

PRIX DE LA COMMUNICATION SUR LA TRANSFORMATION

COM-ENT D'OR

CHANGEMENT DE CONVENTION COLLECTIVE CHEZ BUREAU VERITAS FRANCE : LE DIALOGUE AU SERVICE DE L'ENGAGEMENT DES SALARIÉS

Entreprise : BUREAU VERITAS

Date : 10-2021 / 04-2022

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

En décembre 2021, le Tribunal Administratif de Paris confirme en appel l'application de la convention collective Syntec à tous les acteurs des TIC (tests, inspections, certification) dont Bureau Veritas fait partie. Malgré les 14 mois de négociations entre la direction générale et les instances représentatives du personnel de Bureau Veritas France portant sur les conditions de ce nouveau "contrat social", aucun accord généralisé n'est entériné par les organisations

syndicales. Fait rare en entreprise, un référendum a dû être organisé auprès de 5800 salariés. Ces derniers ont du se prononcer en faveur ou contre l'application de l'accord proposé par la direction générale. La campagne avait donc pour ambition d'explicitier les enjeux, le calendrier, les items de ce nouveau contrat social à tous les salariés et ce, sur six mois.



POUR QUI ?

Notre cible se compose en deux catégories :

- > l'ensemble des collaborateurs de Bureau Veritas France, soit 6500 salariés, répartis entre 5 filiales juridiques. Il s'agissait de leur communiquer toutes les informations sur ce changement de contrat social, qu'elle que soit leur situation (administratifs, itinérants, cadres au forfait etc...).
- > les collaborateurs de deux filiales (Bureau Veritas Construction et Bureau Veritas Exploitation), qui ont eu recours à un référendum pour se prononcer pour ou contre les termes de l'accord proposé. Il s'agissait donc de communiquer auprès de cette cible de manière encore plus fine afin de les inciter à se mobiliser et à voter en faveur de l'accord proposé par la direction générale .

COMMENT ?

Tous les canaux ont été utilisés et les directions RH et COM ont travaillé de concert.

- > Espace de dialogue sur l'Intranet et informations distillées à travers la newsletter quinzomadaire;
- > 1 focus Groupe réunissant un panel représentatif de l'entreprise pour identifier les items à privilégier (impact rém./congés/temps de travail);
- > 10 calls (2 par filiale) avec plus d'une 100 de participants à chaque fois pour expliciter les spécificités par entité aux managers / aux collaborateurs;
- > 3 calls all staff où tous les salariés pouvaient poser leurs questions au top management France, précédés d'un mail général - 2000 connexions à chaque fois;
- > 5 roadshows en régions de la part de la DRH pour recueillir des questions et y répondre en direct;
- > Courrier routé all staff

QUELS RÉSULTATS ?

Cette démarche de communication participative et collaborative a permis d'accomplir notre enjeu, qui était d'appliquer le contrat social à toutes les sociétés concernées et d'en faire valoir les bienfaits par rapport à l'accord SYNTEC dit "de base". >Pour Bureau Veritas Construction, le OUI l'a emporté à 86,38% >Pour Bureau Veritas Exploitation, le OUI l'a emporté à 78,67% Les autres sociétés n'ont pas recouru à ce référendum. L'accord a finalement été adopté par les Organisations syndicales. Nous avons donc pu engager les salariés dans une transformation de premier plan de l'entreprise sans toucher aux aspects sociaux fondamentaux.

PROCESS DE COMMUNICATION RESPONSABLE

Bureau Veritas, est une entreprise de services, engagée en matière de durabilité.

- > L'envoi du flyer au domicile des collaborateurs a été effectué sur du papier labellisé PEFC
- il a été fabriqué par un ESAT établissement de personnes en situation de handicap, visant leur insertion professionnelle ;
- > Seulement 3 mails spécifiques à ce sujet ont été envoyés aux 6500 collaborateurs. Cela représente 11g par mail soit un total de 214,5 kg eq CO2 pour les 6500 personnes. Comme expliqué, la consultation des parties prenantes a été opérée tout au long du processus et c'est une véritable campagne d'information, de sensibilisation et d'engagement qui a été menée.