

COTISATIONS

Les chocs de la fusion
Agirc-Arrco
p. 7

RÉFORME DE LA FORMATION

Le mode d'emploi
pour les DRH
p. 12

GESTION DE CARRIÈRES

AFD : le Mouvement
perpétuel
p. 20

N° 1411 du 10 au 16 décembre 2016 - 5,55 €

Entreprise & Carrières

L'HEBDOMADAIRE DES RESSOURCES HUMAINES ET DU MANAGEMENT

www.info-socialrh.fr

AIDE À LA MOBILITÉ

LES ENTREPRISES À LA RESCOUSSE



MICKAËL MANGOT
DG DE L'INSTITUT DE L'ÉCONOMIE
DU BONHEUR
« Les relations sociales,
premier critère de satisfaction
au travail »

ISSN : 1955-5687

Erwin Woelke/stockadebe.com

AU SOMMAIRE

N° 1411 DU 10 AU 16 DÉCEMBRE 2018

LE FAIT DE LA SEMAINE

- 4 AIDE À LA MOBILITÉ**
Les entreprises en ordre dispersé

L'ACTUALITÉ

- 6 PATRICE FLICHY, SOCIOLOGUE**
Take Eat Easy : « L'arrêt de la Cour de cassation est un bouleversement important mais partiel »
- 7 COTISATIONS**
Les petits et grands chocs de la fusion Agirc-Arrco
- 8 INTÉRIM**
Le Conseil d'État tire un trait sur un fonds de formation du travail temporaire
- 8 BRANCHES**
Opérateurs de compétences : état des lieux des négociations
- 9 CLIMAT SOCIAL**
Des salariés investis mais avec du recul
- 9 RÉMUNÉRATION**
Le salaire progresse de 70% au cours d'une carrière
- 10 RPS**
Un actif sur cinq menacé de trouble psychique
- 10 LUXEMBOURG**
La coalition de gauche passe des promesses aux actes
- 11 ÉTATS-UNIS**
Facebook accusé de racisme
- 11 ARGENTINE**
La crise contrarie les augmentations salariales dans la grande distribution

LE POINT SUR

- 12 RÉFORME DE LA FORMATION**
Le mode d'emploi pour les DRH

SUR LE TERRAIN

- 16 ÉCHANGES ENTRE PAIRS**
Les nouveaux habits de la formation chez SAP
- 17 COMPÉTENCES**
Culture digitale et RH : la courte échelle numérique
- 18 ONBOARDING**
Chez Niji, l'escape game facteur de fidélisation
- 19 INNOVATION RH**
Pfizer, une politique pour le bien-être au travail des handicapés
- 20 GESTION DE CARRIÈRES**
AFD : le Mouvement perpétuel
- 21 PRÉVENTION**
BUT sensibilise ses collaborateurs au handicap invisible
- 21 QUESTION DE DROIT**
Paiement des heures supplémentaires nécessaires à la réalisation des tâches confiées

LE GRAND ENTRETIEN

- 22 MICKAËL MANGOT**
« Les relations sociales, premier critère de satisfaction au travail »

LES CLÉS

- 25** Tendances économiques
26 À lire
27 Mouvements et agenda

CHRONIQUES

- 28 DENIS MONNEUSE**
En avant toutes ?
- 29 MERYEM LE SAGET ET PESSIN**
Le danger des certitudes

ONBOARDING

CHEZ NIJI, L'ESCAPE GAME FACTEUR DE FIDÉLISATION

Dire bienvenue aux nouveaux salariés, dans un contexte de pénurie de talents, devient un enjeu majeur pour certaines entreprises du numérique. Chez Niji, on a complété le classique parrainage ou séminaire d'intégration par un escape game. Objectif : surprendre et favoriser la cohésion.

Avec ses 800 salariés et ses 300 recrutements en 2018, Niji, société de conseil, de design et de technologies, est dans la situation de toutes les entreprises du secteur.

À la recherche de consultants en stratégie digitale, développeurs et autres chefs de projet, elle doit polir avec soin sa marque employeur et faire preuve d'imagination. Faire émerger chez les nouvelles recrues un sentiment d'appartenance est un des leviers utilisés par la DRH et la direction de la communication, associées dans l'élaboration

d'un onboarding original. « Nous avons déjà depuis des années un système d'accueil des nouveaux salariés, explique Stéphanie Béraud, DRH. Avec une journée d'intégration, lors de laquelle les membres du Codir présentent les métiers et échangent avec eux, et où s'effectue l'affectation d'un parrain ou d'une marraine qui les suivra pendant une année. » Plutôt classique, donc.

UN JEU SCÉNARISÉ SUR MESURE

Depuis septembre 2018, la panoplie s'est enrichie. En petits groupes, 25 à 30 nouvelles recrues du mois précédent, issues des quatre implantations de Niji (Paris, Rennes, Lille, Nantes, Lyon et Bordeaux), sont invitées à entrer dans une des salles de l'entreprise pour jouer à un escape game, « un moyen ludique de les plonger dans l'histoire et les "valeurs" de l'entreprise », explique Stéphanie Béraud.

Nous avons fait appel à une start-up rennaise, 3600 secondes, qui conçoit ces jeux sur mesure pour les entreprises. L'équipe RH l'a d'abord testé en interne, avant de le proposer aux nouveaux salariés. « Le principe ? Parvenir à ouvrir un coffre contenant la clef de la salle dans laquelle on est enfermé en identifiant des indices, en ré-

solvant des énigmes et en déchiffrant des codes... Scénarisé sur mesure pour Niji, le jeu permet de faire passer des messages, de retracer l'histoire de l'entreprise pour inculquer des connaissances de manière ludique. »

Pour nourrir le scénario, les directions de la communication et des ressources humaines se sont associées. « La société a 18 ans, j'ai ressorti des plaquettes anciennes de présentation de l'entreprise, des t-shirts de la marque, explique Frédéric Payen, directeur marketing et communication, tandis que Stéphanie a mis en exergue les messages RH, sur les valeurs, le management. 3600 secondes a utilisé toute cette matière pour proposer un scénario. » Incitative, une courte vidéo de présentation de l'escape game sur les réseaux sociaux permet à l'entreprise de communiquer sur cette initiative originale.

FAVORISER UN ESPRIT « PROMO »

Créer un sentiment d'appartenance et, espère-t-on, une envie de rester dans l'entreprise (la société ne souhaite cependant pas communiquer sur le turn-over, spécifiant sobrement qu'il est « en baisse ») passe par d'autres propositions au cours du onboarding. Chaque nouveau salarié doit apporter un objet personnel et se présenter grâce à ce support. « C'est une manière de découvrir des passions, certains viennent avec des carnets de voyage, d'autres avec un ballon, une salariée a apporté un bracelet, premier objet qu'on lui a donné à son arrivée en France... » Enfin, pour rester dans l'air du temps, les nouvelles recrues sont amenées à plancher sur le logo de la « promotion » qu'elles forment et à créer un objet en 3D sur cette thématique. Exemple d'un nom de promotion : Rhum Niji, faisant référence à l'engagement de l'entreprise dans la Route du Rhum. On ne pourrait mieux symboliser l'une des « valeurs » que l'entreprise souhaite inculquer... l'esprit d'équipe, l'une des clefs de la fidélisation ?

◆ DOMINIQUE PEREZ



L'escape game est, pour Niji, un moyen ludique de plonger ses nouvelles recrues dans l'histoire et les « valeurs » de l'entreprise.