

Communiqué de presse, le 02 juillet 2019

Résultats de l'enquête Observatoire de l'Engagement-OpinionWay « L'engagement face au réel : Quid du manager de proximité ? » *Un engagement fort, encore freiné par un manque de moyens*

L'engagement en quelques chiffres :

- **81%** des collaborateurs sont perçus comme engagés
- Un salarié engagé se reconnaît par son esprit d'initiative à **54%**
- Une responsabilité prioritaire pour **un tiers** des managers de proximité et **43%** se sentent tout à fait responsables
- La reconnaissance du travail de chacun et l'instauration d'une bonne ambiance, principaux leviers de l'engagement, à respectivement **46% et 44%**.
- Les principales difficultés résident notamment dans la lutte contre les habitudes à **44%**
- Le soutien de l'entreprise doit s'améliorer dont **64%** de la part de la Direction et 56% de La part de la DRH..

Au cœur d'un écosystème bousculé entre des attentes toujours plus pressantes des salariés et des exigences accrues de la part des dirigeants, l'engagement fait aujourd'hui partie intégrante des indicateurs de pilotage des entreprises. A l'occasion de son 4^{ème} Forum dédié, L'Observatoire de l'Engagement, en collaboration avec OpinionWay, s'interroge sur les leviers d'inspiration et d'implication des salariés et sur le rôle du manager de proximité. Elle brosse le portrait d'un manager occupant une place prépondérante et charnière dans le développement de l'entreprise et de salariés résolument engagés dans une dynamique collective. L'étude apporte un nouvel éclairage et dégage les principaux enseignements de l'engagement, accélérateur de performance, à l'épreuve du réel.

Le Manager de proximité, pivot du développement de l'engagement

Selon l'étude, l'engagement se révèle être avant tout une responsabilité partagée par tous les acteurs de l'entreprise. Si pour 76% des interviewés, la Direction des Ressources Humaines est un relais de l'engagement, celui-ci se développe principalement grâce à l'entreprise (94%), au manager (95%) et au collaborateur lui-même (95%). Au cœur de ce trio, le manager de proximité fait quant à lui figure de proue. Acteur clé de l'engagement, il porte à lui seul la responsabilité de son développement auprès de ses collaborateurs à 97%. Véritable clé de voûte, ces managers hyper sollicités estiment dans une large majorité savoir répondre aux différentes demandes émanant de leur entreprise, avec une ventilation assez homogène entre leur propre manager (87%), leurs collaborateurs encadrés (84%) et leur direction générale (82%). L'étude met cependant en lumière la disparité qui existe entre les petites structures et les grandes organisations où l'écart se creuse. Si respectivement 21% des répondants dans une TPE et 25% dans une ETI estiment répondre totalement aux attentes et besoins de leur direction générale, ils ne sont plus que 9% dans une grande entreprise.

L'étude nous relève néanmoins que les managers sont dans une grande majorité très engagés. Ainsi, trois quarts d'entre eux perçoivent l'engagement comme positif et 89% le considèrent comme faisant partie de leurs principales responsabilités. Dans le même sens, 85% des répondants recommanderaient à d'autres personnes d'exercer cette fonction. Un véritable plébiscite des managers de proximité en faveur de l'engagement.

Des collaborateurs, acteurs de l'engagement

Si l'engagement est largement porté et soutenu par les managers de proximité, il est également impulsé par les salariés. En effet, un des marqueurs de cette étude révèle que plus de 8 managers de proximité sur 10 estiment que leurs collaborateurs sont engagés. Pour eux, un salarié engagé se reconnaît essentiellement par son esprit d'initiative à 54%, son état d'esprit constructif (50%), son envie de bien faire (47%) et par la passion et l'enthousiasme (45%). Du reste, une majorité des managers de proximité perçoivent leurs collaborateurs comme fiers (85%) et heureux (84%), en phase avec la culture (83%), la stratégie et les objectifs de l'entreprise (81%).

L'étude met par ailleurs en lumière les différents facteurs propices au développement de l'engagement. Ainsi, la reconnaissance du travail de chacun et la bonne ambiance participent à l'engagement des salariés, à respectivement 46% et 44%. Le développement de l'autonomie et la responsabilisation (35%) ainsi que des compétences et du potentiel de chacun (33%) apparaissent également comme des facteurs déterminants de l'engagement, particulièrement dans les grandes entreprises où les chiffres atteignent respectivement 44% et 38%.

Des freins handicapent encore le développement de l'engagement

L'enquête de l'Observatoire de l'Engagement apporte un éclairage quant aux difficultés rencontrées par les managers dans le développement de l'engagement. La lutte contre les habitudes et les résistances au changement, le manque de moyens pour reconnaître l'engagement de leurs collaborateurs ou encore le manque de perspectives d'évolution sont cités comme les principaux freins relevés pour plus de 4 répondants sur 10. Au sein d'un écosystème soumis à de fortes pressions avec parfois des objectifs mal définis, les managers doivent également faire face à un manque de temps (32%) et à une priorité exclusive donnée à l'atteinte des objectifs de l'entreprise pour 27%.

L'étude souligne également le manque d'implication encore marqué émanant des divers relais hiérarchiques au sein de l'entreprise. En effet, si 77% des managers de proximité perçoivent leur manager comme étant leur principal soutien pour les aider à développer l'engagement auprès de leurs collaborateurs, la direction de l'entreprise et les fonctions transverses (DRH, direction de la communication) semblent, quant à elles, jouer un rôle encore trop peu affirmé, avec respectivement 64% et 56%.

Enfin, l'étude pointe des managers encore insuffisamment équipés et accompagnés dans l'exercice de leurs fonctions. En ce sens, si les outils technologiques et les formations restent les principaux moyens dont ils disposent à respectivement 63% et 52%, les rétributions financières sous forme de primes sont encore peu systématisées dans l'entreprise (45%) et les outils d'aide au suivi et à l'animation d'équipe, type organisation d'événements, peu développés (37% seulement).

« Pour cette cinquième édition de notre enquête annuelle, nous avons souhaité étudier l'engagement des collaborateurs sous le prisme des managers de proximité. Cette étude nous démontre donc que ces derniers sont résolument engagés et que pour être efficaces, ils doivent être convaincus de leur mission, épaulés et bien formés », conclut Geoffrey CARPENTIER, Co-fondateur de l'Observatoire de l'Engagement.

*Enquête réalisée par OpinionWay pour le compte de l'Observatoire de l'Engagement.
Méthodologie : 1016 managers de proximité (salariés faisant passer un entretien annuel, hors alternants/stagiaires, hors manager de managers) issus d'un échantillon représentatif de salariés français, consultés et interrogés par en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview) sur le Panel de d'OpinionWay et celui de 3 prestataires. Les interviews ont été réalisées du 11 au 18 mars 2019.
L'intégralité des résultats de l'étude est disponible sur www.observatoire-engagement.org*

A propos des acteurs du projet

L'Observatoire de l'Engagement a été co-fondé par les sociétés de conseil Osagan et carewan by KPMG. Il a vocation à être un espace d'échanges, de veille et d'analyse sur le champ controversé de l'engagement. L'ambition de l'Observatoire est de réunir des acteurs aussi divers que les entreprises, les chercheurs, les pouvoirs publics, les partenaires sociaux.

www.observatoire-engagement.org

carewan by KPMG est une entreprise de conseil centrée sur le développement humain comme moteur de la réussite des transformations. Fort de l'expertise d'une équipe multiculturelle de 70 collaborateurs permanents et d'un écosystème de plus de 40 intervenants dans plus de 20 pays, carewan by KPMG intervient sur 5 domaines : le leadership, la transition digitale, la transformation RH, l'accompagnement du changement et le développement des organisations.

www.carewan.com

Osagan conseille les entreprises dans le développement de leur performance et propose une expertise et un savoir-faire en matière RH, Communication et Management. OSAGAN propose un accompagnement sur mesure autour de 3 axes : La marque employeur et l'expérience salarié, la performance managériale, la mobilisation des individus et des équipes. **www.osagan.fr**

OpinionWay est un institut de sondage indépendant spécialisé dans les études qualitatives et quantitatives, que ce soit sur des sujets marketing, communication & média, opinion ou encore management. Depuis sa création en 2000, l'institut a développé un procédé de mix-méthodologique®, qu'il s'agisse d'études qualitatives ou quantitatives, de l'analyse des hard data, des médias sociaux ou encore de l'analyse prédictive.

www.opinion-way.com

Contact presse :

Agence Réplique

Isabelle Laville – Tél : 01.40.86.31.53 – 06.25.47.18.03 – ilaville@replique-com.com