



Les grandes tendances du climat interne au travail et l'impact de la transformation digitale

Récemment publiés

- » N°172 : L'exonération de la taxe d'habitation : mesure totémique du candidat-président Macron
- » N°171 : Les Français, les riches et la réforme de l'ISF
- » N°170 : Législatives - La droite face à la vague En Marche
- » N°169 : Emmanuel Macron et les catégories populaires.
- » N°168 : Sortir de l'état d'urgence : un risque d'opinion majeur.
- » N°167 : Insoumis d'hier et d'aujourd'hui : le vote Mélenchon, des maquis de la Résistance à Notre-Dame-des-Landes.
- » N°166 : Sortir de l'état d'urgence : un risque d'opinion majeur.
- » N°165 : Le meurtre du prêtre Jacques Hamel : une onde de choc chez les catholiques français.
- » N°164 : L'impact électoral de la pression migratoire.
- » N°163 : Un vote confessionnel lors des législatives ?
- » N°162 : Permanences et bouleversements de la géographie électorale parisienne
- » N°161 : Les enclaves aisées : points d'appui du vote Macron dans la France périphérique
- » N°160 : Reports du second tour : quelles lignes de clivage dans les électors Mélenchon et Fillon ?
- » N°159 : Géographie et sociologie du vote Macron : un négatif du vote FN
- » N°158 : Quelle réforme institutionnelle pour les Français ?
- » N°157 : Les quatre France : La carte du candidat arrivée en tête
- » N°156 : Pour qui vont voter les chômeurs ?
- » N°155 : Jean Lassalle : le candidat de la ruralité

» Cet article s'appuie sur les résultats de la Norme Ifop de climat interne, enquête réalisée chaque année et conduite en octobre 2017 auprès d'un échantillon représentatif de 1004 salariés français.

1) Une satisfaction à l'égard de son travail qui repose sur des dimensions variées.

Près des 3/4 des salariés Français (72%) sont satisfaits de leur situation professionnelle. Ce score est relativement stable d'année en année et homogène selon les cibles, même s'il tend à décroître avec l'âge. Il montre que les salariés aiment leur travail et que s'il existe des situations de souffrance indéniables, elles sont à chercher ailleurs (cf partie 2 sur la motivation au travail)

Les ressorts de cette satisfaction reposent en partie sur l'intérêt pour le contenu même de son travail. Sur 13 dimensions étudiées, 11 obtiennent des niveaux de satisfaction majoritaires tandis que 8 suscitent un agrément supérieur à 70%. Ces scores témoignent d'une satisfaction à la fois sur le fond (autonomie, contenu des missions) et sur la forme (horaires de travail, équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle enjeu qui qui s'est accru ces dernières années...).

Sont particulièrement bien classés : le niveau d'autonomie dans son travail (85%), les horaires et jours de travail (80%), le contenu et l'intérêt pour son travail (79% dans les deux cas), la clarté des missions confiées (77%), l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle (73%), l'ambiance au travail (73%) ou encore les conditions matérielles de travail (71%).

Pour une grande partie des salariés, le contenu de son travail fait « sens ». Ces dimensions plus qualitatives sont aussi plus exigeantes dans la mesure où si une entreprise peut exiger d'un salarié motivation et implication, elle ne peut exiger en retour une promesse d'épanouissement. Or, 85% des salariés se sentent bien intégrés, 83% ont le sentiment de faire un travail utile et 75% estiment que leurs objectifs sont réalistes. En matière Corporate, 75% se disent fiers d'appartenir à leur entreprise ce qui se traduit par un engagement à son égard, 59% étant prêt à recommander à un de ses proches de venir travailler pour son entreprise, indicateur ambitieux car il met en jeu sa responsabilité vis-à-vis d'autrui. Enfin, sur l'avenir, une relative confiance ressort, 60% des salariés déclarant être optimistes pour leur situation professionnelle.

Les salariés dépeignent aussi une atmosphère de travail sereine. 84% d'entre eux se disent satisfaits des relations avec leurs collègues. Concernant les relations verticales plus exigeantes car basées en partie sur un lien de subordination, près des 2/3 (65%) rapportent des relations satisfaisantes avec son responsable hiérarchique direct et 60% avec leur N+2. Le jugement est logiquement plus nuancé avec la Direction Générale avec qui les relations sont généralement plus distantes. Le taux de satisfaction n'atteint alors que 45%.

Le regard porté sur son entreprise est bienveillant. En matière de communication, critère reposant pour beaucoup sur du ressenti, 58% déclarent être bien informés à la fois sur ce qui se passe dans son entreprise et sur ses performances. A plus long terme, 66% se montrent optimistes pour leur secteur d'activité et 62% pour leur entreprise.

2) En revanche, la motivation au travail s'inscrit dans une dynamique négative.

Si cette motivation est estimée stable par une majorité de salariés (55%), plus d'un tiers (38%) déclare qu'elle baisse alors que dans le même temps elle n'augmente que pour une proportion marginale (7%). C'est donc surtout le différentiel entre motivation à la hausse et à la baisse (-31) qu'il convient de comprendre.

Le niveau de satisfaction qui s'exprime à un instant T peut être différent de l'évolution de la motivation qui s'inscrit plus sur le long terme. Une satisfaction relativement élevée confrontée à une motivation qui

diminue peut signifier que la satisfaction a atteint un « plafond ». Si des actions correctives ne sont pas mises en places pour y remédier, elle peut stagner voire s'éroder.

A travers cette enquête ainsi que les enseignements transversaux issus des différentes enquêtes de climat social menées par l'Ifop dans des entreprises de taille et de secteurs variés, 3 grandes raisons expliquent cette dynamique négative :

- **La frustration à l'égard d'une faible reconnaissance de son travail** : deux dimensions obtiennent un niveau de satisfaction minoritaire au sein de l'enquête sur la Norme Ifop : la rémunération (48%), la mobilité interne à travers les possibilités d'évolution professionnelle (45%) tandis que le sentiment de reconnaissance de son travail à sa juste valeur est particulièrement clivant (52%). Autre sentiment de « blocage », une courte majorité de salariés (55%) est satisfaite des possibilités de formation alors que cet enjeu est une des priorités du Gouvernement pour encourager la mobilité au travail et dynamiser l'activité.
- **La perception d'un niveau de stress partagé par une majorité de salariés (51%)** dont 55% des femmes, 58% des salariés de la fonction publique hospitalière, 61% de ceux du secteur du BTP et 61% des personnes exerçant des responsabilités d'encadrement.
- **Un décrochage vis-à-vis de la stratégie.** Celle-ci est souvent perçue comme changeant souvent sans que cela soit forcément justifié et comme compliquant davantage son travail quotidien qu'elle le facilite. Seuls 51% des salariés déclarent d'ailleurs être bien informés de la stratégie de leur entreprise. Il est à cet égard significatif que les souhaits de changement le plus spontanément cités dans les espaces d'expression libre laissés à la fin de chaque enquête portent sur les enjeux relatifs à l'organisation : simplification des procédures, plus grande souplesse de l'organisation générale...

Focus sur la transformation digitale : des bénéfices perçus ponctuels indéniables mais une frontière entre vie privée et vie professionnelle plus poreuse.

Une nette majorité de salariés ne perçoit pas encore d'impact concret, positif ou négatif, de la transformation digitale sur son activité. 64% adoptent ainsi une position prudente, déclarant que cette transition représente autant une opportunité qu'une menace contre 22% affirmant qu'elle représente plus d'opportunités que de menaces et 14% l'inverse. Les opportunités liées au digital sont logiquement davantage ressenties par les « Digital Native », 32% des moins de 29 ans mettant plus en avant les opportunités de cette transition que ses menaces ainsi, à un degré moindre que par les salariés du secteur des Services (26%).

Plus précisément, les changements actuels liés à cette transformation ont surtout des effets positifs sur des domaines spécifiques dont deux dimensions constitutives de la valeur ajoutée historique d'Internet : plus d'informations et un gain de temps. Plusieurs dimensions fonctionnelles et logistiques sont ainsi particulièrement mises en avant : un meilleur accès à l'information liée à son activité (66% des salariés y soulignent l'impact positif du digital), les performances au travail (64%), la rapidité de réalisation des tâches (63%), l'organisation du travail au sein de son équipe (60%) ou encore la simplicité des procédures liées à son activité (56%).

Inversement, le rôle du digital apparaît moins évident sur des dimensions faisant davantage appel aux interactions humaines et émotionnelles, auxquelles Internet ne peut se substituer. C'est le cas pour l'aspect relationnel dont l'impact du digital partage les salariés, respectivement 52% et 49% d'entre eux mettant en

avant son rôle positif sur les relations avec ses collègues et sur celles avec sa hiérarchie. C'est aussi le cas pour le bien-être au travail dont l'impact positif n'est souligné que par 49%.

En matière psychologique, il convient par ailleurs de ne pas sous-estimer la dépendance des salariés vis-à-vis des outils digitaux. Dans un sondage Ifop réalisé pour Securex auprès d'un échantillon représentatif de 1002 cadres, Il apparaît que plus des 3/4 d'entre eux (78%) consultent leurs communications professionnelles telles que leurs emails, sms ou appels pendant leur temps de loisirs (week-ends et vacances). La première raison de consultation est plutôt anxiogène. Citée par 51%, elle consiste à s'assurer qu'il n'y a pas de problèmes en son absence.

Conséquence, la possibilité d'un accès permanent et simplifié aux outils de communication professionnelle est désormais vécue comme un facteur de stress par une majorité de cadres (51%, +3 points en 1 an). Or les perspectives de faire redescendre ce niveau de pression ne sont pas encourageantes. La reconnaissance officielle du droit à la déconnexion (loi travail du 8 août 2016) constitue un levier de premier plan pour limiter cette situation de stress. Mais dans la réalité, une majorité de cadres (52%) affirme que son entreprise ne s'est pas engagée dans l'application du droit à la déconnexion. Cette proportion s'élève à 63% dans les entreprises de moins de 50 salariés. Parmi les 48% qui estiment au contraire que leur entreprise s'est engagée dans l'application de ce droit, seuls 21% déclarent que leur entreprise a déjà mis en place des mesures concrètes, 27% affirmant que si leur entreprise s'est engagée, cela ne s'est pas encore traduit par des mesures concrètes.

A l'opposé toutefois, l'usage professionnel des nouvelles technologies est de plus en plus perçu favorablement lorsque celles-ci sont utilisées pendant le temps de travail.

Autant l'accès à ces outils dans une optique professionnelle est perçue comme une source de stress, autant leur utilisation dans le cadre du temps de travail a un impact positif sur la qualité de vie au travail. 64% des cadres considèrent en effet qu'elles permettent d'améliorer la qualité de vie au travail, soit une hausse de 4 points sur un an. Plus la taille de l'entreprise est réduite, plus cette perception d'un impact bénéfique est partagée, de 60% pour les entreprises de 1000 salariés et plus à 73% pour les entreprises de 1 à 19 salariés.

L'impact de la transformation digitale sur son travail est donc perçu comme « à double tranchant ». Ce n'est pas le principe d'un usage des nouvelles technologies dans l'environnement professionnel qui est remis en question, car il facilite globalement sa vie au travail mais le fait que ces technologies contribuent à rendre poreuse la frontière séparant vie privée et vie professionnelle.

Romain Bendavid – Directeur de l'Expertise Corporate et Communication d'Entreprise – Département Opinion & Stratégies d'Entreprise de l'Ifop

Retrouvez toutes les analyses Ifop Focus sur www.ifop.com

Ces analyses sont publiées par le Département Opinion et Stratégies d'Entreprises de l'Ifop.

Pour tout renseignement complémentaire, merci de contacter :

Romain Bendavid – Directeur de l'Expertise Corporate et Communication d'Entreprise –

Département Opinion & Stratégies d'Entreprise

romain.bendavid@ifop.com