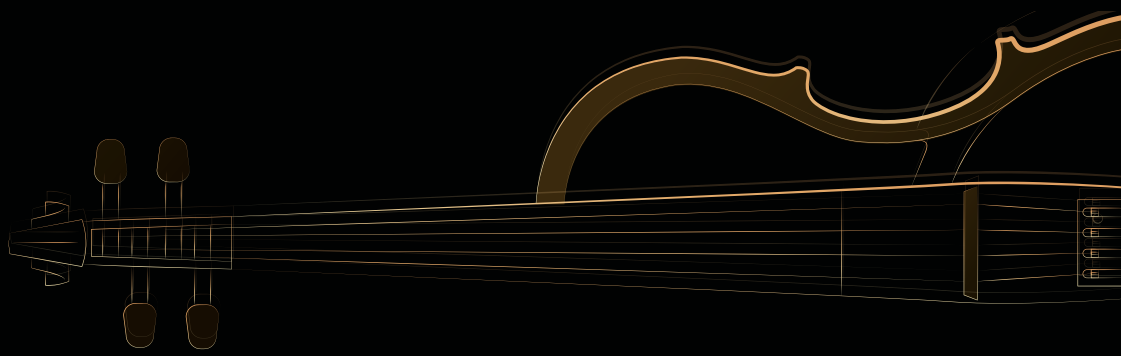


DIGITAL HR AWARDS

DIGITAL SUCCESS STORIES **2022**

MOT D'INTRODUCTION

Depuis 6 ans notre programme Future of HR est animé par une ambition : fédérer les professionnels des ressources humaines autour de la plus grande plateforme de débats et de contenus dédiée à la digitalisation de la fonction RH en France.

Notre objectif : accompagner les organisations dans l'accélération de la transformation de leur capital humain, à travers un panorama des tendances et d'innovations concrètes.

C'est donc tout naturellement que nous avons imaginé et produit les Digital HR Awards, pour mettre un coup de projecteur sur les plus beaux projets de transformation menés par des directions RH engagées et passionnées.

Ambition, Efficience, Impact, Innovation, Business Partner, et Rapidité sont les 6 catégories, représentées par 43 projets que vous allez découvrir dans cet ouvrage. Chacun de ces projets vous livrera des clés pour relever vos challenges, avec une mention spéciale pour nos Lauréats et le plus beau projet de l'année 2022 élu par la communauté lors de notre grande soirée de gala !

Nous tenons à remercier particulièrement les équipes projet candidates, les membres du jury, et nos partenaires pour leur investissement, leur enthousiasme, leur disponibilité et surtout leur passion.

Nous espérons que cet ouvrage vous éclairera dans vos projets de transformation pour que dès l'année prochaine, vous puissiez faire partie des candidats.

Sara Seghaier
Co-fondatrice
LOSAM

NOS PARTENAIRES
KEYNOTE
LOSAN
PRESENTE
DIGITAL HR AWARDS

SOMMAIRE

P.04
CATÉGORIE
AMBITION

P.15
CATÉGORIE
BUSINESS PARTNER

P.29
CATÉGORIE
EFFICIENCE

P.40
CATÉGORIE
IMPACT

P.54
CATÉGORIE
INNOVATION

P.66
CATÉGORIE
RAPIDITÉ

P.77
LE
LAURÉAT 2022

P.79
NOS
PARTENAIRES

CATÉGORIE AMBITION

AMBITION
DESCRIPTION

Projet (achevé ou en cours) qui affiche des objectifs très ambitieux en termes d'envergure de transformation, parfois au-delà de la sphère HR. Organisation, processus, culture…

Ce projet aura pour l'entreprise des retombées tangibles et durables.

LES CANDIDATS

GROUPE ADP
DES HORIZONS À PARTAGER

L'ORÉAL
GROUPE

FORVIA
faurecia

T.EN TECHNIP ENERGIES

KORIAN

VINCI CONSTRUCTION

MEMBRES **DU JURY**

Olga Renda Blanche
Chief Human Resources Officer
ACCORINVEST

Michel Milair
Head of HR solutions, skills & data management
BNP PARIBAS

Yvan Matraire
Associé Capital Humain - HR Transformation
DELOITTE

Cédric Brochard
Chief Human Resources Officer
GEFCO

Eric Gras
Head of Talent Intelligence
INDEED

Claudia Raulhac
Head of Human Resources
LVMH HOTEL MANAGEMENT

Hélène Poussin Casanova
Head of Social innovation Group
NEXANS

GROUPE ADP

AEROWORK

Aerowork est une plateforme digitale, dotée d'intelligence artificielle, facilitant la relation entre candidats locaux, recruteurs aéroportuaires, et conseillers du service public de l'emploi.

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
2 777 millions €

PAYS IMPLIQUÉ
France

BUDGET
398 000 €

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
5 800 / 22 300

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
5

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
NC

2. CONTEXTE ET ENJEUX

L'été 2022 a montré les difficultés de recrutement post crise dans l'aéroportuaire, et l'insuffisance des outils existants pour y remédier. Face au manque d'attractivité auquel sont confrontées les entreprises, les candidats accèdent, eux, à des offres souvent peu lisibles, dont les pré-requis sont difficiles à comprendre et l'absence jugée rédhibitoire. Aerowork permet de candidater largement,sans qualification (ni CV), avec la garantie d'une issue positive: emploi, formation, accompagnement.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Les aéroports de Paris-CDG et Paris-ORY hébergent plus de 120 000 emplois, répartis dans environ 1500 entreprises (dont 25% chez les 2 plus gros employeurs). Chaque année, les emplois saisonniers représentent environ 12 000 contrats. En 2024, les besoins augmenteront mécaniquement en raison des JO Paris 2024. Le projet doit permettre de progressivement pourvoir 100% des postes en amont de la saison, notamment par la création d'un vivier de 5000 candidats prêts à l'emploi.

4. DIMENSION ET ENVERGURE DU PROJET

Le projet transforme la relation entre recruteurs, candidats et services publics de l'emploi.

L'outil est conçu autour du candidat qui complète un questionnaire qualifiant ses compétences/capacités. Un système d'algorithme fait matcher son profil avec des métiers et des offres d'emplois standardisées de toutes les entreprises. Le recruteur justifie sa décision dans l'outil et en cas de refus, le candidat est orienté vers une formation, ou une prise en charge SPE pour un accompagnement ad hoc.

5. GESTION DES RISQUES

Les difficultés de recrutement en 2022 ont eu un impact fort dans les aéroports européens : pertes de bagages, vols annulés, etc… dégradant l'expérience voyageurs. La responsabilité du Groupe ADP est de garantir le bon fonctionnement de l'écosystème "aéroport" avec le souci d'attractivité des métiers et de facilitation du recrutement pour toutes les entreprises (sous-traitants, clients, fournisseurs), avec pour cible prioritaire les communautés locales (acceptabilité).

6. ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS

Le projet mobilise déjà les équipes RH et de direction de 10 entreprises (20 000 collaborateurs) : 26 sont visés dès 2023. Le projet permet surtout, pour la première fois, la création d'une véritable communauté aéroportuaire. Le candidat ne rejoint plus seulement une entreprise, mais bien un collectif. Par le travail fait avec les SPE pour accompagner les candidats refusés, le projet prouve l'engagement des employeurs auprès des communautés locales, et favorise la mobilité entre entreprises.

FORVIA faurecia

MY DIGITAL WORKPLACE

Personnalisation "as a service" de l'expérience employé via la digitalisation de l'environnement de travail, la modernisation/l'automatisation des processus RH et engagement des collaborateurs

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
23 milliards €
en 2022

PAYS IMPLIQUÉS
42

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
10 000 / 150 000

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
50

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
Tous

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Forvia a acceleré ses transformations : l'industrie confrontée à des chocs inédits; Repositionnement stratégique (de "l'ingeneering manufacturing" à la technologie); Ouverture du capital; Acquisition majeure (35K salariés). 4 enjeux :

1. Groupe intégré et décentralisé: 6 BU, 1 culture.
2. Attractivité à booster: marque employeur.
3. Collaborateurs à engager: self-service RH, vision.
4. Nouveaux modes de travail: digital, hybrid, collaboration, personnalisation.
5. Ambition: pionnier technologique.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

1. Car l'ampleur (process, systèmes, culture) et la rapidité du projet sont inédits.

2. Car toutes les innovations que nous avons menées de front ont accéléré la transformation du Groupe (nouveaux formats digital learning, Onboarding app Teams, Hybrid work, AI, people data...).

3. Car pour la 1ère fois dans l'histoire de Forvia, 100% des salariés ont été embarqués et upskillés.

4. Applications développées par les employés en autonomie.

4. DIMENSION ET ENVERGURE DU PROJET

Une vision Groupe "My digital workplace" s'articulant en :

1. Infrastructure collaborative.

2. Portail d'engagement (115 000 connectés, dont 90K opérateurs).

3. Plateforme Digital learning (100% de connectés, 300.000h en 2021).

4. Des nouvelles app sur mesure : onboarding (3000 connectés), Hybrid work app (25000 connectés), AI pour recrutement/site carrière.

5. GESTION DES RISQUES

Risque technologique : innover avec des solutions en constante évolution tout en assurant la continuité et la robustesse de l'existant

Risque financier : nous avons maintenu nos investissements tout en renforçant nos partenariats et synergies avec notre écosystème

Risque humain : nous avons été prudent dans le pilotage de l'adoption/engagement des collaborateurs avec des moyens limités.

6. ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS

- Enquête d'engagement post-covid - très positive
- Leader digital learning (328000h de formation digitale en 2022)
- Microsoft nous classe parmi les leaders de notre secteur sur le travail collaboratif avec les outils MS (plus de 1000 app développées par les employés)
- Un réseau d'ambassadeurs locaux + campagnes
- Attractivité renforcée : de nombreux labels (Top employer, Linkedin most attractive company, Universum...), new site carrière AI

KORIAN

5 STEPS POUR LA PRÉVENTION

"5 Steps pour la prévention, 1 Giant Leap pour la culture de la santé et sécurité au travail"
1 plateforme numérique collaborative, 5 steps, 7 pays, 25 engagements, 875 actions

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
4,311 M€

PAYS IMPLIQUÉS
7

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
60 000 (monde)

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
10

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
800

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Les métiers du soin et d'accompagnement du grand âge peuvent conduire nos salariés à prendre des risques pour leur propre santé, menant aux accidents de travail qui aurient pu être évités. Korian s'est engagé à réduire ces accidents et « prendre soin de celles et ceux qui prennent soin ». Pour réaliser son ambition Korian travaille en étroite collaboration avec ses partenaires sociaux. Des accords ont été signés en France et au niveau européen en 2021, comprenant des engagements concrets.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Une véritable collaboration entre Korian et ses partenaires sociaux. Un sens de responsabilité envers ses employés en cohérence avec les valeurs du groupe. Des auto-évaluations réalisées par les managers de proximité selon une feuille de route nationale et européenne. Un espace de partage des meilleures pratiques entre tous les pays, dans leur langue locale. Une diminution du taux de fréquence qui s'élève à 48 pour le groupe en 2021 contre 57 en 2020, et en voie de réaliser 45 ou moins fin 2022.

4. DIMENSION ET ENVERGURE DU PROJET

Le projet a été déployé à travers 7 pays. Les 25 engagements pris par le groupe pour réduire les accidents de travail se traduisent par 875 actions. 800+ utilisateurs ont été créés sur une plateforme digitale pour mesurer les progrès réalisés au regard de chaque engagement sur le terrain.

Il s'agit non seulement de travailler sur la prévention des accidents, mais de diffuser dans chaque pays où Korian est implanté une véritable culture de santé et sécurité au travail.

5. GESTION DES RISQUES

Le cœur du projet est centré sur la prévention des risques. Par ailleurs, un des engagements s'agit de nommer des "référents santé au travail" dans chaque établissement. Leur rôle est d'accroître la visibilité de la politique Santé Sécurité au travail et de sensibiliser et conseiller les salariés sur leur santé et les risques professionnels qu'ils encourent au travail. Pour réduire les risques liés aux troubles musculo-squelettiques (TMS) 100% des référents santé en France seront formés HAPA.

6. ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS

La plateforme digitale, conçue pour être ergonomique et légère, permet la meilleure appropriation des engagements par tous les interlocuteurs. Elle est mise à disposition des équipes RH et PSS au niveau national dans chaque pays, et déployée auprès de tous les directeurs et directrices d'établissement et équipes régionales en France (responsables prévention, équipes opérations et les équipes ressources humaines). Cela permet à chacun et à chacune d'être acteur du changement.

L'ORÉAL GROUPE

CONNECT & LEARNING FRANCE

Déploiement des nouveaux rituels de développement des collaborateurs au sein de l'Oréal en France

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
18,36 milliards €

PAYS IMPLIQUÉS
150

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
14 000/88 000

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
130

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
Tous

2. CONTEXTE ET ENJEUX

La principale innovation en matière de formation et de développement a été, depuis Janvier 2022, le déploiement du nouveau SIRH mondial. Changement majeur pour les collaborateurs chez L'Oréal, il a été adapté à l'ambition du Groupe de proposer « une expérience collaborateur » personnalisée inédite. L'évolution marquante de cette innovation est d'encourager les collaborateurs / managers à avoir des conversations en continu (CONNECT CONVERSATIONS) autour du développement et de leur employabilité.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

L'accompagnement réalisé par l'équipe People Development & Learning Zone France auprès de son écosystème a été clé pour l'activation et déploiement de ce nouveau projet avec des changements importants pour tous les acteurs chez L'Oréal.

Le changement a été fait principalement par les équipes People dev France qui se sont engagées dans le déploiement de ces nouveaux rituels de développement au service de nos enjeux business et de l'employabilité de tous.

4. DIMENSION ET ENVERGURE DU PROJET

Grand Big Bang au sein de notre groupe avec un lancement mondial du SIRH dans 150 pays et la France en tête dans la prise en main du module Formation et Performance.

Tous les écosystèmes professionnels impliqués: Laboratoires, Usines, Centrales de distribution, Fonctions business et corporate.

Nos process RH sont pilotés via une plateforme unique pour l'ensemble des pays et zones géographiques du groupe.

5. GESTION DES RISQUES

Upskilling de la Communauté HR & Collaborateurs : afin de faciliter la mise en place du Projet, l' équipe a accompagné les collaborateurs ainsi que toute la communauté HR avec : des Formations , des Hotlines & Helplines , des Demos & Masterclasses, des Manuels d'utilisation & Vidéos tutoriels, des sessions « play&learn "

Un plan d'action d'inclusion numérique est mis en oeuvre pour accompagner près de 480 collaborateurs ayant des problèmes d'illectronisme.

6. ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS

+ 80% des collaborateurs ont eu des conversations Connect après 6 mois de lancement

+78% d'objectifs de performance créés

175 000 H de formations réalisées à fin juillet 2022 (périmètre France)

Development Week en Juin 2022: une semaine avec plus de 24 webinars, et plus de 3600 participants

Tous les collaborateurs en France auront participé à au moins une action de sensibilisation à Connect & Learning avant la fin de l'année.

TECHNIP ENERGIES

TECHNIP ENERGIES - HR DIGITALIZATION JOURNEY

Une roadmap ambitieuse de digitalisation de nos processus et outils RH visant à améliorer l'expérience de nos collaborateurs et l'efficacité de la fonction.

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
6 667 Millions €

PAYS IMPLIQUÉS
34 (+60 entités légales)

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
3 000 / 15 000
(Emp. only)

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
Equipe fonct., IT, Integrateurs

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
+ 15 000

2. CONTEXTE ET ENJEUX

CONTEXTE

SIRH multiples/fragmentés

Capacité IT obsolète

Fiabilité partielle des données

Processus manuels et non unifiés

Satisfaction clients non mesurée

ENJEUX

Standardiser nos processus RH
Améliorer l'expérience client

Améliorer notre efficacité

Permettre aux collaborateurs d'être acteurs aux processus RH (self-service)

Mesurer notre performance

Delivrer des reportings fiables pour piloter notre workforce

Améliorer la qualité des données

Réduire les coûts

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

DEPLOYÉS

Un système RH global: gestion des données de l'embauche à la sortie,processus C&B et talent, +25 applications RH décommissionnées, + 25 processus RH unifiés, intégrés à notre MDM/ERP/LMS/Paie.

Un portail de recrutement global intégré à notre HCM.

Un portail unifié de services RH offrant du self-service et permettant de résoudre plus rapidement et efficacement les requêtes de nos collaborateurs.

EN COURS

Solution globale: On/cross/Off boarding, gestion des absences et du temps de travail intégrée à notre HCM et ERP, des solutions innovantes pour soutenir notre roadmap Talent Management.

4. DIMENSION ET ENVERGURE DU PROJET

Solutions globales multilingues ciblant 34 pays, + 15000 utilisateurs collaborateurs/managers/RH/autres fonctions.

Projets pilotés en mode Agile: déploiement rapide et incrémental.

5. GESTION DES RISQUES

Implémentation d'outils digitaux pour augmenter l'éducation et l'adoption.

Accompagnement du changement avec analyse de l'impact, communication sur-mesure avant/après Go-live ciblant les utilisateurs.

Pilotage en mode agile permettant ajustements en cours des projets.

Intégration des bonnes pratiques RH et retours d'experiences.

Communication top-down.

Equipe projet, interventions régulières de SMEs et sponsorship.

6. ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS

Projet global avec consultation et inputs fonctionnels et légaux des différents pays.

Voix de nos clients internes via des enquêtes.

Communications régulières multi-channels.

Demande de feedback utilisateur (CSAT,NPS) intégrée à nos solutions.

Communication top-down de notre EXCOM.

VINCI CONSTRUCTION

AU COEUR DE LA TRANSFORMATION DIGITALE

Nouvelle plateforme RH au service de l'ensemble des activités du groupe favorisant une excellence opérationnelle dans tous les domaines

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
26 B€

PAYS IMPLIQUÉS
108

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
52 300 / 115 074

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
60

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
35 000

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Le projet E-HR naît dans le cadre du programme de transformation digitale destiné à renforcer le leadership du groupe. La plateforme digitale E-Cube est créée et héberge une suite de solutions communes.

E-HR est au cœur de ce dispositif et devient le référentiel des ressources du groupe pour tous ses outils.

Ses objectifs : un outil accessible à tous, partout, n'importe quand. Un portail unique pour standardiser les pratiques et attirer/retenir les meilleurs. Une saisie unique des données.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Déploiement finalisé dans 7 pays. 35000 utilisateurs dont 1504 RH. 68000 transactions RH opérées/an. 3000 embauches en 6 mois. 22223 offres de formation en catalogue. 18000 ouvriers non digitalisés intégrés (33% des absences gérées). Parcours de formation hors norme.

Adapté à tout environnement (langues, spéc. locales). Fiabilité et accessibilité de la donnée. Interface en temps réel avec la paie. Surveys réalisés avec de très bons retour. E-HR, élu meilleur outil digital au Québec en 2021.

4. DIMENSION ET ENVERGURE DU PROJET

Prévu pour être déployé à l'origine sur un périmètre de 15 pays pour 45 000 utilisateurs, le rapprochement des activités d'Eurovia et Vinci Construction relève le défi. E-HR va couvrir plus de 108 pays pour 115 000 collaborateurs. L'envergure d'un tel projet nécessitera de faire évoluer l'outil pour le rendre encore plus agile, il permettra de favoriser et accélérer l'innovation. La conduite du changement très présente sera doublement renforcée.

5. GESTION DES RISQUES

Gouvernance et comités en place pour sécuriser le déploiement et maintien opérationnel des outils. Suivi quotidien avec indicateurs multiples pour traquer les incidents, les actions, les livrables et les coûts pour l'ensemble du programme. Instance décisionnelle pour l'arbitrage des démarrages en production ou encore la validation des évolutions demandées (faisabilité technique, délais, budgets, capacité des équipes à réaliser).

6. ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS

E-HR est accessible à tous. Il permet une interaction au quotidien entre RH, managers et employés (gestion administrative, des absences, entretiens annuels, formation). Cette nouvelle plateforme renforce l'engagement, le sentiment d'appartenance et la marque employeur du groupe. Elle offre transparence et autonomie à tous les profils. Les managers sont responsabilisés dans leurs actions dès l'intégration de leurs collaborateurs qui ont accès à E-HR avant même leur arrivée.

LE PARRAIN
DE LA CATÉGORIE AMBITION

indeed

EN SAVOIR

Premier site d'emploi mondial[1], Indeed fait des candidats une priorité en leur permettant de chercher un emploi, de publier leur CV, de se renseigner sur les entreprises et de noter leur employeur.

À la différence des job-boards classiques, Indeed est un moteur de recherche et recense l'intégralité des offres disponibles sur le marché. Ainsi, il s'adresse à l'ensemble de la population active. Par conséquent, l'audience d'Indeed en France est équilibrée géographiquement mais aussi entre les différentes catégories sociaux-professionnelles.

En France, Indeed, c'est 6,5 millions de visiteurs uniques[2], 9,3 millions de CV disponibles, 1ère application de recherche d'emploi sur iPhone et Android[3].

Grâce au partenariat unique avec Glassdoor, Indeed aide les entreprises à raconter leur histoire auprès des candidats pertinents pour attirer, recruter et retenir les meilleurs talents.

Sources : [1]comScore, nombre total de visites, mars 2021 [2]Médiamétrie Netratings, visiteurs uniques, juin 2022 [3]Classement SimilarWeb, catégorie applications mobiles « business », juillet 2022

LES NOMMÉS 2022

CATÉGORIE AMBITION

1

Aerowork

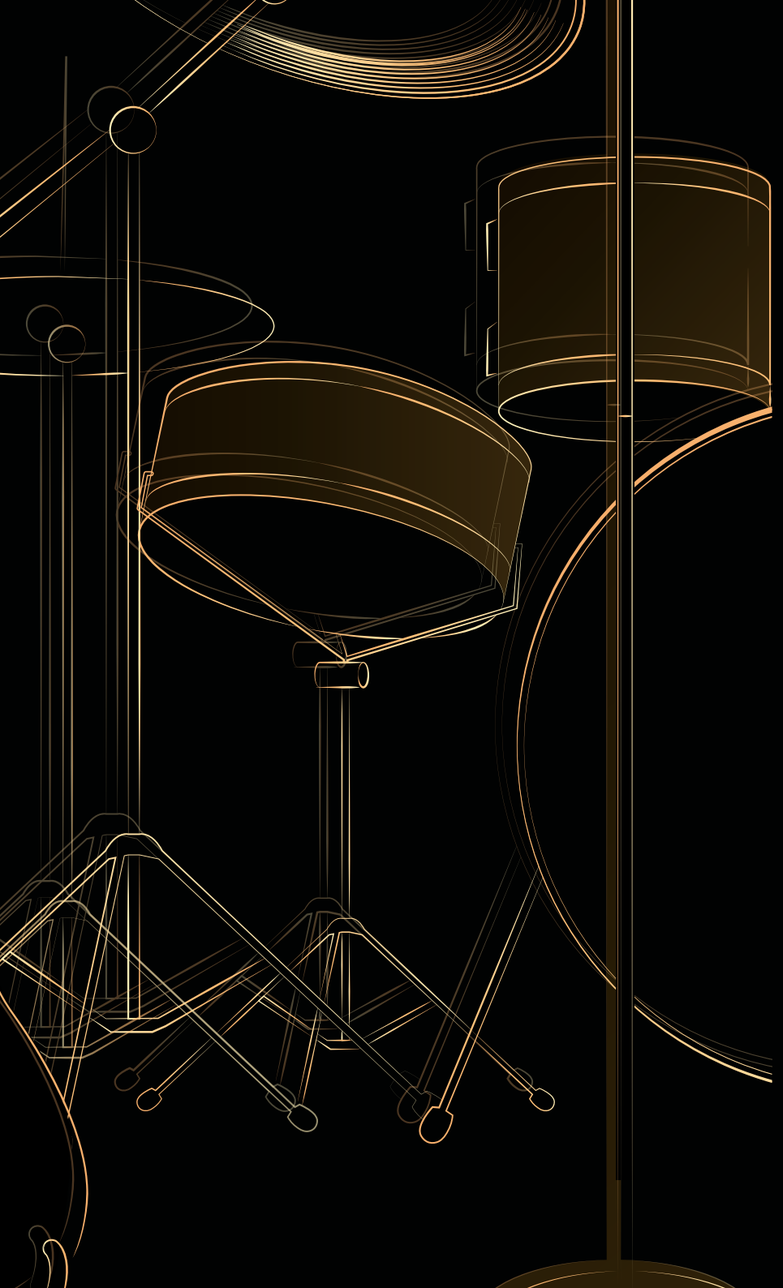
2

Au coeur de la transformation digitale

3

TECHNIP ENERGIES - HR Digitalization Journey

Amélie Lummaux et Laurent Gasse | GROUPE ADP



CATÉGORIE BUSINESS PARTNER

BUSINESS PARTNER

DESCRIPTION

Projet à l'initiative de la fonction RH et dont le résultat produit des effets directement au delà de la RH.

Il aura impacté favorablement la relation entre les métiers et la fonction RH et renforcé la légitimité de la fonction comme un partenaire stratégique de l'entreprise.

LES CANDIDATS

ADISSEO A Bluestar Company

orange

BNP PARIBAS

Pierre Fabre

Brut.

RHENUS LOGISTICS

GROUPE LACTALIS

SOCIETE GENERALE

PARTOUCHE

MEMBRES **DU JURY**

Sandrine Leligois
SVP HR transformation
ACCORINVEST

Domitille Fretin
VP Group Compensation & Benefits
BUREAU VERITAS

Jérôme Isaert
Directeur Human Capital - HR Transformation
DELOITTE

Vanessa Lefranc
Directrice Du Développement RH & Diversité Groupe
ELIOR

Emeric Bodineau
Group Head of Human Resources
HARIBO

Maguelone Cailleau
Head Of Talent Acquisition And Talent Development
ISS FRANCE

Florence Gounel
DRH
NEOBRAIN

Fabien Gillen
VP HR - B&T Northern Business Group
NEXANS

Leila Msaaf
Directrice Du Developpement RH
Et De L'Engagement
NEXITY

Garlone Violle
People Experience Director
SERVIER

Pierre-Michel Bataillard
DRH Groupe
SGD PHARMA

Celine Luc
Directrice Gestion Des Talents
STEF

Céline Petit
DRH France
TAKEDA

Isabelle Quainon
DRH adjointe, gestion des dirigeants, talent management, comp&ben
VEOLIA

ADISSEO
A Bluestar Company

WE LEAD ADISSEO NEW WAY

Programme d'accompagnement de la crise Covid mené 100% en distanciel et online. A embarqué l'ensemble des 100 leaders et 2500 collaborateurs d'Adisseo

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
1,7 Md €

PAYS IMPLIQUÉS
Amérique-Asie-EMEA

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
2 500

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
2

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
100

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Dans le contexte de la crise Covid, dès le départ en janvier 2020 l'ambition d'Adisseo a été d'assurer : la protection de ses salariés à travers le monde, contribuer à la continuité de la chaîne alimentaire, dessiner une organisation du travail actionnable dans la crise immédiate et adaptable aux futurs enjeux qui nous attendent.

Pour sécuriser la chaîne alimentaire protéinée mondiale, il fallait mobiliser dans la durée toute l'organisation humaine, la focaliser, la rendre résiliente.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

1. Appui au business en temps réel à la crise.
2. A embarqué l'ensemble des 100 leaders et 2500 collaborateurs d'Adisseo
3. Mené 100% en distanciel et online.

Juin 2020 : 7 principes pour Adisseo

Juin 2020 : 10 groupes de travail avec équipes de management des business units et fonctions

Août 2020-sept 2021 : 14 enquêtes Pulse mensuelles d'engagement online

Nov 2020-février 2021 : programme full online de formation de 100 leaders sur 4 mois

Pauses contact, appels téléphoniques

Walk the talk

4. PROACTIVITÉ ET LEADERSHIP DE LA FONCTION RH

Dès janvier 2020 la RH s'est positionnée en support au business en partageant sa lecture de la crise et a conduit le Comex pour proposer 7 principes de fonctionnement de l'organisation qui sont entrés en vigueur dés juin 2020.

Un programme d'accompagnement et de formation des leaders et des collaborateurs en est sorti. Ce dispositif applicable à tous les domaines de l'entreprise a été et est toujours un repère fort et un fil rouge tout au long de la crise Covid et de la sortie de crise.

5. CONTRIBUTION AUX ENJEUX STRATÉGIQUES ET BUSINESS

En complément du pilotage de la gestion de crise la fonction RH a perçu la nécessité d'apporter un support immédiat aux managers dans la conduite de leurs équipes et assurer ainsi la continuité du business dans les meilleures conditions.

Managers et collaborateurs en perte de repères ont bénéficié de cet appui et continuent à en bénéficier.

L'investissement réalisé dans la définition des nouveaux modes de travail permet aujourd'hui de sécuriser notre activité, faire face à de nouvelles crises.

6. COLLABORATION AVEC D'AUTRES SERVICES

Collaboration avec les équipes de management des Business Units, sites et Fonctions dans l'ensemble des pays Adisseo (Amériques, Asie, EMEA) à travers des groupes de travail.

Pilotage de domaines connexes pour une mise en oeuvre adaptée et opérationnelles (département informatique, légal et achats).

Interaction avec organisations externes, gouvernementaux, associatifs professionnels, autres entreprises, pour un partage et une amélioration continue.

BNP PARIBAS

SMART WORKING

Un écosystème de services et d'outils pour accompagner les nouvelles façons de travailler chez BNP Paribas

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
39,072 Mds €

PAYS IMPLIQUÉS
65

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
190 000

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
26

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
190 000

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Ecouter les collaborateurs, analyser les tendances et co-construire, avec le business, en un temps record, un cadre commun flexible et des solutions innovantes pour proposer de nouvelles modalités de travail, post crise sanitaire

Avec une équipe projet pluridisciplinaire et un réseau d'ambassadeurs métiers pour un accompagnement local

Autour de 4 piliers: Télétravail, Outils digitaux, Espaces de travail, People Care

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Une collaboration efficace qui a permis de déployer le Smart working en 6 mois auprès des 190K collaborateurs avec des solutions flexibles et adaptées, fortement plébiscitées:

>70% de collab. télétravaillent 2 à 3 jours par semaine.

135K utilisateurs monde de SAM : plateforme d'appropriation du Smart Working

29K utilisateurs France et 1M de réservations sur W@W: app pour organiser la journée au bureau

Des premiers feedback collaborateurs, managers et business positifs

4. PROACTIVITÉ ET LEADERSHIP DE LA FONCTION RH

Sponsor opérationnel du projet, la Fonction RH a été moteur pour initier le programme, embarquer les Fonctions IT et Immobilier et fédérer les business.

En plus de l'écoute des collaborateurs, via les enquêtes internes et l'animation des 100 ambassadeurs Smart Working, les RH Groupe participent à un Do Thank sur le future of work (ENVI) ainsi qu'à la Chair "Reinventing Work" avec l'ESCP.

L'objectif : anticiper les tendances et innover pour faire évoluer le cadre.

5. CONTRIBUTION AUX ENJEUX STRATÉGIQUES ET BUSINESS

Le Smart Woking permet de fédérer le business autour d'un projet commun pour faire évoluer les façons de travailler

Il augmente l'attractivité du Groupe ce qui permet de répondre aux enjeux de recrutement du business

6. COLLABORATION AVEC D'AUTRES SERVICES

Les 3 grandes Fonctions du Groupe (RH, IT et Immobilier) travaillent main dans la main, quotidiennement pour repenser les modes de travail des 190K collaborateurs de BNP Paribas; en lien constant avec le business grâce aux ambassadeurs afin de répondre au mieux aux besoins du terrain.

Brut.

BRUT FOR., FROM 80 TO 350

Un projet pour créer une culture d'entreprise forte et scaler en deux ans.

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
NA

PAYS IMPLIQUÉS
4

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
280 / 370

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
5

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
280

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Contexte : Avril 2020, le média avait 3,5 ans. Nous étions post série B (40M€).

Nous devions construire un média fort, international qui offre des expériences et services en plus de ses contenus originaux. Nous devions définir un business model pour assurer notre indépendance.

Objectifs :

Recrutement = +125 en 18mois

Diversité des équipes = 35%

Parité = 50% au CODIR

Formation & Evaluation = 100% équipes

Certification GreatPlace to Work

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

A alimenter avec des KPI et chiffres clés

- plan de recrutement ambitieux (125) dans 3 pays / pas de cooptation pendant 2 ans pour tenir nos objectifs de diversité des équipes (35%)
- création des programmes Brut. For (formation, volontariat en entreprise, mobilité interne) et Brut Meet (intégration)
- la boite a scalé +360% en terme d'effectifs

4. PROACTIVITÉ ET LEADERSHIP DE LA FONCTION RH

"En tant que première Chief People Officer de Brut, je me suis positionnée dès le début comme une Business Partner. Je orenias les besoins business et j'y répondais de facçon pragmatique et efficace. Cette approche m'a permis de gagner en 3 mois la confiance des fondateurs et de mes pairs au Codir."

5. CONTRIBUTION AUX ENJEUX STRATÉGIQUES ET BUSINESS

"Nous avons accompagné la transformation tech et DAta en temps record (24 mois). Nous avons ainsi closer une belle série D en juin 2021."

"Nous avons intégré des fonctions business clés pour le développement de notre média."

"Même en période de scale, notre Turn over est resté à 8%."

6. COLLABORATION AVEC D'AUTRES SERVICES

Intégration aux autres service : pas de bureau fermé pour les RH mais présence physique en open space au milieur des équipes, pour démystifier la fonction, partager notre mission.

Partage d'une road map alignée sur le temps du business avec des KPIs concrets.

Evenements RH (chaque trimestre, bi monthly) pour célébrer les succès et fixer les prochains objectifs.

GROUPE LACTALIS

DIGITALISATION D'EXPERTISE INDUSTRIELLE

Accompagnement des experts métier internes pour produire la formation digitale sur l'expertise industrielle

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
22 milliards €

PAYS IMPLIQUÉS
77

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
15 000 / 85 000

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
100

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
19 000

2. CONTEXTE ET ENJEUX

La croissance rapide du Groupe à l'international (10 acquisitions par an depuis 15 ans) et le changement générationnel: besoin de perenniser le savoir-faire. Objectif : montée en compétences de nouveaux collaborateurs sur les savoir-faire du Groupe pour leur donner les clés de la réussite dans leur fonctions.

Résultats à 09/2022 : 20 000 apprenants dans 77 pays ont accès à 150 cours - tous conçus ou achetés en lien avec les enjeux business. Taux de connexion 60%, moyenne 4,3 h/pers.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

30 formations digitales créées par les experts métier, 40 en conception.

Sur les formatons conçues en interne, 5 000 cours suivis par 4 000 personnes dans 77 pays.

Axes forts :

1. KPIs liés à l'excellence opérationnelle industrielle.
2. process + outils simples, choisis et optimisés pour la mise à jour et traduction facile.
3. fort accompagnement interne en format digital sur la conception pédagogique et digitale.

4. PROACTIVITÉ ET LEADERSHIP DE LA FONCTION RH

La direction formation Groupe a :

- Sélectionne les outils permettant de digitaliser les formations (Crossknowledge avec BlendedX),
- Établi les process d'accompagnement pour des formateurs internes (composé de formations digitales sur-mesure et d'accompagnement individualisé et en groupe),
- Conçu plusieurs projets en co-création avec les Business Lines,
- Accompagné 60 formateurs internes.

5. CONTRIBUTION AUX ENJEUX STRATÉGIQUES ET BUSINESS

Cette démarche contribue à l'expérience collaborateur en fidélisant les collaborateurs qui sont mieux appréciés car ils delivrent des meilleurs résultats. Côté Business, cela renforce l'excellence opérationnelle et contribue à la pérénnité du Groupe.

6. COLLABORATION AVEC D'AUTRES SERVICES

Toutes les Business Lines et toutes les Directions RH de 77 pays participent au projet. Les 60 formateurs internes sont régroupés dans la Communauté de Concepteurs sur le LMS Crossknowledge avec accès aux formations conçues en interne pour eux avec, avec des ressources et possibilité d'entraide.

MANAO

Le réseau social interne et international du groupe Orange avec du matching professionnel - 100% mobile !

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
42.5 Md €

PAYS IMPLIQUÉS
20

BUDGET
création en interne

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
140 000 (monde)

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
10

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
30 000

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Forte de ses 140 000 salariés dans le monde : travailleurs en boutique, sur le terrain, en télétravail ou sur site, Orange doit composer avec une grande diversité de métiers et d'expériences.

L'application mobile Manao fédère les salariés autour de l'identité d'un Groupe international. Elle répond aux besoins stratégiques en apportant une réponse opérationnelle:

- communication horizontale et verticale
- baromètre social permanent
- parcours professionnel à la main des salariés.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Manao est l'unique application qui permet de créer du lien tant entre les salariés qu'entre les dirigeants et les salariés, et, a permis de rompre l'isolement pendant la crise sanitaire.

Manao regroupe 30 000 utilisateurs de 20 pays, représentatifs de notre diversité, et s'affranchit des silos organisationnels au profit du collectif Groupe.

Proximité, entraide, solidarité, mobilité interne, Manao valorise le quotidien et les initiatives de chacun.

Créé par les salariés pour les salariés.

4. PROACTIVITÉ ET LEADERSHIP DE LA FONCTION RH

Manao est né de la rencontre entre les enjeux stratégiques et les besoins opérationnels.

Pour nos dirigeants (PDG et DRH) : donner du sens à la stratégie au plus grand nombre, bénéficier de retours salariés en temps réel.

Pour nos salariés : comprendre les décisions et partager plus directement et librement son quotidien.

Au travers d'interactions formelles et informelles avec le Comex, la RH a connaissance des sujets qui préoccupent ou réjouissent les salariés et mène des actions au besoin.

5. CONTRIBUTION AUX ENJEUX STRATÉGIQUES ET BUSINESS

Pur produit de la transformation RH, cette solution intéresse aujourd'hui en externe, plus d'une dizaine de clients Orange sont prêts pour un pilote !

C'est pourquoi Manao a été adapté en produit commercialisable en marque blanche "Mon Réseau d'Entreprise" (MRE) .

C'est un enjeu pour la DRH de promouvoir son innovation et de se donner l'opportunité de la commercialiser et de financer de nouveaux projets tout en valorisant ses talents internes.

6. COLLABORATION AVEC D'AUTRES SERVICES

Développée en méthode agile, Manao a permis la collaboration avec + de 200 salariés bêta-testeurs et les équipes :

- RH
- innovation et transformation
- développement et hébergement
- juridiques et commerciales

Ainsi qu'une start-up spécialisée en développement personnel pour intégrer une IA permettant le matching professionnel.

Le tout afin de garantir que l'application réponde aux besoins des utilisateurs, aux enjeux stratégiques, et créée des opportunités business et de l'attractivité.

PROJET SCOREFUN

Optimiser le management de la relation client via un outil et un système de management innovants.

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
433,5 M €

PAYS IMPLIQUÉS
France

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
4 200

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
5

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
450

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Le contexte post covid et la nouvelle génération nous imposent de repenser notre modèle managérial pour poursuivre l'excellence de la relation client dans notre contexte de contact permanent équipes-clients, horaires individualisés, 24/7.

Nos objectifs :

- Améliorer la relation client.
- Renforcer le sens du travail et mettre en place une rémunération variable individuelle.
- Donner aux managers un nouveau rôle, eux même étant évalués.
- Mettre en place une culture de feedback.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

- Plus de 250 critères évalués selon des rythmes variables.
- Plus de 10000 évaluations réalisées. Plus de 400 primes individuelles ou récompenses distribuées sur des critères objectifs.
- Indicateurs de performance adaptés au terrain.
- Plus grande réactivité dans les relations managériales, détection de situations particulières et de besoins de remédiation.
- Attribution d'Open Badges qui matérialisent la reconnaissance des compétences.

4. PROACTIVITÉ ET LEADERSHIP DE LA FONCTION RH

Pour ce projet la fonction RH a choisi un enjeu business fort, celui de la relation client, et l'a connecté à un enjeu RH. En étant force de proposition pour aboutir à la création de Scorefun, startup dédiée, plus à même de développer une application conforme aux besoins et contraintes identifiés.

En termes de leadership la fonction RH s'est positionnée vis à vis des responsables des filiales impliquées comme un élément moteur dans la recherche de l'amélioration de la relation client.

5. CONTRIBUTION AUX ENJEUX STRATÉGIQUES ET BUSINESS

La fidélisation client repose essentiellement sur la qualité de l'accueil, sur les compétences mises en oeuvre par les collaborateurs. Pour viser l'excellence en situation opérationnelle, Scorefun permet de faire évoluer la culture manageriale. Sur la base de données quantitatives et qualitatives en situation opérationnelle, Scorefun permet la mise en oeuvre d'un plan d'amélioration continue. Et de fidéliser les collaborateurs, par un système de rémunération variable et l'attribution d'Open Badges.

6. COLLABORATION AVEC D'AUTRES SERVICES

Ce projet a été mené en amont avec des équipes opérationnelles, RH, Directions de sites afin de déterminer nos enjeux, contraintes et besoins. De même lors des phases de test l'équipe siège s'est impliquée dans les réunions de calage avec les managers. Pour la partie managériale, l'équipe s'est impliquée auprès des opérationnels que ce soit sur les critères à évaluer, sur la manière d'apprécier la qualité du travail, de savoir expliquer les scores aux collaborateurs, puis de savoir rétribuer.

Pierre Fabre

SKILLWEEK

1 semaine dédiée au développement des compétences et au projet professionnel des collaborateurs partout dans le monde, sur tous les périmètres : terrain, bureaux ou usines de jour comme de nuit.

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
2,5 Milliards €

PAYS IMPLIQUÉS
32 sur 41

BUDGET
47k€

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
9 600

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
7 (>180 contributeurs)

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
> 5 520

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Contexte externe: Obsolescence rapide des compétences (18mois à 5 ans) + VUCA.

Contexte interne : Survey 2021, 63% des collaborateurs (coll) Pierre Fabre considèrent qu'il est facile d'apprendre et de se développer.

Enjeux : Faire prendre conscience de la nécessité de développer ses compétences au quotidien - Adopter une nouvelle posture collective - Partager une vision compétence - Investir le terrain tous ensemble (opération commando), l
e RH : interlocuteur privilégié sur les compétences.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Pour l'ambition, l'énergie, l'innovation & originalité, le changement d'image des RH, le collectif, 80% réalisé en interne, l'impact collaborateur, le succès rencontré. Tx de recommandation : 86,7% + "Inspirant, enrichissant, énergisant, bravo à la RH, à renouveler..." > 5520 collaborateurs impliqués

17 conférences co-construites et animées par les équipes RH/Métier sur les compétences (>5630 vues); > 200 workshops animés (jour/nuit;présentiel/distanciel); Fortune cookie (avec des lots à gagner)

4. PROACTIVITÉ ET LEADERSHIP DE LA FONCTION RH

10/21 : Validation du projet par la core team RH.

11/21 : création de l'équipe projet (6 coll de la RH et 1 Métier) et construction du Minimum Value Product

12/21 : Co-design macro des éléments avec différentes équipes RH impliquées (>45 coll)

01/22 : Intégration Métiers, co-production workshops.

02/22 : Crash test des workshops & accompagnement des animateurs (RH et Métiers) + traduction

03/22 : Go live, animation

1 slogan pour la RH Act as one : "Tous leaders, Tous promoteurs, Tous acteurs"

5. CONTRIBUTION AUX ENJEUX STRATÉGIQUES ET BUSINESS

Pris de de conscience sur les enjeux compétences de demain & les moyens associés proposés par l'entreprise.

Forte contribution de la Skillweek sur l'image interne de Pierre Fabre en tant qu'entreprise apprenante, ce qui passe par l'implication et l'engagement de chacun (coll/manager/RH/entreprise).

Post-Skillweek : sollicitations ++ des Métiers pour préparer les enjeux actuels et futurs du Business y compris sur des sujets où nous n'intervenions pas auparavant.

6. COLLABORATION AVEC D'AUTRES SERVICES

Les équipes RH ont collaboré pendant cette Skillweek avec :

1. chaque Business Unit représentée lors des conférences animées : R&D, Marketing (DermoCare Personal Care et Medical Care), Opérations, la BU International, Sales, Business Partners (Direction Médicale Patient & Consommateur, Data, Finance)
2. Equipes IT
3. Patrons de site
4. Moyens généraux
5. Communication interne
6. Formateurs métiers internes
7. Partenaires externes (conférences & goodies)

RHENUS LOGISTICS

ASSISTANTE VIRTUELLE RH LILY

La mise en place de l'assistante virtuelle RH Lily a pour objectif de faciliter l'échange entre les RH et les collaborateurs Rhenus en France, en leur offrant une expérience RH innovante et optimisée.

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
7 milliards €

PAYS IMPLIQUÉS
France

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
2 000 / 37 500

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
8

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
2 000

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Ce projet a été pensé dans le but d'accompagner les collaborateurs en leur offrant un support disponible 24h/7j et personnalisé.

Lily a été conçue pour répondre aux questions récurrentes RH, et ainsi permettre aux opérationnels de se concentrer sur leur core business.

Elle est intégrée à des outils déjà présents dans l'écosystème Rhenus (Teams, Intranet, Bornes intéractives...).

L'enjeu est de proposer un moyen innovant pour communiquer et de rompre avec une approche traditionnelle RH.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Aujourd'hui, l'un des enjeux RH majeur est d'offrir une expérience collaborateur optimale afin de les fidéliser. Lily sert de support et de soutien aux collaborateurs, les accompagne dans leurs questions ou leur intégration grâce à ses réponses en direct. Cela nous permet de moderniser l'image du secteur de la Logistique. Ce projet est également un moyen de transmettre le même niveau d'informations quel que soit les interlocuteurs et simplifier les canaux de communication au sein de Rhenus.

4. PROACTIVITÉ ET LEADERSHIP DE LA FONCTION RH

L'assistante virtuelle a permis aux RH de communiquer sur les bonnes pratiques et les nouveautés (processus, intégration, onboarding...) de façon hebdomadaire. Une utilisation plus conséquente suite à l'organisation d'événements de promotions autour de Lily, a été observée. Ce projet est un moyen de mettre en lumière la fonction RH au sein de l'entreprise.

5. CONTRIBUTION AUX ENJEUX STRATÉGIQUES ET BUSINESS

La particularité de Lily est qu'elle est accessible aux collaborateurs de première ligne via des bornes. On a commencé le projet en pensant simplement à réduire le nombre de questions et alléger la fonction RH. Elle est finalement utilisée par tous les employés, y compris ceux qui n'ont pas accès à un ordinateur ou qui ont peu de connaissances numériques. Une stratégie de communication est mise en place pour la faire connaître et favoriser son adoption, notamment à travers d'événements.

6. COLLABORATION AVEC D'AUTRES SERVICES

L'assistante virtuelle RH Lily est en cours de déploiement sur les 30 sites pour que chacun puisse bénéficier de son accompagnement. Aussi, le choix du prénom "Lily" a été réalisé de manière collaborative afin d'impliquer chacun et favoriser l'adhésion. De plus, différents services ont coopéré pour communiquer autour de Lily : utilisation des bornes interactives, organisation d'événements, stickers collés sur les badges, diffusion de vidéos de présentation du chatbot sur les écrans sur sites...

SOCIETE GENERALE

L'ORCHESTRATION DU SWP AVEC ACE

Mise en musique de l'anticipation des évolutions des métiers et de la stratégie RH à 3 ans chez Société Générale

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
25 798 000

PAYS IMPLIQUÉS
30

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
39 000 / 115 000

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
7

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
80 000

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Contexte : Environnement VUCA avec des métiers en forte transformation.

Impact de la réglementation qui évolue rapidement.

Prise de conscience forte sur la RSE (employeur responsable).

Enjeux : Fournir à Société Générale les compétences nécessaires à sa transformation et sa stratégie.

Anticiper l'évolution des métiers et des compétences à horizon 3 ans.

Individualiser le développement des collaborateurs et pérenniser leur employabilité.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Le SWP chez SG, ce sont les Business+RH+IA pour :

- Une couverture mondiale.
- Sur 100% des 27 BU.
- 100 métiers clés revus et intégrés dans ACE.

avec

- L'identification des compétences clés de demain.
- La restitution par ACE du gap avec les compétences détenues aujourd'hui, à la maille individuelle ET collective.
- La définition de 27 plans d'action RH: 40 parcours de reskilling; mutualisations de plans de formation sur des métiers cœurs; optimisation de la mobilité interne avec un ciblage sur mesure.

4. PROACTIVITÉ ET LEADERSHIP DE LA FONCTION RH

La fonction RH est proactive au titre de l'anticipation de l'évolution des métiers.

Elle pilote une communauté de référents SWP en charge de l'accompagnement des business lors des campagnes annuelles pour identifier l'évolution des métiers clés et des compétences associées.

Les résultats des campagnes alimentent ACE qui mesure les écarts entre l'existant et les besoins business et, permet de proposer et d'opérationnaliser les actions de développement collectives et/ou individuelles.

5. CONTRIBUTION AUX ENJEUX STRATÉGIQUES ET BUSINESS

Préparer la banque de demain.

Aider les managers à se projeter sur leurs besoins de ressources et de compétences à 3 ans.

Faciliter la mission des RH sur l'accompagnement de l'anticipation des évolutions des métiers et compétences.

Mettre la bonne personne au bon endroit au bon moment

...autant d'éléments qui inscrivent le projet dans la stratégie du Groupe avec un suivi par OKR.

6. COLLABORATION AVEC D'AUTRES SERVICES

Un sponsorship fort de la DRH Groupe.

La filière RH (1000 pers.) en transverse dans le Groupe (DRH, HRBP, Direction de la formation, Direction du Recrutement et mobilité interne, Gestion des talents).

Les managers des métiers clés (membres de comité exécutif et managers de proximité).

La Direction de la Communication.

L'IT en équipe agile.

Un partenaire de confiance : 365Talents.

LE PARRAIN
DE LA CATÉGORIE
BUSINESS PARTNER

NEOBRAIN

EN
SAVOIR

Neobrain est une solution RH novatrice qui a pour objectif de réduire l'impact de l'évolution des entreprises et des métiers sur l'humain.

Le monde se transforme. Les entreprises envisagent des évolutions de leur organisation. Des réorganisations qui sont certes nécessaires mais qui impactent aussi les salariés et leurs métiers. C'est pourquoi, en janvier 2018, à 22 ans, et après une première expérience entrepreneuriale réussie dans l'orientation scolaire avec FURTUNESS du Groupe l'Étudiant, Paul Courtaud a créé NEOBRAIN. Sa mission ? Développer un outil digital intuitif pour accompagner les Hommes dans leur transformation professionnelle dans un monde en pleine mutation.

Pourquoi Neobrain ? Tout simplement pour illustrer l'apport de nouvelles formes d'intelligences au service de l'Homme.

LES NOMMÉS 2022

CATÉGORIE BUSINESS PARTNER

1

Brut.

Brut For from 80 to 350

2

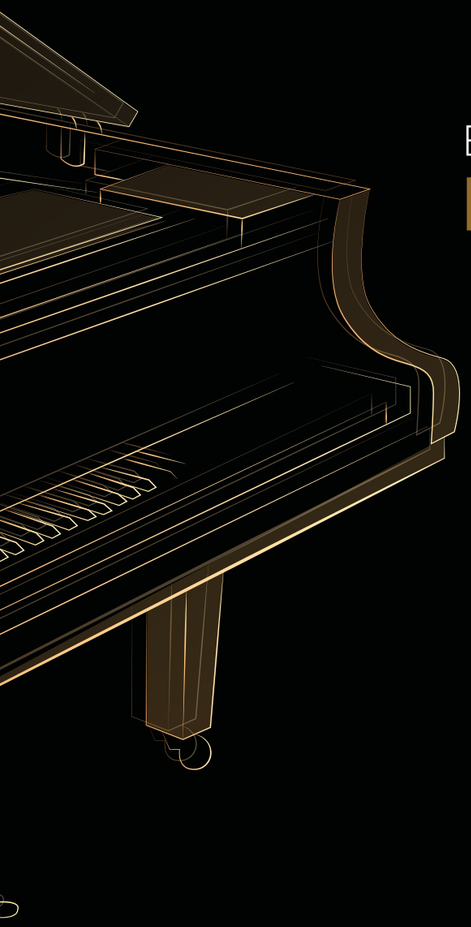
Digitalisation d'expertise industrielle

3

Projet Scorefun

Elsa Darquier-Fournier | BRUT

CATÉGORIE EFFICIENCE



EFFICIENCE

DESCRIPTION

Projet qui aura transformé en profondeur des processus RH avec des gains notables en terme d'efficience, de temps et de ressources.

Ce projet aura véritablement modernisé et automatisé le fonctionnement opérationnel pour apporter plus de valeur ajoutée.

LES CANDIDATS

ADISSEO A Bluestar Company

france•tv

AP-HP. Nord Université Paris Cité

LESAFFRE

BAYER

Optim'services

MEMBRES **DU JURY**

Laurent Perret
Directeur BU portage salarial
AD'MISSION

Delphine Moreau
Directeur de l'administration du personnel
BANQUE DE FRANCE

Fernanda Ribeiro
VP HR Operational Excellence & Digitalisation
BUREAU VERITAS

Laurence Barthès
EVP Chief People & Information officer
DASSAULT SYSTÈMES

Yvan Matraire
Associé Human Capital - HR Transformation
DELOITTE

Pascal Oettgen
International Operations Hr Director
EUROPCAR

Sophie Marchandise
Head of HR Transformation
IPSEN

Marc Ghosn
Directeur Rémunérations, Avantages Sociaux et SIRH
ORANO

Pia Hernandez
VP Global HR Development & Community
SAFRAN

Isabelle Roche
CHRO
SOCIETE GENERALE

Francesca Cortella
Head of Corporate Human Resources
VIRBAC

ADISSEO
A Bluestar Company

PROJET COSMOS HR

Mise en place d'une nouvelle plateforme RH monde "WeConnect" sur un ensemble de modules RH en 2021 marquant une nouvelle identité digitale RH.

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
1,7 Md €

PAYS IMPLIQUÉ(S)
35

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
900 / 2 500

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
10 (Core Team)
20 (Comunauté RH testeur)

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
2500

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Ambition de renforcer notre efficience RH monde suite à une transformation d'entreprise, internationalisation et changement de métier. Un audit a mis en lumière un besoin d'harmonisation de nos process et de fiabilité dans la donnée globale RH.

Nos objectifs étaient de gagner en agilité sur nos processus, centraliser la donnée, apporter une valeur ajoutée d'efficience et de transparence au travers de la transformation et la digitalisation de la fonction RH.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Une solution digitale monde qui fonctionne et appréciée de tous avec une rationalisation et automatisation de nombreuses tâches en un temps record (tableau de bord, visibilité sur les successions et talents, Idp, calcul et lettre de bonus.).

Un succès lié à une gestion de projet de qualité : gouvernance, calendrier, budget et qualité (taux de réussite à 100%).

Une communauté RH internationale unie, investie et motivée et une équipe projet enthousiaste de travailler ensemble.

4 COUVERTURE FONCTIONNELLE DIGITALISÉE

Sur une année, digitalisation de la couverture fonctionnelle avec ces nouveaux modules:

Le Master Core HR pour centraliser et fiabiliser la donnée RH monde, le plan de développement individuel (lié à l'entretien de performance), la people review, le succession plan, le bonus management (informatisation du calcul du bonus jusqu'à la lettre de bonus) et enfin la mise en place de l'automatisation de KPIs alimentés par ces différents modules et, optimisation du module de performance.

5 GAIN DE TEMPS ET D'EFFICIENCE OBSERVÉS

Les gains d'efficiences ont été probants :

- Processus harmonisés : + rapide, + court, + simple, + transparent;
- Suppression d'actions manuelles et allègement des tâches administratives pour les RH sur les processus de bonus, de succession et de talent grâce à l'industrialisation et l'automatisation de tâches;
- Traitement et exploitation de la donnée plus rapide avec les KPIs.
- Information RH plus transparente pour les managers, RH et employés.

6. ÉVOLUTION DU NIVEAU DE MODERNISATION

Profonde transformation, modernisation et industrialisation de la fonction RH qui est passée en l'espace d'une année (1) d'actions répétitives sur excel à remplir et croiser de la donnée, de processus chronophages et hétérogènes complexifiant leurs réalisations, (2) à une harmonisation, une plus grande transparence, efficacité, fluidité dans son fonctionnement afin d'appliquer au plus juste sa stratégie RH pour répondre au besoin d'efficience Business et d'excellence opérationnelle.

AP-HP. Nord Université Paris Cité

PLATEFORME DES PROFESSIONNELS - APHP

Mise en place d'une plateforme à destination des soignants paramédicaux internes et externes pour répondre à leur recherche de poste et leurs besoins RH

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
1,2 Milliards €

PAYS IMPLIQUÉ(S)
France

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
15 000

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
10

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
Plusieurs centaines

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Nous avons identifier le besoin pour les professionnels internes et externes, susceptibles de nous rejoindre, de pouvoir se projeter au sein de leur poste actuel ou futur. Dans un contexte de tension sur le recrutement, une information accessible et pratique nous permet de nous démarquer

La Direction des Ressources Humaines a donc mis en place une plateforme évolutive métier et centralisée permettant à chacun d'avoir accès à :

- L'offre de poste

- Les avantages RH (financiers / formations etc.)

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Après 6 mois de déploiement, nous recensons plus de 3 000 connexions sur la page qui concerne 7 hôpitaux. Nous souhaitons muscler la plateforme dans un futur proche afin que nombre d'information et procédures soient simplifiées et accessibles sur cet espace, nous sommes donc dans une perspective souple et adaptable en fonction des besoins de nos professionnels.

4 COUVERTURE FONCTIONNELLE DIGITALISÉE

Nous avons choisi pour cette plateforme la plateforme notion qui nous offre une plus-value importante en termes d'accessibilité, de fonctionnalités et de malléabilité. À ce titre, le choix premier était d'intégrer l'offre de poste prioritaire à une visée externe, l'outil nous a permis de déployer nombre de possibilités et d'accès aux ressources humaines: intégration de simulateur de paie, intégration de code paie. À moyen terme, d'autres dispositifs RH y seront intégrés.

5 GAIN DE TEMPS ET D'EFFICIENCE OBSERVÉS

En termes de gain de temps pour nos professionnels, il est évident que l'information RH centralisée leur offre un gain de temps certains. Côté Ressources Humaines, nous pouvons déployer rapidement des fonctionnalités pour rendre accessible des procédures qui pourraient être lourdes.

6. ÉVOLUTION DU NIVEAU DE MODERNISATION

Ce projet a permis de faire évoluer nos pratiques internes, de s'adapter à nos professionnels et nos candidats, dont les pratiques sont numériques. La modernisation des Ressources Humaines en ce sens est un pas majeur pour la culture interne, et notre image auprès des professionnels.

Scannez le QR code avec votre smartphone pour découvrir la plateforme

ME@BAYER

Au sein du Groupe Bayer, la France et les USA ont été pilotes pour construire, désigner et implémenter une nouvelle plateforme Digitale et améliorer l'expérience salarié. Venez découvrir Me@Bayer !

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
1 222 Millions € France

PAYS IMPLIQUÉS
USA & France

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
3 065 / 99 600

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
13 (Global) / **9** (France)

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
3 065 (France)
19 920 (USA)

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Au sein de la France, une réorganisation impactant les fonctions supports s'est mise en place en Juin 2021. L'effectif RH a été impacté à hauteur de -40%. Notre organisation RH a dû se reconstruire afin d'être plus efficiente afin de répondre aux attentes de nos Business en faciliter le contact Salarié RH, en conservant l'expérience salarié au coeur de notre réflexion et du déploiement de notre nouvelle plateforme digitale Me@Bayer (dont le déploiement monde est prévu Q4 2022.)

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Me@Bayer [powered by ServiceNow] a été construite, pensée et designée par la France et les Etats-Unis. Un an de travail, d'échanges, de challenges, d'investissement pour enfin, depuis le 01.09.2022 déployer Me@Bayer auprès de 23 000 salariés (US & France)

Un démarrage vraiment intéressant pour la France pour ce premier mois de lancement avec un taux de satisfaction salarié de 95,5%, bien au-dessus des objectifs globaux fixés. La transformation digital RH est bien engagée auprès de nos salariés !

4 COUVERTURE FONCTIONNELLE DIGITALISÉE

Ce projet a démarré en septembre 2021. Cela peut paraitre long, mais lorsque l'on veut déployer une nouvelle plateforme RH Digitale, il nous faut bien ce temps pour donner notre complexité légale, et groupe avec nos 3 entités légales, nos 2 conventions collectives, ainsi qu'une diversité de métiers.

Nous avons pu expérimenter ce projet avec la gestion "User eXperience Design" et le principe "Product Development Life Cycle" décomposé en 5 phases : Brainstorm, Define, Design, Test, Launch.

5 GAIN DE TEMPS ET D'EFFICIENCE OBSERVÉS

Un taux de satisfaction salarié à 95,5% pour septembre vs 80,9% sur notre ancien ticketing tool.

La première efficacité relevée par nos équipes RH opérationnelles mais également salariés, est la transmission des demandes grâce à un flux précis : par exemple, j'ai une demande paie, alors celle ci arrive directement à mon gestionnaire paie en charge de mon dossier et non plus à ma gestionnaire RH qui devait manuellement retransmettre la demande au bon interlocuteur: une solution win-win !

6. ÉVOLUTION DU NIVEAU DE MODERNISATION

Déployer notre plateforme grâce à ServiceNow est une réélle avancée digitale et une modernisation. L'intelligence articifielle est également l'une des raisons de notre modernisation et de notre efficience : identifier notre salarié selon une entité légale, lui proposer des articles de connaissances RH adaptés est une réélle avancée technologie. Nous offrons à nos salariés de disposer de tout ce dont il a besoin en un seul et même endroit, et garantir encore une bonne expérience collaborateur.

france•tv

ASSISTANT VIRTUEL RAIPONSE

Raiponse est un agent conversationnel intelligent présent sur plusieurs canaux pour répondre aux questions des utilisateurs en temps réel.

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
2 836 679 000 €

PAYS IMPLIQUÉ
France

BUDGET
84 000€

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
9 000

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
2

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
1 000

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Le projet Raiponse a été mené dans le but de faciliter l'accès aux informations pour les collaborateurs, de manière instantanée et ludique. L'assistant virtuel apporte des réponses immédiates aux utilisateurs au quotidien. Cela allège les fonctions RH, leur permettant de se concentrer sur leur cœur de métier, en recevant moins de sollicitations des salariés. Son nom, Raiponse, est né d'un choix collaboratif et d'une volonté de co-construire un assistant virtuel dédié aux collaborateurs.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Le projet Raiponse est témoin de la modernisation de la fonction RH et de l'évolution numérique de notre société plus globalement. Raiponse sert de support, de canal de communication et de moyen d'automatiser les processus RH récurrents. Plus de 1500 questions RH ont été posées via l'assistant virtuel cet été, ce qui a permis aux collaborateurs d'être assistés même en période de congés. Les RH souhaitent désormais déployer le chatbot dans toute l'organisation pour les fonctions support.

4 COUVERTURE FONCTIONNELLE DIGITALISÉE

Raiponse est présent sur les interfaces de travail de l'utilisateur comme Teams & SharePoint. Il est donc accessible partout, tout le temps (ordinateur & téléphone) et permet l'accès à d'autres applis RH (ex: notes de frais). Raiponse a pour ambition de couvrir 300 thèmes RH et d'étendre son périmètre jusqu'en Outre-mer pour la suite du projet (apporter une assistance quel que soit le fuseau horaire). Enfin, la volonté est de s'élargir à d'autres directions pour devenir un réel outil Corporate.

5 GAIN DE TEMPS ET D'EFFICIENCE OBSERVÉS

Raiponse constitue un point d'entrée unique d'accès à l'information 7J/7. Les règles et accords RH pouvant être nombreux et denses, le salarié n'accède qu'au contenu qui le concerne. Les informations apportées sont personnalisées en tenant compte du profil & du type de contrat du salarié. Ce dernier peut être dirigé vers son interlocuteur RH privilégié (maintien du contact salarié/RH).

Les RH, moins sollicités par les salariés, peuvent se concentrer sur leur cœur de métier.

6. ÉVOLUTION DU NIVEAU DE MODERNISATION

En étant disponible & simple d'utilisation, en apportant des réponses instantanées & personnalisées, en étant connecté au SIRH, au portail collaboratif, à l'intranet & aux autres applis RH, avec son côté 'user-friendly' (chitchat, emojis, blagues...) et avec une couverture de thèmes RH riche & évolutive, Raiponse a su se mettre au service du salarié & de la fonction RH en alliant efficience, gain de temps & de ressources, et est témoin de l'évolution du niveau de modernisation à France Télévisions.

LESAFFRE

LINK

Comment piloter les activités RH par la data en construisant un SIRH Groupe "homemade" ?

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
2 Milliards €

PAYS IMPLIQUÉS
50

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
1 500/11 000

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
10

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
1 000

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Projet d'implémentation SIRH Editeur international, avec difficultés d'adéquation Editeur / Organisation

Difficultés sur l'usage, car l'outil permettait trop de choses VS notre souhait d'embarquer facilement et simplement des utilisateurs à la maturité diverse

Souhait de produire un outil rapidement (délai de 4 mois après plusieurs tentatives en échec)

L'outil se montre efficace tant à l'échelle global qu'au niveau local dans un contexte international

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

La voie prise dans ce projet peut démontrer à quel point les équipes RH peuvent également innover sur le digital, s'approprier des méthodes Agiles, et inventer un système qui répond totalement à leurs enjeux.

Le produit conçu n'entre pas en concurrence des outils opérationnels mais ajoute une dimension décisionnelle forte, nécessaire au pilotage du Groupe.

4 COUVERTURE FONCTIONNELLE DIGITALISÉE

Pilotage des headcounts

Salary reviews

Reporting RH

Gestion d'inscriptions formations Groupe

Onboarding

User management

Communication Interne

APIsation de l'écosystème

...

5 GAIN DE TEMPS ET D'EFFICIENCE OBSERVÉS

Un projet intégrant un MVP développé en 4 mois après la décision, permettant dès cette "v0" de prendre des décisions, de construire des nouvelles approches RH et une roadmap en constante évolution selon les retours du terrain.

Plusieurs équipes RH sont maintenant autonomes dans les évolutions, dans l'utilisation et peuvent construire leurs propres modules sans attaquer le coeur du système, un sancturaire de la data. Chaque projet

créé autour de cette colonne vertébrale ne dépasse pas 6 mois.

6. ÉVOLUTION DU NIVEAU DE MODERNISATION

L'outil utilise les dernières tendances en matière de tech, en s'appuyant sur les principes génériques du SI mais avec une autonomie laissée aux équipes métier.

Il n'enferme toutefois pas ni le SI ni le métier dans un schéma, car Link est à la fois très sécurisé, totalement ouvert à l'écosystème par un système d'API, de manière à utiliser la data collectée pour des activités dépassant les ressources humaines.

Optim'services

AVENANTS TÉLÉTRAVAIL SNCF 100% DIGITAUX

Mise en place fin 2021 d'une appli Power Apps digitalisant à 100% le traitement des demandes d'avenants télétravail entre Salariés/Managers/pôles RH et Centre de Services partagés Paie

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
30 G€

PAYS IMPLIQUÉS
France

BUDGET
100K€

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
150 000

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
10

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
10 000 et cible 50 000

2. CONTEXTE ET ENJEUX

- Avec la crise sanitaire, télétravail généralisé à la SNCF à hauteur de 2 à 3 jours par semaine, hors opérationnels terrain.
- Un pic d'avenants pressenti pour novembre 2021.
- Un processus avenants TLT 100% papier et très bureaucratique en nombre de copies et d'acteurs impliqués.
- Les enjeux : processus lean, digital en 6/9 mois, traçabilité, gain cible : 90 ETP, 20 arbres, 250 000 litres d'eau, moins de tâches à non valeur ajoutée.

Capitalisation pour autres processus RH dès 2023

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

- Appli Avenants télétravail la plus utilisée du groupe SNCF aujourd'hui. Aucun bug. Traçabilité nouvelle.
- Montée en Poc en 6 mois, avec équipe Excellence opérationnelle/RH et SI Power Plateforme pour 3000 personnes, puis 10000 en 9 mois, puis 50000.
- Autres processus RH capitalisant sur appli TLT pour 2023 : Avenants Temps partiel, Prise/Fin de poste).
- 90 ETP/Saut digital/RSE compatible.
- Potentiel tous processus : 200 ETP sur 500 pôles RH, l'appli TLT a marqué le début du Digital RH SNCF

4 COUVERTURE FONCTIONNELLE DIGITALISÉE

La couverture fonctionnelle traite :

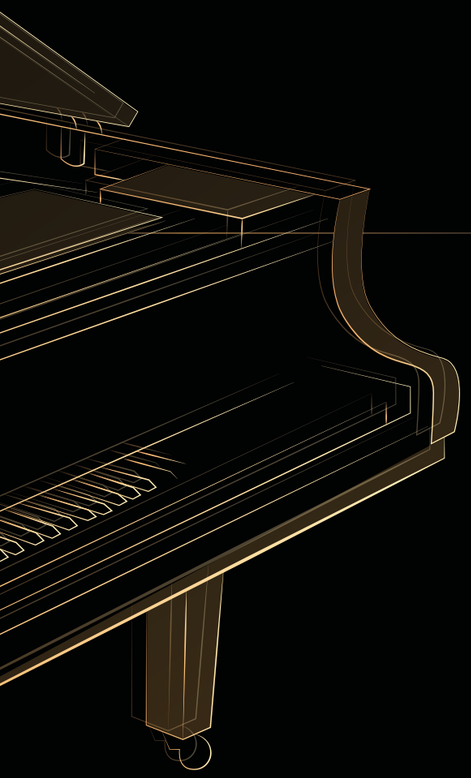
- La réalisation de la demande de télétravail et de formule choisie par le salarié,
- La validation totale / partielle ou le refus par le manager,
- L'information du pôle RH et la génération automatique de l'avenant en PDF,
- Les signatures du salarié, manager et pôle RH en empreintes log électronique,
- L'envoi au CSP Paie pour paiement des 18€ de participation SNCF pour internet
- L'archivage dans le dossier salarié dans HRA (SIRH)

5 GAIN DE TEMPS ET D'EFFICIENCE OBSERVÉS

- Entre 1h30 et 3h au total pour les 3 acteurs Salarié, Manager et Pôle RH par demande d'avenant, soit environ 90 ETP sur 50 000 demandes.
- Zéro papier : 20 arbres et 250 000 litres d'eau économisés.
- Traçabilité des volumes d'avenants et formules choisies, inexistante auparavant avec tris par entité possibles.
- Grande fluidité d'utilisation
- Appli ayant permis de traiter le pic d'avenants crise Covid en 2 mois.

6. ÉVOLUTION DU NIVEAU DE MODERNISATION

- Le Poc pour 3000 salariés a été géré avec un binôme référent Excellence Opérationnelle/technicien Powerapps en low code.
- Une fois la recette de cette étape concluante, la DSI Fonction support a repris le Poc avec 4 techniciens et a automatisé l'entrée des données Salariés/Managers/RRH via HRA. La recette a été plus longue à cette étape.
- La solution est industrialisée en Plateforme Powerapps, avec données HRA dans le Cloud.



LE PARRAIN
DE LA CATÉGORIE EFFICIENCE

ad'missions

EN SAVOIR +

Ad'missions, leader du portage salarial est membre du groupe Freelance.com depuis 2015. Créée en 1997 par un ancien cadre de l'APEC, Ad'missions est l'une des premières entreprises à proposer la prestation de portage salarial aux indépendants et est membre fondateur du PEPS (Syndicat des Professionnels de l'Emploi en Portage Salarial). Ad'missions propose une offre 360° pour les entreprises en quête de compétences externes, ponctuelles et qualifiées. Elle accompagne les entreprises dans la gestion et la sécurisation des compétences externes partout en France et en Europe.

Freelance.com bénéficie de plus de 20 ans d'expérience dans les métiers de l'intermédiation et un CA de 671M€ en 2021. Son engagement consiste à accompagner les grandes organisations dans leur transformation du travail, du numérique, environnementale en leur permettant de travailler en entreprise étendue. Avec un réseau de plus de 370 000 freelances, 1000 start-up & PME, Freelance.com connecte les entreprises avec les meilleurs experts à travers 6 pays.

LES NOMMÉS 2022

CATÉGORIE EFFICIENCE

1

Assistant virtuel Raiponse

2

Plateforme des professionnels - APHP

3

Me@Bayer

Elodie Debaques, Benjamin Altmann, Julie Rothier | FRANCE TELEVISIONS

CATÉGORIE IMPACT

IMPACT DESCRIPTION

Projet qui aident au développement de la diversité, de l'inclusion, des valeurs et de l'engagement sociétal.

Ce projet aura un impact visible et concret pour l'entreprise et son écosystème.

LES CANDIDATS

akuo Entrepreneurs par nature

orange

Allianz

sanofi

LVMH

SOCIETE GENERALE

MACIF

suez

malakoff humanis

MEMBRES **DU JURY**

Valérie Molenat
Directrice Emploi Formation Diversité
AIR FRANCE

Cécile Monthiers
Directrice Ethique Sociale & Promesse Employeur Groupe
BOUYGUES

Valérie Ferrand
Directrice Du Développement RH
BOUYGUES BÂTIMENT FRANCE EUROPE

Fabienne Chol
DRH
CONSEIL RÉGIONAL D'ILE-DE-FRANCE

Bernard Le Blanc de Cernex
Regional Director - France
CROSSKNOWLEDGE

Loïc Larbodière
Directeur Human Capital - HR Transformation
DELOITTE

Anne Domaizon
Directrice développement RH et transformation
NAVAL GROUP

Frédéric Henrion
Directeur Global Learning & Senior VP
SAFRAN UNIVERSITY

Claude Monnier
Chief People Officer
SONY MUSIC ENTERTAINMENT FRANCE

Valérie Du Peloux
Responsable Affaires Sociales FRS et GPEC
SYSTRA

Karine Goudy
Group HRD
TERREAL

akuo
Entrepreneurs par nature

AKUO RETHINKING...DRH ENTREPREUNARIALE

De la start-up au groupe international, dans un monde où les energies renouvelables deviennent la norme; où le télétravail un standard et la guerre de Talents est notre quotien. La réponse d'AKUO !

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
233M€ en 2021

PAYS IMPLIQUÉ(S)
20

BUDGET
2 M€

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
246 / 276

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
27 (ExCom + Equipe DRH)

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
513

2. CONTEXTE ET ENJEUX

En 2007 AKUO a été créé avec une ambition : Changer le monde. Nous avons travaillé sans relâche à l'émergence d'un modèle énergétique décentralisé et durable. Notre vision est désormais exhausée devenue "Mainstream" ...

Mais il y a un an, avec plus de 15% de turn-over, un nb croissant de RSP, un niveau d'Engagement a la baisse, une difficulté croissante à recruter, il nous est apparu l'urgence d'être également "Mainstream" en interne, dans nos pratiques RH & de Management

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

1. L'équipe RH est top
2. 4 initiatives impactantes en 10 mois :

- Hybrid Mode by AKUO (Fev.22): 100j Télétravail, définition et formation, nouvelles méthodes de travail, Tiers Lieux & FlexOffice, e-Onboarding.
- Leadership Program (Nov.21) : Définition du role model, 150 managers, passage à l'action par Nudge.
- Repower People (Mars22) : PulseSurvey &eNPS, PetitDej ExCom, FeelGoodThursday & Fondation AKUO, un seminaire par Equipe ...
- SIRH :
  - Mars 2022 : Paie
  - Juillet 2022 :Recrutement
  - Novembre 2022 : Revue salariale

4. IMPACT RSE QUANTIFIABLE

1. Promouvoir des initiatives RSE en lien avec AKUO par le biais notamment de la démarche "FeelGood Thursday" : Projet Senecoura à destination de femmes de la région de Kita pour permettre une agriculture climato-résiliente et créatrice de valeurs (Présence A.Sissako, E.Moreno), Sensibilisation à l'éco-anxieté, FakeNews des ENR.
2. Elargissement du Comité RSE en intégrant les collaborateurs volontaires (8 postes)
3. Définition des priorités RSE par +100 mgrs par vote
4. Réduction importante du nombre de RSP / situations sensibles.

5. MOBILISATION DES COLLABORATEURS

Notre approche est fortement basée sur l'"horizontabilité", l'association du plus grand nombre à nos différents sujets. ExCom est partie prenante. Les managers ont participé notamment à la définition des nouvelles méthodes de travail (60 managers), la mise en place des micro-challenges pour le passage à l'action du Leadership program (30 managers), la co-construction du Leadership model (12 Excom+25 managers). 75% des collaborateurs ont participé au design du TT, plus 200 collaborateurs en Petit Dej Excom, 180 personnes "e-onboardés".

6. PROJECTION VERS LE MONDE D'APRÈS

Une entreprise où les rôles se substituent aux déf. de fonctions; qui apporte autant de valeurs à ses clients qu'à ses collaborateurs; qui partage sa création de valeur avec le + grand nombre; où l'hybridation est devenue un standard, tout comme un présentiel de qualité tourné vers le collectif, où la santé mentale, est préservée & la priorité des mgrs, au même titre que leur capacité à être porteur de Sens, où les valeurs perso et de l'entrep. sont alignées. C'est ce qui guide notre action.

Allianz

SENSIBILISER AU HANDICAP EN VR

Sensibiliser les collaborateurs via la Réalité Virtuelle aux handicaps d'ordre cognitif, psychique, ou encore physique

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
12,2M€ en France

PAYS IMPLIQUÉ(S)
France

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
8348

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
8

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
156 entre nov 2021 et juin 2022

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Les actions de sensibilisation au Handicap en lien avec le bien-être des collaborateurs s'inscrivent dans l'axe Humain de la Vision Allianz France 2025 et plus concrètement dans notre accord Handicap.

La Réalité Virtuelle est une bonne approche : cette technologie ludique et moderne permet d'être à la fois observateur et acteur, et immersive, elle permet une prise de conscience immédiate.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Nous avons plusieurs retours positifs des collaborateurs sur l'expérience et la compréhension des handicaps invisibles.

L'expérience en Réalité Virtuelle permet de comprendre les enjeux de l'inclusion au sein d'Allianz et de développer au mieux sa capacité d'empathie.

La fonctionnalité "Body Swap" plonge l'apprenant dans la réalité d'une personne en situation de handicap. Pour les managers, cette approche est complémentaire à une formation de 2 1/2 journées en présentiel.

4. IMPACT RSE QUANTIFIABLE

1. Satisfaction : 4,4/5 évaluée par les 156 collaborateurs sensibilisés.
2. La préoccupation et l'intérêt pour ce sujet augmentent dans l'entreprise "J'ai le sentiment que notre entreprise valorise la diversité" (78% en 2021 vs 72% en 2018)
3. Toutes les formes de sensibilisation sont à exploiter dans cette culture inclusive,
4. À plus forte raison si c'est un canal immersif comme la Réalité Virtuelle.

5. MOBILISATION DES COLLABORATEURS

Lancement à l'occasion de la SEEPH 2021, 3 journées évènementielles autour de la formation en 2022, atelier à la demande dédié à l'issue de la formation pour les managers.

6. PROJECTION VERS LE MONDE D'APRÈS

Augmentation des troubles cognitifs, psychiques chez les enfants ces dernières années

Entreprise, reflet de la société

Evolution des mentalités : des potentiels identifiés pour certains types de métiers

=> Démultiplier les occasions de sensibilisation : SEEPH 2022, mais aussi lors des échanges avec Managers et HRBP sur des problématiques touchant le collectif.

LVMH

INSIDE LVMH

La nouvelle plateforme digitale d'éducation gratuite et ouverte à tous dans le monde, et ouvrant à une Certification LVMH

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
64,2 Md €

PAYS IMPLIQUÉS
Monde

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
175 000

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
5

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
100 000

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Groupe engagé depuis plus de 30 ans auprès des jeunes au travers de ses actions avec les écoles, et dans un contexte post pandémique, LVMH accélère ce soutien avec un programme omnicanal et mondial.

Ce programme répond à 3 enjeux clés :

1. Renforcer notre image MARQUE EMPLOYEUR dans le monde et ATTIRER les jeunes.
2. Développer un pipeline diversifié de CANDIDATS.
3. Amplifier le lien avec les écoles et les jeunes (externe et interne) en accélérant sur la dimension LEARNING.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

1. Un programme innovant : une chaire digitale d'excellence ouverte à tous et gratuite créant un nouveau pont entre le monde académique et professionnel.
2. Une formidable opportunité pour les jeunes de se développer et améliorer leur employabilité.
3. Diversité & inclusivité dans le sourcing de profils pour nos recrutements.
4. Un programme de grande envergure lancé en 6 mois pour soutenir les jeunes post Covid.

4. IMPACT RSE QUANTIFIABLE

- 100,000 personnes sur la plateforme de tous horizons, âge & niveau d'études.
- 30,000 certifiés LVMH dont on développe l'employabilité.
- 400+ jeunes coachés par nos talents.
- 15% des candidatures des profils débutants proviennent d'INSIDE LVMH : un sourcing de candidats plus inclusif.

5. MOBILISATION DES COLLABORATEURS

1. Forte adhésion de la communauté RH de LVMH : un programme clé en main pour les maisons et les régions et une dimension "Groupée" très forte avec les Maisons qui dynamise l'action collective.
2. Ambassadorat & Engagement : 2000+ jeunes talents de LVMH ont été certifiés.
3. Fort soutien des écoles dans le monde qui le proposent à leurs étudiants en complémentarité du cursus académique.

6. PROJECTION VERS LE MONDE D'APRÈS

Un projet aux objectifs marque employeur & Sourcing/recrutement qui positionne l'entreprise au coeur de la société dans son rôle de transmission & de développement des expertises et en écho avec l'engagement RSE et sociétal de LVMH.

Une nouvelle approche du learning "professionnel" démocratisé sur de jeunes profils en complémentarité avec leur cursus académique.

DÉMARCHE HANDICAP MACIF

Améliorer de manière continue notre démarche handicap, pour une entreprise toujours plus inclusive

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
5 972 Md€ (fin 2021)

PAYS IMPLIQUÉ
France

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
9 000

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
40

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
10 000

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Entreprise d'assurance citoyenne et engagée, elle construit depuis plus de 60 ans une relation de confiance durable avec toutes ses parties prenantes basée sur l'inclusion. Elle a définit sa raison d'être "protéger le présent pour permettre le futur". Elle développe depuis plus de 20 ans une politique RH axée sur la diversité, et en particulier sur le volet handicap. Dans une démarche d'amélioration continue de l'expérience collaborateur, la Macif continue d'œuvrer au quotidien sur le sujet.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

L'inclusion, notamment des personnes en situation de handicap, est une préoccupation de la Macif depuis de nombreuses années. L'entreprise souhaite intensifier son engagement en mettant en place des actions innovantes et utiles pour la Macif mais aussi pour la société. Ainsi, au-delà de sa démarche RH, la Macif oeuvre également pour l'inclusion de ses clients-sociétaires, dans une logique de symétrie des attentions.

4. IMPACT RSE QUANTIFIABLE

La Macif accueille aujourd'hui près de 7% de salariés en situation de handicap, un taux supérieur aux obligations légales. Dans un souhait de dialogue social, elle a signé un 7ème accord sur le handicap avec deux organisations syndicales. Dès la première année de création de son CFA, elle a recruté et accompagné 7 alternants en situation de handicap. Elle a aussi observé une hausse de 71% des reconnaissances travailleurs handicapés (RQTH) depuis 4 ans.

5. MOBILISATION DES COLLABORATEURS

Nous mobilisons un maximum de collaborateurs car le handicap est l'affaire de tous. Ainsi le raid handi-valide "Le Grand Défi" nous a permis de parler handicap tout au long de l'année. Dirigeants, directeurs, managers, collaborateurs et représentants du personnel : tout le corps social s'implique dans cette démarche handicap.

6. PROJECTION VERS LE MONDE D'APRÈS

Notre démarche est naturellement orientée vers le futur : faciliter l'inclusion qui est source de performance. Avec son nouvel accord handicap, la Macif s'est donnée de nouveaux objectifs à 3 ans. En complément, elle a créé un avatar sur son site Internet qui permet de traduire en “langue des signes française” nos contenus pour nos sociétaires sourds et malentendants. Elle développe aussi des partenariats avec des ESAT, des associations et des événements en proximité qui contribuent à faire changer durablement le regard sur le handicap. La Macif s'inscrit ainsi dans un cercle vertueux.

malakoff humanis

EASY RETRAITE

Malakoff Humanis renforce son contrat social et intègre les enjeux générationnels avec un dispositif de retraite progressive légal renforcé et digitalisé et une option de mécénat de compétences.

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
6,2 Md€

PAYS IMPLIQUÉ
France

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
10 357

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
8

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
877 (dont 175 en 2022)

2. CONTEXTE ET ENJEUX

L'enquête Engagement réalisée en 2019 relayait l'attente des collègues d'être mieux accompagnés sur la fin de carrière.

Nous avons souhaité nous donner les moyens d'anticiper et de préparer leur avenir par la voie du dialogue social, avec la volonté d'offrir aux salariés qui le désirent un accompagnement dans la transition entre leur vie active et leur départ effectif à la retraite, en leur permettant de s'engager dans des projets personnels ou d'intérêt général via le mécénat de compétences.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

50% des éligibles sur 2022 ont validé leur départ, 25% sont actuellement en parcours RH. Le mécénat représente 20% des parcours et 12% des départs.

Le dispositif allie accompagnement digital et humain pour anticiper et faciliter la fin de carrière par des démarches simplifiées, la construction de son projet personnel en autonomie ou avec un partenaire et avec l'appui possible à toute étape d'un référent et d'experts Retraite, RH ou Mécénat.

4. IMPACT RSE QUANTIFIABLE

L'impact environnemental est pris en compte avec l'accompagnement digital permettant une réduction importante des impressions et du papier à toutes les phases du parcours.

L'impact social est assuré à la fois par l'accompagnement des fins de carrière de nos collègues et par la mise à disposition de leurs compétences auprès d'associations via le mécénat.

5. MOBILISATION DES COLLABORATEURS

Les collègues ont été parties prenantes tout au long du projet :

- en amont, via des ateliers de recueil des attentes et de design du parcours ;
- avant le lancement pour les recettes et ajustements ;
- en aval, via les retours d'expérience des « clients internes », collègues ayant opté pour le mécénat et de nos experts RH et retraite. Leurs retours sont à l'origine de l'évolution du parcours et de l'application dédiée.

6. PROJECTION VERS LE MONDE D'APRÈS

D'ici la fin de cette année le parcours va être transposé à la retraite classique via un portail unique avec des services dédiés pour les accompagner, quel que soit le parcours retraite choisi dans cette étape importante de transition de vie.

Les outils développés vont être mis à disposition de nos experts retraite pour gérer la population de nos clients MH.

Enfin, ce dispositif a pour vocation d'être proposé par nos commerciaux à nos clients pour leur offrir une démarche clef en main.

orange

MY RESUME

Application web et mobile pour créer tous les documents nécessaires à une candidature : CV, lettre de motivation, préparation d'entretien, grâce à des parcours simples de questions.

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
42,5 Md €

PAYS IMPLIQUÉS
20

BUDGET
interne

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
140 000 (monde)

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
10

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
4 000

2. CONTEXTE ET ENJEUX

On connait tous des personnes en recherche d'emploi (alternance, reconversion, évolution,...) et on constate souvent que postuler n'est pas simple.

Chez Orange la création des documents de candidature est un frein à l'évolution professionnelle à l'initiative du salarié.

Nous avons souhaité innover pour accompagner pas à pas des candidats de façon digitale. My Resume créé un CV design, une lettre de motivation personnalisée et prépare à l'entretien pour redonner confiance, motivation et fierté.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

My Resume est la seule application gratuite qui offre une réponse digitale complète dans le processus d'accès à l'emploi pour tous.

Disponible sur l'Emploi store de Pole Emploi : 1er partenaire de la solution.

Intégrée au Jobboard d'Orange: le salarié en mobilité interne peut directement réaliser son CV en 10 min et postuler !

De nombreuses associations dédiées à l'emploi souhaitent proposer My Resume à leurs bénéficiaires.

4000 créations de comptes en 3 mois. 5 étoiles sur les stores.

4. ORIGINALITÉ

My Resume est un concept complet, qui n'existait pas.

- Accessible sur téléphone ou sur ordinateur.
- Accompagnement de bout en bout dans la démarche de candidature.
- Suggestion d'activités pour décrire ses expériences (API Pôle Emploi).
- Valorisation des softskills.
- Des formats innovants accessibles à tous quelle que soit son appétence au numérique (CV design et animé).
- Algorithme de personnalisation (pour la lettre de motivation).
- Mémo et captation de feedback pour l'entretien.

5. TECHNOLOGIE OU DÉMARCHE

Développée en méthode agile, My Resume a été créée à la DRH, avec des RH, des managers mais aussi 200 bêtatesteurs : salariés, candidats à la reconversion, étudiants ... et en s'appuyant sur des technologies innovantes :

- Technologie Flutter : 1 code pour 3 app (IOS, Android et Web).
- Création d'un algorithme évolutif pour adapter la LM.
- Traduction de tous les documents en multilingues.
- Création d'un CV adapté à la lecture automatisée des ATS (logiciels de gestion de candidatures).

6. CRÉATION DE VALEUR

Le numérique est une chance, et Orange se mobilise pour permettre à tous d'en bénéficier en ouvrant gratuitement l'application au grand public. My Resume contribue à la lutte contre la fracture numérique et d'adresse à tous de 16 à 77 ans !

Une version My Resume+ sera disponible pour les entreprises ou organismes publics pour favoriser la mobilité interne, alimenter les référentiels de données RH, et personnaliser les parcours de questions aux enjeux de recrutements.

sanofi

SANOFI CAREERS DAYS

Forum virtuel de 2 jours pour favoriser l'insertion professionnelle de nos alternants et stagiaires : développer leur personal branding et les connecter à 40 entreprises partenaires (job dating)

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
NC

PAYS IMPLIQUÉ
France

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
25 000 (France)

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
13

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
725

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Dans l'objectif d'offboarder et d'accompagner les jeunes de Sanofi dans leur insertion professionnelle en en rassemblant le plus grand nombre durant la pandémie, un forum 100% virtuel semblait le plus pertinent.

Jour 1 : lives et ateliers autour du Personal Branding ainsi qu'un coaching d'une sportive de haut niveau leur ont donné toutes les clés. Jour 2 : connexion à 40 entreprises de l'écosystème Sanofi avec la possibilité de job dating et entretiens avec ces entreprises et des recruteurs.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

2 années consécutives et la 3ème à venir. Un forum réalisé sur 2 jours en digital. 40 entreprises partenaires. Plus de 700 jeunes participants. Des lives menés par la communauté Jeunes de Sanofi pour leurs pairs. Un forum qui leur permet de créer un réseau qualifié pour leur avenir. Des outils et conseils pour les aider à construire leur personal branding. Des points de contacts directs avec les recruteurs des entreprises. Des jobs dating organisés. Une CVthèque à disposition des recruteurs.

4. IMPACT RSE QUANTIFIABLE

Engagement fort de Sanofi auprès des jeunes et en matière de diversité : nous agissons en faveur d'une meilleure inclusion économique et sociale des jeunes des QPV (8,5% de nos jeunes en 2021, objectif 10% en 2022) et/ou porteurs de handicap. Notre politique Jeunes, dont Careers Days est l'un des axes forts, est pleinement intégrée dans notre stratégie diversité et RSE. Nous leur garantissons une meilleure insertion professionnelle, quelle que soit leur origine sociale ou particularité.

5. MOBILISATION DES COLLABORATEURS

Un projet en partie mené par la communauté jeunes de Sanofi. Ils ont réalisé et animé les ateliers de personal branding. Un forum pensé pour les jeunes par les jeunes.

Le Président, la DRH et le Directeur de l'acquisition et de la diversité des talents France de Sanofi étaient des parties prenantes du projet et ont en live donné leurs clés vers la réussite.

6. PROJECTION VERS LE MONDE D'APRÈS

Un projet à l'attention de nos 2000 stagiaires et alternants pour l'après Sanofi. Malgré une pandémie mondiale, nous tenions à accompagner nos jeunes et leur donner toutes les chances de réussir leur insertion professionnelle. Sanofi s'est placé comme connecteur de l'écosystème santé en permettant aux jeunes de travailler leur CV puis rencontrer 40 entreprises, visiter leurs stands et prendre RDV avec leurs recruteurs. Nous savons que la création d'un réseau se fait pour toute une vie.

SOCIETE GENERALE

CONSIGNE EN VERRE

Dans le cadre d'une démarche RSE et afin de supprimer les contenants jetables à usage unique de ses espaces de restauration, SG s'est engagée à proposer des contenants réutilisables consignés.

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
NC

PAYS IMPLIQUÉ
France

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
40 000 (SG personne morale)

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
7

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
20 000

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Eléments déclencheurs : volume de déchets significatifs, volonté de retirer les plastiques pétro sourcés à usage unique de l'environnement des collaborateurs.

Macro objectifs : s'inscrire dans la stratégie RSE de Société Générale, réduire les emballages jetables des repas "à emporter", améliorer l'expérience utilisateur sans surcoût pour le collaborateur et en s'appuyant sur une solution digitale innovante -> dispositif interfacé avec le badge d'entreprise activant le mécanisme de consigne.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

- Un concept simple et pratique
- Un déploiement rapide sur 6 mois avec la quasi intégralité des espaces de restauration couverts (9 espaces sur 10, le dernier en cours d'étude)
- Un nouveau service apprécié par les collaborateurs : taux de satisfaction de 94 % et des encouragements à poursuivre (source enquête Restauration 2022)
- La totalité des repas à emporter en contenants consignés soit 1 200 couverts par jour

cf. les principaux chiffres dans Impact RSE

4. IMPACT RSE QUANTIFIABLE

Un impact positif sur la planète

En moyenne, par mois : 16000 contenants consignés utilisés, 360 kg de déchets d'emballages évités par mois et 98 % des contenants rendus.

- Une solution durable qui s'inscrit dans l'ambition du Groupe de suppression du plastique pétro sourcé à usage unique.
- Des contenants réutilisables et des conditionnements adaptés à chaque type de plat.
- Un positionnement renforcé en tant qu'employeur responsable avec une application concrète au quotidien.

5. MOBILISATION DES COLLABORATEURS

- Forte adhésion des collaborateurs à cette démarche de réduction des emballages à usage unique -> Exemple de verbatim " Bravo pour les efforts sur les sujets RSE ! Etant donné le nombre élevé de personnes prenant à emporter, les consignes en verre sont vraiment une excellente idée !"
- Un concept facile d'utilisation avec un contenant qui peut être pris dans un restaurant et remis dans un autre
- Une consigne connectée au compte restauration du collaborateur grâce à un QR code.

6. PROJECTION VERS LE MONDE D'APRÈS

- Ce projet s'inscrit dans une réflexion de réduction des déchets et plus globalement dans la démarche RSE de nos restaurants : lutte contre le gaspillage alimentaire avec Too Good To Go et "Chaînon manquant", participation au projet "zéro plastique" à usage unique du Groupe à horizon 2023, recyclage des biodéchets et limitation de l'impact carbone via nos menus. équipements moins consommateurs d'eau et d'énergie.
- - Engage le collaborateur dans un comportement éco-responsable dans son quotidien.

RH AU COEUR DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

Comment la DRH renforce l'impact social de SUEZ et propose des solutions d'économie circulaire inclusives et bas carbone

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
7Mds €

PAYS IMPLIQUÉ(S)
France

BUDGET
0

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
30 000/35 000

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
6

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
250

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Les crises ont révélé la nécessité d'avoir une utilité sociale et un plus fort besoin de sens chez les salariés.

Les entreprises n'ont pas d'autre choix que de se transformer pour être plus inclusive et vont être de plus en plus questionnées sur ce qu'elles apportent à la société.

La fracture sociale observée ces dernières années, nous invite collectivement à agir davantage en matière d'inclusion.

C'est la raison pour laquelle la DRH s'est dotée d'une Direction de l'innovation sociale.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Quelques chiffres depuis la mise en place il y a 2 ans:

- 1 500 salariés en insertion par an sur nos sites SUEZ, dont plus de 650 issus de notre filiale Rebond Insertion, avec un taux de sorties dynamiques de 78% en 2021.
- 1,6 million d'heures d'insertion proposées dans les appels d'offre chaque année.
- 9 % des alternants sont issus des quartiers prioritaires chaque année.
- 700 stagiaires issus des Quartiers politique de la ville sont accueillis chaque année sur nos sites.

4. IMPACT RSE QUANTIFIABLE

La recherche d'un impact social positif pour la société est désormais inscrite dans l'ADN de la DRH : nous disposons d'une expertise reconnue en externe avec des populations fragiles par le biais de notre Fondation, notre ONG Aquassistance, nos hubs d'impact Maison pour Rebondir, nos incubateurs (entrepreneuriat) ou nos filiales d'insertion (EI et ETTI) qui emploient 650 personnes/an soit 10 000 personnes accompagnées depuis sa création en 2002 (dont 6500 ont retrouvé le chemin de l'emploi).

5. MOBILISATION DES COLLABORATEURS

Nos collaborateurs sont un levier formidable pour démultiplier notre impact positif. Nous devons les former et leur permettre de s'engager. Nous avons ainsi mis en place depuis 2 ans une plateforme dédiée à la solidarité. Le collaborateur peut choisir les causes qu'il souhaite soutenir en lien avec ses valeurs et la raison d'être de SUEZ.

1100 personnes sont inscrites sur la plateforme solidaire, 30% sont actuellement engagées sur une mission soit 1800h d'impact auprès de 42 associations.

6. PROJECTION VERS LE MONDE D'APRÈS

Comment faire converger transition écologique et inclusion et renforcer l'emploi local? Comment développer des boucles locales d'économie circulaire, le ré-emploi, la création de nouveaux métiers verts et faire évoluer les comportements de nos clients, favoriser les écogestes des jeunes de quartiers populaires?

Notre objectif est d'assurer désormais le déploiement de nouveaux hubs d'impact dans de nouveaux territoires afin d'accompagner RH et managers à devenir des démultiplicateurs d'impact.

LE PARRAIN
DE LA CATÉGORIE IMPACT

CrossKnowledge
A Wiley Brand

EN SAVOIR

CrossKnowledge est le spécialiste du digital learning pour les grandes entreprises et entreprises de taille intermédiaire. Nous offrons une solution globale et une expertise inégalée en matière d'acquisition des compétences. Les collaborateurs sont le plus grand atout d'une organisation. Mais comment développer les compétences à grande échelle et de façon efficace ? Nous mettons 20 ans d'expérience en digital learning et une méthodologie éprouvée au service de nos clients. Nous les aidons à mieux articuler leurs enjeux business et leurs stratégies de formation puis à mettre en oeuvre leurs plans de formation avec un maximum d'impact. Nous sommes une marque du groupe Wiley.

LES NOMMÉS 2022

CATÉGORIE IMPACT

1

malakoff humanis

Easy Retraite

2

orange

My Resume

3

LVMH

Inside LVMH

Habiba Schwab et Olivier Steffgenn | MALAKOFF HUMANIS

CATÉGORIE INNOVATION

INNOVATION

DESCRIPTION

Projet qui se démarque par la mise en œuvre d'une technologie ou une démarche particulièrement innovante.

Ce projet doit marquer la communauté par son caractère exceptionnel.

LES CANDIDATS

DANONE
ONE PLANET. ONE HEALTH

LENNOX
EUROPE MIDDLE-EAST AFRICA

FINANCES PUBLIQUES

Pierre Fabre

GRDF

KELOUTOU

SYSTRA

MEMBRES **DU JURY**

Delphine Isal
Digital learning & HR innovation Director
AIR FRANCE

Laurent Gerbier
HR Operations & HRIS Director
ALSTOM

Isabelle Lerin-Basset
HR Director
BPCE DIGITAL & PAYMENTS

David Gacon
VP Group HRIS Director & HR Digital Roadmap
ELIOR

Hervé Andorre
Culture & Management, Vice-President
DASSAULT SYSTEMES

Luke das Gupta
Senior Manager Human Capital – HR Transformation
DELOITTE

Agnes Penchaud
DRH
GRANDVISION

Benoît Dugenet
DRH
HOLCIM

Nicolas Pauthier
Global VP RH, Learning& People Development
L'OREAL

Sandrine Sabourin
DRH
PRIMARK

Olivier Pichon
Employee Experience Solution Sales Director, EMEA South
SERVICENOW

Véronique Heyberger
Talent & Learning Director
SONEPAR

Patrick Plein
VP Human Resources
VINCI ENERGIES INTERNATIONAL & SYSTEMS

CAMPUS X

Ecosystème de formation totalement intégré, centré sur l'utilisateur, organique et modifiable à volonté en temps réel et propulsé avec de l'intelligence artificielle et du big data.

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
24,3 Milliards €

PAYS IMPLIQUÉ(S)
120

BUDGET
2 200 000€

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
6 500 / 100 000

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
10

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
100 000

2. CONTEXTE ET ENJEUX

L'accès à la formation est un enjeu universel. Disposer d'un accompagnement personnalisé valorisant les connaissances, compétences et les projets de demain. Dès 2018, nous avons souhaité repenser l'accès à la formation et l'expérience utilisateur en positionnant au coeur l'apprenant via la mise en place d'un ecosysteme Campus X. Entre 2019 et 2022 il a été construit autour d'un LXP (juin 2019) et d'un LRS (avril 2022) pour la data permettant d'intégrer toutes nos solutions de formations.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Notre projet est aligné avec la philosophie du groupe engagé qu'est Danone : démocratiser la formation quelles que soient les personnes, leurs pays...

Positionner l'humain et les relations sociales au coeur de nos projets. A notre "connaissance", nous sommes la seule société en France (et l'une des rares en Europe) a avoir bâti un écosystème modulable de ce type avec Novartis et Diageo. Considérés comme un entreprise avant-gardiste, nous avons été benchmarkés par Google, Spotify, Ikea, Chanel..

4. ORIGINALITÉ

1ère société française et l'une des 1ères européennes (avec Unilever) a avoir mis en place un LXP pour renforcer l'engagement des utilisateurs, valoriser, soutenir l'apprenant comme acteur de la formation et non plus passif.

1ère société "fr" à posséder un LRS permettant de capturer des dizaines de millions de données sur la formation, en temps réel. Une des 1ères à disposer d'un outil auteur de eLearning accessible à tout collaborateur. Ecosystème intégré, modifiable, modulable.

5. TECHNOLOGIE OU DÉMARCHE INNOVANTE

Développement et mise en place de :

LXP, LRS, différents outils auteur, librairies digitales de formation...

le tout totalement intégré avec les dernière technologies disponibles (xAPI).

Intégration du LXP dans l'espace de travail du collaborateur : Learning on the Job (Google, Workplace, Office 356)

Au sein de l'équipe Learning : intégration de profils de Data Scientist et Community Manager, à temps plein.

6. CRÉATION DE VALEUR

- 20 500 employés actifs sur nos plateformes mensuellement (vs 2 000 en 2019)
- Augmentation du nombre d'heures digitales par employés (données non comparables)
- Accès aux données en temps réel, donnant la possibilité d'être plus réactif, de passer du simple reporting à une analyse complète, chiffrée. De faire de la prédiction via big data, par exemple l'optimisation des licences (cost saving) via la prédiction de consommation.
- Groupe Workplace avec 2 200 utilisateurs inscrit et 400 actifs quotidiennement.

FINANCES PUBLIQUES

WEB APP "BIENVENUE À LA DGFIP"

Une web app pour attirer les talents à la DGFIP et faciliter le "on boarding" grâce à 4 expériences interactives

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
NC

PAYS IMPLIQUÉ
France

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
100 000

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
20

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
10 000

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Une double ambition :

- mieux se faire connaître pour attirer les nouveaux talents alors que la DGFIP est confrontée comme d'autres employeurs à un déficit d'attractivité
- mettre à disposition des nouveaux entrants une proposition interactive pour découvrir la DGFIP dans un contexte d'élargissement de nos conditions de recrutement au-delà du concours (contractuels, apprentis, stagiaires).

Offrir en libre accès sur internet une expérience de découverte de la DGFIP en cohérence avec les outils digitaux déjà is à disposition des usagés (application impots.gouv notamment).

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Une offre numérique qui a trouvé son public : plus de 10 000 utilisateurs ont achevé les 4 parcours depuis la création de la web app en septembre 2021 (33 000 connexions).

Un projet digital fédérateur pour l'équipe RH qui a nécessité de repenser en interne de manière plus simple et directe la présentation d'une administration qui concentre une diversité de missions et plus de 50 métiers différents.

Une technologie d'e-learning innovante en libre accès et multi-supports.

4. ORIGINALITÉ

Pour renforcer son attractivité mais aussi pour mieux accompagner ses agents dans leur entrée en fonction, la direction générale des finances publiques (DGFIP) propose depuis fin 2021 en libre accès sur internet une web app "bienvenue à la DGFIP". Un parcours interactif permet de découvrir en 4 "expériences" le rôle et l'organisation de la DGFIP et la diversité de ses métiers mais aussi ce qui fait le quotidien des collaborateurs.

Scannez le QR code avec votre smartphone pour découvrir la web app

5. TECHNOLOGIE OU DÉMARCHE INNOVANTE

Le cahier des charges visait à créer une expérience participative et ludique d'e-learning d'où l'accent mis sur l'interactivité.

La web app est librement accessible en ligne quelque soit le support de consultation.

En amont, le projet a mobilisé en mode agile une partie de l'équipe RH, le service communication et un groupe d'agents pour définir des contenus simples et accessibles.

6. CRÉATION DE VALEUR

La web app est valorisée en externe lors des différents salons de l'emploi via la promotion par QR code qui permet un accès immédiat sur smartphone. Elle est également utilisée en interne où elle offre, en complément du traditionnel livret d'accueil, une nouvelle approche appréciée, notamment des digital natives pour acquérir des connaissances généralistes sur la DGFIP. La web app contribue ainsi à une intégration réussie en diffusant une culture commune.

GRDF360°

Site immersif 360° à destination des chercheurs d'emploi et des futurs alternants.
https://bit.ly/3SH53Ei

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
308 M€

PAYS IMPLIQUÉ(S)
France

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
11 000

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
6

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
10

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Un contexte de l'emploi qui se tend fortement : 67,3% des 15-64 ans sont en emploi (source INSEE) et de ce fait une difficulté à recruter et notamment des alternants.

Cette difficulté s'est accrue avec la pandémie et l'impossibilité de participer aux salons et de rencontrer physiquement les candidats.

- Accroître la visibilité de GRDF, développer notre sourcing.
- Poursuivre notre démarche de féminisation des métiers technique.
- Promouvoir GRDF et le biométhane et donner envie aux candidat(e)s.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Résultats quantitatifs pour la région Centre-Ouest:

- Une augmentation des candidatures: 1018 candidats pour 51 postes.
- Des candidats qui connaissent mieux GRDF, ses métiers et qui réussissent mieux.
- A septembre, un temps d'avancement à près de 90% (44/51) de notre campagne (75% pour GRDF France).

Résultats qualitatifs:

- Gain de temps
- gain d'argent
- plus d'alternants RQTH
- baisse des désistements (0/5-7 les autres années).

La solution va être reprise par GRDF France. Poursuite du développement de l'application.

4. ORIGINALITÉ

Nous avons souhaité donner une image dynamique et digital de GRDF. Nous avons souhaité attirer les candidats par le jeu avec une approche "Gaming" dans notre communication. Nous avons cherché une solution facile de mise en oeuvre et facile d'utilisation et permettant d'utiliser différents supports (Texte, Photos, Vidéos). Avec un simple lien, nous pouvons permettre à un candidat de découvrir en partie la richesse des métiers proposés à GRDF. Site inspiré à la suite d'ateliers créativités Alternant.

5. TECHNOLOGIE OU DÉMARCHE INNOVANTE

Nous avons travailler avec une technologie virtuelles et Imagerie à 360°.

Technologie utilisée : un metavers en WebGL / Html 5 permettant à la quasi-totalité des navigateurs un affichage optimum.

6. CRÉATION DE VALEUR

Nous avons dynamisé l'image de GRDF, nos candidats connaissent mieux l'entreprise et nos métiers. L'outil est un réel atout pour nos partenaires (Pôle Emploi, Ecoles etc.). Un ratio de candidats retenus est plus élevé et baisse sensible des désistements. Les salariés peuvent l'utiliser dans des événements pour l'emploi (école des enfants, lycées dans lesquels ils se sont formés...). Et également comme source d'information pour de la mobilité fonctionnelle.

LE RECRUTEMENT RESPONSABLE

Un processus de recrutement toujours plus rapide, moderne et proche des candidats

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
NC

PAYS IMPLIQUÉ(S)
France puis 6 pays

BUDGET
<20k

EFFECTIF
EN FRANCE / EUROPE
5 000 / +6 000

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
25 (dévlpt RH : 20p et digitale : 5p)

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
700 personnes
pour la journée découverte

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Les candidats
Des candidats dont les exigences grandissent

Des candidats souvent maltraités dans le processus de recrutement

Des candidats méfiants vis à vis des discours des entreprises

Le marché
Un marché du recrutement qui s'est durci considérablement : pénurie et tensions sur les métiers opérationnels / manuels / IT ...

Les enjeux pour Kiloutou
Un besoin de développer notre image employeur avec un double axe :

un enjeu de RSE et un enjeu de différenciation

> 1000 recrutements en 2022

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

"Parce que le recrutement est un enjeu crucial dans un marché de l'emploi tendu et ultra concurrentiel. La difficulté de recrutement est un frein au développement des entreprises

Parce que nous répondons aux nouvelles attentes des candidats : interactivité, bienveillance, transparence

Parce que les candidats nous disent que nous faisons la différence : note des candidats sur la qualité du processus de recrutement de Kiloutou : 4,2/5 et obtention de la certification Happy candidate depuis 3 ans"

4. ORIGINALITÉ

"L'originalité tient dans la complétude du processus de recrutement pour répondre aux enjeux de qualité et de quantité de l'entreprise tout en respectant les attentes des candidats

Elle tient également dans le mix entre l'innovation technologique et l'approche humaine qui reste 100% garanti"

5. TECHNOLOGIE OU DÉMARCHE INNOVANTE

3 actions pour améliorer la qualité de l'expérience candidat.

Ouverture: la mise en place d'une plateforme qualifiée de Doctolib du recrutement: le candidat prend rendez-vous directement sur le site recrutement en 3 clics sur des créneaux pré-définis (sans CV). Il y a deux relances par SMS avant le rendez-vous et ensuite l'entretien a lieu en visio.

Bienveillance: la réponse bienveillante: le candidat reçoit une réponse négative personnalisée avec un conseil d'amélioration du CV.

Transparence: la journée découverte: le candidat bénéficie d'un vis ma vie métier pour confirmer ou infirmer son intêret pour le poste.

6. CRÉATION DE VALEUR

25% d'erreur de recrutement en moins avec la journée découverte

Une Image employeur positive et le recrutement est la 1ère image que nous donnons aux candidats / futurs collaborateurs

Un processus de recrutement plus qualitatif : note de 4,2/5 et certification Happy candidate

Un vivier de candidats nouveaux basés sur les soft skills : plus de 500 entretiens depuis le début de l'année

1000 recrutements réalisés depuis le début de l'année 2022

LENNOX
EUROPE MIDDLE-EAST AFRICA

CAREER DAY (PARCOURS DE CARRIÈRE)

Permettre aux salariés de consacrer un jour par an à une réflexion personnelle sur leur développement professionel au sein de l'entreprise en découvrant les outils et ressources disponibles.

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
170 M€

PAYS IMPLIQUÉ(S)
9 en Europe

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / EUROPE
600 / 1 000

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
16

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
60%

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Le thème du développement des compétences et des carrières avait été identifié par nos salariés comme un axe de progrès pour Lennox (résultat enquête d'engagement).

Afin de répondre à ce besoin et afin de promouvoir l'évolution professionnelle, nous avons organisé une journée annuelle consacrée à la réflexion personnelle sur son développement professionnel.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Grace à cet évènement nous avons doublé le nombre d'utilisateurs des outils RH notamment l'outil "Career Journey" (650 participants avec un taux de 65% pour 43 ateliers dediés à la carrière, pour 25 heures au total).

Ces ateliers ont permis à nos salariés de réfléchir aux évolutions possibles au sein de notre entreprise et de concrétiser un certain nombre de mobilités en interne ainsi que des promotions, ou simplement de mieux se connaître pour définir leurs objectifs professionnels.

4. ORIGINALITÉ

Souvent le succès du lancement d'un logiciel RH n'est pas le bénéfice en terme de productivité RH mais c'est son utilisation et, désormais en tant que RH nous sommes toujours confrontés à cet obstacle qui s'appelle "change management".

Career Day a permis de créer un évènement autour de nos logiciels RH et d'améliorer leur utilisation en montrant le bénéfice et leur valeur pour les salariés (usines et bureaux), qui ont rapidement compris et accepté "le changement".

5. TECHNOLOGIE OU DÉMARCHE INNOVANTE

Career Jouney est un outil au service du collaborateur et pour le collaborateur qui lui permet de travailler sur sa propre carrière et développement. Ce type de logiciel met en difficulté les RH car il va créer beaucoup d'attentes de la part des salariés. Une technologie qui n'est pas accompagnée par une démarche innovante liée à la conduite du changement ne permettra pas aux utilisateurs de comprendre vraiment son intérêt.

6. CRÉATION DE VALEUR

Cette démarche a permis d'une part de retenir et d'engager nos collaborateurs (usines et bureaux) en leur offrant la possiblité de découvrir d'autres métiers et postes mais aussi la façon dont ils peuvent s'orienter professionnelement. D'autre part, de façon indirecte, cette évènement contribue activement à la création de valeur en évitant tout sorte de surcoûts en cas de départ et/ou remplacement de postes vacants - car Career Day permet à nos salariés de se projecter sur d'autres fonctions.

Pierre Fabre

PIERRE FABRE, ENTREPRISE APPRENANTE

Développer la culture du learning au quotidien pour faire de Pierre Fabre, une entreprise apprenante.

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
2,5 Md €

PAYS IMPLIQUÉ(S)
41

BUDGET
237 000€

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
9 600

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
10 pour le kickoff puis
1 duo/event

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
9 600

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Contexte externe :
Obsolescence rapide des compétences (18mois à 5 ans) + monde VUCA.

Contexte interne :
63% des collaborateurs Pierre Fabre considèrent qu'il est facile d'apprendre et de se développer vs 75% benchmark externe (Survey 2021). Démarrage projet : Mai 2021.

Enjeux :
Développer la culture du learning au sein du Groupe Pierre Fabre.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Pour la grande ambition, l'originalité, l'agilité & la multiplicité des formats, les feedbacks collaborateurs, la traduction d'une stratégie en actions concrètes.

06/21, #1 : "Collections 2021" dans les entretiens de développement : sélectionner 1 ou 2 e-learning/an/coll

07/21, #2 : "Instant formation" : webinar mensuel 1h FR/EN

09/21, #3 : "1 mois/1 compétence". Event bimestriel en présentiel et/ou classe virtuelle)

03/22, #4 : "Skillweek", event annuel ouvert à tous, 1 semaine dédiée au développement des compétences

4. ORIGINALITÉ

- Approche évènementielle du learning & bouche à oreille interne entre collaborateurs (social-learning ++)
- Nouvelle posture des équipes L&D, des managers, des collaborateurs pour passer du plan de formation "classique" à une approche encourageant l'initative des collaborateurs "1er inscrit/1er formé"
- Thématiques abordées autour des soft-skills pour toucher tous les collaborateurs et faciliter le démarrage (Agilité, Optimisme, Osez l'imperfection, Intelligence émotionnelle,...)
- Equipe projet : 1 duo/event (sauf Event n°4)

5. TECHNOLOGIE OU DÉMARCHE INNOVANTE

- Démarche "agile" par sprint de 3 semaines à 3 mois appliquée au secteur du learning. Le 1er instant formation réalisé était sur "l'agilité au service de la performance" pour appliquer cette méthodologie au déploiement des events.
- Approche "test&learn" pour évaluer les events et définir si "on continue/on arrête".
- Proposer des formats et thématiques variés pour répondre au besoin de chacun.
- Sollicitation des collaborateurs pour le choix des thématiques à traiter.

6. CRÉATION DE VALEUR

Survey 2022 : 66% des collaborateurs considèrent qu'il est facile d'apprendre et se développer (+3pt en 8 mois).

- Event N°1 : >10000 formations choisies par les collaborateurs/an
- N°2 : > 1200 h réalisées, > 1000 collaborateurs concernés. Taux recommandation moyen: 93%.
- N°3 : 1057 inscriptions, 785 places disponibles. Taux Satisf format : 90%.
- N°4 : >5520 collaborateurs, 17 conférences (5630 vues), > 200 workshop animés par les équipes RH/Métier. Taux de recommandation : 86,7%. 32 pays.

SYSTRA

SYSTRA - DU RÉEL AU VIRTUEL

Pour dynamiser le recrutement et la marque employeur, nous lançons les candidats dans le monde virtuel, pour découvrir les métiers plus que réels de SYSTRA France.

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
206 M €

PAYS IMPLIQUÉ
France

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
2 000 / 8 000

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
2

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
200

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Dans un contexte de recrutement compliqué, avec un marché très tendu et avec un plan de recrutement chargé, nous avons remarqué que les candidats connaissent SYSTRA, mais pas vraiment nos activiés. Nous avons souhaité ainsi attirer les meilleurs candidats sur les salons ainsi que développer notre marque employeur avec une technique plus innovante.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

L'impact sur les salons de recrutement ainsi que nos événements internes du projet VR "SYSTRA - Du réel au virtuel" est visible dans le volume de passage au stands, ainsi que le volume de canidatures pertinentes reçues.

4. ORIGINALITÉ

Pour quoi se limiter a une fiche de poste?

Nous invitons nos candidats, collaborateurs ou toute personne intéressée a se lancer dans cette aventure immersive et découvrir nos métiers a travers nos projets : se promener dans les tunnels du métro, dans les télécabines d'un téléphérique ou sur une ligne ferré et découvrir ainsi les opportunités de carrière qui peuvent les attendre au sein de SYSTRA France.

5. TECHNOLOGIE OU DÉMARCHE INNOVANTE

Notre projet est une application VR (comme un mini jeu interactif) qui fonctionne tant sur les casques VR (Oculus Quest 2) que nous avons a disposition sur les salons, ainsi que des casques VR en carton (type Google cardbox) que nous offrons en tant que goodies, aussi bien qu'en "tour virtuel 3D" simplifié sur notre site internet.

6. CRÉATION DE VALEUR

Avec SYSTRA - Du réel au virtuel nous souhaitons nous démarquer, et nous l'avons fait - la queue que nous avons lors des salons est la preuve du succès de notre projet.

LE PARRAIN
DE LA CATÉGORIE INNOVATION

servicenow®

EN SAVOIR +

ServiceNow (NYSE : NOW) a été créée en 2004 avec la profonde conviction que les opérations simples peuvent être exécutées facilement et que les tâches complexes, comportant plusieurs étapes, peuvent devenir un jeu d'enfant.

Dès ses débuts, ServiceNow a pensé un monde où la création de puissants workflows digitaux est à la portée de tous. Aujourd'hui, ServiceNow est une plateforme Cloud qui vise à simplifier notre façon de travailler et accroître la productivité de 6 200 entreprises dans le monde.

Nos applications sont conçues pour automatiser, prédire, numériser et optimiser les tâches et les processus métiers, de la DSI au service client en passant par les services généraux et les ressources humaines, créant ainsi une meilleure expérience pour les collaborateurs et les clients tout en transformant l'entreprise.

LES NOMMÉS 2022

CATÉGORIE INNOVATION

1

CAMPUS X

2

Web app "bienvenue à la DGFIP"

3

Le recrutement responsable

Frédéric Hebert | DANONE

CATÉGORIE RAPIDITÉ

RAPIDITÉ

DESCRIPTION

Projet qui se caractérise par l'atteinte d'objectifs audacieux dans un temps record.

Ce projet permettra d'identifier une pratique ou une démarche considérées comme « exemple à suivre ».

LES CANDIDATS

amicio
L'Amour du client en un mot

E.Leclerc

Babilou

Marionnaud
PARIS

BNP PARIBAS

suez

MEMBRES **DU JURY**

Sandrine Bossard
Chief People Officer
BELIEVE

Brice Villuendas
Directeur du développement et transformation RH
CANAL +

Gilbert David
Associé Capital Humain
HR Transformation Leader
BUREAU VERITAS

Rodolphe Pibouteau
DRH
EN TRANSITION

Régis Mulot
Directeur des Ressources Humaines
IPSEN

Samantha Bowles
Group HR Projects Director
KORIAN

Guillaume Aubin
Directeur de la Transformation
RÉGION ILE-DE-FRANCE

Thomas Morabito
Global VP HRIS
SEPHORA

Henda Khelifa
Account Enterprise executive
Europe du Sud
SMARTRECRUITERS

Ka-Yin Ma
VP Global Rewards
Wellness & Payroll
TECHNICOLOR

amicio
L'Amour du client en un mot

DÉPLOYÉ EN MOINS DE 30 JOURS

La démarche RSE est centrale pour Amicio, Neobrain nous accompagne dans l'harmonisation de nos pratiques RH : Choix et décision en 1 mois.

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
16 000 000 €

PAYS IMPLIQUÉ
France

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
580

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
4

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
550

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Le groupe Amicio fut créé fin 2019 et compte aujourd'hui plus de 500 salariés. En tant qu'entreprise à mission, la démarche Amicio se traduit notamment par des objectifs visant à détecter et faire grandir les talents de l'entreprise, dans le respect de la RSE.

L'objectif vise à répertorier pour chaque salarié les talents et les compétences, de les évaluer et de suivre leur évolution grâce à l'outil Neobrain et ainsi éviter la multiplication d'outils.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

En 1 mois, nous avons à la fois choisi et déployé la solution Neobrain tout en informant et formant de façon structurée les équipes (CSE puis collaborateurs pour assurer leur adhésion). Au-delà de la rapidité de déploiement et de mise en service de la solution, nous l'avons fait dans le respect de l'humain en les impliquant dans le projet.

- 97 % d'entretiens réalisés
- Moins de 10 jours pour lancer la première campagne
- 85% des profils collaborateurs complétés

4. DURÉE DU PROJET AU REGARD DE SA COMPLEXITÉ

Nos collaborateurs sont peu digitalisés dans le cadre de leur activité professionnelle (accès internet, messagerie professionnelle...), il a donc fallu mettre en place des solutions de contournement pour permettre à chaque collaborateur de se connecter à son propre espace. La plateforme a été déployée sur 3 sites et sur l'un d'eux nous devions en même temps former de jeunes managers à l'entretien annuel ainsi qu'à la plateforme. Nous devions combiner deux objectifs différents.

5. PÉRENNITÉ DU PROJET

Le projet va au-delà de la digitalisation des entretiens individuels. L'objectif est d'avoir une visibilité sur les compétences de nos salariés en bénéficiant d'une cartographie dynamique, grâce à l'IA.Le succès de la 1ère phase liée aux entretiens a conditionné le déploiement de cette cartographie des compétences. Désormais nous nous appuyons sur des données objectives pour accompagner la montée en compétences de nos collaborateurs et proposer des actions de formation ciblées et individualisées.

6. AUDACE

Un certain nombre d'étapes notamment réglementaires sont à respecter et cela prend du temps de réunir et d'impliquer toutes les parties prenantes. Nous avons réussi le pari un peu fou de déployer Neobrain tout en informant et formant les parties prenantes, en moins d'un mois. De plus, nous avons formé des managers qui n'avaient jamais conduit d'entretiens. Tous les salariés répartis sur 3 sites ont ainsi bénéficié de la plateforme dès le mois de février.

Babilou

PROJET MOBILITÉ GÉOGRAPHIQUE

Fidéliser nos professionnels de crèche en leur permettant de se rapprocher de leur domicile

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
650M€ Monde

PAYS IMPLIQUÉ
France

BUDGET
0

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
5 000 / 12 000

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
6

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
20 RH

2. CONTEXTE ET ENJEUX

"Notre raison d'être : construire un monde meilleur par l'éducation et l'attention portée à chaque enfant. Nous accueillons chaque jour 20 000 enfants dans nos crèches."

"Notre secteur d'emploi est pénurique."

"Le critère de distance entre le domicile et le travail pèse à hauteur de 60% dans le choix d'un emploi."

"Au sein du programme Talents, un groupe a été missionné afin d'optimiser l'expérience collaborateur. "

"Les participants au programme ont pensé et développé seuls cette application."

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

"Nous sommes au coeur des priorités des français : QVT, pouvoir d'achat, impact carbone et fidélisation

- Depuis le déploiement de cette application, le nombre de mobilités internes choisies a augmenté de 42%
- L'application a été réfléchie et développée en interne en moins de 3 semaines et sans budget
- Les initiateurs du projet sont les participants au programme Talents, ils ont fait ressortir des pratiques remarquables"

4. DURÉE DU PROJET AU REGARD DE SA COMPLEXITÉ

"Il est complexe de par l'accompagnement au changement, en particulier des managers. "

"Il nécessite également une grande fiabilité dans la qualité de la data et le croisement de plusieurs sources de données en temps réel"

"Ce projet à fort ROI a été mis en oeuvre en 3 semaines. "

5. PÉRENNITÉ DU PROJET

"En plus de l'équilibre pro/perso : ce projet permet de réduire notre impact carbone, d'augmenter le pouvoir d'achat de nos collaborateurs et de favoriser le partage de bonnes pratiques grâce à la mobilité"

"Nous souhaitons aller plus loin et accélérer. "

"Les initiatives suivantes sont intégrées à notre roadmap : intégrer la notion de temps de transport dans le développement de l'application et ouvrir cette application pour les CDD"

6. AUDACE

"Pour les rendre agiles, nous avons donné carte blanche au groupe projet du programme Talents qui est pluri-disciplinaire et issus de différents métiers afin de casser les silos."

"Ils se sont mis d'accord sur le développement de cette application qui répond à notre volonté de porter une attention toute particulière à chacun de nos collaborateurs. Cela nous challenge car la démarche RH est innovante : préconiser le débauchage interne pour mieux retenir nos collaborateurs."

BNP PARIBAS

MY HR

La plateforme digitale des outils clés RH "Full Employee centric" et "Tout en 1", conçue en mode agile

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
39,072 Mds €

PAYS IMPLIQUÉS
65

BUDGET
190 JH

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
190 000

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
14

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
190 000

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Le contexte
Répondre à la stratégie RH et aux attentes exprimées par nos collaborateurs, en facilitant leurs démarches personnelles en tant qu'employés et en les impliquant dans la construction de la solution en mode agile.

Les enjeux
Développer l'autonomie des collaborateurs en simplifiant l'accès aux outils RH (gestion des congés, formations, démarches administratives, santé...) en un temps record.

Valoriser la RH en tant que partenaire des collaborateurs.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Parce qu'en 6 mois, une plateforme améliorant significativement l'expérience de l'ensemble de nos collaborateurs a été développée / VELOCITE.

Parce qu'un clic suffit pour accéder aux outils et aux informations rh / SIMPLICITE.

Parce que jamais un projet agile est devenu un réalité avec un budget de développement (190 JH) inversement proportionnel à son envergure (190 000 collaborateurs concernés) / AGILITE.

Parce que les retours utilisateurs sont excellents avec un NPS de 35 / SATISFACTION.

4. DURÉE DU PROJET AU REGARD DE SA COMPLEXITÉ

A l'échelle d'un groupe mondial, 6 mois ont été suffisants pour mettre en place une solution globale répondant aux attentes de 190 000 collaborateurs. C'est 3 fois moins que nos standards habituels.

L'adoption de méthodologies agiles mettant en exergue de l'innovation à la fois frugale et participative explique le succès de ce projet sans précédent, où 140 interviews ont été menées et 14 personnes aux profils multidisciplinaires impliquées dans la construction de la solution.

5. PÉRENNITÉ DU PROJET

MyHR, c'est pour chaque collaborateur un gain de 5 clics et 1 min par connexion à un outil RH.

Simplicité, vélocité et agilité nous ont permis d'envoyer rapidement une réponse aux attentes des employés, à moindre coût.

Ce projet s'inscrit dans la People Strategy du Groupe. Devenue une réalité, la solution est ancrée dans le quotidien des collaborateurs, en tant que vitrine des différents outils indispensables à leurs démarches personnelles.

6. AUDACE

Audace quant au périmètre couvert et la méthode utilisée : adoption de la méthode agile sur un projet d'envergure mondiale.

Audace quant à la promotion du projet, réalisée à l'appui d'un prototype issu des propositions de collaborateurs « Voice of Employee », au travers de pitchs aux DRH.

Audace quant à la chaine de décision : un unique sponsor membre du comité de direction de la DRH.

E.Leclerc

LA GRANDE RENCONTRE

La Grande Rencontre est une journée de recrutement à échelle nationale.

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
41,83 Md € (en 2021)

PAYS IMPLIQUÉ
1

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
133 000 (en 2021)

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
3

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
455 magasins

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Quels ont été le ou les élément(s) déclencheur(s) ?
L'opération a été pensée car + de 7000 postes étaient à pourvoir (soit 40% de plus que les années précédentes) dû au marché de l'emploi en forte tension dans le secteur de la grande distribution.
Le manque de cohésion des actions de magasins empêchait ces actions d'être réellement efficaces (les magasins E.Leclerc sont indépendants)

Quels étaient les macro-objectifs ?

1. Recruter
2. Valoriser l'image employeur
3. Soigner la relation clients

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Quels sont les résultats aujourd'hui ?

455 magasins se sont inscrits à l'opération. 35 000 candidats ont été reçus le 19 mars : 590 propositions d'embauche ont été faites le jour même et 1500 candidatures ont été retenues dans les 21 jours qui ont suivi. 57% des participants ont souligné l'apport incontestable et l'opération.

Quels sont les axes particulièrement forts de votre projet ?

Le recrutement sans CV : les candidats renseignaient un formulaire via un QR code lié à notre SIRH.

Faire visiter les coulisses des magasins montrant la diversité des métiers (du boulanger au responsable qualité, du réceptionnaire au boucher).

4. DURÉE DU PROJET AU REGARD DE SA COMPLEXITÉ

L'événement a été organisé en 2 mois seulement et 455 magasins se sont mobilisés pour y participer. Pour rappel, les magasins E.Leclerc sont indépendants. Ils sont donc libres de s'associer (ou pas) aux opérations que nous leurs proposons, ce qui rend plus complexe l'organisation d'évènements nationaux.
Il a fallu développer des méthodes de management adaptées pour coordonner ce projet à grande échelle le plus efficacement possible. Il y a également eu en amont une collaboration avec différentes entités du siège et une agence de communication avant de soumettre un kit aux magasins.

5. PÉRENNITÉ DU PROJET

L'opération n'était pas conçue initialement comme un événement pérenne, mais devant le succès, il a d'ores et déjà été décidé de rééditer l'évènement en 2023. La plupart des outils de communication ont été conçus sans être horodatés, permettant aux magasins de les réutiliser pour leurs propres événements de recrutement, ou lors de forums. Enfin, la Grande Rencontre aura permis de pousser durablement de nouvelles pratiques de recrutement, comme le recrutement sans CV, afin de s'ouvrir à de nouveaux profils professionnels.

6. AUDACE

Concevoir et mettre en place ce projet en 2 mois était très ambitieux du fait de l'indépendance des magasins E.Leclerc. Il y avait beaucoup d'acteurs à coordonner (455 magasins) et il pouvait être risqué pour l'image de l'enseigne d'avoir une opération à si grande ampleur sans pouvoir vérifier en amont la cohérence entre les magasins.

La communication sur l'opération était sur un ton léger et humoristique qui changeait des codes habituels.

Marionnaud
PARIS

PLAY MOBILE

Accompagner la stratégie commerciale Online et Offline en développement un outil permettant de renforcer la communication, la motivation et l'animation de la performance des équipes

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
NC

PAYS IMPLIQUÉ
France

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
3000

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
5

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
3 000

2. CONTEXTE ET ENJEUX

1 mois pour :

- Faire accepter une nouvelle mission aux équipes.
- Développer un outil de formation digital.
- Accompagner le changement à distance.
- Former les équipes à distance.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

L'agilité des RH pour répondre à l'imprévu a contribué au maintien de la performance de l'entreprise et l'outil développé a pris sa place dans le quotidien.

- Timing : respecté.
- Nb de personnes formées : 2000.
- Taux de participation formation : 92% vs 72%.
- Taux utilisation plateforme : 100%.
- Satisfaction programmes : 4,2/5.
- Taux de conversion vente : 49% vs 37%.
- Taux engagement entreprise : +15 pts .
- 82% des salariés se sentent impliqués dans le succès
- Top Employer 2022

4. DURÉE DU PROJET AU REGARD DE SA COMPLEXITÉ

Projet géré en 1 mois en mettant en place une équipe projet motivée et compétente.

- S1 : constitution équipe-distribution des rôles et premiers drafts des actions et supports internes - com interne.
- S2 : cahier des charges envoyé aux fournisseurs-échanges fournisseurs-passage en comité investissement- décision.
- S3 : création formations prioritaires- mises en ligne-groupe test comité direction.
- S4 : com interne-derniers contrôle.
- S5 : GO LIVE

5. PÉRENNITÉ DU PROJET

Le projet a pris sa place dans le quotidien, a évolué et évolue encore.

- Intégration playlist formation (netflix).
- Système de Gaming permettant de gagner des points à l'achèvement de la formation.
- Système de certificat pour certaines formations.
- Mise en place formations avec fournisseurs.
- Une communauté apprenante vient de voir le jour.

6. AUDACE

Réussir à embarquer 2000 personnes pendant une période de confinement était challenging, nous avons joué sur la collaboration.

- Echanges quotidien avec les partenaires sociaux.
- Participation des utilisateurs aux phases de test.
- Newsletter hebdo sur l'avancée du projet à toute l'entreprise.
- Videos des collaborateurs en plein travail.
- Feedback des premiers utilisateurs.

RELATION COLLABORATEUR EN PÉRIODE DE CRISE SANITAIRE

Déploiement d'un portail RH accessible 7j/7 24h/24 pendant la crise sanitaire

1. CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES
NC

PAYS IMPLIQUÉ
France

BUDGET
NC

EFFECTIF
EN FRANCE / MONDE
35 000

ÉQUIPE PROJET
COLLABORATEURS IMPLIQUÉS
10

UTILISATEURS
COLLABORATEURS EMBARQUÉS
8 300

2. CONTEXTE ET ENJEUX

Le contexte particulier lié à la crise sanitaire a été un accélérateur pour déployer des solutions digitales nécessaires pour fluidifier les échanges avec les collaborateurs.

3. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Notre portail RH est l'outil le plus utilisé pour communiquer efficacement avec les collaborateurs (indemnité inflation, épargne salariale...).

Les équipes Gestion Administrative RH reçoivent moins d'appels pour remettre des formulaires et des documents consultables directement en ligne.

Les arrêts maladie ne sont plus transmis par voie postale et la signature électronique des documents RH fait partie du quotidien. Les documents sont directement archivés dans le coffre-fort électronique.

4. DURÉE DU PROJET AU REGARD DE SA COMPLEXITÉ

Des travaux techniques et de la collecte d'informations (rédaction des articles de la base de connaissance) ont été menés en amont du lancement du projet avec la sphère RH.

La sphère RH est montée à bord du projet en octobre 2021 c'est-à-dire 3 mois avant la mise en production du portail RH (MEP 04/01/2021).

5. PÉRENNITÉ DU PROJET

La solution choisie était déjà partiellement déployée chez Suez (capitalisation). Le portail RH a aujourd'hui vocation à être enrichi afin de constituer le point d'entrée unique de toutes les demandes liées à la Gestion Administrative du Personnel et à la Paie.

6. AUDACE

Le projet a été lancé en pleine crise sanitaire le jour de la vente des parts de Suez détenues par ENGIE à Veolia.

A ce moment, il était nécessaire de montrer à la sphère RH et aux collaborateurs que Suez continuait d'avancer.

LE PARRAIN

DE LA CATÉGORIE RAPIDITÉ

SmartRecruiters

EN SAVOIR +

La Suite d'Acquisition de Talents, SmartRecruiters, facilite le recrutement des plus grands groupes (Les Mousquetaires, Veolia, Lesaffre, Linkedin). Solution internationale, partenariat avec plus de 600 acteurs technologiques pour faciliter l'intégration aux écosystèmes RH, application mobile native pour les managers, expérience candidat simplifiée et moderne, notre suite remplace des systèmes de suivi des candidats (ATS) de première génération. SmartRecruiters permet aux recruteurs et managers de réaliser leur sourcing, leur sélection, dans une logique collaborative et leurs échanges les candidats depuis une seule et unique interface. Un seul objectif : trouver les bons talents pour vos équipes dans les délais impartis.

SmartRecruiters, the Hiring Success Company, annonce sa nomination comme Leader stratégique pour la deuxième année consécutive par les analystes de Fosway Group, dans leur étude 2022 9-Grid™ for Talent Acquisition.

LES NOMMÉS 2022

CATÉGORIE RAPIDITÉ

E.Leclerc

1

La grande rencontre

Babilou

2

Projet mobilité géographique

amicio
L'Amour du client en un mot

3

Déployé en moins de 30 jours

Nathalie Bordais | LECLERC

LAURÉAT 2022
LE PROJET DE L'ANNÉE

LAURÉAT 2022
PROJET DE L'ANNÉE

GROUPE ADP

AEROWORK

Aerowork est une plateforme digitale, dotée d'intelligence artificielle, facilitant la relation entre candidats locaux, recruteurs aéroportuaires, et conseillers du service public de l'emploi.

GROUPE ADP
DES HORIZONS À PARTAGER

NOS PARTENAIRES

indeed

PRÉSENTATION DE LA SOCIÉTÉ

Premier site d'emploi mondial[1], Indeed fait des candidats une priorité en leur permettant de chercher un emploi, de publier leur CV, de se renseigner sur les entreprises et de noter leur employeur.

À la différence des job-boards classiques, Indeed est un moteur de recherche et recense l'intégralité des offres disponibles sur le marché. Ainsi, il s'adresse à l'ensemble de la population active. Par conséquent, l'audience d'Indeed en France est équilibrée géographiquement mais aussi entre les différentes catégories sociaux-professionnelles.

En France, Indeed, c'est 6,5 millions de visiteurs uniques[2], 9,3 millions de CV disponibles, 1ère application de recherche d'emploi sur iPhone et Android[3].

Grâce au partenariat unique avec Glassdoor, Indeed aide les entreprises à raconter leur histoire auprès des candidats pertinents pour attirer, recruter et retenir les meilleurs talents.

Sources : [1]comScore, nombre total de visites, mars 2021 [2]Médiamétrie Netratings, visiteurs uniques, juin 2022 [3]Classement SimilarWeb, catégorie applications mobiles « business », juillet 2022

CHIFFRES CLÉS

DATE DE CRÉATION DE LA SOCIÉTÉ

2004

NOMBRE DE COLLABORATEURS TOTAL

12 200

LE(S) FONDATEUR(S)

Paul Forster et Rony Kahan

PRINCIPAUX ACTIONNAIRES

Recruit Holdings Co., Ltd.

VOS CONTACTS

ERIC GRAS
Head of Talent Intelligence
egras@indeed.com

THIBAULT MAIRE
Talent Strategy Advisor
tmaire@indeed.com

NEOBRAIN

PRÉSENTATION DE LA SOCIÉTÉ

Neobrain est une solution RH novatrice qui a pour objectif de réduire l'impact de l'évolution des entreprises et des métiers sur l'humain.

Le monde se transforme. Les entreprises envisagent des évolutions de leur organisation. Des réorganisations qui sont certes nécessaires mais qui impactent aussi les salariés et leurs métiers. C'est pourquoi, en janvier 2018, à 22 ans, et après une première expérience entrepreneuriale réussie dans l'orientation scolaire avec FURTUNESS du Groupe l'Étudiant, Paul Courtaud a créé NEOBRAIN. Sa mission ? Développer un outil digital intuitif pour accompagner les Hommes dans leur transformation professionnelle dans un monde en pleine mutation.

Pourquoi Neobrain ? Tout simplement pour illustrer l'apport de nouvelles formes d'intelligences au service de l'Homme.

CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL EN 2021

4 000 000€

NOMBRE DE COLLABORATEURS TOTAL

100

DATE DE CRÉATION DE LA SOCIÉTÉ

2017

DATE DE CRÉATION DE LA SOLUTION PROMUE

2018

LE(S) FONDATEUR(S)

Paul Courtaud
Jérémy Jaillant

PRINCIPAUX ACTIONNAIRES

Breega, XAnge, Alter Equity, Crédit Mutuel Innovation

VOS CONTACTS

PAUL COURTAUD
CEO
06 73 16 07 43
pcourtaud@neobrain.io

CÉDRIC LÉONARDO
Head of Delivery and Customer Success
06 18 69 89 62
cleonardo@neobrain.io

CLAIRE GUILLOU
Head of Growth Marketing
07 61 68 21 67
cguillou@neobrain.io

CLÉMENT DELLA VALLE
Head of Sales
07 64 45 97 62
cdellavalle@neobrain.io

PIERRE-LOUIS QUENTIN
Head of Alliances
07 63 47 33 87
plquentin@neobrain.io

FLORENCE GOUNEL
DRH
fgounel@neobrain.io

BOSCH

1. CONTEXTE ET ENJEUX

Suite à la baisse de la production de moteurs diesel, BOSCH s'est équipé de la plateforme Neobrain pour cartographier les compétences des équipes, renforcer l'employabilité de leurs collaborateurs et faciliter le staffing de nouveaux projets de diversification.

2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

C'est dans ce contexte de transition industrielle que la Direction des Ressources humaines a conçu avec Neobrain et ses équipes un dispositif social innovant : le Programme Patrimoine Compétences. Les mutations économiques, technologiques et environnementales de la filière ont amené BOSCH à mener pour réaliser une mission d'état de lieux et de mise en dynamique des compétences. Jusqu'alors les compétences étaient orientées vers une expertise en profondeur, sur les activités en place. Aujourd'hui, elles se doivent d'être flexibles, évolutives, et transversales.

3. RESSOURCES MOBILISÉES

5 personnes

4. LES FORCES DE VOTRE PROJET

Conjugaison d'une approche d'accompagnement orientée conseil et d'une approche outil innovante.

NATIXIS

1. CONTEXTE ET ENJEUX

Natixis s'est rapproché de Neobrain pour fluidifier sa mobilité interne et donner à ses collaborateurs l'opportunité d'évoluer vers des métiers pour lesquels ils sont qualifiés ou sur lesquels ils peuvent monter en compétence. Ce projet a été initié par la définition des emplois et compétences de Natixis en mobilisant des experts et managers métiers ainsi que des collaborateurs. L'objectif de Natixis est donc de fluidifier le processus de mobilité interne pour rendre chaque collaborateur acteur de sa carrière tout en alignant la stratégie de développement RH sur celle de l'entreprise.

2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

Tous les collaborateurs de Natixis ont accès à Neobrain pour assurer leur développement et consulter les métiers et offres d'emplois disponibles actualisées quotidiennement. L'objectif est d'associer compétences et appétences pour accompagner les collaborateurs sur de nouveaux postes et faciliter la transformation des métiers tout en engageant le collaborateur.

3. RESSOURCES MOBILISÉES

15 personnes

4. LES FORCES DE VOTRE PROJET

+ 85% des collaborateurs connectés

+20% de mobilité 9 mois après le lancement

+50K compétences déclarées

50% des offres pourvues par un candidat interne

SAFRAN

1. CONTEXTE ET ENJEUX

Dans un contexte de transformation des métiers, Safran souhaite s'équiper d'une solution SaaS de gestion des compétences et des mobilités internes pour l'ensemble du groupe.

Cette solution doit être en phase avec les enjeux de Safran et être ergonomique afin de rendre leurs collaborateurs acteurs de leur développement et d'être employé centric. Dans ce contexte, Safran a déployé SELIA = Safran Employee Life Application, avec Neobrain.

2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

Mise en place d'un référentiel de compétences et des emplois associés. Chaque collaborateur peut noter ses compétences et motivations et avoir de la visibilité sur les mobilités internes possibles.

3. RESSOURCES MOBILISÉES

7 personnes

4. LES FORCES DE VOTRE PROJET

Le projet de déploiement de la solution Neobrain s'inscrit dans un programme global comprenant le déploiement de solutions LMS, CORE RH, Performance. La force de ce projet réside dans son ampleur, ses interfaces pour offrir aux employés une expérience complète, déployée en 6 langues.

PRÉSENTATION DE LA SOCIÉTÉ

Ad'missions, leader du portage salarial est membre du groupe Freelance.com depuis 2015. Créée en 1997 par un ancien cadre de l'APEC, Ad'missions est l'une des premières entreprises à proposer la prestation de portage salarial aux indépendants et est membre fondateur du PEPS (Syndicat des Professionnels de l'Emploi en Portage Salarial). Ad'missions propose une offre 360° pour les entreprises en quête de compétences externes, ponctuelles et qualifiées. Elle accompagne les entreprises dans la gestion et la sécurisation des compétences externes partout en France et en Europe.

Freelance.com bénéficie de plus de 20 ans d'expérience dans les métiers de l'intermédiation et un CA de 671M€ en 2021. Son engagement consiste à accompagner les grandes organisations dans leur transformation du travail, du numérique, environnementale en leur permettant de travailler en entreprise étendue. Avec un réseau de plus de 370 000 freelances, 1000 start-up & PME, Freelance.com connecte les entreprises avec les meilleurs experts à travers 6 pays.

CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL EN 2021

95 millions €

NOMBRE DE COLLABORATEURS TOTAL

43

DATE DE CRÉATION DE LA SOCIÉTÉ

1997

DATE DE CRÉATION DE LA SOLUTION PROMUE

1997

LE(S) FONDATEUR(S)

Gilles Guilhaume

PRINCIPAUX ACTIONNAIRES

Filiale du Groupe Freelance.com

VOS CONTACTS

LAURENT PERRET
Directeur BU Portage salarial du groupe Freelance.com
07 77 84 40 71
perret@freelance.com

ANNE-FLEUR CARABIN
Directrice des opérations Ad'missions
06 19 53 34 03
afcarabin@freelance.com

DAVID CUVELIER
Sales manager Paris
07 50 12 72 99
dcuvelier@freelance.com

EMILY MCLAREN
Business Developer Ile de France
06 26 40 56 44
emclaren@freelance.com

PHILIPE ALIX
Business Developer Ile de France
07 79 49 85 38
palix@freelance.com

ANTOINE VEUGEOIS
Business Developer Pays de Loire
07 79 49 18 29
aveugeois@freelance.com

SOCIÉTÉ LEADER SUR LE MARCHÉ DES SERVICES AUX ENTREPRISES

1. CONTEXTE ET ENJEUX

"RECRUTER sans impacter ma masse salariale grâce au portage salarial"

Société leader sur le marché des services aux entreprises souhaite maîtriser le poids de son effectif interne par rapport à son chiffre d'affaires. Le client recherche donc une solution agile et flexible à mettre en œuvre lui permettant de maintenir les services, les projets et les recrutements sans impacter sa masse salariale : le portage salarial.

2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

Analyse des enjeux du client

Explication de la solution du portage salarial pour répondre aux enjeux

Formation des équipes RH et opérationnelles du client

Explication de la stratégie à mettre en place

Mise en application dès les premiers recrutement

Suivi des dossiers de portage chez le client et accompagnement des portés par un interlocuteur Ad'missions dédié.

3. RESSOURCES MOBILISÉES

Mise en place d'une gouvernance afin de mettre en œuvre le plan de déploiement du portage salarial au sein de l'entreprise :

- Référents nommés chez le client et Ad'missions (RH et opérationnels)
- Présentation des enjeux aux équipes et parties prenantes chez le client
- Etablissement d'une road map de mise en place
- Exécution des processus définis
- Suivi des indicateurs en réponse aux enjeux du client.

4. LES FORCES DE VOTRE PROJET

Mise en place d'une stratégie d'externalisation de talents sans impacter la masse salariale du client.

Le client a pu éviter les nombreuses techniques classiques de réduction de la masse salariale tout en complétant ces équipes actuelles. Cela a permis une meilleure qualité de vie au travail et une augmentation en productivité pour les équipes internes.

SOCIÉTÉ LEADER SUR LE MARCHÉ HÔTELIER

1. CONTEXTE ET ENJEUX

Intérim vs Portage salarial : différences, avantages et gains

Société leader sur le marché hôtelier souhaite simplifier l'accès à des ressources externes pour gagner en efficience et avoir les compétences opérationnelles rapidement. Le client souhaite challenger l'intérim en réduisant les coûts budgétaires, fidéliser ses compétences externes, réduire ses contraintes de mise en application et sécuriser ses process. Le portage salarial répond à tous ces besoins.

2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

Bascule d'un schéma traditionnel à une nouvelle forme d'emploi pour le client

Intégration d'un nouveau modèle de gestion des compétences externes

Une efficience opérationnelle avec l'accès aux ressources (sans motifs de recours pour le client)

Réunion mensuelle entre le client et Ad'missions pour identifier les prochains profils et le suivi des portés.

3. RESSOURCES MOBILISÉES

Le premier challenge était d'identifier la répartition entre le service RH et les opérationnels consommateurs d'intérim chez le client. Ensuite déterminer les futurs recrutements externes pour s'assurer que le portage salarial était bien en adéquation avec les profils demandés.

L'action principale fut l'intégration du portage salarial dans la stratégie RH du groupe grâce à des réunions de convergence entre un référent client et une équipe Ad'missions dédiée.

4. LES FORCES DE VOTRE PROJET

30 collaborateurs sous le dispositif du portage salarial :

- 20% d'économies sur le budget recours aux compétences externes par rapport à l'intérim
- Les ressources sont opérationnelles en 24h chez le client.

ACTEUR MAJEUR DE L'ENERGIE

1. CONTEXTE ET ENJEUX

Alternant / Stagiaire et retraité : Comment prolonger la collaboration grâce au portage salarial

Acteur majeur de l'energie souhaite maintenir ses collaborateurs au sein de l'entreprise pour assurer la continuité d'une mission. Il souhaite assurer une passation fiable et une continuité de mission sans enclencher un contrat de travail classique. Nous avons donc trouvé une formule permettant aux ex-collaborateurs de rester et assurer la prolongation de la mission en toute sérénité.

2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

Plan de continuité assuré chez le client

Capacité à assurer une passation dynamique et confortable pour le porté et le client

Maintient et transmission de la connaissance métier

Maintient facilité de jeunes diplômés dans l'organisation sans internalisation

3. RESSOURCES MOBILISÉES

Coordination entre les équipes Ad'missions et les équipes RH spécialisés dans la gestion des départ en retraite ou en stage/alternance.

Audit interne auprès des équipes sur les volontés de prolonger des compétences

Récupération des données et organisation de la mise en relation avec Ad'missions.

Co-construction d'un outil commun pour la prise en charge des compétences recommandées.

Mise en place des réunions de suivi.

4. LES FORCES DE VOTRE PROJET

Plus de 25 reconductions de contrats alternants/stages

Plus de 10 retraités reconduit pour des activités complémentaires à leur retraite.

SOCIÉTÉ SPÉCIALISÉE DANS LE CONSEIL

1. CONTEXTE ET ENJEUX

La grande démission - comment offrir des alternatives à ses salariés ?

Société spécialisée dans le conseil est confrontée à une vague de départs importants depuis la crise sanitaire. Après diagnostic, l'entreprise fait le constat que beaucoup de salariés ne se retrouvent plus dans le modèle classique et ressentent un besoin d'émancipation salariale. Le client souhaite donc trouver une solution permettant de garder ses talents et proposer une alternative sécurisée et fiable: le portage salarial.

2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

Recueil des attentes des collaborateurs du client

Prise en charge et plan de préconisations

Bascule des ex-salariés vers le dispositif du portage salarial.

3. RESSOURCES MOBILISÉES

Un référent client membre du Board directement lié au projet ainsi qu'un expert portage salarial chez Ad'missions.

Mise en place d'un questionnaire pour analyser les envies et souhaits des collaborateurs dans leur poste actuel.

Explication, formation et point pédagogique sur le portage salarial comme alternative.

Accompagnement dans la transition du salariat vers le portage salarial.

4. LES FORCES DE VOTRE PROJET

- Levier pour les managers opérationnels et les directeurs de BUs pour conserver plus facilement leurs consultants jusqu'à la fin du projet.
- Plus de 10 bascules en portage salarial sur des ressources qui voulaient partir.

servicenow

PRÉSENTATION DE LA SOCIÉTÉ

ServiceNow (NYSE : NOW) a été créée en 2004 avec la profonde conviction que les opérations simples peuvent être exécutées facilement et que les tâches complexes, comportant plusieurs étapes, peuvent devenir un jeu d'enfant.

Dès ses débuts, ServiceNow a pensé un monde où la création de puissants workflows digitaux est à la portée de tous. Aujourd'hui, ServiceNow est une plateforme Cloud qui vise à simplifier notre façon de travailler et accroître la productivité de 6200 entreprises dans le monde.

Nos applications sont conçues pour automatiser, prédire, numériser et optimiser les tâches et les processus métiers, de la DSI au service client en passant par les services généraux et les ressources humaines, créant ainsi une meilleure expérience pour les collaborateurs et les clients tout en transformant l'entreprise.

CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL EN 2021

4,4 M $

NOMBRE DE COLLABORATEURS TOTAL

17 000

DATE DE CRÉATION DE LA SOCIÉTÉ

2004

PRINCIPAUX ACTIONNAIRES

Société cotée au NYSE

LE(S) FONDATEUR(S)

Fred Luddy

VOS CONTACTS

JÉRÉMY BRETON
Solution sales manager
+33 6 45 63 84 69
jeremy.breton@servicenow.com

JÉRÉMY ROCCHIA
Solution sales manager
+33 6 22 51 17 88
jeremy.rocchia@servicenow.com

ÉVELYNE GALLAGHER
Directeur solution consultant Europe du sud
+33 7 60 23 50 60
evelyne.gallagher@servicenow.com

OLIVIER PICHON
Directeur solutions Europe du sud
olivier.pichon@servicenow.com

ALIX BRIGOULET
Solution consultant
+33 6 73 38 65 17
alix.brigoulet@servicenow.com

RÉGIS GOURMELEN
Solution consultant
+33 6 33 39 70 92
regis.gourmelen@servicenow.com

CrossKnowledge
A Wiley Brand

PRÉSENTATION DE LA SOCIÉTÉ

CrossKnowledge est le spécialiste du digital learning pour les grandes entreprises et entreprises de taille intermédiaire. Nous offrons une solution globale et une expertise inégalée en matière d'acquisition des compétences. Les collaborateurs sont le plus grand atout d'une organisation. Mais comment développer les compétences à grande échelle et de façon efficace ? Nous mettons 20 ans d'expérience en digital learning et une méthodologie éprouvée au service de nos clients. Nous les aidons à mieux articuler leurs enjeux business et leurs stratégies de formation puis à mettre en oeuvre leurs plans de formation avec un maximum d'impact. Nous sommes une marque du groupe Wiley.

CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL

$70 million USD

NOMBRE DE COLLABORATEURS TOTAL

400

DATE DE CRÉATION DE LA SOCIÉTÉ

2000

PRINCIPAUX ACTIONNAIRES

WILEY

LE(S) FONDATEUR(S)

Pascal El Grably

VOS CONTACTS

ROMAIN MALLARD
Senior VP et General Manager Professional Learning, Wiley
rmallard@wiley.com

GUILLAUME GÉRARD
GVP, Business Development Professional Learning, Wiley
ggerard@wiley.com

CHERRYL D'SOUZA
GVP, Brand Management Professional Learning, Wiley
cdsouza@wiley.com

OLIVIER METZKER
Europe Sales Director
ometzker@wiley.com

MARK HARRIS
Client Success Director
mharris@wiley.com

BERNARD LE BLANC DE CERNEX
Directeur Régional France
bleblancde@wiley.com

ALSTOM

1. CONTEXTE ET ENJEUX

Engager tous les collaborateurs d'Alstom autour de la nouvelle stratégie

Le nouveau plan stratégique d'Alstom s'appuie sur de nouvelles valeurs d'entreprise : Agile - Inclusif - Responsable, ainsi que sur un nouveau référentiel de leadership qui doivent être déployés le plus rapidement possible auprès des 80 000 collaborateurs, dont 50% nouveaux !

L'objectif est d'accompagner la formation individuelle et en équipe, en lien avec le nouveau référentiel de leadership : les «Powerskills »

2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

CrossKnowledge a été choisi comme partenaire formation d'Alstom :

- Présentation aux équipes formation et gestion des talents dans les régions
- Pilote sur quelques pays
- Formation et équipement des managers pour qu'ils jouent le rôle d'animateurs au sein de leurs équipes
- Plan de communication global
- Lancement

3. RESSOURCES MOBILISÉES

Une équipe de plus de 25 personnes (responsables régionaux des RH et de la gestion des talents) provenant de plusieurs régions a été impliquée dans l'implémentation du programme en s'assurant que les cadres supérieurs voient le potentiel de la solution et s'engagent à l'utiliser et cascader auprès de leurs équipes.

Un réseau de plus de 400 professionnels des RH et de la formation continue est impliqué dans la promotion.

L'interface dédiée a été construite avec Crossknowledge.

4. LES FORCES DE VOTRE PROJET

Si le projet a rencontré autant d'engouement, c'est qu'il est en droite ligne avec les attentes de toute l'entreprise. I répond à la stratégie de l'entreprise (Mobilité intelligente et Mobilité verte) et aux attentes de ses clients dont une grande préoccupation est la décarbonisation

- 90% des collaborateurs se sont appropriés la significtication des valeurs Alstom
- 1 Brandon Hall HCM Award remporté en 2021

BNP PARIBAS

1. CONTEXTE ET ENJEUX

Le développement durable est au cœur de la stratégie d'investissement de BNP Paribas Asset Management. Son objectif est d'obtenir des rendements d'investissement durables à long terme pour ses clients.

La plateforme d'apprentissage iLearn de BNPP AM joue un rôle crucial dans le soutien des stratégies de l'entreprise en les soutenant par des programmes de développement, tout en fournissant un apprentissage de pointe.

2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

Chronologie et étapes clé du projet iLearn :

Le déploiement d'iLearn a couvert une période d'un an et demi, de la première réunion de lancement en novembre 2018 à l'implémentation IT en mars 2020.

Novembre 2018 - Mars 2019 : Kick-off, workshops avec RH, conception du pilote

Mars - Avril 2020 : Lancement du pilote pour RH et Product & Stragegic Marketing (PSM)

Mai 2019 - Mars 2020 : Création du contenu et conception de l'outil.

Tests et implémentation IT

3. RESSOURCES MOBILISÉES

2 personnes de l'équipe L&D pour la conception et l'impémentation d'iLearn.

Une équipe de 3 personnes est désormais établie de façon permanente pour exécuter la transformation.

Prestataire unique : CrossKnowledge

4. LES FORCES DE VOTRE PROJET

- Centralisation de toutes les formations
- Création d'un point d'accès unique
- Tous les employés sont activement encouragés pour la gestion des formations
- Au lieu d'une approche "on-size-fits-all", une "approche de conception de formation sur mesure" a été adaptée à tous les besoins de l'entreprise.
- 1 Brandon Hall HCM Award GOLD remporté avec la « iLearn Platform » en 2021.

Schneider Electric

1. CONTEXTE ET ENJEUX

Schneider Electric - Leadership for Profitable Growth

Suite à un atterrissage financier décevant, le CEO de Schneider Electric a souhaité faire monter en compétences et aligner les Top Leaders du groupe sur les concepts financiers afin de délivrer la vision du futur auprès des actionnaires.

L'objectif est de leur faire maîtriser les principes de la finance d'entreprise appliquée à l'organisation matricielle de l'entreprise regroupant 3 business modèles de gestion financière très différentes.

2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

Schneider Electric a d'abord créé un programme de formation de 3 jours en présentiel pour les 102 présidents de pays.

Cette formation a ensuite été entièrement digitalisée en s'appuyant sur le cours du professeur, les applications Schneider Electric et le business game, le tout mis en oeuvre dans un format de Blended Learning flexible, permettant à chacun de se former à son rythme dans un cadre commun.

Les sponsors étaient le CEO et son Comité Exécutif.

3. RESSOURCES MOBILISÉES

Une équipe interne compos: 2 Program Leaders pour la création, le design (pédagogie et expérience apprenant) et la supervision du projet, 4 membres additionnels en tant qu'arbitres et influenceurs, 3 responsables du déploiement (cohortes) et 3 en soutien technique et logistique ainsi que 15 experts internes pour la création du contenu personnalisé

Prestataires : un professeur de Finance et Stratégie (théorie et serious game), un organisme spécialisé dans la formation financière et CrossKnowledg

4. LES FORCES DE VOTRE PROJET

Un engagement fort des équipes L&D et des sponsors au plus au niveau de l'entreprise ont permis d'atteindre des résultats très positifs : 90% des Top Leaders ont complétés la formation avec un NPS de 83 et une note de satisfaction globale de 4,7/5.

Le programme a été étendu au niveau directeur (N-1 de l'audience cible) représentant 2500 personnes.

3 Brandon Hall HCM Awards remportés avec le programme « Leardership for Profitable Growth »

Carrefour

1. CONTEXTE ET ENJEUX

Accompagner la transformation digitale chez Carrefour

Le secteur de la grande distribution connaît des mutations profondes qui nécessitent de transformer la chaîne de production, de commercialisation et de consommation.

Objectif : acculturer les collaborateurs à la transformation digitale chez Carrefour via un programme de formation interne, Act for Change.

2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

- Formation d'une nouvelle équipe et gouvernance projet
- Refonte de l'architecture fonctionnelle et pédagogique de la plateforme
- Créer un point d'entrée unique en gérant les troncs communs et les spécificités
- Refonte de la communication et de l'intégration
- Proposer des formations simples, courtes et innovantes (Atelier des Chefs) en s'appuyant sur les éléments clés de la stratégie Carrefour
- Maximiser l'engagement apprenant par un plan de communication fort et dynamique

3. RESSOURCES MOBILISÉES

3 personnes de l'équipe Carrefour L&D du siège et 4 personnes L&D des business units partenaires

3 experts business responsables du déploiement

Une équipe de 3 experts a été en charge de conceptualisation, transformation et déploiement du portail.

Prestataire : CrossKnowledge

4. LES FORCES DE VOTRE PROJET

- Création d'une identité visuelle forte et engageante
- Communication innovante sur le thème de la cuisine pour s'identifier aux produits Carrefour et susciter l'engagement
- L'optimisation de l'expérience apprenant
- Les KPI d'usage du dispositif global et les indicateurs de satisfaction des apprenants sont en forte hausse : Nombré d'apprenants formés +75% ; Nombre de connexions: +117%

2 Brandon Hall HCM Awards remportés en 2021

SmartRecruiters

PRÉSENTATION DE LA SOCIÉTÉ

La Suite d'Acquisition de Talents, SmartRecruiters, facilite le recrutement des plus grands groupes (Les Mousquetaires, Veolia, Lesaffre, Linkedin). Solution internationale, partenariat avec plus de 600 acteurs technologiques pour faciliter l'intégration aux écosystèmes RH, application mobile native pour les managers, expérience candidat simplifiée et moderne, notre suite remplace des systèmes de suivi des candidats (ATS) de première génération. SmartRecruiters permet aux recruteurs et managers de réaliser leur sourcing, leur sélection, dans une logique collaborative et leurs échanges les candidats depuis une seule et unique interface. Un seul objectif : trouver les bons talents pour vos équipes dans les délais impartis.

SmartRecruiters, the Hiring Success Company, annonce sa nomination comme Leader stratégique pour la deuxième année consécutive par les analystes de Fosway Group, dans leur étude 2022 9-Grid™ for Talent Acquisition.

CHIFFRES CLÉS

NOMBRE DE COLLABORATEURS TOTAL

400 +/-

DATE DE CRÉATION DE LA SOCIÉTÉ

2010

DATE DE CRÉATION DE LA SOLUTION PROMUE

2010

LE(S) FONDATEUR(S)

jerome Ternynck

PRINCIPAUX ACTIONNAIRES

Silver Lake Waterman Insight Partners , Mayfield Fund.

VOS CONTACTS

HENDA KHELIFA
Account Enterprise executive Europe du Sud
06 23 02 31 93
h.khelifa@smartrecruiters.com

GHISLAIN FOUCHÉ
Pre-Sales Solution Consultant
06 32 04 30 49
g.fouche@smartrecruiters.com

ALEXANDRE LALAGÜE
Commercial Enterprise executive Europe du Sud
06 79 69 54 32
a.lalague@smartrecruiters.com

CAMILLE TATIBOUËT
Commercial Enterprise executive Europe du Sud
06 95 44 62 13
c.tatibouet@smartrecruiters.com

1. CONTEXTE ET ENJEUX

En 2021, Cora a fait le choix du changement : il était important de moderniser la politique de recrutement du Groupe et de développer la visibilité de la marque pour pouvoir se positionner face à la concurrence et attirer les bons talents.

Chez Cora, l'organisation est décentralisée. Au sein des hypermarchés, le directeur de magasin dispose d'une forte autonomie et d'une grande liberté dans ses décisions. Par ailleurs, les pratiques de recrutement ne sont pas forcément les mêmes d'un magasin à l'autre, et le volume des candidatures varie énormément ; les rôles des responsables des ressources humaines sur place sont également différents. Plusieurs défis ont été alors identifiés :

- Faciliter l'implication de tous les acteurs du recrutement et impulser une dynamique de collaboration inter-équipe
- Se doter d'un outil d'assistance pour gérer le volume de candidatures
- Accroître la visibilité et l'attractivité de la marque employeur

2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

Janvier 2022 - Le kick off du projet a eu lieu avec l'objectif de déployer la solution pour Cora France et la centrale d'achats du groupe, Provera, au Printemps 2022

Janvier-Février 2022 - Il a fallu seulement deux mois pour le paramétrage, l'appropriation de l'outil par l'équipe RH et la conduite du changement

Mars 2022 - Le déploiement s'est fait sur l'ensemble du territoire

Aujourd'hui - 100% des collaborateurs (soit 18 000 employés) ont désormais accès à l'ATS

- Processus de recrutement pour les équipes RH (central et magasin) et les managers
- Bourse à l'emploi interne pour l'ensemble des collaborateurs

La solution a donné un véritable coup d'accélérateur pour les recrutements de Cora = +73% du nombre de candidatures en 5 mois

3. RESSOURCES MOBILISÉES

L'intégralité du processus de recrutement se fait désormais via SmartRecruiters.

- L'équipe RH/recrutement Cora en central
- Les interlocuteurs RH en magasin
- Les Managers où qu'ils se trouvent
- L'équipe projet et Customer Success de SmartRecruiters

4. LES FORCES DE VOTRE PROJET

- Interface unique et facile à appréhender pour les collaborateurs non-RH.
- Simplicité et rapidité de la mise en place de la solution.
- Outil ergonomique au caractère intuitif.
- Interface unique et facile à appréhender pour les collaborateurs non-RH.
- Accès à l'ATS pour les managers (plus grande autonomie).
- Collaboration et cogestion des candidatures RH / managers facilitées.
- Professionnalisation des pratiques de recrutement.
- Gain de temps dans le traitement des candidatures grâce à l'intelligence artificielle (outil de matching) et la priorisation de l'ouverture des CVs.
- Traitement simple des candidatures spontanées.
- Multidiffusion sur plusieurs job boards en quelques clics.

POUR ALLER PLUS LOIN avec

Deloitte.

VOUS AVEZ UN PROJET DE TRANSFORMATION POUR VOTRE DIRECTION DES RESSOURCES HUMAINES ?

Nos experts se tiennent à votre disposition pour vous accompagner et vous conseiller lors de vos projets de transformation.

VOS CONTACTS

PHILIPPE BURGER
Associé Responsable Capital Humain
phburger@deloitte.fr

GILBERT DAVID
Associé Capital Humain
HR Transformation Leader
gidavid@deloitte.fr

YVAN MATRAIRE
Associé Capital Humain
HR Transformation
ymatraire@deloitte.fr

LOIC LARBODIERE
Directeur Human Capital
HR Transformation
llarbodiere@deloitte.fr

LUKE DAS GUPTA
Senior Manager Human Capital – HR Transformation
ludasgupta@deloitte.fr

JÉROME ISAERT
Directeur Human Capital
HR Transformation
jisaert@deloitte.fr

NOS PARTENAIRES
GOLD

ad'missions

CrossKnowledge
A Wiley Brand

indeed

NEOBRAIN

servicenow

SmartRecruiters

NOS PARTENAIRES
SILVER

365 TALENTS

cegid

cornerstone

icims

JOBTEASER

sdworx

Partenaire principal
Deloitte.

Save the DATE

1ER JUIN 2023

DHRA 2022