

encore envers les services RH au sein de leur entreprise : 48% en ont une bonne opinion (notamment auprès des secteurs du commerce et des services : 74% et 61% de bonne opinion), quand 52% expriment une mauvaise opinion (dont 14% « très mauvaise opinion »).

- Ce regard mitigé à l'égard des services RH s'explique sans doute par la **difficulté qu'ont les cadres à identifier l'utilité de ces services** : les RH sont certes jugées utiles par une majorité de répondants pour certaines fonctions « classiques », telles que recruter de nouveaux salariés (73% utiles), accomplir des démarches administratives (61%) et assurer la formation des salariés (55%). Mais seule une minorité de cadres attribue aux RH une utilité pour informer les salariés sur l'actualité interne (40%) ou leur faire découvrir de nouveaux modes de travail (29%). **Au final, les cadres sont très partagés sur l'apport économique des services RH à leur structure** : 36% estiment qu'ils font gagner de l'argent à leur entreprise, 33% qu'ils lui font en perdre, quand 30% n'identifient aucun impact économique.
- Et si les cadres ont du mal à identifier les missions de leurs RH, cela est probablement lié à la faible fréquence de contact avec ces services : **seule la moitié (50%) des cadres de grandes entreprises déclare avoir plusieurs échanges par an avec leurs RH**, quand 11% affirment n'avoir de contact qu'une fois par an et 38% encore moins souvent. La fréquence de contact est toutefois plus élevée parmi les cadres supérieurs (64% plus d'une fois par an). Plus précisément, **le motif le plus fréquent de contact avec les RH est la recherche d'informations administratives ou juridiques** (51%), devant la mobilité interne (31%), la demande de formations (27%) et l'évaluation annuelle (24%). Aucun autre motif n'est cité par plus de 15% des cadres.
- Dans un contexte plus global, 80% des cadres ont le sentiment que les outils digitaux prennent une part de plus en plus importante dans leur environnement de travail. Mais **aux yeux des cadres, les services RH ne constituent pas un support efficace pour appréhender ce phénomène de digitalisation**. Ainsi, 67% des cadres ont le sentiment que leurs RH ne les aident pas à s'adapter aux évolutions digitales dans leurs univers professionnels, dont 26% ont même le sentiment que ce n'est « pas du tout » le cas. Plus concrètement, les cadres des grandes entreprises ont même le sentiment qu'avec le développement des outils digitaux, leurs contacts avec les RH sont devenus plutôt plus rares (38%) que plus fréquents (15%), même si une majorité relative estime surtout que cela n'a pas eu d'impact particulier.

- De façon transversale, **les jeunes (moins de 30 ans) portent certes un regard légèrement plus bienveillant que la moyenne** à l'égard des services RH, mais leurs aînés (30-60 ans) se montrent systématiquement plus critiques. **Les cadres d'entreprises publiques se démarquent également** par leur plus forte demande d'informations administratives auprès de leurs RH (64%, contre 51% en moyenne) et par leur sentiment que les contacts avec ces services se font de plus en plus rares avec la digitalisation (51%, contre 38% en moyenne).

*_**

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée d'éléments techniques tels que : la méthode d'enquête, les dates de réalisation, le nom de l'institut – Harris Interactive –, la taille de l'échantillon.

A propos de Harris Interactive

Harris Interactive France est un acteur historique du marché des études.

Dirigé par ses fondateurs Nathalie Perrio-Combeaux et Patrick Van Bloeme, l'institut propose des approches innovantes, qualitatives et quantitatives, en France comme à l'international.

Harris Interactive repense le marché en alliant innovation technologique et accompagnement d'experts au-delà des études. Pour aider ses clients à prendre les meilleures décisions, avec un temps d'avance. Depuis juillet 2014, Harris Interactive Europe (regroupant Harris Interactive France, Allemagne et UK) a rejoint ITWP permettant ainsi à ce groupe international d'étendre sa présence dans la filière études.

Suivez l'actualité de Harris Interactive France sur www.harrisinteractive.fr, [Facebook](#), [Twitter](#) et [LinkedIn](#).

Contacts :

Harris Interactive en France :

39 rue Crozatier - 75012 Paris

Laurence Lavernhe – Directrice Marketing & Communication - Tel: 01 44 87 60 94 - 01 44 87 60 30 -

llavernhe@harrisinteractive.fr