



Malakoff Humanis



Sensibiliser aux violences conjugales

Un programme de sensibilisation aux violences conjugales et intra-familiales déployé auprès des collaborateurs/trices du groupe Malakoff Humanis.

Année de création de l'initiative : 2023

Thématiques de la Diversité portées par l'initiative :

Nombre de salariés en France : 9 000

Groupe de protection sociale avec trois activités principales : l'assurance de personnes, la gestion de la retraite complémentaire et l'épargne.



Décrivez votre initiative et ses résultats clés

La mise en place de ce dispositif de sensibilisation a suivi les étapes suivantes :

Audit des pratiques internes pour comprendre le niveau de maturité/sujet + mise en place d'une procédure d'accompagnement.

Création d'une plateforme d'information par profil - victime, collègue, manager et RH (podcasts, vidéo en motion design, graphismes adaptés et positifs...).

Organisation de 2 webinaires : le 1er pour mieux comprendre le sujet, le 2eme sur les enfants co-victimes

Réalisation d'une vidéo de sensibilisation avec des salariés de l'entreprise.

Dans quel contexte cette initiative a-t-elle été créée ?

Les objectifs étaient pluriels : Mettre à disposition des ressources et informations aux collaborateurs/trices victimes de violences conjugales et s'engager sur un sujet sociétal en agissant sur l'évolution des mentalités concernant un sujet sensible et encore tabou. En effet, la majorité des victimes de violences conjugales sont salariées et les 2/3 en ont parlé à un ou une collègue. Ces violences impactent de diverses manières leur activité professionnelle (hypervigilance, harcèlement de l'auteur des violences, absentéisme, fatigue...), leur santé mentale ainsi que l'équilibre de leurs sphères de vie.

L'idée était donc d'accepter qu'il y ait une porosité entre vie personnelle et professionnelle sur ce sujet et de développer des actions de prévention des risques.

Enfin, il s'agissait d'outiller tous les acteurs interne pouvant accueillir la parole des victimes afin de les informer et les orienter dans leurs démarches et vers les professionnels adaptés.

Pour cela, nous avons construit notre démarche en adoptant un mode projet et en nous faisant accompagner par des experts. C'est la raison pour laquelle nous avons mis en place un partenariat avec l'association Elle's Imagine'nt et la start up Heyu.de la DRH-G.

Quel est le public cible de cette initiative ?

Deux niveaux de cible : Premièrement, l'ensemble des salariés de l'entreprise au travers des actions de sensibilisation et d'information générales et deuxièmement, les salariés victimes de violences (femmes et hommes) afin qu'ils/elles puissent identifier leurs interlocuteurs internes pour les accompagner.

Bilan et résultats

Quelques chiffres :

- Près de 1000 participants aux webinaires - Niveau de satisfaction du contenu et des dispositifs du groupe 9,5/10
- 400 utilisateurs de la plateforme
- 15 personnes auditées (service santé au travail, assistants sociaux, RH et managers)
- 14 collaborateurs/trices volontaires (7femmes/7 hommes) pour construire et participer à une vidéo de sensibilisation
- Sujet qui a fait l'objet d'un échange lors des négociations d'un nouvel accord égalité professionnelle F/H entre la Direction et les organisations syndicales afin de proposer des mesures d'accompagnement. Ce dialogue sociale a conduit à l'octroi de 3 jours d'absences autorisées rémunérées pour effectuer les démarches nécessaires par la victime et la possibilité de modifier toutes les coordonnées professionnelles si nécessaire.
- Et plus généralement, cette initiative a permis une libération de la parole, des témoignages de salariés et des demandes d'accompagnement des personnes victimes de violences.

Nombre de collaborateurs touchés directement

Janvier – Juin 2024		100 = nombre de nouvelles connexions à la plateforme 9000 = nombre de salariés ayant reçu leur bilan social individuel où est mentionné le dispositif dans la rubrique : "dispositifs d'accompagnement" + lancement d'un module de formation obligatoire sur le sujet des VSST (24 juin) pour l'ensemble des salariés dans lequel le dispositif est repris..
2023		450 participants au webinaire sur les enfants co-victime avec intervention d'un patient expert 25 personnes qui ont participé à la réalisation de la vidéo de sensibilisation (collaborateurs, équipe de communication..) Environ 50 représentants du personnel et de la Direction lors des négociations de l'accord égalité professionnelle F/H.
2022	550	550 participants au premier webinaire proposé sur le sujet Ensemble de l'entreprise touché par les différentes communications sur le sujet et à plusieurs reprises sous diverses formes.

Nombre de collaborateurs touchés indirectement

Depuis la création de l'initiative	9 000	L'ensemble des salariés de l'entreprise soit 9 000 personnes. Plusieurs outils de communication ont été utilisés et ce dispositif est intégré dans d'autres process de l'entreprise. Par exemple, une présentation des outils QVCT, dont fait partie ce dispositif, est faite aux managers et aux collègues dans chaque dossier de changement ou de transformation. Nous avons créé une rubrique dédiée sur notre intranet et sur tous les supports à destination des salariés, le lien vers la plateforme et le rappel du dispositif sont mentionnés : ex : Bilan social individuel, book des services des salariés chez Malakoff Humanis etc...
------------------------------------	--------------	--

Nombre de personnes externes touchées

Depuis la création de l'initiative	Plusieurs milliers	Plusieurs milliers si l'on prend en compte les podcasts réalisés avec la responsable QVCT et diversité du groupe, Céline Dragole, et la co-présidente de l'association Elle's Imagine'nt Sonia Pino partenaire du dispositif.
------------------------------------	---------------------------	---

De quelles données chiffrées disposez-vous permettant de mesurer l'impact de l'initiative ?

- Les participants aux deux webinaires + les résultats du questionnaire d'évaluation
- Les utilisateurs de la plateforme
- Les acteurs interviewés au cours de l'audit et les contributeurs internes du projet
- Les auditeurs de la série de podcast
- Le nombre de vues sur les communications publiées sur notre intranet
- Le nombre de salariés volontaires dans la relation de la vidéo de sensibilisation
- Le nombre de salariés victimes accompagnés en interne
- Le nombre de supports envoyés aux salariés du groupe sur lesquels le dispositif est mentionné et expliqué (nombre de supports et nombre de destinataires)

En quoi cette initiative est-elle innovante?

Cette initiative est pour nous innovante car elle a nécessité d'oser aborder un sujet pour lequel la position courante reste à dire "c'est un sujet qui relève de la vie privée". De plus, nous avons :

- Créé la première plateforme d'information sur le sujet à destination du monde du travail
- Construit avec nos collaborateurs/trices le dispositif (audit, vidéos, podcast ...)
- Affirmer notre engagement sociétal sur le sujet auprès de nos partenaires externes en présentant notre démarche

Pour en savoir plus

- <https://www.malakoffhumanis.com/>