

Les chefs suisses jugés «satisfaisants»

Quelles sont les qualités qui font un bon chef? La réponse des salariés en Suisse à cette question est sans équivoque: la capacité à diriger, une stratégie claire et de la personnalité. Tels sont les résultats de la dernière enquête «Global Workforce Index» menée par le prestataire de services en ressources humaines Kelly Services. En moyenne, les supérieurs obtiennent la note de 6,2 sur une échelle de 1 à 10, ce qui correspond à «satisfaisant». Plus de la moitié des personnes interrogées recommanderait son employeur actuel à un ami ou à une connaissance.

Neuchâtel, le 12 décembre 2011. Les salariés suisses établissent un bilan moyen des performances de leurs supérieurs: avec 6,2 sur 10 points possibles, ils n'obtiennent que la note «satisfaisant» à l'issue de l'enquête de Kelly Services. Toutefois, plus de la moitié des personnes interrogées (53%) est d'avis que son chef a fait du bon travail et lui attribue une note de 7 et plus pour ses performances. Néanmoins, seuls 5% des sondés donnent le maximum de points.

Plus les collaborateurs et collaboratrices sont jeunes, plus ils jugent positivement leurs supérieurs: la génération Y (18-29 ans) attribue en moyenne la note de 6,6. La génération X (30-47 ans) et les personnes issues du baby-boom (48-65 ans) sont un peu plus critiques et donnent les notes moyennes de 5,9, respectivement 6,3. «L'évaluation montre qu'en règle générale, les supérieurs suisses sont compétents. Mais, la note moyenne tout juste satisfaisante de 6,2 indique toutefois qu'il existe encore un fort potentiel d'amélioration», affirme Peter Guggi, directeur général de Kelly Services Suisse. De toutes les personnes interrogées au niveau mondial, seuls les salariés de Porto Rico, du Mexique et de l'Inde attribuent la note moyenne de 7 et plus à leurs chefs. Les plus mauvais sont les supérieurs italiens, qui n'obtiennent que la note moyenne de 5,6.

La capacité à diriger et les talents de visionnaires sont demandés

Les salariés ont une représentation claire des qualités dont doit disposer un bon supérieur. La capacité à diriger arrive au premier plan pour les sondés, avec 27%, suivi d'une vision et d'une stratégie claires, avec 22%. Sont également importants la personnalité (16%), les capacités en matière de communication (15%) et le travail en équipe (14%). «Un bon chef n'est pas obligatoirement la personne ayant le plus d'expérience. Ce qui est déterminant, c'est la capacité à diriger et un style adapté à l'entreprise», explique Peter Guggi à l'analyse des résultats. «Le bon dirigeant doit être capable de communiquer clairement la stratégie de sorte qu'elle soit compréhensible et justifiée pour tous les collaborateurs.»

La comparaison sectorielle révèle de grandes différences: une stratégie claire est particulièrement importante pour les ingénieurs, les salariés du secteur pharmaceutique, des technologies de l'information et du tourisme. De fortes personnalités sont surtout demandées dans le secteur des prestations de services et de l'éducation. Dans le secteur de la restauration, le travail en équipe se place clairement au premier plan et est considéré comme la qualité majeure d'un supérieur pour 44% des personnes interrogées.

Les différences entre les régions sont également intéressantes. En Suisse romande, la personnalité du supérieur semble jouer un rôle mineur – seuls 7% des personnes interrogées considèrent cette caractéristique comme étant la plus importante pour être un bon chef. Pour les Romands, un bon style de direction et une stratégie claire (28% dans les deux cas) sont nettement plus importants, suivis des capacités de communication et de travail en équipe (respectivement 16% et 15%). Des personnes interrogées issues de l'agglomération zurichoise jugent également le style de direction comme la qualité la plus importante (31%), suivi de la personnalité (23%), d'une vision claire (20%) et du style de communication (17%). Par contre, savoir travailler en équipe n'est considéré que l'attribut majeur d'un bon supérieur que par 4% des sondés.

La reconnaissance au travail augmente la productivité

Les collaborateurs qui se sentent valorisés apportent une contribution notable au succès de l'entreprise. Près de la moitié des personnes interrogées en Suisse (46%) estime ne pas être appréciée à sa juste valeur. «Pourtant, un simple compliment pour du travail bien fait peut souvent avoir de grands effets. Les employés qui sont reconnus dans leur travail présentent une meilleure éthique professionnelle et sont automatiquement plus performants.» L'enquête de Kelly Services révèle par ailleurs qu'un nombre tout aussi important de salariés accuse un manque de soutien pour relever les défis auxquels ils sont confrontés. Seules 38% des personnes interrogées sont d'avis que leur supérieur a rempli leur mission consistant à les préparer pour l'avenir.

La jeune génération se sent mieux préparée par ses chefs que les personnes plus âgées. Près de la moitié (47%) de la génération Y, mais seulement un tiers des personnes issues du baby-boom donnent une bonne note à leur chef sur ce sujet. Selon Peter Guggi: «De nombreuses entreprises sous-estiment l'influence des collaborateurs mécontents. Or, la satisfaction au poste de travail est primordiale pour qu'une entreprise soit capable d'attirer et de garder les talents.»

Seule une personne sur deux recommande son employeur

Les collaborateurs satisfaits chantent leurs louanges de leur employeur même en dehors du travail – ils constituent en cela les meilleurs ambassadeurs de leur entreprise. Seuls 54% des Suisses sont satisfaits de leur employeur actuel au point de le recommander à un ami ou à une connaissance. Selon l'étude, les collaborateurs les plus satisfaits sont issus des secteurs de l'éducation, de l'approvisionnement en énergie, de l'industrie du pétrole et du gaz ainsi que des prestations de services. Plus de 65% des représentants de ces secteurs recommanderaient leur employeur actuel. Par contre, les emplois dans la branche du tourisme et du commerce de détail semblent être moins recommandés. 60, voire même 68% des personnes interrogées ne recommanderaient leur employeur qu'à contrecœur.

«Les employeurs qui sont recommandés par leurs collaborateurs ont un grand avantage dans la bataille pour attirer les nouveaux talents: ils bénéficient du soutien d'ambassadeurs crédibles en matière de recrutement du personnel», explique Peter Guggi. «Une mauvaise image se répand très vite, notamment par le biais des réseaux sociaux, où les personnes à la recherche d'un emploi s'expriment. C'est pourquoi les supérieurs devraient soigner leurs relations avec leurs collaborateurs. Car ces derniers sont la carte de visite de l'entreprise.»

A propos du Global Workforce Index:

Le Kelly Global Workforce Index est une enquête internationale qui analyse les points de vue des salariés quant à leur travail et à leur poste de travail. Les résultats des sondages effectués sont publiés chaque trimestre par les succursales de Kelly Services en Europe, en Amérique du Nord et dans la zone Asie-Pacifique. En 2010, Kelly Services a obtenu le MarCom Platinum Award pour le Kelly Global Workforce Index dans la catégorie Research/Study. Cette distinction récompense une qualité, une créativité et une richesse d'idées extraordinaires. En 2009, le KGWI a remporté l'or dans la même catégorie.

97'000 personnes ont été interrogées dans 30 pays – environ 750 en Suisse – pour établir le Global Workforce Index actuel. Vous trouverez des informations concernant d'autres sondages KGWI sur www.kellyreportal.com.

A propos de Kelly Services:

Kelly Services, Inc. (NASDAQ: KELYA, KELYB), une entreprise faisant partie de Fortune 500 et dont le siège se situe à Troy, dans le Michigan, est l'un des prestataires leaders mondiaux de services de ressources humaines. Kelly Services propose une large palette de solutions d'outsourcing (Kelly Outsourcing Consulting Group) et de conseil en ressources humaines, ainsi que de services d'emploi temporaire allant du Try&Hire à l'emploi fixe. Ces services couvrent les domaines suivants: sciences naturelles, finances, informatique, services de santé, industrie agroalimentaire et agricole, construction et artisanat, contact / Call Center, industrie & technique, activités commerciales, logistique et transport, ainsi que l'industrie horlogère. Kelly Services fournit des prestations de services en ressources humaines pour des clients du monde entier et trouve un emploi chaque année à 530'000 salariés. En 2010, Kelly Services a atteint un chiffre d'affaires global de 5 milliards de dollars US. En Suisse, Kelly Services est présente avec plus de 40 succursales et départements spécialisés. Vous trouverez des informations complémentaires sous www.kellyservices.ch et www.kellyservices.com ou contactez-nous via Facebook, Xing, LinkedIn et Twitter.

Contact médias:

Kelly Services (Suisse) SA
Sandra Ganguin
Communication & Marketing Manager
Tél.: 032 732 11 66
E-Mail: sandra.ganguin@kellyservices.ch