
objet Principes généraux de la promotion

date 17 Janvier 2011

liste de diffusion Philippe Andres, Laurent Aufils, Brigitte Dumont, Christine Goavec, Alain Gueguen,
Laurent Zylberberg, Elisabeth Belois-Fonteix, Michel Guillot, Jacques Moulin, Patricia Waldron-Werner,
Hélène Billon, Martine Harraca, Nicolas Deschamps, Céline Couturier, Sylvie Cluzel

références

La promotion reconnaît et valorise un accroissement de compétences significatif et/ou une prise de responsabilités élargies d'un collaborateur en continuité de son métier ou vers un nouveau métier, que ce soit dans le développement de son expertise, dans une fonction managériale ou dans la conduite de projets. Elle s'accompagne d'un plan de développement individuel afin de préparer le collaborateur dans les meilleures conditions à l'exercice de ses nouvelles responsabilités.

L'entretien individuel et la revue de cadres ou de personnel sont des moments importants pour identifier et valider que le temps est venu de permettre au collaborateur une évolution professionnelle, qui se traduira par une promotion. L'anticipation permettra notamment de préparer cette étape importante dans la vie professionnelle du salarié.

Par ailleurs, dans le cadre de sa politique d'égalité professionnelle établie à l'appui d'accords collectifs, il est rappelé que :

- la politique de promotion est fondée sur la valorisation des compétences et des qualifications, et s'inscrit dans le respect du principe de non-discrimination.
- l'obligation de mobilité géographique à l'occasion d'une promotion n'est pas systématique quel que soit le niveau de promotion, y compris pour l'accès aux bandes CCNT E ou F, dans le cas d'une vraie rupture / étape nouvelle dans la prise de responsabilités du salarié.

Ainsi, au moment de mettre en œuvre une promotion, c'est le parcours global du salarié, antérieur à sa promotion, qui est analysé ainsi que, le cas échéant, son potentiel à prendre en charge de plus grandes responsabilités et non l'application d'une règle systématique de mobilité géographique à effectuer au moment de la promotion. En analysant ces parcours professionnels, l'entreprise veille à garantir d'une part la fluidité de l'emploi et d'autre part à favoriser la diversité des expériences et l'enrichissement du parcours du salarié, en lui permettant de changer d'environnement professionnel.

La promotion est un moment important pour chaque salarié et à ce titre elle doit être valorisée à travers l'évolution du salaire fixe, avec notamment, pour les promotions non cadres, un minimum d'augmentation de 3% (référence accord salarial 2010).

Pour ses promotions, chaque entité dispose d'un budget annuel spécifique correspondant en moyenne à 0,2% des salaires fixes. L'utilisation conjointe du budget de promotion avec celui des augmentations individuelles est autorisée dans la mesure où cela peut apporter davantage de souplesse à l'occasion de décisions salariales individuelles, que ces décisions soient prises en reconnaissance d'une évolution professionnelle significative au sein d'une même bande CCNT ou avec changement de bande CCNT.

Afin de permettre à la fois d'accompagner des évolutions fortes de responsabilités sur place et de reconnaître l'effort de mobilité géographique sur la base du volontariat, il conviendra de concilier ces 2 ambitions dans la gestion du budget de promotion.

La mise en œuvre de la promotion dans le respect de ces principes relève de la responsabilité managériale avec l'appui de la fonction RH, en fonction des priorités locales.

Chaque Direction d'entité communique en amont sur le processus de promotion interne à son entité et le calendrier associé



Bruno Mettling

Directeur des Ressources Humaines Groupe