



Interview Partenaire Fédération BTP Haut-Rhin



SCHROLL
l'atout recyclage

FRANCK MUNCH
Directeur commercial
du groupe Schroll

Le Groupe Schroll est un groupe familial indépendant né en 1892, spécialisé dans le recyclage de déchets professionnels. Il traite 989 000 tonnes de déchets par an. Des déchets constitués à 50% de papier et de carton. Déchets verts, déchets de collectivités, films plastiques, plastiques rigides, bois, verres, biodéchets sans oublier les gravats font partie des 50% restants. Il y a quatre ans, le groupe a intégré le plâtre aux déchets qu'il recycle. Des déchets collectés puis valorisés à travers ses différents sites.

Le groupe Schroll a intégré le Club des Partenaires de la Fédération Française du BTP 68, il y a quelques années déjà. « **Le point de départ a été l'envie d'appartenir à un réseau.** Celui de se faire connaître, également, souligne Franck Munch, son directeur commercial. **Et proposer des solutions sur le Haut-Rhin aux acteurs de ce secteur d'activité.** »

Ce qu'apprécie tout particulièrement le directeur commercial, dans ce Club des Partenaires, ce sont les liens tissés avec les différents acteurs du secteur du BTP. « **Au fil des ans, nous sommes parvenus à établir du liant, du lien et de la solidarité,** souligne-t-il. Les différentes manifestations que nous avons mises en place ainsi que les Assemblées Générales auxquelles nous assistons nous permettent également de retrouver certains de nos clients. Des occasions parfois aussi, de faire le point sur des affaires en cours et même, de les booster. »

La suite? Franck Munch la voit par un développement plus fort, encore des échanges "tripartites". « **Nous pouvons aller plus loin encore dans nos contacts avec les adhérents, la Fédération et les Partenaires! Tout est une question de temps.** »

Emilie JAFRATE

Schroll

6 Rue de Cherbourg - 67100 Strasbourg
03 88 40 58 40 | schroll.fr



PARTENAIRES Mag

N°1
Novembre
2020



édito

Je suis fier et heureux de participer au lancement de ce nouveau magazine, le PARTENAIRES MAG du Club des Partenaires de notre Fédération du BTP du Haut-Rhin.

Véritable trait d'union entre les membres du Club et les entreprises adhérentes de la Fédération, il est le support de communication privilégié de promotion des services et produits de nos partenaires et le moyen supplémentaire de donner la parole à nos Pros du BTP. Disponible en version dématérialisée et en version papier, à raison de 4 parutions annuelles, il est ni plus ni moins un véritable organe de presse interne.

Il s'inscrit dans un plan de communication global qui comprend une identité visuelle du club, une charte de valeur, un site internet et une présence sur les réseaux sociaux. A l'heure où la COVID bouscule nos certitudes, est source d'angoisse et de frilosité, nous avons, nous, fait le choix de l'action en investissant dans ces outils et fait le pari de favoriser les échanges dans un climat de confiance réciproque et de permettre à chaque membre de développer son image, sa notoriété et son savoir-faire.

Pour que ce pari réussisse, chers partenaires, appropriiez-vous ces outils de communication, alimentez-les par vos événements et vos offres spéciales BTP, apportez votre témoignage et votre expertise. Nous comptons également sur vous pour valoriser notre Fédération auprès de vos clients BTP, comme nous vous valorisons, vous, partenaires, auprès de nos adhérents.

SOMMAIRE

p.2 / Le dossier du mois

p.3 / Paroles de pros

p.4 / Interview
Partenaire FFB

Et à vous, chères entreprises et chers adhérents de notre Fédération, je vous invite à solliciter nos partenaires. Ils ont été retenus pour la qualité de leurs prestations et parce qu'ils partagent nos valeurs de réactivité, de convivialité, de bienveillance, d'enthousiasme, de solidarité et de considération.

En ces temps difficiles, nous avons tous besoin de mieux nous connaître, mais aussi d'unité et de proximité, pour que notre écosystème haut-rhinois puisse résister et vaincre.

Enfin, merci à vous chers partenaires pour la confiance que vous nous accordez. Elle est importante pour nos entreprises car elle doit leur permettre d'affronter toutes les situations avec votre appui et de la manière la plus sereine possible.

Tous ensemble, allons de l'avant et ayons la foi en un avenir meilleur.

Étienne BARILLEY
Président de la Fédération
du BTP du Haut-Rhin



Le dossier du mois

La marque employeur

Renforcez l'attractivité de votre entreprise! La marque employeur est un véritable atout pour attirer de nouveaux candidats et vous différencier des entreprises concurrentes évoluant dans le même marché. Elle porte l'identité de l'entreprise, son ADN social, ses valeurs, sa culture, sa réputation interne. À l'heure du numérique où l'on poste, en temps réel, des commentaires sur les réseaux sociaux, mieux vaut avoir une marque employeur de qualité pour recruter les talents et fidéliser ses salariés.

Difficultés de recrutement, déficit de confiance et d'engagement, turnover trop élevé... la démarche de marque employeur a généralement pour point de départ une question RH à résoudre. Alors que les retours positifs n'atteignent pas toujours leur cible, les négatifs, eux, ne manquent pas de faire mouche. Partagés

de manière virale, ils nuisent à la réputation de l'entreprise, et plus particulièrement à sa marque employeur. Une marque employeur attractive n'est donc pas seulement le résultat d'une opération de communication, c'est le fruit d'une démarche structurée, d'une stratégie globale impliquant les services RH et marketing.

Les étapes de la démarche :

1. Identifier les enjeux prioritaires
2. Poser un diagnostic : Comment êtes-vous perçu en interne ou en externe ?
3. Élaborer une stratégie : Qui voulez-vous attirer et garder ?
4. Définir votre positionnement employeur
5. Créer de la cohérence entre marque et identité employeur
6. Diffuser votre marque employeur
7. Mesurer régulièrement l'impact de votre marque employeur

Le but d'une démarche de marque employeur est donc de :

- Fidéliser les collaborateurs et accroître le sentiment d'appartenance.
- Développer la qualité de vie au travail.
- Rétablir en interne un climat de confiance et de sérénité.
- Combattre une image négative (secteur ou métier) et maîtriser la réputation.
- Aider les collaborateurs à intégrer les valeurs et la culture de l'entreprise.
- Se faire connaître pour attirer de bons candidats et de hauts potentiels.
- Augmenter les candidatures de qualité.
- Réduire le turnover et l'absentéisme

On dit qu'une bonne marque employeur permet de diviser par deux le coût moyen de recrutement !



Sylvie Rieber
Référente Emploi Formation RH
riebers@d68.ffbatiment.fr
03 89 36 30 50



ANNE-SOPHIE NEFF
Présidente comité de direction
chez NK Diffusion



Paroles de pros / Interview partenaire

NK Diffusion

L'expertise du vêtement de travail et des EPI

Elle est entrée dans le Club des Partenaires de la Fédération du BTP du Haut-Rhin, il y a cinq ans. Anne-Sophie Neff est aujourd'hui Présidente de son CODIR. L'histoire entre la Fédération Française du BTP 68 et NK Diffusion dure depuis de nombreuses années. NK Diffusion - entreprise spécialisée dans les vêtements de travail et EPI - a déjà participé à de nombreuses actions en lien avec la Fédération, avant, tout naturellement, d'entrer dans son Club de Partenaires. **« Cette structure nous permet de nous ouvrir, nous enrichir humainement, partager nos expériences, aussi. C'est un Club qui vit, souligne la gérante. Le chef d'entreprise est souvent seul et a tendance à se replier sur lui-même. Le Club des Partenaires offre un soutien supplémentaire. La Fédération nous fait confiance. Nous avons des engagements, auprès d'elle. »**

NK Diffusion s'est ailleurs fortement engagée lors de la première vague de l'épidémie de coronavirus. « Nous avons essayé de trouver des solutions pour fournir des masques aux adhérents de la Fédération. Les TPE de 5 à 30 salariés ne trouvaient pas où en acheter, leurs fournisseurs ne décrochant même plus leur téléphone, se souvient-elle. C'était une opération exceptionnelle, nous sommes sortis du cadre, mais dans certains cas, nécessité fait loi... Nous avons fait appel à nos réseaux sécurisés de fournisseurs, ce qui nous a permis de livrer les masques pré-commandés au moment du déconfinement, pour que tout le monde puisse se remettre au travail. »

NK Diffusion est également présente pour partager une expertise de plus de trente ans dans le vêtement de travail et l'EPI. Un interlocuteur privilégié pour les entreprises adhérentes: « Les adhérents de la Fédération se retrouvent face à des situations de chantiers particuliers. Nous sommes là pour leur donner des préconisations et des conseils sur les normes et les lois afin de leur expliquer ce qu'ils peuvent mettre en place. **Notre quotidien est de trouver le produit adapté aux contraintes.** »

Emilie JAFRATE

NK Diffusion

52A, rue de l'île Napoléon - 68170 RIXHEIM
03 89 32 03 43 | nkdiffusion.fr