

## Communiqué

### **Digital Workplace : une évidence pour tous mais pas encore une réalité terrain**

## **Le Baromètre Digital Workplace 2016 Julhiet Sterwen - Ifop révèle des résultats contrastés : une transformation numérique perçue comme une révolution positive par les salariés mais des entreprises qui n'ont pas encore suffisamment fait évoluer leur organisation, leurs modes de travail et de management ou encore la place de travail.**

Paris, le 4 octobre 2016 – Julhiet Sterwen et l'Ifop présentent aujourd'hui les résultats de la première édition du « *Baromètre Digital Workplace 2016, évolution ou révolution ?* » des entreprises de 500 salariés et plus. Sur la base d'un panel exceptionnel de plus de 1301 participants, dont 660 managers (échantillon représentatif selon la méthode des quotas de 1001 collaborateurs, dont 360 managers plus un suréchantillon de 300 managers), cette étude permet d'établir que si la transformation numérique est vécue de manière positive, avec un travail souvent facilité, elle nécessite cependant de faire évoluer les organisations, leurs processus ainsi que la manière de travailler et manager pour devenir pleinement « Digital Workplace ».

### **La transformation numérique : une révolution « positive », tant pour l'entreprise, que pour les salariés**

53% des collaborateurs ont le sentiment de vivre une révolution avec la transformation numérique, et 63% des managers. Un bouleversement perçu de façon plutôt positive, à la fois pour les salariés (68% positifs) et pour l'entreprise (74%). Au-delà de l'aspect « technologique » (l'usage de nouveaux équipements et de nouveaux logiciels), les collaborateurs perçoivent dans la transformation numérique l'occasion de développer de nouvelles façons de travailler (47% des salariés) et de nouvelles compétences (38% au total, 46% pour les managers).

### **Un travail facilité, mais en contrepartie des rythmes qui s'accroissent et une charge de travail qui s'alourdit**

Indéniablement, la transformation numérique facilite les tâches : des interactions plus simples (80% collaborateurs / 90% managers), un gain de temps (80% / 87%) et d'efficacité (72% / 77%) et une meilleure autonomie des collaborateurs (72%). Mais, en contrepartie, les salariés voient leurs rythmes de travail s'accroître et leur charge de travail s'alourdir. Au final, les collaborateurs comme les managers en



tirent un bilan en demi-teinte : une expérience génératrice de stress (50% collaborateurs/ 55% managers) autant que de bien-être (53% / 57%), des processus parfois simplifiés mais une organisation qui peut s'avérer parfois plus complexe.

« Les résultats du baromètre confirment que prise sous l'angle technologique uniquement, la Digital Workplace ne peut être qu'un échec. Bien sûr il y a une dimension technologique mais ce point seul ne suffit pas à transformer la manière dont on travaille, dont on se comporte et dont on vit ensemble au travail. La Digital Workplace est bien la résultante d'un travail conjoint et coordonné sur les trois dimensions que sont la technologie, l'organisation et ses ressources humaines. Et la capacité à conduire ce changement de manière agile et sur ces 3 dimensions est un réel gage de succès », explique Marc Sabatier, Président de Julhiet Sterwen.

### **Des managers à accompagner dans leur nouveau rôle de chefs d'orchestre**

Plus sensibles que la moyenne des collaborateurs à la révolution numérique, ces managers considèrent que leur rôle dans l'entreprise a davantage évolué que le comportement des collaborateurs (61% vs 52%).

Ils expriment ainsi leur besoin d'être accompagnés pour redessiner leurs rôles dans la transformation numérique afin de réagir plus vite et de trouver de nouvelles façons de manager des équipes de plus en plus distantes, pouvant être composées de 4 générations de collaborateurs aux besoins et motivations différents afin d'incarner un rôle de chef d'orchestre.

### **L'équipement IT n'est pas une fin en soi, mais doit s'inscrire dans une dimension organisationnelle**

Managers ou non, les collaborateurs sont aujourd'hui globalement mieux équipés à titre personnel que professionnel. Au-delà des équipements, l'usage de solutions collaboratives restent à développer dans les entreprises : Réseau Social d'Entreprise (40% des salariés équipés), outils de webconférence (47%), partage de documents (61%).

### **Des lieux de travail à réinventer : des espaces au service des salariés, favorisant le travail collaboratif et les moments de détente**

Les collaborateurs sont modérément satisfaits de leur lieu de travail (77%, mais seulement 14% très satisfaits). Pour une majorité (64%), la transformation numérique n'a pas eu d'impact sur l'organisation de la place de travail. Ils expriment leurs besoins d'espaces informels qui favorisent les échanges (57%), le travail collaboratif, la créativité (53%), mais aussi la détente (49%). Des lieux de travail adaptés aux nouveaux rythmes et charges de travail des collaborateurs, pouvant leur apporter du bien-être dans un environnement plus stressant, pour in fine renforcer leur engagement.

« Le fait que pour la majorité des collaborateurs, la place de travail n'a pas évolué sous le coup de la transformation digitale montre la difficile compréhension de la transition digitale comme un phénomène global. Nous sommes face à une révolution profonde, systémique, de l'entreprise ;



*l'organisation physique des bureaux et des lieux de travail doit aussi s'adapter aux nouveaux modes de travail, plus collaboratifs, plus créatifs. A l'image des collaborateurs qui doivent se réinventer en permanence, les lieux de travail aussi doivent pouvoir évoluer, et rapidement. Sinon, le hiatus entre des bureaux rigides et une organisation de plus en plus horizontale et souple risque d'être contreproductif », analyse Raphaël Berger, Directeur du département Média & Numérique de l'Ifop.*

Ce baromètre annuel, qui analyse le chemin qui reste à parcourir aux entreprises pour devenir de véritables « Digital Workplace » selon 4 axes principaux (la technologie et les usages associés, l'organisation et ses processus, les ressources humaines et la place de travail) donne un éclairage inédit sur la perception des collaborateurs et des managers vis-à-vis de la transformation digitale en France et le chemin qui reste à parcourir. Il établit aussi des profils qui donneront la possibilité aux entreprises de se situer par rapport à leur secteur d'activité et d'évaluer de façon plus objective leur retard ou avancée.

### La prochaine étape de la transformation numérique des entreprises : entraîner aussi les Cols bleus, pas seulement les cadres

	 <b>Ouvriers</b> (21% des salariés)	 <b>Cadres</b> (20% des salariés)
Moins équipés	51%	Internet sur le lieu de travail 100%
Plus éloignés	40%	Vivent une révolution numérique 60%
Plus critiques	66%	Impact positif pour l'entreprise 81%
	55%	Impact positif pour eux-mêmes 77%
Le changement n'est pas descendu jusqu'à eux...	34%	Développement de nouvelles façons de travailler avec le numérique 61% (1 <sup>er</sup> cité)
	53%	Plus productif 68%
	42%	Sentiment de bien-être au travail 58%
Mais autant touchés que les cadres	46%	Plus stressé 47%
	47%	Je fais plus de choses, mais moins bien 51%
	57%	L'organisation est plus complexe 65%
	57%	On ne sait plus qui décide 51%
	69%	Satisfaction lieu de travail 80%

L'infographie du Baromètre Digital Workplace 2016 est disponible sur : [www.ifop.com](http://www.ifop.com)

Rapport complet disponible sur demande : <http://www.julhiet-sterwen.com/contact/>

\* \* \*

À propos de Julhiet Sterwen – [www.julhiet-sterwen.com](http://www.julhiet-sterwen.com) - @julhietsterwen



*Julhiet sterwen est un cabinet de conseil en organisation & management, issu de la fusion début 2015 entre les Groupes Bernard Julhiet et SterWen.*

*Julhiet sterwen est le premier acteur du conseil résolument positionné business & people, fondé sur la conviction que les transformations réussissent grâce à l'action simultanée de stratégies et d'organisations efficaces et de l'énergie individuelle et collective.*

*Julhiet sterwen, ce sont plus de 300 collaborateurs sur 6 implantations en France et en Europe, un chiffre d'affaires 2015 de 43 millions d'euros, des missions dans 31 pays, partageant la même vision, la même obsession de l'innovation et de la satisfaction client, les mêmes valeurs de partage et d'engagement avec l'excellence comme standard.*

*Julhiet sterwen est labellisé BPI Excellence par BPIFrance et membre de France Fintech.*

## **À propos de Ifop – [www.ifop.com](http://www.ifop.com) - @IfopMediaNum**

Précurseur sur le marché des sondages d'opinion et des études marketing depuis plus de 75 ans, l'Ifop est aujourd'hui l'un des leaders de son secteur. Structuré autour de 7 expertises (*Opinion & Stratégies d'entreprise, Consumer & Retail, Beauty & Wellbeing, Services, Médias & Numérique, Santé et Luxe*), l'Ifop crée de la valeur pour ses clients en sécurisant la qualité de l'information recueillie et en lui donnant du sens et de la perspective. Il les accompagne dans la définition et le pilotage de leur stratégie d'entreprise en leur fournissant une vision opérationnelle et prospective qui leur permet d'anticiper les mutations sociétales et les tendances des marchés. C'est aussi dans cet esprit pionnier que l'Ifop développe des expertises transversales avec son entité InCapsule by Ifop ou encore le département Relation Client, Grandes Enquêtes et Panels.

Entreprise proche de ses clients, l'Ifop intervient dans une cinquantaine de pays à travers le monde, à partir de ses implantations à Paris & en Asie. Il réalise aujourd'hui un chiffre d'affaires de 35 millions d'euros et emploie plus de 180 collaborateurs.

Pour plus d'informations : [www.ifop.com](http://www.ifop.com) - [@IfopMediaNum](https://twitter.com/IfopMediaNum)

### **Contact Presse :**

Ifop – Olivia AUGIS – Chargée de communication – [olivia.augis@ifop.com](mailto:olivia.augis@ifop.com)

