

8 | LE TEMPS DU DÉCONFINEMENT



Lien social, reconnaissance et communication: comment gérer le déconfinement et le retour au bureau? Réponses de **Nadia Droz**, psychologue spécialisée en santé du travail à Lausanne.

Quels sont les principaux impacts psychologiques du confinement pour les employés?

Les collaborateurs souffrent actuellement d'une perte de soutien social. Ils sont privés de ce lien, n'ont plus ou ont peu de contacts informels entre collègues et entre amis. Beaucoup endurent également la restriction de leurs libertés individuelles. Pour la grande majorité, ne pas pouvoir accéder à leurs activités «ressources» – comme aller au restaurant ou faire du sport – s'avère particulièrement difficile. Certains employés découvrent qu'ils apprécient de travailler depuis chez eux. Ils subissent moins d'interruptions, premier facteur de stress en Suisse. Et pour les parents, la charge mentale de devoir combiner le travail et la gestion des enfants représente une situation potentiellement très pénible.

Comment appréhender le retour au travail?

La situation est exceptionnelle, il est donc difficile de prédire ce qui n'a jamais été vécu auparavant. Globalement, l'être humain n'aime pas le changement et sera donc content de retrouver ses habitudes. Les personnes déjà fatiguées ou sensibles risquent d'être envahies par le bruit et les interruptions de l'open space. D'autres peuvent espérer que les choses aient changé pendant cette interruption, comme lors des retours après un arrêt maladie, mais ce n'est pas toujours le cas. La crise du coronavirus se répercutera aussi sur nos distances sociales. Le déconfinement exigera une distance de sécurité entre les collaborateurs ou le port du masque obligatoire. Le plaisir de retourner au travail risque de se mêler à une forme de peur de la contamination.

Que vont devoir faire les entreprises?

Pour commencer, les entreprises devraient évaluer leur gestion de la crise. La situation leur aura probablement montré que leurs collaborateurs sont d'excellents employés.

Ils ont envie de travailler, sont solidaires et s'appliquent même dans ces situations inhabituelles. Les PME devront valoriser cette implication par une reconnaissance concrète des efforts fournis, en commençant par des remerciements et des félicitations pour l'équipe.

Les entreprises devront également clarifier leurs moyens de communication. Le travail à distance a favorisé la création de groupes WhatsApp, associés aux e-mails, aux téléphones et aux vidéoconférences. Ce cumul peut créer des situations désordonnées, intriquées dans le quotidien des collaborateurs. Il faudra donc redéfinir les règles et les attentes en revenant à des canaux de communication clairs.

Les PME doivent-elles prévoir des mesures psychologiques?

Les entreprises devront laisser à leurs collaborateurs le temps de se réhabituer, de reprendre leurs marques. Elles doivent rester à l'écoute de leurs équipes.

Certaines personnes auront vécu des événements difficiles pendant le confinement: l'isolement, la double charge mentale, le stress, voire le deuil.

Les PME vont également vouloir redémarrer rapidement leurs activités pour tenter de rattraper leur déficit des derniers mois. Attention cependant à ne pas surcharger les équipes. L'important est de rester progressif et en adéquation avec les stratégies de déconfinement dans la reprise et de discuter ouvertement des attentes ou besoins de chacun.

Qu'est-ce qui va changer?

J'ai l'espoir que les entreprises ont vécu des expériences positives dans cette période et qu'elles pourront en tirer des enseignements. Par exemple, certaines d'entre elles ont découvert le télétravail et pourront dorénavant proposer cette alternative à leurs employés. Les vidéoconférences ont également mis en évidence le fait que de nombreuses réunions étaient superflues, trop longues et pouvaient être faites de manière plus efficace.

Néanmoins, les PME bénéficient souvent d'équipes soudées, un des plus importants moteurs de travail. Leurs collaborateurs se révèlent souvent plus impliqués que dans de grandes entreprises, ce qui représente une vraie chance pour arriver à une reprise dynamique de l'activité. ●

Les scouts du groupe Perceval, à Champel (GE), ont très rapidement mis en place un service d'aide bénévole pour livrer les courses à domicile.



9 | NAISSANCE D'UNE

En cette fin de journée, des airs de Claude François s'échappent des platines installées sur ce balcon situé dans le quartier des Eaux-Vives, à Genève, par ailleurs équipé d'un arsenal d'effets lumineux et d'une machine à bulles. Au pied de l'immeuble, des gens dansent et applaudissent, bien évidemment à distance réglementaire.

Animé par des DJ en tenues affriolantes, l'événement est l'œuvre de l'Association des beaux genevois. «Nous prenons beaucoup de plaisir à rendre heureux les gens en cette période de confinement, souligne Florian Parini, alias DJ Floff. Nos soirées ayant été annulées, nous avons décidé de les partager de cette manière inédite, inspirés par l'exemple d'un DJ italien.» Le collectif organise aujourd'hui aussi des soirées via les réseaux sociaux ou les programmes de visioconférence.

EFFET BOULE DE NEIGE

Au soutien moral s'ajoutent des offres plus terre à terre: courses alimentaires et pharmaceutiques, gardes d'enfants ou promenades de chiens effectuées par les plus jeunes. C'est notamment le cas d'Aurane Bugnon, 21 ans, responsable au sein du groupe scout du Christ-Roi à Fribourg. «Nous enregistrons beaucoup de demandes. Cela s'est organisé de manière très spontanée, les adultes de chaque



GÉNÉRATION «COVIDÉALISTE»

groupe de scouts se sont vite proposés en fonction de leurs disponibilités.»

Dans le canton de Vaud, les personnes vulnérables de plus de 200 villages bénéficient depuis plusieurs semaines de l'aide des membres des jeunessees campagnardes. «Une première jeunesse s'est lancée, et cela a créé un effet boule de neige», explique Lucie Theurillat, 24 ans, vice-présidente de la Fédération vaudoise des jeunessees campagnardes. Une offre très appréciée de la part de petites communes n'ayant pas forcément les moyens de mettre sur pied un service ad hoc. «Je suis d'ailleurs persuadée que cette solidarité va continuer d'une façon ou d'une autre», estime la jeune femme, elle-même bénévole.

La plupart de ces initiatives émergent de réseaux préexistants, observe Sylvain Leutwyler, responsable du programme A nous de jouer de la Fondation éthique et valeurs à Genève. Lancée en 2009, cette structure vise à sensibiliser les jeunes à l'engagement et à soutenir leurs projets. «Ce qui est impressionnant, c'est la rapidité de la mise en place des offres. La plupart des groupes étaient opérationnels quelques jours seulement après l'entrée en vigueur des mesures de confinement.»

Le jeune homme estime que la situation contient cependant son lot de développements positifs. «Le contexte actuel peut favoriser une prise de conscience qu'il est possible d'être acteur sur le monde

qui nous entoure. Il permet également de nouvelles mises en réseau. Enfin, les institutions et la société vont peut-être mieux se rendre compte de l'apport précieux des jeunes générations.»

LIVRÉS PAR LES YOUNG BOYS

L'élan est aussi porté par des structures plus importantes. Des bénévoles de la Croix-Rouge suisse livrent désormais sans frais des commandes effectuées chez Coop aux clients âgés de plus de 65 ans. Le groupe Migros s'est pour sa part associé à Pro Senectute pour relancer temporairement la plateforme Amigos, suspendue en novembre dernier. Elle permet aux personnes à risque de créer une liste de courses, qui sera prise en charge et livrée dans les heures qui suivent par des volontaires. Parmi eux figurent notamment des footballeurs des Young Boys et des hockeyeurs de l'EHC Bienne.

«La proposition de remise en ligne et d'adaptation de ce service a été suggérée par des clients via les réseaux sociaux, souligne Tristan Cerf, porte-parole de Migros. Il a fallu pas mal de travail nuit et jour de la part de nos développeurs pour mettre au point une solution satisfaisante sur le plan technique et adaptée à la crise actuelle.»

Un labeur qui a depuis enregistré un vrai succès: à la mi-avril, plus de 22000 courses ont été réalisées au profit des personnes à risque. Ces dernières se montrent enchantées par l'attention: 98,7% des livraisons sont ainsi récompensées d'un pourboire de 5 francs. «Ce sont des chiffres qui montrent qu'il ne s'agit pas d'un gadget, mais d'un moyen très apprécié d'aide entre voisins, se réjouit Tristan Cerf. Cela a par ailleurs permis de désengorger en partie les services logistiques de notre magasin en ligne LeShop.ch, et aussi de La Poste, ce qui est très ►►

PUBLICITÉ



Toutes les clés de
l'immobilier genevois

MOSER VERNET & CIE
AGENCE IMMOBILIÈRE

Chemin Malombré 10 – Case Postale 129 – 1211 Genève 12
T +41 22 839 09 25 – moservernet.ch

► appréciable vu la situation difficile en matière de logistique.» Peter Burri, porte-parole de Pro Senectute Suisse, est enchanté de l'efficacité de ce système: «Pour les personnes âgées, il est très précieux de bénéficier d'un service qui fonctionne d'égal à égal.»

DONNER DU SIEN

L'engagement bénévole s'étend aux personnes déjà mobilisées par des institutions étatiques. Membre de la protection civile, Vincent Widmer vient de lancer une entreprise spécialisée dans les technologies éducatives. Pour autant, le trentenaire ge-

nevois n'a pas hésité un instant à se porter volontaire pour pallier les empêchements de ses camarades de l'Organisation régionale de protection civile Champagne, basée à Bernex (GE). Cette dernière s'occupe depuis la fin mars de traiter sept jours sur sept les plus de 200 appels quotidiens reçus par la ligne verte mise en place par le canton. «En ce moment, cela fait vraiment sens d'aider sa communauté. On s'en sort mieux si tout le monde donne un peu du sien. D'autant plus qu'on sent une réelle utilité à répondre aux gens anxieux ou cherchant des réponses à des problèmes liés au confinement.»

D'autres s'inspirent de cette période pour de nouvelles créations artistiques. José Gaggio, 60 ans, est monteur électricien de métier. Depuis quelques années, il présente aussi ses œuvres de «street art virtuel», combinant prises de vue et œuvres d'artistes, lors d'expositions. Sa dernière série, visant à remercier le personnel soignant, a été réalisée en collaboration avec une quarantaine de créateurs de la région. «C'est une manière de souhaiter courage à toutes ces professions sur le terrain et à ceux qui nous font vivre, tout en illustrant notre quotidien de façon joyeuse.» ●



Ces prochains mois, les Suisses devraient redécouvrir les charmes de leur propre pays.

10 | LE GOÛT DU VOYAGE PRÈS DE CHEZ SOI

Le tourisme suisse devrait s'enfoncer durablement dans la crise si l'on en croit les diverses études qui prévoient 20% de faillites dans la branche et 30% de chiffre d'affaires en moins pour le secteur cette année. Le manque à gagner sur le deuxième trimestre devrait atteindre 6,4 milliards de francs, estime la HES-SO Valais, un gouffre!

Jean-Michel Romon, propriétaire de l'hôtel L'Étable, aux Crosets, avec ses 17 chambres et un restaurant de 80 places, redoute surtout un prolongement des mesures sanitaires au-delà du printemps. «Grâce à la bonne saison d'hiver, même amputée d'un mois d'exploitation, nous pouvons tenir jusqu'à mi-juin. Mais s'il ne nous est pas possible

de travailler cet été, beaucoup d'hôtels n'auront pas d'autre choix que de fermer à la fin de l'année.»

Un point de vue partagé par Roland Schegg, professeur à la HES-SO Valais, qui rappelle que «ce secteur déjà très endetté génère de petites marges et reste donc particulièrement fragile». A l'avenir, le paysage hôtelier suisse pourrait donc se consolider. Mais, restons positifs, si la Confédération autorise la réouverture des établissements avant l'été, l'afflux de clients helvétiques (45% des nuitées en temps normal) pourrait sauver la saison. «Dans ces conditions, même une baisse des recettes de 15 à 25% serait supportable, estime l'hôtelier. Je pense même que la clientèle helvétique pourrait modifier ses

habitudes en constatant qu'une semaine de vacances en Suisse ne coûte pas plus cher qu'un séjour en bord de mer.»

«Suisse ou étrangère, la clientèle se montrera de toute façon plus attentive aux conditions sanitaires», prédit Roland Schegg. Des certifications vont d'ailleurs s'imposer dans ce domaine. Le groupe Accor y travaille déjà, tout comme des pays comme Singapour.

Quant aux seniors, ces clients convoités pour leur disponibilité et leur pouvoir d'achat, ils pourraient mettre beaucoup de temps avant de reprendre goût aux voyages. D'autant plus que l'éventail des destinations à disposition risque de fondre drastiquement en raison des difficultés des compagnies aériennes. ●