



 x **Lakaa** :

**Transformer la RSE locale
en puissance RH**



Alors que les entreprises cherchent à concilier performance économique, attractivité employeur et ancrage local, **la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) apparaît comme un puissant levier de transformation.** Encore faut-il réussir à la structurer, à l'animer sur le terrain, et à l'incarner au quotidien.

Dans le cadre de cette étude, **10 interlocuteur·rice·s locaux·ales** (ambassadeur·rice·s, responsables RH ou directeur·rice·s de site), de réseaux ou d'enseignes parmi lesquels : Intersport, Leroy Merlin, Mondial Relay, Carmila, ou encore Nespresso ont été interrogés sur l'impact RH de Lakaa.

Acteur engagé de la transformation par l'impact, **Day One accompagne les entreprises dans la structuration et le déploiement de dispositifs d'engagement à fort enjeu RH.** Son expertise, fondée sur l'observation de centaines de programmes et des milliers de collaborateur·rice·s engagé·e·s, apporte à cette étude un éclairage complémentaire : celui du passage de l'engagement terrain à un levier RH mesurable, valorisable et activable à grande échelle.

Il en ressort une conviction forte : **quand elle est bien outillée, la RSE locale peut devenir un moteur de cohésion, de fierté d'appartenance et parfois même de fidélisation.**

Ce que vous découvrirez dans cette étude :

- Les effets concrets d'une animation RSE structurée sur l'engagement, la fidélisation et l'attractivité des équipes.
- Des indicateurs tangibles : baisse du turnover, actions citées en entretiens annuels, taux de participation, etc.
- Le rôle des relais locaux dans l'appropriation des actions RSE,
- Des témoignages terrain sans filtre, illustrant à la fois les bénéfices concrets et les limites ou conditions de réussite.

Pourtant, un constat revient régulièrement dans les témoignages : ces actions qui engagent fortement les équipes restent peu visibles pour les candidat·e·s, les recruteur·rice·s et la marque employeur.

C'est ce décalage entre un impact vécu en interne et encore peu exploité en externe que cette étude propose d'explorer afin de savoir comment changer les choses.



Sommaire

1. Quand la RSE locale devient un levier d'engagement des équipes 5
2. Engagement local & rétention : quels impacts sur le turnover ? 7
3. Attirer grâce à l'engagement : un potentiel à révéler 9
4. Donner du sens et reconnaître : un puissant moteur de motivation 11
5. L'impact invisible : un levier RH encore sous-exploité 13
6. Un levier qui agit... mais trop tard 15
7. De l'engagement terrain à la marque employeur : relecture des cassion 17
8. Conclusion 19

Partie 1.

Quand la RSE locale devient un levier d'engagement des équipes

Au sein du **Hub Mondial Relay** de Lyon, par exemple, 100 % des actions proposées sont portées par une équipe — généralement composée de 5 à 10 personnes — et les collaborateur·rice·s de jour sont systématiquement mobilisé·e·s. La relais RSE locale témoigne :



« Toutes les petites actions qu'on met en place donnent envie aux intérimaires de rester. »

Cette implication se traduit concrètement dans le quotidien des équipes : les actions RSE locales sont désormais évoquées spontanément lors des entretiens annuels, signe d'une appropriation réelle et durable.

Même dynamique chez **Nespresso France**, où les collaborateur·rice·s bénéficient de quatre demi-journées par an pour s'impliquer dans des initiatives à impact. À Biarritz, la responsable de boutique y voit une opportunité de développement à la fois collectif et individuel :



« Si l'équipe est épanouie, qu'elle découvre de nouvelles choses, elle s'ouvre. C'est du développement personnel aussi. »

Chez **Leroy Merlin Cherbourg**, l'implication des équipes locales dans la démarche a permis de structurer une animation régulière, avec les chefs de secteur et les ambassadeur·rice·s.

Cette organisation en "petits comités" favorise la concrétisation des projets et contribue à installer une culture d'équipe solide.

L'un des indicateurs les plus probants est d'ailleurs la baisse du turnover **de 26% à 13% en un an, soit une réduction de 10 points.**



« Je ne sais pas si c'est lié à Laka, mais en effet notre taux de turnover a baissé de 10 points sur le magasin sur la dernière année. C'est énorme. (...) Cela doit faire partie aussi d'un équilibre social magasin où chacun·e y trouve une certaine forme d'équilibre »

Loïc BLIN - Directeur Leroy Merlin Cherbourg

Ces dynamiques illustrent un point clé : **lorsque l'engagement est activé au plus près du terrain, il devient un levier puissant de mobilisation et d'appropriation.**

L'enjeu pour les entreprises est alors de structurer ces initiatives pour en faire un véritable levier RH, capable de nourrir la cohésion, l'expérience collaborateur·rice et, à terme, des indicateurs comme la fidélisation.

Partie 2.

Engagement local & rétention : quels impacts sur le turnover ?

INTERSPORT Groupe Hanot

Au sein du groupe **INTERSPORT Groupe Hanot**, il est indiqué que le taux de turnover est inférieur à la moyenne nationale du réseau **INTERSPORT**, une performance que le responsable RH relie en partie à la structuration des actions RSE locales.

Même constat à **INTERSPORT Bourg-en-Bresse**, où **80 % des effectifs sont restés en poste**, malgré un secteur historiquement marqué par une forte rotation liée aux contrats courts.

Mondial Relay Lyon

Chez **Mondial Relay Lyon**, si le turnover reste plus élevé côté intérim, il est en net recul. Jennyfer, employée d'exploitation au Hub de Lyon, nous confie :

« *Chez les intérimaires, ça s'est calmé. Et pour les embauché-e-s, il n'y a pas trop de turnover.* »

Elle souligne également l'impact de dispositifs collectifs, comme le challenge *Ma Petite Planète*, qui contribuent à créer une dynamique d'équipe et une ambiance de travail plus positive — avec un effet direct sur l'envie de rester.

Leroy Merlin Nanterre

Pour autant, les entretiens rappellent que la fidélisation ne peut être expliquée uniquement par les actions RSE. Chez **Leroy Merlin Nanterre**, malgré une culture sociale forte, le turnover reste élevé (24 %, et 34 % pour les collaborateur·rice·s présent·e·s depuis moins d'un an).

« *Nos actions ont un impact, mais ce n'est pas toujours ce qui fait rester* », admet Anthony, le directeur.



En moyenne, tous secteurs confondus quand des actions RSE sont mises en place, alimenter au quotidien (relayer, plan de comm interne, mise en avant des collaborateur·rice·s cela peut diminuer de moitié* le turnover d'une entreprise.

(*source Day One: <https://day-one.co/> jusqu'à moins 54% de turnover)

Ces éléments mettent en lumière un point clé : **l'engagement local peut contribuer à la fidélisation, mais il agit rarement seul.**

C'est dans sa capacité à être structuré, suivi et intégré dans une approche globale de l'expérience collaborateur·rice qu'il devient un levier RH durable. Autrement dit, passer d'initiatives locales à une stratégie mesurable et pilotée est un enjeu déterminant pour en maximiser les effets sur la rétention.

Partie 3.

Attirer grâce à l'engagement : un potentiel à révéler

Chez **INTERSPORT Bourg-en-Bresse**, les responsables évoquent les actions RSE locales lors des entretiens de recrutement, en les adaptant aux profils des candidat·e·s. Les activités sportives internes ou encore l'espace bien-être sont mobilisés pour illustrer concrètement la culture d'entreprise et ses engagements.

Même stratégie chez **Nespresso Biarritz**, où la responsable de boutique souligne l'effet de surprise généré auprès des candidat·e·s :

« *Quand on parle de nos actions, les candidat·e·s sont surpris·es. Le problème, c'est qu'on fait beaucoup de choses mais qu'on n'en parle pas assez.* »

Chez **Carmila**, la participation à des forums de l'emploi organisés dans les centres commerciaux est perçue comme un levier efficace pour générer du flux et attirer des candidat·e·s aux profils variés, malgré une notoriété encore limitée de l'entité.

Ces retours mettent en évidence un enjeu structurant : accompagner les responsables locaux·ales pour mieux valoriser leurs actions et les intégrer dans les pratiques de recrutement.



L'enjeu ne réside plus uniquement dans l'action, mais dans la capacité à la traduire en éléments concrets de marque employeur : discours, preuves, contenus et expériences candidat·e·s.

C'est dans cette transformation, du vécu collaborateur·rice à la promesse employeur, que réside un potentiel encore largement sous-exploité.

Partie 4.

Donner du sens et reconnaître : un puissant moteur de motivation

Chez **Leroy Merlin Nanterre**, la responsable RH souligne l'intérêt de ces initiatives pour élargir les critères d'évaluation :



« Ça nous permet de suivre et d'évaluer des objectifs plus qualitatifs, ce qu'on ne fait pas toujours quand on regarde que le chiffre d'affaires »

Même constat chez **Carmila Nevers**, où la directrice de centre évoque un changement d'implication personnelle :



« Depuis qu'on anime la démarche localement, je me suis beaucoup plus investie sur les sujets RSE. C'est un outil qui permet de se challenger »

La reconnaissance ne passe pas uniquement par la hiérarchie. Elle s'exprime aussi dans les moments de convivialité, les partages d'expérience, et la possibilité donnée à chacun·e de proposer des idées. Plusieurs responsables citent des cas où des initiatives locales ont été reprises dans d'autres sites, voire à l'échelle nationale, créant ainsi un effet d'entraînement vertueux.



« Tout ce qu'on fait permet de redonner une image employeur ou de la crédibilité aux collaborateur·rice·s. Il n'y a que de la plus-value chez celles et ceux qui en ont conscience. »

Pierre VIALET - Directeur RH Intersport Groupe Hanot

Ces retours mettent en lumière un levier souvent sous-estimé : la reconnaissance de l'engagement comme facteur de motivation.

Pour en maximiser les effets, l'enjeu pour les entreprises est de structurer et rendre visible cette reconnaissance, en l'intégrant dans les pratiques RH, les outils de pilotage et les parcours collaborateurs. Autrement dit, faire de l'engagement un élément pleinement reconnu de l'expérience collaborateur·rice.



Partie 5.

L'impact invisible : un levier RH encore sous-exploité

Les entretiens mettent en évidence un enjeu récurrent : la difficulté à rendre visible, en externe, des actions pourtant très engageantes en interne. Comme le résume une responsable :

- “ Le problème, c'est qu'on fait beaucoup de choses mais qu'on n'en parle pas assez ”
- “ Un enjeu consiste à mieux valoriser cette dynamique en externe, notamment dans le recrutement et la marque employeur ”

Malgré des effets très concrets sur la cohésion, la motivation et, dans certains cas, la fidélisation, les actions RSE locales restent largement absentes des principaux points de contact avec les candidat·e·s. Nous vous avons listé les éléments actionnables qui pourraient constituer un Kit pour le rayonnement de vos actions RSE en externe (sur quels canaux en parler) :

les entretiens de recrutement,

les supports de marque employeur,

le discours des managers,

les sites carrières,

les communications RH, notamment sur LinkedIn,

La note de la satisfaction employé·e (obtenue grâce à un formulaire simple envoyé après chaque actions d'engagement réalisée par le/la salarié·e)

Pourtant, les entreprises disposent, grâce à ces initiatives, de preuves tangibles de leur culture d'entreprise, vécue sur le terrain. Des preuves authentiques, différenciantes, et directement incarnées par les équipes. Mais ces éléments ne sont que très peu collectés, structurés, et traduits en contenus exploitables par les équipes RH.

Ce décalage crée un paradoxe fort :

Ce qui donne envie aux collaborateur·rice·s de rester n'est presque jamais utilisé pour donner envie aux candidat·e·s de venir

Ce constat met en lumière un enjeu clé : **transformer l'engagement vécu en levier de marque employeur.**

Au-delà de l'activation terrain, la valeur réside dans la capacité à capter, structurer et valoriser ces expériences pour les intégrer dans les pratiques RH. Autrement dit, rendre visible ce qui est vécu, pour en faire un actif stratégique au service de l'attractivité et du recrutement.



Partie 6.

Un levier qui agit... mais trop tard

Les témoignages recueillis mettent en évidence des effets concrets et récurrents :

Les collaborateur·rice·s évoquent spontanément les actions RSE lors des entretiens annuels

Les équipes vivent des moments forts de cohésion

Des baisses de turnover sont constatées

Autant de signaux forts d'un impact réel sur l'expérience collaborateur·rice.

Pourtant, ces mêmes éléments restent largement absents des pratiques de recrutement :

Ne sont pas intégrés aux trames d'entretien de recrutement

Ne sont pas valorisés par les recruteur·rice·s

Ne sont pas transformés en contenus marque employeur

La RSE locale agit donc puissamment pendant la vie du collaborateur·rice·s, mais très peu avant son arrivée.

Il serait tout à fait envisageable que dans les offres d'emploi, pendant les entretiens de recrutement il soit mentionné cet aspect de l'entreprise qui peut représenter un motivateur supplémentaire.

En résumé des points précédent, Voici quelques notions chiffrées de l'impact multiple que peut avoir une des actions d'engagement collaborateur·rices et l'interconnexion que ces sujets peuvent avoir entre les départements en interne

ATTIREZ LES TALENTS

55% des actifs & **76%** des millenials considèrent l'engagement sociétal **plus important que le salaire.**

PASSEZ À L'ACTION SOCIÉTALE

Seuls **23%** des des salarié·e·s estiment que les engagements pris par leur entreprise sont **concrets et profonds.**

ENGAGEZ DANS LA DURÉE

2/3 des cadres sont prêts à changer de travail par **manque de sens.**

GÉNÉREZ DE LA CROISSANCE

80% des appels d'offres et des demandes de financement intègrent les critères RSE.

**Sources : Études scientifiques de l'IBET / BCG / Cone / Harris Interactive, disponibles sur demande*

Transformer une action RSE locale en preuve de marque employeur

L'enjeu n'est plus uniquement d'agir, mais de traduire ces actions en éléments concrets pour les candidat·e·s.

Exemples concrets



Ma Petite Planète

Challenge Ma Petite Planète

> transformé en post LinkedIn recruteur·rice ou en argument d'entretien

Collecte solidaire locale

> valorisée en story "Une journée dans nos équipes" sur le site carrière

Initiative portée par un·e collaborateur·rice

> transformée en témoignage vidéo candidat·e

Des ambassadeur·rice·s

> mobilisé·e comme ambassadeur·rice lors de job dating



Chaque action locale n'est pas seulement une initiative RSE. C'est une preuve tangible de la culture d'entreprise. Une preuve vécue, incarnée, souvent bien plus crédible qu'un discours institutionnel. Encore faut-il être en capacité de la capter, de la structurer et de la traduire en langage RH et candidat·e.

C'est précisément dans cette transformation que réside le véritable enjeu. Passer de l'action à la preuve, du vécu à la narration, du terrain à la marque employeur :

C'est ce qui permet de faire de l'engagement local un levier stratégique d'attractivité. Cela ne demande pas plus de temps mais d'avantage une nouvelle approche à avoir.



Partie 7.

De l'engagement terrain à la marque employeur : relecture des cassion

Les analyses précédentes mettent en évidence un enjeu central : transformer des actions locales, vécues par les équipes, en leviers concrets de marque employeur.

Pour illustrer cette dynamique, trois cas issus des entretiens ont été relus à travers une double grille de lecture :

- ce que produit l'animation RSE locale sur le terrain (logique Lakaa)
- ce que ces actions pourraient générer si elles étaient pleinement exploitées côté RH (logique Day One)

Leroy Merlin Cherbourg



Ce que cela produit côté équipes > **Lakaa**

- Une organisation en "petits comités" favorisant l'implication
- Une dynamique collective forte
- Une baisse significative du turnover (-10 points en un an)
- Un sentiment d'équilibre et de cohésion au sein des équipes

Ce que cela pourrait produire côté RH >



- Des preuves concrètes de culture d'équipe à valoriser en entretien
- Des contenus authentiques pour le site carrière et les réseaux sociaux
- Un argument différenciant pour attirer des profils en quête de sens
- Un levier de crédibilisation du discours employeur

INTERSPORT (Groupe Hanot / Bourg-en-Bresse)



Ce que cela produit côté équipes > **Lakaa**

- Un taux de turnover inférieur à la moyenne du réseau
- Une forte stabilité des équipes (80 % des effectifs maintenus)
- Une appropriation des actions locales par les collaborateur·rice·s

Ce que cela pourrait produire côté RH >



- Un indicateur fort à intégrer dans les arguments de recrutement
- Une mise en récit de la culture d'entreprise centrée sur l'engagement
- Une valorisation des actions locales comme marqueur de différenciation
- Une meilleure projection des les candidat·e·s dans l'environnement de travail



Ce que cela produit côté équipes > **Lakaa**

- Une mobilisation collective systématique autour des actions
- Une participation active, y compris chez les intérimaires
- Une amélioration perçue de la fidélisation
- Des actions citées spontanément en entretien annuel

Ce que cela pourrait produire côté RH >

- Des témoignages concrets à intégrer dans les parcours candidat·e·s
- Une valorisation des actions comme levier d'intégration et de rétention
- Une narration forte autour de l'expérience collaborateur·rice
- Une capacité à rassurer et engager des profils opérationnels

Une mécanique commune

Ces cas illustrent une dynamique récurrente :

- des actions locales qui produisent un impact réel sur les équipes
- mais dont le potentiel reste partiellement exploité côté RH



L'enjeu n'est plus uniquement d'animer des actions locales, mais de les transformer en actifs RH.

C'est dans cette capacité à capter, structurer et activer ces preuves que se joue le passage d'une RSE vécue à une RSE valorisée et, in fine, la transformation de l'engagement en véritable levier de performance RH.

Partie 8.

Conclusion

Lakaa agit comme un outil de structuration, de mesure et de reconnaissance, permettant aux entreprises multisites de faire vivre leur politique RSE au plus près du terrain. Là où les discours peinent parfois à convaincre, les actions locales, relayées et partagées, créent du lien, du sens et une expérience collaborateur·rice tangible.

Pour autant, cette étude met en lumière un décalage : ces dynamiques, pourtant riches et différenciantes, restent encore peu exploitées dans une logique RH, notamment en matière d'attractivité et de recrutement.

C'est dans cette transformation — du vécu à la preuve, de l'engagement à la valorisation — que réside aujourd'hui le véritable enjeu. En apportant une lecture RH et des outils de structuration (dashboard), Day One permet de capter ces initiatives, de les traduire et de les activer comme des leviers concrets de marque employeur.

Le prochain enjeu n'est donc plus seulement de faire vivre la RSE locale mais de la rendre visible, activable et utile pour attirer et recruter les futur·e·s collaborateur·rice·s.

Bonus.

Guide pratique pour les RH et têtes de réseau

Transformer l'engagement local en levier de marque employeur.

Les actions RSE locales produisent de l'engagement, du sens et des preuves concrètes de culture d'entreprise. L'enjeu pour les équipes RH et les têtes de réseau est désormais de capter ces éléments... puis de les transformer en leviers d'attractivité.

1. Collecter les bonnes informations côté terrain > **Lakaa**

Après des relais locaux (ambassadeurs RSE, managers, équipes), il est essentiel de structurer la remontée d'informations :

- **Photos des actions terrain** (avant / pendant / après)
- **Verbatims collaborateur·rice·s** (ressenti, fierté, apprentissages)
- **Initiatives locales** (actions, projets, formats)
- **Noms et rôles des ambassadeur·rice·s**
- **Moments forts** (événements, anecdotes, impacts visibles)

Objectif : capter des preuves authentiques, incarnées et réutilisables.



2. Transformer en contenus RH >

À partir de ces éléments, les équipes RH peuvent produire des contenus concrets, directement exploitables :

- **5 posts LinkedIn**
 - > Valoriser les actions, donner la parole aux équipes, illustrer la culture
- **3 arguments d'entretien**
 - > Intégrer des exemples concrets pour illustrer l'engagement de l'entreprise
- **2 pages ou formats site carrière**
 - > Raconter "une journée dans nos équipes", mettre en avant des initiatives locales
- **1 séquence onboarding**
 - > Présenter les engagements et proposer aux nouveaux·elles arrivant·e·s de s'impliquer

Objectif : traduire l'engagement en expériences visibles pour les candidat·e·s et les collaborateur·rice·s.

Une logique simple

Terrain > **Lakaa**

Actions vécues
Engagement réel

RH > 

Contenus structurés
Attractivité renforcée

Chaque action locale est une opportunité de valorisation.
Ce n'est pas seulement une initiative RSE :
c'est une preuve concrète de la culture d'entreprise.

Encore faut-il la capter, la structurer et la transformer
en langage candidat·e.

Je découvre Lakaa



Comment engager ses collaborateur·rice·s ?

