

DOSSIER DE PRESSE
Septembre 2007



le printemps
de la convivialité

Bien-vivre ensemble au travail

COMMUNIQUÉ DE PRESSE n°1

Le printemps de la convivialité : une journée pour améliorer les relations humaines dans l'entreprise

La première édition du **printemps de la convivialité** aura lieu **le mercredi 21 mars 2007 dans toute la France**. Cette initiative originale est lancée par un mouvement de onze entreprises* souhaitant promouvoir la convivialité. Leur conviction est forte : la convivialité au travail favorise l'efficacité collective et le mieux-être individuel.

Les organisations privées, publiques, collectivités et associations sont conviées le 21 mars 2007, premier jour du printemps, à organiser une action conviviale entre collègues, clients, fournisseurs... Cela peut être un petit-déjeuner ou un déjeuner, la présentation d'un service de l'entreprise, une activité ludique ou sportive, une fête, une loterie, ou toute autre initiative favorisant des relations plus humaines dans l'entreprise.

Les modalités sont libres, l'entreprise doit simplement faciliter la mise en œuvre des actions retenues, **l'objectif étant de contribuer à un monde où il fait meilleur travailler.**

Toute organisation souhaitant promouvoir la convivialité au sein de son entreprise est invitée à participer à cette **première édition**. Le site www.printempsdelaconvivialite.com propose une bibliothèque d'actions conviviales et une présentation détaillée des objectifs de la journée de la convivialité.

« *La convivialité évoque des relations positives, directes, libres et chaleureuses. Tout le monde y gagne, aussi bien l'entreprise que les salariés* » précise Philippe Détrie, initiateur de ce mouvement.

Chaque année, les meilleures actions conviviales au sein de l'entreprise seront récompensées par **le prix de la convivialité**. Pour cette première édition, un jury de professionnels distinguera les actions conviviales de l'année précédente : les plus originales, pertinentes, participatives, osées... Pour participer à ce prix annuel, il suffit aux entreprises de s'inscrire avant le 16 février 2007 sur le site www.printempsdelaconvivialite.com. Le palmarès du prix de la convivialité 2007 sera communiqué le 21 mars 2007 au musée de La Poste (34 boulevard de Vaugirard, 75015 Paris).

*Les douze fondateurs de cette association à but non lucratif sont : l'Association française de communication Interne (Afc), CB Richard Ellis, Club Med Gym, ETDE (Bouygues Construction), Groupe La Poste, Inergie, Manutan International, Norsys, Orange, Saint-Gobain, Schneider Electric, Sodexo.

Contact presse :

Camille Desmettre

tel : 01 41 09 05 39

contact@printempsdelaconvivialite.com

COMMUNIQUÉ DE PRESSE n°2

1^e édition du prix de la convivialité

L'association du **printemps de la convivialité** créée à l'initiative de douze entreprises* souhaitant promouvoir la convivialité au travail s'est réunie pour la première fois hier au Club Med World à Bercy. L'objectif de cette première rencontre était de décerner le **premier prix de la convivialité** à l'un des vingt-huit dossiers déposés par des organisations privées, collectivités et associations sur le site www.printempsdelaconvivialite.com.

Ce prix est l'occasion de **récompenser** chaque année **les meilleures actions conviviales au sein de l'entreprise**. C'est une invitation pour les entreprises à organiser des actions conviviales. Et pourquoi pas **le 21 mars 2007, jour du printemps de la convivialité** ?

« Cela donne un coup de projecteur sur l'importance de la convivialité au travail qui est un facteur d'efficacité collective et de mieux-être individuel », explique Philippe Détrie, l'initiateur du projet.

Pour cette première édition, un jury de professionnels a distingué les actions conviviales de l'année précédente : les plus originales, pertinentes, participatives, osées... Parmi les vingt-huit actions conviviales présentées, **quatre ont été retenues**. Il s'agit :

- des **pique-niques créatifs de l'Onera** (Office National d'Études et Recherches Aérospatiales)
- du **concours de photographies de Promotelec** organisé à l'occasion de son déménagement
- d'un **concert interne chez JCDecaux**
- du **club de théâtre « Les Talents de Saint-Gobain »** créé par Saint-Gobain.

Le nom du vainqueur **du prix de la convivialité 2007** sera communiqué **le mercredi 21 mars 2007 au Musée de La Poste lors de notre première convention sur la convivialité** à laquelle vous êtes convivialement invité (invitation presse en pièce jointe). Le directeur général du Groupe La Poste remettra les prix de la convivialité avec notre parrain Edgar Grospron

*Les douze fondateurs de cette association à but non lucratif sont : l'Association française de communication interne (Afc), CB Richard Ellis, Club Med Gym, ETDE (Bouygues Construction), Groupe La Poste, Inergie, Manutan International, Norsys, Orange, Saint-Gobain, Schneider Electric, Sodexho et Veuve Clicquot Ponsardin.

Contact presse :

Camille Desmettre

tel : 01 41 09 05 39

contact@printempsdelaconvivialite.com



Invitation Presse (communiqué n°3)

La convivialité au travail favorise l'efficacité collective et le bien-être de chacun

**Venez partager et vous enrichir à la convention du Printemps de la convivialité
jeudi 27 septembre 2007
au siège de l'école Advancia Negocia (Paris 17ème)**

Pour sa seconde convention, le Printemps de la convivialité donne la parole à un universitaire, deux syndicats et trois entreprises sur le thème de la convivialité au travail.

Au programme

9h Accueil par Philippe Détrie, président du Printemps de la convivialité

9h10 Ouverture par Franck Vidal, directeur général d'Advancia-Negocia

9h30 « Les mots du comique et de l'humour » par Christian Moncelet, professeur des universités

10h00 Le point de vue des syndicats :

- CGT : « La convivialité, oui ; mais pas de faux-semblants » par Francine Blanche, secrétaire confédérale chargée des droits des salariés et de la démocratie sociale

- CFDT-Cadres : « La convivialité se construit-elle ? » par Martine Zuber, secrétaire nationale

10h45 Pause

11h Témoignages

• Groupe Orange : « La convivialité comme levier de performance économique et humaine » par Laurent Depond, directeur de la communication managériale et de la communication interne d'Orange, et par Philippe Korda, associé du cabinet Korda et Partners

• Pepsico : « Les onze caricatures de la vie au travail » par Marc-Henri Bernard, DRH

• PMU : « Une démarche de prévention face aux situations difficiles » par Marie-Claude Dupont, responsable développement ressources humaines.

11h30 Vie de l'association : présentations et tests des réflexions des groupes de travail

n°1 : « Créer un référentiel et un autodiagnostic de la convivialité »

n°2 : « Créer un argumentaire pour encourager la convivialité »

n°3 : « Créer la bibliothèque des 1 001 actions conviviales »

n°4 : « Créer un prix de l'humour en entreprise »

n°5 : « Publier les miscellanées de la convivialité »

12h30 Pot de la convivialité

Pour connaître tous les détails et participer, [cliquez ici](#) !



Partenaire 2007-2008 :



Les 13
fondateurs



La conviction

Développer de bonnes relations au travail favorise l'efficacité collective et le mieux-être individuel : tout le monde en profite, entreprise et salariés. Cependant, les occasions d'échange dans les organisations sont quelquefois délicates, difficiles, bloquées par un acteur, ou simplement non prioritaires. C'est pourquoi il est utile que les entreprises favorisent les pratiques de convivialité au quotidien.

La convivialité en entreprise est un état d'esprit et une démarche qui favorisent le bien-vivre ensemble au travail.

La convivialité est :

- par nature
 - libre, ouverte, volontaire
 - chaleureuse, plaisante, positive, animée
 - simple, légère, spontanée, avec le minimum de contraintes
 - respectueuse
- par construction
 - ouverte à tous, sans exclusive
 - non hiérarchique, informelle, non imposée
 - adaptée au contexte
 - pouvant s'intégrer dans la culture d'entreprise
 - s'inscrivant dans la durée.

Les apports pour l'entreprise

- **Performance** : participer à une ambiance plus favorable au travail, créer les conditions d'une relation professionnelle plus efficace et plus créative
- **Respect des personnes** : développer la considération, l'attention à l'autre, l'ouverture
- **Esprit d'équipe** : faciliter le dialogue et la fluidité des échanges, décloisonner, créer un climat de confiance
- **Attractivité** : améliorer l'image de l'entreprise pour l'interne (fidélisation) et pour l'externe (recrutement, qualité de la relation client)

Les apports pour le salarié

- **Bonne ambiance** : bénéficier d'un climat plus agréable au travail
- **Humanité** : retrouver la qualité de la relation humaine
- **Intégration** : créer des liens, combattre l'isolement, développer le sentiment d'appartenance
- **Bien-être** : diminuer le stress au travail, adoucir la pénibilité

Treize fondateurs

En **2006**, l'idée a germé dans l'esprit de **Philippe Détrie**, président-fondateur d'**Inergie**, d'encourager les relations conviviales dans le cadre du travail. Onze autres organisations, partageant la même conviction, l'ont rejoint dans cette ambition :

- **Afci** (Association française de communication interne) : Thierry Garnier, président
- **CB Richard Ellis**, Virginie Aubert, directeur général
- **Club Med Gym**, Franck Gueguen, président-directeur général
- **ETDE** (Bouygues Construction) : Jean-Luc Letouzé, directeur de la communication
- **GE Energy** : Vincent Riss, directeur ressources humaines
- **Groupe La Poste**, Xavier Quérat-Hément, directeur de la qualité et de la sécurité
- **Manutan International**, Jean-Pierre Guichard, président du directoire
- **Norsys**, Sylvain Breuzard, président-directeur général et ancien président du CJD (Centre des Jeunes Dirigeants)
- **Orange**, Laurent Depond, directeur communication managériale, événementiel interne et déploiement de la marque
- **Saint-Gobain**, Valérie Perruchot-Garcia, directrice de la communication interne
- **Schneider Electric**, Gilles Vermot-Desroches, directeur du développement durable
- **Sodexho**, Sophie Delaval, directrice de la communication et Christian Lurson, directeur des ressources humaines

L'association « Le Printemps de la convivialité » a été créée en mars 2007. Cette expression désigne à la fois l'**association à but non lucratif** et l'**événement créé chaque année le jour du printemps.**

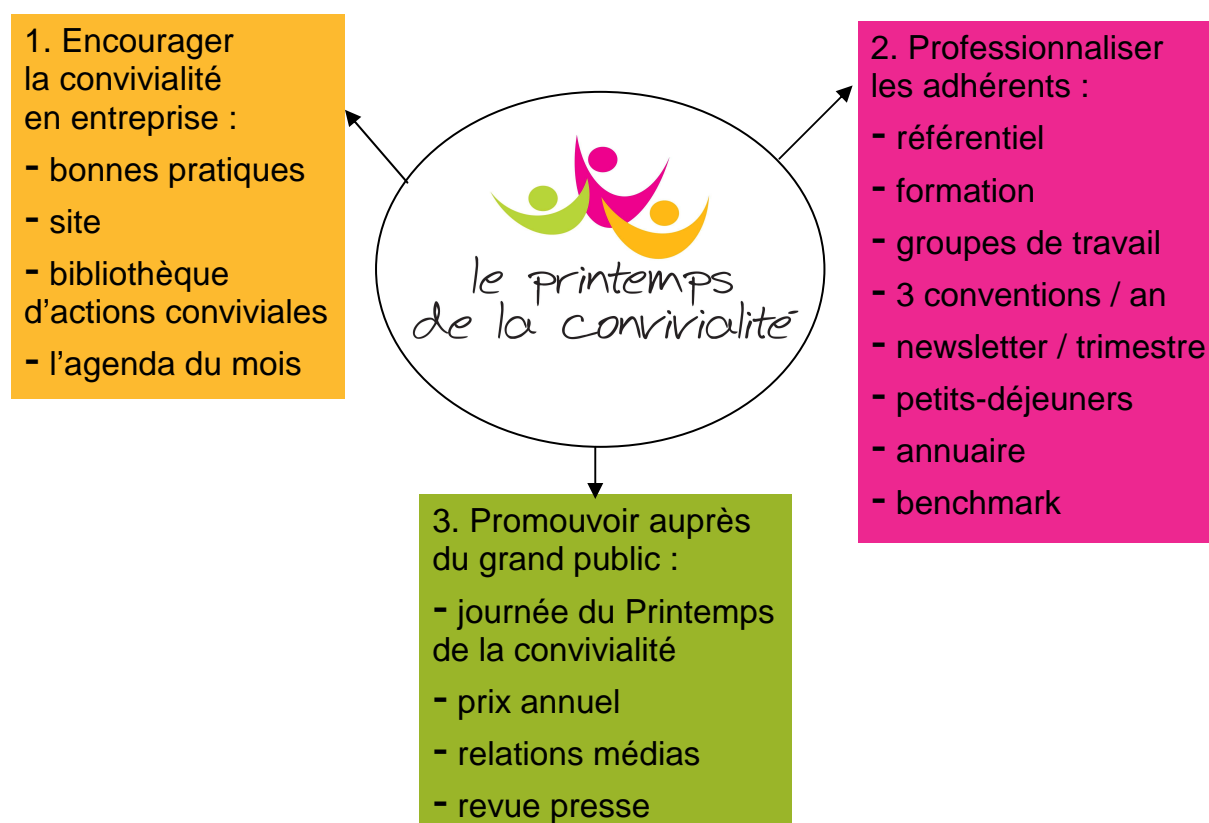
Le poids des fondateurs

Fondateurs	CA (M€)	Effectif
Afci	N/A	320 membres
CB Richard Ellis	116	600
Club Med Gym	46	500
ETDE (Groupe Bouygues)	1 700	12 000
GE Energy	4 000	10 000
Groupe La Poste	19 329	275 000
Inergie	4	45
Manutan International	356	1 156
Norsys	13	150
Orange	52 000	192 000
Saint-Gobain	35 110	199 630
Schneider Electric	11 679	88 670
Sodexho	12 800	332 000
Total printemps de la convivialité	137 153	1 111 751

Trois objectifs

L'association *le printemps de la convivialité* poursuit **trois objectifs** :

1. inciter les organisations à pratiquer la convivialité,
2. professionnaliser la convivialité et valoriser les meilleures expériences en la matière
3. promouvoir l'idée que la convivialité est à la fois facteur d'efficacité collective et de mieux-être au travail.



Exemples de groupes de travail

- Créer un référentiel, puis un autodiagnostic : mon entité est-elle conviviale ?
- Créer un argumentaire pour encourager la convivialité
- Créer la bibliothèque des actions conviviales
- Créer le prix de l'humour économique
- Publier *Les miscellanées de la convivialité*
- Professionnaliser le référentiel de la convivialité
- Créer l'OCT (Observatoire de la Convivialité au Travail)
- Définir une démarche convivialité

En savoir plus

- la création d'une journée nationale : le printemps de la convivialité

C'est une **occasion supplémentaire pour inciter les salariés à communiquer entre eux**. En d'autres termes, *le printemps de la convivialité* est une journée dédiée à la convivialité en entreprise.



Pour y participer, il suffit d'organiser le jour du printemps (le mercredi 21 mars 2007) un moment privilégié de convivialité entre les collègues de toute organisation privée, publique, collectivité, établissement, entité, association...

La date ne correspondra sans doute pas toujours au bon moment pour une organisation (exemple d'une entreprise en difficulté). Rien ne l'empêche alors d'organiser une journée de la convivialité à un autre moment. Mais l'intérêt de regrouper ces actions, est de donner plus de visibilité, de notoriété et d'effet d'entraînement. **Un coup de projecteur est donné une fois par an sur les apports et les pratiques de la convivialité.** Une occasion de rappeler que chacun est encouragé à développer de bonnes relations.

Le seul objectif de cette action est d'apporter aux entités participantes un progrès dans la qualité de relation de leurs salariés. Cela peut être un déjeuner, une activité sportive, une loterie, un pot entre les salariés, une fête...

L'état d'esprit du printemps de la convivialité se rapproche étroitement de celui d' « Immeubles en fête - la fête des voisins ». Mieux connaître ses proches renforce une relation de proximité, les problèmes de voisinage ne sont pas nécessairement dénoués pour autant, mais cela permet de se parler et quelquefois de mieux se comprendre.

Première convention

Lieu : Musée de La Poste

Date : mercredi 21 mars 2007

9h00 Bienvenue par Xavier Quérat-Hément, directeur qualité et sécurité du groupe La Poste

Présentation du projet par Philippe Détrie, initiateur du *Printemps de la convivialité*

Qu'est-ce que la convivialité ? par Thibaut Germaix, professeur agrégé de lettres

Pourquoi créer de la convivialité en entreprise ? Hervé Sérieyx, expert en management

10h30 Pause : coups de cœur et florilège

Une réussite extraordinaire : Immeubles en fête par Atanase Périfan, fondateur

Table ronde de fondateurs :

- Laurence Hürstel, déléguée générale de l'Afci
- Valérie Perruchot-Garcia, directrice de la communication interne du groupe Saint-Gobain
- Sylvain Breuzard, pdg de Norsys et ancien président du Centre des Jeunes Dirigeants

Remise des prix de la convivialité par Georges Lefebvre, directeur général du groupe La Poste avec notre parrain Edgar Grospron, champion olympique de ski de bosses

12h30 Buffet (bien sûr) convivial offert par le groupe La Poste

14h00 Visite guidée du Musée de La Poste

Seconde convention

Lieu : siège de l'école Advancia-Negocia (Porte de Champerret – Paris 17^e)

Date : **jeudi 27 septembre 2007 matin**

9h Accueil par Philippe Détrie, président du Printemps de la convivialité

9h10 Ouverture par Franck Vidal, directeur général de Advancia-Negocia,

9h30 : « Les mots du comique et de l'humour » par Christian Moncelet, professeur des universités

10h00 Le point de vue des syndicats :

- CGT : « La convivialité, oui ; mais pas de faux-semblants » par Francine Blanche, secrétaire confédérale chargée des droits des salariés et de la démocratie sociale
- CFDT : « La convivialité se construit-elle ? » par Martine Zuber, chargée du dialogue social et du temps de travail

10h40 Pause

11h00 Témoignages

- Groupe Orange : « La convivialité comme levier de performance économique et humaine » par Laurent Depond, directeur de la communication managériale et de la communication interne d'Orange, et ouverture par Philippe Korda, associé du cabinet Korda et Partners
- Pepsico : « Les onze caricatures de la vie au travail » par Marc-Henri Bernard, DRH
- PMU : « Une démarche de prévention face aux situations difficiles » par Marie-Claude Dupont, responsable développement ressources humaines.

11h30 Vie de l'association : présentations et tests des réflexions des groupes de travail du Printemps de la Convivialité

n°1 : « Créer un référentiel et un autodiagnostic de la convivialité »

n°2 : « Créer un argumentaire pour encourager la convivialité »

n°3 : « Créer la bibliothèque des 1 001 actions conviviales »

n°4 : « Créer un prix de l'humour en entreprise »

n°5 : « Publier les miscellanées de la convivialité »

12h30 Pot convivial

La création du prix de la convivialité

Ce prix est l'occasion de récompenser les actions conviviales les plus originales, osées, pertinentes, joyeuses, participatives... mises en œuvre chaque année. Toutes les entreprises désireuses de faire partager au grand public les bienfaits de la convivialité et de leur action sont invitées à participer à ce prix. Pour ce faire, il leur suffit de **s'inscrire sur le site www.printempsdelaconvivialite.com**.



De nombreuses idées d'actions conviviales sont aussi disponibles sur ce site. Elles peuvent être source d'inspiration pour les entreprises souhaitant créer un événement convivial.

Le palmarès de ce prix est établi par les fondateurs, en présence des médias. Il est ensuite communiqué au grand public lors de la Journée de la convivialité le jour du printemps.



Le 21 mars 2007, le grand prix de la convivialité est décerné à l'Onera (Office National d'Études et de Recherches Aérospatiales) pour les pique-niques créatifs.

Pourquoi créer une association ?



le printemps
de la convivialité



Thierry Garnier

Président de l'Afcï

URL: www.afci.asso.fr



- **Qu'évoque, en quelques mots, pour vous la convivialité ?**

La convivialité est un type de relation, une ambiance, un climat dans lequel on se sent bien. On sent une certaine énergie qui circule, qui donne envie de partager et d'aller plus loin.

- **Quelles actions réalisez-vous au sein de votre entreprise pour améliorer la qualité des relations ?**

L'Association française de communication interne a toujours intégré la convivialité comme un des « ingrédients » clés de son fonctionnement. Par exemple, à l'issue de sa dernière assemblée générale, les membres étaient conviés à un dîner des communicants autour des cinq sens, incluant notamment des textes sur les fondements de la communication joués par deux acteurs professionnels.

- **Pourquoi avez-vous décidé de fonder le printemps de la convivialité ?**

Deux réponses :

1. Nous nous sentons tout à fait en accord avec ce projet dont l'objectif est d'améliorer la qualité des relations dans l'entreprise. À l'Afcï, nous pensons que la qualité de la relation entre l'entreprise et ses collaborateurs est un facteur de performance collective et de développement individuel.
2. L'Afcï est un lieu d'échange, de débat. C'est un lieu où l'on souhaite que les adhérents se sentent bien. Depuis la création de l'Afcï, nous avons essayé de créer une ambiance professionnelle et conviviale. Exit le stress, les relations hiérarchiques ! L'accueil des nouveaux adhérents, l'attention que l'on porte à chacun dans les différentes activités proposées aux adhérents, l'ambiance des conseils d'administration... tout cela contribue, je pense, à ce que l'Afcï soit une association conviviale. Cette convivialité facilite les échanges, apporte une richesse plus grande aux études de cas, aux témoignages d'entreprises et dynamise le partage de bonnes pratiques.



Virginie Aubert

Directeur général

URL : www.cbre.fr



- **Qu'évoque, en quelques mots, pour vous la convivialité ?**

C'est le plaisir partagé d'être ensemble, dans une atmosphère chaleureuse et joyeuse. La convivialité évoque aussi l'échange tolérant entre les hommes et la simplicité des rapports humains.

- **Quelles actions réalisez-vous au sein de votre entreprise pour améliorer la qualité des relations ?**

Notre groupe a connu une forte croissance ces dernières années : 141 collaborateurs nous ont rejoints en 2006 sur un effectif de 580 et plus de 150 nouveaux collaborateurs sont attendus en 2007.

Pour préserver la convivialité, qui est une valeur plébiscitée par nos salariés, aux côtés de la performance et du travail, nous organisons de nombreuses manifestations :

- session d'accueil des nouveaux avec présentation des métiers du groupe par les managers,
- parrainage des nouveaux venus
- séminaires de départements ou de groupe où chacun participe au moins deux fois par an à un événement : parcours aventure, atelier des chefs, école du cirque, réalisation de film... ou encore voyage, récemment, de l'ensemble de l'entreprise à Cannes pour un séjour de deux jours à l'hôtel Martinez.
- célébration des succès commerciaux, organisation d'événements sportifs : tournois de Golf, de football. Notre équipe de foot est ainsi soutenue activement par notre comité d'entreprise qui propose de nombreuses activités sportives : gym, tennis, ski, ...
- célébration de la fête de la musique ou encore de Noël avec un arbre de Noël géant pour les enfants, en partenariat avec nos représentants du personnel.
- création d'une Université CBRE (en plus des parcours de formations classiques) où des formations sont ouvertes à tous sur le thème principal du développement personnel.
- mise en place de formations aux premiers secours.
- soutien d'actions caritatives : avec la création récente d'une commission
- ...

Ces manifestations, quand cela s'y prête, sont toujours accompagnées d'un bon repas, signe par excellence de la convivialité. En tant que n°1 mondial du conseil en immobilier d'entreprise, nous avons voulu enfin que nos bureaux soient fonctionnels et chaleureux : mise en place de plantes, création de cafétérias, de kitchenettes, d'un lounge, de patios aménagés avec tables de jardin et parasols.

Au-delà de ces actions, c'est la direction générale de l'entreprise qui est le principal promoteur de la convivialité en montrant par l'exemple qu'être simple, respectueux et cordial peut aussi être un principe de management.

- **Pourquoi avez-vous décidé de fonder le printemps de la convivialité ?**

Favoriser l'épanouissement personnel au travail est un projet gagnant-gagnant : l'entreprise et le collaborateur en sortiront toujours vainqueurs. Nous voulons transmettre cette conviction et continuer à innover en partageant nos idées avec d'autres entreprises.



Franck Gueguen

Président-directeur général

URL : www.clubmedgym.com



- **Qu'évoque, en quelques mots, pour vous la convivialité ?**

La convivialité est un moment de partage, de respect des opinions d'autrui, un moment agréable, créateur de liens où l'on a plaisir à se retrouver ensemble.

- **Quelles actions réalisez-vous au sein de votre entreprise pour améliorer la qualité des relations ?**

Nous fêtons dignement chaque événement important de l'année avec tous les employés : Noël, les anniversaires, la galette des rois, même l'arrivée du Beaujolais nouveau !

Nous organisons des Management forums d'une demi-journée voire une journée avec tout le personnel : membres du Comex, cadres du siège social, directeurs de clubs, adjoints et conseillers sportifs.

- **Pourquoi avez-vous décidé de fonder le printemps de la convivialité ?**

Je pense que c'est une bonne idée. Le mal des sociétés est la non-communication. C'est pourquoi il est important d'avoir des sociétés tournées vers leurs salariés et à leur écoute.



Jean-Luc Letouzé

Directeur de la communication

URL : www.etde.fr



- **Qu'évoque, en quelques mots, pour vous la convivialité ?**

La convivialité, c'est prendre du plaisir à ce que l'on fait, c'est contribuer à une ambiance de travail qui permet à chacun de donner le meilleur de lui-même. Parce que le travail peut parfois être stressant, la convivialité permet d'atténuer les difficultés possibles au sein d'une équipe et de rester concentré sur l'objectif principal : la réussite de l'entreprise.

- **Quelles actions réalisez-vous au sein de votre entreprise pour améliorer la qualité des relations ?**

Tout d'abord, la qualité de la relation est un sujet porté en premier lieu par le PDG d'ETDE, qui a depuis son arrivée (2001) placé la qualité du management comme l'un des axes essentiels de l'entreprise pour susciter l'adhésion autour du projet de l'entreprise.

Ensuite, la convivialité est un formidable moteur d'intégration. ETDE a depuis 4 ans racheté 50 entreprises et intégré 8 000 nouveaux collaborateurs ! La convivialité, comme valeur de management, est bien perçue par les personnes qui nous rejoignent : elle favorise leur intégration dans l'entreprise.

La qualité de la relation et la qualité du rôle joué par le management sont ainsi régulièrement analysées par des enquêtes d'opinion auprès de tous les collaborateurs.

Au-delà de ces enquêtes, différentes actions sont mises en place pour favoriser la qualité des relations dans l'entreprise :

- le pique-nique du 21 juin, qui permet de profiter du jour de l'été pour réunir les collaborateurs du Siège (400 personnes) autour d'un événement fédérateur et festif,
- la journée « nettoyage de printemps », qui permet à tous les collaborateurs, dans tous les centres de l'entreprise (200 implantations en France et en Europe), de participer au rangement et au nettoyage de leur entreprise, dans un esprit très participatif et convivial (la première a lieu le 23 mars prochain),
- enfin, la convivialité est un sujet qui est régulièrement suivi et analysé dans la perception des managers ; c'est une valeur qui est intégrée dans la notation des managers et le niveau de leur rémunération variable.

- **Pourquoi avez-vous décidé de fonder le printemps de la convivialité ?**

ETDE a décidé de s'associer au lancement du printemps de la convivialité, d'une part parce que cela correspond parfaitement à l'une des valeurs fortes que nous essayons de développer au niveau de notre entreprise ; parce que cela doit nous permettre d'échanger de bonnes pratiques avec d'autres acteurs de la convivialité ; enfin, parce que plus les entreprises se mobiliseront sur ce sujet, plus la convivialité sera un thème qui progressera dans la société française... qui en a bien besoin !



Xavier Quérat-Hément

Directeur de la qualité et de la sécurité

URL : www.laposte.fr



GRUPE LA POSTE

- **Qu'évoque, en quelques mots, pour vous la convivialité ?**

La convivialité évoque spontanément pour moi des moments agréables entre amis ou collègues, le respect, la générosité.

Le sens premier du mot « convivialité » renvoie à la capacité d'un groupe à favoriser des relations interpersonnelles harmonieuses entre ses membres, mais c'est aussi ce qui caractérise un système, un outil qui est agréable ou facile à utiliser. De toute évidence, il ne peut y avoir de convivialité sans confiance.

- **Quelles actions réalisez-vous au sein de votre entreprise pour améliorer la qualité des relations ?**

Depuis quelques années, La Poste a volontairement associé la confiance à la performance dans sa stratégie. Ce souci permanent d'entretenir la confiance au travers de la considération des personnes se traduit concrètement au travers de nombreuses actions de convivialité, entre postiers mais aussi avec ses clients, notamment au travers de ses engagements sociétaux et sa politique de partenariats humanitaires.

La Poste, dans toutes ses composantes, favorise les relations conviviales entre les personnes. De par ses missions de service public mais aussi du fait de son histoire, des valeurs d'ouverture, d'accessibilité, de proximité et d'équité qu'elle porte.

Pour illustrer cette affirmation, je rappellerai d'abord l'engagement de La Poste au service de grandes causes : le Téléthon, l'opération « Pièces Jaunes » et « + de vie », Solidarité Sida ou la promotion de l'écrit avec La Fondation de La Poste.

Ces engagements se traduisent par la mise à disposition de nos compétences techniques et de notre réseau bien sûr, mais surtout par la mobilisation exemplaire de notre personnel et par son ingéniosité pour organiser et soutenir des actions originales de mobilisation locales.

Ce n'est pas tout car, tout au long de l'année, d'autres événements viennent enrichir le quotidien des relations de travail. Je ne prendrai pour exemples que quelques initiatives nationales, mais elles donnent une idée de la philosophie de celles qui sont menées localement par des postiers qui, on peut le dire, ont la convivialité au cœur. Ainsi pour la 2^{ème} année consécutive, La Poste était en fête le 20 septembre dernier avec un slogan « Souriez, vous êtes à La Poste ». De plus, dans toute la France, des rencontres de facteurs et de leurs familles (plus de 30 000 facteurs ont été réunis en 2006) ont été organisées. Par ailleurs, des opérations comme le « printemps des poètes » associent des postiers dans la distribution de cartes postales de poèmes, œuvre d'auteurs classiques mais aussi de postiers. La participation d'une équipe de collaboratrices de la Poste au Rallye des gazelles est une autre illustration de moments conviviaux.

- **Pourquoi avez-vous décidé de fonder le printemps de la convivialité ?**

La Poste bénéficie déjà, auprès du grand public, d'une image de proximité, d'innovation et de confiance qui passe largement par ses 300 000 collaborateurs sur tout le territoire. L'enjeu est d'associer toutes ces personnes dans un élan de convivialité renouvelé.

Quant au lien entre qualité et convivialité, il est clair. A mon sens, le rôle de la convivialité est de favoriser les synergies et la transversalité dans le Groupe autour d'un objectif commun de satisfaction du client.

Enfin, je me réjouis que La Poste s'engage au côté d'autres entreprises qui comme elle, ont envie de promouvoir les initiatives dans ce domaine.



Philippe Détrie

Président-fondateur d'Inergie

URL : www.inergie.com



• **Qu'évoque, en quelques mots, pour vous la convivialité ?**

La convivialité évoque pour moi :

- la joie d'être ensemble
- l'absence de stress et de tension
- une ambiance décontractée.

• **Quelles actions réalisez-vous au sein de votre entreprise pour améliorer la qualité des relations ?**

Vous imaginez sans doute qu'une entreprise de 40 personnes est par nature conviviale et que les salariés se saluent spontanément. Détrompez-vous !

La convivialité ne se décrète pas, elle s'entretient ! C'est pourquoi nous l'encourageons régulièrement au sein d'Inergie par des pots, des déjeuners et des séminaires durant lesquels nous pratiquons le théâtre... Mais le plus fondamental est l'entrain de chacun et particulièrement des directeurs à la pratiquer. La convivialité se construit au quotidien.

• **Pourquoi avez-vous décidé de fonder le printemps de la convivialité ?**

« Aucun pouvoir, un peu de savoir, un peu de sagesse et le plus de saveur possible. »

Connaissez-vous plus belle philosophie de vie ? Définir en si peu de mots la *sapientia* au sens où l'entendaient les Anciens relève du génie. La phrase de Roland Barthes ne me quitte plus depuis vingt-cinq ans. Pourquoi ne pas adopter au travail une ligne de conduite aussi pure et aussi lumineuse ?

Bien sûr il faut avoir la possibilité de choisir sa vie professionnelle : nous sommes chanceux, c'est notre cas à Inergie. Nous avons pu décider de travailler autrement. Avec de l'humour et de la saveur. Toujours sérieusement, mais sans nous prendre au sérieux. Nous sommes tous conscients de l'imp(r)udence d'une telle position dans un monde de marge brute. Mais notre différence vient du fait que nous la revendiquons et que nous essayons de la mettre en œuvre quotidiennement. Certains verront une douce utopie, une ambition naïve à chercher de la saveur au travail. La fidélité de nos clients et nos vingt ans d'existence viennent établir en tout cas, modestement mais sûrement, la viabilité du projet : ce que nous appelons la chaleur ajoutée[®] est tout à fait compatible avec la performance et la renforce même.

Et que d'économies de temps, d'énergie et même d'argent quand les relations de travail sont au beau fixe !

La tentation était grande de vouloir partager cet état d'esprit. Je suis heureux et fier d'avoir rencontré neuf partenaires de qualité pour promouvoir un monde où il fait bon travailler.

Vive la convivialité, le printemps arrive !



Jean-Pierre Guichard

Président du directoire

URL : www.manutaninternational.com



- **Qu'évoque, en quelques mots, pour vous la convivialité ?**

Un moment convivial est un moment d'échange, de respect, de partage, d'écoute et surtout de bonne humeur.

- **Quelles actions réalisez-vous au sein de votre entreprise pour améliorer la qualité des relations ?**

Au sein du groupe Manutan, nous organisons de nombreuses manifestations pour promouvoir la convivialité dans notre entreprise : la compétition de golf réunissant clients, fournisseurs et salariés ; les soirées du CASC (Comité des Activités Sportives et Culturelles) de Manutan International toujours suivies ou précédées de repas conviviaux ou les week-ends ski Manutan en sont quelques exemples. Bien évidemment, nous fêtons également les fêtes de fin d'année ensemble, et nous venons de célébrer les quarante ans de Manutan.

- **Pourquoi avez-vous décidé de fonder le printemps de la convivialité ?**

Je crois en la convivialité au travail pour plusieurs raisons :

- D'abord je souhaite que le groupe Manutan soit une entreprise où il fait bon travailler et que mes collaborateurs y puisent une source d'épanouissement, et pas seulement un moyen de gagner leur vie ;
- Certes il faut travailler dur mais il faut aussi savoir préserver des moments de convivialité, de détente et de partage pour construire une relation véritable avec ses collègues ;
- Et puis l'histoire du groupe Manutan est basée, depuis sa création, sur la volonté de partager ensemble des moments forts. Nombreuses sont les anecdotes que j'ai pu partager avec les collaborateurs du Groupe. Présenter nos 40 ans d'histoire est toujours un véritable plaisir lorsque, chaque année, je rencontre les nouveaux arrivants dans le Groupe lors de notre séminaire d'intégration.

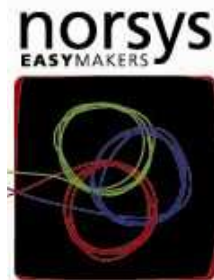
Toutes ces raisons m'ont poussé à fonder le printemps de la convivialité avec neuf autres fondateurs qui, comme moi, ont l'intime conviction que de meilleures relations humaines favorisent l'efficacité collective et le mieux-être.



Sylvain Breuzard

Président-directeur général
Ancien président du CJD
(Centre des Jeunes Dirigeants)

URL : www.norsys.fr



• **Qu'évoque, en quelques mots, pour vous la convivialité ?**

C'est ce qui permet de mettre en mouvement le propre de l'homme, le rire.

• **Quelles actions réalisez-vous au sein de votre entreprise pour améliorer la qualité des relations ?**

Des actions au quotidien telles que :

- dire bonjour à des salariés que je n'aurais pas croisés par mon activité de la journée,
- dire merci,
- avoir mon bureau dans un open space,
- offrir le café et thé tous les mardis matins aux salariés de mon open space et à d'autres que l'on invite...

Des actions dans l'année telles que :

- des comités de direction dans un cadre différent et plus convivial
- le campus d'été qui réunit sur 2 semaines plus de 70% des salariés afin qu'ils suivent des formations, participent à des séminaires stratégiques, à des tournois de sport et à des soirées (barbecue...)
- des soirées à chaque fin de projet, d'actions collectives
- des voyages au Maroc avec certains salariés, voire tous

• **Pourquoi avez-vous décidé de fonder le printemps de la convivialité ?**

Le monde de l'entreprise ne fait au fil des années que se durcir : une recherche pointue de productivité pendant un temps de travail qui s'est réduit, le fait de devoir tout faire de plus en plus vite, les plans de restructuration des entreprises, notamment des grandes, liés à des processus de fusion/acquisition ou de délocalisation, l'usage d'outils de travail qui eux ne s'arrêtent jamais : des robots, des téléphones et ordinateurs reliés en permanence dans le monde...

L'humain se perd, la relation humaine se perd. Ne voit-on pas des salariés communiquer via messagerie alors qu'ils sont à quelques mètres ?

La convivialité, dans la mesure où elle n'est pas impulsée comme compensation d'un « mal-être quotidien » et de manière ponctuelle, peut être le moyen de se recentrer sur l'humain. En revanche, la condition indispensable est que cette convivialité soit incarnée au quotidien et intégrée dans les projets et actions collectives de l'entreprise. Elle ne doit pas se contenter d'être quelque chose « à côté » des journées pendant lesquelles chaque salarié travaille, telle la soirée de l'année !



Laurent Depond

Directeur communication managériale,
Événementiel interne et déploiement de la marque

URL : www.orange.fr



- **Qu'évoque, en quelques mots, pour vous la convivialité ?**

La convivialité c'est l'art de vivre ensemble de façon agréable. Elle repose sur l'attention portée aux autres pour leur offrir tous ces petits riens qui font si plaisir et leur éviter toutes ces petites choses qui leur font grincer les dents. La convivialité ce sont des moments d'échange, de partage qui redonnent de l'énergie pour affronter le quotidien. Elle est présente dans l'univers professionnel sous de multiples facettes : un sourire dans l'ascenseur, un message d'anniversaire, un merci, un moment d'écoute autour d'un café partagé, un pique-nique improvisé sur la pelouse avec des collègues, des félicitations... autant de choses simples qui changent la couleur d'une journée. Penser "convivialité" au travail c'est croire résolument que des rapports humains de qualité sont possible quelles que soient les embûches du monde professionnel, c'est aussi penser que c'est un des devoirs des dirigeants de favoriser le bien-être au travail et de donner à leurs collaborateurs toutes les opportunités pour le faire.

- **Quelles actions réalisez-vous au sein de votre entreprise pour améliorer la qualité des relations ?**

Au sein du Groupe France Télécom - Orange, nous croyons fermement que la convivialité est un des leviers de la réussite de l'entreprise, elle est même inscrite dans l'ADN de notre marque, c'est pourquoi nous favorisons son émergence à travers différentes pistes. Tout d'abord nous **célébrons ensemble nos succès** de façon conviviale : ceux du Groupe comme ceux des collaborateurs. Cela a été le cas, par exemple, en 2006 avec notre changement de marque : tous les collaborateurs (plus de 120 000 en France) ont été conviés sur tous nos sites à un petit déjeuner aux couleurs d'Orange. Nous reconnaissons aussi comme une "bonne pratique" dans toutes nos unités, la célébration des succès commerciaux, des projets réussis, des promotions, autour d'un moment de détente qui prend des formes variées selon la culture locale (du barbecue à la crêpe party). La reconnaissance des collaborateurs particulièrement méritants au regard des valeurs de notre marque est aussi l'occasion de partager un bon moment : la remise de "trophées" ou de petits cadeaux à ceux qui facilitent la vie au travail est une façon de reconnaître des fonctions qui, comme les assistantes, sont moins sous les feux de la rampe. Nous avons aussi la chance de pouvoir capitaliser sur nos nombreux actifs pour faire émerger des moments de convivialité (nouveaux produits innovants, partenariats sportifs ou investissements dans le cinéma et la musique) : le **partage de la stratégie** à travers les enjeux de l'entreprise se conjugue ainsi avec des animations festives : jeux d'équipes ou individuels pour expliquer le sens des partenariats (via l'Intranet ou sur site), lounge café de démonstration des produits et services, visites de célébrités sportives partenaires de la marque pour rencontrer nos collaborateurs, comme cela a été le cas de Zinedine Zidane ou de Fabien Galthié.

Nous apportons également à l'organisation de tous nos **séminaires managers** un soin particulier pour réserver des plages de convivialité et nous adoptons une tonalité dans le style de notre marque : jeux, expression théâtrale, films, mise en scène de nos partenariats, etc.. viennent rompre le rythme de travail et "doper" la productivité. Nos **cadres dirigeants** mettent en pratique nos valeurs de simplicité et de proximité en accueillant de façon informelle des collaborateurs lors de petits-déjeuners, c'est l'occasion pour chacun de s'exprimer sans tabou et pour le senior management d'être encore plus à l'écoute. Pour faire émerger la convivialité dans les rapports au travail en changeant le regard que nous portons les uns sur les autres, nous mettons à disposition de nos communicants une **base de bonnes idées**, j'en citerai deux assez emblématiques : la première est la journée des talents Orange, une journée de démonstration où les collaborateurs peuvent exprimer leur passion sur leur lieu de travail : pièce de théâtre, défilé de mode, exposition de peinture, concert, .. se succèdent et permettent de changer le regard et les rapports entre collègues. La seconde c'est Orange mômes : les enfants découvrent un mercredi après-midi ce lieu mythique qu'est le bureau de papa maman, des animations sont organisées et tout le monde est ravi. Le collègue avec qui on avait des problèmes de communication devient désormais le papa d'un ravissant bambin.. et le regard change. Le "Bien vivre ensemble", c'est aussi rappeler quelques **règles de base** sans stigmatiser, telle une campagne de communication interne humoristique très appréciée rappelant l'importance des mots "bonjour" et "merci". Bref.. rien que des petites choses mais qui produisent beaucoup !

- **Pourquoi avez-vous décidé de fonder le printemps de la convivialité ?**

Parce que nous croyons fermement que la convivialité au travail est une nécessité pour le bon fonctionnement de l'entreprise et que c'est une approche que nous voulons partager et encourager très largement. Parce que nous pensons que, même si nos idées foisonnent, il est nécessaire pour renouveler notre énergie de se comparer et de se "ressourcer" auprès d'autres entreprises qui partagent la même vision.



Valérie Perruchot-Garcia

Directrice de la communication interne

URL: www.saint-gobain.com



- **Qu'évoque, en quelques mots, pour vous la convivialité ?**

Pour moi, la convivialité dans l'entreprise doit permettre aux salariés de vivre leur temps de travail comme un temps de qualité, dans lequel ils se sentent écoutés, respectés et d'une certaine façon libres de rester eux-mêmes. La convivialité commence par dire bonjour le matin en entrant dans un ascenseur bondé, continue dans la journée au cours d'une réunion où chacun écoute l'autre (pas de messes basses, de Blackberry sur les genoux...) et peut s'achever par un événement original qui révèle les talents des uns et des autres.

- **Quelles actions réalisez-vous au sein de votre entreprise pour améliorer la qualité des relations ?**

Nous réalisons différentes actions au sein de notre entreprise pour améliorer la qualité des relations tels que :

- les étoiles de la communication : c'est un concours interne qui met en compétition les responsables communication avec, chaque année, un fil rouge différent : danse, cinéma...
- les talents de Saint-Gobain : deux jours en décembre permettent aux salariés qui le désirent d'exposer une facette de leur talent : photos, peintures, chapeaux, mais aussi théâtre, chant...
- les séminaires de la direction de la communication : ils comportent un volet convivial, un peu plus éloigné du business : tourner en équipe un film en 3 heures, organiser une chasse aux trésors, peindre des azulejos (au Portugal), visiter un lieu d'exception, apprendre à produire du vin...
- Et tous les deux ans environ, le groupe organise la journée de la santé et de la sécurité. Partout, dans tous les pays et dans chaque usine, des ateliers pédagogiques ou ludiques, des conférences, des exercices sont organisés pour faire comprendre aux salariés les enjeux de santé et de sécurité au travail. Cette journée permet de partager de nombreux messages de façon positive. Elle a fait de la santé et de la sécurité des fondements solides de la culture du groupe.

- **Pourquoi avez-vous décidé de fonder le printemps de la convivialité ?**

Plus nous serons nombreux à montrer que « convivialité et fun » sont compatibles avec « professionnalisme et sérieux », plus d'autres entreprises oseront se laisser tenter et viendront nous rejoindre. Nous passons plus de 10 heures par jour à travailler, autant y trouver du plaisir ou tout simplement de la chaleur ajoutée® !



Gilles Vermot-Desroches

Directeur du développement durable

URL : www.schneider-electric.com



- **Qu'évoque, en quelques mots, pour vous la convivialité ?**

La convivialité dans l'entreprise est l'expression du bien-être ensemble. C'est la capacité à transcender les organisations pour se retrouver dans un mode collaboratif efficace et toujours agréable.

C'est une alchimie qui se construit dans la durée avec de nombreux ingrédients : des valeurs d'entreprise exprimées, connues et agissantes, des modes de management respectueux et équitables, le sens de l'innovation, la recherche collective de la « gagne ensemble », l'ouverture sur son environnement et la solidarité entre les hommes et les femmes de l'entreprise.

La convivialité est à la fois le résultat et l'origine de tout cela !

- **Quelles actions réalisez-vous au sein de votre entreprise pour améliorer la qualité des relations ?**

Schneider Electric, présent dans plus de 130 pays avec 100 000 collaborateurs, se mobilise pour être, dans tous les territoires où l'entreprise intervient, un acteur ouvert sur son environnement, agissant pour l'insertion des jeunes et le partage de l'énergie. Par exemple :

- o En février, l'entreprise signera un partenariat avec l'association brésilienne « Gol de Letra » pour soutenir la formation des éducateurs qui interviennent dans les favelas.
- o Les deux cents managers de la filiale américaine retroussent leurs manches pour participer à la construction de maisons avec « Habitat for Humanity ».
- o La filiale indienne inaugurera bientôt douze écoles que Schneider Electric aura reconstruites en Asie du Sud-Est, après le tsunami.
- o Et avec « Luli », le programme central de la fondation Schneider Electric, les salariés se mobilisent ensemble pour donner vie à un autre projet d'engagement local ou international. Une belle occasion de convivialité autour d'un challenge sportif, d'un petit-déjeuner, d'un concours, mais aussi pour, ensemble, donner un coup de main à une ONG. (<http://www.fondation.schneider-electric.com>)

- **Pourquoi avez-vous décidé de fonder le printemps de la convivialité ?**

La convivialité n'est pas l'ennemi de l'efficacité ni de la rentabilité. Bien au contraire, c'est un jeu gagnant, pour les salariés, pour l'entreprise et pour ses partenaires économiques. C'est un état d'esprit. C'est aussi le creuset de l'innovation non directive.

C'est une conviction que Schneider Electric souhaite partager avec d'autres, laissant à chacun les outils de sa mise en œuvre en cohérence avec son histoire et sa culture. Le printemps de la convivialité, comme la fête de quartier, le pique-nique d'immeuble, il fallait y penser !



Sophie Delaval

Directrice communication France

URL : www.sodexho.fr



- **Qu'évoque, en quelques mots, pour vous la convivialité ?**

La convivialité est à la base même de notre métier de services : chaque jour, au sein des entreprises, des écoles ou encore des hôpitaux, les équipes Sodexho favorisent les échanges autour de repas partagés. Notre vocation est de fournir les services qui contribuent à améliorer la qualité de vie de tous ceux qui vivent en collectivité. La convivialité est bien sûr un élément essentiel de la qualité de vie.

- **Quelles actions réalisez-vous au sein de votre entreprise pour améliorer la qualité des relations ?**

L'une des valeurs fondatrices de notre groupe est l'esprit d'équipe. Il est indispensable dans notre métier où rien ne se fait seul. Il se traduit aussi dans l'engagement de nos collaborateurs pour soutenir les actions que nous menons aux côtés des Restaurants du cœur : l'hiver dernier, grâce à la mobilisation de nos équipes, plus d'un million de repas ont pu être distribués par les Restaurants du cœur aux plus démunis.

Partout, chez chacun de nos clients, nous imaginons des moments qui favorisent l'échange : ainsi, pour la 9^{ème} année consécutive, Sodexho organise au printemps (nous devons être des précurseurs !) le concours « Un pour tous, tous pour un » qui réunit, dans plus de cent établissements d'accueil pour personnes handicapées, une équipe composée d'une personne handicapée, de son éducateur et du chef Sodexho. C'est, chaque fois, des moments forts en émotion qui permettent de travailler ensemble dans la convivialité !

- **Pourquoi avez-vous décidé de fonder le printemps de la convivialité ?**

Je pense que c'est une bonne idée. Le mal des sociétés est la non communication. C'est pourquoi, il est important d'avoir des sociétés tournées vers leurs salariés et à leur écoute.