

LA MOBILISATION INTERNE



LES ENJEUX

DANS LE MONDE

Depuis quelques années, on observe une quête de sens au travail de plus en plus importante chez les salariés, ainsi que des attentes croissantes en termes d'engagement vis à vis de leur entreprise. La "Grande Démission" qui a fait suite au COVID 19 aux États-Unis s'est traduite par quasiment 50 millions de départs en 2021¹. En France, 31% des employés ont quitté leur emploi précédent au motif qu'ils n'arrivaient plus à donner du sens à ce qu'ils faisaient². Face à ce constat, la RSE est un fort atout pour fidéliser ses collaborateurs : une étude montre que leur implication dans des programmes d'engagement d'entreprise permet de réduire de 52% le turnover auprès des employés récents (<2,5 ans). La RSE est également un critère de choix pour le recrutement, notamment au sein de la génération Z. En effet, 80% des jeunes entre 18 et 27 ans pensent que les valeurs d'une entreprise sont un critère important pour être attractif sur le marché de l'emploi. De même, plus de 2/3 d'entre eux estiment que les actions d'une entreprise en matière de changement climatique jouent en faveur de son attractivité³.

POUR LE SECTEUR DE L'OPTIQUE

De nombreux professionnels de l'optique en magasin décident de se reconverter, souvent après 10 à 20 ans d'expérience. Une durée qui permet souvent, malgré la polyvalence du métier, d'avoir touché à toutes ses facettes. À la source de ces reconversions, des raisons diverses et souvent multiples comme le désaccord entre le métier exercé et ses valeurs personnelles (à 45%)⁴. Ce sont autant de savoir-faire que l'industrie perd et doit reformer.

Dans ce contexte de défiance des salariés qui ont des attentes de plus en plus importantes sur l'engagement de l'entreprise, il est clef de mobiliser l'interne et les nouveaux arrivants sur le sens qu'ils peuvent trouver dans l'entreprise. En l'occurrence, votre engagement RSE même s'il est naissant, est un excellent moyen de mobiliser vos salariés.

¹ Source : CNN

² Source : étude McKinsey

³ Source : baromètre JobTeaser/Kantar, 2023

⁴ Source : [SilverEco](#)

QUE DIT LA LOI ?

La mobilisation interne en entreprise, de même que la formation des salariés à la RSE, est une démarche volontaire. Ainsi, il n'existe pas de cadre réglementaire pour ce sujet.

PAR OÙ COMMENCER ?

SENSIBILISER & INFORMER

Sensibiliser les salariés et les informer sur l'engagement de l'entreprise :

- Grâce à des formations et explications : la RSE est encore un concept peu connu et surtout peu clair.
- Accepter que tous ne soient pas au même stade d'engagement.
- Mettre en place des ambassadeurs en interne qui sont les meilleures personnes pour être entendues des salariés
- Motiver financièrement ses salariés, ou leur donner un budget RSE.

RASSURER

Rassurer sur la sincérité de l'engagement de l'entreprise :

- S'assurer de l'engagement total de la direction et le montrer.
- Jouer sur le long terme : éviter les effets d'annonce sans actions à l'appui, répéter les messages et communiquer régulièrement sur la progression des objectifs en cours.
- Être cohérent en montrant ce que fait l'entreprise avant de demander aux collaborateurs de faire.
- Être transparent sur les axes d'amélioration.

ACCOMPAGNER

Accompagner avec des outils simples et accessibles, au démarrage mais aussi dans la durée :

- Donner des pistes d'action pour agir au sein de sa vie professionnelle, mais aussi personnelle.
- Utiliser un langage simple, mais pas simpliste.
- Fournir des digests, des vidéos, des quiz... du contenu qui donne envie d'être consommé.

VALORISER

Valoriser les initiatives personnelles et les envies :

- Faire remonter les initiatives et écouter les suggestions du terrain.
- Faire du storytelling autour des actions RSE du terrain (influenceurs internes).
- Utiliser la RSE comme un outil collaboratif entre les collaborateurs des différents services.
- Être reconnaissant de la charge de travail liée à la RSE
- Mettre en avant les gains estimés par rapport au temps et aux efforts investis

Valoriser les résultats, les petites et les grandes victoires :

- Éviter les communications anxiogènes et privilégier une approche ludique et esthétique.
- Mettre en place des *incentives*, présenter les actions auprès d'intervenants externes, proposer des sorties...
- Informer régulièrement sur les résultats atteints par rapport aux objectifs fixés.

ILS L'ONT FAIT

ACTIONS ISSUES DES CANDIDATURES POUR LE PRIX RSE DU SILMO 2023

SENSIBILISER & INFORMER

- Sensibilisation de l'ensemble du CODIR et du COMOP au développement durable et 76% de l'effectif d'OPAL sensibilisé au moins une fois (en 2023). Les nouveaux arrivants sont systématiquement sensibilisés - OPAL DEMETZ
- Compte rendu partagé à l'ensemble des collaborateurs suite aux réunions de l'équipe projet RSE (14 personnes, sur base du volontariat) - GROUPE ALL ALLIANCE OPTIQUE REV

RASSURER

- Enquête de satisfaction sur les actions RSE menées auprès de l'ensemble des collaborateurs - OPAL DEMETZ

ACCOMPAGNER

- Formation des équipes produit à l'éco-conception - BOLLÉ BRANDS
- Réseau d'ambassadeurs RSE (15 personnes dans l'entreprise) avec un budget de 1000€ par an pour mettre en place des actions de sensibilisation RSE auprès des collaborateurs - BOLLÉ BRANDS

VALORISER

- Boîte à idées mise en place (et étudiée par l'équipe RSE) - GROUPE ALL ALLIANCE OPTIQUE REV