

**« RH, acteurs du développement social en Entreprise » :
2^{ème} publication de l'Atelier RH,
centre de Recherche de l'Institut de Gestion Sociale de Lyon**

Après avoir abordé en 2007 lors de sa première publication « La fonction RH, ses perspectives et ses évolutions », l'Atelier RH, un des premiers centres de recherche appliquée consacrée à l'Etude des Ressources humaines a choisi, pour sa deuxième publication, un thème dynamique et d'actualité : « RH, acteurs du développement social en Entreprise ». Destinée à l'ensemble des professionnels de la fonction RH, cette seconde publication a pour ambition de favoriser l'émergence de nouvelles pistes de réflexion et a été réalisé à partir de recherches documentaires, de données statistiques et de témoignages de professionnels RH.

Aujourd'hui, l'entreprise ne peut ignorer la dimension sociale et sociétale.

Confrontée aux impératifs de rentabilité, comment répond-elle au dilemme enjeu concurrentiel/nouvelles valeurs morales de la société ? La diversité, qu'il s'agisse de lutte contre les discriminations ou d'égalité des chances, est désormais au cœur des débats de société actuels et risque de changer la donne sociale dans les années à venir.

Conscientes de ces enjeux et poussées par les préoccupations sociales et environnementales croissantes des salariés/consommateurs, les entreprises semblent s'approprier le phénomène en répondant par une stratégie à long terme permettant de pérenniser leurs activités et leurs marchés. Ainsi, les entreprises ont pris conscience de leur rôle au delà de celui de simple agent économique. Cette prise de conscience nouvelle se traduit par l'intégration dans les stratégies des entreprises des questions sociales et environnementales : c'est le modèle de la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE).

En s'appropriant cette responsabilité, l'entreprise tente donc de répondre pour partie aux attentes de la société : une occasion en or pour les acteurs des Ressources Humaines d'être associés directement aux performances économiques de l'entreprise dans un esprit conforme aux valeurs du métier. Dans un contexte de transition démographique donnant lieu à une guerre des talents et l'émergence de la génération Y (individus nés entre 1979 et 1994), l'application du concept de responsabilité devient un élément de positionnement, de différenciation et de compétitivité.

Parée de bonnes intentions, « l'entreprise citoyenne » redouble d'efforts dans de nombreux domaines sociaux. La mise en avant de ces aspects RH se concrétise par une forme nouvelle de marketing, celui des pratiques d'entreprises, avec l'apparition du concept de la marque employeur. Objet de toutes les convoitises, les talents deviennent, en ce sens, la cible de campagne de publicité visant à les attirer et les fidéliser.

Mais quels produits se cachent derrière ces nouvelles marques ?
Le « consommateur-salarié » n'est-il pas victime de « publicité mensongère » ?

Devant ces nouvelles problématiques, l'Atelier RH a souhaité orienter ses recherches afin d'analyser la composition du « produit RH », à travers trois grands domaines que sont les conditions de travail, la diversité et l'éthique dans le but d'en révéler les éventuels bienfaits pour le « consommateur-salarié ».

**Publication sur demande auprès de :
Anne Lacroix - 04 72 85 72 28 - alacroix@groupe-igs.fr**

A propose de l'IGS Lyon:

Depuis 30 ans, dans un esprit d'innovation et d'ouverture, l'IGS forme les dirigeants et les responsables des Ressources Humaines de demain, bâtissant ainsi un réseau unique de partenariats avec plus de 4500 entreprises. Aujourd'hui, la force de l'Institut de Gestion Sociale est d'apporter un programme académique de haut niveau, enseigné exclusivement par des experts de la fonction, ainsi qu'une première expérience professionnelle reconnue à travers les stages et l'alternance. L'IGS propose des titres certifiés par l'Etat aux niveaux II et I

Contact presse : La mini Agence – Marie Charrière – 06 61 63 16 01 – mariecharriere@laminagence.com

