

L'impact des politiques parentalité en entreprise

L'accompagnement à la parentalité dans nos organisations : quels enjeux, quelles mesures mises en place et quel retour sur investissement ?

Introduction

L'accompagnement à la parentalité en entreprise Regards croisés de nos deux DRH

Des convictions communes sur le rôle de l'entreprise en termes d'équilibre de vie...

Babilou et Deloitte partagent la conviction selon laquelle l'entreprise a un rôle essentiel à jouer pour favoriser l'équilibre de vie de ses collaborateurs/rices, notamment à travers l'accompagnement à la parentalité.

... avec des enjeux forts d'attractivité et de gestion des talents

La mise en place de mesures d'accompagnement à la parentalité répond à des enjeux forts en termes d'attractivité et de gestion des talents et ne doit plus être considérée comme un coût mais comme un investissement dont les bénéfices, pour les collaborateurs/rices et l'entreprise, sont réels.

Des facteurs clés de succès principalement managériaux et culturels...

Les convictions et l'engagement de la Direction et de l'ensemble de la ligne managériale sont clés pour réussir le déploiement d'une politique parentalité, tout comme la communication interne et externe qui est réalisée sur le sujet, et le lien qui est fait avec la culture et les valeurs de l'organisation.

... avec une volonté d'avoir une approche à la fois holistique et inclusive

Babilou et Deloitte ont la volonté d'adopter une approche à la fois holistique et inclusive, en considérant la parentalité à 360° dans le déploiement de solutions pour accompagner les moments de vie de leurs collaborateurs/rices.

Au final, un investissement social avec un ROI qualitatif sur l'expérience collaborateur

Au-delà de l'investissement financier que cela peut représenter, nous avons la conviction que les mesures d'accompagnement à la parentalité, et plus globalement à l'équilibre de vie, constituent avant tout un investissement social dont l'impact qualitatif se mesure à travers l'expérience collaborateur.

Dans cet esprit, nos équipes ont mené une étude conjointe pour vous partager la vision et l'expérience d'entreprises inspirantes et inspirées sur le sujet.

Nous espérons que cette étude avivera vos réflexions pour faire de l'accompagnement à la parentalité un levier de performance individuelle et collective au sein de vos organisations.



Aurélie Laine

DRH de Babilou

Il faut mettre en place des dispositifs qui peuvent répondre au plus grand nombre, tout en tenant compte de l'individualité dans le collectif.



Sophie Lethimonnier

DRH de Deloitte France

Les vies professionnelles et personnelles sont imbriquées et, si on veut promouvoir l'engagement et la rétention, il faut adresser la parentalité.

Méthodologie et panel

Une étude qui repose sur une double approche

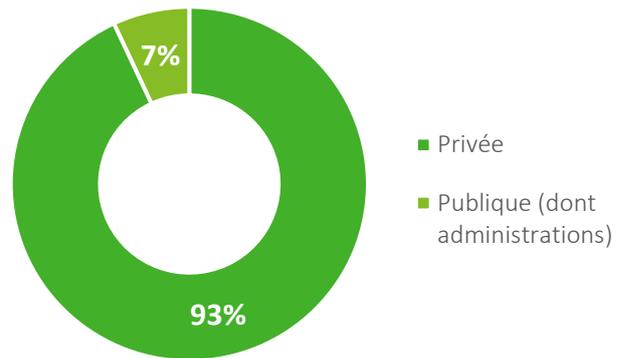
Enquête en ligne

Un **panel de 173 organisations**, au sein de tous les secteurs d'activité, tailles d'entreprise, et localisations géographiques en France.

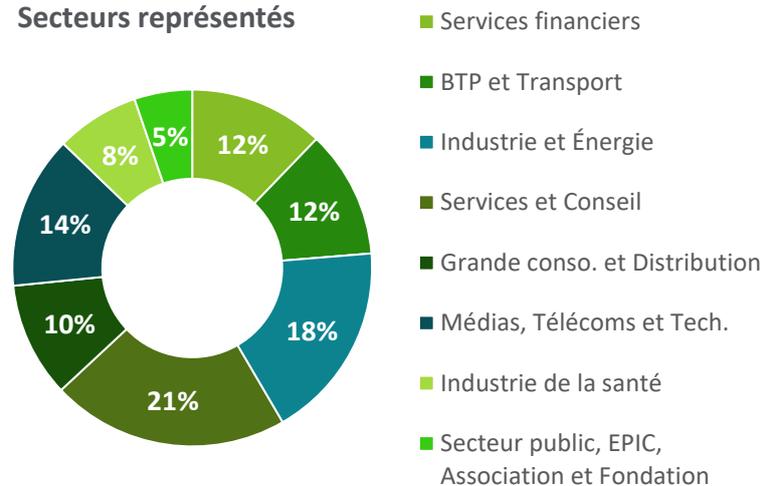
Interviews *Point de vue*

27 interviews de DRH, Responsables Diversité & Inclusion, Responsables Rémunération & Avantages sociaux, etc., réalisés entre les mois de juillet et octobre 2021.

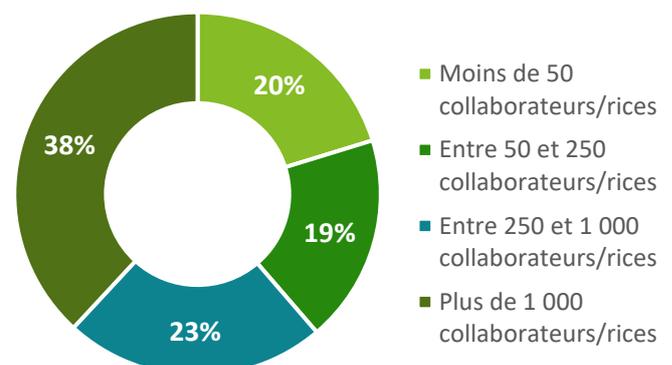
Type d'organisation



Secteurs représentés



Effectifs



L'essentiel à retenir

Les étapes clés d'une politique d'accompagnement à la parentalité :

- **disposer du soutien de sa Direction** et embarquer les élus du personnel ;
- **recenser les besoins et les attentes** de ses collaborateurs/rices, à travers un diagnostic préliminaire ;
- **évaluer les pratiques marché** afin d'identifier des mesures applicables au sein de son organisation ;
- **impliquer l'ensemble des parties prenantes**, et notamment ses collaborateurs/rices, en identifiant des « ambassadeurs » pour porter le sujet ;
- **communiquer régulièrement de façon visible et lisible**, aussi bien en interne, sur les dispositifs existants, qu'en externe, pour renforcer sa marque employeur ;
- **former et sensibiliser ses managers** au bénéfice de ces pratiques, pour assurer la concordance entre la politique et son déploiement ;
- **favoriser les actions qui bénéficient au plus grand nombre** en adoptant des mesures pour les femmes et les hommes, parents ou non, à visée intergénérationnelle, et en tenant compte des étapes de vie des salariés/ées ;
- **identifier des mesures simples à mettre en place et aux coûts maîtrisés en priorité**, afin de favoriser l'adhésion rapide des parties prenantes ;
- **cadrer la politique et en garder la maîtrise financière** pour éviter d'avoir à revenir sur des actions appréciées par manque de moyens ;
- **assurer le suivi des actions entreprises**, à travers l'observation d'indicateurs statistiques mais aussi la mise en place d'enquêtes de satisfaction régulières auprès de ses collaborateurs/rices.

“

La conviction selon laquelle il n'y a pas de performance économique sans performance sociale a été renforcée par le contexte actuel.

”

Monsieur Adrien Taquet, Secrétaire d'État en charge de l'Enfance et des Familles, lors de la cérémonie de signature de la nouvelle Charte de la Parentalité en Entreprise

Quels enjeux ?

La performance sociale, un enjeu majeur de développement des organisations

Aujourd'hui plus que jamais les organisations se saisissent du sujet de l'accompagnement à la parentalité des collaborateurs/rices. Elles ont, pour la plupart, la conviction qu'il faut adresser cette problématique car les vies professionnelles et personnelles sont imbriquées et, en ce sens, l'entreprise a un rôle clé à jouer.

L'accompagnement à la parentalité s'inscrit généralement dans le cadre de la mise en œuvre de la politique équilibre vie professionnelle et personnelle (pour 75% des organisations interrogées), de la politique égalité professionnelle (pour 59%), et, dans une moindre mesure, de la politique RSE (pour 31%).

Le sponsor et l'engagement de la Direction et de la DRH constituent un levier fondamental pour 49% des organisations, et pour 47% d'entre elles, les actions engagées découlent généralement des demandes exprimées par les collaborateurs/rices.

Dans la mise en place d'une politique d'accompagnement à la parentalité, les organisations déclarent se heurter à plusieurs freins, et notamment :

66%

Coûts financiers

25%

Taille de l'organisation

24%

Iniquité perçue par les collaborateurs/rices

Pour les organisations ne disposant pas d'une politique formalisée sur le sujet, cela s'explique de par la taille de l'organisation (pour 49%), les coûts financiers que cela peut représenter (pour 34%) et, le manque de temps et la gestion des priorités (pour 15%).



Enjeux principaux :

- #1 Permettre aux collaborateurs/rices un meilleur équilibre de vie professionnelle et personnelle
- #2 Développer la politique sociale et sociétale de l'organisation
- #3 Assurer la fidélisation et la rétention des collaborateurs/rices
- #4 Renforcer l'attractivité de l'organisation

51% des organisations interrogées disposent d'une politique formalisée en matière d'accompagnement à la parentalité.

Points de vue

Les convictions et l'engagement de la Direction et de l'ensemble de la ligne managériale sont des leviers clés de succès

Des convictions fortes en matière de parentalité qui font partie intégrante de la culture et de l'ADN des organisations

Nous avons la conviction que les mesures parentalité permettent d'améliorer l'équilibre de vie des parents en diminuant leur charge mentale, et contribuent à l'amélioration de leur performance. Les mesures parentalité apportent ainsi un équilibre vertueux à l'ensemble de l'entreprise.

Société Générale

En tant qu'entreprise à mission, certifiée B Corp, nous souhaitons aligner nos valeurs et nos promesses en accompagnant nos équipes, via des politiques RH innovantes et communes quel que soit le pays.

Openclassrooms

En tant qu'entreprise familiale, nous attachons une importance toute particulière à la famille. Ainsi, nous avons la volonté d'accompagner nos équipes dans la conciliation de leur vie professionnelle et personnelle.

Lyreco

Des mesures inscrites dans une politique plus globale des ressources humaines...

Les mesures d'accompagnement à la parentalité s'inscrivent dans notre politique sociale, notamment relayée par le rôle d'assistant/e social/e et qui couvre les problématiques liées à la famille, l'enfance et le handicap.

Centre hospitalier de Bigorre

La parentalité est l'un des leviers pour affirmer nos convictions et accompagner notre politique diversité et inclusion.

ONET

La parentalité est un des axes de notre politique sociale mais nos enjeux sont de répondre collectivement à des besoins divers et multigénérationnels.

Danone

... en réponse aux fortes attentes des collaborateurs/rices et des candidats

Nous avons conscience que l'accompagnement parentalité est aussi un enjeu important pour recruter et fidéliser nos talents, avec une forte demande de la part des équipes.

Lyreco

Notre moyenne d'âge est de 45 ans, mais nous recrutons de plus en plus de jeunes collaborateurs/rices pour lesquels nous devons proposer des mesures adaptées à leur génération.

Centre hospitalier de Bigorre

Des facteurs clés de succès...

La mise en place de notre politique parentalité ambitieuse repose sur deux conditions : l'engagement de l'ensemble de la ligne managériale et un plan de communication clair.

Eramet

Nous devons nous appuyer sur une équipe de management engagée et exemplaire afin de soutenir ces mesures au quotidien. Nous mettons ainsi en place des sessions de formation et sensibilisation pour toute la ligne managériale.

BNP Paribas Cardif

... et des freins à lever au-delà d'enjeux purement financiers

L'unique frein que nous avons rencontré est lié au coût de réservation des places en crèche. Ce frein a rapidement été levé compte tenu des avantages fiscaux mobilisables (crédit impôt famille) et de la volonté de la direction de poursuivre le développement de notre volet social.

NGE

Au-delà des contraintes financières liées au volume d'agents notamment, l'enjeu de la communication est très présent afin de s'assurer que nous communiquons auprès de l'ensemble des agents en s'adaptant à leurs conditions de travail.

Ministère de la Justice

L'essentiel à retenir

Les **mesures** d'accompagnement à la parentalité sont généralement **inscrites dans les politiques RH, D&I ou encore sociales**.

Les entreprises investissent dans ces mesures pour **répondre** à la fois **aux attentes et aux besoins de leurs collaborateurs/rices** mais aussi afin d'être **attractives sur le marché**.

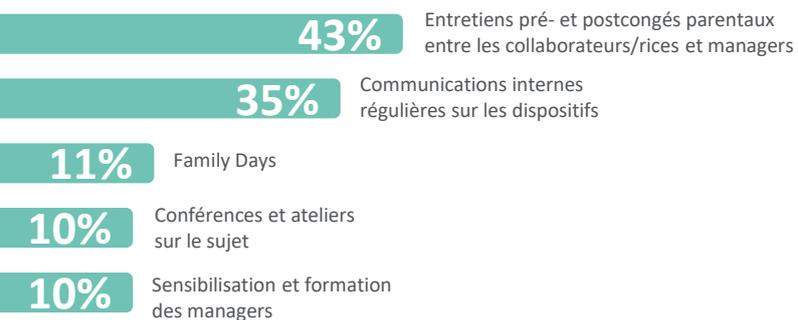
Le soutien et l'engagement de la Direction et de l'ensemble de la ligne managériale constituent des **leviers clés de succès**, tout comme une **communication régulière sur les dispositifs**, en interne et en externe.

Quelles mesures ?

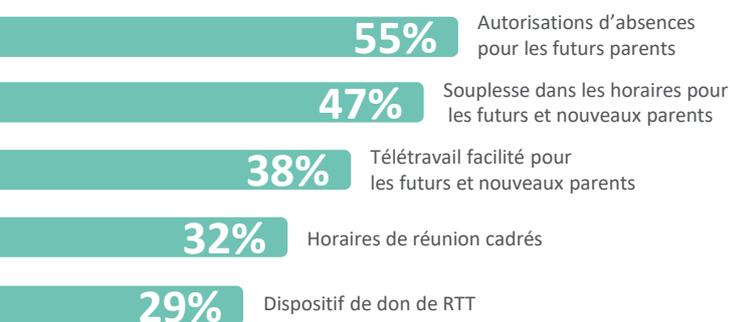
Quelles mesures ?

Trois grandes typologies de mesures d'accompagnement à la parentalité

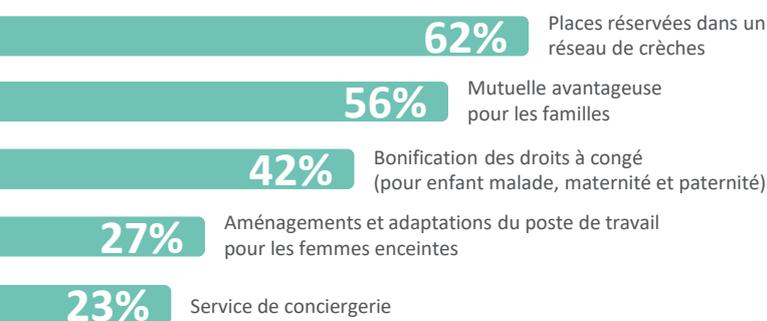
- les **actions de communication** et mesures visant à instaurer une **culture managériale** autour de l'écoute et de l'ouverture ;



- les mesures liées à l'**organisation du travail** ;

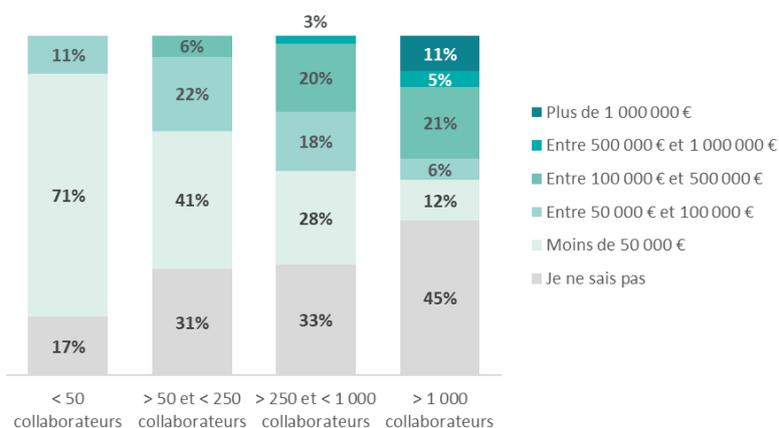


- les **services proposés**, notamment de soutien financier.



Mais aussi : CESU (20%), Accompagnement des collaborateurs/rices aidants (20%), Service d'aide aux devoirs (15%), Crèche d'entreprise (10%), Plateforme de recherche de modes de garde (7%) et Coaching parental (3%).

Budget total annuel brut (hors aides ou déductions fiscales) consacré aux mesures, par taille d'entreprise



67% des organisations privées interrogées ont connaissance du Crédit Impôt Famille (CIF)*, et, parmi elles, 80% savent qu'il est déclaré au niveau de leur direction financière.

Pour **9%** seulement des organisations interrogées, le CSE finance certaines de ces mesures (CESU, communications internes régulières, places en crèches, service de conciergerie, mutuelle avantageuse pour les familles, service d'aide aux devoirs...).

Points de vue

Des mesures devant répondre à la diversité des besoins des équipes tout en étant innovantes afin d'être différenciant sur le marché

Des mesures qui n'ont pas toutes un impact financier...

Nous proposons des aménagements de l'organisation du travail, en augmentant les jours de télétravail pour les femmes enceintes ou au retour de congé maternité.

ONET

Nous avons mis en place une page Intranet dédiée qui regroupe toutes les mesures mises en place pour accompagner nos collaborateurs/rices depuis l'annonce de la grossesse, en passant par le mode de garde (crèche), les congés maternité et paternité, les visites médicales, l'allaitement ou encore l'adoption.

Société du secteur Information, Technologie et Services

... qui permettent d'accompagner les parents, mais pas seulement

Nous avons une démarche bien-être qui concerne l'ensemble des salariés/ées (parents ou non) avec la mise en place sur le site d'une salle de sport avec un coach. Nous portons également une attention toute particulière aux salariés/ées qui quittent l'entreprise pour la retraite, en les accompagnant dans leur nouvelle vie via un stage de 3 jours avec une double approche santé et patrimoniale.

Renault Trucks

Dans un souci d'égalité de traitement, nos enjeux sont d'être toujours innovants en termes de parentalité afin de répondre aux nouveaux besoins individuels, tout en en proposant des dispositifs de bien-être et équilibre de vie qui peuvent bénéficier à tous (parents ou non), comme l'aménagement du temps de travail, par exemple.

Société du secteur Information, Technologie et Services

Des politiques globales plus ou moins adaptées localement...

Nous mettons en place des mesures qui ont vocation à être communes à l'ensemble des pays dans une logique d'équité et de gestion des parcours de carrière.

Ecovadis

Dans le domaine de la parentalité, il est notamment prévu que l'ensemble des entités de Danone en France appliquent la Politique Parentalité Danone, déployée également pour toutes ses entités à l'international.

Danone

La parentalité au sein de la politique Diversité et Inclusion est un sujet impulsé par le groupe Safran qui est ensuite décliné localement notamment à travers la signature d'accords d'entreprise.

Safran Helicopter Engines

... avec la volonté de se démarquer sur le marché

La Direction de NGE a de fortes convictions sur le volet social qui se traduisent par l'ambition d'être « mieux-disant » sur nos dispositifs sociaux afin de créer des différences marquantes sur le marché.

NGE

Nous avons identifié deux principales conditions de réussite dans la mise en place de ces mesures : l'alignement avec l'ADN de l'entreprise conjuguée à une approche humble et pragmatique. L'alignement avec l'ADN permet tout d'abord de trouver des réponses adaptées et d'éviter le copier-coller. Ensuite, l'approche humble et pragmatique sur les mesures retenues consiste à mettre à disposition des équipes et des managers une boîte à outils, afin de faciliter l'appropriation et la mise en œuvre, pour que l'accompagnement puisse être le plus personnalisé possible.

Monoprix

La parentalité est aussi un enjeu de marque employeur et d'attractivité. Nous sommes attentifs aux initiatives et bonnes pratiques des autres entreprises dans notre secteur d'activité pour étudier ce qui pourrait être proposé pour faire évoluer notre offre actuelle.

Crédit Agricole SA

L'essentiel à retenir

Les mesures n'ont pas toutes un impact financier, certaines sont liées à des pratiques managériales ou des process, d'autres sont animées par les salariés/ées eux-mêmes ou encore sont proposées par des prestataires externes.

Les entreprises sont attentives au bien-être de leurs salariés/ées, parents ou non, à travers la mise en place de mesures qui bénéficient à tous, comme l'aménagement du temps de travail.

La parentalité est aussi un enjeu de marque employeur et les organisations sont attentives aux pratiques du marché pour faire évoluer leur offre.

Quel retour sur investissement ?

Quel retour sur investissement ?

Une mesure difficile du retour sur investissement

Depuis quelques années déjà, les organisations ont pris pleinement conscience de cet incontestable levier de performance qu'est la prise en compte des contraintes spécifiques des salariés/ées-parents.

Pourtant, si le retour sur investissement social s'observe bel et bien, le retour sur investissement financier des mesures d'accompagnement à la parentalité mises en place est, lui, difficile à mesurer.

Seules 14% des organisations interrogées mesurent le ROI. 56% d'entre elles utilisent des indicateurs de suivi chiffrés (KPIs), 32% recueillent la perspective de leurs collaborateurs/rices à travers des questionnaires internes et des échanges plus informels, et 12% font les deux.

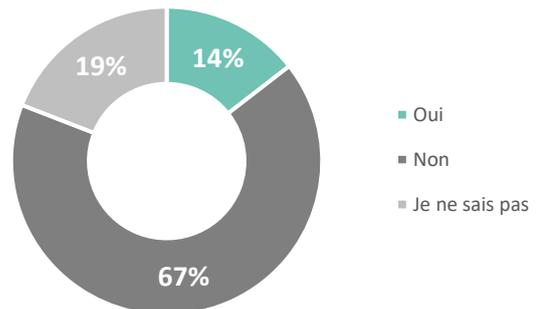
Les organisations sont convaincues du « gagnant – gagnant », mais le lien direct entre les mesures proposées et la performance des organisations (taux d'absentéisme, taux de turnover, productivité des collaborateurs/rices, etc.), n'est pas évident à démontrer.

Ainsi, les organisations s'attachent plutôt à analyser le niveau d'utilisation des mesures (42%) afin de s'assurer de leur cohérence avec les attentes et besoins de leurs collaborateurs/rices. 76% d'entre elles mesurent le taux d'utilisation à travers des indicateurs de pilotage (données SIRH, nombre de berceaux attribués, nombre de participants aux conférences sur le sujet, etc.).

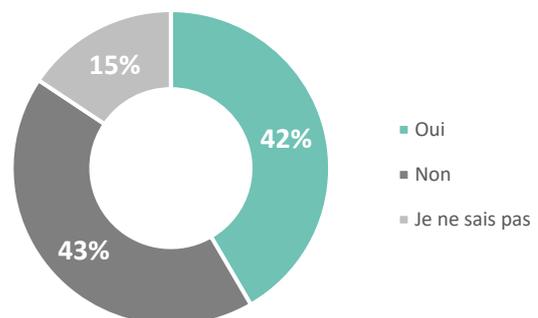
La combinaison des analyses quantitatives, *via* des indicateurs statistiques, et qualitatives, *via* des enquêtes de satisfaction menées auprès des salariés/ées, de l'impact des mesures proposées permet ainsi aux organisations de développer et ajuster leur politique en matière d'accompagnement à la parentalité au fil du temps.

En revanche, quantifier les bénéfices d'une telle politique semble plus complexe et peu pertinent.

Mesure du retour sur investissement



Mesure du taux d'utilisation



Quel retour sur investissement ?

Un retour sur investissement davantage social qu'économique

Le chiffrage du retour sur investissement ne saurait constituer le seul objectif des initiatives engagées sur le sujet.

Bien-être des collaborateurs/rices, souci du développement humainement durable et levier de communication interne et externe sont trois considérations qui font du soutien aux salariés/ées-parents un enjeu majeur de la gestion des ressources humaines.

Ainsi, quatre principaux types d'impacts des mesures d'accompagnement à la parentalité peuvent être identifiés :

- l'impact social et sociétal ;
- la productivité des collaborateurs/rices (réduction de l'absentéisme, et réduction du stress et de la fatigue) ;
- la performance RH des organisations (renforcement de l'attractivité, fidélisation et rétention des collaborateurs/rices) ;
- l'engagement et l'implication des collaborateurs/rices (renforcement du sentiment d'appartenance).

3 mesures clés ont un impact significatif sur les quatre volets mentionnés ci-dessus, d'après les organisations interrogées :



Crèche d'entreprise

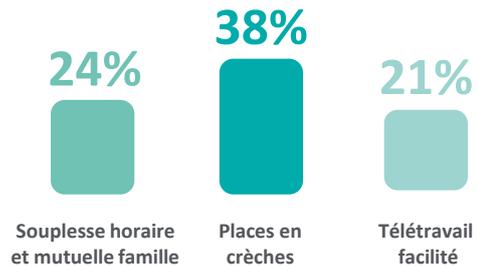


Souplesse dans les horaires et l'organisation du travail pour les futurs et les nouveaux parents

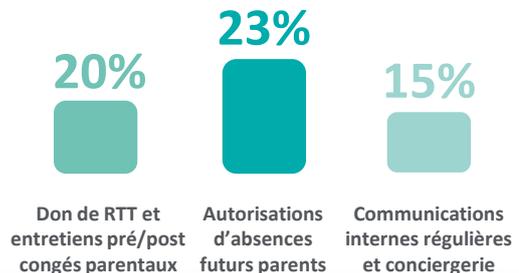


Télétravail facilité pour les futurs et les nouveaux parents

Top 3 des mesures qui ont le plus d'impacts auprès des collaborateurs/rices d'après les organisations



Bottom 3 des mesures qui ont le moins d'impacts auprès des collaborateurs/rices d'après les organisations



“

Avec le confinement, l'école à la maison ou l'essor du télétravail, les enjeux de parentalité sont revenus sur le devant de la scène dans toute leur acuité.

”

Monsieur Jérôme Ballarin, Président de l'Observatoire de la Qualité de Vie au Travail et Secrétaire Général de la Charte de la Parentalité en Entreprise

Points de vue

Une mesure du ROI envisagée de manière globale au sein de la politique sociale de l'entreprise

En amont, le recueil du besoin initial est essentiel afin de répondre à la diversité des besoins

Nous avons créé un groupe d'utilisateurs pour échanger sur les mesures mises en place et une communauté d'accompagnateurs via les RH de proximité, afin de recueillir les besoins et retours d'expérience du terrain.

MAIF

Nous disposons d'un baromètre social qui est actuellement en cours d'évolution afin d'intégrer des questions relatives à l'action sociale et aux attentes des agents.

Ministère de la Justice

Le suivi du ROI est ensuite principalement axé sur le taux d'utilisation et le taux de satisfaction

Nous avons mis à disposition de notre personnel un questionnaire personnalisé nous permettant de mesurer leur satisfaction et d'avoir leur ressenti afin de mettre en place des actions et mesures qui répondent à leurs attentes.

Davidson

Nous pilotons le suivi des mesures principalement via le taux d'utilisation (par exemple : nombre de berceaux occupés, taux de prise des congés parentaux) et le taux de satisfaction (par exemple : enquête d'engagement).

Eramet

Afin d'avoir une vision sur notre retour sur investissement, nous mesurons, tous les ans, une série d'indicateurs dont le niveau d'utilisation avec analyses explicatives à la hausse ou à la baisse. Notre Direction étant convaincue du « gagnant-gagnant » de cette politique, au-delà de la réponse apportée aux attentes des équipes, nous sommes challengés sur le budget alloué.

Safran Helicopter Engines

L'analyse du ROI est menée au niveau de la politique RH globale, incluant l'aspect parentalité

Nous mesurons le retour sur investissement au niveau de la politique globale de l'entreprise. Nous avons ainsi mis à disposition un outil pour les managers afin d'analyser les différents indicateurs comme le coût du recrutement, le turnover et la rétention. Nous analysons l'impact de notre politique globale mensuellement et trimestriellement. Il ne nous semble pas adapté de mesurer l'impact mesure par mesure.

Ecovadis

Nous mesurons d'une manière globale le niveau de satisfaction des mesures déployées via notre sondage interne sous un angle qualité de vie au travail.

BNP Paribas Cardif

Des indicateurs complémentaires peuvent être mis en place, sans lien direct de cause à effet avec les mesures parentalité

En termes de retour sur investissement, même si c'est difficilement quantifiable, nous considérons que ces mesures, parmi d'autres, jouent un rôle dans notre capacité à attirer les talents et à les fidéliser (turnover autour de 9%, ce qui est faible dans notre secteur).

Davidson

Il est difficile de faire un lien direct entre un élément de notre politique sociale et la rétention des équipes. La rétention est multifactorielle et la politique sociale notamment en matière de parentalité y contribue.

L'Oréal

Par ailleurs, nous avons la conviction que les places en crèche contribuent à la fidélisation des équipes et à la réduction de l'absentéisme. Nous pouvons notamment observer la baisse de notre turn-over de 8,95% en 2019 à 7,59% en 2020. Il est difficile de mesurer précisément l'impact des places en crèches au sein de notre politique sociale sur le turn-over, mais nous savons que la mise à disposition d'une place en crèche permet aux parents bénéficiaires de revenir au plus tôt et sereins.

Centre hospitalier de Bigorre

L'essentiel à retenir

Le recueil des besoins et attentes des collaborateurs/rices est une **étape essentielle** dans la mise en place d'une politique parentalité.

Le suivi du ROI dans le temps est principalement **axé sur le taux d'utilisation et le taux de satisfaction** des mesures proposées. Les analyses sont le plus souvent menées au niveau de la politique RH globale.

Le **taux de turnover** et la **capacité à attirer des talents** sont des **indicateurs complémentaires** de ROI de la politique globale RH, **sans lien direct de cause à effet** avec les mesures parentalité.

Pour aller plus loin...

Pour aller plus loin...

De plus en plus engagées, les organisations innovent afin de se différencier sur le marché

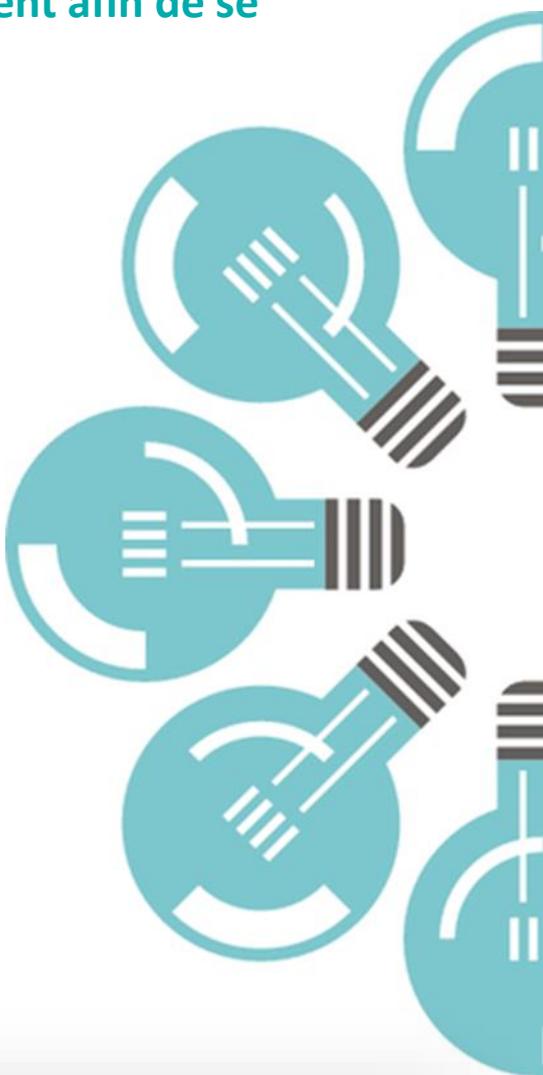
Au-delà des mesures « classiques » d'accompagnement à la parentalité, les organisations engagent de plus en plus d'actions dites innovantes.

Les mesures liées à l'organisation du travail :

- heures ou journées de rentrée scolaire ;
- mercredis Famille (demi-journée du mercredi non travaillée – rémunérée ou non) ;
- formules de temps partiel adaptées à la vie des familles ;
- flexibilité sur la pose des congés payés et politique de congés illimités permettant l'organisation des rendez-vous scolaires (rentrée, vacances, etc.) ;
- demi-journée off pour la fête des mères ;
- travail à distance occasionnel pour les conjoints dont la femme à une grossesse à risques ;
- transformation de son 13ème mois et/ou bonus en temps pour permettre un passage à temps partiel.

Les services proposés, dont soutien financier :

- prime de rentrée scolaire/prime de scolarité ;
- sursalaire familial par enfant et par mois ;
- absence/congé enfant malade rémunéré à 100% ;
- rémunération à 100% des deux *care givers* pour une durée de 8 semaines ;
- maintien à taux plein des cotisations retraites en cas de congé parental à temps partiel ;
- jours enfant malade ouverts à toutes les personnes ayant des besoins d'assistance ;
- participation du CSE aux activités sportives et culturelles des enfants ;
- possibilité de faire des échanges linguistiques pour les enfants des salariés/ées ;
- ateliers ludiques et éducatifs à distance pour les enfants, animés par un partenaire ;
- facilité de transport pour enfant jusqu'aux 26 ans ;
- association de parents en charge d'enfant en situation de handicap ;
- réseau d'entraide de parents (groupes d'échanges Teams, système de parrainage...).



39% des organisations interrogées estiment qu'elles proposent des mesures innovantes en matière d'accompagnement à la parentalité.

Points de vue

La crise sanitaire et économique, véritable accélérateur dans la prise de conscience du besoin d'équilibre de vie

Des attentes fortes de personnalisation et de flexibilité des mesures proposées...

Nous souhaitons développer la personnalisation et la flexibilité de nos offres, afin de répondre aux besoins spécifiques de chaque collaborateur/rice.

Openclassrooms

Avec la crise sanitaire, le digital est devenu incontournable et suppose que nous adaptions notre offre aux nouvelles attentes des salariés/ées en intégrant idéalement quelques innovations pour davantage de flexibilité.

Crédit Agricole SA

... avec une approche plus inclusive de la parentalité

Au regard de notre population principalement féminine, nous devons continuer de nous adapter à l'évolution de leurs besoins en termes de parentalité, tout en ayant une approche inclusive auprès des pères et plus globalement des seconds parents. Par ailleurs, les équipes sont de plus en plus demandeuses d'offres à la fois globales mais souples et adaptables au contexte de chacun.

MAIF

Nous faisons face à de nouveaux enjeux, liés au vieillissement de la population dont les besoins d'accompagnement pour leurs enfants ont évolué (par exemple : aide aux devoirs) et/ou sont devenus aidants familiaux. Nous devons ainsi nous interroger sur l'évolution de nos mesures d'accompagnement afin de répondre à ces nouveaux besoins.

Davidson

Nos différentes mesures parentalité ont des publics divers.

Société Générale

Notre enjeu est de répondre aussi aux nouveaux besoins des parents, au-delà de la petite enfance, et à la diversité de la parentalité de manière inclusive, en accompagnant les pères et les deuxièmes parents, alors que la législation évolue lentement.

L'Oréal

Dans le cadre de notre démarche bien-être en cours de négociation avec les partenaires sociaux, notre enjeu est de réfléchir à une offre permettant d'accompagner la parentalité tout au long de la vie, au-delà de la petite enfance et jusqu'aux aidants familiaux.

Monoprix

Globalement, l'équilibre de vie est devenu un besoin essentiel

Tous les projets que nous avons mis en place répondent à un seul objectif : permettre à nos salariés/ées de mieux concilier vie professionnelle et vie familiale/personnelle.

Renault Trucks

Au-delà de nos convictions et nos engagements en matière de parentalité, nous constatons de fortes attentes en interne et externe concernant l'équilibre de vie.

Eramet

Le groupe ONET a de fortes convictions et est très engagé en matière d'équilibre de vie professionnelle et personnelle de ses collaborateurs/rices.

ONET

Veiller au bien-être et à la santé de nos collaborateurs/rices ainsi qu'à l'équilibre entre la vie professionnelle et personnelle, y compris la parentalité, est ancré dans notre culture d'entreprise.

L'Oréal

Le groupe Danone est investi depuis de nombreuses années en matière de parentalité, via l'activité nutrition infantile et en interne via l'accompagnement de l'équilibre de vie professionnelle et personnelle de ses équipes.

Danone

L'essentiel à retenir

Les collaborateurs/rices sont de plus en plus en **demande de mesures personnalisées et flexibles**, afin de répondre à leur situation individuelle.

L'**accompagnement à la parentalité** se veut plus **inclusif**, intégrant le second parent et les aidants, à travers **des mesures à 360°**.

Le **besoin d'équilibre de vie** a été exacerbé avec la crise sanitaire. Ainsi, le télétravail et la souplesse horaire sont plus que jamais des mesures très plébiscitées par les collaborateurs/rices et constituent de véritables atouts pour les organisations qui les mettent en place.

Le regard d'un panel d'entreprises

Remerciements

Nous remercions l'ensemble des entreprises qui ont participé à cette étude, notamment celles qui ont accepté de publier leur témoignage :

BNP Paribas Cardif

Florence JORDAN – Responsable diversité & inclusion

Centre hospitalier de Bigorre (Tarbes)

Marjorie TURE – Assistante sociale du personnel

Crédit Agricole SA

Geneviève GLOMOT – Responsable activités sociales et sociétales

Danone

Valérie FERRAND – Manager rémunération et politiques sociales

Davidson

Yann KERGUIDUFF – Directeur associé

Ecovadis

Laurianne LE CHALONY – Chief people officer

Eramet

Mireille RANDETSKA – Directrice relations sociales et diversité

Jean-Manuel VIEL – Responsable rémunération et avantages sociaux

L'Oréal

Belen ESSIUX-TRUJILLO – DRH produits professionnels

Lyreco

Maude OZIER LAFONTAINE – Responsable RH

MAIF

Marie-Cécile L'HOMMEDE – Responsable QVT et diversité

Ministère de la Justice

Karine LE BOULAIRE – Cheffe du bureau de l'action sociale au sein du secrétariat général

Monoprix

Jean-Marc NOTTIN – Chef du département politiques et affaires sociales

NGE

Bruno PAVIE – DRH

Alice MONNIGADON – Chargée de projets RH

ONET

Laurence LELOUVIER – DRH et RSE groupe

Openclassrooms

Fernanda ALONSO GAUTRAIS – DRH

Agathe VOULFOW – Facilities director

Renault Trucks

Jean-Pierre CLERC – Directeur de l'établissement de Lyon

Safran Helicopter Engines

Myriam LOUATTANI – Juriste en droit social et correspondante diversité

Société Générale

Laurence MARIE – Project chief of social innovation

Société du secteur Information, Technologie et Services



BNP Paribas Cardif

Florence JORDAN, *Responsable diversité & inclusion*



“ *L’empathie fait partie de l’ADN du groupe, l’accompagnement à la parentalité est une évidence.* ”

Quelles sont vos convictions sur le rôle de l’entreprise par rapport à l’accompagnement à la parentalité des collaborateurs/rices ?

Cette conviction existe depuis longtemps, elle fait partie de notre ADN. Cela fait 15 ans que l’entreprise BNP Paribas Cardif est engagée en matière de parentalité, notamment dans le cadre de l’égalité femmes-hommes, de la petite enfance jusqu’au rôle d’aidant.

Notre objectif est de s’adapter au contexte de nos salariés/ées tout en étant innovants. Nous utilisons de plus en plus les vidéos, conférences et formations afin de sensibiliser un maximum de collaborateurs/rices y compris dans le contexte Covid-19 que nous avons traversé.

Quelles sont les mesures qui ont le plus de succès ou que vous aimeriez mettre en place ? Et avez-vous une vision du retour sur investissement par rapport à ces mesures ?

Globalement toutes les mesures mises en place rencontrent beaucoup de succès et sont soutenues par un plan de communication au sein de l’entreprise.

Nous mesurons d’une manière globale le niveau de satisfaction des mesures déployées *via* notre sondage interne sous un angle qualité de vie au travail. Ces enquêtes nous permettent de cibler les mesures à mettre en place, *via* le retour des salariés/ées sur leur satisfaction et/ou préconisations.

Nous avons également des mesures de satisfaction pour chacune des mesures parentalité, grâce à leur questionnaire de satisfaction (partenaire Babilou, concernant les places en crèche, Responsage et Tilia pour les aidants, nouveau souffle pour les coachings dédiés aux aidants).

Quels sont les éventuels freins rencontrés et vos enjeux en matière de parentalité au sein de votre organisation ?

Concernant l’offre existante, nous aimerions élargir notre offre garde d’enfants, *via* plus de berceaux et des modes de garde alternatif mais aussi en mettant en place des accompagnements tout au long du parcours de parent (les aides aux devoirs, le conseil éducatif, le suivi et l’accompagnement des adolescents ou encore la gestion des divorces). Le principal frein à cet élargissement de l’offre est le budget malgré l’important budget déjà alloué au sujet. La nouvelle plateforme Babilou va y répondre en beaucoup de points.

En termes d’enjeux, nous devons nous appuyer sur une équipe de management engagée et exemplaire afin de soutenir ces mesures au quotidien. Nous mettons ainsi en place des sessions de formation et sensibilisation pour toute la ligne managériale.

Par ailleurs, nous devons aussi nous préparer à répondre aux nouveaux besoins des salariés/ées : les aidants ou encore les violences conjugales que nous pourrions accompagner en collaboration avec des associations externes.

L’essentiel à retenir

La parentalité est intégrée à la politique D&I *via* l’égalité femmes-hommes et a pour ambition d’accompagner les parents tout au long de leur parcours (de la petite enfance aux aidants).

Les principaux facteurs de succès sont le plan de communication, le budget alloué et l’engagement exemplaire du management.

Nous mesurons le retour sur investissement *via* la satisfaction de nos salariés/ées à travers notre enquête interne et les questionnaires de nos partenaires, comme Babilou, Responsage/Tilia, et Nouveau Souffle.

Centre hospitalier de Bigorre (Tarbes)

Marjorie TURE, Assistante sociale du personnel

“ *Les services parentalité contribuent à la réduction du turn-over et de l'absentéisme.* ”

Quelles sont vos convictions sur le rôle de l'entreprise par rapport à l'accompagnement à la parentalité des collaborateurs/rices ?

Les mesures d'accompagnement de la parentalité s'inscrivent dans notre politique sociale, notamment relayée par le rôle de l'assistant social qui couvre les problématiques liées à la famille, l'enfance et le handicap.

Nous sommes conscients que le sujet de la garde d'enfants peut créer de l'absentéisme, nous en avons donc fait une de nos priorités et déployons les moyens nécessaires pour trouver les solutions les plus adaptées. Ainsi, le service de crèche existe depuis plusieurs années.

La communication est notre plus grand facteur de succès, tous nos collaborateurs/rices ont accès aux informations relatives aux mesures mises en place dès le recrutement. Notre moyenne d'âge est de 45 ans, mais nous recrutons de plus jeunes collaborateurs/rices pour lesquels nous devons proposer des mesures adaptées à leur génération.

Quelles sont les mesures qui ont le plus de succès ou que vous aimeriez mettre en place ? Et avez-vous une vision du retour sur investissement par rapport à ces mesures ?

L'offre de services crèche apporte de la satisfaction et contribue à l'attractivité et la fidélisation de nos talents. Dans notre secteur concurrentiel, cela nous permet de nous différencier. Nous avons aujourd'hui 60 places réservées en crèche qui nous permettent d'apporter une réponse aux besoins de nos agents,

En termes de retour sur investissement, nous mesurons surtout le taux de satisfaction des places en crèche, *via* les résultats des enquêtes de satisfaction de notre partenaire Babilou.

Par ailleurs, nous avons la conviction que les places en crèche contribuent à la fidélisation des équipes et à la réduction de l'absentéisme. Nous pouvons notamment observer la baisse de notre turn-over de 8,95% en 2019 à 7,59% en 2020. Il est difficile de mesurer précisément l'impact des places en crèches au sein de notre politique sociale sur le turn-over, mais nous savons que la mise à disposition d'une place en crèche permet aux parents bénéficiaires de revenir au plus tôt et sereins.

Quels sont les éventuels freins rencontrés et vos enjeux en matière de parentalité au sein de votre organisation ?

En raison de notre activité, la principale difficulté est de proposer des solutions de garde d'enfants adaptées à nos horaires de travail décalés et aux situations de monoparentalité.

Face à la concurrence du secteur privé mais aussi libéral, nous avons de forts enjeux d'attractivité et de réduction du turn-over. Nous devons nous différencier en offrant des services adaptés. Ainsi, il serait intéressant d'interroger nos équipes sur leurs besoins afin de cibler et élargir nos offres (par exemple : conférences).

L'essentiel à retenir

La parentalité peut être une cause d'absentéisme, nous en avons fait notre priorité pour trouver des solutions adaptées.

Nous avons des enjeux forts d'attractivité et de fidélisation, les places en crèches sont un atout concurrentiel.

Nous ne savons pas mesurer précisément l'impact des places en crèche sur le turn-over, mais nous notons que le turn-over a baissé de 1,36% entre 2019 et 2020.

Crédit Agricole SA

Geneviève GLOMOT, Responsable activités sociales et sociétales



“ *La parentalité : des solutions d'accompagnement des collaborateurs/rices pour mieux concilier vie professionnelle et personnelle.* ”

Quelles sont vos convictions sur le rôle de l'entreprise par rapport à l'accompagnement à la parentalité des collaborateurs/rices ?

Nous sommes très attentifs aux mesures qui peuvent contribuer, au quotidien, à améliorer la QVT des salariés/ées parents. L'offre Parentalité, pilotée au niveau des RH du groupe, en est une composante importante. Elle comprend un panel de solutions et dispositifs proposés aux collaborateurs/rices des entreprises adhérentes.

La parentalité est aussi un enjeu de marque employeur et d'attractivité. Nous sommes attentifs aux initiatives et bonnes pratiques des autres entreprises dans notre secteur d'activité pour étudier ce qui pourrait être proposé pour faire évoluer notre offre actuelle.

Quelles sont les mesures qui ont le plus de succès ou que vous aimeriez mettre en place ? Et avez-vous une vision du retour sur investissement par rapport à ces mesures ?

Nous proposons une grande diversité de mesures : places en crèche, centre de loisirs, soutien scolaire, conférences et webinars, cellules d'écoute avec des psychologues, accompagnement et conseils dispensés aux salariés/ées par des assistantes sociales dans leurs démarches pour la maternité, paternité (droits, démarches, indemnités, aides financières, etc.), pour plus de sérénité dans leur quotidien de parent.

Toutes les mesures dédiées à aider les familles sont très appréciées et très utilisées par les salariés/ées.

Avec la crise sanitaire, le digital est devenu incontournable et suppose que nous adaptions notre offre aux nouvelles attentes des salariés/ées en intégrant idéalement quelques innovations pour davantage de flexibilité.

Nous n'avons pas développé d'indicateurs de suivi spécifique à la parentalité mais l'appréciation des salariés/ées est notamment mesurable à travers l'enquête annuelle d'engagement et les retours des enquêtes de satisfaction de nos prestataires adressées directement aux utilisateurs.

Quels sont les éventuels freins rencontrés et vos enjeux en matière de parentalité au sein de votre organisation ?

Les mesures négociées au niveau du groupe sont proposées aux entreprises qui décident ou non d'adhérer aux services. La parentalité a un coût qui peut être conséquent pour certaines mesures. La digitalisation de certaines offres fait émerger les sujets d'accessibilité numérique et de sécurité informatique.

Au-delà de ces difficultés, l'enjeu principal est la pertinence de l'offre et le sponsoring de la politique parentalité au plus haut niveau de l'entreprise. Les équipes RH et managériales sont aussi des acteurs incontournables pour déployer et soutenir les mesures parentalité au quotidien.

L'essentiel à retenir

Les mesures de parentalité en entreprise sont un enjeu de marque employeur et d'attractivité.

Le digital est de plus en plus présent d'où notre désir de nous adapter aux changements en offrant plus de flexibilité et de souplesse à nos collaborateurs/rices.

Danone

Valérie FERRAND, *Manager rémunération et politiques sociales*



“ *La nutrition infantile est au cœur de notre métier, la parentalité est donc une évidence.* ”

Quelles sont vos convictions sur le rôle de l'entreprise par rapport à l'accompagnement à la parentalité des collaborateurs/rices ?

Le groupe Danone est investi depuis de nombreuses années en matière de parentalité, *via* l'activité nutrition infantile et en interne *via* l'accompagnement de l'équilibre de vie professionnelle et personnelle de ses équipes. La Direction de Danone est très engagée sur ces sujets et est guidée par la forte conviction du lien entre la performance sociale et la performance économique.

La mission de Danone est d'apporter la santé par l'alimentation au plus grand nombre. Nous travaillons actuellement sur un accord Diversité et Inclusion, qui inclut notamment la parentalité, mais aussi l'égalité professionnelle, le handicap, les jeunes ou encore les aidants familiaux. Dans le domaine de la parentalité, il est notamment prévu que l'ensemble des entités de Danone en France appliqueront la Politique Parentalité Danone, déployée également pour toutes ses entités à l'international.

Notre objectif est de se différencier en proposant des mesures qui répondent aux besoins de nos salariés/ées, au-delà de la rémunération directe.

Quelles sont les mesures qui ont le plus de succès ou que vous aimeriez mettre en place ? Et avez-vous une vision du retour sur investissement par rapport à ces mesures ?

Afin de mettre en place des mesures qui répondent aux attentes de nos collaborateurs/rices, nous sommes beaucoup à l'écoute du corps social et des représentants du personnel qui nous remontent les retours sur les mesures actuelles et les nouveaux besoins.

Afin de proposer une offre plus large et plus collective aux jeunes parents, nous souhaitons nous orienter vers la mise à disposition d'une plateforme de services incluant les modes de garde mais aussi les services à la personne.

Par ailleurs, nous proposons aussi la possibilité de passer à temps partiel en limitant le coût financier mensuel pour les collaborateurs/rices, en transformant son 13ème mois ou son bonus en temps.

En termes de retour sur investissement, nous analysons les coûts versus le taux d'utilisation, afin de mesurer l'impact des mesures. Nos partenaires nous mettent aussi à disposition des enquêtes de satisfaction.

Quels sont les éventuels freins rencontrés et vos enjeux en matière de parentalité au sein de votre organisation ?

La parentalité est un des axes de notre politique sociale mais nos enjeux sont de répondre collectivement à des besoins divers et multigénérationnels. Nous devons ainsi proposer des services qui permettent d'accompagner les équipes dans leur équilibre vie professionnelle et vie personnelle à différents moments de vie, notamment la parentalité, le handicap ou encore les aidants familiaux.

En outre, l'enjeu de la communication auprès des collaborateurs/rices sur nos actions et les mesures proposées est clé. Notre challenge est d'adresser des communications régulières adaptées pour l'ensemble de nos collaborateurs/rices. et pour l'ensemble de nos sites. Par exemple, sur les sites industriels et logistiques, nous diffusons principalement nos communications *via* des écrans dans les espaces communs, permettant une diffusion et une information pour les équipes ne disposant pas d'ordinateur et/ou d'adresse e-mail professionnelle.

L'essentiel à retenir

Notre engagement en matière de parentalité et d'équilibre de vie est guidé par la conviction du cercle vertueux entre la performance sociale et la performance économique, notamment par la place du double projet économique et social au cœur de son projet d'entreprise.

Notre enjeu est de répondre avec une approche collective et multigénérationnelle aux nouvelles attentes de nos équipes.

La communication est un enjeu fort afin de faire connaître nos mesures et doit être adaptée aux typologies de sites.

Davidson

Yann KERGUIDUFF, *Directeur associé*



“ *Chouchouter nos salariés/ées est dans notre ADN.* ”

Quelles sont vos convictions sur le rôle de l'entreprise par rapport à l'accompagnement à la parentalité des collaborateurs/rices ?

L'aspect humain est au centre de nos préoccupations. Nous souhaitons offrir à nos collaborateurs/rices les meilleures conditions de travail possibles dans un environnement accueillant dans lequel chacun peut s'épanouir.

Ainsi, nous nous engageons à déployer tous les moyens pour accompagner nos collaborateurs/rices sur différentes problématiques dans l'optique de les motiver, les fidéliser et leur faciliter le quotidien.

Nous sommes certifiés B corp et notre rôle en tant qu'entreprise à mission est d'être meilleurs pour la société. Nous avons aussi été classés premiers à quatre reprises au palmarès « Great place to work ». De ce fait, nous prenons le sujet de la parentalité à cœur pour améliorer le bien-être de nos équipes en anticipant et en répondant à leurs besoins pour mener plus facilement et efficacement leurs missions respectives et satisfaire au mieux nos clients.

Quelles sont les mesures qui ont le plus de succès ou que vous aimeriez mettre en place ? Et avez-vous une vision du retour sur investissement par rapport à ces mesures ?

Chez Davidson, nous avons toujours voulu donner plus de sens pour nos collaborateurs/rices en développant notamment beaucoup l'implication en dehors du métier principal : événements festifs, implication dans des associations, missions humanitaires, associations sportives, etc., ce qui représente un de nos facteurs de succès et de sentiments d'appartenance à l'entreprise. Aujourd'hui, les places en crèche que nous proposons rencontrent un grand succès auprès de nos collaborateurs/rices en plus des événements parents/enfants comme le « Family Day » ou encore Noël pour les enfants. Ainsi, à chaque renouvellement de contrat avec Babilou, nous faisons évoluer le nombre de places en crèches en fonction de l'évolution de nos effectifs. Nous proposons aussi des réductions sur les colonies pendant les vacances scolaires.

En termes de retour sur investissement, même si c'est difficilement quantifiable, nous considérons que ces mesures, parmi d'autres, jouent un rôle dans notre capacité à attirer les talents et à les fidéliser (turnover autour de 9%, ce qui est faible dans notre secteur). De plus, nous avons mis à disposition de notre personnel un questionnaire personnalisé nous permettant de mesurer leur satisfaction et d'avoir leur ressenti afin de mettre en place des actions et mesures qui répondent à leurs attentes.

Quels sont les éventuels freins rencontrés et vos enjeux en matière de parentalité au sein de votre organisation ?

Il est évident que mettre en place ce type d'actions ne se fait pas sans difficultés. Les mesures que nous avons prises pour la garde d'enfants, *via* les places en crèche sont souvent accompagnées d'une frustration en raison du nombre de places limitées. De plus, la gestion des campagnes d'attribution des places en crèche représente un poids administratif assez important au-delà de la phase délicate des choix d'attribution.

En outre, nous faisons face à de nouveaux enjeux, liés au vieillissement de la population dont les besoins d'accompagnement pour leurs enfants ont évolué (par exemple : aide aux devoirs) et/ou sont devenus aidants familiaux. Nous devons ainsi nous interroger sur l'évolution de nos mesures d'accompagnement afin de répondre à ces nouveaux besoins.

L'essentiel à retenir

La parentalité est une réelle préoccupation pour contribuer à l'amélioration de la qualité de vie au travail ainsi qu'à la performance collective.

L'attractivité et la rétention des talents sont primordiales : nous devons nous différencier en créant un environnement favorable et en accompagnant les collaborateurs/rices dans leur parcours de vie.

Nous devons nous adapter aux différentes générations présentes dans l'entreprise afin de répondre à des besoins évolutifs et divers (par exemple : adolescents, aidants familiaux, ...).



“ *Les enfants sont les talents de demain, nous devons contribuer à leur développement et accompagner leurs parents.* ”

Quelles sont vos convictions sur le rôle de l'entreprise par rapport à l'accompagnement à la parentalité des collaborateurs/rices ?

En tant qu'agence de notation en développement durable, l'accompagnement à la parentalité s'inscrit dans notre politique sociale et est au cœur de notre métier et notre vision d'entreprise. Notre priorité est d'assurer le bien-être de nos collaborateurs/rices et de se positionner comme une entreprise à impacts social et sociétal.

Nous estimons que les enfants de tous âges sont les talents de demain, nous devons contribuer à leur développement et à la qualité de vie des parents. Au niveau du groupe, nous avons la volonté d'assurer une équité entre les pays sur les mesures sociales telles que la santé et la parentalité. Il s'agit d'un accompagnement à la carrière qui doit être commun à tous les sites. Nous nous attachons ainsi à aligner nos services proposés partout dans le monde.

Au-delà de l'engagement de la Direction, nous avons créé une commission « impacts et valeurs » avec cinq sous-commissions traitant différents sujets diversité & inclusion dans laquelle les collaborateurs/rices représentatifs de chaque région et business unit se réunissent chaque semaine pour partager les feedbacks et les besoins des équipes.

Quelles sont les mesures qui ont le plus de succès ou que vous aimeriez mettre en place ? Et avez-vous une vision du retour sur investissement par rapport à ces mesures ?

Nous mettons en place des mesures qui ont vocation à être communes à l'ensemble des pays dans une logique d'équité et de gestion des parcours de carrière. Ainsi, nous nous appuyons en amont sur les opérationnels en testant les mesures *via* des sites pilotes avant de décider d'un déploiement plus large, qui sera ensuite porté par le management.

Une des mesures qui a rencontré beaucoup de succès est la vidéo de témoignages LGBT+ qui avait pour objectif de sensibiliser nos équipes au sujet et qui a beaucoup touché nos salariés/ées.

Nous mesurons le retour sur investissement au niveau de la politique globale de l'entreprise. Nous avons ainsi mis à disposition un outil pour les managers afin d'analyser les différents indicateurs comme le coût du recrutement, le turn-over et la rétention. Nous analysons l'impact de notre politique globale mensuellement et trimestriellement. Il ne nous semble pas adapté de mesurer l'impact mesure par mesure.

Par ailleurs, nous partageons aussi régulièrement avec nos collaborateurs/rices, *via* une réunion tous les mois de 1 h 30, pendant laquelle nous présentons l'avancée de nos projets et rappelons les dispositifs mis en place.

Quels sont les éventuels freins rencontrés et vos enjeux en matière de parentalité au sein de votre organisation ?

Au-delà des fortes convictions sur lesquelles nous pouvons nous appuyer, les mesures que nous mettons en place sont toutes testées en mode pilote afin d'analyser l'impact sur l'attractivité et la satisfaction de nos collaborateurs/rices avant de les déployer plus globalement.

Ce déploiement en pilote permet de disposer d'arguments pour convaincre et de justifier le budget qui peut représenter un frein lors de la mise en place des mesures puis de s'assurer de disposer de sponsors pour le déploiement.

L'essentiel à retenir

La parentalité s'inscrit dans notre politique diversité et inclusion en lien avec notre métier et notre engagement social et sociétal.

La mise en place des mesures passe par une phase pilote qui permet de valider l'impact sur l'attractivité et la satisfaction des collaborateurs/rices avant de les déployer de manière équitable dans l'ensemble des sites.

La mesure du retour sur investissement est réalisée pour l'ensemble de la politique d'entreprise avec des indicateurs mis à disposition des managers.

Eramet

Mireille RANDRETSKA, *Directrice relations sociales et diversité*

Jean-Manuel VIEL, *Resp. rémunération et avantages sociaux*



“ **En tant qu’entreprise humaine, la parentalité est dans notre ADN.** ”

Quelles sont vos convictions sur le rôle de l’entreprise par rapport à l’accompagnement à la parentalité des collaborateurs/rices ?

Au sein d’Eramet, nous avons la conviction que l’accompagnement de la parentalité est un enjeu social et sociétal qui prend de plus en plus d’ampleur. Cette forte conviction est alignée avec nos engagements sur l’équilibre de vie au travail et l’égalité femmes-hommes. C’est tout naturel chez Eramet car l’humain est clairement dans notre ADN, rappelé dans la Vision stratégique du Groupe : devenir la *home for best talents*.

Au-delà de nos convictions et nos engagements en matière de parentalité, nous constatons de fortes attentes en interne et externe concernant l’équilibre de vie. Ainsi, la parentalité est devenue un sujet incontournable qui doit dorénavant s’intégrer à notre marque employeur. Ces mesures contribuent à attirer et fidéliser les talents. Nous sommes par ailleurs convaincus que la parentalité est un enjeu fort pour développer la mixité des métiers, permettre aux femmes d’accéder à des postes à responsabilité et aller vers un management plus inclusif.

Au niveau international, notre objectif est de proposer une approche globale avec un socle commun sur les différents piliers de la politique *rewards* : le bien-être au travail, l’égalité femmes-hommes et la conciliation de vie personnelle et vie professionnelle. Ce socle sera ensuite adapté afin de prendre en compte la diversité de cultures dans nos pays d’opération (Gabon, Sénégal, Nouvelle-Calédonie, Argentine...).

La mise en place de cette politique parentalité ambitieuse repose sur deux conditions : l’engagement de l’ensemble de la ligne managériale et un plan de communication clair.

Quelles sont les mesures qui ont le plus de succès ou que vous aimeriez mettre en place ? Et avez-vous une vision du retour sur investissement par rapport à ces mesures ?

Nous observons que l’accompagnement à la parentalité est une demande croissante des collaborateurs/rices. Notre objectif est de proposer des mesures qui répondent à ces besoins de plus en plus importants.

Au niveau du Groupe, nous avons procédé à un recensement de l’ensemble des mesures mises en place dans nos différents pays d’opérations, afin d’identifier des bonnes pratiques répétables. De ce recensement ressortent des pratiques très diversifiées : aide à la garde d’enfants avec des places en crèche sur certains sites, aménagements d’horaires, salles d’allaitement, services médicaux, accompagnement social, congés enfants malades, prise en charge partielle de la rémunération des congés parentaux.

Certains de nos sites ont aussi mis en place des dispositifs de temps partiel avantageux pour les jeunes parents (par exemple : travail à 80% payé 85%). Ou le maintien du salaire à 100% pendant le congé paternité.

Nous pilotons le suivi des mesures principalement *via* le taux d’utilisation (par exemple : nombre de berceaux occupés, taux de prise des congés parentaux) et le taux de satisfaction (par exemple : enquête d’engagement).

Quels sont les éventuels freins rencontrés et vos enjeux en matière de parentalité au sein de votre organisation ?

Nous faisons face à deux principaux freins : les contraintes budgétaires et les enjeux d’organisation quotidienne au sein des équipes. Nous ne voulons pas que ces contraintes empêchent les managers de déployer ces dispositifs. La clé pour accompagner cette mise en œuvre sur le terrain est donc la communication et la pédagogie auprès des managers.

Nous veillons sans cesse à préserver l’équilibre entre des mesures sites adaptées à des besoins locaux, et une nécessaire harmonisation au niveau Groupe. Cette dernière est importante : l’alignement de nos pratiques et le partage des meilleures pratiques permettront, par exemple, de favoriser la mobilité interne. Par ailleurs, nous devons aussi nous préparer à répondre aux nouveaux besoins des salariés/ées : les aidants ou encore les violences conjugales que nous pourrions accompagner en collaboration avec des associations externes.

L’essentiel à retenir

L’accompagnement à la parentalité s’inscrit plus globalement dans une politique d’équilibre et de qualité de vie au travail qui bénéficie à l’ensemble des générations du groupe.

La mise en place des mesures d’accompagnement à la parentalité nécessite un alignement et une implication de toute la ligne managériale ainsi qu’une communication claire sur les enjeux et les objectifs.

Au niveau international, l’enjeu est d’offrir un socle commun sur les différents piliers *rewards* avec une adaptation possible selon les pratiques locales.



“ *L'accompagnement à la parentalité est très ancré et naturel dans le groupe.* ”

Quelles sont vos convictions sur le rôle de l'entreprise par rapport à l'accompagnement à la parentalité des collaborateurs/rices ?

Au sein du groupe L'Oréal, l'humain est au centre de nos préoccupations tant vis-à-vis de nos clients que de nos équipes. Veiller au bien-être et à la santé de nos collaborateurs/rices ainsi qu'à l'équilibre entre la vie professionnelle et personnelle, y compris la parentalité, est ancré dans notre culture d'entreprise.

Nous avons une quasi-parité sur les postes de dirigeants et de management, notre challenge reste d'attirer les hommes sur certains métiers. Notre engagement dans la parentalité inclusive est un levier pour continuer d'améliorer la mixité de nos équipes.

Quelles sont les mesures qui ont le plus de succès ou que vous aimeriez mettre en place ? Et avez-vous une vision du retour sur investissement par rapport à ces mesures ?

Depuis 2012 avec le Programme Share & Care, nous avons mis en place un socle social commun de protection sociale qui va bien au-delà des obligations légales locales, notamment en matière de parentalité (par exemple : congés maternité d'au moins 14 semaines payées, congés paternité/deuxième parent d'au moins six semaines payées, ...). Nos fortes convictions et l'ouverture d'esprit de notre corps social ont facilité leur déploiement dans tous nos pays.

Nos prises de décision en matière de parentalité ne sont pas conditionnées par un retour sur investissement. Les mesures mises en place sont en lien avec nos croyances et notre projet d'entreprise. Notre volonté est d'attirer des talents et d'en prendre soin en favorisant leur épanouissement et leur diversité. Nous souhaitons attirer des salariés/ées qui ressemblent à nos clients.

Par ailleurs, il est difficile de faire un lien direct entre un élément de notre politique sociale et la rétention des équipes. La rétention est multifactorielle et la politique sociale notamment en matière de parentalité y contribue.

Quels sont les éventuels freins rencontrés et vos enjeux en matière de parentalité au sein de votre organisation ?

La mise en place de certaines mesures, telles que les campagnes de sensibilisation, les conférences les formations et même les congés familiaux relèvent uniquement de notre initiative. Alors que d'autres sont plus coûteuses et plus complexes à déployer, comme les places en crèche, qui nécessitent des infrastructures locales, partenaires privés ou publics, ... ainsi que des processus d'attribution transparents et équitables.

Notre enjeu est de répondre aussi aux nouveaux besoins des parents, au-delà de la petite enfance et à la diversité de la parentalité de manière inclusive, en accompagnant les pères et les seconds parents, alors que la législation évolue lentement.

Par ailleurs, nous devons nous assurer de l'efficacité de notre communication afin de faire connaître la totalité de nos actions et nos mesures disponibles auprès des équipes.

L'essentiel à retenir

Notre engagement dans la parentalité est ancré dans notre culture et notre politique bien-être.

Nous devons adapter nos mesures à toutes les typologies de parentalité (par exemple : LGBT+, PMA...), de manière inclusive et s'assurer que nos collaborateurs/rices ont accès à toutes les informations pour l'ensemble des actions mises en place.

Nos décisions en matière de parentalité ne sont pas conditionnées par un retour sur investissement, elles sont intégrées à notre projet d'entreprise et nous y croyons.



“ *La parentalité fait partie de nos valeurs d'entreprise.* ”

Quelles sont vos convictions sur le rôle de l'entreprise par rapport à l'accompagnement à la parentalité des collaborateurs/rices ?

En tant qu'entreprise familiale, nous attachons une importance toute particulière à la famille. Ainsi, nous avons la volonté d'accompagner nos équipes dans la conciliation de leur vie professionnelle et vie personnelle.

Nous avons mis en place des mesures d'accompagnement *via* des accords d'entreprise, sur le handicap et l'égalité professionnelle pour l'ensemble du personnel.

Nous avons conscience que l'accompagnement parentalité est aussi un enjeu important pour recruter et fidéliser nos talents, avec une forte demande de la part des équipes.

Quelles sont les mesures qui ont le plus de succès ou que vous aimeriez mettre en place ? Et avez-vous une vision du retour sur investissement par rapport à ces mesures ?

Nous avons mis en place plusieurs mesures parentalité afin d'accompagner et améliorer la qualité de vie des collaborateurs/rices en commençant par la crèche que nous avons mis en place depuis 2009 pour la population du siège social. Les places en crèche sont aussi très demandées par la population commerciale, mais étant donné l'organisation des équipes et leur dispersion géographique sur le territoire national, l'extension éventuelle de cette mesure devra être plus personnalisée.

Nous avons mis en place les mesures parentalité principalement par accords d'entreprise. Dans le cadre de notre accord égalité professionnelle, nous avons négocié la prise en charge de 100% de la rémunération du père pendant le congé parental.

Nous avons des dispositions conventionnelles qui permettent d'accompagner la naissance de l'enfant, de l'aménagement des horaires de travail pendant la grossesse à la possibilité de prendre un congé de naissance pour le père jusqu'à 15 jours ouvrés au lieu de 3 jours après la naissance. De plus, afin d'assurer un retour au travail dans de bonnes conditions, nous accompagnons les managers dans la préparation du retour des congés maternité, paternité ou maladie.

Nous ne sommes pas challengés sur le retour sur investissement de nos mesures parentalité. Cependant, nous réalisons des points réguliers avec la crèche concernant le taux d'occupation.

Quels sont les éventuels freins rencontrés et vos enjeux en matière de parentalité au sein de votre organisation ?

Nous avons de forts enjeux de recrutement dans des sites pas toujours très attractifs, ainsi nous avons conscience que l'accompagnement parentalité peut nous aider à attirer et fidéliser des talents. Nous avons aussi de fortes demandes de la part des équipes du siège pour le développement du télétravail, afin de concilier la vie professionnelle et personnelle.

Notre principale difficulté est de mettre en place des mesures qui puissent répondre aux besoins de l'ensemble du personnel, notamment la population commerciale qui est répartie sur tout le territoire national ainsi que nos livreurs.

L'essentiel à retenir

La parentalité est un sujet que nous portons dans nos valeurs, l'accompagnement des collaborateurs/rices est une nécessité pour améliorer leur qualité de vie au travail.

Pour faire face aux enjeux de recrutement et de fidélisation, nous devons innover et proposer des actions pour se différencier et attirer les talents.

Avoir une population diversifiée répartie sur l'ensemble du territoire rend plus complexe la mise en place de mesures répondant aux besoins des équipes.



“ À la MAIF, la parentalité est un héritage. ”

Quelles sont vos convictions sur le rôle de l'entreprise par rapport à l'accompagnement à la parentalité des collaborateurs/rices ?

La MAIF porte des valeurs sociales fortes, depuis toujours. Entreprise à missions depuis juillet 2020, nous réaffirmons nos convictions et souhaitons faire partager nos engagements sociétaux au plus grand nombre. Initialement assureur de l'éducation nationale, nous avons gardé cette forte proximité avec l'enfance et avons la volonté d'accompagner nos équipes dans le domaine de la parentalité.

Avec un effectif majoritairement féminin (70%), la demande parentale est forte et ne cesse d'augmenter. Nous essayons d'anticiper au maximum les besoins et nous nous attachons à communiquer sur les dispositifs existants afin de faciliter la gestion des équilibres de vie de nos collaborateurs/rices.

Nous venons de signer notre quatrième accord sur l'égalité professionnelle qui donne une part importante à la parentalité et propose notamment de nouvelles mesures à destination des familles aux besoins momentanément ou durablement importants comme pour les familles monoparentales. L'ambition de cet accord est bien d'agir sur les représentations, de continuer à délivrer des messages et les traduire engagements.

Quelles sont les mesures qui ont le plus de succès ou que vous aimeriez mettre en place ? Et avez-vous une vision du retour sur investissement par rapport à ces mesures ?

Le dispositif CESU fait souvent un effet « waouh » auprès des équipes et précisément au moment du recrutement. Ce dispositif est souple et répond à des demandes diverses pour accompagner l'équilibre de vie, *via* la garde d'enfants mais aussi le ménage et le repassage. Cette mesure est d'autant plus souple à la MAIF que les salariés/ées peuvent choisir d'en profiter en prime numéraire.

Les mesures relatives à la souplesse et la flexibilité de l'organisation du travail ont aussi beaucoup de succès. Le passage au temps partiel est assez courant et nous disposons de nombreux congés et RTT à savoir, 45 jours pour les non-cadres et 50-52 jours pour les cadres. Ainsi, tous nos collaborateurs/rices peuvent prendre un congé de trois à quatre semaines en été et une semaine pour toutes les vacances scolaires. De plus, les collaborateurs/rices peuvent solliciter des jours pour enfants malades à hauteur de trois jours maximum pendant chaque période de maladie.

Nous proposons aussi un allongement des congés maternité et du second parent, de manière inclusive : deux semaines supplémentaires pour le congé maternité qui est très apprécié et renvoie un message positif, et six jours de plus pour le congé du second parent à prendre sur plusieurs semaines afin de disposer d'un temps partiel temporaire.

Nous avons pu rapidement constater les bénéfices de cette souplesse de conciliation vie privée/vie professionnelle, sur notre taux d'absentéisme et en termes de fidélisation.

Nous suivons des indicateurs chiffrés notamment sur les postes de dépenses les plus importants, comme les berceaux en crèche.

Par ailleurs, nous avons créé un groupe d'utilisateurs pour échanger sur les mesures mises en place et une communauté d'accompagnateurs *via* les RH de proximité, afin de recueillir les besoins et retours d'expérience du terrain. Aujourd'hui, tous les indicateurs sont au vert, car les mesures sont utilisées et certaines sont ancrées depuis longtemps dans la culture de l'entreprise.

Quels sont les éventuels freins rencontrés et vos enjeux en matière de parentalité au sein de votre organisation ?

Nous avons de fortes convictions portées par la Direction qui nous permettent de mettre en place une politique d'accompagnement à la parentalité.

À présent notre enjeu est double : conscients de l'importance d'assurer un bon équilibre entre l'investissement consenti et une meilleure qualité de vie au travail, nous devons veiller à positionner le curseur à un point d'équilibre afin que les collègues dans l'entreprise et l'entreprise elle-même soient garants et acteurs de performance.

Par ailleurs, au regard de notre population principalement féminine, nous devons continuer de nous adapter à l'évolution de leurs besoins en termes de parentalité, tout en ayant une approche inclusive auprès des pères et plus globalement des seconds parents. Par ailleurs, les équipes sont de plus en plus demandeuses d'offres à la fois globales mais souples et adaptables au contexte de chacun.

L'essentiel à retenir

Les convictions de la MAIF sur la parentalité sont ancrées dans une approche sociale et sociétale et nous nous attachons à proposer des solutions pour faciliter la vie de nos équipes.

Le retour sur investissement est aussi mesuré *via* les relais locaux, groupes utilisateurs et communauté d'accompagnateurs afin de recueillir les besoins et les retours d'expérience du terrain.

L'enjeu est de proposer des mesures souples, personnalisées et inclusives (second parent) afin de répondre à l'évolution des besoins des salariés/ées, tout en continuant à valoriser ces avantages.

Ministère de la Justice

Karine LE BOULAIRE, *Cheffe du bureau de l'action sociale au sein du secrétariat général*



“ **Notre enjeu est d'aider les agents à mieux concilier leurs vies professionnelle et personnelle.** ”

Quelles sont vos convictions sur le rôle de l'entreprise par rapport à l'accompagnement à la parentalité des collaborateurs/rices ?

Au ministère de la Justice, nous avons la volonté d'aider nos agents à concilier leurs vies professionnelle et personnelle. Cet enjeu est aussi lié à notre engagement en faveur de l'égalité femmes-hommes, notamment sur des métiers ayant des horaires très spécifiques.

L'action sociale ministérielle vient compléter l'action sociale interministérielle afin de s'adapter aux spécificités métiers. Cette action sociale est relayée au niveau du ministère en régions avec neuf départements des ressources humaines et de l'action sociale (DRHAS) qui remontent les besoins des agents et échangent avec les autres ministères sur les bonnes pratiques.

Par ailleurs, l'action sociale ministérielle se construit dans le cadre d'un dialogue social nourri auquel le ministère de la Justice est très attaché.

Quelles sont les mesures qui ont le plus de succès ou que vous aimeriez mettre en place ? Et avez-vous une vision du retour sur investissement par rapport à ces mesures ?

L'ensemble des dispositifs d'action sociale proposés par le ministère de la Justice sont mobilisés par les agents, comme les places en crèche ou l'aide au logement notamment en Île-de-France. La difficulté est de répondre au volume des demandes. Nous devons ainsi réfléchir à la diversification de nos dispositifs afin de proposer des alternatives (par exemple : élaboration d'un guide pour accompagner les parents qui souhaitent s'orienter vers un mode de garde individuel).

En termes de retour sur investissement, l'indicateur le plus significatif est la mobilisation des dispositifs par les agents et notamment la En effet, dans le cadre des différents marchés que nous avons pu conclure, des enquêtes de satisfaction des prestataires sont réalisées annuellement et nous permettent d'avoir un retour sur le taux d'utilisation et de satisfaction des dispositifs.

Par ailleurs, pour essayer d'accompagner au mieux les besoins des agents, nous disposons d'un baromètre social qui est en cours d'évolution afin d'intégrer des questions relatives à l'action sociale et aux attentes des agents.

Quels sont les éventuels freins rencontrés et vos enjeux en matière de parentalité au sein de votre organisation ?

Au-delà des contraintes financières liées au volume d'agents notamment (90 000 agents au ministère de la Justice) l'enjeu de la communication est très présent afin de s'assurer que nous communiquons auprès de l'ensemble des agents en s'adaptant à leurs conditions de travail (par exemple : les surveillants pénitentiaires ne disposent pas d'un ordinateur professionnel individuel). Les DRHAS jouent un rôle primordial dans le processus.

L'essentiel à retenir

Adopter une politique de parentalité nous permet d'aider nos agents à mieux concilier leur vie personnelle et professionnelle, notamment sur des métiers à horaires spécifiques.

En raison du volume d'agents et de la répartition géographique, les relais RH locaux (DRHAS) permettent de capter les besoins et relayer les informations.

La communication est un enjeu clé afin de s'assurer de communiquer à l'ensemble des équipes en tenant compte de leurs spécificités.

Monoprix

Jean-Marc NOTTIN, *Chef du département politiques et affaires sociales*



“ *La parentalité est une évidence et un engagement historique.* ”

Quelles sont vos convictions sur le rôle de l'entreprise par rapport à l'accompagnement à la parentalité des collaborateurs/rices ?

Chez Monoprix, nous avons conscience de l'enjeu de la parentalité, c'est « une évidence et un engagement historique » qui fait partie de notre culture. Nous avons montré notre volonté d'accompagner la parentalité à travers d'une charte de la parentalité dès 2015 et la signature d'un accord QVT en 2017. Nous prolongeons la démarche avec l'ouverture d'une négociation d'un nouvel accord sur le bien-être, intégrant la parentalité. Nous avons également renouvelé les Labels Diversité et Égalité en 2019, et obtenu la certification Top Employer en 2021.

Nous sommes convaincus que la parentalité est un enjeu très important, mais aussi un exercice d'équilibriste ayant pour objectifs d'accompagner, d'acculturer/sensibiliser et de faire prendre conscience dans le cadre d'un dialogue social raisonné. Cette conviction est portée par toutes les strates de l'entreprise.

Quelles sont les mesures qui ont le plus de succès ou que vous aimeriez mettre en place ? Et avez-vous une vision du retour sur investissement par rapport à ces mesures ?

Afin de mettre en place des mesures adaptées aux attentes, nous nous appuyons sur les managers et les RH qui travaillent en proximité avec les équipes.

En termes de mesures, nous avons axé nos actions sur l'aide à l'éducation des enfants (par exemple : soutien scolaire) et l'organisation du travail, afin de faciliter l'organisation personnelle, en respectant les exigences de notre activité en magasin.

Nous avons identifié deux principales conditions de réussite dans la mise en place de ces mesures : l'alignement avec l'ADN de l'entreprise conjugué à une approche humble et pragmatique. L'alignement avec l'ADN permet tout d'abord de trouver des réponses adaptées et d'éviter le copier-coller. Ensuite, l'approche humble et pragmatique sur les mesures retenues consiste à mettre à disposition des équipes et des managers une boîte à outils, afin de faciliter l'appropriation et la mise en œuvre (par exemple : campus parentalité, services d'accompagnement à la scolarité) pour que l'accompagnement puisse être le plus personnalisé possible.

En termes de retour sur investissement, nous suivons les indicateurs convenus dans le cadre de nos accords d'entreprise en commission de suivi.

Pour les mesures qui nécessitent un investissement financier, nous avons des indicateurs de pilotage type nombre d'utilisateurs et taux de satisfaction. Nous menons aussi une enquête d'engagement annuelle auprès de nos équipes qui intègre des questions sur l'équilibre de vie.

Au sein de Monoprix, l'accompagnement à la parentalité est une évidence. Personnellement, je pense que le véritable indicateur c'est le sourire de nos équipes !

Quels sont les éventuels freins rencontrés et vos enjeux en matière de parentalité au sein de votre organisation ?

Afin de mettre en place une politique parentalité, il est indispensable de communiquer avec pédagogie auprès des équipes, de trouver les bons partenaires qui proposent des solutions concrètes et de disposer d'un budget suffisant pour financer ces mesures. L'enjeu principal est que les bonnes intentions, très répandues, soient suivies d'actions concrètes et créatrices de valeur pour les collaborateurs/rices.

Dans le cadre de notre démarche bien-être en cours de négociation avec les partenaires sociaux, notre enjeu est de réfléchir à une offre permettant d'accompagner la parentalité tout au long de la vie, au-delà de la petite enfance et jusqu'aux aidants familiaux.

L'essentiel à retenir

La parentalité est une « évidence et un engagement historiques » partagés par toutes les strates de l'entreprise.

La parentalité en entreprise est un « exercice d'équilibriste » qui consiste à accompagner, acculturer/sensibiliser et faire prendre conscience dans le cadre d'un dialogue social raisonné.

Les deux conditions de succès d'une politique parentalité sont l'alignement avec l'ADN de l'entreprise et la mise en place de mesures concrètes pratico-pratiques au service des collaborateurs/rices et des managers.

NGE

Bruno PAVIE, DRH

Alice MONNIGADON, Chargée de projets RH



“ La parentalité s’inscrit dans notre politique sociale. ”

Quelles sont vos convictions sur le rôle de l’entreprise par rapport à l’accompagnement à la parentalité des collaborateurs/rices ?

Nous avons la volonté de proposer des dispositifs modernes afin d’attirer et de fidéliser nos talents, notamment féminins, parfois plus difficiles à recruter compte tenu de notre activité BTP.

Par ailleurs, la Direction de NGE a de fortes convictions sur le volet social qui se traduisent par l’ambition d’être « mieux disant » sur nos dispositifs sociaux afin de créer des différences marquantes sur le marché.

Ainsi, l’accompagnement à la parentalité s’est inscrit dans le socle social que nous avons construit au même titre que la protection sociale, la création d’emploi ou encore la formation.

Quelles sont les mesures qui ont le plus de succès ou que vous aimeriez mettre en place ? Et avez-vous une vision du retour sur investissement par rapport à ces mesures ?

Le mode de garde étant l’une des problématiques les plus importantes pour les parents, nous avons privilégié la réservation de places en crèche. Depuis quelques années déjà nous réservons des places au sein d’une crèche locale pour nos collaborateurs/rices du siège. En 2019, nous avons étendu le service au niveau national et nous sommes associés au réseau Babilou. Ce dispositif rencontre un franc succès, en libérant les parents, femmes et hommes, d’un poids important, celui de la garde de leurs chères têtes blondes.

Depuis cet été, nous mettons à disposition de l’ensemble de nos collaborateurs/rices un guide de la parentalité recensant les informations clés sur les démarches et formalités à entreprendre avant et après l’arrivée de leur enfant. Une version dédiée aux managers a également été établie afin de leur permettre de mieux accompagner leurs équipes. Ces deux guides ont été particulièrement appréciés et témoignent de l’engagement du groupe en matière de parentalité.

Parallèlement à la diffusion des guides nous avons communiqué sur la réforme du congé paternité. À travers ces communications nous souhaitons apporter plus de sérénité aux futurs parents dans la conciliation de leurs vies professionnelle et personnelle.

Au-delà des retours positifs de nos collaborateurs/rices, nous mesurons le retour sur investissement des mesures mises en place au travers de notre enquête qualité de vie au travail. Les résultats de cette enquête nous sont précieux pour identifier nos points forts ainsi que nos pistes d’optimisation et de développement pour l’avenir.

Notre enquête « Happy Trainee » nous permet également de sonder nos stagiaires sur la qualité de leur expérience et leur vision des valeurs du groupe. Aujourd’hui, cette étude nous positionne comme l’entreprise préférée des jeunes dans le secteur du BTP.

Quels sont les éventuels freins rencontrés et vos enjeux en matière de parentalité au sein de votre organisation ?

L’unique frein que nous avons rencontré est lié au coût de réservation des places en crèche.

Ce frein a rapidement été levé compte tenu des avantages fiscaux mobilisables (crédit impôt famille) et de la volonté de la direction de poursuivre le développement de notre volet social.

L’essentiel à retenir

La considération portée à la parentalité est un enjeu social qui contribue à attirer et fidéliser nos talents, notamment féminins. Les mesures mises en place au sein du groupe nous positionnent en acteur « mieux-disant » dans notre secteur BTP.

Nous avons priorisé les places en crèche afin de libérer les parents, femmes et hommes, de l’importante problématique du mode de garde.

Nous mesurons le retour sur investissement des mesures mises en place au travers de notre enquête qualité de vie au travail.



“ *La parentalité : une volonté affirmée au plus haut.* ”

Quelles sont vos convictions sur le rôle de l'entreprise par rapport à l'accompagnement à la parentalité des collaborateurs/rices ?

Le groupe ONET a de fortes convictions et est très engagé en matière d'équilibre de vie professionnelle et personnelle de ses collaborateurs/rices. « C'est dans notre histoire et notre ADN ».

L'un de nos enjeux actuels est d'accompagner les femmes dans leur parcours au sein du groupe et permettre davantage de féminisation des fonctions managériales et du COMEX. La parentalité est l'un des leviers pour affirmer nos convictions et accompagner notre politique diversité et inclusion.

Quelles sont les mesures qui ont le plus de succès ou que vous aimeriez mettre en place ? Et avez-vous une vision du retour sur investissement par rapport à ces mesures ?

Les mesures de parentalité sont très diverses d'un site à un autre et fonction des besoins et des impératifs. Nous pouvons disposer d'une crèche interentreprise à proximité d'entités sur lesquelles nous avons un effectif important. En revanche, nous n'avons pas mis en place de berceaux sur l'ensemble du réseau.

Nous proposons aussi des aménagements de l'organisation du travail, en augmentant les jours de télétravail pour les femmes enceintes ou au retour de maternité. Pour les pères, nous maintenons le salaire durant le congé paternité. À présent, nous souhaitons développer des mesures permettant de répondre aux différentes problématiques liées à la parentalité au-delà de la petite enfance.

En termes de retour sur investissement, les places en crèche restent très demandées et sont perçues comme un atout.

Nous nous appuyons principalement sur les managers pour obtenir des retours et diffuser les informations, car il nous est difficile d'avoir accès à l'ensemble des équipes *via* des enquêtes.

Quels sont les éventuels freins rencontrés et vos enjeux en matière de parentalité au sein de votre organisation ?

Nous avons un fort enjeu en termes de féminisation au sein de certains métiers et sur des fonctions managériales.

La nature de notre activité nécessite d'assurer une continuité de service qui nécessite une grande disponibilité.

Nous faisons face à des freins psychologiques de la part des femmes en matière de mobilité vers des postes à responsabilité, nous devons donc mettre en place des actions de communication en direction des femmes mais également en direction des filières techniques afin d'augmenter la part des femmes au sein de nos métiers techniques.

Nous avons la conviction que la parentalité au sein de nos actions égalité professionnelle contribue à accompagner les femmes dans notre organisation.

L'essentiel à retenir

L'accompagnement à l'équilibre de vie professionnelle et vie personnelle fait partie de notre histoire et notre ADN.

Nous souhaitons que notre politique parentalité contribue à attirer, retenir et faire évoluer des talents féminins, à tous les niveaux de responsabilité.

Openclassrooms

Fernanda ALONSO GAUTRAIS, DRH

Agathe VOULFOW, Facilities director



“ *Prendre soin de nos équipes est une évidence.* ”

Quelles sont vos convictions sur le rôle de l'entreprise par rapport à l'accompagnement à la parentalité des collaborateurs/rices ?

En tant qu'entreprise à mission, certifiée B Corp, nous souhaitons aligner nos valeurs et nos promesses en accompagnant nos équipes, *via* des politiques RH innovantes et communes quel que soit le pays. Nous sommes par ailleurs persuadés que si nos collaborateurs/rices se sentent accompagnés, leur performance et leur engagement ne cesseront d'évoluer.

Dans le cadre de notre forte croissance, nous avons aussi besoin d'attirer et fidéliser nos talents. Notre ambition est de devenir une référence en matière de politique RH globale, afin de faire grandir nos équipes et notre société.

Nous avons ainsi lancé le programme *care* qui va au-delà de la parentalité et qui a pour ambition d'accompagner et améliorer le bien-être de notre personnel. Les résultats se traduisent sur leur engagement, motivation et efficacité dans l'accomplissement de leurs missions.

Quelles sont les mesures qui ont le plus de succès ou que vous aimeriez mettre en place ? Et avez-vous une vision du retour sur investissement par rapport à ces mesures ?

Les places en crèche rencontrent un grand succès auprès de nos collaborateurs/rices parents mais aussi de l'ensemble des équipes qui perçoivent cette offre comme rassurante.

Nous avons aussi mis en place une stratégie innovante autour des congés, *via* un dispositif de congés illimités. Ce dispositif permet de responsabiliser les équipes et est complété par une prime de 1 000 € lors de la prise d'un congé de trois semaines consécutives afin d'inciter à cette prise de repos. Nous avons aussi mis en place des congés spécifiques liés à la parentalité. Dans le cadre d'une approche inclusive, notre congé parental est ouvert au second parent et est commun pour l'ensemble des pays : huit semaines de congés payés et quatre semaines de congés non payés, afin que nos équipes à travers le monde vivent la même expérience. De plus, nous offrons cinq jours de congés supplémentaires en cas de maladie d'un enfant ou d'un proche de la famille.

En termes de retour sur investissement, nous mesurons l'engagement de nos équipes toutes les quatre semaines et nous prévoyons de mettre en place une enquête de satisfaction, ainsi qu'un suivi du turn-over. Notre politique est encore récente et nous avons encore besoin de prendre du recul, mais nous notons déjà sur la dernière enquête que la politique RH est mentionnée à plusieurs reprises et que l'engagement est en progression.

Quels sont les éventuels freins rencontrés et vos enjeux en matière de parentalité au sein de votre organisation ?

Nous déployons tous nos efforts dans ce projet, nous avons une ADN novatrice et une ambition d'accompagner le développement de nos équipes. À ce jour, nous n'avons rencontré aucun frein au déploiement de notre politique parentalité.

En termes d'enjeux, nous souhaitons développer la personnalisation et la flexibilité de nos offres, afin de répondre aux besoins spécifiques de chaque collaborateur/rice. Nous souhaitons aussi poursuivre nos actions en faveur de la diversité et de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, *via* notamment l'accompagnement du second parent.

Afin de garantir le succès de la mise en place de notre politique RH, nous avons conscience de l'importance du rôle des managers que nous devons accompagner.

L'essentiel à retenir

Un alignement entre les valeurs et les promesses *via* une politique RH innovante et axée sur le bien-être des équipes.

L'accompagnement des collaborateurs/rices engagés et motivés permet de développer leur performance.

Des enjeux d'attractivité dans le cadre d'une forte croissance qui amènent à être innovant *via* des offres toujours plus flexibles, personnalisées et inclusives.

Renault Trucks

Jean-Pierre CLERC, *Directeur de l'établissement de Lyon*



“ *La qualité de vie au travail, un levier d'attractivité !* ”

Quelles sont vos convictions sur le rôle de l'entreprise par rapport à l'accompagnement à la parentalité des collaborateurs/rices ?

Chez Renault Trucks, nous attachons une importance toute particulière à la qualité de notre environnement de travail qui contribue à attirer et fidéliser nos talents.

Cette forte conviction est partagée et soutenue par le groupe Volvo, avec qui nous collaborons pour améliorer nos mesures de qualité de vie au travail.

Aujourd'hui, nous sommes conscients que le salaire est une des composantes d'attractivité mais qu'il ne suffit pas à attirer les talents. Il est indispensable de mettre en place des dispositifs innovants permettant de répondre aux attentes des collaborateurs/rices.

Quelles sont les mesures qui ont le plus de succès ou que vous aimeriez mettre en place ? Et avez-vous une vision du retour sur investissement par rapport à ces mesures ?

Tous les projets que nous avons mis en place répondent à un seul objectif : permettre à nos salariés/ées de mieux concilier vie professionnelle et vie familiale/personnelle. Cela s'est traduit dès 2009 par la réservation de places en crèches sur Vénissieux puis sur l'ensemble de la couronne lyonnaise pour être au plus près du domicile, apportant plus de confort aux parents et aux enfants.

Nous avons poursuivi quelques années plus tard avec la mise en place d'une conciergerie sur notre site de Saint-Priest puis sur celui de Vénissieux afin d'aider les salariés/ées dans leurs tâches personnelles. Ces deux dispositifs qui étaient déjà innovants à l'époque le restent encore aujourd'hui aux yeux des candidats que nous recrutons.

En termes de retour sur investissement, cela se passe de commentaires car les indicateurs nous montrent une forte attractivité pour ces projets ainsi qu'un niveau de satisfaction proche de 100%.

Quels sont les éventuels freins rencontrés et vos enjeux en matière de parentalité au sein de votre organisation ?

Le principal frein que l'on peut rencontrer est d'ordre budgétaire puisque ces projets ont un coût non négligeable et il est difficile au départ de parler d'un retour sur investissement. L'équipe de Direction doit être convaincue du bien-fondé de ces démarches.

Au-delà du budget, notre enjeu est de répondre aux nouvelles attentes de toutes nos catégories de personnel, avec des mesures toujours innovantes. Actuellement, nous nous intéressons principalement à la petite enfance (0-3 ans), mais nous devons aller plus loin en tenant compte des nouvelles attentes des salariés/ées.

Par ailleurs, nous avons une démarche bien-être qui concerne l'ensemble des salariés/ées (parents ou non) avec la mise en place sur le site d'une salle de sport avec un coach.

Nous portons également une attention toute particulière aux salariés/ées qui quittent l'entreprise pour la retraite, en les accompagnant dans leur nouvelle vie *via* un stage de 3 jours avec une double approche santé et patrimoniale.

L'essentiel à retenir

Au-delà du salaire, nous attirons les talents par notre notoriété et notre politique de qualité de vie au travail, incluant nos mesures parentalité.

La crèche est une mesure qui a toujours autant de succès auprès des équipes.

En matière de qualité de vie au travail, l'un de nos enjeux est de répondre aux attentes de l'ensemble des collaborateurs/rices *via* des solutions innovantes.

Safran Helicopter Engines

Myriam LOUATTANI, *Juriste droit social et correspondante diversité*



“ *La parentalité est l'un des thèmes les plus plébiscités par les salariés/ées.* ”

Quelles sont vos convictions sur le rôle de l'entreprise par rapport à l'accompagnement à la parentalité des collaborateurs/rices ?

La parentalité au sein de la politique Diversité et Inclusion est un sujet impulsé par le groupe Safran qui est ensuite décliné localement notamment à travers la signature d'accords d'entreprise.

Aussi, avant de mettre en place des mesures, nous nous attachons à identifier les besoins du terrain, *via* des groupes de travail pluridisciplinaires, afin de faire un état des lieux et recueillir les nouveaux besoins : « Ce n'est pas uniquement un projet RH. »

Par exemple, en amont de la renégociation de notre accord égalité femmes-hommes, nous avons sollicité un groupe de travail interne pour identifier des pistes d'améliorations mais aussi tenu compte des propositions de nos représentants du personnel. La parentalité a fait partie des thèmes les plus plébiscités par les équipes.

Par ailleurs, nous avons une faible représentativité de femmes dans certains métiers et nous souhaitons développer davantage de mixité sur tous les niveaux hiérarchiques. Nous avons la conviction que l'accompagnement à la parentalité peut contribuer à attirer des profils féminins et permettre aux femmes d'accéder à des postes à responsabilité.

Quelles sont les mesures qui ont le plus de succès ou que vous aimeriez mettre en place ? Et avez-vous une vision du retour sur investissement par rapport à ces mesures ?

Nous avons mis en place de nombreuses mesures pour les parents femmes et hommes en termes de soutien pour garde d'enfants, rentrée scolaire ou encore flexibilité des horaires de travail. Les mesures les plus utilisées sont les « mercredis famille » qui permettent jusqu'aux 16 ans de l'enfant de disposer de 20 jours par an ou 40 demi-journées en fonction de l'activité, ainsi que les jours enfants malades. Notre groupe a aussi déjà mis en place une politique pour les proches aidants. Par ailleurs, en complément des CESU Employeurs, le CSE propose aussi des CESU aux salariés/ées.

Une fois les mesures mises en place, nous nous appuyons sur les RH de proximité et les managers afin de décliner la communication et accompagner les collaborateurs/rices au quotidien.

Afin d'avoir une vision sur notre retour sur investissement, nous mesurons, tous les ans, une série d'indicateurs dont le niveau d'utilisation avec analyses explicatives à la hausse ou à la baisse. Notre Direction étant convaincue du « gagnant-gagnant » de cette politique, au-delà de la réponse apportée aux attentes des équipes, nous pouvons être challengés sur le budget alloué.

Quels sont les éventuels freins rencontrés et vos enjeux en matière de parentalité au sein de votre organisation ?

Au-delà du budget que nous devons justifier, l'enjeu est de proposer des mesures collectives et adaptées aux différentes situations. Nous cherchons ainsi à répondre au mieux aux attentes de nos salariés/ées et aux besoins de l'entreprise, de manière uniforme et équitable, dans le cadre d'un consensus avec nos partenaires sociaux que nous traduisons dans des accords locaux.

Au regard des nombreuses mesures mises en place, nous avons aussi un enjeu de simplification en termes de communication et de gestion par les équipes en local.

En outre, nous faisons face à d'autres enjeux notamment l'accès aux postes à responsabilité par les femmes et nous avons la conviction que l'accompagnement à la parentalité et à la gestion des équilibres de vie peut nous permettre de « casser certains préjugés » et faire évoluer la situation.

L'essentiel à retenir

La parentalité est un sujet très plébiscité par nos équipes, que nous accompagnons avec l'ensemble du corps social : « Ce n'est pas un sujet uniquement RH. »

L'accompagnement à la parentalité peut contribuer à faire évoluer les mentalités ainsi que la mixité dans certains métiers et niveaux de responsabilité.

Notre enjeu est de mettre en place des mesures répondant aux besoins collectifs et individuels, simples à communiquer et à gérer pour le management et les RH de proximité.

Société Générale

Laurence MARIE, *Project chief of social innovation*

“ *L’accompagnement à la parentalité permet un équilibre vertueux.* ”

Quelles sont vos convictions sur le rôle de l’entreprise par rapport à l’accompagnement à la parentalité des collaborateurs/rices ?

Nous avons la conviction que les mesures parentalité permettent d’améliorer l’équilibre vie des parents en diminuant leur charge mentale, et contribuent à l’amélioration de leur performance. Les mesures parentalité apportent ainsi un équilibre vertueux à l’ensemble de l’entreprise.

Les dispositifs que nous avons mis en place rencontrent de plus en plus de succès et les demandes ne cessent de croître avec un fort taux de satisfaction.

Quelles sont les mesures qui ont le plus de succès ou que vous aimeriez mettre en place ? Et avez-vous une vision du retour sur investissement par rapport à ces mesures ?

Nos différentes mesures parentalité ont des publics divers, il est ainsi difficile de les classer par ordre de succès.

Nous avons mis en place depuis 10 ans des places en crèche qui sont très demandées par nos équipes. À ce jour, nous avons attribué 100 places sur la base de critères sociaux pour 500 demandes. Nous avons aussi développé une offre globale de services à la personne incluant la garde d’enfants, ménage...

Au-delà du suivi budgétaire, notre direction souhaite s’assurer que les mesures répondent aux besoins et que les collaborateurs/rices sont satisfait(e)s. Ainsi, en termes de retour sur investissement, nous mesurons principalement les taux d’utilisation.

Quels sont les éventuels freins rencontrés et vos enjeux en matière de parentalité au sein de votre organisation ?

Afin de pallier les éventuels freins, nous intégrons la politique parentalité au cœur de nos valeurs et de notre politique D&I.

Le budget peut constituer un frein, notamment pour mettre en place des places en crèches supplémentaires.

Notre principal enjeu est de communiquer sur les nombreuses mesures existantes et d’identifier les nouveaux besoins afin de les étudier.

L’essentiel à retenir

La parentalité est alignée avec nos valeurs et est intégrée à notre politique D&I.

L’accompagnement à la parentalité permet d’améliorer l’équilibre de vie et la performance de l’entreprise.

La communication reste un enjeu important pour faire connaître les mesures existantes et identifier les nouveaux besoins.

Société Information, Technologie et Services

“ *La marque employeur est favorisée par les mesures parentalité.* ”

Quelles sont vos convictions sur le rôle de l'entreprise par rapport à l'accompagnement à la parentalité des collaborateurs/rices ?

Nous avons la conviction que l'accompagnement à la parentalité contribue au bien-être au travail en réduisant la charge mentale des parents. De plus, nous estimons que le soutien des équipes sur les problématiques parentalité favorise la disponibilité et la performance des équipes.

Selon nous, cet accompagnement est clé dans la relation entre le collaborateur/rice et son entreprise et contribue aussi à notre marque employeur. Ainsi, notre politique est d'offrir des mesures et d'en faire la promotion en interne et en externe.

Quelles sont les mesures qui ont le plus de succès ou que vous aimeriez mettre en place ? Et avez-vous une vision du retour sur investissement par rapport à ces mesures ?

Nous avons mis en place une page Internet dédiée qui regroupe toutes les mesures mises en place pour accompagner nos collaborateurs/rices depuis l'annonce de la grossesse, en passant par le mode de garde (crèche), les congés maternité et paternité, les visites médicales, l'allaitement ou encore l'adoption.

Nous proposons aussi des mesures liées à l'organisation du travail, telles que les congés enfants malades dont la durée est adaptée en fonction de l'âge de l'enfant et le temps partiel annualisé qui permet d'adapter son temps de travail sur une année, en fonction de ses besoins.

Nous n'avons pas d'indicateurs pour mesurer le taux de satisfaction mais nous mesurons les taux d'utilisation des mesures notamment pour les congés paternité et les places en crèche gérées par le CSE. Nous avons d'ailleurs inclus la place en crèche dans le bulletin social individuel (BSI) des salariés/ées bénéficiaires, afin de valoriser cet avantage.

Quels sont les éventuels freins rencontrés et vos enjeux en matière de parentalité au sein de votre organisation ?

Nous sommes convaincus que les mesures de parentalité sont des leviers d'attractivité et de fidélisation.

Dans un souci d'égalité de traitement, nos enjeux sont d'être toujours innovants en termes de parentalité afin de répondre aux nouveaux besoins individuels, tout en proposant des dispositifs de bien-être et équilibre de vie qui peuvent bénéficier à tous (parents ou non), comme l'aménagement du temps de travail, par exemple.

L'essentiel à retenir

La parentalité est un levier d'attractivité et de fidélisation qui permet de renforcer le lien avec les équipes tout en valorisant la marque employeur.

Nous accompagnons nos collaborateurs/rices dès l'annonce l'arrivée de l'enfant en communiquant sur une offre diversifiée.

Dans un souci d'équité, nous devons proposer des mesures bien-être et équilibre de vie qui peuvent bénéficier à tous (parents ou non).

Contacts

N'hésitez pas à nous contacter pour plus d'informations.

Babilou

Antoine LAFORGUE

Directeur Commercial et Marketing
antoine.laforgue@babilou.com

Dominique PERRIER

*Directrice Exécutive des Relations
Institutionnelles et Corporate*

dominique.perrier@babilou.com

Deloitte

Franck CHERON

Associé Capital Humain
fcheron@deloitte.fr

Sophie LAZARO

Directrice Rétribution et Talents
slazaro@deloitte.fr

Manon DUCHET

Manager Rétribution et Talents
mduchet@deloitte.fr