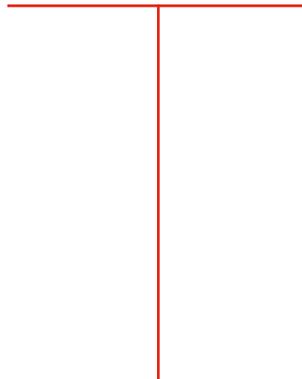


# Guide de marque



  
**bien**  
en Alsace



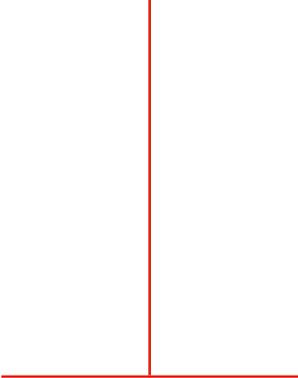


---

# Edito

Convaincus que l'Alsace a une réelle attractivité et des atouts singuliers, entreprises, territoires et partenaires d'Alsace s'engagent autour de valeurs partagées et travaillent ensemble à définir et à mettre en œuvre des actions pour attirer, fidéliser et faciliter l'épanouissement des talents. Ce document a pour objectif de vous présenter la Marque Employeur **bien en Alsace** et de vous guider dans son utilisation.



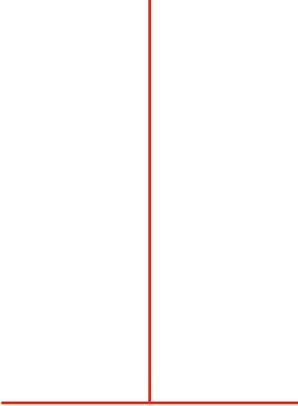


# Pourquoi ce guide de marque ?

Pour vous présenter **la démarche et l'expression créative de la Marque Employeur bien en Alsace.**

Au-delà de la charte graphique qui définit les règles à suivre, ce guide est plus complet pour que chaque partie prenante puisse s'approprier les attributs distinctifs de la marque tout en conservant sa propre identité.

**A la fois guide de référence et boîte à outils**, il regroupe des éléments formels et de langage, des exemples d'applications et quelques éléments prêts à l'emploi pour valoriser vos offres d'emplois, faciliter et inspirer vos futures communications RH ou marque employeur, mais aussi vos initiatives ou événements.



# Sommaire

**01** Démarche de la Marque Employeur Alsace **P. 6**

**02** Expression créative de la marque **P. 12**

**03** Utilisation par les partenaires **P. 27**



# Démarche de la Marque Employeur Alsace

P. 7 > P. 11

# 01



  
bien  
en Alsace

## 1.1 Un projet de marque employeur partagée

# Les 3 axes stratégiques de la Marque Employeur Alsace

**1** | Se fédérer autour d'un projet collectif, de valeurs partagées et d'actions concrètes.

**2** | Développer la capacité de l'Alsace à rayonner pour attirer les talents dont elle a besoin.

**3** | Faciliter et valoriser la localisation des activités et le recrutement des talents dans les entreprises de chaque territoire.

### Une marque collective et partagée

**Bien en Alsace** appartient à tous les acteurs alsaciens qui se reconnaissent dans ses ambitions et ses valeurs. C'est une communauté d'intérêt.

### Un objectif

Relever le défi de l'emploi en Alsace en valorisant et développant ses forces d'attractivité.

### Ses principaux enjeux

- Créer une nouvelle proposition de valeurs partagées pour l'Alsace.
- Révéler le potentiel des territoires et des entreprises.
- Proposer des outils personnalisables de communication.

## 1.2 Les fondements de la marque

# Convictions

### Nous croyons que l'Alsace

offre un modèle de vie meilleure,  
en phase avec les attentes des femmes et  
des hommes d'aujourd'hui et de demain.

### Nous savons que l'Alsace

est intensément  
vivante et possède de  
« vraies qualités humaines ».

### Nous pensons qu'en Alsace

chacun peut s'épanouir dans sa vie  
comme dans son travail.



+



=

bien  
en  
Alsace

## 1.2 Les fondements de la marque

# Vocations

### **C'est affirmer**

les atouts singuliers  
de nos territoires et de nos entreprises  
pour susciter l'intérêt et créer  
de la préférence pour l'Alsace.

### **C'est incarner**

les valeurs communes  
et distinctives de chacune  
des parties prenantes.

  
bien  
en Alsace

### **C'est s'engager**

autour de promesses faites  
à tous celles et ceux qui sont en quête  
d'un mieux vivre, de qualité d'emploi,  
de perspectives, de valeurs et d'accueil.

### **C'est additionner**

nos forces, parce qu'ensemble,  
**on est bien plus fort !**

## 1.2 Les fondements de la marque

# Valeurs communes

- Des valeurs fortes et représentatives de l'Alsace.
- Des valeurs défendues par nos territoires et nos entreprises.
- Des valeurs qui répondent aux attentes de nos publics cibles.

**L'ENGAGEMENT**

**LA QUALITÉ**

**L'OUVERTURE**

**L'INNOVATION**

### 4 valeurs communes

que chaque territoire ou entreprise pourra enrichir de ses valeurs spécifiques.

## 1.2 Les fondements de la marque

# Missions

- 1** Opérer un travail de séduction pour aller au-delà des représentations « stéréotypées » qui sont souvent basées sur une connaissance sommaire de l'Alsace.
- 2** Faire rayonner l'Alsace pour donner envie d'y travailler et de s'y installer durablement.
- 3** Ouvrir le « champ des possibles », en donnant l'envie d'un territoire dans lequel on peut à la fois avoir un projet de vie équilibré et s'épanouir dans sa carrière, sa créativité ou son envie d'entreprendre.
- 4** Bâtir une vraie proposition de valeur pour donner un sens nouveau à une vie en Alsace.
- 5** Se démarquer en mettant en place des dispositifs et des outils pour séduire, attirer et faciliter le parcours collaborateur.
- 6** Initier et animer une démarche fédérant entreprises, territoires et partenaires tout au long du parcours collaborateurs pour apporter les meilleures réponses en matière d'attractivité des talents.

# Expression créative de la Marque

P. 13 > P. 26



## 2.1 Eléments de forme

# Le logotype



La Marque Employeur Alsace



La Marque Employeur Alsace

### Le nom

**bien en Alsace**, c'est l'affirmation positive et communicative de ceux qui y vivent, y travaillent ou développent leurs activités comme de ceux qui y grandissent et se construisent un avenir.

C'est surtout la promesse faite à tous ceux qui sont en quête d'un mieux vivre, de perspectives, de valeurs et de qualité d'emploi et d'accueil.

### Le symbole

En reprenant les codants « Acœur », couleurs et style typographique, le logo s'inscrit dans l'ADN de la Marque Partagée Alsace. Il est construit autour d'un mot clé : **bien**. La couleur rouge est un des piliers identitaires de l'Alsace, mais aussi un symbole d'envie et de ferveur. La typo ronde s'accorde avec les courbes du « Acœur ». « Acœur » qui est le point d'orgue de la promesse **bien en Alsace**.

## 2.1 Éléments de forme

# Typographies

### Titrage

Bien  
arrivée  
en Alsace

Mariné Up (de la light à la black avec les italiques)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

### Accompagnement

Bien  
viure  
en Alsace

Mariné (de la light à la black avec les italiques)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

### Administratif

Bienvenue  
en Alsace

Arial (de la light à la black avec les italiques)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Les typographies *Mariné* et *Mariné Up* sont conçues par Martín Sommaruga, publiées par TipoType. Elles sont comprises dans le pack typo [Adobe fonts.com](https://adobe.com/fonts) ou à l'achat sur [myfonts.com](https://myfonts.com)

L'utilisation de ces typographies permet de garantir l'unité graphique de la marque. La police « *Mariné Up* » est une variation plus ronde de la police « *Mariné* ». Elles peuvent être utilisées ensemble pour le titrage.

Favoriser la typo « *Mariné* » pour les textes courants. Si l'accès à ces 2 typographies n'est pas possible, il est envisageable d'utiliser l'Arial.

## 2.1 Eléments de forme

# Le logotype et ses déclinaisons

1 couleur



Noir 70%



Filaire



Filaire noir  
Existe filaire blanc



Exemples d'utilisation



Exemples d'utilisation

En plus d'une version en gris neutre, essentielle pour les impressions en noir, le logo **bien en Alsace** existe en traitement filaire. Cette version, plus light, va trouver sa place au côté des logos d'entreprises ou de territoires sans les cannibaliser. Il est aussi moins exigeant en encre. Le rouge, le noir et le gris sont les couleurs qui définissent la marque employeur.

### Taille minimale

Taille d'utilisation minimale à respecter pour que le mot « en Alsace » reste lisible. Le logo en 72 dpi à une taille minimale en pixels.

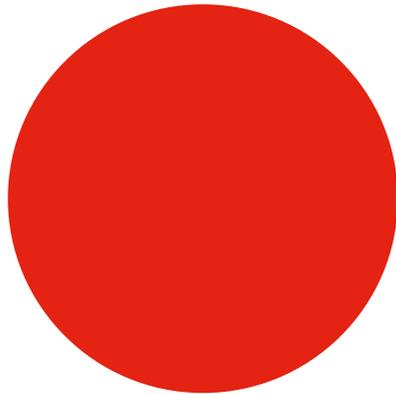


15 mm  
70 pixels

15 mm  
70 pixels

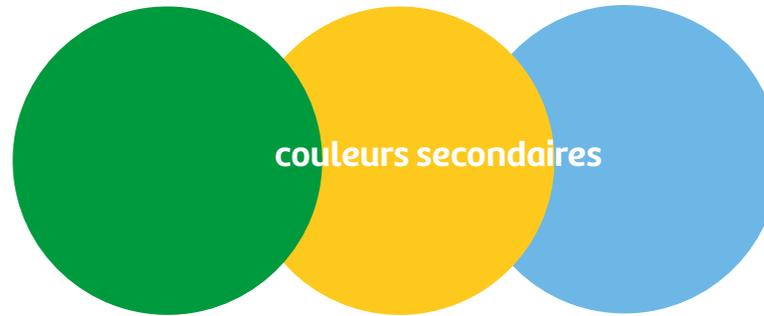
## 2.1 Eléments de forme

# Couleurs



### ROUGE

R200 V0 B0  
C0 M95 J100 N0  
PANTONE 485 C  
#C80000



couleurs secondaires

### VERT TENDRE

R85 V190 B71  
C95 M0 J100 N0  
PANTONE 360 C  
#55BE47

### JAUNE DORÉ

R255 V199 B38  
C0 M22 J90 N0  
PANTONE 123 C  
#FFC726

### BLEU AZUR

R98 V180 B232  
C58 M13 J0 N0  
PANTONE 2915C  
#62B4E8

Le rouge est la couleur prédominante. Les couleurs secondaires sont limitées à 3 afin de conserver une cohérence graphique sur tous les supports de communication. Elles peuvent être utilisées en complément pour animer les documents

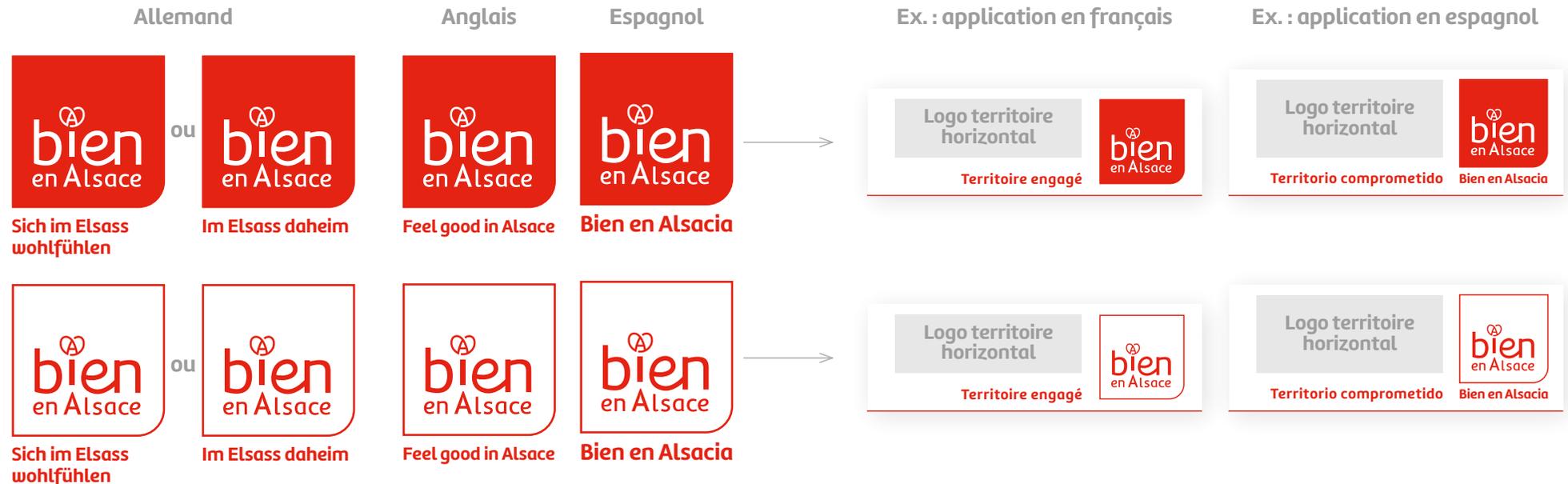
**bien en Alsace**, comme par exemple, sur les pages de chapitre du Guide de marque. Les couleurs secondaires sont utilisées uniquement sur les supports de communication propres à la marque **bien en Alsace**.



Exemples d'applications pour les couleurs secondaires

## 2.1 Eléments de forme

# Versions internationales



### Taille minimale

Taille d'utilisation minimale à respecter pour que la traduction reste lisible. Le logo en 72 dpi a une taille minimale en pixels. **En dessous de cette taille, la traduction n'est plus rattachée au logo, elle doit alors être valorisée dans les contenus associés au logo bien en Alsace.**



## 2.1 Eléments de forme

# Univers iconographiques



**Bien dans ma vie – bien dans mon travail**, cette planche de photos illustre ce doublé gagnant porté par la marque employeur Alsace. Les photos montrent des personnes qui s'épanouissent dans leur vie de tous les jours comme dans leur vie

professionnelle. Ce sont des instantanés de vie qui place l'humain au cœur des préoccupations et des objectifs de marque.

Ces images sont des photos-maquette, elles sont soumises à des droits d'utilisation.

## 2.1 Eléments de forme

# Règles d'usage

## Interdits



Interdit de rajouter des effets.



Interdit de déformer le carré.



Interdit d'utiliser une autre typographie.



Interdit de modifier la forme.



Interdit d'écrire autre chose.



Interdit d'incliner le logo.



Interdit d'utiliser le logo en mauvaise qualité.



Interdit de superposer une forme.



Interdit d'étirer le logo.

Ceci est un rappel des pratiques à éviter concernant l'utilisation du logo **bien en Alsace**. Seuls les logos fournis par l'Adira font partie de la charte.

## 2.1 Eléments de forme

# Règles d'usage

## Gestion des fonds

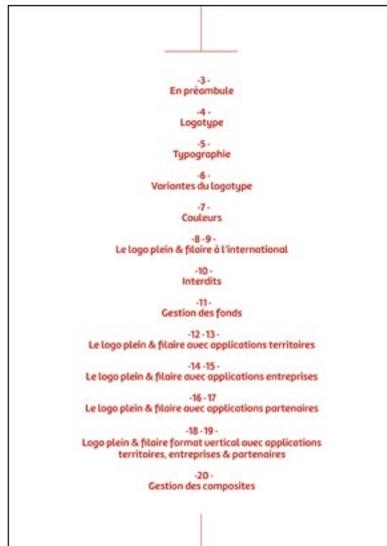
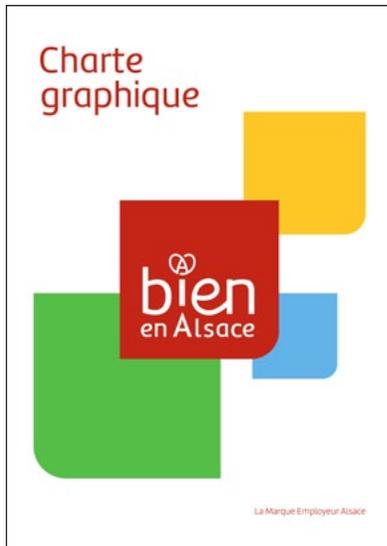


Le logo **bien en Alsace** peut vivre sur différents fonds. Le logo filaire fonctionne très bien quand il y a suffisamment de contraste avec le fond. Cependant, il est fortement déconseillé de l'utiliser sur un fond rouge ou avec trop peu de contraste.

La marque employeur **bien en Alsace** se veut simple d'utilisation, afin que chaque partie prenante puisse s'en emparer aisément dans leurs communications respectives.

## 2.1 Eléments de forme

# Renvoi à la charte graphique



Retrouvez la charte graphique complète en ligne.

## 2.2 Principes d'édition

# Flyers, guides et goodies



Leaflet « séduction »



Tote bag et badges



Guide Job en Alsace

Ces exemples illustrent des possibilités de déclinaison de l'univers graphique de la marque **bien en Alsace** sur différents supports. Ils sont montrés à titre d'exemples.

Ce sont des exemples propres à la marque **bien en Alsace**.

## 2.3 Éléments de langage

# Ton of voice

Un ton résolument **volontaire et engagé**.

L'expression de valeurs communes. Des **réponses concrètes**.

Des formules qui doublent l'impact positif ou l'intérêt porté à l'Alsace, ses collectivités, ses entreprises.

Pas de fausses promesses ou de superlatifs : on est **bien en Alsace**, pas très bien et encore moins super bien.

Un ton éminemment **positif** qui parle à tous et résonne dans l'esprit de chacun,  
sans pour autant basculer dans un langage trop parlé.

## 2.3 Éléments de langage

# Expressions à destination des territoires & entreprises

La jouer **collectif** pour faire gagner l'emploi en Alsace (à Strasbourg, Neuf-Brisach,...)

Faire qu'**ensemble** chaque candidat se retrouve en Alsace (à Haguenau, Saint-Louis,...)

Se retrouver autour de **valeurs communes** pour mieux les partager.

Transformer chacune des qualités de l'Alsace en **promesses concrètes**.

Créer un **parcours collaborateur** semé de bonnes intentions.

S'appuyer sur les **forces locales (régionales)** pour muscler l'attractivité.

Offrir un **équilibre vie/travail** comme nulle part ailleurs.

Tisser un **réseau unique et solidaire** pour capter les talents.

**S'associer** pour relever les défis de l'emploi en Alsace.

Mener **des actions concrètes** pour crédibiliser notre promesse.

Créer **collectivement** une dynamique RH.

Ces phrases ne doivent pas être considérées comme des accroches mais comme des expressions et éléments de discours que chaque partie prenante peut utiliser,

en l'état, ou modifier selon ses besoins, pour accompagner une prise de parole institutionnelle, des publications régionales ou locales, ...

## 2.3 Éléments de langage

# Expressions à destination des publics cibles

Trouver le **bon équilibre** entre vie pro et vie perso.

Avoir de **bonnes raisons de venir** et en découvrir plein d'autres de rester.

**Se sentir bien** dans sa ville comme dans sa vie.

**S'épanouir** dans son boulot autant qu'en dehors.

**Apprécier** son quotidien et se **projeter** dans l'avenir.

**Avoir des valeurs** et pouvoir y être fidèle.

**Aimer** autant les lundis que les vendredis.

Faire le choix de **vivre mieux** et être sûr d'avoir fait le bon choix **avec l'Alsace**.

Ces phrases ne sont pas, à proprement parler, des accroches, mais des expressions de **bien en Alsace** que chaque partie prenante peut utiliser, en l'état,

ou modifier, pour les personnaliser, se les approprier, pour optimiser une publication, une offre d'emploi, un discours de marque, ...

## 2.3 Éléments de langage

# Exemples de contenus génériques bien en Alsace

Global Alsace

 bien  
en Alsace

Vous recherchez une terre  
d'accueil où il fait aussi bon  
vivre que travailler ?  
**Bienvenue en Alsace.**

**bien en Alsace**, C'est la promesse faite  
à toutes les personnes en quête d'un  
mieux vivre, de perspectives, de valeurs  
et de qualité d'accueil.

Territoires

 bien  
en Alsace

**bien en Alsace**, c'est un réseau  
unique d'entreprises et de  
collectivités, comme **Haguenau**,  
fédérées autour de valeurs et  
d'engagements communs pour  
bien vous accueillir et vous  
aider dans votre installation en  
Alsace.

**bien en Alsace**, c'est trouver votre place  
à **Saint-Louis** dans une entreprise à  
proximité de votre lieu de vie.

**bien en Alsace**, c'est réussir votre nouveau  
projet de vie et atteindre vos objectifs de  
carrière à **Neuf-Brisach**.

**bien en Alsace**, c'est vous aider à réussir  
votre nouveau projet de vie à **Strasbourg**.

Entreprises

 bien  
en Alsace

**bien en Alsace**, c'est pouvoir  
vous investir et évoluer au  
sein de notre entreprise  
tout en profitant d'un vrai  
équilibre vie-travail.

**bien en Alsace**, c'est un réseau unique  
de collectivités et d'entreprises,  
comme **SEW USOCOME** fédérées  
autour de valeurs et d'engagements  
communs pour bien vous accueillir  
et vous aider dans votre installation  
dans **la région de Haguenau**.

# Utilisation par les partenaires

P. 28 > P. 42

# OF



  
bien  
en Alsace

## 3.1 Territoires

# Logo plein avec applications

Logo horizontal territoire Eurométropole



Logo vertical territoire Pays de Ribeauvillé



Exemple d'application pour une communication de l'Eurométropole



Exemple d'application pour une communication Pays de Ribeauvillé



La phrase « Territoire engagé » relie le territoire à la marque **bien en Alsace**. L'encart est extensible sur la gauche en fonction de la taille du logo territoire. Positionner le logo du territoire à gauche de **bien en Alsace**. Le fond blanc tramé de l'encart permet

une lisibilité de l'ensemble sur tous les supports d'application. Un léger ombré évite que les contours de l'encart disparaissent sur un fond trop clair. L'encart se place là où la charte territoire le permet.

### 3.1 Territoires

# Logo filaire avec applications

Logo horizontal territoire Eurométropole



Logo vertical territoire Pays de Ribeauvillé



Exemple d'application pour une communication de l'Eurométropole



Exemple d'application pour une communication Pays de Ribeauvillé



La phrase « Territoire engagé » relie le territoire à la marque **bien en Alsace**. L'encart est extensible sur la gauche en fonction de la taille du logo territoire. Positionner le logo du territoire à gauche de **bien en Alsace**. Le fond blanc tramé de l'encart permet

une lisibilité de l'ensemble sur tous les supports d'application. Un léger ombré évite que les contours de l'encart disparaissent sur un fond trop clair. L'encart se place là où la charte territoire le permet.

## 3.2 Entreprises

# Logo plein avec applications

Logo horizontal entreprise Weleda



Exemple d'application pour une communication de Weleda



Exemple d'application pour une communication Électricité de Strasbourg



Logo vertical entreprise Électricité de Strasbourg



La phrase « Entreprise engagée » relie l'entreprise à la marque **bien en Alsace**. L'encart est extensible sur la gauche en fonction de la taille du logo entreprise. Positionner le logo entreprise à gauche de **bien en Alsace**. Le fond blanc tramé de

l'encart permet une lisibilité de l'ensemble sur tous les supports d'application. Un léger ombré évite que les contours de l'encart disparaissent sur un fond trop clair. L'encart se place là où la charte entreprise le permet.

## 3.2 Entreprises

# Logo filaire avec applications

Logo horizontal entreprise Weleda



Logo vertical entreprise Électricité de Strasbourg



Exemple d'application pour une communication de Weleda



Exemple d'application pour une communication Électricité de Strasbourg



La phrase « Entreprise engagée » relie l'entreprise à la marque **bien en Alsace**. L'encart est extensible sur la gauche en fonction de la taille du logo entreprise. Positionner le logo entreprise à gauche de **bien en Alsace**. Le fond blanc tramé de

l'encart permet une lisibilité de l'ensemble sur tous les supports d'application. Un léger ombré évite que les contours de l'encart disparaissent sur un fond trop clair. L'encart se place là où la charte entreprise le permet.

### 3.3 Partenaires

# Logo plein avec applications

Logo horizontal partenaire de La Maison de l'Emploi



Logo vertical partenaire Cité de l'Emploi



Exemple d'application pour une communication de La Maison de l'Emploi



Exemple d'application pour une communication Cité de l'Emploi



La phrase « Partenaire engagé » relie le partenaire à la marque **bien en Alsace**. L'encart est extensible sur la gauche en fonction de la taille du logo partenaire. Positionner le logo partenaire à gauche de **bien en Alsace**. Le fond blanc tramé de

l'encart permet une lisibilité de l'ensemble sur tous les supports d'application. Un léger ombré évite que les contours de l'encart disparaissent sur un fond trop clair. L'encart se place là où la charte partenaire le permet.

### 3.3 Partenaires

# Logo filaire avec applications

Logo horizontal partenaire de La Maison de l'Emploi



Logo vertical partenaire Cité de l'Emploi



Exemple d'application pour une communication de La Maison de l'Emploi



Exemple d'application pour une communication Cité de l'Emploi



La phrase « Partenaire engagé » relie le partenaire à la marque **bien en Alsace**. L'encart est extensible sur la gauche en fonction de la taille du logo partenaire. Positionner le logo partenaire à gauche de **bien en Alsace**. Le fond blanc tramé de

l'encart permet une lisibilité de l'ensemble sur tous les supports d'application. Un léger ombré évite que les contours de l'encart disparaissent sur un fond trop clair. L'encart se place là où la charte partenaire le permet.

### 3.4 Territoires, entreprises & partenaires

# Logo plein avec applications



Territoire

Entreprise

Partenaire

Exemple d'application pour une communication Pays de Ribeauvillé



L'application au format vertical est préconisée dans le cas où la charte du territoire, de l'entreprise ou du partenaire ne permet pas une application au format horizontal.

Le fond blanc tramé de l'encart permet une lisibilité de l'ensemble sur tous les supports d'application. Un léger ombré évite que les contours de l'encart disparaissent sur un fond trop clair. L'encart se place là où la charte graphique (territoire/entreprise/partenaire) le permet.

### 3.4 Territoires, entreprises & partenaires

# Logo filaire avec applications



Territoire

Entreprise

Partenaire

Exemple d'application pour une communication Pays de Ribeauvillé



L'application au format vertical est préconisée dans le cas où la charte du territoire, de l'entreprise ou du partenaire ne permet pas une application au format horizontal.

Le fond blanc tramé de l'encart permet une lisibilité de l'ensemble sur tous les supports d'application. Un léger ombré évite que les contours de l'encart disparaissent sur un fond trop clair. L'encart se place là où la charte graphique (territoire/entreprise/partenaire) le permet.

## 3.5 Territoires & Entreprises

# Gestion des composites

Prise de parole territoire / entreprises



Prise de parole « bien en Alsace »



Exemple d'application pour une communication de territoire / entreprises



Exemple d'application pour une communication **bien en Alsace**, personnalisée par le territoire et ses entreprises partenaires

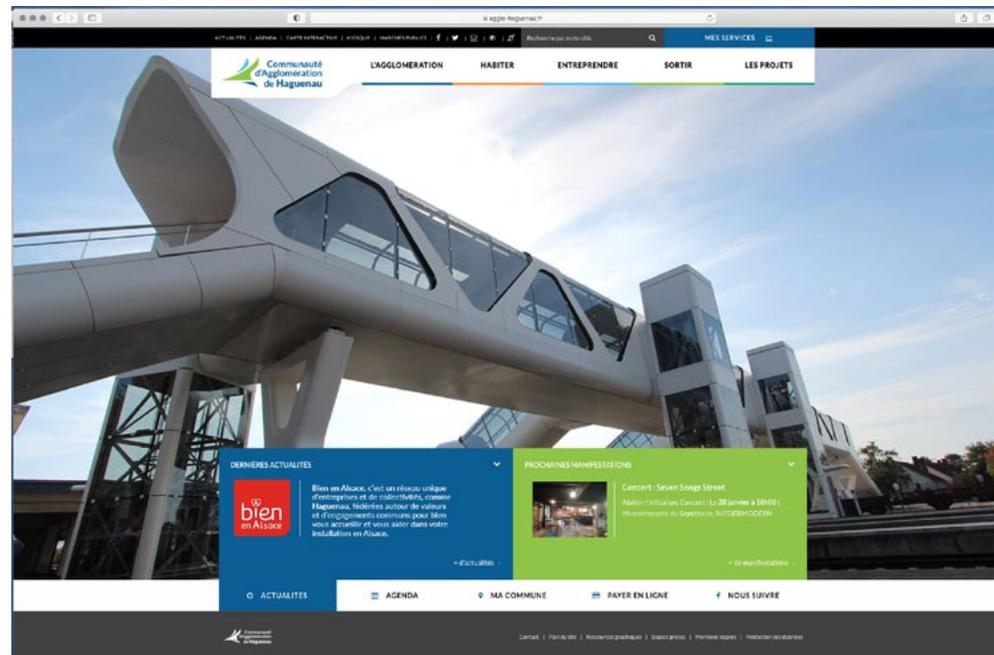
« Engagés dans la démarche » relie les territoires, entreprises, partenaires à la marque **bien en Alsace**. Cette phrase permet d'éviter toute confusion quant à la vocation de la Marque Employeur **bien en Alsace**. Il est essentiel qu'elle soit présente surtout dans la phase de lancement. La taille de l'encart est variable en

fonction du nombre de logos entreprises / territoire. Il est important de laisser respirer le blanc autour des logos. Les filets rouges permettent d'organiser les logos dans l'encart. L'encart se place en fonction de la charte graphique du territoire.

### 3.6 Applications outils propriétaires

# Exemples territoires

Communauté d'Agglomération de Haguenau / Home page site internet collectivité



Home page du site de la Communauté d'Agglomération de Haguenau  
> intégration du logo dans un encart  
« Actualités »

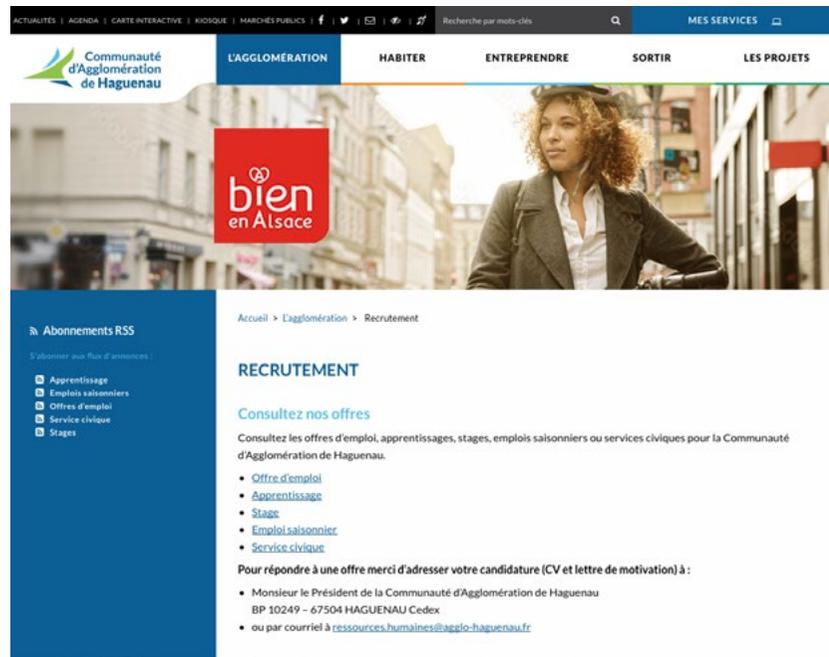
Dans le cadre d'une application du logo **bien en Alsace** sur un outil de communication « territoire », il est important de prendre en considération les chartes graphiques de chaque territoire et les contraintes techniques des supports (ex : site internet,

fiche de poste en ligne, annonce de recrutement, etc.). La charte **bien en Alsace** doit s'intégrer à la charte territoire.

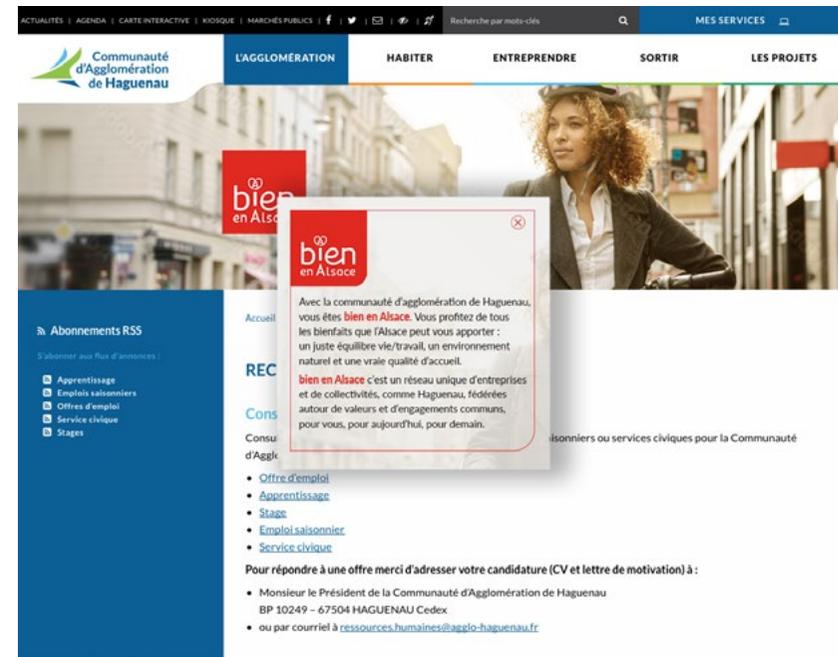
### 3.6 Applications outils propriétaires

# Exemples territoires

## Communauté d'Agglomération de Haguenau / Rubrique recrutement



Page recrutement du site de la Communauté d'Agglomération de Haguenau  
> Utilisation du bandeau image pour la communication **bien en Alsace**.  
L'image utilisée est une photo-maquette, elle est soumise à des droits.



Pop up au survol du logo **bien en Alsace** qui résume la démarche.

## 3.6 Applications outils propriétaires

# Exemples territoires

## Communauté d'Agglomération de Haguenau / Fiches de postes



36 communes – 100 000 habitants – 1000 collaborateurs  
Recrute par voie contractuelle

**Un Médecin de travail à temps non complet (h/f)**  
(environ 2 à 4 jours /mois)

**Vous serez sous l'autorité de la Directrice des Ressources Humaines et de l'Innovation et aurez pour principales missions :**

- Assurer la surveillance médicale des agents dans le cadre des visites médicales
- Contribuer à la démarche de prévention des risques de la collectivité
- Participer aux CHSCT
- Conseiller la DRH sur les situations d'adaptation de postes de travail et de reclassement professionnel
- Réaliser des analyses de postes et des visites de locaux et faire des préconisations

**Profil :**

- Expérience similaire
- Médecin titulaire des diplômes permettant d'intervenir en médecine de prévention au sein d'une collectivité

**bien en Alsace**

Avec la communauté d'agglomération de Haguenau vous êtes **bien en Alsace**.  
Vous profitez de tous les bienfaits que l'Alsace peut vous apporter :  
un juste équilibre vie/travail, un environnement naturel et une vraie qualité d'accueil.

**bien en Alsace** c'est un réseau unique d'entreprises et de collectivités, comme **Haguenau**, fédérées autour de valeurs et d'engagements communs, pour vous, pour aujourd'hui, pour demain.

**Renseignements complémentaires :** Pascale AMRHEIN, Directrice des Ressources Humaines et de l'Innovation, 03 88 90 68 55. Merci d'adresser votre candidature (CV et lettre de motivation) à Monsieur le Président de la Communauté de d'Agglomération de Haguenau, B.P. 10249, 67504 HAGUENAU CEDEX, ou par courriel à ressources.humaines@aggllo-haguenau.fr



**Bien en Alsace**

Avec la communauté d'agglomération de Haguenau vous êtes **bien en Alsace**.  
Vous profitez de tous les bienfaits que l'Alsace peut vous apporter :  
un juste équilibre vie/travail, un environnement naturel et une vraie qualité d'accueil.

**bien en Alsace** c'est un réseau unique d'entreprises et de collectivités, comme **Haguenau**, fédérées autour de valeurs et d'engagements communs, pour vous, pour aujourd'hui, pour demain.

Fiche de poste en pdf de la Communauté d'Agglomération de Haguenau  
> Intégration d'un encart aux couleurs de la marque **bien en Alsace** qui détaille la démarche.

### 3.6 Applications outils propriétaires

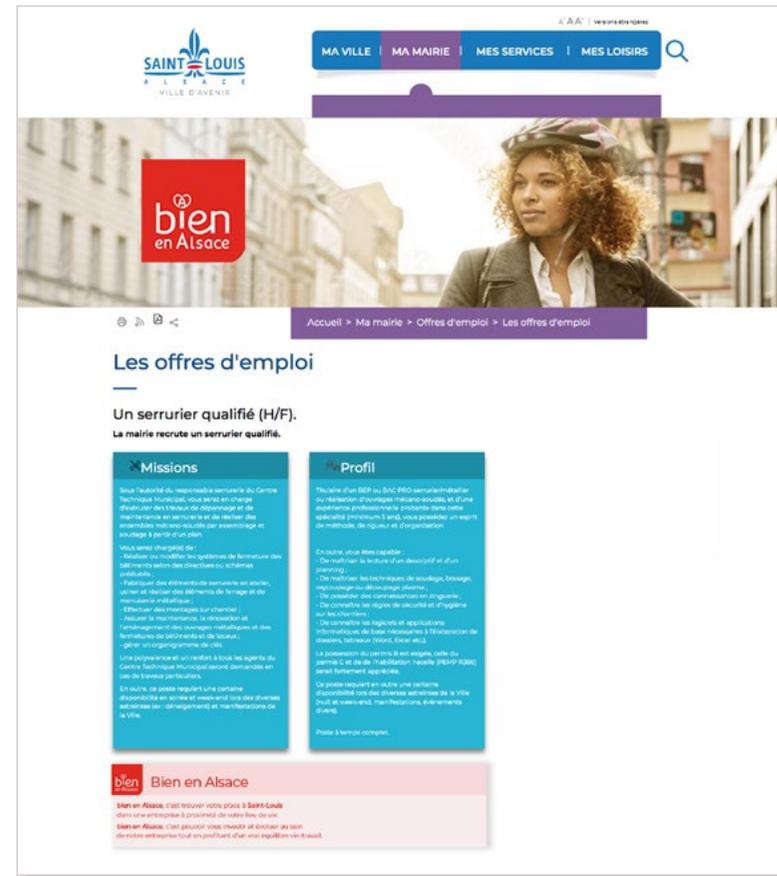
# Exemples territoires

## Ville de Saint-Louis / Rubriques recrutement



Page « Offre d'emplois » du site de la Ville de Saint-Louis  
> Utilisation du bandeau image pour la communication **bien en Alsace**.  
> Pop up au survol du logo **bien en Alsace** avec un résumé de la démarche.  
L'image utilisée est une photo-maquette, elle est soumise à des droits.

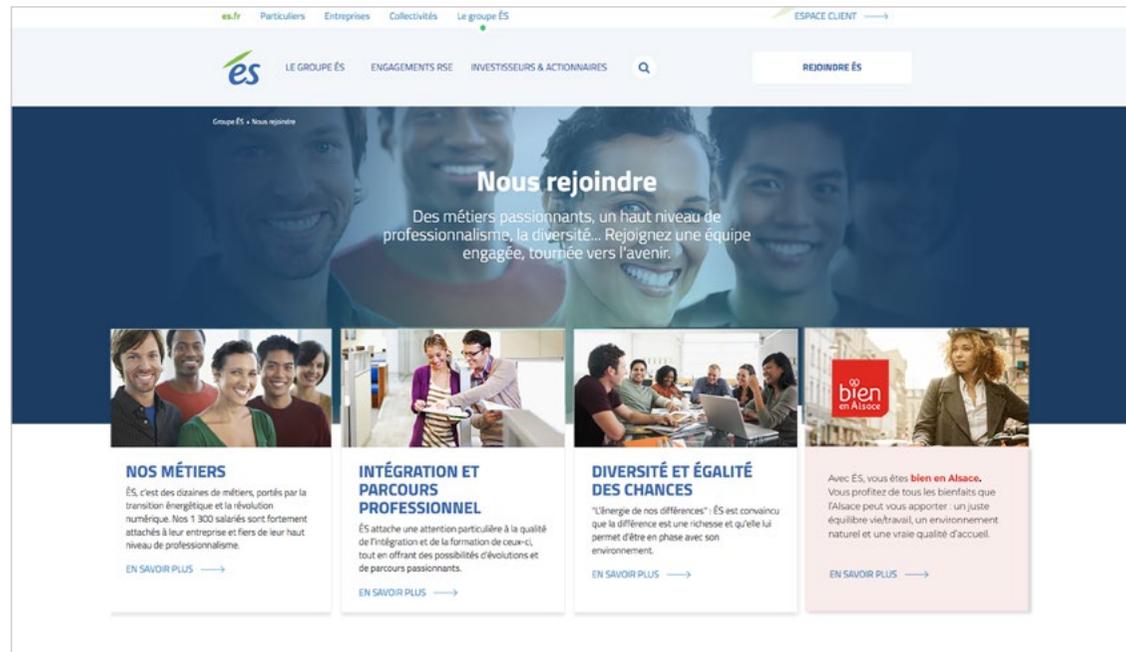
À droite > Intégration en bas de page dans une offre d'emploi, d'un encart qui explique la démarche.



### 3.7 Applications outils propriétaires

# Exemples entreprises

## ES Strasbourg / Rubrique recrutement



Page « Nous rejoindre » du site Electricité de Strasbourg  
> Intégration d'un encart pour la communication **bien en Alsace**.  
L'image utilisée est une photo-maquette, elle est soumise à des droits.

Dans le cadre d'une application du logo **bien en Alsace** sur un outil de communication « entreprise », il est important de prendre en considération les chartes graphiques

de chaque territoire et les contraintes techniques des supports (ex : site internet, fiche de poste en ligne, annonce de recrutement, etc.).

### 3.7 Applications outils propriétaires

# Exemples entreprises

## ES Strasbourg / Fiches de postes

**ES, l'énergéticien engagé pour son territoire, recrute pour son activité de fourniture d'énergies des :**

**CONSEILLERS COMMERCIAUX (F/H)**

Date de publication : 23/11/2022      Type de contrat : CDI

Prenez le contact privilégié pour répondre aux demandes et assurer un service de qualité. Vous conseillez les clients et optimisez leurs contrats d'électricité et de gaz, notamment en énergie verte, pour les particuliers, les entreprises et les collectivités locales. Nous recherchons des personnes dynamiques et motivées pour rejoindre nos équipes de vente.

Vous avez le goût du contact, de la vente et la satisfaction du client fait partie de vos valeurs ? Ce poste est fait pour vous !

Le métier en image.

**MISSIONS**

Vous êtes le contact privilégié pour répondre aux demandes et assurer un service de qualité. Vous conseillez les clients et optimisez leurs contrats d'électricité et de gaz. Vous assurez de ce fait tous les aspects de la relation client (compte client, factures, domaine technique).

Vous commercialisez nos services et nos offres selon des objectifs collectifs et individuels fixés.

Votre mission s'exécute au sein de nos centres d'appare (appels entrants, sortants) et également en agence clientèle pour les clients particuliers.

**PROFIL**

Titulaire d'un BAC +2 en vente, commerce, assurance, banque ou d'un bac avec expérience professionnelle en bien.

Vous avez une première expérience commerciale en centre d'appels ou en relation client.

Votre sens de l'écoute, votre goût du challenge et votre fibre commerciale vous permettront de contribuer au développement de notre société et de vous épanouir professionnellement.

Si vous avez une préférence pour le marché des particuliers ou des professionnels, merci de le préciser dans votre lettre de motivation.

**SPÉCIFICITÉS**

- Contrat à durée indéterminée
- Temps plein
- Lieu de travail : Bas Rhin (Haguenau, Mohelm, Strasbourg pour les particuliers et Strasbourg pour les professionnels)
- Poste éligible au télétravail
- Rémunération : de 32 k€ à 35 k€ (toutes primes comprises) selon profil

*Envie de relever le challenge dans un Groupe innovant et engagé dans la transition énergétique de son territoire ? Rejoignez-nous !*

**bien en Alsace** Bien dans l'Eurométropole de Strasbourg en Alsace

Avec la marque employeur **bien en Alsace**, l'ES s'engage dans un réseau unique d'entreprises et de territoires fédérés autour de valeurs communes et d'actions concrètes pour bien vous accueillir, veiller à votre installation et votre épanouissement.

- point de force 1
- point de force 2
- etc...

[Plus d'information sur \*\*Bien-en-alsace.com\*\*](#)

← RETOUR AUX OFFRES      **POSTULER**      PARTAGER: [icônes]

**bien en Alsace** Bien dans l'Eurométropole de Strasbourg en Alsace

Avec la marque employeur **bien en Alsace**, l'ES s'engage dans un réseau unique d'entreprises et de territoires fédérés autour de valeurs communes et d'actions concrètes pour bien vous accueillir, veiller à votre installation et votre épanouissement.

- point de force 1
- point de force 2
- etc...

[Plus d'information sur \*\*Bien-en-alsace.com\*\*](#)

Fiche poste sur le site Electricité de Strasbourg  
> Intégration d'un encart aux couleurs de la marque **bien en Alsace** qui exprime la démarche.



Si vous avez des questions, sachez que l'équipe de l'Adira  
vous accompagne dans l'application de cette charte  
Marque Employeur Alsace.



**Une démarche animée par**



**Siège social**

Parc des Collines  
68, rue Jean Monnet  
68200 Mulhouse  
Tél. 03 89 60 30 68

**Pôle Marque Alsace**

Château Kiener  
24, rue de Verdun  
68000 Colmar

**Pôle Bas-Rhin**

Strasbourg Eurométropole  
Bâtiment Le Sébastopol  
3, quai Kléber  
67000 Strasbourg  
Tél. 03 88 52 82 82

[www.adira.com](http://www.adira.com)