

La transformation digitale des achats intègre la dimension « bien-être »

SEPTEMBRE
2019

Les solutions digitales modifient progressivement mais de façon irréversible et profonde les activités des acheteurs. En complément d'autres leviers d'actions, elles contribuent également au bien-être et à l'épanouissement des équipes. Mais apportent-elles réellement les aides promises, le confort et la simplicité d'utilisation attendus, et surtout le gain de temps escompté permettant aux acheteurs de se consacrer à des missions à plus forte valeur ajoutée ?

Dans la recherche permanente de nouvelles pistes d'optimisation, les acteurs économiques ont – enfin – pris conscience du caractère hautement stratégique des ressources humaines. Dans ce contexte, le bien-être au travail est devenu un des principaux enjeux des entreprises, qui cherchent à attirer et fidéliser les talents différenciateurs. Pourtant, en une décennie, la situation se serait fortement dégradée : selon différentes enquêtes (*), la proportion de salariés indiquant être stressés a bondi de 40 % à plus de 60 % et, parallèlement, la part de ceux se déclarant motivés par leurs activités professionnelles a perdu près de 15 points, passant sous la barre des 30 %. Avec d'inévitables conséquences. « Dans un environnement économique globalisé où la compétition ne laisse que peu de place pour « prendre rendez-vous avec soi-même », les travaux de recherche ont montré combien le stress était délétère pour la santé, la vie sociale, l'engagement professionnel et in fine, la performance de l'entreprise et ses résultats », explique Hugues Poissonnier, enseignant-chercheur, directeur de recherche à l'Irima et membre de la Chaire



« Mindfulness, Bien-être au travail et Paix économique » à Grenoble Ecole de Management. « À l'opposé, les travaux sur le bien-être en entreprise montrent que, dans le cadre d'une stratégie réelle pour traverser au mieux les différentes situations, il est une pièce majeure de la santé, de l'épanouissement et de l'efficacité professionnelle ».

Heureusement, les consciences évoluent à grands pas sur le sujet. « Même s'il s'agit parfois d'un affichage, sans objectif concret, des stratégies se mettent en place, en particulier dans les grands groupes dont certains vont jusqu'à se doter d'un Chief happiness officer », poursuit-il. Pourquoi ce sursaut ?

Lire la suite

INTERVIEW : André Comte-Sponville

Longtemps enseignant, André Comte-Sponville (67 ans, agrégation de philosophie) se définit comme un philosophe matérialiste, rationaliste et humaniste. Il consacre aujourd'hui son temps à l'écriture et aux conférences, notamment sur les questions d'éthique et de spiritualité. Auteur de nombreux ouvrages, il a publié en 2013 une nouvelle édition, intégralement revue et considérablement augmentée, de son « Dictionnaire philosophique » **Lire la suite**

Pour recevoir par email le compte rendu dans son intégralité,
veuillez remplir le formulaire [en cliquant ici](#)