

## COMMUNIQUE DE PRESSE

### Des salariés plus loyaux envers leur employeur en temps de crise

La récession économique en France a renforcé le sens de l'engagement entre les salariés et leurs employeurs. C'est ce que montre la dernière enquête réalisée par Kelly Services, un leader mondial des solutions en ressources humaines. Près d'un quart des salariés interrogés déclarent en effet être plus loyaux envers leur employeur.

#### La crise, facteur de fidélité des salariés envers leurs entreprises ?

L'enquête réalisée entre Octobre 2009 et Janvier 2010, indique que 21% des personnes interrogées sont devenues plus fidèles à leur entreprise suite au ralentissement économique, que 9% sont devenus moins fidèles, et que pour 71% d'entre eux, cela n'a rien changé.

L'impact positif de la récession économique sur l'attitude au travail a été plus fort chez les baby-boomers (âgés de 48-65). 28% d'entre eux disent que le contexte les a rendus plus fidèles. Ils sont 20% parmi la génération X (âgés de 30-47) et Y (18-29 ans).

Selon Marc Riou, Directeur général de Kelly Services France : « *Les employeurs qui ont communiqué ouvertement auprès de leur personnel sur les conditions économiques difficiles et qui ont fait de leur mieux pour prendre soin de leurs employés, ont installé un niveau de confiance élevé dans leur entreprise. Cette fidélité accrue est susceptible de devenir un réel avantage, au moment de la reprise avec une main-d'œuvre plus engagée et productive.* »

#### Les critères d'engagement des salariés : l'ambiance de travail au premier plan

Le renforcement du lien salariés-entreprise serait dû à un état d'esprit positif au sein de l'entreprise, à un management positif ou à des niveaux de rémunération stables ou en hausse. Inversement, les salariés qui déclarent être moins fidèles, mettent en cause une mauvaise ambiance de travail ou des salaires en baisse.

- **31% des personnes interrogées mentionnent « un état d'esprit négatif », comme cause potentielle de démission**, suivi d'une « absence d'opportunités d'évolution » (16%), et d' « un salaire faible ou peu d'avantages » (15%).  
Les représentants de la génération Y (18-29 ans) semblent plus sensibles à cet aspect. Ils sont 35 % des répondants à estimer que la mauvaise ambiance est une cause de départ d'une entreprise contre 26 % des baby boomers,
- 31% des salariés français sondés citent l'intérêt des missions données comme critère d'engagement fort auprès de leur entreprise, suivi par « une rémunération supérieure ou plus d'avantages » (28%),
- A contrario, seuls 9% des salariés considèrent comme « très importante » la réputation d'une entreprise lorsqu'ils choisissent un emploi,

- 41% des répondants se sentent « totalement engagés » vis-à-vis de leur employeur actuel (46% des baby-boomers, 42% de la génération X et 39% de la génération Y).

Lorsqu'ils évaluent la réputation d'une entreprise, les salariés accordent beaucoup d'importance à la qualité de ses dirigeants, de ses produits et services et des collaborateurs. L'envergure internationale, la performance financière et les initiatives visant à promouvoir la responsabilité sociale de l'entreprise sont des critères considérés comme moins importants.

« Lorsqu'on analyse ce qui motive les salariés, il est clair que les opportunités d'évolution et de développement personnel sont essentielles, tout comme le fait d'avoir des tâches intéressantes et stimulantes » a déclaré Marc Riou.

« La rémunération est certainement un facteur de motivation mais pas aussi important que certains l'imaginent. Pour avoir des collaborateurs productifs et motivés, les employeurs doivent tenir compte d'un large éventail de paramètres » conclut-il.

### **Les différences selon les régions françaises et les pays.**

- Si 41 % des salariés français interrogés se sentent engagés vis-à-vis de leur employeur, ils sont 65% en Suède à faire état de cet engagement contre 16 % en Russie,
- Pour 21 % des Français, la crise rime avec fidélité vis-à-vis de leur entreprise. Un sentiment partagé par 34 % des salariés aux Etats-Unis et seulement 10 % au Danemark. Dans l'hexagone, la crise semble avoir plus d'effet sur la fidélité des salariés en Ile-de-France et en Nord Pas de Calais (23% plus fidèles),
- Par ailleurs, pour 51% des interviewés en Ile-de-France, le télétravail ou la possibilité de travailler à domicile constituerait un avantage « très important ou assez important » . Les autres régions ne sont pas aussi enthousiastes,
- Le Nord Pas de Calais est la région qui a le plus fort taux de personnes « totalement engagées » dans la relation avec leur entreprise (43%), suivie de la Région Ile-de-France (42%).

Pour plus d'informations sur les résultats de l'enquête et les principales conclusions mondiales, rendez-vous sur le site [Kelly Global Workforce Index](#).

---

#### **Méthodologie de l'étude réalisée par Internet de manière aléatoire**

*Le Kelly Global Workforce Index est une étude internationale sur le monde du travail réalisée chaque année et prend en compte les différents points de vue générationnels. Environ 134.000 personnes d'Amérique du Nord, d'Europe et d'Asie Pacifique ont répondu à l'enquête 2010 dont 4000 en France*

*En 2009, Kelly Services a reçu le prix « MarcCom Gold Award » pour cette étude dans la catégorie « Enquête/Recherche ».*

#### **A propos de Kelly Services**

*Kelly Services est un des leaders mondiaux de solutions de ressources humaines et de recrutement et fait travailler 480.000 personnes chaque année pour un chiffre d'affaires global de 4.3 milliards de dollars en 2009. En France depuis 1972, la société anime un réseau de 90 agences à vocation tertiaire et technique, avec une présence forte dans des spécialités comme l'Informatique, la Santé, la Finance ou la Recherche Scientifique.*

[www.kellyservices.fr](http://www.kellyservices.fr)

#### **Contact presse : Press & Vous**

Amélie Lebreton

Tél : 01 44 37 00 19

[amelie.lebreton@press-et-vous.fr](mailto:amelie.lebreton@press-et-vous.fr)