



POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

La loyauté des employés canadiens augmente pendant la récession économique, révèle l'enquête menée par Kelly sur la main-d'œuvre

TORONTO (le 8 mars, 2010) – La récession économique au Canada a généré un important sentiment d'engagement entre les travailleurs et les cadres, puisque près du tiers des employés interrogés affirment être plus loyaux à l'endroit de leur employeur. C'est ce que révèle une enquête menée par Les Services Kelly, un chef de file mondial en solutions de main-d'œuvre (NASDAQ: KELYA) (NASDAQ: KELYB).

L'enquête, menée entre le début d'octobre 2009 et la fin de janvier 2010, conclut que 30 pour cent des répondants affirment que le ralentissement économique les a rendus plus loyaux, tandis que huit pour cent disent que ce contexte les a rendus moins loyaux. Pas moins de 62 pour cent affirment que cela n'a eu aucun effet sur eux.

Les travailleurs qui sont plus loyaux envers leur employeur attribuent ce changement à la gestion positive, au bon moral au sein de l'entreprise et au niveau de rémunération qui est demeuré le même ou qui a augmenté. Ceux qui sont moins loyaux attribuent cette attitude à la gestion boiteuse, au moral à plat et à la rémunération croulante.

Ces conclusions font partie de l'[Indice Kelly sur la main-d'œuvre mondiale](#) qui a obtenu l'avis d'environ 134 000 personnes, notamment plus de 15 000 au Canada.

L'incidence du ralentissement économique sur la loyauté des travailleurs a été plus négative chez les membres de la génération des « baby-boomers » (48 à 65 ans) que chez ceux de la « Génération Y » (18 à 29 ans) et ceux de la « Génération X » (30 à 47 ans). Si seulement six pour cent des membres de la « Génération Y » sont moins loyaux suite à la récession, cela passe à huit pour cent au sein des répondants de la « Génération X » et à 11 pour cent chez les « baby-boomers ».

« Les employeurs qui ont communiqué ouvertement avec leur personnel à propos des conditions économiques difficiles et qui ont fait de leur mieux pour maintenir l'engagement de leur personnel ont été en mesure de bâtir un niveau de confiance plus solide au sein de leur entreprise. Cette loyauté rehaussée devrait devenir un véritable atout, grâce à une main-d'œuvre plus engagée et plus concentrée avec la reprise de l'économie », affirme Karin French, vice-présidente et directrice générale des opérations canadiennes de Kelly.

Voici quelques conclusions de l'enquête au Canada :

- L'incidence la plus importante de la récession a été remarquée en Ontario où 31 pour cent des répondants ont indiqué être plus loyaux envers leur employeur, suivi par l'Alberta (30 %), la Colombie-Britannique, le Nouveau-Brunswick et la Nouvelle-Écosse (tous 27 %), le Québec (25 %) et la Saskatchewan (24 %).
- Une moyenne de 45 pour cent des répondants affirme se sentir « très engagée » envers son employeur actuel, passant de 48 pour cent chez les « baby-boomers » et les membres de la « Génération X » à 40 pour cent chez les membres de la « Génération Y ».

- Lorsqu'on leur demandait de nommer un point qui rendrait un employé plus engagé au travail, 43 pour cent a indiqué « un travail plus intéressant ou stimulant », suivi par « un salaire ou avantages plus élevés » (18 %).
- La réputation de l'entreprise est considérée comme « très importante » aux yeux des répondants lors de la sélection d'un emploi et la décision de garder son emploi, chez 51 pour cent des « baby-boomers », mais seulement 39 pour cent des membres de la « Génération Y ».
- 45 pour cent des répondants de la « Génération Y » et de la « Génération X » sont « très confiants » dans la capacité de leur employeur d'être un bon citoyen corporatif, comparativement à 39 pour cent des « baby-boomers ».
- Les travailleurs les plus engagés se trouvent en Ontario avec 47 pour cent qui se disent « entièrement engagés », suivi par ceux du Québec (44 %), de l'Alberta (42 %), de la Colombie-Britannique (41 %), du Nouveau-Brunswick et de la Nouvelle-Écosse (35 %) et de la Saskatchewan (32 %).

L'enquête démontre aussi que la réputation d'une entreprise est un élément clé dans la façon dont les employés et les employés éventuels pèsent leurs décisions de carrière. En évaluant la réputation d'une entreprise, les employés accordent plus d'importance à la qualité de son leadership, de ses produits et services, et de son personnel. Moins d'importance est accordée aux caractéristiques comme la présence mondiale, les résultats financiers et les initiatives favorisant la responsabilité sociale corporative.

« Quand nous jetons un coup d'œil aux éléments qui motivent les gens au travail, il est certain que les possibilités de croissance et de développement personnel sont importantes, tout comme l'occasion d'exécuter un travail stimulant », fait remarquer French. « Le salaire est un facteur important mais, dans plusieurs cas, il ne s'agit pas de l'élément de motivation le plus important. Les employeurs doivent trouver la combinaison de méthodes d'engagement des employés qui aura l'impact le plus positif sur leur main-d'œuvre », conclut-elle.

À propos de l'Indice Kelly sur la main-d'œuvre mondiale

L'Indice Kelly sur la main-d'œuvre mondiale est une étude d'opinions portant sur le travail et le lieu de travail d'un point de vue générationnel. Environ 134 000 personnes qui travaillent en Amérique du Nord, en Europe et en Asie-Pacifique ont répondu aux questions de l'enquête dont les conclusions seront publiées chaque trimestre. En 2009, Les Services Kelly a remporté un Prix MarCom Gold pour l'Indice Kelly sur la main-d'œuvre mondiale dans la catégorie recherche/étude.

À propos des Services Kelly

Kelly Services, Inc. (NASDAQ: KELYA) (NASDAQ: KELYB) est un des plus importants fournisseurs de solutions de main-d'œuvre au monde. Kelly offre un éventail complet de services d'impartition des effectifs, de services-conseils en ressources humaine et de dotation de personnel sur une base temporaire, temporaire à permanente et permanente. Kelly dessert des clients à l'échelle mondiale et emploie 480 000 personnes chaque année. En 2009, son chiffre d'affaires s'élevait à 4,3 milliards de dollars. Consultez le site Web au www.kellyservices.com.

###

Relations avec les médias :

Kate Samson
(416) 646-4249
kate.samson@kellyservices.com

Kathy Fisher
(248) 244-4909
fisheka@kellyservices.com