

Paris le 19 avril 2011

Communiqué de presse

Le Manager idéal

Etude internationale

6 800 salariés interrogés dans 11 pays

Un manager fragilisé par la crise, confronté à de nouveaux défis

BPI group, société de conseil en management et ressources humaines, a lancé avec BVA une enquête internationale auprès de salariés pour connaître leurs perceptions vis à vis de leur manager direct¹.

Cette enquête permet de cerner les opinions et les attentes des salariés à l'égard de leur manager et de dresser le portrait robot d'un manager idéal dans un contexte d'après crise.

La proportion de salariés ayant une bonne ou très bonne opinion de leur manager a fortement diminué par rapport à 2007² dans la plupart des pays.

La baisse globale des « très bonnes opinions » envers le manager direct se situe à 10 % environ entre 2007 et 2011. Le groupe de pays où cette baisse est la plus accentuée (- 20 % aux USA et en Pologne ; - 15 % au RU ; - 11 % en Allemagne) est celui où les scores étaient le plus élevés en 2007. Dans les pays latins (France, Espagne, Italie), la baisse est moins prononcée voire nulle, mais les scores de très bonnes opinions y sont plus faibles, 19 % pour la France contre 32 % pour les Etats-Unis.

Les « **très bonnes opinions** » à l'égard des dirigeants baissent de 3 % en moyenne entre 2007 et 2011, avec des situations diverses selon les pays. Diminution de 13 % aux USA, 7 % en Roumanie, 5 % en Pologne, 4 % au RU, et 1 % en Espagne. Augmentation ou stabilité dans les autres pays interrogés.

Le score de très bonnes opinions en faveur des managers reste supérieur à celui en faveur des dirigeants mais l'écart entre les deux se réduit par rapport à 2007.

Ces résultats doivent être mis en perspective avec la crise. En effet, dans le contexte économique et financier dégradé des dernières années, les managers ont été amenés à mettre en œuvre des changements lourds avec tout un cortège de mesures impopulaires. Les dirigeants pour leur part peuvent tirer des bénéfices de leur capacité à avoir su tenir la barre pendant la crise et assuré la pérennité de leur entreprise.

¹ Etude réalisée dans 11 pays en janvier 2011 auprès d'échantillons respectant les critères de représentativité pour les salariés travaillant dans les secteurs privés et publics, en termes de sexe, âge, profession. Les enquêtes ont été menées auprès de panels interrogés régulièrement par Internet. Les pays enquêtés sont : l'Allemagne, la Belgique, le Canada, l'Espagne, la France, la Grande-Bretagne, l'Italie, la Pologne, la Roumanie, la Russie, les USA. 500 interviews en moyenne par pays, exceptés la Belgique et la Roumanie (300), les USA et la Russie (1 000).

² Voir l'étude réalisée par BPI group, en 2007, « Les Salariés évaluent leur manager »

Le rôle clé des managers de proximité dans l'attachement des salariés à l'entreprise et dans leur engagement au travail

En moyenne 75 % des salariés interrogés reconnaissent à leur supérieur hiérarchique direct un impact significatif ou très significatif sur leur attachement à l'entreprise notamment **en Italie, aux Etats-Unis, en Allemagne, en Roumanie et au Canada**. Cela appuiera le principe selon lequel on entre dans une entreprise on quitte un patron.

La relation personnelle, la proximité, les conditions de travail avec son manager priment. Dès lors, pour renforcer l'engagement du salarié, il s'agira d'agir sur des leviers tels que **l'équité, le respect, le soutien en cas de difficulté ou encore la confiance**. A noter l'exception des **Russes** pour qui la communication sur la stratégie de l'entreprise fait également partie des leviers d'engagement.

L'entreprise de demain face à de forts enjeux... managériaux

Pour une grande majorité des salariés des pays interrogés, leur entreprise devra d'abord se concentrer sur son développement commercial – l'adaptation aux besoins et attentes de ses clients, l'innovation des produits et des services. Suite à la crise et ses vagues de licenciements, la préservation de l'emploi représente aujourd'hui un défi prépondérant pour les salariés. Enfin, il apparaît que ceux-ci trouvent indispensable que l'entreprise veille à sa réputation et à la qualité de son image de marque.

Pour répondre à ces défis, les managers vont devoir évoluer. En effet, la crise a incité ceux-ci à se concentrer sur un management orienté résultats au détriment d'un management plus participatif. Or à ce jour, **les qualités les plus mal notées dans notre étude - capacité à motiver, à communiquer, reconnaître la qualité du travail de ses collaborateurs et à maintenir la cohésion dans son équipe - sont aussi jugées comme les plus importantes pour relever les défis de l'entreprise.**

Si l'on dresse le portrait robot du « manager idéal » dans 8 pays sur 11, il est près de ses équipes, à leur écoute et tient compte de leur avis et suggestion. Il sait instaurer une relation de confiance. Il communique et favorise la coopération. Il reconnaît le travail de ses collaborateurs. Il est considéré comme étant **une pièce maîtresse dans l'instauration du lien social** dans l'entreprise.

Le manager idéal en phase avec les défis du futur est celui qui saura appliquer un management participatif cher à la génération Y et saisir les opportunités proposées par les outils du web 2.0.

Contact presse BPI

Brigitte Bouillon, tel : 01 55 35 71 91, Mobile : 06 22 74 11 63
brigitte.bouillon@groupe-bpi.com