

Les salariés en quête d'écoute plus que de sens

En 2019, le gouvernement mettait en avant le statut d'entreprise à impact, surfant sur l'engouement pour la Tech4Good. Mais les motivations des salariés sont plus complexes que cela.

Temps de lecture : minute

1 juin 2020

Article initialement publié en janvier 2020

Le premier chiffre annoncé par l'étude *Bien être, recherche de sens, implication dans la gouvernance des entreprises* menée en début d'année par l'[Ifop](#) pour [Philonomist](#) révèle l'énorme responsabilité que les salariés font porter à leur entreprise. En effet, 82% d'entre eux considèrent qu'elle est garante de leur bonheur. Cette attente est encore plus prononcée chez les moins de 35 ans où ce taux atteint 87%.

Mais les Français n'attendent pas non plus de leur entreprise qu'elle règle tous les maux. Si pour presque 6 Français sur 10, elle doit s'engager pour l'égalité hommes-femmes, l'État reste responsable des enjeux liés aux tensions communautaires (86%), à la pauvreté dans le monde (86%), aux inégalités sociales (76%) ou encore au changement climatique (72%). Malgré le caractère sociétal qui lui est accordé, l'entreprise conserve deux raisons d'être majeures pour les Français, à savoir rendre service aux clients (35%) et réaliser des profits (34%).

Une communication en dents de scie dans

l'entreprise

Les Français aimeraient être davantage associés aux prises de décisions stratégiques réalisées par les directions de leur entreprise (77%). Le premier pas vers plus de démocratie en entreprise passe par la communication où quelques efforts restent encore à faire. Si 65% des salariés peuvent exercer leur esprit critique sans problème, 45% souhaiteraient pouvoir parler plus librement du sens de leur activité. Un chiffre à mettre en parallèle avec les 49% de Français avouant effectuer des tâches contraires à leurs valeurs dans le cadre de leur emploi.

Ce manque d'écoute est surtout lié aux process en place dans l'entreprise. Un salarié sur cinq estime ainsi que les schémas de pensée et de discussion ne se renouvellent pas assez. *A contrario*, une entreprise sur trois de moins de 20 salariés estime que les réflexions collectives aboutissent aux bonnes décisions.

Les employés en quête d'argent plus que de sens ?

Interrogés sur leur principale motivation, 58% des salariés français citent l'envie de se dépasser et la réalisation de bons résultats. Rares sont ceux qui cherchent à créer ou rendre le monde meilleur grâce à leur emploi (14%), et ce, même chez les jeunes (20%). La TechForGood, la quête de sens et l'impact ne sont pas encore un réflexe dans l'esprit des Français.

D'ailleurs, un tiers d'entre eux seulement accepteraient de sacrifier une partie de leurs revenus pour exercer un emploi qui a du sens. Chez les moins de 30 ans, le débat est moins tranché, la moitié d'entre eux étant prêts à privilégier leurs idéaux.

Les Français n'attendent pas de leur entreprise qu'elle révolutionne le monde mais qu'elle soit plus inclusive en prenant en compte leurs idées.

La démocratie et l'implication des salariés aux décisions apparaissent ainsi comme des clés stratégiques d'une bonne politique RSE.

Article écrit par Anne Taffin