 007 006
(service & appel gratuits)

Adecco
Medical