



28/04/2021

Compte-rendu atelier 1 – Les enjeux
Groupe 5 : Le rayonnement d'ACM HABITAT

SUJET : Le rayonnement d'ACM HABITAT

ANIMATEUR

DEVEZE
DIMITRI

PARTICIPANTS

EMMANUELLE AILLAUD
LAURENT NAVARRO
MARION VIELJUS
FANNY ROS
DRICE BOUTICHE
CHLOE JEDREJEWSKI
MYRIAM PONCY (excusée en formation)
CHARLOTTE MARCEAU (excusée école)
KARIM KAHLIFI
HILARY TORNEY (excusée AT)

Veillez compléter la matrice SWOT (si utilisée en atelier). Si durant l'atelier, la seule mise en évidence des forces et faiblesses a été effectuée, veuillez compléter les cases correspondantes uniquement :

INTERNE

FORCES

- 1) Opportunité d'avoir un CDI
- 2) création de poste faire bouger les choses.
- 3) Possibilité de travailler dans un organisme en direct lien avec la mission sociale et avoir un sens au métier avec une dimension humaine.
- 4) Entreprise structurée et acteur majeur.
- 5) Des projets dans tous les quartiers de Montpellier de qualité.
- 6) Rigueur et réactivité avec collaborateurs
- 7) Générosité : soulagement pour locataire d'un point de vue pécuniaire.
- 8) ACM arrive à gérer des quartiers difficiles dans tous les domaines (accueil, suivi,etc)
- 9) Bienveillance avec le salariés d'ACM HABITAT et d'avoir tous les outils pour bien travailler
- 10) De bonnes conditions de travail, le respect de l'équilibre vie pro/vie privée.
- 11) Les valeurs d'ACM HABITAT.
- 12) L'accueil du nouveau salarié.
- 13) la réactivité d'ACM habitat dans une situation d'urgence.
- 14) Le recrutement malgré une période compliquée.

FAIBLESSES

- 1) Image d'ACM beaucoup trop politisée manque d'indépendance. Manque de valorisation en tant qu'entreprise.
- 2) Manque de mise en valeur du salarié et de l'humain.
- 3) Le salaire d'entrée.
- 4) Le management.
- 5) Améliorer dans nos offres de postes « le vocabulaire » commun au marché du travail.
- 6) Notre clientèle difficile à gérer dans certains cas.
- 7) Certains locaux trop vieillissants qui dégagent une mauvaise image et un manque d'attractivité.
- 8) Manque de cohésion des équipes avec des activités annexes (tournoi de sport, after work etc)
- 9) Manque de formation durant la période du COVID 19.
- 10) L'efficacité et la stratégie cohérente sur la communication

EXTERNE

OPPORTUNITES

- 1) L'entreprise est grande +300 salariés, chacun peut être ambassadeur dans son domaine.
- 2) Mettre en valeur nos gros projets et nos métiers.
- 3) S'ouvrir davantage au monde extérieur et pouvoir valoriser le travail de chacun.
- 4) Valoriser le activités « secondaires » d'ACM pour permettre un meilleur rayonnement par la suite.
- 5) L'image d'ACM habitat au niveau des constructions n'est plus la même qu'il y a 20 ans. La qualité des constructions et production actuelles efface la mauvaise d'image d'époque du bailleur social. (passage HLM – logement social)
- 6) Valoriser l'accueil et l'intégration d'un salarié chez ACM HABITAT.
- 7) Montpellier est une ville étudiante des possibilités de partenariats existent.
- 8) Créer davantage de partenariats associatifs au sens large.

MENACES

- 1) Quand quelque chose est mal fait c'est de la faute d'ACM quand c'est bien fait c'est lié à la politique de ville.
- 2) Manque d'identité propre : d'un point de vue externe ACM = MAIRIE.
- 3) Le secteur Mosson est mal perçu avec une mauvaise image alors qu'en interne il y a une forte cohésion d'équipe.
- 4) La clientèle d'ACM peut refroidir une mairie d'une commune à la réalisation d'un projet.

SÉQUENCE 1 – Brainstorming : quels sont les enjeux à traiter ?

Veillez compléter le tableau ci-dessous.

Liste des enjeux à traiter
Enjeu 1
Enjeu 2
...
...
...
Enjeu X

Qu'avez-vous pensé de cette première séquence ? (qualité des échanges, dynamisme et volontariat du groupe, etc.)

Pas besoin de lister des enjeux dans cette première phase car les 4 enjeux prioriser sont sortis immédiatement après la matrice SWOT et de manière commune et à l'unanimité : top !

Veillez lister dans l'ordre validé par le groupe, les 3 à 5 enjeux priorisés par le groupe.

1

VALORISER ET FAIRE CONNAITRE NOS METIERS EN INTERNE ET **AU GRAND PUBLIC POUR FAIRE CONNAITRE ET RAYONNER L'ENTREPRISE**

2

DEVELOPPER LA CULTURE ENTREPRISE ET LA MARQUE EMPLOYEUR

3

S'INTEGRER AU TISSU LOCAL PAR LE PARTENARIAT

4

COMMENT MIEUX COMMUNIQUER ET **VALORISER L'ENTITE ACM HABITAT**

5

Qu'avez-vous pensé de cette deuxième séquence ? (il y a-t-il eu un consensus concernant la priorisation des enjeux ? Il y a-t-il eu débat ? Pourquoi l'assemblée s'est-elle arrêtée sur ces 3 à 5 enjeux ?)

L'assemblée est tombée d'accord immédiatement sur les enjeux qui découlent de la matrice SWOT, grande participation et débat. Très positif !

Veillez retranscrire les retours des participants sur l'atelier, qu'en ont-ils pensé ?

« C'est chouette, je n'ai pas vu le temps passé ! »

« On fait pas assez de choses ensemble avec plein de service différents c'est dommage car c'est vraiment top ! »

« Le groupe est vraiment complémentaire et on a tous joué le jeu ! »

Veillez lister les actions à réaliser avant le deuxième atelier (date : **17/05/21 à 14h00**) :

	Actions	Responsable(s)	Échéance
1	Travailler tous ensemble sur les 4 enjeux définis ensemble	Tout le groupe	17/05/21
2	Commencer à réfléchir à des solutions sur chaque enjeux	Tout le groupe	17/05/21
...			

Quel bilan faites-vous de ce premier atelier ?

*Super ambiance et bon travail de toute l'équipe de manière spontanée et avec 0 tabou.
Grosse complémentarité, très optimiste pour la suite !*