

Le Trust Barometer Edelman révèle que, pour la première fois, « mon employeur » arrive en tête des institutions les plus dignes de confiance

En parallèle, un décrochage inédit dans les niveaux de confiance entre les élites et le grand public face à l'avenir

21 janvier 2019 – NEW YORK

Un phénomène nouveau : l'émergence de « mon employeur » comme figure digne de confiance

Le Trust Barometer 2019 d'Edelman révèle une évolution majeure de l'état de la confiance dans le monde marquée par l'émergence de l'institution « mon employeur » désormais reconnue comme l'institution la plus digne de confiance. En effet dans l'ensemble, « mon employeur » a été jugé considérablement plus digne de confiance (75 %) que les ONG (57 %), les entreprises (56 %), les pouvoirs publics (48 %) et les médias (47 %). On fait donc plus confiance à son employeur qu'aux entreprises en général.

« On observe sur la dernière décennie une perte de confiance dans les personnalités et institutions traditionnellement dépositaires de l'autorité » remarque Richard Edelman, Président-Directeur Général d'Edelman. *« Plus récemment, les individus ont perdu confiance dans les plates-formes sociales qui favorisaient la confiance entre pairs. Pris entre ces deux feux, les individus ont reporté leur confiance sur les relations sur lesquelles ils peuvent exercer un contrôle, et plus particulièrement sur leur employeur. »*

Un écart sans précédent dans les niveaux de confiance entre les élites et le grand public

Ce retour à une confiance plus ciblée s'inscrit dans un contexte d'un retour à un écart record (16 points) entre le public averti - ou élites - (65 %) et le grand public (49 %).

Cette dichotomie s'explique par des pics de records de confiance parmi les élites sur les marchés développés, tandis que le niveau de confiance du grand public reste relativement stable.

Cet écart de confiance entre élites et grand public est considérable dans les pays développés (Royaume-Uni – 24 points ; Canada – 20 points ; France – 18 points ; États-Unis – 13 points), et s'étend désormais aux pays en développement (Inde – 17 points ; Chine – 12 points).

Par ailleurs, on observe aussi que **les femmes ont une confiance moindre dans les entreprises** : l'écart entre les genres atteint ainsi un niveau à deux chiffres dans plusieurs pays développés, comme l'Allemagne (12 points) et les États-Unis (11 points).

Un pessimisme croissant face à l'avenir

Le baromètre montre que, seule 1 personne sur 3 issue du grand public de pays développés, estime que sa famille connaîtra une amélioration de sa situation au cours des cinq prochaines années. Toujours parmi le grand public, ils ne sont qu'1 sur 5 à juger que le système fonctionne, 70 % appelant un changement. **La crainte de perdre son travail** demeure élevée pour les individus issus du grand public, qui sont 2,5 fois plus nombreux à penser que **l'innovation et les technologies vont trop vite**, plutôt que trop lentement.

« Les divergences de niveaux de confiance dans l'avenir entre le grand public et les élites sont symptomatiques d'une dégradation sous-jacente qui continue de miner la structure de la société » estime Stephen Kehoe, Président des activités Réputation d'Edelman. *« Si tout le monde ne descend pas dans la rue, les données permettent de comprendre pourquoi des mouvements comme les « Gilet Jaunes » en France, les marches des femmes en Inde et les grèves de salariés chez plusieurs grands constructeurs de technologie pourraient faire effet boule de neige. »*

Cette crainte a engendré un désir de changement et une demande d'informations factuelles entraînant une augmentation sans précédent de la consommation de médias et du partage des actualités qui bondissent de 22 points pour s'établir à 72 %.

La confiance dans les médias traditionnels (65 %) et dans les moteurs de recherche (65 %) se situe aujourd'hui à un niveau historique jamais enregistré, une hausse alimentée par des progressions importantes dans les pays développés. À l'inverse, la confiance dans les médias sociaux (43 %) demeure faible, en particulier dans plusieurs régions développées où l'on observe **des écarts de confiance considérables entre la confiance accordée aux médias traditionnels et celle placée dans les médias sociaux** (écart de 31 points aux États-Unis et au Canada ; écart de 26 points en Europe).

Les chefs d'entreprise sont attendus pour conduire le changement attendu

Plus des trois quarts (76 %) des personnes interrogées déclarent qu'elles souhaitent que leur PDG prenne l'initiative du changement, plutôt que d'attendre que le gouvernement ne l'impose. Et 73 % estiment que les entreprises peuvent mettre en place des mesures pour améliorer à la fois leur rentabilité et les conditions économiques et sociales où elles opèrent. Les salariés s'attendent à ce que des employeurs se joignent activement à eux pour défendre les causes sociales (67 %). Les entreprises qui le font sont récompensées par un engagement plus important (83 %), plus de mobilisation (78 %) et de loyauté (74 %) de la part de leurs employés.

« On assiste à **l'émergence d'un nouveau contrat entre le salarié et l'employeur, que nous appelons la Confiance au travail** » déclare Richard Edelman. « Ce contrat s'appuie sur la mise en œuvre par les entreprises de quatre chantiers spécifiques : Conduite du changement, définir un projet ambitieux suscitant l'adhésion des salariés militants et en faire un objectif clé de l'entreprise ; Mobilisation des salariés, informer directement les salariés des questions d'actualité et leur donner la parole sur les canaux de l'entreprise ; Ancrage local, exercer un impact positif sur les communautés au sein desquelles l'entreprise est présente ; et Leadership du chef d'entreprise, prendre position directement sur les questions d'actualité. Les entreprises intelligentes sont celles qui répondront à l'appel visant à construire la confiance de l'intérieur avec les salariés comme point central ».

Parmi les autres conclusions clés du Trust Barometer Edelman 2019 figurent :

- Hausse de la confiance dans 12 des 15 secteurs, au sein desquels la Technologie (78 %) qui conserve la tête, suivie de la Construction (70 %) et l'Automobile (70 %), qui affiche la plus forte progression avec 7 points. Les services financiers (+ 2 points à 57 %) restent le parent pauvre de la confiance.
- Les entreprises établies en Suisse (71 %), Allemagne (71 %), Canada (70 %) et Japon (69 %) inspirent le plus confiance. À l'inverse, le Mexique (36 %), l'Inde (40 %), le Brésil (40 %) et la Chine (41 %) sont en queue de peloton de la confiance.
- Plus de femmes (+22 points) que d'hommes (+20 points) au sein des élites sont devenues des relais d'informations au cours de l'année écoulée.
- 71 % des salariés estiment cruciale la capacité de leur entreprise et dirigeants à répondre aux défis de ces temps difficiles.

À propos d'Edelman

Edelman est une agence de communication indépendante internationale qui accompagne les entreprises et les organisations, reconnues et émergentes, dans leur évolution, leur promotion et la protection de leurs marques et de leur réputation. À partir de plus de 60 bureaux répartis à travers le monde, nos 6 000 talents mobilisent leurs compétences en analyse, planification, création et relations médias pour les marques, les réputations, le digital et le conseil. Récompensée à de nombreuses reprises, Edelman a notamment reçu le Grand Prix Cannes Lions des RP, a été désignée « Agence mondiale digitale de l'année 2018 » par le Holmes Report, a été citée parmi les « Agences de publicité à suivre en 2018 » d'Advertising Age et a figuré cinq fois parmi les « Best Places to Work » de Glassdoor. Depuis sa création en 1952, Edelman est restée une entreprise familiale. Le groupe possède des agences spécialisées comme Edelman Intelligence (recherche) et United Entertainment Group (divertissement, sport, événementiel).



Contacts presse

Ethel Bachellerie / Ethel.Bachellerie@yahoo.fr – 06 62 79 19 21

Pauline Persyn / Pauline.Persyn@elanedelman.com – 06 20 43 84 67

Patrick Chastel / Patrick.Chastel@elanedelman.com – 06 27 85 39 91