



Communiqué de presse

Voici comment la gestion de la santé en entreprise est communiquée et mise en œuvre de manière ciblée

Berne, le 31.08.2022. Le Congrès national 2022 pour la gestion de la santé en entreprise (GSE) a montré à quel point il est important pour les entreprises d'examiner de près la communication GSE - des objectifs de communication à la gestion des impacts. Une entreprise en bonne santé a besoin de personnel en bonne santé – et vice versa! Cela s'avère être un défi majeur dans le monde professionnel d'aujourd'hui et nécessite un changement de culture dans lequel le développement organisationnel joue un rôle central. Lors du Congrès national GSE 2022, la communication GSE a été examinée sous trois angles: changement culturel, canaux de communication et marque d'employeur.

Comment les entreprises peuvent-elles promouvoir la santé de leurs salarié-e-s en soutenant leur GSE par une communication ciblée? Cette question était au centre du 18e Congrès national pour la GSE, intitulée «M'entends-tu ou me comprends-tu déjà?», organisée par Promotion Santé Suisse et ses partenaires de coopération, à savoir la Caisse nationale suisse d'assurance en cas d'accidents Suva et le Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO). Plus de 600 professionnels ont assisté au congrès au Kursaal de Berne.

Communication GSE interne - tendances et stratégies pour une entreprise durable

«Il ne suffit pas de bien faire, il faut aussi en parler et convaincre le plus possible de personnes», déclare [la Prof. Dr. Anabel Ternes](#), conférencière principale et experte en développement durable, numérisation et compétences d'avenir. À l'aide d'exemples de bonnes pratiques basés sur des faits actuels issus de la recherche et de ses propres enquêtes, Anabel Ternes a montré aux participant-e-s l'importance d'un bon démarrage de la communication GSE interne, ce qu'il est possible d'en tirer et les erreurs à éviter. *«Pour bien démarrer, il faut avoir le consentement de collaborateur-trice-s, dès le départ. Cela peut se faire par un sondage qui permettra de constituer un groupe de pilotage, lequel englobe tous les départements et domaines de responsabilité. Les entreprises ne doivent en aucun cas se lancer sans un plan. La communication GSE est réussie lorsque ses méthodes et ses formats sont planifiés sur le long terme, portés par tous et ancrés dans la stratégie, au sommet, au niveau de la direction»,* poursuit Anabel Ternes.

Ce regard pratique sur l'avenir a montré aux participant-e-s comment les entreprises peuvent se positionner avec succès pour l'avenir grâce à la communication GSE interne.

La transparence des salaires joue un rôle de «gamechanger» – le chemin visionnaire de la Famille Wiesner Gastronomie

On ne doit pas parler de salaire, n'est-ce pas? La transparence dans les entreprises est le signe d'une culture d'entreprise saine, qui garantit des employé-e-s plus satisfaits-es, en meilleure santé et plus motivé-e-s. C'est ce que Manuel Wiesner ([Famille Wiesner Gastronomie](#)) a démontré à travers la démarche de transparence totale des salaires et ses impacts positifs avantages. Tout membre du personnel a le droit de demander le salaire d'un-e collègue, y compris celui du patron ou de la patronne. Les candidat-e-s connaissent leur salaire avant de télécharger leur candidature – grâce au calculateur de salaire en ligne de l'entreprise. Lors de l'entretien avec Annina Brühwiler de DoDifferent, Manuel Wiesner a montré le lien entre la transparence salariale et la GSE, quelle

culture d'entreprise est nécessaire et dans quelle mesure cette approche augmente la satisfaction des employé-e-s.

«Nous considérons la transparence des salaires comme une pièce du puzzle. Bien qu'il soit difficile de voir un impact direct significatif sur la satisfaction des employé-e-s et le taux de fluctuation, on peut dire que le système a très bien fait ses preuves. La restauration est actuellement aux prises avec une situation très difficile concernant le personnel. Je connais des entreprises concurrentes très bien placées qui doivent fermer certains jours parce qu'elles n'ont pas assez d'employé-e-s. Cela ne nous est jamais arrivé», a expliqué Manuel Wiesner.

Parlera-t-on davantage des salaires à l'avenir ? L'avenir nous le dira.

La marque d'employeur comme output de la communication GSE interne

[IBI](#), une PME d'environ 55 employés, approvisionne la région d'Interlaken en énergie de manière innovante depuis 1866. [SCHINDLER](#), une entreprise internationale, transporte des personnes et des marchandises depuis 1874 avec 2800 employé-e-s dans toute la Suisse et 60 000 dans le monde. Le point commun entre ces deux entreprises ? Tous deux ont été récompensés en 2021 pour l'attractivité du lieu de travail qu'ils proposent. Helmut Perreten, CEO d'IBI AG, et Samuel Bisig-Scheiber, responsable de GSE chez Schindler Aufzüge AG, ont montré comment ils ont réussi, entre autres, à faire en sorte que la marque d'employeur ne devienne pas du marketing pur. Des avantages et des défis, mais surtout des solutions ont été présentés. L'atelier animé par Schindler s'est concentré sur son projet «It's our life!» comme exemple tiré de la pratique – avec un héros de bande dessinée qui jouait le rôle de communicant GSE et de développeur de culture.

Discours politique

Que faut-il faire pour rester en bonne santé en télétravail ? C'est une question brûlante et plusieurs interventions ont déjà été déposées au Parlement. [Manuela Weichelt](#), Conseillère nationale et membre de la Commission de la sécurité sociale et de la santé du Conseil national et [Michèle Bloechliger](#), Conseillère d'État, ancienne Directrice sanitaire et sociale et Directrice financière actuelle du canton de Nidwald, ont évoqué les avantages et les inconvénients du télétravail, qui devient de plus en plus fréquent. Il est très probable que le télétravail continue de se répandre même après la pandémie. En effet, le télétravail permet par exemple aux salarié-e-s de mieux concilier vie privée et vie professionnelle. Du point de vue de l'entreprise, l'augmentation de la productivité, l'amélioration de l'attractivité du lieu de travail et éventuellement la diminution des coûts de location et des charges sont de bons arguments pour le travail à domicile. Bien qu'il soit plus facile de concilier vie privée et professionnelle, il est plus difficile de faire la différence entre les deux.

«Comme tout dans la vie, le télétravail a ses avantages et ses inconvénients, tant pour les employé-e-s que pour les entreprises. La préservation de la santé physique et mentale dans le télétravail ne doit pas être sous-estimée», a expliqué Manuela Weichelt. «C'est un défi de respecter les temps de pause et de repos à la maison, d'aménager un lieu de travail ergonomique et de pratiquer suffisamment d'exercice.» a ajouté Michèle Blöchli, «Les horaires de travail peuvent être plus souples en télétravail et les trajets improductifs sont évités. Ce qui compte, c'est la disponibilité et les échanges réguliers avec l'équipe et les responsables. La confiance entre -entreprise et employé-e constitue la base d'un télétravail qui fonctionne.»

Le 18e Congrès national pour la GSE a été un succès total ou comme l'a exprimé Thomas Mattig, Directeur de la Fondation Promotion Santé Suisse: *«Après deux ans, c'était merveilleux de revoir tout le monde et de porter un toast à la GSE ensemble. Le congrès GSE est LE rendez-vous de l'année où la communauté GSE peut échanger. En termes de contenu, les récits d'expérience sur le terrain, par exemple celui de la Famille Wiesner Gastronomie, m'ont montré à quel point il est important que les employé-e-s non seulement connaissent et comprennent les objectifs et les*

stratégies, mais aussi que la transparence, en particulier en matière de salaires, contribue à une culture d'entreprise saine et à une plus grande motivation des employé-e-s.»

Le programme détaillé, les présentations et les vidéos des contributions individuelles sont disponibles sur le site du Congrès GSE: www.bgm-tagung.ch.

Autres informations

Si vous souhaitez de plus amples informations ou avez des questions, le service de presse de Promotion Santé Suisse se tient à votre disposition par e-mail à medien@gesundheitsfoerderung.ch.

Promotion Santé Suisse

Promotion Santé Suisse est une fondation soutenue par les cantons et les assurances. En vertu de son mandat légal, elle initie, coordonne et évalue des mesures destinées à promouvoir la santé et à prévenir les maladies (Loi sur l'assurance-maladie, art. 19). La fondation est soumise au contrôle fédéral. L'organe de décision le plus élevé est le conseil de fondation. Elle compte deux bureaux, à Berne et à Lausanne. Toute personne vivant en Suisse verse, via les assurances-maladies, une contribution mensuelle de 40 centimes en faveur de Promotion Santé Suisse.

www.gesundheitsfoerderung.ch