

Présentation des bonnes pratiques au sein de votre entreprise

« Les postiers ont du cœur »

Sylvie Leclercq Directrice de la communication au sein
de la direction du courrier en Alsace



Présentation de l'action :

L'action « *les postiers ont du cœur* » émane d'un constat : beaucoup de postiers sont bénévoles auprès d'associations en Alsace. Fort de ce constat la Poste a voulu dans un premier temps valoriser les actions de ses employés en interne et dans un second temps se positionner auprès d'associations en leur reversant une petite participation financière et valoriser des actions réalisées en externes. .

L'idée des prix :

L'idée des prix provient d'une opération qui s'est déroulée les années précédentes : « *les postiers ont du talent* ». Cette première action partait du constat que les postiers ont des activités extra professionnelles et des talents. Comme pour les « *postiers ont du cœur* », l'envie était de valoriser les salariés de la Poste. Le prix donné pour cette première action s'élevait à 500 euros et permettaient de financer un projet qui leur était cher.

Partant de cette opération, « *les Postiers ont du cœur* » ont été créés en se disant que c'était bien d'avoir du talent mais que c'était également bien d'avoir du cœur. Aujourd'hui les deux actions sont conduites en alternance d'une année sur l'autre.

Un budget existait déjà en raison de l'existence de l'opération « *les postiers ont du talent* » et permettait la réalisation de 5 trophées et la remise d'un prix à hauteur de 500 euros pour mener à bien cette nouvelle action.

La finalité de ces deux prix est de pouvoir organiser chaque année une opération humaine mettant en avant les activités extra professionnelles des postiers.

But de l'action :

Les objectifs de l'action étaient pluriels. La réalisation de cette action permet de mettre en lumière l'engagement sociétal des postiers qui sont généralement très discrets sur leur engagement en externe. Mais également de montrer que la Poste s'engage également en externe en soutenant tout aussi bien des actions portées par ses salariées et en encourageant les activités d'associations présentes localement.

Ces actions sont l'occasion de mettre en avant et faire connaître aussi bien l'engagement des postiers que des associations alsaciennes. Et finalement c'est une réelle reconnaissance de l'engagement des postiers.

Les différentes étapes de l'organisation des prix :

Au départ un petit concours a été lancé en interne touchant l'ensemble des postiers du courrier, ce qui représente à peu près 3000 personnes. Ce concours leur permettait de se faire connaître, de faire connaître leur engagement et de soumettre un dossier de candidature.

L'action a été portée par la direction de la communication de la poste via les directeurs d'établissements, les responsables communication et les responsables RH qui pouvaient relayer l'information dans les différentes structures alsaciennes. Les responsables RH ont été mobilisés du fait que l'action est une action à visé sociétale. La communication était libre, chacun des membres des équipes pouvaient informer ses collaborateurs comme ils le souhaitaient.

Finalement, pour la réalisation des 5 trophées la Poste a fait appel à une association strasbourgeoise « libre objectif » ce qui permet de créer et de maintenir des liens avec le tissu associatif local.

Les ressources humaines et financière :

Il n'y a pas eu besoin d'allouer une enveloppe spécifique à l'action car elle existait déjà sous la forme de l'action « les postiers ont du talent ».

Il en va de même pour les ressources humaines car les relais mobilisés étaient présent au sein de l'entreprise : les directeurs, les responsables communications, les ressources humaines.

L'action s'est donc inscrite dans une structure pré-existante du fait de l'existence d'autres actions au sein de l'entreprise.

Comment dupliquer l'action au sein d'autres entreprise :

Ce qui est important c'est qu'il est dès le départ nécessaire d'avoir un positionnement sociétal fort de l'entreprise. Cet aspect est fortement présent à la Poste puisque cela fait partie de son ADN. Cette fibre sociétale est largement déclinée en Alsace et notamment grâce au soutien de la direction régionale.

Le second élément essentiel c'est l'implication, le soutien et l'accord de la direction ce qui permet d'insuffler une réelle dynamique et de disposer d'un large soutien. L'implication et l'accord de la direction permet de disposer d'un large soutien.

Finalement, l'action doit nécessairement s'inscrire dans un contexte propice, ce qui a été le cas en Alsace parce que le directeur du courrier a mené en Alsace un projet intitulé « projet de développement responsable ». L'action s'inscrit donc complètement dans la structure et s'intègre à la politique de l'entreprise. Madame Leclercq souligne que pour que l'action puisse être dupliquée et qu'elle soit un succès il est nécessaire qu'elle s'inscrive dans une cohérence avec la politique de l'entreprise.

La participation d'IMS au jury :

Ce qui semblait important à la Poste en réalisant cette action c'était d'y associer des partenaires externes, c'était une occasion de s'ouvrir sur l'extérieur.

Madame Leclercq a pensé à Myriam Vannier pour participer au jury car IMS est maintenant présente en Alsace depuis quelques années. La Poste connaissait également les actions menées par IMS et leur aspect concret est fondamentale pour le Poste. Le jury était également composé de représentant de la poste et de l'UNICEF.

