



RETOUR SUR... LA POLITIQUE SOCIALE D'ÉLECTRO DÉPÔT

Dès sa création en 2004, l'enseigne d'électroménager discount s'est montrée volontariste en matière d'évolution des compétences de ses salariés et a souhaité mieux partager la valeur ajoutée. En juillet 2012, cette politique de responsabilité sociale a été distinguée par le Réseau Alliances.

Un trophée pour huit ans de pratiques RSE

Électro Dépôt inaugurerait, ce 15 octobre, son 50^e magasin après moins de huit ans d'existence. Malgré la conjoncture, son pari a été tenu : l'enseigne d'électroménager *low cost* a ouvert dix magasins par an et maintient son objectif de 100 boutiques d'ici à 2017. Une réussite économique assez exemplaire pour cette filiale de HTM Group, placée dans l'orbite de l'Association familiale Mulliez (AFM).

Partage de la valeur ajoutée et formation

Pour soutenir ce développement rapide, l'entreprise a misé sur une politique de responsabilité sociale axée sur la formation et le partage des profits. Une politique que le Réseau Alliances, qui accompagne les entreprises dans leur démarche de RSE, a distingué par une médaille de bronze, le 4 juillet dernier, à l'occasion de ses Trophées de l'économie responsable. « Chaque année, nous récompensons 12 entreprises eurorégionales de toutes tailles parmi une quarantaine que nous auditons », rappelle Marie-Madeleine Carpentier, responsable "bonnes pratiques" du réseau présidé par Philippe Vasseur.

L'audit de l'association a mis en évidence la rapidité avec laquelle l'entreprise avait réussi à concrétiser une forme de partage de

la valeur ajoutée. « L'actionariat salarié [lire *Entreprise & Carrières* n° 1109] a été mis en place en moins de cinq ans. Et le taux d'adhésion de plus de 95 % des salariés a été atteint immédiatement, ce qui est rare, relate Marie-Madeleine Carpentier. À ce plan s'ajoute un accord d'intéressement conclu en 2005. » La politique de formation et d'évolution interne a également suscité l'intérêt : l'entreprise a cherché à réduire les échelons hiérarchiques (à cinq niveaux) et le nombre de métiers (à trois) de façon à faciliter les promotions internes. « Aujourd'hui, 48 % des directeurs de magasin sont issus de la formation interne », précise Stéphane Wilmotte, DRH de l'entreprise. Un objectif complexe à tenir, alors que 250 nouveaux collaborateurs sont recrutés chaque année. « C'est pourquoi, fin 2009, nous avons créé notre Académie. Elle forme les futurs directeurs adjoints et directeurs de magasin. » Grâce à elle, les évolutions de carrière sont accélérées, un équipier recruté à la création de l'enseigne en 2004 a été nommé directeur de magasin. Autre exemple : arrivé comme apprenti RH en 2007, Jérôme Vigneron est devenu directeur de magasin à 26 ans. « Ce poste d'administratif ne me convenait pas, raconte-t-il. J'ai pris un poste d'équipier en magasin pendant dix-huit mois. Après une formation de huit

mois à l'Académie, je suis devenu directeur adjoint du plus gros magasin de l'enseigne à Villeparisis. Deux ans après, formé par l'Académie au métier de directeur pendant cinq mois, j'ai été choisi pour diriger Beauvais, qui ouvrait en mai 2012. » Depuis deux ans, l'entreprise fait moins appel aux prestataires extérieurs pour ses recrutements, privilégie les CVthèques et les réseaux sociaux, qu'ils soient numériques ou fonctionnant par le bouche-à-oreille. « Deux tiers des recrutements sont assurés totalement par l'entreprise, commente le DRH. Les profils sont plus qualitatifs. Le taux d'échec après embauche a été divisé par trois et le turnover est passé de 17 % à 9 % pour les cadres et de 24,8 % à 21,2 % entre 2009 et 2011. »

Améliorer la sécurité

L'audit a néanmoins mis en évidence deux axes de progrès : le taux d'emploi de personnes handicapées et la prévention des accidents du travail. Le taux d'emploi de salariés handicapés est passé de 3 % à 1,38 % entre 2009 et aujourd'hui. Pour mémoire, le taux légal est de 6 % pour les entreprises de plus de 20 salariés. « Près de 70 % de nos effectifs sont des postes d'équipiers en magasin, qui doivent transporter des charges lourdes, ce qui rend difficile le recrutement de personnes en situation de handicap, précise Stéphane Wilmotte, mais nous cherchons des solutions. »

Les accidents du travail ont doublé de 2009 à 2011 pour atteindre le seuil des 80 par an, entraînant 983 jours d'arrêt. « 30 % à 35 % des accidents sont liés à des ports de charge manuels. Grâce à des formations aux bonnes postures et aux dix minutes d'échauffement obligatoire

avant le déchargement des gros appareils, méthode inspirée de Toyota, une baisse de 30 % des accidents a été constatée au premier semestre 2012. Il reste néanmoins 36 déclarations. » Pour aller plus loin, Électro Dépôt va équiper progressivement tous ses magasins d'un appareil facilitant le chargement et le déchargement : le gerbeur à pinces plutôt qu'à fourches. « Nous testons avec succès ce dispositif depuis janvier dans notre magasin d'Hénin-Beaumont. Il n'y a pas eu un seul accident depuis la mise en place du test », explique le DRH, qui espère équiper 17 magasins d'ici à la fin octobre.

Enfin, Électro Dépôt teste un nouveau revêtement en téflon. Placé sous les produits volumineux et lourds, il permet aux équipiers de les déplacer sans forcer. « Une solution simple à mettre en œuvre, qui devrait éviter au moins 10 % des accidents du travail », espère Stéphane Wilmotte.

DRH très réactive

Pour évaluer l'efficacité de cette politique de RSE, l'entreprise a sondé ses salariés. Une première enquête anonyme a été menée à l'été 2010, à laquelle 77 % des collaborateurs ont participé. Résultat : 90 % se disaient non seulement très satisfaits de travailler chez Électro Dépôt, mais 96 % se déclaraient aussi confiants dans l'avenir de l'enseigne. Ce résultat nétonne pas Patrice Couvreur, délégué CFTC : « La DRH est très réactive. Les tensions constatées dans les magasins sont désamorçées immédiatement. Et pour les accidents, de réels efforts sont faits depuis deux ans. » Une nouvelle enquête sera conduite en 2013. ■

FRANÇOIS LECOCCQ