

## Le kidsday chez Wolters Kluwer

Par Olivier Hoefel le 10 juillet 2017



En juin dernier, Wolters Kluwer a organisé en ses locaux l'événement **KIDSDAY** en direction des enfants des salariés de l'entreprise. Les enfants ont été invités à découvrir l'univers professionnel de leurs parents à l'occasion d'une demi-journée portes ouvertes qui leur était dédiée. A cette occasion, Sylvie Caron, Directrice Communication de Wolters Kluwer, a répondu à quelques questions pour laqvt.fr.

### Un bref aperçu en images animées

Voici la vidéo publiée par le service Communication de Wolters Kluwer où l'on peut observer beaucoup de vie et d'enthousiasme :



## Le témoignage, sous forme de questions/réponses

### **Comment est née cette initiative ?**

*L'initiative s'appuie sur le besoin de développer la fierté de travailler pour Wolters Kluwer et la motivation. Besoin que nous avons décelé dans l'enquête annuelle « Our Enterprise » auprès de tous les collaborateurs.*

### **Comment les salariés ont-ils vécu cette journée ?**

*Les salariés ont adoré la journée. Plus de 30 d'entre eux (sur un total de 500) ont été volontaires pour animer la journée, qu'ils aient ou pas des enfants en âge d'y participer. C'était une première pour nous. Les salariés ont été portés par l'enthousiasme des enfants. Nous aurons prochainement des témoignages vidéo.*

### **Cette initiative est-elle en lien avec d'autres actions que vous menez ou en tant qu'action intégrée dans un ensemble d'actions autour de la QVT ou du bien-être au travail ?**

*Oui. Nous menons un plan d'action dans ce domaine, porté par les RH et la communication. Nous avons aussi une « championne » – manager opérationnel – qui nous aide à définir et orchestrer les actions. Voici quelques exemples d'action : télétravail, Cafè com et réunions de tous, week-end ski ...*

### **Comment reliez-vous la communication interne et la communication externe, et éventuellement considérez-vous aussi un enjeu sociétal à travers cette initiative ?**

*C'était notre première édition et l'objectif était d'abord interne. Cependant, nous cherchons également à avoir un rôle sociétal en contribuant à expliquer le monde professionnel aux plus jeunes pour aider à leur orientation et insertion future. Il s'agit aussi de promouvoir un mode de vie équilibrée entre vie pro et vie perso. Au niveau Com externe, le KIDSDAY était l'occasion de prises de contact sur les réseaux sociaux – nous avons eu de bons échos*

## Quelques enseignements de laqvt.fr tirés à partir de ce témoignage

En octobre 2012, Eric Averlant nous avait relaté dans l'article [La famille au boulot : comment cultiver la fierté de son entreprise](#) une journée portes ouvertes à destination des familles et amis des salariés de INITIAL, une blanchisserie industrielle.

J'avais exprimé une brève analyse à cette occasion sur les bienfaits de ce type d'initiative.

Avec KIDSDAY, nous avons ici une initiative qui s'en rapproche, à la différence qu'elle est destinée aux enfants des salariés et non à toute la famille.

Je veux insister ici sur le côté gagnant-gagnant de ce type d'événement et en quoi il participe à créer de la reconnaissance par l'attention qu'elle procure de manière réciproque entre les enfants et les salariés dans un format visiblement conçu en amont pour qu'en ressortent toutes formes de richesses. Je renvoie à mes deux articles récents sur les [enjeux de la Symétrie Des Attentions](#) et des façons de la [concrétiser](#). Ici, il s'agit ici non pas d'attention réciproque entre salariés de fonctions différentes, mais entre les enfants et les parents dans le cadre de l'environnement de travail des parents.

**Un grand merci à Sylvie Caron pour son témoignage et un grand bravo à elle et aux parties prenantes impliquées dans l'organisation de cette initiative. Merci à elle de partager son expérience avec le plus grand nombre.**

*Photo extraite de la vidéo de Wolters Kluwer*