

Le Magazine RH de l'été : des enjeux sérieux, un format détente

People

MAGAZINE

Convivialité

**Flexibilité au
travail**

**Réglementation
& Juridique**

**Marque
employeur**

**Engagement
des salariés**

NUMERO UNIQUE

**RH LA PLUS
INFLUENTE
DE L'ÉTÉ***

*Cette RH ? Elle n'existe pas vraiment... Mais on a pensé que ça ferait bonne impression sur la plage.

** Suivez toutes les recommandations de ce magazine et promis, on met votre portrait dans la prochaine édition.

swile

Welcome
to the Jungle

360Learning

UKG

Convivialité

par swile

Ces deux dernières années, la convivialité en entreprise a été malmenée. Le premier effet Kiss Cool de la crise, c'est la rupture brutale et forcée de nos habitudes sociales et professionnelles.

Des confinements et couvre-feux à répétition, au chômage partiel, en passant par la mise en place du télétravail, nos petites habitudes de convivialité en ont pris un coup.

Le second effet Kiss Cool de la crise, c'est la remise en question des habitudes de travail et les nouvelles mesures mises en place dans les entreprises : 100% télétravail, travail hybride, bureaux réinventés... de la distance (physique) s'est littéralement installée.



La convivialité est plus grande que la simple organisation d'un moment convivial. Elle fait partie de la culture, c'est quelque chose qui s'anime et on doit créer les conditions qui permettent la convivialité.



Shana Roy

Chief People
Experience Officer
Swile

Alors, nous nous sommes posés une question : **dans quel état se trouve la convivialité en entreprise ?** 74% des salariés interrogés déclarent que les moments de convivialité leur ont manqué.

Pour une pause déjeuner réussie, le plus important c'est ...

Des collègues avec qui on la partage

35%

La possibilité de se déconnecter du travail

22%

Le contenu de l'assiette

20%

**L'endroit
ou on se trouve**

11%

Sa durée

11%

Autres

1%

Ça, c'est la bonne nouvelle. Les salariés français aspirent à plus qu'une mission ou un poste, ils cherchent un environnement convivial.

Bien évidemment, la première clé du succès repose dans l'interprétation du terme convivialité... Vous avez 4 h.

La convivialité, c'est avant tout des moments de partage. Et celle-ci s'ancre dans le quotidien des salariés, à la pause déjeuner ou autour d'un café !

Pour 33% des salariés sondés (dans notre étude réalisée auprès de 1 500 salariés français), la pause déjeuner est le moment de convivialité par excellence, derrière la pause café. L'apéritif, apprécié par les plus de 55 ans, reste loin

derrière le repas (particulièrement apprécié en IDF) et le café (privilégié en région). Le critère n°1 pour une pause déjeuner réussie, c'est avant tout les collègues avec qui ont la partage.

Malgré l'amour des salariés français pour la pause déjeuner, celle-ci est souvent sacrifiée en cas d'urgence professionnelle ou personnelle. 54% des sondés déclarent sacrifier leur pause déjeuner "souvent" ou de "temps en temps".

Donc oui, ce moment de convivialité en entreprise est souvent sacrifié... à juste titre ? Difficile à dire. Dans ce cas de figure, il serait pertinent d'identifier la cause de ce sacrifice pour mieux y remédier et mieux accompagner les salariés.

[Voir l'article complet](#) ➔

Trucs et astuces



Morning : 5 conseils pour aménager un espace de travail convivial ➔

Randstad : QVT 12 idées pour favoriser le bien-être des collaborateurs ➔

Un peu d'écoute

HappyWork : Les 5 qualités de l'entreprise idéale



Spotify



MUSIC



Webinar sur la convivialité au travail ➔

Ceci n'est pas une pub (heureusement !), mais un mini-jeu pour vous faire rire en 30 secondes



Flexibilité au travail

par  360Learning

Télétravail hybride

Comme le montre le rapport de 360Learning sur la grande démission, ceux qui préfèrent travailler à distance apprécient surtout la flexibilité et l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée (63% des répondants), suivie par la meilleure productivité à la maison et par le temps qu'ils peuvent passer à se consacrer aux activités qu'ils aiment.

Néanmoins, pour que le télétravail soit synonyme de flexibilité, l'entreprise doit être la première convaincue des bénéfices qui en découlent. Elle doit promouvoir une véritable politique de télétravail et mettre en place une infrastructure avec des processus internes facilitant le distanciel pour les employés.

Pourquoi aimez-vous travailler à distance ?

J'aime la flexibilité et l'équilibre vie professionnelle/ vie privée

63%

Je suis plus productif à la maison

47%

J'ai plus de temps pour faire ce que j'aime

42%

J'ai plus de temps à consacrer à ma famille

34%

Je ne me sentais pas à l'aise avec mes collègues ou mon/ ma manager, j'ai plus confiance en moi en travaillant avec eux à distance

11%

Source : rapport de 360Learning sur la grande démission [↗](#)



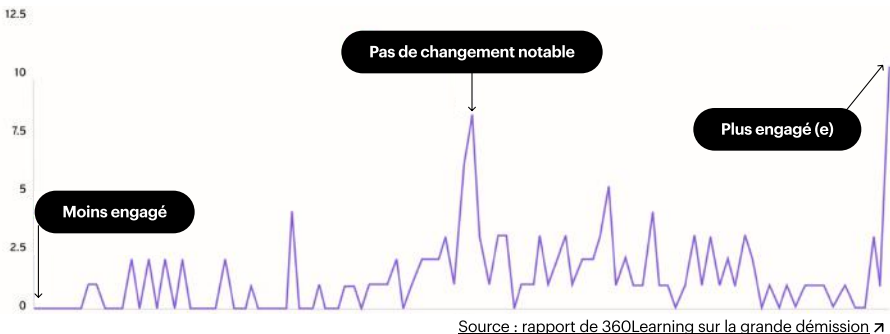
Comment avons-nous fait ?

Chez 360Learning par exemple, ce sont les bonnes pratiques établies qui sont garantes de cette flexibilité :

- Les employés décident s'ils souhaitent travailler chez eux ou au bureau.
- Chaque employé en télétravail doit pouvoir être confortablement installé. L'entreprise fournit donc le matériel nécessaire.
- Un budget mensuel est alloué à chacun pour aménager son bureau, pour pouvoir se rendre dans un espace de coworking ou encore participer à des activités de team building lorsque le besoin de créer du lien social se fait sentir.

La notion de flexibilité est souvent évoquée pour parler des avantages dont bénéficient les employés d'une entreprise qui pratique télétravail : réduction des temps de trajet, plus grande liberté sur les horaires et le lieu de travail, concentration et productivité renforcée, davantage de temps passé en famille, meilleur équilibre entre vie professionnelle et personnelle, etc.

*****Vous sentez-vous plus ou moins engagé envers votre employeur depuis que vous travaillez à distance ?*****



Mais n'oublions pas que le télétravail peut offrir tout autant de flexibilité à l'entreprise qui choisit de le mettre à l'honneur : les frontières et le décalage horaire ne sont plus des facteurs bloquants pour le recrutement par exemple. Si la culture du télétravail permet à

l'employé de s'épanouir professionnellement en raison des libertés qui lui sont accordées, elle permet aussi à l'entreprise de prospérer car les individus qui la composent sont d'autant plus impliqués et motivés.

Cas particulier - L'été

N'oublions pas que l'été est une temporalité particulière et qu'il peut être utile de modifier ses différentes politiques internes afin de les adapter à un contexte composé de fortes chaleurs et nombreux départs en vacances.

[Fiche Canicule](#) ➤



Cela va plus loin encore : lorsque l'entreprise met tout en œuvre pour faciliter la collaboration entre les équipes, quelle que soit la localisation et le fuseau horaire, elle permet de repenser la vision des relations professionnelles.

En privilégiant le travail asynchrone, une communication transparente et des outils de gestion efficaces, le télétravail ouvre le champ des possibles grâce à la confiance mutuelle qui s'instaure entre employeur et employés. Il renforce le lien entre les individus qui forment l'organisation ainsi que leur sentiment d'appartenance au groupe.



Pour aller plus loin

[360 Learning : L'article complet sur le télétravail hybride de 360Learning](#) ➤

[Swile : 5 conseils pour télétravailler au vert](#) ➤

[ANDRH : Le futur du travail : vu par les DRH](#) ➤

[Agendrix : 5 façons d'offrir des plannings de travail flexibles](#) ➤

Réglementation & Juridique

par UKG

Loi Santé au Travail

Entrée en vigueur le jeudi 31 mars 2022, elle vise à renforcer la prévention au sein des entreprises et décroïsonner la santé publique et la santé au travail.

Cette loi Santé intègre les **risques psychosociaux** dans l'évaluation des risques dans une démarche de **prévention santé/sécurité** et d'amélioration de la qualité de vie au travail.

Cette extension se retrouve également dans la prévention des risques chimiques dans l'entreprise.

Que faut-il en retenir ?

- Possibilité d'avoir recours à la télémedecine pour le suivi individuel des travailleurs ;
- Mise en place de visite de mi-carrière ;
- Échange d'informations entre le médecin de ville et de travail ;
- Création du passeport de prévention ;
- Modification de la définition du harcèlement sexuel.

[Voir l'article complet](#) ➔



Bon à savoir

L'aide accordée aux employeurs qui recrutent des alternants est prolongée par décret jusqu'au 31 décembre 2022.

Un retour à la normale difficile

Depuis le 1er juillet 2022, l'utilisation des titres-resto a changé.

Au revoir les dépenses jusqu'à 38 euros par jour au resto, et 19 euros partout ailleurs.

Bonjour le retour du plafond à 19 euros dans tous les établissements éligibles aux

titres-resto, restaurants compris.

Vous ne pourrez plus dépenser vos titres-resto les dimanches et jours fériés.

[Voir l'article complet](#) ➔



Pour aller plus loin

[ANDRH : Découvrir les changements concernant le BDESE](#)

➔

L'addition SVP

Un peu de calcul mental* ?

$$\text{🍅} + \text{🍅} + \text{🍅} = 30$$

$$\text{🍅} + \text{🥗} + \text{🥗} = 18$$

$$\text{🍅} + \text{🥗} + \text{🍪} = 17$$

$$\text{🍪} + \text{🥗} \times \text{🍅} = ?$$

$$\text{🍲} + \text{🍲} + \text{🍲} = 33$$

$$\text{🍹} + \text{🍲} + \text{🍲} = 37$$

$$\text{🍲} + \text{🍕} = 16$$

$$\text{🍲} + \text{🍕} + \text{🍹} = ?$$

* Très utile pour les sorties restos cet été.

Marque employeur

par **Welcome
to the jungle**

Ils font trembler les openspace et les corps de pouvoir établis. Les hashtags de dénonciation #balance fleurissent sur les Réseaux Sociaux et emportent dans leur sillage les images de marque savamment travaillées. Qu'ils soient portés par des salariés dénonçant les maltraitances dans leurs entreprises ou par des candidats déçus par leur expérience, ces comptes ne font qu'accélérer un phénomène visible ces dernières années : la communication à destination des candidat(e)s et des employé(e)s, et tout ce qui relève de la « marque employeur », n'appartient plus à la direction d'une entreprise.

43%

des actifs envisagent de quitter leur emploi dans les deux ans pour un travail qui a plus de sens

Agence nationale pour l'amélioration des conditions de travail



La réputation a plus d'importance que jamais, elle peut même inciter un chercheur d'emploi à postuler ou non chez vous.

Selon une étude de Randstad, 86% des salariés ne travailleraient, ni ne resteraient, dans une entreprise ayant une réputation déplorable auprès d'anciens collaborateurs ou

du public en général. Une marque employeur positive facilite la rétention du personnel, avec un taux de rotation inférieur de 28%.

De même, lorsque la marque est présumée « bonne », les personnes qui se portent candidates sont 50% plus qualifiées.

Votre marque employeur – c'est-à-dire votre réputation en tant qu'employeur – dépend autant (voire davantage) de la manière dont les salariés vous perçoivent, que de votre capacité à « vendre » votre entreprise aux candidats potentiels par le biais d'un récit motivant.

À bien des égards, la gestion de la marque employeur obéit plus à une démarche ascendante que descendante. LinkedIn cite plusieurs personnes interrogées dans le cadre de son rapport sur les tendances des talents (Talent Trends Report) : « Mettez-moi en relation avec des gens qui connaissent les choses de l'intérieur – il vaut mieux prendre ses informations à la source », a déclaré une personne.

Une autre a ajouté : « Je voudrais entendre les arguments positifs et négatifs de la bouche des membres du personnel qui sont de vrais professionnels – pas le discours enjoliveur du PDG ou du marketing. De vrais gens. Des postes réels. »

Mais au lieu de vous lamenter sur cette perte de contrôle, vous devriez vous en féliciter : préoccupez-vous d'abord de vos salariés et ils prendront soin de votre image à votre place.

Ils vous aideront à recruter les meilleurs – leurs recommandations augmenteront la qualité de votre recrutement. Ils veilleront à votre présence sur les médias sociaux (LinkedIn, par exemple), et raconteront des histoires positives sur votre entreprise à qui voudra les entendre (Glassdoor, Quora, Instagram).



**Chaque salarié
est un média
en puissance**



© Welcome to the Jungle

Laetitia Vitaud

Autrice et experte en futur du travail. Experte du Lab de Welcome to the Jungle

Trois exemples dont s'inspirer :



Anheuser-Busch InBev transforme ses salariés en ambassadeurs de sa marque employeur en les aidant à valoriser leur propre marque employé. Des sessions de deux heures sur la gestion de leur marque personnelle sont organisées, au cours desquelles ils apprennent à améliorer leur profil en ligne et à rendre leur candidature plus attrayante pour un employeur.

Ils apprennent au besoin comment rédiger des billets de blog et partager leur expertise professionnelle. C'est une façon d'attirer leurs pairs du même secteur chez leur employeur. Les intérêts des salariés (améliorer leur présence en ligne) coïncident avec ceux de l'entreprise (disposer d'ambassadeurs plus efficaces.)

World Vision a organisé un concours de photographie au cours duquel ses salariés devaient rassembler des photos d'équipe. La couleur orange, qui est la signature de l'entreprise, est censée unifier la marque sur les différents sites. On a demandé aux employés de partager les photos de leur équipe dans le cadre d'un concours baptisé « Orange, heureux de former une équipe ensemble? ».

Ils devaient présenter des photos comportant un élément de couleur orange, créant ainsi une cohérence dans la marque et un aspect unifié pour les pages carrières. Le hashtag de l'entreprise permet de renouveler constamment l'affichage des photos et transforme ainsi le processus en une démarche réellement ascendante.

eventbrite

Eventbrite a créé une page sur son site afin d'orienter directement les chercheurs d'emploi vers son équipe de recrutement, avec des biographies des recruteurs authentiques, amusantes et qui leur parlent. La page précise que : « L'entretien devrait constituer le point de départ d'une grande conversation.

Nous croyons au respect, à la transparence et aux réponses rapides. » Chaque recruteur et chaque salarié sont invités à incarner les valeurs de l'entreprise à leur manière et à inspirer aux candidats le désir de rejoindre l'équipe.

[Retrouvez l'e-book complet ↗](#)



Pour aller plus loin, retrouvez les contenus de Welcome to the Jungle

Recrutement inclusif : l'anti-gueule de l'emploi
↗

Comment (bien) utiliser les emojis dans vos offres d'emploi ?
↗

Entretien d'embauche : comment lire le langage corporel d'un candidat ?
↗

Marque employeur : comment faire de sa page Glassdoor un atout
↗

Les mots mêlés qui donnent le swile* !

Trouvez nos mots cachés :

Célébrer, Équipe, Collègue, Partager, Engager, Moment

R	S	-	O	U	E	R	P
I	E	R	E	P	-	A	-
A	U	R	I	-	R	-	T
-	R	U	B	T	-	A	V
A	Q	-	A	E	-	I	L
E	U	G	E	L	L	O	C
R	E	G	A	G	N	E	-
R	M	O	M	E	N	T	C

Et formez la phrase mystérieuse avec les lettres restantes :



Indice : c'est notre mission !

* Expression totalement inventée par Swile, qui évoque un moment de plaisir dans notre quotidien au travail.

Engagement des salariés

par swile

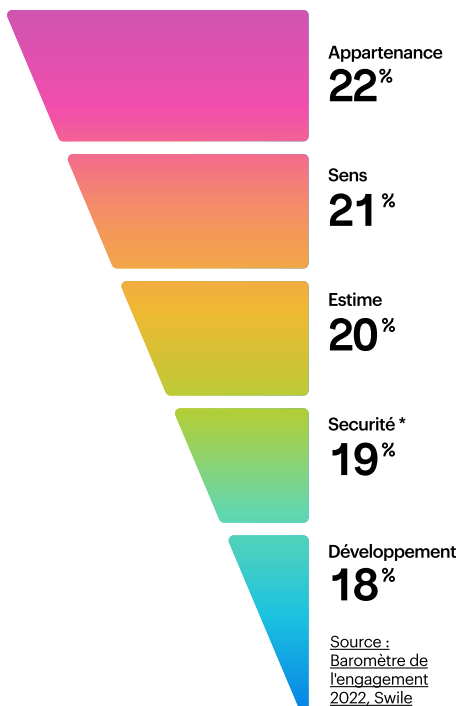
Une table de ping pong suffit-elle pour engager ses collaborateurs ?
Spoiler : non !

Swile définit l'engagement comme une motivation à long terme des salariés. Pour différencier le long terme du court terme, nous avons introduit la notion de fidélité à l'entreprise. Autrement dit, un salarié engagé est un salarié motivé ET fidèle à son employeur.

17 ingrédients contribuent à l'engagement des employés. On parle aussi de "sous-moteurs", que nous avons regroupé en 5 grandes catégories qu'on appelle "moteurs d'engagement". Chaque moteur d'engagement intègre 3 ou 4 sous-moteurs chacun.

Chaque année, Swile réalise un baromètre autour de l'engagement des salariés français. L'objectif est de donner les clés aux RH et managers pour faire de leurs salariés le moteur de succès de l'entreprise.

Moteurs d'engagement



Pyramide de Maslow inversée

Nous constatons que les besoins "primaires" tels que la sécurité ne sont pas les plus importants. La satisfaction des besoins "hauts" tels que le besoin de réalisation, d'appartenance et d'estime ont davantage d'impact sur l'engagement.

« **L'engagement est une notion qui dépasse la simple "professionnalité" des salariés. Il touche à leur humanité.** »



Fanny Lederlin
Philosophe

Nous avons synthétisé les nombreux résultats du baromètre de l'engagement 2022 en trois enseignements :

- Comme vous pouvez le voir dans le visuel précédent, aucun des 5 moteurs ne s'avère significativement différenciant au niveau global sur l'engagement. Ce qui signifie que tous les moteurs sont importants, et qu'il faut avoir une approche individualisée pour les adresser.
- La pyramide de Maslow est inversée : les besoins « primaires » tels que la sécurité ne sont pas les plus importants. La satisfaction des besoins « hauts » tels que le besoin de réalisation, d'appartenance et d'estime ont davantage d'impact sur l'engagement.
- En fonction des âges, les besoins sont parfois opposés. La sécurité financière ressort comme le sous-moteur le plus important pour les + 55 ans, alors que c'est le moins important pour les - 35 ans.

De nombreux autres apprentissages peuvent néanmoins être tirés des données que nous avons collectées et analysées. Cela fait autant d'axes de plan d'actions pour agir et améliorer en continu l'engagement des salariés en 2022.

63%

des salariés français sont engagés*

Un chiffre en hausse de 4 points en un an (le niveau d'engagement était de 59% en octobre 2020).

Pour aller plus loin



[ANDRH : Baromètre de l'engagement et de l'absentéisme](#)



[Agendrix : Actions pour un environnement de travail idéal](#)



Un peu d'écoute

Comment remotiver un salarié désengagé ?



 Spotify



 MUSIC



Retrouvez les différents partenaires qui ont permis d'écrire ce magazine :

swile

Swile est la première Super-App qui personnalise et simplifie l'expérience employé sur une seule et même plateforme.

UKG

UKG aide les organisations de tous les secteurs à anticiper et à s'adapter aux besoins de leurs employés au-delà du simple travail.

 **360Learning**

360Learning permet de piloter la culture et décupler la croissance de l'entreprise grâce au Collaborative Learning.

**Welcome
to the Jungle**

Welcome to the Jungle permet aux entreprises de promouvoir leur marque employeur, informations clés de la recherche d'emploi des candidats.