

COMMENT DEPLOYER UNE SOLUTION DE GÉOLOCALISATION GPS AUPRÈS DE VOS EMPLOYÉS



SOMMAIRE



ALLER AU-DELA DU SEUL CADRE LEGAL

DANS CE LIVRE BLANC :

1. Le changement, source d'inquiétudes et de fantasmes
2. La géolocalisation, un vrai « plus » pour les salariés
3. Rallier les indécis, contrer les opposants
4. CE et CHSCT : misez sur l'information
5. Information des salariés : l'oral avant l'écrit
6. S'appuyer sur les garanties du cadre légal

L'introduction de la géolocalisation dans une entreprise doit respecter un cadre légal strict, défini par la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL) et par le code du Travail. En outre, plusieurs jurisprudences ont précisé ce cadre depuis quelques années.

Pourtant, la géolocalisation se heurte parfois aux réticences des salariés et des représentants du personnel. Ils connaissent peu cette technologie, n'en mesurent pas tous les bénéfices, appréhendent des impacts négatifs sur leur quotidien.

Dans un tel cas, l'entreprise ne peut plus se contenter de respecter la loi pour faire adopter ce nouvel outil. Elle doit aborder l'arrivée de la géolocalisation comme un projet de changement à part entière.



Nous présentons dans ce document les grandes lignes d'une démarche type d'accompagnement. Elle s'appuie sur les retours d'expérience de nos clients et sur celui d'un consultant en management du dialogue social.

Chaque entreprise pourra l'adapter à ses spécificités.

LE CHANGEMENT, SOURCE D'INQUIÉTUDES ET DE FANTASMES

La géolocalisation change les repères

Les employeurs voient dans la géolocalisation une source d'efficacité et de productivité.

Ils ont raison ! Mais ils ne doivent pas oublier qu'elle change les repères des salariés et la façon dont ils perçoivent leur métier.

Ils avaient l'habitude d'être seuls sur la route, loin du regard de leur manager. Ils sont désormais « observables » en permanence.

Bien entendu, ce n'est pas l'objectif d'une géolocalisation. Mais cette éventualité suscite des inquiétudes et des fantasmes. Le rapport au temps, au rythme de travail, à la gestion des pics d'activité et des « coups de fatigue » sont remis en question.

Les réflexions que peuvent se faire les salariés

Voici quelques exemples d'inquiétudes exprimées par des salariés lors de l'introduction de nouveaux outils numériques. Elles sont rarement fondées. Mais elles existent et constituent le socle des résistances qui peuvent entraver un projet de déploiement.

« Quelqu'un va me regarder travailler 8 heures par jour »

« On va me demander d'être efficace tout le temps et c'est impossible »

Laisser s'exprimer les inquiétudes

L'intérêt de l'entreprise est de laisser s'exprimer ces inquiétudes, de les reconnaître et de les prendre en considération : « je comprends que vous vous posiez cette question ».

Puis d'apporter des réponses concrètes et des garanties.

Evoquer librement des objections et des peurs ne va pas forcément de soi. Beaucoup d'entreprises sont plus familières d'une culture de la discrétion. Ou s'imposent des délais courts : le projet doit avancer vite, sans s'encombrer d'une démarche de dialogue.

L'expérience montre toutefois que l'écoute est plus efficace que le silence ou la dénégation (« rien ne change »), qui vont plutôt amplifier les inquiétudes.

Avec le risque qu'elles soient exploitées par les opposants au projet, même s'ils sont très minoritaires ; ou par des représentants syndicaux en quête de thèmes mobilisateurs.

« Je fais bien mon travail mais il m'arrive comme tout le monde de faire des erreurs. Maintenant, mon patron le saura »

« Je ne pourrai pas lever le pied le jour où je ne suis pas en forme »

« Est-ce que je pourrai encore décider de l'heure de ma pause et de mon déjeuner ? »

« C'est un système qui crée des inégalités.

On va voir qui est performant et qui ne l'est pas. »

LA GÉOLOCALISATION

UN VRAI "PLUS" POUR LES SALARIÉS

Comme toute technologie numérique, la géolocalisation apporte à ses utilisateurs des avantages immédiats et conséquents. Les salariés ne peuvent pas les mesurer tant qu'ils n'ont pas utilisé le système, d'où l'importance de les présenter.

Moins de stress et plus d'efficacité

La position de chaque véhicule et son temps de trajet jusqu'aux points à desservir sont connus :

le travail est mieux organisé, les échanges téléphoniques avec le siège moins nombreux, les retards et pertes de temps plus rares.

La pression liée aux appels répétés du gestionnaire pour connaître la position du conducteur disparaît.



Plus de sécurité

Les salariés qui circulent dans des secteurs délicats ou avec des marchandises de valeur sont suivis en continu : toute anomalie est constatée instantanément.

Le gestionnaire peut localiser immédiatement un véhicule dont le conducteur n'est pas en capacité de répondre aux appels pour une quelconque raison (malaise, accident,...).

Moins de tâches administratives

Les feuilles de pointage d'heures, les temps passés en trajet et en intervention chez le client peuvent être relevés automatiquement par le système. Celui-ci indique également qu'elle est l'état de santé de vos équipements en temps réel

Plus de "traçabilité positive"

Il est plus facile pour les salariés de faire reconnaître leur engagement et leur sérieux. Les heures effectivement travaillées sont décomptées automatiquement : le traitement est égal et objectif pour tous. L'équité étant de mise, la géolocalisation apporte « la paix sociale », tout l'inverse des appréhensions communes des gestionnaires. En cas de contestation ou de réclamation client (retard, prestation non réalisée...), des éléments de preuve existent.

RALLIER LES INDÉCIS, CONTRE LES OPPOSANTS

Pas plus de 2% de vrais opposants

Face à tout grand projet de changement – la géolocalisation telle que la perçoivent les salariés en fait partie – on trouve presque toujours dans les entreprises :

- 1 à 2 % d'opposants résolus, pour des raisons idéologiques ou par souci de préserver leur confort personnel ;
- 8 à 10 % de partisans convaincus qui voient arriver le changement d'un bon oeil ;
- 90 % d'indécis et d'attentistes. Ils ont un à priori favorable mais se posent des questions ou ont des inquiétudes.

Si les opposants sont les seuls à s'exprimer, ils s'emparent des inquiétudes et les diffusent largement dans l'entreprise. Le discours sur la géolocalisation sera négatif et résonnera fortement auprès des indécis. Le projet risque de susciter des réticences, voire des blocages.

La direction doit prendre la parole

Une direction qui prend la parole occupe le terrain et diffuse son propre message.

Celui-ci doit à la fois répondre aux inquiétudes et vendre les atouts de la géolocalisation. Ainsi, il réduit l'influence des opposants et donne aux indécis des raisons de se rallier au projet.

Cette démarche demande plus d'engagement et de temps que le seul respect du cadre légal. Mais elle est souhaitable, voire nécessaire pour convaincre.

Entre les consultations du CE et du CHSCT et les réunions auprès de petits groupes de salariés, une démarche d'accompagnement bien menée s'étale sur deux mois environ.



Faut-il considérer que c'est beaucoup ?
Ou finalement bien peu au regard des avantages compétitifs attendus ?

Créer un groupe de projet dédié

La démarche mérite d'être portée par un groupe projet créé pour l'occasion. C'est lui qui construira les messages, qui les testera auprès des leaders d'opinion, qui leur donnera leur forme définitive dans le courrier d'information obligatoire des salariés.

Ce groupe comprendra par exemple :

- le directeur des ressources humaines ;
- 3 ou 4 cadres qui managent des équipes concernées par la géolocalisation ;
- 1 ou 2 collaborateurs de confiance, non cadres, partisans du projet et représentatifs de l'effectif ciblé.



CE ET CHSTC : FOURNISSEZ UN MAXIMUM D'INFORMATION

Un avis consultatif, pas un accord

La loi vous oblige à solliciter l'avis du CE et du CHSCT, mais pas d'obtenir leur accord : un avis négatif ne vous empêche pas d'équiper vos véhicules.

Pour autant, vous n'avez pas intérêt à brûler les étapes. Jouez à 100 % le jeu de l'information et du dialogue.

Lors d'une première réunion, présentez les atouts de la géolocalisation et laissez s'exprimer les inquiétudes, afin de pouvoir y répondre. Donnez-vous du temps, pour que ces instances ne se sentent pas bousculées. N'esquivez aucune question. Fournissez des documents complémentaires.

Rencontrez les secrétaires du CE et du CHSCT

La loi impose un délai d'examen minimum de 15 jours. Si vous avez de bonnes relations avec les secrétaires du CE et du CHSCT, profitez de cet intervalle pour les rencontrer individuellement en bilatéral, les écouter, approfondir vos explications et « sentir » le terrain. Vos interlocuteurs apprécieront d'être mis dans la boucle.

Lors de la seconde réunion, qui peut être consacrée uniquement à la géolocalisation, recueillez les remarques, faites une synthèse et procédez au vote.

Ne tablez pas trop sur un avis favorable : par prudence vis-à-vis de leur base ou par manque de « métier », les élus du CE et du CHSCT préfèrent souvent ne pas suivre la direction.

Mais s'ils n'usent pas de leur pouvoir pour retarder le projet, par exemple via une demande d'expertise extérieure du CHSCT, vous aurez fait le plus difficile. Vous pouvez peut-être même espérer un avis défavorable assorti de commentaires sur les points positifs du projet.



INFORMATION DES SALARIÉS : L'ORAL AVANT L'ÉCRIT

Des réunions d'information par petits groupes

La loi impose aux employeurs d'informer leurs salariés par écrit, avec au minimum un courrier remis en main propre et une note d'information au tableau d'affichage.

Là encore, les entreprises ont intérêt à s'investir beaucoup plus. En parallèle du processus de consultation du CE et du CHSCT, allez sur le terrain pour rencontrer les salariés dont les véhicules vont être équipés.

Demandez aux membres du groupe projet (cf. point 3) d'organiser par petits groupes des réunions d'information et d'échange de 20 à 30 minutes. A nouveau, équilibrez leur contenu entre atouts de la géolocalisation et prise en compte des attentes et des inquiétudes : invitez les salariés à réagir et à s'exprimer.

Le même discours pour tous

Ces réunions ont plusieurs avantages :

- montrer aux salariés que la direction veut les informer et les écouter ;
- délivrer le même discours à tous, sans déformation par des opposants au projet ou par des rumeurs ;
- lister et hiérarchiser les préoccupations des salariés : cette hiérarchie ne correspond pas forcément à ce que l'employeur imagine ;
- tester ses arguments pour identifier les plus efficaces ;
- élaborer un courrier et une note d'information qui confirment ce qui a été dit et tiennent compte des réactions observées en réunion.

S'APPUYER SUR LES GARANTIES DU CADRE LÉGAL

Même si la légalité d'un projet de géolocalisation ne suffit pas à convaincre les salariés, il faut savoir l'utiliser au cas par cas pour fournir certains éléments de réponse. Les salariés ne sont pas démunis, loin s'en faut. La loi les protège et leur fournit des moyens d'agir en cas de dérive. Quelques exemples :

Le détournement de finalités

Exemple : la géolocalisation est présentée comme un outil d'optimisation des tournées. Mais elle devient au fil du temps un moyen de contrôler le temps de travail. Le détournement de finalités est interdit, l'employeur peut être attaqué au pénal.

Le stockage de données personnelles sans limitation de durée

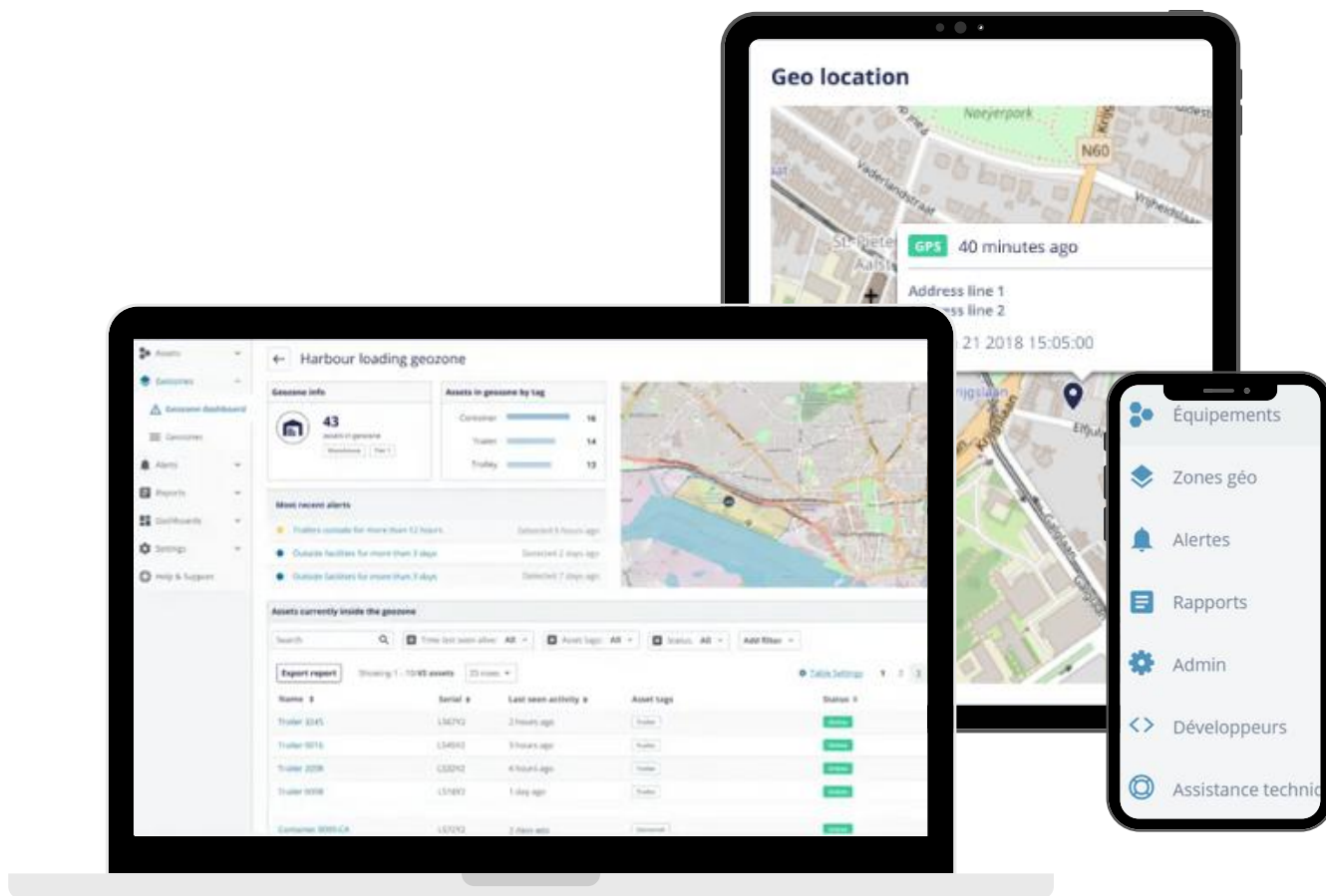
La durée de conservation des données est limitée à 2 mois dans le cas général, plafonnée à 5 ans pour les données qui concernent exclusivement les horaires effectués.

La divulgation non maîtrisée de données personnelles

L'employeur doit préciser dans sa déclaration Cnil qui seront les utilisateurs des données collectées. Il fournit une liste limitative de noms.

L'accès aux données personnelles

L'employeur ne peut pas refuser à un salarié l'accès à ses données personnelles issues de la géolocalisation. Une entreprise qui avait refusé cet accès malgré des demandes répétées du salarié a été lourdement condamnée.



Découvrez les avantages d'un parc de véhicules et d'équipements, munis d'un système de géolocalisation performant et les retours sur investissements associés.

**DEMANDEZ DÉS AUJOURD'HUI VOTRE DÉMONSTRATION
GRATUITE EN LIGNE**

www.trakmy.fr
07 66 62 79 40

TRAK 
LE TRACEUR GPS



TRAKmy

09.80.57.66.89

442 Rue Georges Besse

30 000 Nîmes

www.trakmy.fr