



## Baromètre Edenred-Ipsos 2013 sur le bien-être et la motivation des salariés européens

*Dans un contexte de crise, comment évoluent  
l'opinion des salariés européens et leur motivation au travail ?*

Le 12 juin 2013 – La huitième édition du baromètre Edenred-Ipsos sur le bien-être et la motivation des salariés européens porte sur la population salariée de six pays : Allemagne, Belgique, Espagne, France, Italie et Royaume-Uni. Cette enquête on-line a été réalisée auprès d'un échantillon de 7200 salariés<sup>1</sup>, entre le 18 février et le 15 mars 2013. Une édition qui relève trois tendances majeures : la forte inquiétude des salariés à l'égard du marché de l'emploi, la revendication assumée d'une fidélité « par défaut » vis-à-vis de l'employeur, ainsi qu'une capacité inégale des modèles nationaux à entretenir la motivation dans un contexte économique difficile.

### LA PREOCCUPATION A L'EGARD DE L'EMPLOI S'ACCENTUE DANS TOUS LES PAYS

Alors que le taux de chômage atteint aujourd'hui 10,9% dans l'Union européenne<sup>2</sup>, le baromètre Edenred-Ipsos 2013 confirme que les **salariés européens sont plus inquiets à l'égard de l'emploi qu'en 2012**. Pour 44% des salariés allemands (+10 points vs. 2008) et 50% des salariés italiens (+21 points vs. 2008), le maintien de l'emploi est aujourd'hui une préoccupation majeure. 58% des salariés français interrogés cette année pensent qu'il leur serait difficile de retrouver un emploi comparable en cas de chômage. Ils sont 70% en Italie à répondre de façon similaire.

Par ailleurs, les **attentes à l'égard du pouvoir d'achat**, notamment en Europe du Sud et en France, sont massives : en France, 67% des salariés se déclarent insatisfaits de leur pouvoir d'achat ; en Italie, 73%. Les Européens du Nord (Allemagne, Belgique, Royaume-Uni) sont nettement moins critiques à cet égard : en Allemagne, seulement 33% se disent insatisfaits de leur pouvoir d'achat.

### LES SALARIES EUROPEENS REVENDIQUENT UNE FIDELITE « PAR DEFAUT » ET SE MONTRENT MOINS SATISFAITS DE LEUR SITUATION PROFESSIONNELLE

Les résultats 2013 révèlent que les **salariés européens sont très largement fidèles à leur entreprise**, dans un contexte économique difficile : 58% des salariés français déclarent ne pas songer à la quitter, ce chiffre atteignant 60% en Allemagne et 66% en Belgique.

<sup>1</sup> Répartition de l'échantillon : 3000 salariés en France, 1000 en Italie, 800 en Allemagne, en Belgique, en Espagne et au Royaume-Uni.

<sup>2</sup> Source : Eurostat - Février 2013

Cette **loyauté « par défaut »** des salariés à l'égard de leur employeur s'accompagne d'une insatisfaction plutôt plus élevée que l'an passé à l'égard de la situation professionnelle, la mobilité étant associée à une prise de risque : à titre d'exemple, 27% se déclarent insatisfaits en Allemagne (+2 points vs. 2012) et 45% en Espagne (+10 points vs. 2012).

Largement « fidèles » mais plus insatisfaits, **la part d'Européens pensant souvent consacrer trop de temps à leur travail** s'amplifie globalement par rapport à 2012 : 29% des salariés allemands (+7 points vs. 2012), 29% des français (-1 point vs. 2012), 29% des belges (+2 points vs. 2012), 37% des britanniques (+2 points vs. 2012), 37% des espagnols (+2 points vs. 2012), 35% des italiens (stable vs. 2012).

## **LA CAPACITE DES MODELES NATIONAUX A ENTREtenir LA MOTIVATION DES SALARIES EST INEGALE SELON LES PAYS**

L'édition 2013 du baromètre Edenred-Ipsos fait émerger **une forte hétérogénéité des modèles nationaux.**

**En France, en Italie et en Espagne,** on observe un déséquilibre marqué entre le sentiment d'implication des salariés et celui d'être, en parallèle, reconnu : seuls 43% des salariés français, 48% des italiens et 49% des espagnols se déclarent satisfaits de la reconnaissance de leur implication. Le potentiel de « frustration » est élevé. Il semble d'ailleurs être maximal en France, où seuls 23% des salariés attribuent une note de 8 à 10 à leur qualité de vie au travail (vs. 42% des salariés allemands, 40% des britanniques, 39% des belges, 31% des espagnols et 29% des italiens) et 38% affirment que leur motivation diminue – soit un taux record parmi les six pays du baromètre.

Les attentes des salariés espagnols, italiens et français sont très fortes vis-à-vis de leur entreprise, notamment pour la mise en œuvre d'actions en matière de gestion des talents (45% des salariés espagnols jugent insuffisantes les actions de leur employeur sur ce sujet) ou de transmission des compétences (37% des salariés italiens les jugent insuffisantes). De même, 55% des salariés français jugent insuffisante l'action de leur employeur dans le domaine du bien-être au travail (vs. 31% en Allemagne, 28% en Belgique, 28% au Royaume-Uni, 31% en Espagne et 34% en Italie).

**En Allemagne et en Belgique, où les environnements de travail sont plus « contractuels »** avec un relatif équilibre entre l'implication et les attentes - notamment en termes de reconnaissance : 55% des salariés allemands et 59% des salariés belges se déclarent satisfaits sur ce point ; dans ces pays, la démotivation est moindre (22% en Allemagne et 27% en Belgique).

Le **modèle anglo-saxon, plus « opportuniste »**, repose quant à lui sur une distanciation forte du salarié à l'égard de son entreprise. Ce modèle résiste bien à la crise, notamment grâce à des politiques de ressources humaines particulièrement actives en matière de qualité de vie au travail et d'évolution professionnelle. Ainsi, 40% des salariés britanniques attribuent une note de 8 à 10 à leur qualité de vie au travail (vs. 23% en France).

Ces deux derniers modèles partagent la perception positive des salariés à l'égard des **pratiques managériales** : le responsable direct est bien jugé sur sa capacité à tenir ses engagements (64% des salariés belges vs. 58% des salariés français), à être attentif aux besoins (60% des salariés allemands vs. 49% des salariés italiens), à s'investir dans le développement des compétences (55% des salariés anglais) ou à valoriser la performance collective (66% des salariés allemands vs. 49% des salariés italiens).

**Antoine Solom**, Directeur international, Ipsos Loyalty, souligne : « *En ces temps de crise, il ne faut pas se reposer sur la 'loyauté par défaut', mais au contraire développer des politiques actives et ciblées en*

direction des salariés, notamment dans les deux domaines clés que sont le bien-être au travail et le développement professionnel.»

## LE BAROMETRE EDENRED-IPSOS

Référence sur le marché des avantages aux salariés, Edenred met en place des outils variés pour comprendre l'évolution des tendances sociétales depuis plus de 50 ans. Pour la huitième année en 2013, Edenred a réalisé avec Ipsos une enquête auprès d'un large échantillon de salariés européens afin de mesurer leur motivation et leur bien-être dans le milieu professionnel. Cette année, 7 200 salariés allemands, belges, britanniques, espagnols, français et italiens ont participé à l'étude.

« Depuis la création du baromètre Edenred-Ipsos, nous avons interrogé plus de 65 000 salariés européens afin de décrypter leurs attentes. En tant qu'observateur du marché de l'emploi, nous sommes sans cesse à l'écoute des tendances sociétales pour stimuler l'esprit d'innovation de nos équipes et développer de nouvelles solutions améliorant le quotidien des salariés », déclare **Jacques Stern**, Président-directeur général d'Edenred.

\*\*\*

### A propos d'Edenred

**Edenred**, inventeur de Ticket Restaurant® et leader mondial des services prépayés aux entreprises, imagine et développe des solutions facilitant la vie des salariés et améliorant l'efficacité des organisations.

Les solutions proposées par Edenred garantissent que les fonds attribués par les entreprises seront affectés à une utilisation spécifique. Elles permettent de gérer :

- les **avantages aux salariés** (Ticket Restaurant®, Ticket Alimentación, Ticket CESU, Childcare Vouchers...)
- les **frais professionnels** (Ticket Car, Ticket Clean Way, Repom...)
- la **motivation et les récompenses** (Ticket Compliments, Ticket Kadéos...)

Le Groupe accompagne également les institutions publiques dans la gestion de leurs **programmes sociaux**.

Coté à la Bourse de Paris, Edenred est présent dans 40 pays avec près de 6 000 collaborateurs, près de 610 000 entreprises et collectivités clientes, 1,3 million de prestataires affiliés et 38 millions de bénéficiaires. En 2012, Edenred a réalisé un volume d'émission de 16,7 milliards d'euros, dont 61% dans les pays émergents.

Ticket Restaurant® ainsi que les autres dénominations des programmes et services proposés par Edenred sont des marques déposées dont le groupe Edenred est propriétaire.

#### Contacts presse :

Anne-Sophie Sibout, Domitille Pinta, Astrid Montfort  
+33 (0)1 74 31 86 27 / 87 42  
domitille.pinta@edenred.com, astrid.montfort@edenred.com

### A propos d'Ipsos

3<sup>ème</sup> acteur mondial des études, Ipsos a organisé son activité en six spécialisations : études publicitaires, marketing, médias, d'opinion, études liées à la gestion de la relation client et salariée, collecte et traitement de données. Le groupe Ipsos compte aujourd'hui 16 000 salariés dans 85 pays avec un CA global de 1,789 milliard d'euros en 2012.

[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com) / [www.ipsos.fr](http://www.ipsos.fr)

**Ipsos Loyalty** : Practice spécialisée dans les programmes d'études sur l'engagement des salariés et le développement du leadership au service de la transformation des organisations, Ipsos Loyalty accompagne ses clients depuis la conception des dispositifs d'études jusqu'à la définition des plans d'action.

#### Contacts presse :

Sandra Freidman, Isabelle Le  
+33 (0)1 41 98 91 24 / 96 86  
sandra.freidman@ipsos.com, isabelle.le@ipsos.com