

Non, un Chief Happiness Officer ne rattrapera pas votre mauvais management

Les thèmes récurrents autour du bonheur et du bien-être en entreprise sonnent comme autant d'injonctions aujourd'hui. On doit être heureux au travail comme en couple. Pour l'incarner, une personne tierce doit y veiller... et l'intitulé du poste "Chief Happiness Officer" fait déjà couler beaucoup d'encre. Mais sa mission participe-t-elle réellement à une meilleure productivité des collaborateurs et de l'entreprise ou à éteindre le feu d'une lacune managériale ? Sylvain Tillon, cofondateur de Tilkee, fait le point.

Temps de lecture : minute

26 décembre 2019

Article initialement publié en août 2018

Le bonheur en entreprise est un acte managérial de base. L'évidence selon laquelle les collaborateurs sont bien plus efficaces dans un cadre de travail épanouissant n'est plus à démontrer. Mais l'urgence d'embaucher une personne dont la mission consacre cette unique performance l'est plus que jamais. La bonne santé financière et mentale de l'entreprise est de la responsabilité du chef d'entreprise et l'arrivée du CHO masque simplement une faille, un manque de lucidité ou de courage managérial.

Si le chef d'entreprise n'a pas su être le premier Chief Happiness Officer de sa propre entreprise, comment peut-il créer un poste à ces fins ou déléguer cette mission sans aveu d'échec. Et comment dans ce contexte d'échauffement social, le CHO peut-il être légitimé par la direction et légitime pour les employés ?

Un CHO ne peut pas combler une stratégie managériale inexistante

Dans une entreprise à modèle hiérarchique et directif, la raison d'être d'un CHO reste un mystère. Sans être un poste somptuaire ou un appât contemporain pour de futures recrues, le CHO ne peut pas prétendre apporter un savoir-faire managérial novateur. Aujourd'hui, dans une société où la technologie et l'innovation sont clés, le bien-être des collaborateurs doit réellement être dans l'ADN d'une entreprise. Et le bien-être ne se télécharge pas. C'est un peu comme lancer un site internet et déclarer à posteriori publiquement qu'une stratégie digitale a été mise en place...



À lire aussi

Chief Happiness Officer, un job encore trop souvent confié aux stagiaires ?

Un CHO ne doit pas être un clown

Si le CHO ne dispose pas de moyens tangibles pour aménager le bureau ou organiser des événements, quelle est sa mission précise ? Proposer des massages aux collaborateurs fatigués ? Apporter les croissants le matin et la bière à 18h ? Le CHO n'est ni un larbin, ni un clown et il est étrange que ce rôle incombe officiellement à une même personne. Pour plus de diversité et de cohésion, la dimension relationnelle de cette tâche doit être élargie à toute l'entreprise. Chacun doit être avoir une attitude positive et des initiatives internes comme la création d'équipes autour de projets liés au bien-être en entreprise (organisation du séminaire annuel, mise en place d'un tournoi de sport, lancement des petits déjeuners des régions de France...) peuvent être déjà suffisantes et productives.

Un CHO ne construit pas une cohésion d'équipe

Dans une entreprise saine, sans trop de compétition et où les collaborateurs s'estiment, personne n'a attendu le CHO pour se créer un cadre de travail agréable ! Et en agissant ensemble tant sur le cadre de travail que sur l'humain, les résultats sont probants.

Deux éléments majeurs peuvent être mis en pratique. D'une part, des bureaux qui répondent aux défis des entreprises et à la convenance du personnel, conciliant espaces de travail et de vie ; d'autre part une politique de recrutement dans laquelle les collaborateurs peuvent aussi participer aux prises de décision sur l'intégration d'une nouvelle recrue (voire leur veto).

La mission du CHO est nécessaire mais il est urgent pour les directions en passe d'intégrer un CHO à leur équipe, de s'interroger sur son bien-fondé car le rôle principal de cette nouvelle recrue sera d'intimer une culture de

bonheur avec les personnes, les biens et l'environnement de travail et
aucunement de porter assistance à un management en danger...

Article écrit par Sylvain Tillon