# Audio-guide exposition

**« La parole de l’État, miroir des Époques »**

**Audioguide n°11**

**La quête des ressources humaines**

À partir des années 1990, l’État intensifie ses campagnes pour valoriser ses métiers dans un environnement de plus en plus concurrentiel.

La fin des années 1990 marque une bascule pour les métiers de la fonction publique. Pour les armées, l’arrêt du service militaire change la donne. Les autres métiers s’ouvrent à la concurrence et la stabilité d’un emploi de la fonction publique séduit moins qu’auparavant. Il faut alors redonner du sens à l’engagement individuel des salariés de l’État.

Pour attirer les meilleurs talents, l’enjeu est de renforcer l’attractivité des métiers de la fonction publique. L’État diffuse des campagnes de recrutement, pour valoriser ces métiers et contrer les préjugés. Désormais, c’est la notion d’engagement d’utilité publique qui est mise en avant. Les agents de la fonction publique sont présentés comme de nouveaux héros du quotidien au service de la société.

**La communication : arme de conviction**

Pour faire face à leurs besoins importants en recrutement, les armées ont très tôt développé une politique de marque employeur forte et digitalisée. Ses campagnes de recrutement engageantes font appel au vécu des soldats et mettent en avant des métiers pas comme les autres.

**Utilité et quête de sens**

Alors que les jeunes générations cherchent à donner du sens à leurs engagements et que la solidarité et l’utilité publique sont plus que jamais au cœur des discussions, de nombreuses campagnes rappellent que l’administration permet aussi de s’engager au service de tous. C’est notamment le cas de la campagne « Le pouvoir d’être utile » de l’Agence du service civique.

**Tous les métiers de la fonction publique**

Le recrutement d’agents publics est essentiel pour le fonctionnement de la société. Pour y répondre, l’État s’appuie sur des campagnes valorisant ces métiers et leur utilité publique.

La campagne de communication « Ambition enseigner », développée par le ministère de l’Éducation nationale en 2012, célèbre la curiosité, l’altruisme et l’ouverture d’esprit en lien avec le métier de professeur.

Avec la campagne « Devenez policier » en 2019, la Police nationale valorise le métier de gardien de la paix pour susciter des vocations.