

# La surenchère des multinationales pour doper leur attractivité

**ENTREPRISES** Pour attirer les talents, de plus en plus de grandes sociétés proposent un congé paternité généreux. Par endroits, il atteint 18, voire 24 semaines. Un atout indispensable dans un secteur extrêmement compétitif

NOÉMIE GUIGNARD

[@GuignardNoemie](#)

La naissance de la fille d'Adrian Kyburz n'a rien d'ordinaire. D'abord, parce qu'elle est née au cœur de la pandémie et s'est vue privée de son père à peine trois heures après sa venue au monde, sécurité sanitaire oblige. Ensuite, parce que, après l'avoir retrouvé 48 heures plus tard, la petite pourra compter sur la présence de son papa durant quatre mois et demi. «Quand j'explique aux gens que j'ai droit à un congé paternité payé de 90 jours, ils sont d'abord surpris! Et puis, ils me demandent pour qui je travaille», s'amuse le jeune homme de 33 ans au regard pétillant. Son employeur? Novartis, qui a introduit l'an dernier un congé de 14 semaines pour le «partenaire qui ne porte pas l'enfant» au niveau mondial, durée portée à 18 semaines pour les collaborateurs basés en Suisse. Assistant stratégique à la direction suisse du groupe, Adrian Kyburz fait partie des 217 «partenaires» qui ont déjà bénéficié de cette nouvelle politique familiale. D'entente avec sa femme et sa supérieure, il a préféré distiller son congé sur l'année, plutôt que de s'absenter d'un seul bloc: trois semaines à la naissance de son enfant, cinq en été, le solde servira à faciliter le retour au travail de son épouse et à profiter de moments en famille. «Être présent lorsque ma fille s'est retournée seule pour la première fois, entendre son premier cri, ce sont des instants magiques qui sont irremplaçables», s'émerveille le jeune papa.

En offrant à ses employés la possibilité de vivre ces «moments that matter» (moments qui comptent), la firme bâloise ne prétend pas à un geste pure-

ment philanthropique. Plusieurs études montrent l'avantage économique d'une culture d'entreprise qui favorise la conciliation entre famille et travail. En augmentant le bien-être de leurs employés, les entreprises réduisent l'absentéisme et le turnover, tout en dopant la rentabilité. «Pour que nos collaborateurs soient le plus performants possible, ils doivent avoir l'esprit libre. C'est rarement le cas après l'arrivée d'un enfant. Nous voulons qu'ils profitent pleinement de ce moment et reviennent encore plus heureux et motivés au travail», analyse Thomas Bösch, responsable des ressources humaines chez Novartis en Suisse. Pour l'heure, les statistiques avancées par la multinationale rhénane attestent que ce congé répond aux attentes du personnel: en moyenne, les jeunes parents ont pris ou planifié 89% des jours auxquels ils ont droit.

## Rivalité entre géants

«Pour beaucoup d'employés, un salaire élevé n'est plus un critère suffisant. Ils accordent toujours plus d'importance aux employeurs qui offrent une bonne «work-life balance». C'est pour ça que les entreprises s'efforcent d'offrir à leurs collaborateurs des congés parentaux ou des temps partiels», décrypte le professeur d'économie de l'Université de Zurich David Dorn.

A Bâle, Thomas Bösch confirme que le congé parental offre un avantage qui permet de rester compétitif dans un univers hautement concurrentiel. Ce n'est néanmoins qu'un bénéfice parmi une vaste palette d'avantages sociaux – accès à des plateformes d'apprentissage et de bien-être en ligne, cotisations plus élevées au 2e pilier, congé maternité plus long que le minimum légal. «Bien plus qu'un atout pour recruter de nouveaux talents, ces avantages sont avant tout un moyen de conserver nos collaborateurs sur le long terme. Avec l'explosion du digital et la priorité donnée au numérique, la compétition est devenue mondiale et nos

**«Pour que nos collaborateurs soient le plus performants possible, ils doivent avoir l'esprit libre. C'est rarement le cas après l'arrivée d'un enfant»**

THOMAS BÖSCH, RESPONSABLE RH CHEZ NOVARTIS SUISSE

concurrents directs ne sont plus seulement les sociétés pharmaceutiques mais des géants du web tels qu'IBM ou Google», concède Thomas Bösch.

Dans ce jeu de surenchères, le géant pharmaceutique bâlois s'est récemment fait dépasser par d'autres multinationales, à l'instar du cigarettier Japan Tobacco International, qui proposera dès l'an prochain 20 semaines de congé familial, ou encore du constructeur automobile suédois Volvo, qui octroie à son personnel un congé parental de six mois, rémunérés à 80% et à prendre durant les trois années qui suivent l'arrivée de l'enfant.

Une manière de soigner l'image de ces enseignes? Pas seulement, estime Anja Wyden Guelpa, la présidente de la Commission fédérale de coordination pour les questions familiales. «La direction de ces groupes est souvent en mains étrangères, ce qui permet d'insuffler des cultures d'entreprises encore peu habituelles en Suisse, notamment en matière d'égalité des chances ou de promotion de la diversité. Qu'ils profitent de ces valeurs pour être attractifs sur le marché du travail, c'est de bonne guerre», souligne-t-elle.

S'appuyant justement sur son ancrage scandinave, Ikea a décidé d'aller plus loin,

en lançant en début de semaine une campagne qui s'inspire de ses fameux modes d'emploi pour inciter avec humour à voter oui le 27 septembre prochain. D'ordinaire peu enclin à s'immiscer dans le débat politique, le géant du meuble n'a cette fois pas hésité à prendre position. «Les consommateurs sont devenus exigeants. Ils veulent savoir comment se positionnent les entreprises. On le voit aux Etats-Unis avec le mouvement Black Lives Matter. Dès lors, il ne faisait pas de sens qu'on reste neutre dans ce débat alors qu'on défend depuis des années le congé paternité», allègue Manuel Rotzinger, responsable des affaires publiques.

Chez le géant jaune et bleu, les jeunes papas qui acceptent de prendre deux semaines de vacances se voient octroyer six semaines de congé paternité au lieu de quatre. «Après avoir obtenu le plus haut niveau de certification Edge en matière d'égalité femme-homme, il nous paraissait important de nous concentrer sur le congé paternité, qui est un pas supplémentaire en faveur de l'égalité des sexes», sourit derrière son masque Aurel Hausennen, le responsable communication du groupe.

## Aussi l'affaire des PME

Si un congé d'un, voire plusieurs mois semble un luxe que seuls les grands groupes peuvent se permettre, de nombreuses petites et moyennes entreprises n'ont ni attendu l'exemple des multinationales, ni une base légale pour offrir de leur plein gré un congé paternité à leurs collaborateurs et ainsi afficher un visage innovant. Pour l'économiste Daniel Dorn, ces initiatives se font l'écho d'une autre avancée sociale, celle de la prévoyance professionnelle. Et de rappeler qu'«il y a plus d'un siècle, les premiers fonds de pension ont été créés par des entreprises. Au fil des années, ce modèle de prévoyance s'est progressivement étendu à de nombreuses sociétés et la loi sur la prévoyance professionnelle a finalement rendu obligatoire ce système en 1985.» ■