

Avantages salariés :

comment mieux
attirer, engager
et fidéliser ?



COLLECTION

Guide
pratique

PARLONS RH



Les avantages salariés, un atout pour faire la différence

Après avoir abordé les principaux champs de digitalisation RH et leurs solutions associées dans nos quatre premiers guides pratiques (paie, GTA, ATS, SIRH), un thème s'impose pour ce premier opus de 2025 : quelle stratégie d'avantages salariés (financiers comme connexes) adopter pour allier performance de l'entreprise et épanouissement des équipes? Une question cruciale tant ce dispositif, encore sous-exploité, a de quoi séduire collaborateurs et employeurs : complément de rémunération 100 % défiscalisé pour les premiers, il s'impose comme l'un des leviers majeurs d'attractivité et de fidélisation des talents pour les seconds.

Face à des attentes grandissantes et à la complexité de gestion des avantages salariés, les entreprises ont tout intérêt à s'appuyer sur des experts du marché et sur les solutions qu'ils développent. Les enjeux sont triples : simplifier l'expérience utilisateur, mettre à profit les vertus des technologies digitales

pour gagner en efficacité et mieux valoriser ces dispositifs afin d'en faire de véritables atouts RH. Car un avantage qui n'est pas compris... est un avantage qui ne joue pas son rôle.

Personnalisation, diversification et accessibilité sont désormais les maîtres-mots d'une stratégie efficace. Chèques-cadeaux, mobilité responsable, bien-être, épargne salariale... L'enjeu n'est plus seulement de proposer une liste d'avantages à la Prévert, mais de les adapter aux besoins spécifiques de chaque collaborateur, afin de maximiser leur impact.

Conseils actionnables concrètement, chiffres clés et éclairages d'experts composent ce cinquième guide pratique de la collection Parlons RH, construit avec la participation de six acteurs de référence dans l'univers des avantages salariés : ADP, Les Petits Chaperons Rouges, Malakoff Humanis, Mūcho, Vaziva et Worklife. Un immense merci à eux... Et à vous de jouer, maintenant !

Manuelle BERMANN

Rédactrice en chef & Responsable du pôle
Content Marketing de Parlons RH



ÉDITO	3
Les avantages salariés, un atout pour faire la différence	
INTERVIEW	5
« Le BSI peut contribuer au pilotage des avantages salariés, dans une logique d'amélioration continue »	
Aurélie Rémy, Directrice des opérations RH Digital d'ADP	
CHIFFRES CLÉS	8
PARTIE 1	9
Avantages salariés : un choix gagnant pour le collaborateur et l'entreprise	
INTERVIEW	10
« Les avantages accessibles via une carte de paiement permettent au collaborateur de rester maître de ses choix »	
Guillaume-Alexandre Pithioud, Co-fondateur de Vaziva	
INTERVIEW	14
« Une offre de places en crèche représente un levier d'attractivité et de fidélisation des collaborateurs »	
Mohamed Mokrani, DRH de Les Petits Chaperons Rouges	
PARTIE 2	17
D'un cadre collectif à une approche personnalisée	
INTERVIEW	19
« Les collaborateurs attendent une offre d'avantages flexible, en phase avec leurs besoins réels »	
Christophe Doré, CEO de Mûcho	
PARTIE 3	22
Comment mettre en œuvre et améliorer la politique d'avantages salariés ?	
INTERVIEW	24
« Chaque politique d'avantages salariés mérite d'être mieux valorisée pour gagner en impact »	
Benjamin Suchar, CEO de Worklife	
INTERVIEW	29
« Les avantages salariés représentent un élément clé du contrat social entre l'employeur et le collaborateur »	
Anne-Sophie Godon-Rensonnet, Directrice de l'accompagnement social et de la prévention de Malakoff Humanis	
CONCLUSION	32
Quel avenir pour les avantages salariés ?	



“

Le BSI peut contribuer au pilotage des avantages salariés, dans une logique d'amélioration continue



Aurélie Rémy

Directrice des opérations RH Digital d'ADP

Bio express : Experte RH avec plus de 15 ans d'expérience, Aurélie Rémy a rejoint ADP en 2009 en tant que consultant RH. Elle a ensuite pris le management des équipes chargées de la mise en place des modules RH et depuis 2022, dirige les opérations RH Digital, avec pour mission d'innover sur les services RH ADP.



ADP, leader mondial et pionnier de la gestion du capital humain, propose à plus d'un million de clients dans le monde des solutions technologiques et des services de pointe qui vont leur permettre de gérer l'ensemble du cycle de vie d'un collaborateur, depuis l'embauche jusqu'à son départ de l'entreprise : administration et analytique RH, gestion des données, de la paie, des talents et des temps.

Quels thèmes montent en puissance dans les offres d'avantages salariés ?

On observe une orientation de plus en plus forte sur le bien-être des collaborateurs, couvrant la santé physique et mentale. Selon le rapport ADP [«People at Work : l'étude Workforce View»](#), une autre tendance, particulièrement marquée chez les jeunes générations, concerne les avantages en lien avec la RSE – qui s'impose comme un sujet important pour rejoindre une entreprise, au-delà de la rémunération.

Quels que soient les sujets qu'elles privilégient, les entreprises doivent s'assurer que les avantages salariés agissent comme des leviers d'attractivité, de satisfaction et de rétention, et donc permettent de se différencier en termes de promesse employeur. Or des études révèlent que plus d'un salarié sur trois méconnaît les avantages proposés par l'entreprise : il y a là un vrai enjeu de communication pour valoriser cette offre, et sortir d'une contradiction.

Quelles bonnes pratiques sont à privilégier pour concevoir et déployer une politique d'avantages salariés ?

Un diagnostic initial est indispensable pour identifier et comprendre les attentes des collaborateurs. Cela peut passer par une enquête interne, facile à mettre en œuvre pour recueillir les besoins, mais

aussi par un benchmark des pratiques différenciantes dans le monde professionnel. Attention, en revanche, à ne pas tomber dans le copier-coller ; mieux vaut viser un mix d'avantages en phase avec les spécificités du secteur d'activité et de la culture d'entreprise, pour définir une offre qui fait sens pour les salariés.

Une fois mise en place, il faut s'assurer de la rendre visible, en communiquant à la fois de manière collective et personnalisée. C'est essentiel, sans quoi les efforts de l'entreprise ne seront pas perçus en interne – d'autant plus sur les sujets pour lesquels l'employeur va au-delà des obligations légales.

De quelle manière le BSI (bilan social individuel) permet-il à l'employeur de valoriser sa politique d'avantages salariés ?

Le BSI permet de synthétiser l'ensemble du package de rémunération. C'est un outil de communication important, diffusé tous les ans de manière collective et individualisée. Son intérêt est double : renforcer l'engagement des collaborateurs et développer la marque employeur.

Grâce au BSI, le collaborateur va mieux appréhender l'évolution du package de rémunération, via un historique détaillé, généralement sur trois ans. [Le bilan social individuel](#) sert donc aussi d'outil de promotion de la politique d'avantages salariés, et plus largement de la politique RH et RSE. Les entreprises ont tout intérêt à soigner cette communication, en faisant de la diffusion du BSI un événement important. Le salarié lui-même peut s'en emparer, par exemple en utilisant ce document afin d'obtenir un prêt bancaire.

Quels axes sont-ils à privilégier, aujourd'hui et demain, pour optimiser le BSI ?

Il s'agit d'abord d'inscrire l'ensemble des avantages, financiers et périphériques, comme un élément clé de la communication RH. Ensuite, l'entreprise va s'assurer de sa qualité et de son accessibilité. Le BSI doit présenter des données personnalisées, leur sécurité est donc cruciale ; ainsi, son intégration à l'outil RH garantit que les informations sensibles restent sécurisées. Un partenaire de confiance est essentiel pour concrétiser ce besoin et assurer la gestion efficace des données, accompagnant l'organisation depuis leur consolidation jusqu'à la diffusion des rapports individualisés. Côté salarié, le BSI se doit d'être facilement consultable, par exemple en se connectant à un portail ; mais aussi être ergonomique, clair, harmonisé à la charte graphique de l'entreprise ; et être facilement compréhensible.

[Grâce à la technologie, l'outil va pouvoir devenir prédictif](#), en présentant par exemple des tendances de rémunération sur les prochaines années. Les feed-back des salariés, eux, vont permettre d'intégrer le dispositif dans une stratégie d'amélioration continue pour l'entreprise.

**LE MONDE DU
TRAVAIL EVOLUE
CONSTAMMENT.
ADP VOUS
ACCOMPAGNE
POUR ANTICIPER
LES CHANGEMENTS
DE DEMAIN.**

En savoir plus sur nos innovations
fr.adp.com

RH | Paie | Temps | Talents



chiffres clés

61 %

des employeurs s'estiment plutôt ou très inquiets concernant la capacité de l'entreprise à attirer des talents, notamment à cause d'un manque d'avantages compétitifs.

Étude Robert Half, « Guide des salaires », 2024

Seuls 50 %

des collaborateurs sont satisfaits de leurs avantages sociaux.

Étude FreeNow sur les avantages sociaux en Europe, 2023



En 2024,

le top 3

des critères de choix d'un employeur reste inchangé : le salaire et les avantages, devant un environnement de travail agréable et l'équilibre des temps de vie.

Étude Randstad « Employer Brand Research », 2024

37 %

des Européens préfèrent des avantages sociaux intéressants à un meilleur salaire.

Étude FreeNow sur les avantages sociaux en Europe, 2023

[Retour au sommaire](#)

PARTIE 1

Avantages salariés : un choix gagnant pour le collaborateur et l'entreprise



Un booster d'attractivité, d'engagement et de fidélisation des talents, qui met en lumière la politique sociale de l'organisation.

En 2025, les tensions sur le pouvoir d'achat des salariés risquent de se prolonger. Comme l'annonce une [étude internationale](#) menée par Indeed, les projections sont peu réjouissantes : en France, l'an dernier, la croissance des salaires a ralenti de façon continue (3,4 % en janvier, contre 1,8 % en décembre), touchant l'ensemble des catégories professionnelles. Contrairement aux États-Unis, au Royaume-Uni ou à certains pays de la zone euro, la France connaît ainsi une hausse des salaires inférieure au taux d'inflation, et ce décalage devrait se poursuivre en 2025.

Dans ce contexte, une politique ambitieuse d'avantages salariés s'impose comme un levier stratégique pour renforcer l'attractivité des entreprises et leur capacité à fidéliser leurs talents, tout en concrétisant leurs valeurs sociales. Plusieurs enquêtes, menées par des acteurs majeurs des avantages, le confirment : l'attente des collaborateurs est plus forte que jamais !

LES **6** IMPACTS MAJEURS des avantages sociaux

Pour le collaborateur :

1. L'augmentation de la satisfaction et de l'engagement
2. La contribution à la prévention des risques psychosociaux
3. L'amélioration du climat social au sein de l'organisation

Pour l'employeur :

1. La capacité à attirer de meilleurs candidats
2. La réduction globale du coût par embauche, notamment en limitant le turnover
3. Des gains de performance globale – productivité, qualité du travail...

“

Les avantages accessibles via une carte de paiement permettent au collaborateur de rester maître de ses choix



Guillaume-Alexandre Pithioud

Co-fondateur de [Vaziva](#)

Bio express : Vaziva est l'émetteur nouvelle génération d'avantages salariés (déjeuner, cadeaux, Noël, vacances, culture, remboursements...) sur la 1ère carte de paiement multi-avantages Mastercard® acceptée chez tous les commerçants comme votre carte bancaire.

vaziva

De nombreux clients Grands Comptes plébiscitent l'offre de services proposée par [Vaziva](#) dans le cadre de leur transformation numérique (Alstom, Adecco, CPAM, Saint-Gobain, France Travail, Groupama, LVMH, Chanel, Suez, Veolia, Croix-Rouge Française, Institut Pasteur...)

Quelles sont les tendances actuelles en matière d'avantages financiers ?

Dans la politique d'avantages salariés, ceux qui sont associés à une dotation financière sont de plus en plus plébiscités. Il se sont en conséquence largement développés ces dernières années, complétant le socle historique des titres-restaurant et des chèques cadeaux. Vacances, culture et loisirs, activités sportives, soutien à la parentalité... ces thèmes sont très appréciés des bénéficiaires. La plupart des grandes entreprises fournissent aujourd'hui un maximum d'avantages à leurs salariés, pour leur offrir plus de pouvoir d'achat – ce qui s'impose comme un levier de fidélisation.

D'autres tendances montent en puissance, comme le forfait mobilités durables qui permet à l'entreprise de lier sa politique de RSE et sa politique sociale : l'employeur contribue à favoriser des transports alternatifs avec une dotation non négligeable, de l'ordre de 600 à 800 € par an.

C'est donc à une logique d'[élargissement des gammes](#) que l'on assiste aujourd'hui, avec de plus en plus d'options proposées au sein de chacune de ces familles.

Quelle place occupent aujourd'hui les avantages financiers dans le package de rémunération ?

D'un point de vue purement comptable, certains

sont plafonnés, comme les dotations cadeaux ou de rentrée scolaire ; d'autres, comme les dotations vacances et culture, voient leur montant décidé par l'entreprise et le CSE, pour plusieurs centaines d'euros en général. En ajoutant les titres-restaurant et d'autres éléments, comme le forfait mobilités douces déjà évoqué, le cumul peut facilement représenter 3 000 à 5 000 € par an ; soit un complément de rémunération conséquent et défiscalisé pour le salarié.

La place des avantages dans le package de rémunération devient une question récurrente lors des entretiens d'embauche, puis un élément clé de l'expérience collaborateur. L'enjeu, pour l'employeur, consiste à valoriser l'ensemble de cette offre, ce que permettent notamment les cartes de paiement multi-dotations. Celle que nous proposons est utilisable chez environ 30 millions de commerçants, de celui de quartier à la grande enseigne, pour élargir le champ des possibles et permettre au salarié de rester maître de ses choix de consommation.

A quelles autres attentes des collaborateurs une offre large et diversifiée permet-elle de répondre ?

La période de crise sanitaire liée à la Covid-19 a profondément modifié les modes de consommation, avec le fort recul des règlements en espèce et l'utilisation massive des cartes de paiement, pour tout type d'achat et tout montant. Nous sommes plus que jamais dans l'ère de la

praticité et de l'immédiateté. Les salariés veulent du choix et de l'autonomie, en phase avec leurs nouvelles habitudes.

Une offre centralisée sur un même support de paiement représente aussi un avantage pour l'employeur : c'est un moyen simple et efficace de distribuer les dotations sociales aux salariés, et un gain de temps dans la gestion globale de la politique d'avantages financiers.

Quelles bonnes pratiques pouvez-vous partager en matière de politique ambitieuse d'avantages financiers ?

Chaque entreprise a d'abord intérêt à identifier les avantages les plus attendus par les salariés, en fonction de ses spécificités organisationnelles et des profils de ses collaborateurs. Ce travail de définition de l'offre est essentiel pour s'assurer de proposer des avantages correspondant réellement aux besoins des salariés.

Il s'agit ensuite de simplifier leur quotidien en centralisant cette offre pour unifier l'utilisation des avantages. Si les collaborateurs doivent accéder à plusieurs plateformes, cette contrainte peut freiner la consommation par manque de lisibilité.



Dépensez vos avantages salariés en toute liberté avec la carte de paiement Vaziva Mastercard.

Décuplez le pouvoir d'achat de vos salariés avec la 1^{ère} carte de paiement multi-avantages Vaziva Mastercard, acceptée chez tous les commerçants comme votre carte bancaire.



Plus d'infos sur www.vazivacard.com



VAZIVA est l'émetteur nouvelle génération d'avantages salariés sur la 1^{ère} carte de paiement multi-avantages Mastercard, pour les Entreprises, collectivités, ressources humaines (RH) et comités sociaux et économiques (CSE).

Environ un salarié sur deux indiquait, en 2025, avoir du mal à s'en sortir financièrement. Dans ce contexte, les avantages sociaux et financiers deviennent un complément indispensable. L'utilisation massive des titres-repas pour compléter le budget des courses alimentaires en est une illustration.

Renforcer la pertinence et la diversité de l'offre

Les aspirations des salariés s'étendent à d'autres thèmes, comme le soutien de l'employeur à leurs changements d'habitude – par exemple, pour s'équiper de modes de déplacements plus respectueux de l'environnement – ou à l'évolution de leur situation personnelle – comme les actions en faveur des aidants familiaux. Bref, ils manifestent le souhait d'une offre plus pertinente et plus diversifiée. En la matière, les marges de manœuvre sont importantes du côté des employeurs, une proportion importante de collaborateurs faisant état :

- D'une inadéquation entre les avantages proposés par l'entreprise et leurs besoins;
- D'un manque de connaissance des avantages et de visibilité de l'ensemble de l'offre ;
- Et en conséquence d'une sous-utilisation, voire d'une non-utilisation, de celle-ci.

Une dynamique d'amélioration continue à privilégier

L'ajustement de la politique d'avantages salariés est donc incontournable, notamment pour les entreprises confrontées à des problématiques récurrentes d'attractivité et de rétention des talents.

L'offre déployée au bénéfice des collaborateurs répond-elle réellement à leurs attentes? Quels angles morts méritent d'être explorés? Quels avantages ne rencontrent pas leurs publics? Quel niveau de flexibilité peut être apporté?

Une telle réflexion est indispensable pour affiner en continu l'offre d'avantages salariés, pour tâcher d'en élargir le spectre (quitte à renoncer aux avantages les moins plébiscités), mais aussi pour renforcer la communication dédiée – souvent insuffisante dans les organisations.

OPTIMISATION DES AVANTAGES :

3 bonnes pratiques à privilégier

Les acteurs du marché s'attachent à répondre aux faiblesses de l'offre d'avantages et à identifier des leviers pour en tirer pleinement parti. Plusieurs directions sont privilégiées :

- 1.** Simplifier la gestion des avantages – par exemple, en proposant une plateforme unique, offrant une vue unifiée et exhaustive de l'offre (ou du moins des grandes familles d'offres, comme la santé et le bien-être)
- 2.** Faciliter leur appropriation par les collaborateurs – notamment en misant sur la dématérialisation des avantages, avec une carte dédiée
- 3.** Valoriser cette politique sociale de manière régulière et pédagogique – en communiquant plus régulièrement sur le bilan social individuel (BSI)

“

Une offre de **places en crèche représente un levier d'attractivité** et de fidélisation des collaborateurs



Mohamed Mokrani

DRH de Les Petits Chaperons Rouges

Bio express : Diplômé de La Sorbonne et de Dauphine, Mohamed Mokrani est DRH des Petits Chaperons Rouges depuis 2022. Au cours de ses 20 ans d'expérience dans la fonction RH, il a évolué dans différents secteurs d'activité au sein de grands groupes (Danone, DHL, KONE).



Les Petits Chaperons Rouges est l'acteur de référence des crèches privées et le plus important réseau de crèches en France avec 850 crèches en propre et plus de 2 500 crèches partenaires. Depuis plus de 20 ans, nous accompagnons toutes les entreprises – plus de 3 000 à ce jour –, de la TPE au grand groupe, dans la réservation de places en crèche pour leurs collaborateurs.

À quelles attentes des collaborateurs les avantages salariés permettent-ils de répondre ?

Aujourd'hui les collaborateurs recherchent plus qu'un salaire et un travail intéressant. Ils veulent une entreprise soucieuse de leur bien-être, de leur développement, qui prend en compte les contraintes de leur vie personnelle et leur offre de la reconnaissance. Les avantages salariés permettent d'enrichir l'offre de valeur employé en répondant à ces attentes.

Les entreprises cherchent à élargir leur gamme, en partant du principe que les salariés se distinguent en termes de profils et de besoins. Des actions en faveur des proches aidants seront davantage appréciées des seniors, celles en lien avec la parentalité intéresseront les populations plus jeunes. Chaque employeur a intérêt à s'interroger sur la façon dont il peut accompagner ce temps fort de la vie, qui bouleverse autant l'organisation personnelle que celle des temps de travail.

Quelles raisons incitent les entreprises à proposer une offre d'avantages salariés de plus en plus diversifiée ?

Dans le contexte actuel de guerre des talents et de tensions sur le pouvoir d'achat, une offre d'avantages salariés innovante et variée peut faire la différence. C'est un levier important pour se démarquer des autres employeurs et un signe fort de l'engagement sociétal de l'entreprise.

C'est également une source de reconnaissance et de motivation pour les équipes, qui contribue à booster leur engagement tout en répondant aux enjeux essentiels de qualité de vie au travail.

En résumé, diversifier les avantages salariés est un investissement stratégique qui permet de répondre aux attentes des salariés tout en ayant un impact positif sur la performance de l'entreprise.

Pourquoi le service de places en crèche est-il aujourd'hui un avantage plébiscité par les salariés ?

Différentes enquêtes révèlent que la crèche est le mode de garde préféré des parents, qui la considèrent comme une solution fiable : continuité de service (pas d'absence de nounou pour arrêt maladie), sociabilisation des enfants et activités pédagogiques variées, et flexibilité dans les modes d'organisation, avec le choix du rythme d'accueil et de l'amplitude horaire.

Mais aujourd'hui trouver un mode de garde est souvent compliqué, les jeunes parents évoquent un « parcours du combattant » : c'est une source de stress et cela peut parfois retarder voire empêcher le retour au travail. L'aide de l'employeur se révèle donc précieuse. Les entreprises peuvent réserver des places en crèche privée pour leurs salariés à proximité de leur domicile ou lieu de travail en faisant appel à un [réseau de crèches](#).

Le fait que l'employeur propose cette garantie aux salariés et aux candidats envoie un signal fort : « si vous avez un enfant en bas âge ou à naître, vous avez l'assurance d'une place en crèche près de chez vous ». Pour l'entreprise, grâce à [deux aides fiscales](#) (crédit d'impôt famille et déduction d'impôt sur les sociétés), le coût du dispositif est modéré. Il est par ailleurs important de savoir que ce service n'est pas réservé aux grands groupes, il est ouvert aux TPE/PME, voire aux artisans – qui ont un besoin encore plus vital de fidéliser les salariés.

Comment un employeur misant sur des places en crèche peut-il s'assurer d'en faire un levier d'attractivité et de fidélisation ?

Ce choix service est un moyen d'aligner les discours sur l'attention portée aux salariés et les actes concrets. Il est donc essentiel de communiquer sur ce sujet, en interne et auprès des candidats – certaines entreprises indiquent cet avantage dans leurs offres d'emploi. L'employeur peut expliquer les atouts du prestataire sélectionné, par exemple la proximité géographique des crèches, l'expertise pédagogique mobilisée pour favoriser l'éveil des enfants, ou encore partager les retours d'expérience des salariés qui ont utilisé ce service. Pour nos clients, nous réalisons par exemple des [vidéos de témoignages](#) de parents bénéficiaires pour valoriser ce service.



LES PETITS
CHAPERONS
ROUGES



Facilitez le retour au travail
et le quotidien de vos salariés parents



Engagez et fidélisez
vos équipes



Attirez
les talents



Favorisez l'égalité
homme-femmes

**Un service plebiscité
par les salariés**

75%
des futurs
parents

aimeraient que leur
employeur leur
propose **une place
en crèche**

source : étude IDM 2021

LA PLACE EN CRÈCHE

un atout incontournable
pour recruter et fidéliser !



Avec Les Petits Chaperons
Rouges, profitez du **plus grand
réseau de crèches** en France pour
proposer à vos salariés un service
de proximité !

Contactez-nous sur

www.lpcr.fr

PARTIE 2

D'un cadre collectif à une approche personnalisée



Un contexte réglementaire qui limite l'individualisation des avantages, mais des marges de manœuvre existent.

Nous sommes encore loin d'une totale autonomie laissée aux collaborateurs pour choisir leurs avantages. Comme le [rappellent](#) les juristes, «*le Code du travail, notamment à travers les articles L. 3221-3 et suivants, encadre la mise en place de certains avantages sociaux, garantissant leur équité et leur non-discrimination. Il est donc crucial pour toute entreprise souhaitant mettre en place de tels avantages de s'informer et de respecter le cadre juridique en vigueur.*» Pour l'employeur et le CSE, des marges de manœuvre existent déjà avec les accords d'entreprise, qui offrent la possibilité d'adapter en partie l'offre aux spécificités organisationnelles.

Les employeurs disposent donc d'une certaine latitude pour innover, et ainsi s'adapter aux attentes effectives, et diverses, de leurs collaborateurs. D'après les études des acteurs du marché, plusieurs préférences sont exprimées, par exemple :

- Adapter le montant de titres-restaurant utilisés, sans plafond journalier;
- Choisir les enseignes où utiliser les bons cadeaux de fin d'année;

UN AVANTAGE EN PLEIN ESSOR : le forfait mobilités durables

D'après une étude Alphabet France/ YouGov réalisée fin 2024, près de neuf Français sur dix considèrent que l'employeur doit proposer des solutions de mobilité pour les trajets domicile-travail. Une attente encore plus marquée chez les 18-24 ans (94 %). Le forfait mobilités durables, dispositif entré en vigueur en 2020, répond justement à cette attente en prenant en charge des frais – de carburant pour le covoiturage ou de recharge électrique, par exemple.

Cet avantage bénéficie d'une exonération de cotisations sociales dans la limite de 600 € par an et par salarié, dont au maximum 300 € de prime carburant; ou de 900 € pour les collaborateurs bénéficiant de la prise en charge de leur titre d'abonnement aux transports publics. Autre atout : il participe aux défis RSE de contribution aux enjeux de développement durable.

- Bénéficier de la prise en charge de toutes les dépenses liées au télétravail;
- Financer les équipements de mobilité durable ou la pratique sportive;
- Se voir proposer des services à la personne, comme la garde d'enfant.

Avantages obligatoires partiellement personnalisés et «flexible benefits»

Comment les employeurs peuvent-ils, dans le respect du cadre légal, mieux répondre à chaque situation personnelle et à son évolution au fil des années? En misant sur les avantages personnalisés, davantage que sur les seuls avantages standardisés et obligatoires. Âge, situation familiale, préférences et valeurs... plusieurs éléments peuvent être pris en compte pour gagner en flexibilité et en individualisation, par exemple dans les possibilités de télétravail, l'accès à des places de crèche, ou les avantages financiers.

Première étape : il s'agit d'examiner les avantages obligatoires pour identifier ceux qui se prêtent à une couche de personnalisation. Un exemple emblématique est celui de la couverture santé, dont le socle commun peut être complété d'options, laissant du champ aux salariés pour choisir des prestations annexes; ou encore le nombre de jours de congés, que l'employeur peut compléter pour des événements exceptionnels – comme un mariage ou une naissance – ou pour tenir compte de l'ancienneté.

Pour aller plus loin, toujours dans le respect de la législation, les employeurs peuvent développer une gamme d'avantages à la carte. Les salariés ont alors le choix de piocher dans cette offre, dans les limites posées par l'employeur et notamment une enveloppe budgétaire à ne pas dépasser. Cette allocation globale leur permet de choisir les «flexible benefits» qui leur conviennent à l'instant T, quitte à en changer l'année suivante. Une souplesse au service de la qualité de l'expérience collaborateur.

5

FAMILLES D'AVANTAGES à privilégier pour se démarquer

L'élargissement de l'offre d'avantages salariés représente une opportunité d'innovation sociale à ne pas négliger. Voici cinq domaines prioritaires à considérer :

- 1.** Avantages financiers et pouvoir d'achat : primes de partage de la valeur, prime d'inflation, abonnements bien-être et culture... (personnalisation des missions en fonction des aspirations des salariés)...
- 2.** Organisation du travail : journée 100 % asynchrone (sans réunion ni horaires fixes), semaine de quatre jours sans perte de salaire, congés illimités sous conditions...
- 3.** Développement professionnel : budget formation personnalisé, coaching carrière et bilan de compétences, «job crafting»
- 4.** Engagement sociétal : congé engagement citoyen, index RSE personnel, soutien financier aux projets personnels à impact social ou environnemental...
- 5.** Expériences et reconnaissance : voyage d'équipe surprise, système de gratitude «peer-to-peer», cadeau d'anniversaire personnalisé...

“

Les collaborateurs attendent une offre d'avantages flexible, en phase avec leurs besoins réels



Christophe Doré

CEO de Mũcho

Bio express : Christophe Doré bénéficie de plus de 20 ans d'expérience dans les avantages sociaux et les fintechs. Il débute sa carrière chez Accor Services (Edenred) avant de lancer la première carte de titres-restaurant avec Moneo Payment Solutions. Après avoir cofondé MoneyTrack en 2018, il prend la direction de Mũcho.

* MŪCHO

Mũcho aide les entreprises à optimiser et à valoriser leurs politiques sociales sans surcoût ni charge de travail supplémentaire. Sa plateforme unique centralise tous les avantages salariés : titres-restaurant, avantages prépayés, mutuelle/ prévoyance et épargne salariale. Mũcho est une solution soutenue par BNP Paribas.

Quelles tendances structurent aujourd'hui les politiques d'avantages salariés ?

Aujourd'hui, les entreprises recherchent avant tout l'efficacité et la personnalisation. La gestion des avantages est souvent chronophage pour l'employeur : ajouter ou retirer un collaborateur d'une mutuelle, gérer des commandes de cartes cadeaux ou de titres-restaurant... autant de tâches administratives qui prennent du temps et comportent un risque d'erreur ou d'oubli. Pourtant, simplifier ces process est essentiel, car on ne valorise efficacement que ce que l'on pilote avec précision.

En matière de personnalisation, les attentes varient d'un collaborateur à l'autre : un jeune célibataire n'a pas les mêmes besoins qu'un salarié senior, père de famille. Or, les règles du dialogue social imposent que les avantages négociés avec le CSE bénéficient à l'ensemble des salariés. En pratique, un certain niveau d'individualisation existe déjà, mais les collaborateurs n'en ont pas toujours conscience, ou estiment que le niveau de personnalisation n'est pas suffisant.

Pour définir une politique pertinente d'avantages salariés, quels points de vigilance sont à prendre en compte ?

La base indispensable reste un package salarial attractif : si les collaborateurs sont moins bien payés que chez la concurrence, aucun dispositif d'avantages, aussi intéressant soit-il, ne pourra compenser cet écart.

Pour mettre en œuvre une politique sociale structurée, il est essentiel de définir un socle clair : [santé](#) et bien-être au travail ; soutien au pouvoir d'achat ; ou encore préparation de l'avenir (retraite, épargne). L'entreprise a tout intérêt à choisir un axe directeur en phase avec sa culture et ses spécificités RH, puis à le décliner en actions concrètes et impactantes. L'enjeu final est d'optimiser les investissements pour s'assurer qu'ils répondent aux besoins réels des salariés.

En quoi l'offre d'avantages salariés peut-elle contribuer à attirer et à retenir les talents ?

Dans un contexte de turnover élevé et de pénurie de profils sur certains métiers, l'entreprise doit se différencier. Une offre d'avantages salariés pertinente, accompagnée d'une communication claire et pédagogique, joue un rôle clé dans cette stratégie. Pour que les collaborateurs prennent pleinement conscience de l'investissement que ces avantages représentent, l'employeur a tout intérêt à en préciser leur équivalent en valeur. Un point d'autant plus important que ces dispositifs peuvent représenter jusqu'à 6 000 € par an de pouvoir d'achat, net d'impôt.

Une autre bonne pratique consiste à centraliser les avantages sur un [outil unique](#) – au sein d'un SIRH ou d'une plateforme spécialisée. Cela évite la dispersion des supports et améliore leur visibilité auprès des collaborateurs, facilitant ainsi leur

compréhension et leur appropriation. Enfin, il est essentiel de recueillir régulièrement des [feed-back](#) pour ajuster l'offre et s'assurer qu'elle reste en phase avec les attentes des salariés.

Comment expliquer que les salariés attendent une offre d'avantages plus large et flexible ?

Les salariés ne veulent plus être contraints par une offre qui, en partie, ne correspond pas à leurs besoins réels ou qui présente des limites – par exemple, une carte cadeau utilisable uniquement dans un nombre restreint d'enseignes. Plus ces avantages sont éloignés de leur quotidien, moins ils sont perçus comme attractifs. Les collaborateurs attendent donc à la fois [plus de flexibilité](#) et une plus grande diversité dans l'offre proposée.

L'employeur doit également réaliser que certains avantages n'ont pas d'impact sur les collaborateurs, alors qu'ils coûtent de l'argent à l'entreprise. Il faut donc être prêt à revoir régulièrement l'offre afin de s'assurer qu'elle est suffisamment large et apporte un certain niveau d'individualisation. Le contexte actuel, marqué notamment par des attentes plus élevées des jeunes générations vis-à-vis de leur employeur, impose cette évolution dans la politique sociale des organisations.

MÛCHO

La plateforme "tout en un" pour piloter, optimiser et valoriser vos politiques sociales

AMÉLIORER LE POUVOIR D'ACHAT



Titres restaurant



Cadeaux



Mobilité



Sport

MIEUX PROTÉGER



Mutuelle/Prévoyance

PRÉPARER L'AVENIR



Épargne salariale

Une solution soutenue
par



BNP PARIBAS



GETMUCHO.FR



PARTIE 3

Comment mettre en œuvre et améliorer la politique d'avantages salariés ?



Réflexion en amont, déploiement maîtrisé et remise en question régulière : trois piliers d'un pilotage réussi de l'offre d'avantages.

Entre la baisse du pouvoir d'achat des salariés, les enjeux récurrents d'attractivité et de fidélisation, et les défis RH actuels comme la santé mentale des collaborateurs, les challenges des employeurs ne manquent pas. S'ils ne représentent pas la seule réponse, les avantages salariés – financiers ou connexes – restent un élément clé de la politique sociale des entreprises. Cette tendance a été mise en lumière dès 2023 par une vaste [enquête](#) de WTW, qui révèle le difficile équilibre à trouver : d'un côté, l'investissement dans la politique d'avantages reste une priorité; de l'autre, deux tiers des employeurs doivent composer avec l'impact de l'inflation sur ce budget.

Pour orienter leur stratégie, les entreprises interrogées par WTW privilégient trois directions :

- Être au moins au niveau du marché sur l'ensemble de l'offre et continuer à l'améliorer;

CSE : quel rôle dans la mise en place de l'offre ?

Pour les avantages obligatoires comme optionnels, collectifs comme personnalisés, le Comité social et économique est un rouage majeur. Ses membres peuvent être mobilisés pour identifier les priorités et proposer des réponses en phase avec les attentes. Ils peuvent aussi jouer un rôle d'intermédiation entre la direction et les salariés, en cas de divergences de vue.

Participation aux discussions avec les partenaires, pour l'intégration ou le renouvellement de prestations santé; recommandations sur la structure des plans d'épargne salariale; gestion du budget des activités culturelles... La nature de l'implication du CSE peut aussi dépendre du type d'avantages.

- Aider davantage les salariés à choisir et à piloter leurs avantages salariés;
- Développer les liens entre les enjeux ESG (environnementaux, sociaux et de gouvernance) et la stratégie d'avantages.

Selon Mehdi Khaled, directeur Health & Benefits Grands Comptes de WTW France, un autre élément est à prendre en compte : « Il faut bien comprendre que les attentes en matière d'avantages salariés diffèrent et évoluent selon les générations. Les générations futures se concentreront davantage sur les évolutions de carrière, les valeurs de l'entreprise ainsi que sur le bien-être ».

Les indispensables feed-back des collaborateurs

Les retours d'expérience des entreprises mettent en évidence plusieurs bonnes pratiques, que chaque organisation peut adapter à son contexte. L'une d'elles concerne la communication dédiée aux avantages salariés : trop souvent, l'offre et ses apports pour le collaborateur ne sont pas suffisamment valorisés en interne, ce qui limite la juste perception des bénéficiaires. Mais c'est sur l'ensemble de la démarche, de la conception de l'offre à son évaluation, que des points de vigilance méritent d'être partagés.

Premier d'entre eux, la recherche d'équité entre les salariés : il ne s'agit pas de renoncer à un certain niveau de personnalisation des avantages au nom de l'égalité de traitement, mais de définir et d'expliquer leurs règles d'attribution, en toute transparence. Une autre pratique inspirante consiste, pour l'employeur, à conserver des marges de manœuvre pour répondre aux aléas. Par exemple, l'inflation diminue moins qu'annoncé ? L'entreprise peut décider d'augmenter sa dotation pour les avantages non plafonnés, comme les chèques cadeaux ou culture. C'est également l'occasion de mettre régulièrement un coup de projecteur sur l'offre.

Une autre bonne pratique consiste à examiner, à différentes occasions et sous différents prismes, l'impact réel de l'offre et le ressenti des salariés. Les entretiens annuels représentent par exemple l'opportunité, pour le manager, d'échanger sur ce sujet avec chaque collaborateur. Ces remontées de terrain compléteront l'analyse macro effectuée par le CSE et la DRH.



“

Chaque politique d'**avantages salariés** mérite d'être **mieux valorisée** pour gagner en impact



Benjamin Suchar

CEO de Worklife

Bio express : Benjamin Suchar est un entrepreneur français spécialisé dans le secteur des technologies RH et des solutions SaaS. Il est le fondateur et le CEO de Worklife, solution tout-en-un de gestion des avantages salariés, devenue filiale du Crédit Agricole en 2023.

worklife

Worklife est la HR-fintech qui valorise le socle social des entreprises. Nous centralisons l'ensemble des avantages sociaux sur une carte de paiement, une application et un espace administrateur uniques – titres-restaurant, forfait mobilités durables, indemnité télétravail, sport, bons cadeaux... Notre mission : donner enfin de l'impact économique, écologique et social aux avantages salariés.

Quelle place occupent aujourd'hui les avantages salariés dans le package de rémunération ?

Leur rôle prend de l'importance : le budget dédié est de plus en plus élevé, et le nombre d'avantages augmente de manière significative. Aujourd'hui, il existe avant tout une problématique de valorisation : près d'un salarié sur deux connaît mal, voire très mal, les avantages sociaux dont il bénéficie. Le défi consiste à mieux faire comprendre ce que l'entreprise met à la disposition des collaborateurs, en intégrant clairement les avantages salariés au package de rémunération.

Les employeurs doivent se saisir de cet enjeu pour tirer pleinement profit des politiques sociales qu'ils déploient et renforcent. Un premier pas serait d'intégrer systématiquement les avantages sociaux au dialogue social sur les rémunérations lors des NAO ([négociations annuelles obligatoires](#)).

Quel rôle les avantages salariés peuvent-ils jouer dans l'expérience candidat et collaborateur ?

Il est désormais établi qu'ils constituent de forts leviers d'attractivité, d'engagement et de fidélisation. La question qui se pose aujourd'hui est plutôt de savoir quels avantages salariés vont réellement faire la différence. S'ils sont perçus

comme des droits acquis ou des éléments accessoires, voire anecdotiques, leur mise en place ne produira pas nécessairement de retour sur investissement.

L'employeur doit prendre toute la mesure de l'impact potentiel des avantages salariés et veiller à le maximiser. Par exemple, une application de titres-restaurants est généralement l'outil digital le plus installé, consulté et utilisé par les collaborateurs, devant l'intranet ou la messagerie instantanée. Elle constitue un canal privilégié entre le salarié et l'entreprise et peut ainsi être transformée en véritable [vitrine de la politique sociale](#) dès lors qu'elle agrège l'ensemble des avantages salariés.

Comment les entreprises peuvent-elles déployer une politique ambitieuse d'avantages salariés ?

En liant cette politique à leurs enjeux stratégiques. Par exemple, une entreprise de services visant la neutralité carbone peut proposer le forfait mobilités durables ; une autre, confrontée à l'absentéisme et à la perte de chiffre d'affaires associée, va envisager des modalités de garde d'enfants, etc. Il s'agit de mettre en place des avantages à fort impact, qu'il soit économique, social et/ou environnemental, en prenant en compte les enjeux sous-jacents pour l'organisation.

En termes de méthode, plusieurs conseils peuvent être partagés : s'engager dans la démarche de manière progressive et structurée ; associer la DRH, la direction générale, la DAF et le CSE, pour renforcer sa portée ; et chercher à démontrer le ROI via la data et des indicateurs de performance.

Quelles sont les tendances actuelles, et à venir, en matière d'avantages salariés ?

Actuellement, on observe l'essor du « multi-bénéfices », autrement dit le fait de regrouper les différents dispositifs d'avantages en une offre unique. Parmi les dispositifs qui montent en puissance, le forfait mobilités durables enregistre la plus forte croissance de mise en place. D'autres tendances se distinguent avec, en tête, la digitalisation des avantages et du BSI (bilan social individuel).

À l'avenir, j'anticipe un pont entre les avantages salariés et les notes de frais, qui reposent aujourd'hui sur des mécanismes et des outils de gestion distincts. On pourrait imaginer de les unifier avec une seule solution digitale, évitant ainsi tout risque de double comptage, et donc de redressement Urssaf. Un autre sujet qui émerge concerne la [personnalisation des avantages](#) : on constate une forte attente des collaborateurs, mais pour l'instant elle s'oppose au cadre légal des accords d'entreprise et à leur portée collective.

Tous vos avantages, sans inconvénients.



Avec Worklife, mettez en lumière l'ensemble de votre politique sociale et révolutionnez la gestion de vos avantages salariés en les centralisant sur une application dédiée, une carte de paiement unique et un espace administrateur intuitif.

Découvrez-en plus sur worklife.io

5 étapes incontournables pour orienter la stratégie

Concevoir ou structurer une offre d'avantages implique préparation, méthode et modalités de suivi. La même démarche va également être à l'œuvre pour définir des axes d'amélioration. Dans tous les cas, plusieurs éléments sont essentiels à prendre en compte, notamment :

1. L'évaluation initiale des besoins et attentes

C'est en sondant les salariés, futurs ou actuels bénéficiaires de l'offre, que l'employeur s'assure de prioriser et de flécher efficacement ses investissements. Plusieurs dispositifs y contribuent à différentes échelles, comme des entretiens individuels, des groupes de travail ou des sondages.

2. Le benchmark de l'environnement concurrentiel

En complément de ces investigations internes, il est important de se renseigner sur les pratiques à l'œuvre dans le domaine d'activité, voire d'élargir la focale aux entreprises d'autres secteurs mais positionnées sur les mêmes profils de candidats et de salariés.

3. La définition d'un budget cohérent

En tenant compte du cadre réglementaire (plafonnements de certains avantages, exonérations sociales et fiscales) mais aussi des contraintes financières, la DRH et la DAF se chargent d'élaborer une feuille de route budgétaire et d'identifier les solutions présentant le meilleur rapport qualité-prix.

4. L'élaboration du plan d'action

C'est l'aboutissement des trois étapes préalables : réussir à aligner l'ensemble des enjeux dans une offre pertinente, qui sera déployée de manière plus ou moins progressive – selon les moyens engagés. Ce plan doit préciser le programme d'avantages, les modalités d'éligibilité, les supports et outils permettant d'y accéder, mais aussi le planning de mise en œuvre.

5. L'évaluation objective et subjective de la politique

Qui dit investissement dit aussi ROI ou ROE (retour sur investissement ou sur attentes) : l'employeur va s'attacher à mesurer l'impact de son offre d'avantages salariés, à partir d'indicateurs de performance définis en amont – taux d'utilisation, niveau de satisfaction...

In fine, l'objectif est d'inscrire la stratégie dans la durée, en visant des améliorations basées sur les retours exprimés par les bénéficiaires et les innovations du marché.

5

CONSEILS pour communiquer efficacement auprès des salariés

1. Communiquer de manière pédagogique et transparente sur l'offre
2. Profiter du lancement d'un nouvel avantage, ou d'une nouvelle option, pour renouveler les communications et renforcer le message
3. Recourir aux réseaux sociaux internes pour fournir des informations régulières, de type « le saviez-vous? »
4. Prévoir des événements thématiques, comme un atelier consacré à la présentation d'un avantage ou une communication dédiée à la diffusion du bilan social individuel
5. Mettre sur pied un programme de salariés ambassadeurs, qui témoignent de leurs expériences



AVIS D'EXPERT : BENOÎT SAMARCO

« Des innovations portées par les acteurs du marché »

Benoît Samarcq, directeur d'études chez Xerfi, a publié fin 2023 les résultats de son [analyse](#) des tendances du marché. Voici ce qu'il en partage en termes de tendances émergentes ou déjà bien installées :

« Pour répondre aux attentes des salariés mais aussi se démarquer, les spécialistes du secteur étoffent leur offre. Ils ont ainsi lancé des solutions de prise en charge des mobilités douces, du télétravail ou encore des acomptes sur salaires. Après la digitalisation des supports de paiement, l'heure est désormais à l'open banking qui permet à son tour la création de nouvelles solutions. Des start-up s'appuient sur cette technologie pour proposer un nouveau type de solution permettant à l'employeur de verser sa participation au fur et à mesure de la consommation réelle de ses salariés.

Un autre type d'offre se déploie depuis 2020, les solutions de flexible benefit. Contrairement aux titres de paiement spécifiques traditionnels, elles permettent à l'employeur d'allouer un budget global dédié aux avantages de chaque salarié, sans fléchage. Ces derniers peuvent ainsi choisir de ventiler la consommation de cette somme de la manière dont ils le souhaitent, entre les différents types d'avantages salariés accordés par leur employeur. De leur côté, les réseaux de conciergeries d'entreprises démultiplient les points de contact avec les utilisateurs : kiosques sur site, application mobile, conciergerie par messagerie, casiers relais, etc. L'enjeu est de s'adapter aux nouvelles tendances de consommation des salariés et de faire face au développement du télétravail.



[Retour au sommaire](#)

“

Les avantages salariés représentent un élément clé du contrat social entre l'employeur et le collaborateur



Anne-Sophie Godon-Rensonnet

Directrice de l'accompagnement social
et de la prévention de Malakoff Humanis

Bio express : Anne-Sophie Godon-Rensonnet est Directrice de l'accompagnement social et de la prévention chez Malakoff Humanis. Elle construit et déploie une stratégie d'accompagnement répondant aux enjeux des clients du Groupe – entreprises, salariés et branches professionnelles. Elle est par ailleurs professeure associée au Cnam.



Acteur clé de la protection sociale, Malakoff Humanis accompagne entreprises et particuliers en santé, prévoyance, épargne et retraite complémentaire. Groupe paritaire et mutualiste à but non lucratif, il a un rôle social et un rôle sociétal, engagé sur quatre grandes thématiques (le handicap avec sa Fondation, le cancer, le bien-vieillir et les aidants).

Fin 2024, vous avez publié une étude qui interroge le rôle du contrat social dans les entreprises. En quoi est-il essentiel pour les entreprises et les salariés ?

Le [contrat social](#) a toujours été indispensable, il fonde la relation de confiance entre l'employeur et le salarié. Son contenu, en revanche, évolue en permanence pour s'adapter aux attentes et besoins des deux parties. Un des principaux changements récents concerne la demande croissante vis-à-vis de l'entreprise, notamment pour prendre en charge des aspects qui étaient jusqu'à présent majoritairement gérés par les pouvoirs publics – santé, retraite, etc. On observe également une volonté d'individualisation de plus en plus marquée dans un monde caractérisé par la recherche d'accords collectifs. Les DRH sont attendues pour trouver un équilibre entre ces deux dimensions.

Loi sur l'industrie verte, ANI sur le partage de la valeur, loi Pacte... L'évolution du contexte réglementaire crée par ailleurs des obligations nouvelles pour l'entreprise. Elle doit se réinterroger pour s'assurer que ce qu'elle propose est toujours adapté aux [enjeux de performance](#) de l'organisation.

Aujourd'hui, comment les entreprises s'emparent-elles des avantages salariés ?

La politique d'avantages représente une partie importante du contrat social – sous forme monétaire mais aussi d'actions en faveur de la famille, de l'organisation du temps de travail... En retour, l'employeur attend de l'engagement et de l'efficacité professionnelle. Cette logique gagnant-gagnant contribue à des liens solides et durables.

Il n'existe pas de bonne ou de mauvaise politique d'avantages salariés ; les entreprises se distinguent en termes d'approches, de priorités, de maturité. Le dialogue social est indispensable pour repérer des axes de progrès et inscrire la démarche dans une dynamique d'amélioration continue. Les employeurs doivent également s'assurer que cette offre d'avantages fait l'objet d'une promotion suffisante. Enfin, les dirigeants oublient souvent ce que peuvent apporter leurs partenaires, par exemple les [dispositifs d'action sociale ou de prévention](#) proposés par les assureurs santé.

Pourquoi les employeurs ont-ils intérêt à miser sur la formalisation d'une politique d'avantages sociaux ?

Le développement social est avant tout un levier de développement économique. En formalisant leur stratégie en la matière, les entreprises vont se

différencier en tant qu'employeurs de référence. Au-delà de cet enjeu d'attractivité et de fidélisation, l'impact concerne aussi la qualité du dialogue social. Dès lors que toutes les parties prenantes prennent conscience de ce qui est fait, ou de ce qui peut être fait, il est possible d'avancer ensemble pour identifier des axes de progrès et confirmer les thèmes prioritaires. Dans une enveloppe nécessairement contrainte, vers quels types de sujets veut-on se tourner : le soutien au pouvoir d'achat ? la santé et la sécurité ? les conditions de travail ? la reconnaissance ? la conciliation entre vie personnelle et vie professionnelle ?

Quels sont, justement, les avantages les plus plébiscités par les salariés ?

D'après notre étude, les attentes se focalisent d'abord sur l'accompagnement financier du quotidien des salariés : titres-restaurant, forfaits transport, comité d'entreprise... Le deuxième volet est celui de la santé – les collaborateurs attendent une bonne mutuelle pour leur garantir la qualité d'accès au système de soin ; cette attente ressort à égalité avec la demande de flexibilité dans l'organisation du travail. Enfin, l'enquête confirme l'importance des dispositifs d'épargne, qui aident les salariés à préparer l'avenir et à sécuriser leur retraite. Ces tendances démontrent que les avantages doivent s'inscrire aussi bien dans le temps court que le temps long.

Optez pour une épargne éthique et performante !

À vos côtés pour valoriser l'épargne de vos salariés et simplifier vos démarches.



Retrouvez
toutes nos solutions

Quel avenir pour les avantages salariés ?

Au jeu des pronostics, certains sont plus évidents à établir que d'autres. Les experts s'accordent ainsi à dire qu'en complément des avantages incontournables, l'offre va continuer à s'élargir pour répondre aux préoccupations des salariés – augmentation du coût de la vie, prévention et bien-être, prise en compte des problématiques personnelles... Les avantages, financiers comme annexes, vont donc jouer un rôle de plus en plus structurant dans la politique sociale de l'entreprise. C'est aussi un ciment du dialogue entre l'employeur et les représentants du personnel, qui mérite une logique plus forte de co-construction – associant la direction, la DRH, la DAF, le CSE et les salariés.

Une autre tendance émergente concerne le recours aux nouvelles technologies pour faciliter la gestion de l'offre, par l'entreprise, et son utilisation par les collaborateurs. L'intelligence artificielle ouvre un nouveau champ des possibles pour rendre plus visibles, et accessibles, les nombreux avantages proposés par l'employeur. Plafonds, univers de consommation, règles d'attribution : tout sera géré par l'IA, évitant ainsi les risques d'erreur. Le salarié pourra suivre le montant des avantages consommés et connaître à tout moment le montant de sa cagnotte dans le cas des «flexible benefits».

Le futur des avantages devrait donc s'inscrire dans une double dynamique : la poursuite de l'élargissement de l'offre et de son niveau de personnalisation, et le recours à l'IA pour sécuriser et optimiser la gestion.



Focus sur une technologie à suivre : L'« OPEN BANKING »

Cette innovation permet, avec l'accord de l'utilisateur, d'identifier les transactions bancaires éligibles aux avantages, afin de les rembourser automatiquement sur le compte bancaire du salarié.



GUIDE PRATIQUE

Avantages salariés : comment mieux attirer, engager et fidéliser ?

Avril 2025



TÉLÉCHARGEZ AUSSI
NOTRE PREMIER GUIDE
SUR LES SOLUTIONS DE PAIE !

JE TÉLÉCHARGE



TÉLÉCHARGEZ AUSSI
NOTRE GUIDE N°2
SUR LES SOLUTIONS GTA !

JE TÉLÉCHARGE



TÉLÉCHARGEZ AUSSI
NOTRE GUIDE N°3
SUR LES SOLUTIONS ATS !

JE TÉLÉCHARGE



TÉLÉCHARGEZ AUSSI
NOTRE GUIDE N°4
SUR LES SOLUTIONS SIRH !

JE TÉLÉCHARGE

COLLECTION

Guide
pratique

PARLONS RH

PARLONS
RH



www.parlonsrh.com