

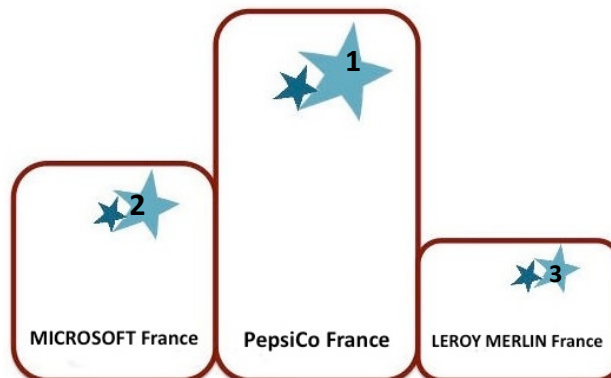


Où fait-il bon travailler en France en 2011 ? Découvrez les entreprises lauréates du palmarès Great Place to Work® !

Paris, le 21 mars 2011 – Chaque année, dans 45 pays, l'Institut Great Place to Work® dresse le palmarès des entreprises où il fait bon travailler. Au programme de cette 9^{ème} édition française : faire la lumière sur ces entreprises qui permettent aux salariés, grâce à de bonnes pratiques, de travailler dans un environnement agréable où règne la confiance.

Cette année, **127 entreprises ont postulé** au classement de l'Institut Great Place to Work® France afin de valoriser leurs efforts quotidiens en termes d'amélioration des conditions de travail. Le palmarès 2011 distingue 2 catégories parmi les 30 entreprises récompensées : les entreprises de plus de 500 et les entreprises de moins de 500 salariés.

Les lauréats 2011 dans la catégorie des plus de 500 salariés



Dans la catégorie des **plus de 500 salariés**, la **première place** revient cette année à **PepsiCo France** (lauréat l'an dernier de la catégorie des moins de 500 salariés et présent dans le top 10 depuis 8 années consécutives), couronné pour ses ambitions humanistes selon lesquelles l'être humain passe avant le salarié. Chez PepsiCo, le mot d'ordre a toujours été : « Il ne faut pas perdre sa vie à la gagner ».

«Manager une entreprise où il fait bon vivre est au cœur de notre stratégie. Dans le groupe PepsiCo, nous partageons la conviction que les collaborateurs comptent pour beaucoup dans la valeur d'une entreprise et qu'il ne peut y avoir de croissance durable sans leur épanouissement, tant sur les plans professionnels qu'individuels. La motivation est le plus formidable des leviers de productivité !! Pour preuve, la filiale française enregistre une performance continue tant d'un point de vue économique que sur cette dimension GPTW. Participer à GPTW est une démarche naturelle pour PepsiCo France car cela nous aide à structurer nos réflexions managériales et à renouveler nos pratiques. Figurer au palmarès est donc à la fois une reconnaissance de la pertinence et de l'efficacité de notre projet d'entreprise et une grande fierté»

Vincent Prolongeau, Directeur Général de PepsiCo France

En **deuxième position**, **MICROSOFT France** se distingue par la qualité de son environnement de travail. Des outils modernes, des emplois du temps flexibles, des managers à l'écoute et des salariés régulièrement gratifiés contribuent à créer une ambiance de travail motivante et épanouissante. Des efforts récompensés puisque MICROSOFT France est la seule entreprise à être présente dans le top 10 du palmarès depuis 2002.

«L'environnement numérique a toujours été extrêmement compétitif. Attirer et fidéliser les talents au sein de MICROSOFT France fait partie intégrante de notre stratégie. Pour cela, nous nous attachons à développer à la fois le bien-être et la performance de nos collaborateurs. La présence de MICROSOFT France dans le classement Great Place to Work® est une reconnaissance de cette politique en matière de gestion des ressources humaines.»

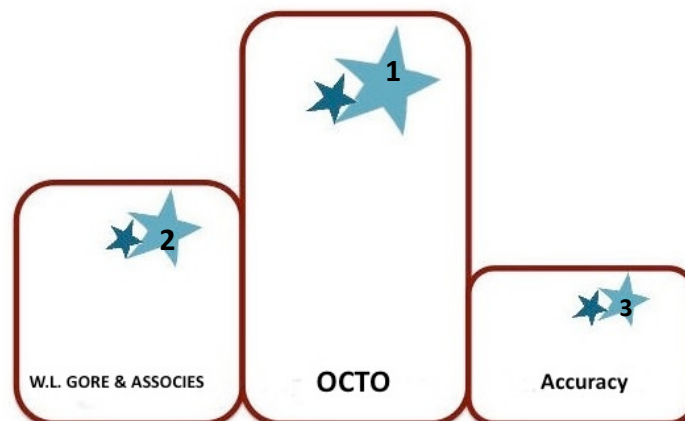
Eric Boustouller – Président de MICROSOFT France

LEROY MERLIN France obtient la **troisième place** sur le podium grâce à sa pédagogie et à l'attention que l'entreprise porte à chacun de ses employés : « l'entreprise exprime le partage du pouvoir, du savoir et du vouloir » dans une ambiance familiale et conviviale.

« Nous sommes particulièrement fiers de figurer pour la septième année consécutive au palmarès des entreprises où il fait bon travailler et de rester la première entreprise française du classement. Nos collaborateurs ont une fois de plus affirmé leur attachement à notre culture commune fondée sur le partage, l'autonomie, le plaisir de travailler ensemble. Leur contribution au succès de la société et à sa performance durable est considérable. Ils sont, chacun à leur niveau, les acteurs entrepreneurs qui aident chaque habitant à rêver sa maison et à la réaliser. »

Philippe Zimmermann – Directeur Général de Leroy Merlin France

Les lauréats 2011 dans la catégorie des moins de 500 salariés



Du côté des **entreprises de moins de 500 salariés**, c'est **OCTO**, cabinet de conseil en systèmes d'information, qui prend la **tête du classement** en mettant en avant une culture d'entreprise forte fondée sur la réflexion autour de la cohésion, l'écoute et l'amélioration des conditions de travail.

«Nous sommes très heureux d'être en 1ère place du palmarès Great Place to Work® pour notre première participation, c'est la fierté d'exceller sur les tableaux de la performance ET du plaisir. Cela reflète les principes que nous défendons depuis 12 ans : la passion de l'informatique, la certitude que l'on peut faire du conseil autrement et notre vision qui place nos salariés au centre des préoccupations de notre entreprise. Le bien-être de nos consultants dépend du plaisir qu'ils ressentent au quotidien, que ce soit dans leurs missions ou dans les projets internes. Le plaisir est un moteur essentiel, c'est le critère de choix numéro 1 pour motiver les équipes. Il fédère la communauté autour d'une même idée : chez OCTO, pas d'excellence sans fun ! »

François Hisquin, Directeur Général d'OCTO

Deuxième sur le podium, W.L.GORE & ASSOCIES, l'un des premiers fournisseurs mondiaux de composants en polytétrafluoroéthylène (matériau utilisé pour véhiculer et étancher des fluides industriels) et inventeur du Gore-Tex® (produit textile imperméable et respirant à la fois, utilisé notamment pour les k-way). L'importance accordée à la solidarité, à la confiance et à la liberté a fait de cette entreprise un lieu de travail agréable et stimulant.

« Être une entreprise où il fait bon travailler, où les collaborateurs peuvent contribuer, être reconnus et se développer est l'un des 6 axes stratégiques de WL GORE & Associés. Great Place to Work®, de part sa présence internationale et sa notoriété nous permet de valider la réussite de cet objectif et de nous comparer aux autres entreprises. »

Laurent Amariutei. Gérant de W.L.GORE & ASSOCIES

En **troisième position, Accuracy, société de conseil spécialisée en finance d'entreprise**, fonde son originalité sur une haute exigence de travail alliée à un environnement très convivial, où les relations humaines occupent une place centrale. Confidentialité, transparence, courage et loyauté sont les 4 valeurs fondatrices du groupe.

Liste complète des lauréats page 4 et focus sur leurs bonnes pratiques page 5.

Le bien-être au travail : résultat de bonnes pratiques conjuguées

Pour cette 9^{ème} édition française du palmarès Great Place to Work®, les lauréats ont redoublé d'efforts en mettant en place des bonnes pratiques de plus en plus innovantes au service des salariés.

Une entreprise où il fait bon travailler est une entreprise dans laquelle les salariés évoluent en toute confiance et dans une atmosphère conviviale tout en étant fiers de ce qu'ils font.

Pour Great Place to Work®, les bonnes pratiques qui améliorent l'environnement de travail doivent être à la fois **simples et efficaces**. Elles permettent ainsi de **fidéliser les salariés tout en promouvant leur épanouissement professionnel et personnel** sur leur lieu de travail.

Un bon environnement de travail se traduit souvent par un décloisonnement des rapports hiérarchiques, ce qui favorise le dialogue et permet ainsi aux salariés de mieux s'investir dans l'entreprise. La motivation et la satisfaction des salariés à l'égard de leur entreprise se mesure aussi grâce à la mise en place d'outils de ressources humaines et de formations, nécessaires à la bonne réalisation de leur travail.

Aussi dans cette optique, LEROY MERLIN France a créé et mis en place un « Salon annuel de la Formation », véritable espace d'échange des besoins de formation, ouvert à tous les salariés. L'entreprise McDonald's France a quant à elle axé ses bonnes pratiques sur le recrutement des personnes en situation de handicap au sein de ses restaurants, en mettant en place une politique d'accès à l'emploi de ces personnes. Décathlon mise sur un plan d'aide aux seniors, tandis que de son côté W.L. GORE & ASSOCIES a mis à disposition des salariés des lieux de suivi et de débat. Toutes ces actions sont autant de bonnes pratiques qui garantissent le **bien-être et l'épanouissement des salariés**.

Parmi les salariés des entreprises lauréates 2011, 84% sont fiers de déclarer à d'autres qu'ils travaillent pour leur entreprise.

73% des salariés des entreprises lauréates 2011 souhaitent travailler longtemps pour leur entreprise.

87% des salariés des entreprises lauréates 2011 estiment apporter une contribution personnelle à leur entreprise.

73% des salariés des entreprises lauréates 2011 déclarent se rendre au travail avec plaisir.

Pour 78% des salariés des entreprises lauréates 2011 leurs managers sont accessibles/ouverts au dialogue.

Trois prix spéciaux pour des pratiques exemplaires

L'Institut Great Place to Work® France décerne également 3 prix spéciaux, dans le but de récompenser les entreprises qui ont mis l'accent sur des valeurs essentielles à un bon environnement de travail.

- **Le prix de l'équité :**

Décerné à **MARS PETCARE AND FOOD France**, il récompense le groupe pour ses efforts en termes d'équité de traitement vis à vis de tous les salariés, hommes ou femmes, de l'opérateur de production à la Présidente Directrice Générale. Chez MARS PETCARE AND FOOD France, tout le monde pointe, il n'y a pas de place de parking attitrée ou d'espace réservé dans le restaurant de l'entreprise. L'humain est placé au centre des décisions, la proximité entre les sièges et les usines permet de travailler en pleine conscience des différents enjeux de l'entreprise. Les rémunérations sont claires et transparentes, avec un système d'appréciation des performances uniforme et une rémunération propre à chaque niveau de poste. Parmi les 5 valeurs phares de MARS PETCARE AND FOOD France, la mutualité est considérée comme source de bénéfices communs et durables. Pour le groupe, c'est en créant des relations équitables et désintéressées que l'on construit des liens solides avec ses partenaires.

- **Le prix du recrutement :**

Il revient à **McDonald's France** pour ses actions en faveur de l'emploi des personnes handicapées. Du recrutement à l'intégration de travailleurs handicapés (aménagement des postes de travail en fonction des spécificités de chaque handicap), en passant par le maintien de leur emploi, l'entreprise mène de multiples actions pour aider l'emploi des personnes handicapées. Dans cette optique, McDonald's France a réalisé avec l'AGEFIPH (association privée au service des personnes handicapées et des entreprises) un diagnostic de sa politique en matière de handicap et signé une Convention nationale pour favoriser et faciliter la mise en œuvre des démarches administratives (demandes de subvention, recrutement, maintien dans l'emploi, aménagements ...) et trouver des solutions « clés en main » pour l'emploi des personnes handicapées.

Aujourd'hui, 95 employés du groupe sont handicapés dans la région Ile-de-France et la grande majorité des franchisés de l'enseigne ont adhéré au site www.hanploi.com afin de faciliter le recrutement. Pour toutes ses actions en faveur de l'emploi des personnes handicapées, McDonald's France a été récompensé à plusieurs reprises et a même reçu en 2007 le prix spécial du jury lors du prix de l'initiative RH l'Express - Le Figaro.

- **Le prix de l'inspiration :**

Ce prix récompense **INTERPARFUMS** (réalisation et commercialisation de parfums et de produits cosmétiques de luxe) pour avoir su inspirer ses salariés et les rendre fiers de travailler pour leur entreprise. Avec Philippe Benacin, un dirigeant exemplaire et charismatique, un siège situé sur la prestigieuse avenue des Champs-Élysées, une rémunération supérieure à celle du marché et plusieurs dispositifs d'épargne salariale, INTERPARFUMS est une entreprise très attractive. Reconnue pour ses caractéristiques culturelles hors du commun, la société encourage les prises d'initiative et l'autonomie de ses collaborateurs pour faire évoluer leur poste de travail et leurs tâches : « Mieux vaut prendre une mauvaise décision plutôt que ne pas prendre de décision du tout ».

Les critères de sélection de Great Place to Work®, un allié de choix pour l'attractivité des entreprises

Depuis 2002, la confiance accordée par les salariés aux critères de sélection de Great Place to Work® n'a cessé de croître. Aujourd'hui, ce label est perçu comme un véritable gage de confiance. Les entreprises présentes au classement améliorent leur attractivité auprès des candidats... preuve que les salariés accordent beaucoup d'importance à leur bien-être au travail !

Pour se démarquer, une entreprise doit s'appuyer sur trois valeurs phares :

- **la confiance** que les salariés ont envers leur encadrement,
- **la fierté des salariés**, par rapport à leur propre contribution, à celle de leur équipe et de leur entreprise
- **et la convivialité** qui permet d'être soi-même dans une atmosphère chaleureuse, où règne un climat positif et de coopération

Quels sont les critères d'évaluation ?

Les entreprises lauréates ont été sélectionnées en 2 temps :

- le « **Trust index®** » : un questionnaire adressé aux salariés de chaque entreprise de manière anonyme (2/3 de la note finale);
- le « **Culture audit®** » : une évaluation qualitative de la culture d'entreprise et des pratiques managériales grâce à un dossier détaillé renseigné par la direction de l'entreprise (1/3 dans la note finale).

Fiabilité et proximité avec le management, reconnaissance et respect, équité dans les pratiques... Une équation qui permet d'**augmenter la performance de l'entreprise** en améliorant l'ambiance de travail, en fidélisant ses équipes comme ses clients et en devenant ainsi plus forte face à la concurrence. Ce sont ces mêmes **entreprises qui, en période de crise, se révèlent les plus résistantes et ont la plus grande capacité à rebondir rapidement.**

«Une entreprise où il fait bon travailler, ce n'est ni une question de taille ni de secteur d'activité ! Il y a d'ailleurs beaucoup plus d'entreprises où il fait bon travailler qu'on ne le pense et qu'on ne le dit ! »

Patrick Dumoulin, Directeur de l'Institut Great Place to Work® France

L'Institut Great Place to Work®, l'expert de la confiance au travail.

Fondé aux États-Unis en 1991, l'Institut Great Place to Work® a pour mission de **contribuer à construire une société meilleure en aidant les organisations à devenir des entreprises où il fait bon travailler**. Plus de 20 ans de recherche sous-tendent cette expertise et ont permis de créer des outils, afin d'aider les entreprises à développer la confiance et à devenir des organisations plus efficaces. Aujourd'hui, environ 3 800 sociétés sont évaluées chaque année, représentant plus de 10 millions de salariés. Chaque année, l'Institut Great Place to Work® produit le palmarès des entreprises où il fait bon travailler dans 44 pays.

Depuis 2003, à la demande de la Commission Européenne et à partir des classements nationaux au sein des pays membres de l'UE, **une sélection des 100 meilleures entreprises européennes est réalisée chaque année**. Cette année le palmarès Européen sera dévoilé à Paris lors d'une cérémonie de remise des prix et conférence.

www.greatplacetowork.fr

**Rendez-vous le 27 mai prochain à Paris
pour connaître le classement européen 2011
des entreprises où il fait bon travailler ! ...**

CONTACT PRESSE - PROFILE PR

Presse Écrite : Daiana Hirte – 01 56 26 72 32 – dhirte@profilepr.fr

Fanny Dautzenberg – 01 56 26 72 17 – fdautzenberg@profilepr.fr

TV/Radios : Julie Chabeaudie – 01 56 26 72 01 – jchabeaudie@profilepr.fr

Palmarès des Best Workplaces de plus de 500 salariés en 2011

1	Pepsico France
2	MICROSOFT France
3	LEROY MERLIN France
4	MARS PETCARE AND FOOD France
5	DAVIDSON CONSULTING
6	McDonald's France
7	PROCTER AND GAMBLE France
8	FedEx Express
9	ID GROUP
10	DECATHLON SAS
11	JOHNSON&JOHNSON SANTE BEAUTE France
12	VALRHONA

Palmarès des Best Workplaces de moins de 500 salariés en 2011

1	OCTO
2	W.L. GORE & ASSOCIES
3	Accuracy
4	NetApp France
5	NATIONAL INSTRUMENTS France
6	CATALINA
7	Kimberly-Clark
8	dunnhumby France
9	LIXIR
10	INTERPARFUMS
11	Vermilion Energy
12	BAXTER France
13	Hitachi Data Systems France
14	Piscines WATERAIR
15	ROBERT HALF INTERNATIONAL
16	INDDIGO
17	Intel Corporation
18	SAS France

ANNEXE 1

Focus sur les lauréats du palmarès 2011

« Best workplaces » pour les entreprises de plus de 500 salariés

PepsiCo France / N°1

Activité : commercialisation et distribution de produits de grande consommation (boissons gazeuses/plates, jus de fruits/soupes, chips/snacks/graines & céréales).

Marques : Pepsi, 7up, Kas, Lipton Ice Tea, Mirinda, Dark Dog, Tropicana, Looza, Alvalle, Smoothies, Lay's, 3D, Doritos, Fritelle, Cheetos, Bénénuts, Quaker.

Bonnes pratiques:

Book de formation au développement durable

Depuis 2009, PepsiCo France a mis en place, en collaboration avec l'agence «des Enjeux et des Hommes », un programme de formation qui vise à sensibiliser tous les collaborateurs aux enjeux du développement durable.

Career Development Action Plan (CDAP)

Chaque salarié reçoit une formation sur un nouvel outil, MyPerformance & Development, qui a pour objectif de l'aider à réfléchir et à construire son projet de carrière. L'outil « My one single » est une page qui permet aux salariés de visualiser les moments clés de leur entretien annuel.

MICROSOFT France / N°2

Activité : leader mondial du logiciel, qui développe et commercialise une large gamme de logiciels, accessoires et services à usage professionnel et domestique.

Bonnes pratiques :

Manager feedback

MICROSOFT France mène tous les ans une enquête permettant à chaque collaborateur d'apprécier, de façon anonyme ou non, le mode de management de son manager. Il s'agit aussi de faire progresser ce dernier quand à son mode de management et sa capacité à créer un environnement de travail motivant. La disposition des bureaux en open space, notamment, facilite la communication avec l'encadrement. Il n'est d'ailleurs pas rare que le Président Directeur Général soit sollicité directement par les collaborateurs par voie orale ou par mail.

Congés spéciaux solidarité

Chaque Microsoftee bénéficie de 3 jours de congés supplémentaires lui permettant de se consacrer à une cause humanitaire ou citoyenne.

LEROY MERLIN France / N°3

Activité : enseigne de distribution de bricolage, leader sur le marché de l'amélioration de l'habitat et du cadre de vie.
111 magasins en France.

Bonnes pratiques :

Fondation d'entreprise LEROY MERLIN France

En octobre 2006, LEROY MERLIN France crée sa Fondation d'entreprise, afin de venir en aide aux personnes en situation de dépendance ou de handicap à adapter et améliorer leur logement.

Au delà de ce rôle d'accompagnement, LEROY MERLIN France a mis en place un second projet autour de la pédagogie et de la transmission des bonnes pratiques. **Les projets soumis à la Fondation sont portés et accompagnés par un collaborateur «parrain»** qui s'engage au suivi du projet de celui-ci.

Le budget de l'« action » alloué à la fondation par Leroy Merlin s'élève à 3 millions € sur cinq ans, soit 600000€ par an.

La création et la mise en place d'un « Salon annuel de la Formation » dans tous les magasins vise ainsi 95% des collaborateurs. Ce Salon consiste à organiser durant 2 jours, dans les espaces communs des magasins, une exposition de la totalité de l'offre Formation et à la mettre en perspective par rapport aux évolutions possibles. Ce salon est animé constamment par au moins un manager du magasin qui est en charge de répondre aux questions et aux interrogations des visiteurs. Il permet aussi de faciliter l'expression des besoins de formation et leur adéquation au métier et au projet professionnel de chacun.

MARS PETCARE AND FOOD France / N°4

Activité : un des leaders français dans la fabrication et la commercialisation d'aliments préparés pour les animaux de compagnie ainsi que dans l'alimentation humaine.

Marques : Pour animaux : Pedigree®, Whiskas®, Cesar®, Sheba®, Kitekat®, Canigou®, Perfect Fit®, Nutro®, Greenies®

humaines : Uncle Ben's®, Eibly®, Suzi Wan®.

Bonne pratique :

Le programme « Make the Difference » (MTD) est un concours qui a été développé par MARS PETCARE AND FOOD France dans l'objectif de soutenir et d'encourager l'innovation, les initiatives et l'excellence au sein des équipes et des unités.

Les prix sont remis aux lauréats lors d'une soirée de Gala en présence de Paul Michaels, Président de MARS PETCARE AND FOOD France.

DAVIDSON CONSULTING / N° 5

Activité : société spécialisée dans l'expertise et le management de projets technologiques.

Bonnes Pratiques :

Bilan annuel

Au delà de leur évaluation annuelle, chaque collaborateur peut, lors du bilan annuel, donner son appréciation sur le fonctionnement (ou les dysfonctionnements) interne(s) de l'entreprise, et profiter de ce moment privilégié avec la direction pour s'exprimer sur les aspects positifs ou négatifs de son parcours ou de la vie dans l'entreprise.

Congés maternité célébrés

Chaque annonce de congé maternité est une occasion conviviale de se retrouver pour célébrer l'heureux événement !

McDonald's France / N°6

Activité : enseigne de restauration rapide – 1 143 restaurants en France fin 2009

Bonne pratique :

Certificat de Qualification professionnelle

En 2003, McDonald's France a activement participé à la création d'un Certificat de Qualification Professionnelle pour les managers des métiers de la restauration rapide. Le but du CQP est de valoriser les compétences acquises par les salariés du secteur par l'obtention d'une qualification reconnue. Il permet aux professionnels ayant intégré les structures McDonald's France sans aucun diplôme de valider toutes les compétences acquises depuis leur arrivée et déployées quotidiennement dans les restaurants. L'objectif du CQP est de palier à une méconnaissance des métiers de la restauration rapide, à l'absence de reconnaissance officielle et à la diversification des responsabilités et des intitulés de poste selon les enseignes, tout en valorisant les équipes.

PROCTER AND GAMBLE France / N° 7

Activité : une des principales sociétés de biens de consommation au monde.

Marques : Pampers, Gillette, Head&Shoulders, Ariel, Dolce & Gabbana...

Bonne pratique :

Journée de solidarité

Pour la première Journée de Solidarité PROCTER AND GAMBLE France en 2010, environ 80 salariés ont dédié une journée complète à une activité solidaire au sein de la ville d'Asnières (92).

Les actions proposées par l'entreprise étaient par exemple :

- ✓ Contribuer à améliorer l'accès des commerces aux personnes à mobilité réduite et sensibiliser les commerçants, en collaboration avec l'association *J'accède*
- ✓ Restaurer un lieu d'accueil pour les enfants en difficulté, *Le Club des Chardons*

Les résultats sont exceptionnels, puisque **100% des salariés ayant participé à cette première édition ont souhaité renouveler l'expérience en 2011**, avec une préférence pour l'accompagnement de jeunes en recherche d'emploi, activité proposée désormais tout au long de l'année.

FedEx Express / N° 8

Activité : leader mondial du transport express à l'international

Bonnes pratiques :

FedEx Cares Week »

En partenariat avec United Way Tocqueville et deux associations de la région parisienne, les salariés de FedEx investissent dans l'aide sociale via une collecte de fournitures scolaires à destination de trois écoles pour élèves en difficulté et du « Centre Éducatif Charles Péguy ». Plus de 50 salariés ont donné de leur temps personnel pour leur parler de leur parcours professionnel et de leur métier afin de présenter des métiers satisfaisants et accessibles à tous. Ces actions ont connu un vrai succès : 2000 dons et 51 bénévoles ont aidé plus de 500 personnes.

Mise en place du « Training Café » :

Le service de formation de FedEx propose en interne des formations de courte durée (15min) via téléconférence ou partage d'écran. Ces formations portent sur des points bien spécifiques (Astuces Outlook, Mindmap, Intelligence notionnelle etc) et facilitent la vie de tous les jours.

ID Group / N° 9

Activité : distribution textile, 860 points de vente dans le monde

Marques: Ocaïdi, Obaïbi, Jacadi, Véronique Delachaux

Bonnes Pratiques :

Arrivée d'un nouveau collaborateur

L'accueil d'un nouveau collaborateur commence dès l'acceptation de son poste au sein de l'entreprise : promesse d'embauche rapidement écrite, contrat, définition de fonction, informations sur le process d'intégration (lieu des magasins où il fera son intégration, horaire, tenue adaptée...). Les aspects logistiques (informatique, administratifs...) sont ensuite rapidement réglés et prêts afin que les nouveaux venus se sentent attendus par l'entreprise.

Responsabilisation des collaborateurs

Afin de développer et de faire évoluer les outils et méthodes pour l'ensemble du réseau, l'entreprise confie aux collaborateurs une expertise transversale qui permet de développer la responsabilisation de chacun. Un pilote régional sera par exemple en charge d'une quinzaine de magasins mais il aura aussi une expertise au service de toutes les régions (merchandising, vente, organisation, management...) et sera souvent le relais pour des franchisés à l'international.

DECATHLON SAS / N° 10

Activité : distributeur spécialisé dans les articles sportifs.

Bonnes pratiques :

Vision remontante

Décathlon utilise la notion de VISION remontante afin d'inclure tous les collaborateurs dans le process d'élaboration de la vision à 10 ans du pays, de la région, du magasin et de leur rayon ...

Les vendeurs sont impliqués dans ce projet de VISION afin de mieux comprendre les enjeux et le sens des actions décidées par l'entreprise.

Le plan d'aide aux seniors de DECATHLON SAS comprend :

- ✓ Négociation du premier accord Senior 2010-2013.
- ✓ Un entretien de 2nde partie de carrière, mené par le RH local, proposé à 946 collaborateurs de plus de 45 ans.
- ✓ 15 formations « Anticiper et gérer ma retraite » dispensées au cours de l'année (environ 100 personnes formées)
- ✓ Mise en place d'une formation gestes et postures sur site pour éviter tout risque de pénibilité liée aux ports de charges lourdes.
- ✓ Création d'une formation aux outils informatiques (Word, Excel et PowerPoint) pour aider les collaborateurs qui éprouvent des difficultés à utiliser des nouvelles technologies
- ✓ Proposition aux + de 55 ans d'un accompagnement individuel à la retraite par un consultant externe.
- ✓ 57 embauches de + de 45 ans depuis le début d'année (à fin septembre 2010)

JOHNSON&JOHNSON SANTE BEAUTE France / N°11

Activité : industrie manufacturière, parapharmacie

Marques : Roc, Neutrogena, Le Petit Marseillais, Actifed, Vendôme...

Bonnes Pratiques :

Suivi des stagiaires, pré-recrutement

De nombreux salariés juniors sont recrutés après un stage. La période de stage représente donc une période essentielle de l'évaluation des compétences business et comportementales du candidat. Le stagiaire est évalué lors d'un bilan intermédiaire et en fin de stage par le manager, avec entretien RH. Ces entretiens permettent de valider les capacités de progression et de remise en question du stagiaire, ses points forts et de progrès, ses besoins de formation.

Newsletter

Une newsletter mensuelle ou bimensuelle, préparée par chaque département de l'entreprise (point sur les réalisations et projets, annonce des événements...) est diffusée à l'ensemble des collaborateurs.

VALRHONA / N°12

Activité : Industrie manufacturière - aliments, boissons et tabac (groupe Soparaind-Bongrain)

Production et commercialisation de **3 gammes distinctes** : Produits Laboratoires (matières premières, ingrédients et produits services pour la réalisation de pâtisseries, desserts et entremets), Confiserie Vrac (bonbons de chocolat et confiseries), Produits griffés (produits finis à marque VALRHONA à destination des consommateurs : tablettes, bonbons, carrés, chocolat à cuisiner...)

Bonnes Pratiques :

« La sécurité, c'est mon affaire »

Lancée en 2009 par la Direction, la démarche « La Sécurité, c'est mon affaire » vise à réduire le nombre d'accident et améliorer les conditions de travail. Avec l'opération VSC « Visite de Sécurité Comportementale », les salariés participent à l'amélioration des conditions de sécurité : deux salariés « candides » (responsables de service, contrôleurs de gestion, ...) visitent un atelier de production et notent tous les éléments qui comportent, selon eux, un risque.

« La Charte de la parentalité »

Présentée le 11 avril 2008 par Xavier Bertrand et Nadine Morano et déjà signée par plus de 30 entreprises et associations, la Charte de la Parentalité en Entreprise a pour objectif d'inciter les entreprises à proposer aux salariés-parents un environnement mieux adapté aux responsabilités familiales. Après avoir signé cette charte le 1er décembre 2009, VALRHONA a mis en place plusieurs actions :

- étude et analyse de la gestion de la parentalité chez VALRHONA par une stagiaire cadre Sage-Femme en 2010,
- depuis début 2011, mise en place d'entretiens professionnels spécifiques avec le manager en cas de maternité, entretiens préalables (aménagement des conditions de travail, organisation durant l'absence, évocation du retour...) entretiens de retour (bilan sur les événements survenus durant l'absence, aménagement du temps de travail afin d'intégrer les nouvelles contraintes de la salariée)
- une réflexion sur la mise en place d'une crèche inter-entreprise sera lancée en 2012.

ANNEXE 2

Focus sur les lauréats du palmarès 2011

« Best workplaces » pour les entreprises de moins de 500 salariés

OCTO / N° 1

Activité : cabinet de conseil en systèmes d'information.

Bonnes pratiques :

Le « mood meter », ou comment faire part de ses « états d'âme »

Le principe est simple : avant chaque point mensuel les employés sont interrogés sur leur niveau de satisfaction concernant les derniers projets, ainsi que sur leur satisfaction globale chez OCTO.

Le « mood meter » est complémentaire à l'entretien hebdomadaire d'une demi heure : en effet les consultants se sentent plus à l'aise pour exprimer leur satisfaction ou leur insatisfaction à l'écrit plutôt qu'à l'oral.

Le « Change club »

Ouvert à tous les salariés, c'est un espace de réflexion sur les dynamiques de changement en entreprise au moyen : d'exercices pratiques, d'outils théoriques et des découvertes de chacun entre deux séances. En fil rouge et tout au long de l'année, chaque participant travaille sur un « projet de changement » qui l'intéresse particulièrement, et reçoit des feedbacks et conseils du reste du groupe.

W.L. GORE & ASSOCIES / N° 2

Activité : C'est l'un des premiers fournisseurs mondiaux de composants en polytétrafluoroéthylène (matériau utilisé pour véhiculer et étancher des fluides industriels) et inventeur du Gore-Tex® (produit textile imperméable et respirant à la fois, utilisé notamment pour les k-way). L'importance accordée à la solidarité, à la confiance et à la liberté a fait de cette entreprise un lieu de travail agréable et stimulant.

Bonnes pratiques :

Un suivi et des lieux de débat

Le sponsor, associé chargé de guider et de coacher le nouvel arrivant, suit des cours de communication efficace et de respect des différences. Plusieurs services ont organisé des ateliers « d'immersion » au cours desquels les associés échangent de manière directe et sans langue de bois sur les différentes composantes de la culture de l'entreprise et sur ce qui peut être amélioré.

Le télétravail :

50,4% des associés profitent du télétravail en 2010 (versus 48.4% en 2009).

Accuracy / N° 3

Activité : Société de conseil spécialisée en finance d'entreprise.

Bonnes pratiques :

Recrutement participatif

Tous les consultants ayant au minimum 2 ans d'expérience sont impliqués dans le processus de recrutement.

Formation des nouveaux promus

Tous les nouveaux promus à des postes de manager et d'associé bénéficient d'une formation destinée à les sensibiliser à leur nouveau rôle et responsabilités, ainsi qu'aux facteurs clés de réussite et aux évolutions de carrière possibles.

NetApp France / N° 4

Activité : technologie de l'information, création de solutions innovantes de stockage et de gestion des données.

Bonnes Pratiques :

Récompensé par une journée de congé :

Pour célébrer la performance de NetApp au palmarès 2010 des entreprises où il fait bon travailler, une journée de congé a été offerte à l'ensemble du personnel.

Stock options gratuits et préférentiels

Des Stock Options et des actions gratuites sont attribuées à l'ensemble des salariés lors de l'embauche.

Le montant varie en fonction du grade. Il y a aussi un plan d'achat d'actions à prix préférentiel proposé à l'ensemble des salariés.

NATIONAL INSTRUMENTS France / N° 5

Activité : pionnier technologique et leader dans le domaine de l'instrumentation virtuelle.

Bonne Pratique :

Des journées de recrutement sont organisées 1 à 2 fois par mois pour recevoir les candidats sélectionnés : présentation de la société, du secteur d'activité et des postes à pourvoir par le Directeur Général, tests techniques et d'anglais, entretien avec un représentant des ressources humaines puis avec le responsable du service concerné par le poste, déjeuner avec des employés du même service, tour de la société et rencontre avec des employés de différents services (commerciaux, marketing et techniques) afin de poser des questions et connaître les opportunités d'évolution au sein de l'entreprise.

CATALINA / N° 6

Activité : société pionnière dans les services marketing basés sur le comportement réel d'achat (applications dans le marketing direct, les études et les applications web).

Bonnes Pratiques :

Des calendriers partagés et accessibles

Afin de faciliter l'organisation des réunions ou des entretiens individuels, les calendriers électroniques des employés et managers sont partagés et accessibles à tous.

Formation d'accueil de tuteur handicapé

Pour faciliter l'intégration et la prise en charge des travailleurs handicapés, Catalina Marketing a mis en place une formation d'accueil de tuteur handicapé.

Kimberly-Clark / N° 7

Activité : industrie manufacturière

Le groupe est réparti en 3 divisions, la division Healthcare spécialisée dans les produits stériles destinés au milieu médical (Gants Safeskin, casaques chirurgicales, masques de protection, champs opératoires...), la division Professionnelle spécialisée dans les services aux industries, aux bureaux, aux hôtels (mouchoirs et papier toilette Kleenex, lavettes Wypall, essuyeur Kimtuf, combinaisons Kleenguard...) et la division Consumer orientée vers la vente de produits en grande consommation (mouchoirs Kleenex, papier-toilette Le Trèfle, couches Huggies et Peaudouce....).

Bonnes Pratiques :

« Green days »

Le but de ces réunions d'équipe organisées à l'extérieur est de recueillir les remarques et idées des collaborateurs sur leur mode de travail, l'ambiance générale dans l'équipe, les process à améliorer, etc. Les managers étudient les propositions reçues et les meilleures idées sont ensuite partagées au niveau européen.

Solidarité

Les collaborateurs de Kimberly Clark sont solidaires : 50% des économies réalisées sur les notes de frais sont reversées à des associations. De plus, une journée par trimestre (prise sur le temps de travail) peut être consacrée à des associations caritatives. Dans le monde, le groupe Kimberly Clark est celui qui donne le plus aux associations.

dunnhumby France / N° 8

Activité : études de marché et sondages.

Bonnes Pratiques :

3 questionnaires pour recueillir la perception des nouveaux entrants

Pour recueillir la perception des nouveaux entrants dès leur arrivée, dunnhumby a mis en place des questionnaires appelés «5-4-3» : l'un doit être rempli au bout de 5 jours, le second au bout de 4 semaines et le dernier au bout de 3 mois.

L' humeurOMètre

Tous les 2 mois, un questionnaire appelé « HumeurOMètre » est envoyé aux salariés afin d'évaluer leur moral sur différents critères : ambiance d'équipe, satisfaction par rapport à leur rôle/fonction, reconnaissance de leur contribution, confiance dans leur futur au sein du groupe.

LIXIR / N° 9

Activité : acteur majeur des vins, champagne et spiritueux en France, LIXIR s'occupe du marketing, de la vente et de la distribution.

Bonnes Pratiques :

Concours interne

Concours interne visant à développer la créativité : par exemple, l'entreprise a proposé à chacun de faire part de l'aventure la plus marquante qu'il ait vécue. L'expérience visait à récompenser l'histoire la plus représentative de l'esprit pionnier de la marque Glenfiddich du groupe LIXIR.

Contribution citoyenne / responsabilité sociale :

LIXIR encourage à une consommation responsable de ses produits (vins, champagne et spiritueux), aussi bien en interne, avec la distribution d'éthylotests électroniques par exemple, qu'en externe avec la mise en place d'un site Internet « Focus Consommation Responsable ». Par ailleurs, LIXIR est membre d'Entreprise & Prévention, association qui lutte contre la consommation excessive ou inappropriée de boissons alcoolisées.

INTERPARFUMS / N° 10

Activité : réalisation et commercialisation de parfums et de produits cosmétiques de luxe.

Bonne Pratique :

Activités extra-professionnelles :

INTERPARFUMS met en place des activités de cohésion pour son entreprise, telle que la location de salles de cinéma pour visionner des films, avec tous les salariés.

Séparation vie privée / vie professionnelle :

La vie privée est précieuse pour INTERPARFUMS; aucun salarié ne doit être contacté sur son temps personnel, pour répondre à des problématiques professionnelles.

Vermilion Energy / N° 11

Activité : producteur pétrolier et gazier international.

Bonnes Pratiques :

Plan de développement / formation sur le long terme:

Le groupe met en place les plans de développement à 5 ou 7 ans, pour chaque salarié. Ceux-ci s'accompagnent d'un plan de formation, prenant en compte les acquis, les compétences et le potentiel d'évolution de chacun, ce qui permet un meilleur accompagnement des salariés.

Politique de déplacement professionnel :

Afin de limiter les déplacements, premier facteur de risque professionnel, et les heures de travail supplémentaires génératrices de stress et de fatigue, la direction privilégie les conférences téléphoniques ou la Visio conférence aux déplacements à répétition, surtout lorsqu'ils ne sont pas indispensables. D'autre part, tous les voyages d'affaires sont programmés pendant les heures de travail.

BAXTER France / N° 12

Activité : biotechnologie et pharmaceutique.

Bonne Pratique :

Journée de solidarité :

Depuis désormais 3 ans, les salariés sont conviés à participer à une journée de nettoyage des bois en partenariat avec les Amis des Bois de Maurepas.

Hitachi Data Systems France / N° 13

Activité : technologie de l'information, matériel informatique, vente et maintenance de solutions de stockage, sauvegarde, virtualisation et services associés.

Bonnes Pratiques :

« Petits Déjeuners collaborateurs »

Ponctuellement, une dizaine de collaborateurs ont l'opportunité de participer à un petit-déjeuner à l'extérieur, en présence du Directeur Général et de la Directrice des Ressources Humaines, pour échanger avec eux de façon informelle et conviviale.

Team building :

L'entreprise a mis en place des formations de team building, permettant une meilleure connaissance de soi et des autres, de renforcer le lien et la cohésion des équipes. Ainsi, certains ont eu l'opportunité de participer à un groupe de Gospel ou partir pour un Tour de France des vins.

Piscines WATERAIR / N° 14

Activité : fabricant et distributeur de piscines.

Bonnes Pratiques :

Les 5 valeurs clés des Piscines WATERAIR:

Les nouveaux arrivants bénéficient d'une formation par binôme à la Charte des Valeurs de l'entreprise. Par ailleurs, chaque année, l'une des valeurs est désignée « Valeur de l'année », ponctuée par des événements thématiques.

Offre de location et d'achat immobilier :

WATERAIR est partenaire du 1% Logement et diffuse tous les mois les offres de location et d'achat immobilier à l'ensemble des collaborateurs afin de faciliter l'accès au logement.

ROBERT HALF INTERNATIONAL France SAS / N° 15

Activité : conseil et recrutement.

Bonnes Pratiques :

Employer branding :

L'entreprise a mis en place un comité de réflexion composé de salariés, afin de travailler sur les façons d'attirer et de vendre les services de la marque.

Une formation pour féliciter !

Afin de revaloriser les salariés, l'entreprise a mis en place des formations pour les managers, pour apprendre à féliciter les équipes.

INDDIGO / N° 16

Activité : conseil et ingénierie en développement durable et environnement.

Bonnes Pratiques :

Une rémunération transparente et basé sur la solidarité :

La grille des salaires, incluant ceux de la direction, est diffusée chaque année à tous les salariés. La politique générale de rémunération étant basée sur la solidarité, INDDIGO n'a pas de prime sur objectif ni de part variable de rémunération.

Des jours de RTT honorés :

Les jours de RTT peuvent être utilisés, payés en fin d'année ou stockés sur un Compte Epargne-Temps. Celui-ci peut permettre de bénéficier d'un complément de salaire pour financer des projets personnels, ou bien de cumuler les jours non utilisés pour prendre un long congé rémunéré.

Intel Corporation / N° 17

Activité : technologies d'information, matériel informatique.

Bonne Pratique :

Intel sponsorise les réalisations et les contributions de ses collaborateurs en termes d'innovation, grâce à la campagne marketing « Intel Sponsors of Tomorrow » (Intel Votre partenaire du futur™).

SAS France / N° 18

Activité : technologie d'information, logiciels, premier éditeur mondial d'informatique décisionnelle.

Bonne Pratique :

Dans un contexte d'exigence élevée, l'expertise de l'entreprise est une valeur forte que les salariés ont mise en image grâce à la réalisation d'une vidéo.