

Focus

Place à la marque employeur

Mercredi, 26 Mai, 2021 - 09:30

Un premier état des lieux sur la responsabilité sociétale des entreprises de santé place les ressources humaines au premier plan. La mise en place de démarches RSE semble de plus en plus prospère pour l'image des entreprises. La « marque employeur » devient même une carte maitresse de la notoriété des entreprises en santé. Des valeurs à cultiver dont les ressources humaines seraient les premières bénéficiaires. Décryptage.



2021 devrait être l'année de la formalisation et de la valorisation de ces fameuses stratégies de responsabilité sociétale d'entreprises notamment dans l'univers de la santé. L'observatoire RSE des entreprises de santé menée par le groupe IQVIA et ses partenaires dévoile les résultats de « Act for RSE ». Cette étude dresse un premier état des lieux du niveau d'engagement des entreprises de santé dans cette démarche.

Les RH : premiers bénéficiaires

Premier constat : Plus de la moitié des bénéfices attendus concernent les ressources humaines. La responsabilité sociétale des entreprises devient un socle incontournable pour cultiver la fierté de servir et donc d'appartenir à une entreprise. Des stratégies de fidélisation qui s'imposent désormais au cœur de la communication des entreprises en santé. En multipliant les actions sociales et sociétales, les entreprises parviennent à décliner des plans stratégiques où la marque employeur prend désormais toute sa place. Ce mouvement récent est observé pour donner plus de visibilité à ces actions dont les démarches et les définitions restent multiples et variées selon les pays. Le RSE fait encore l'objet de nombreux labels et les entreprises de santé ne s'y étaient pas spontanément impliquées jusqu'à présent. La tendance s'inverse clairement aujourd'hui puisque cette étude traduit la volonté des entreprises de santé de s'y engager en France.

Des actes et des impacts

L'étude révèle en particulier l'importance grandissante des démarches RSE dans les industries de

santé. Des initiatives inscrites dans leurs missions de santé publique, mais sur lesquelles le retour sur investissement reste trop souvent aléatoire ou décevant. Le challenge dans les années qui viennent est de leur accorder une bien meilleure visibilité. Une bataille qui s'engage autour de l'image des entreprises, sur laquelle pourrait reposer une bonne part de leur notoriété à très court terme. Il s'agit aujourd'hui de donner plus de force aux messages en lien avec leur engagement environnemental, économique et social ou sociétal. « Les laboratoires pharmaceutiques font figure de bons élèves, même s'ils ne sont pas dans une démarche affichée et formalisée, ni actée comme partie intégrante de leur modèle » observe Edwige Benis, directrice des études et du consulting chez IQVIA. Elle estime aussi que la relocalisation des sites de production en France ou en Europe qui poursuit l'objectif collectif d'une autonomie sanitaire à reconquérir et à réaffirmer s'inscrit parfaitement dans cette démarche.

Puissant levier pour cultiver l'image

La quarantaine d'entreprises de santé qui ont participé à cette étude entre décembre 2020 et février 2021, montrent que beaucoup reste à faire sur la démarche RSE. Loin d'être considérée comme un levier de progression et de développement à long terme, la démarche RSE s'impose pourtant déjà comme l'un des moyens pour renforcer l'image de l'entreprise en répondant plus précisément aux attentes des patients et des professionnels. Une question aussi de business pour être plus proche de ses clients. Le RSE qui place le facteur humain parmi les vrais leviers de croissance peut utilement servir ces stratégies. Quelques faits marquants qui émergent de cette étude permettent d'en faire une rapide démonstration.

Parmi les entreprises de santé interrogées, celles dans lesquelles les postes de direction sont également répartis entre les hommes et les femmes enregistrent un gain de performance de plus de 15 % par rapport aux autres. Cette croissance atteint même 35 % lorsque l'ensemble des équipes est diversifié. Des résultats prometteurs qui expliquent l'intérêt croissant du secteur pour ces démarches pas assez formalisées qui ont longtemps manqué de visibilité.

C'est pourquoi 42 % des entreprises interrogées affirment engager une étape de formalisation à l'heure actuelle. Environ 23 % de ces entreprises de santé entament une phase opérationnelle en créant une fonction RSE pour définir des objectifs, une feuille de route et la mise en place d'indicateurs de suivi. Déjà 35 % de l'échantillon amorcent une phase de pilotage et d'amélioration continue de cette démarche. La responsabilité sociétale des entreprises de santé devient enfin une réalité. Pourtant, 20 % des entreprises ne communiquent toujours pas dessus et seules 36 % des entreprises de santé publient des rapports mentionnant cette démarche. Aux communicants de s'en emparer !

Laurence Mauduit

Source image : [Designed by vectorjuice / Freepik](#) [1]

[Tous les focus](#) [2]

URL source: <http://www.guidepharmasante.fr/actualites/place-la-marque-employeur>

Liens

[1] <http://www.freepik.com>

[2] <http://www.guidepharmasante.fr/actualites/focus>