



Publié le 7 janvier 2016 / [Actualités](#), [Digital](#)

Une corrélation entre la croissance économique et l'engagement des collaborateurs.

Bonne nouvelle (enfin!): l'engagement des travailleurs envers leur entreprise a augmenté au niveau mondial. Celui-ci est passé de 61 % en 2014 à 62 % en 2015, ce qui correspond également à la croissance économique enregistrée (1 %). Cependant, cette hausse globale de l'engagement des travailleurs varie fortement selon la région : de 57 % en Europe à 71 % en Amérique latine.

En 2015, Aon a étudié l'engagement des travailleurs dans l'entreprise au niveau mondial. L'étude passe également en revue les principaux moteurs menant à un plus grand niveau d'engagement. Les 3 premiers sont les mêmes dans le monde entier : les opportunités de carrière, une rémunération équitable et une bonne réputation de l'entreprise.

Corrélation entre engagement et contexte économique

L'interaction entre la croissance économique et l'engagement connaît d'importantes différences régionales qui s'expliquent par les différences culturelles, les risques régionaux et les opportunités économiques. L'étude précise en effet que « *les résultats plus faibles en Europe, qui stagnent depuis 3 ans déjà à 57 %, s'expliquent par les perspectives de croissance limitées. En effet, les entreprises des marchés qui font face à des vents contraires disposent de moins de moyens pour investir dans le capital humain, ce qui dé motive les travailleurs. Lorsque le vent gonfle les voiles sur le plan économique, l'étude constate que l'année suivante, l'engagement des travailleurs s'accroît, ce qui a de nouveau une influence positive sur les résultats de l'entreprise. En Amérique du Nord, le résultat de 66 % a quasiment atteint le niveau d'avant la récession.* »

Toutefois, l'étude constate également qu'une hyper croissance peut aussi décourager les travailleurs. Les économies qui connaissent une croissance rapide en Asie de l'Est ne permettent pas aux entreprises de suivre les opportunités et les exigences des clients, ce qui accroît la pression sur les travailleurs et entraîne une diminution de l'engagement.

Quels sont les leviers ?

« La corrélation positive entre l'engagement et la valeur actionnariale implique que l'engagement a gagné en importance au niveau de la direction. Mesurer l'engagement est une chose, mais il s'agit de connaître les raisons qui mènent à cet engagement actif » déclare Werner Keeris de AON.

L'étude relève trois moteurs principaux.

- Les opportunités de carrière sont toujours le principal stimulant de l'engagement, dans le monde entier. Cependant, les entreprises continuent de lutter globalement pour renforcer les opportunités d'évolution en interne de leur personnel.
- Une réputation irréprochable de l'entreprise est considérée comme importante et elle représente même la principale motivation pour le Senior Management.
- Enfin, une rémunération équitable reste un moteur très important bien que moins de la moitié des travailleurs (46%) aient le sentiment d'être équitablement rémunérés pour leurs prestations.

L'Employee Value Proposition (EVP ou ce qu'offre une fonction dans le sens du travail en lui-même, de l'environnement de travail ou des caractéristiques et des valeurs de l'organisation), ainsi que l'innovation sont considérées comme pouvant faire l'objet d'une amélioration.

Et au niveau belge ?

« Les différences culturelles jouent un rôle important dans l'écart d'engagement et de motivation de nos travailleurs. » reprend Werner Keeris. *« La Belgique obtient des résultats élevés en matière de productivité et de sens du travail, ce qui nous offre une base solide. Depuis longtemps, la stimulation de l'engagement ne relève plus du rôle exclusif du département RH. L'engagement des travailleurs doit être le fait de l'action conjointe de 4 acteurs importants au sein de l'entreprise, à savoir les RH, les People Managers, la direction senior de l'entreprise et le travailleur lui-même. Cette étude constitue un bon point de départ. »*

Méthodologie de l'enquête : le 'Aon Hewitt Engagement Model' étudie les résultats en tant que Say-Stay & Strive, où « say » signifie avoir un discours positif à propos de l'organisation, « stay » signifie le fait de vouloir rester dans l'organisation et « strive » signifie les efforts requis pour réussir. Les données du rapport proviennent de la base de données d'étude d'Aon Hewitt, une base de données contenant les informations relatives à 8 millions de travailleurs dans 68 secteurs de l'industrie et 164 pays du monde entier, collectées entre 2010 et 2014.

📁 Catégorie: [Actualités](#), [Digital](#) 🏷️ Tags: [aon hewitt](#), [employee value proposition](#), [engagement](#), [équité](#), [rémunération](#), [rétention](#)