

ENSEMBLE POUR LES PERSONNES ATTEINTES D'UNE FORME DE DÉMENCE

Company name : ASSOCIATION LUXEMBOURG ALZHEIMER ASBL

Activity sector : Autres

Company category : Fondation, Association, ONG

Description of the action

Cette campagne de communication s'est tenue du 12.05.2022 (Diversity Day) au 20.05.2022. Elle a donné la possibilité à nos salariés de se présenter, mettre leur métier en avant, mais surtout faire part au grand public de leur passion de s'occuper de personnes atteintes d'une forme de démence et le tout dans leur langue maternelle.

Context

Comme les personnes prises en charge par notre association sont atteinte d'une forme de démence, il est important de connaître les uses et coutumes de la personne. De plus en plus, ces personnes sont issues de culture et d'origines très variés et l'occupation de salariés de diverses origines est une force pour garantir un encadrement de qualité et adapté aux personnes prises en charge. Enfin, il existe une pénurie dans le secteur social et de la santé et nous sommes donc régulièrement à la recherche de nouvelles initiatives, initiative qui nous a permis de refléter la structure et la philosophie de notre association pour laquelle la diversité et l'implication d'un tout un chacun est primordial.

Objectives

-Sensibiliser sur l'importance et la richesse de la diversité pour notre association -Donner la possibilité aux salariés de présenter leur métier et leur passion dans leur langue maternelle -Lancer un rappel de sensibilisation sur les maladies démentielles et apparentées

Approach

La recherche de volontaire pour le tournage s'est faite en deux phases : -Le Service Ressources Humaines a lancé un appel par mail à l'ensemble du personnel de l'association en leur expliquant que nous étions à la recherche de volontaires pour tourner des clips vidéo afin de présenter la riche diversité culturelle de notre association. -En parallèle, le service RH en collaboration avec les responsables des services, a identifié des salariés avec lesquels ils ont pris contact pour participer au projet. Après avoir identifié tous les salariés souhaitant participer au projet, le service RH a effectué le tournage et montage des onze clips pour ensuite les diffuser sur les médias sociaux.

Impact

Cette campagne de communication intensive, en complément à diverses autres actions de recrutement, à augmenter notre visibilité en tant que potentiel employeur et nous avons pu constater une hausse significative du nombre de candidatures réceptionnées au mois de mai et juin 2022.

« To do »

Veiller à bien communiquer sur l'objectif du projet et impliquer tous les salariés intéressés dans le projet. Prévoir le temps nécessaire pour mener à bien le projet.

« Not to do »

Exclure une personne, respectivement ne pas donner la possibilité aux salariés de s'exprimer librement