

# La marque employeur prend le visage des salariés

**Étude réalisée pour :**

**L'Atelier BNP Paribas**

**Échantillon**

Échantillon de **1002 personnes**, représentatif de la population des cadres des entreprises françaises âgés de 18 ans et plus.

La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, secteur d'activité, région) après stratification par région.

**Mode de recueil**

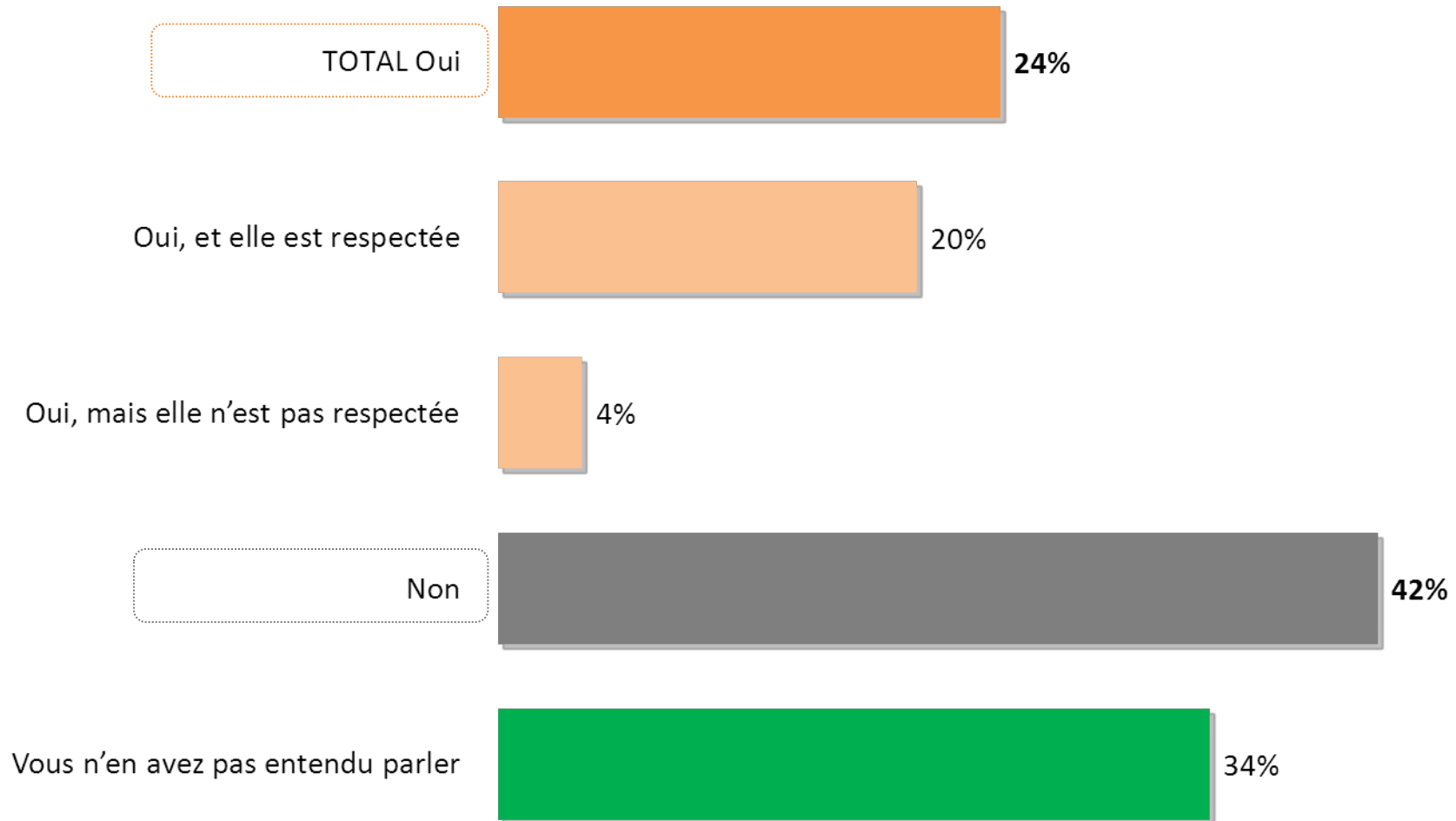
Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI – Computer Assisted Web Interviewing).

**Dates de terrain**

Du 29 février au 6 mars 2012

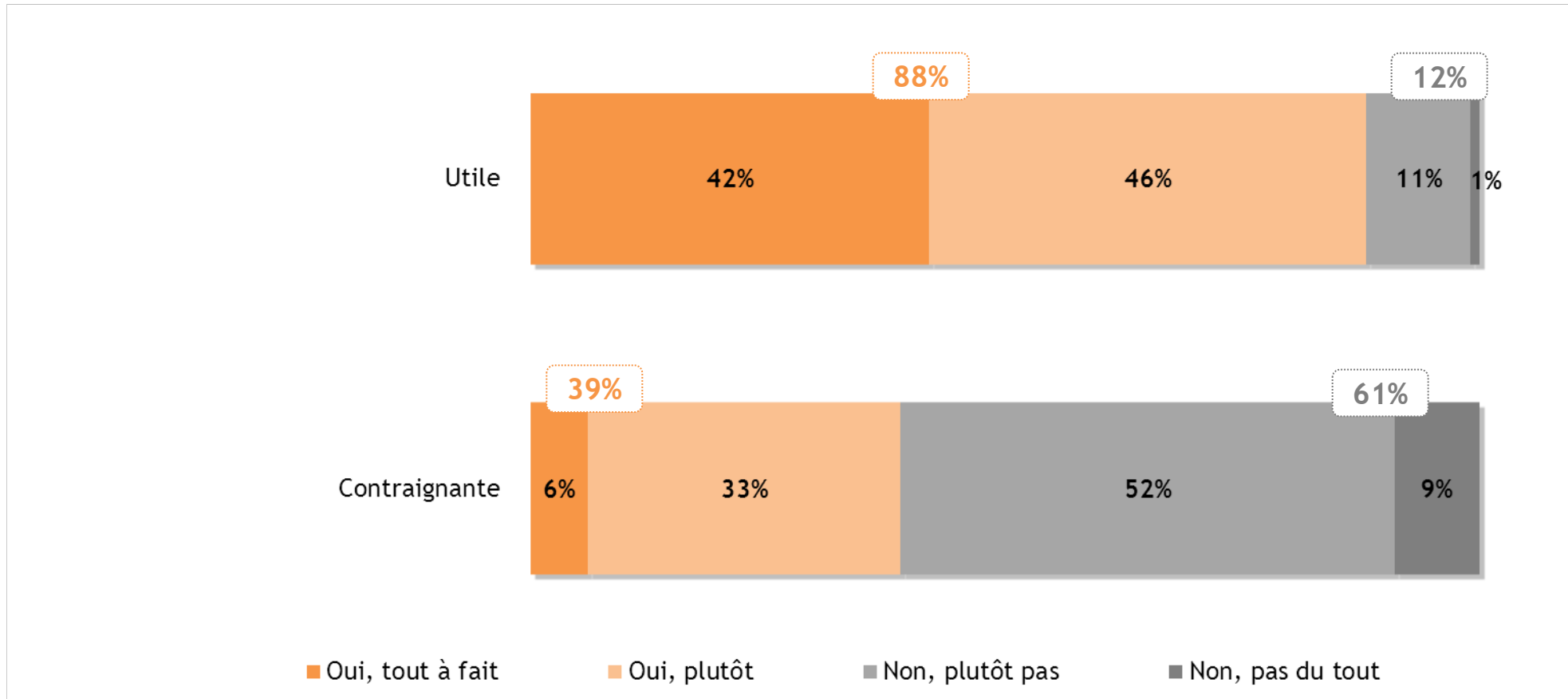
# La mise en place d'une charte du bon usage des réseaux sociaux en entreprise

**Question** : Est-ce que votre entreprise a mis en place une charte du bon usage des réseaux sociaux, destinée à encadrer les prises de parole de ses salariés ?



# L'utilité perçue d'une charte du bon usage des réseaux sociaux en entreprise

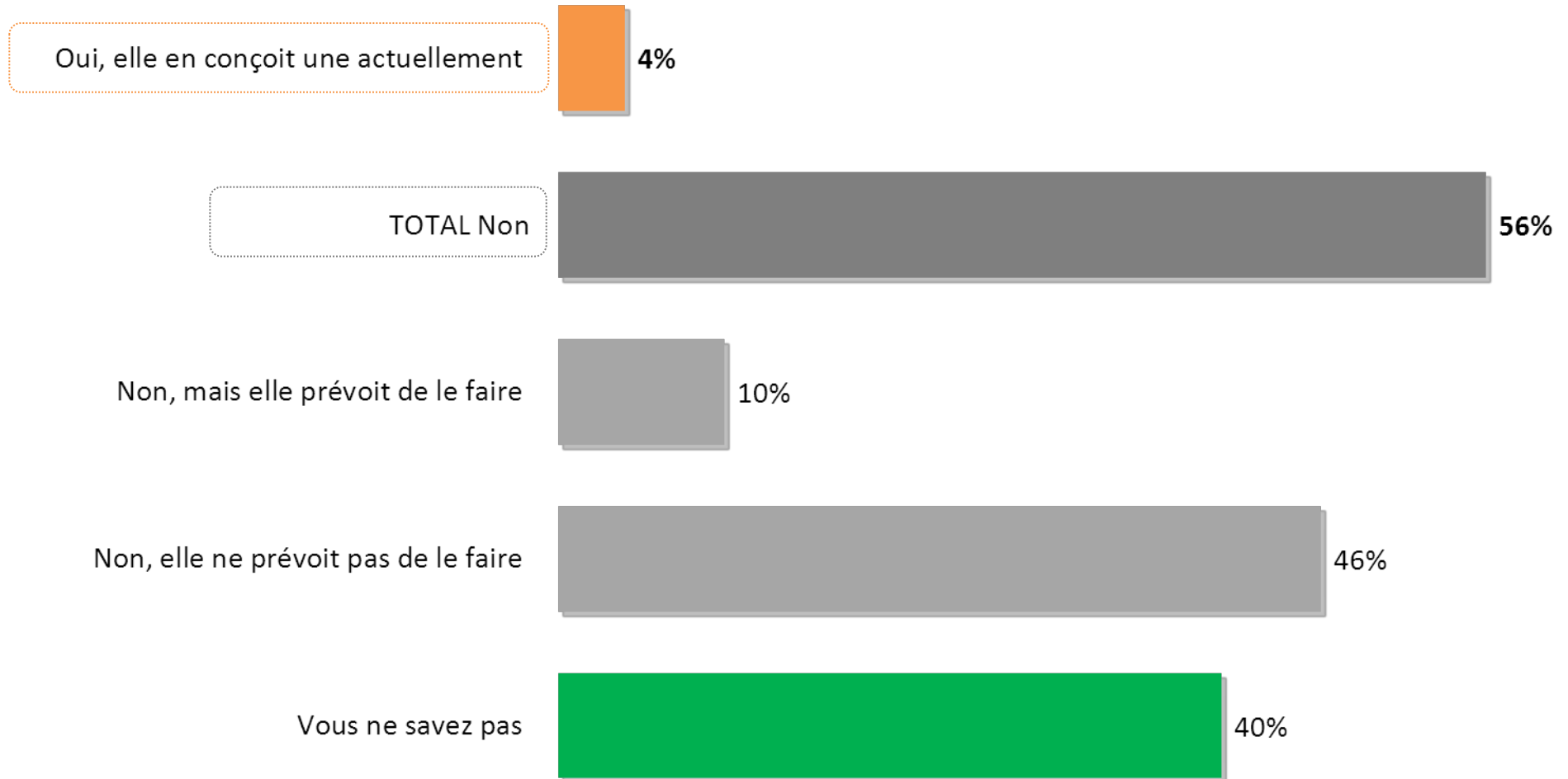
**Question** : A propos de cette charte du bon usage des réseaux sociaux, diriez-vous qu'elle est... ?



**Base** : question posée uniquement aux cadres dont l'entreprise a mis en place une charte du bon usage des réseaux sociaux, soit 24% de l'échantillon.

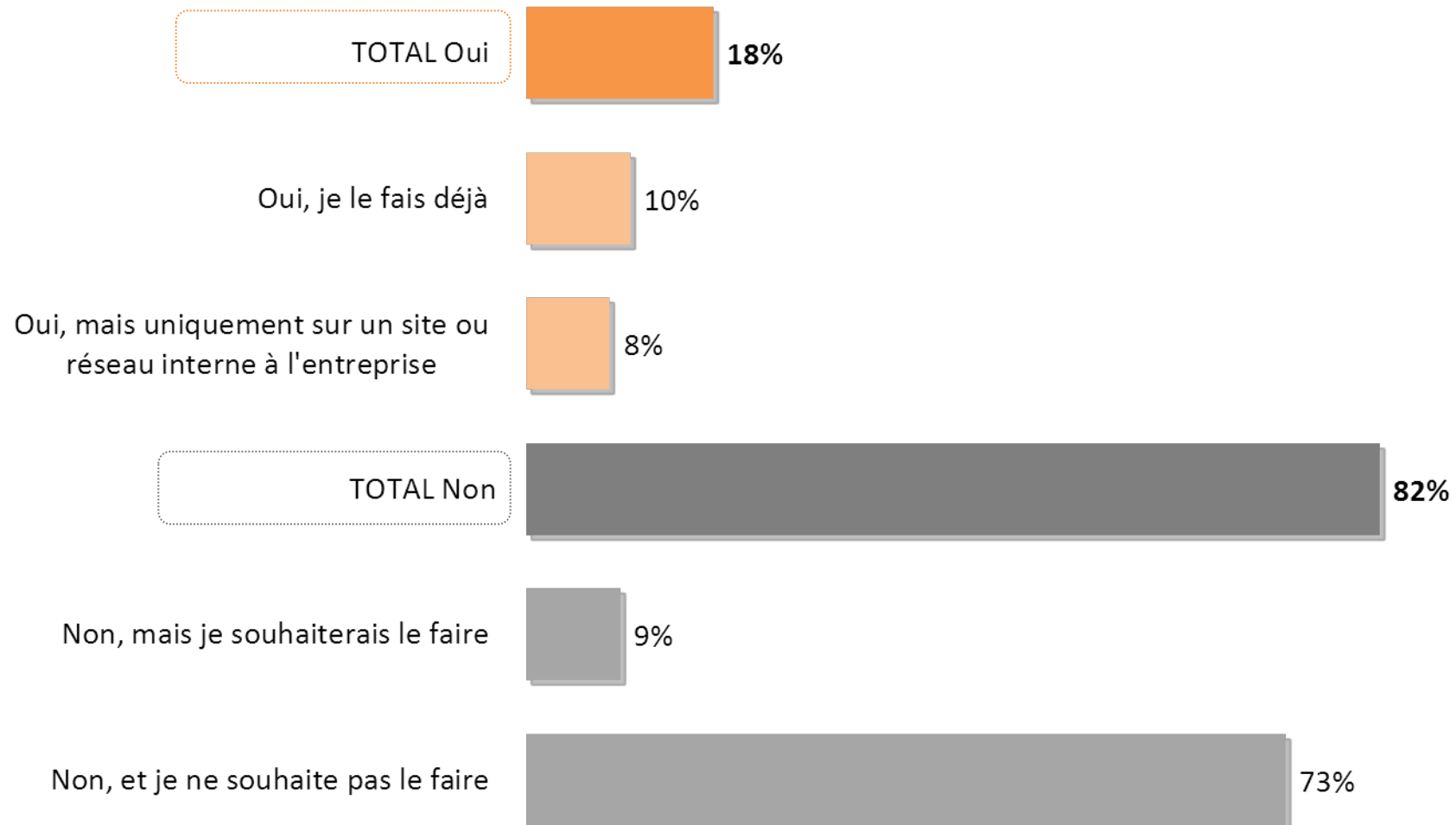
# La prévision d'instauration d'une charte du bon usage des réseaux sociaux chez les entreprises non pourvues

**Question** : D'après ce que vous savez, votre entreprise prévoit-elle la mise en place d'une charte du bon usage des réseaux sociaux ?



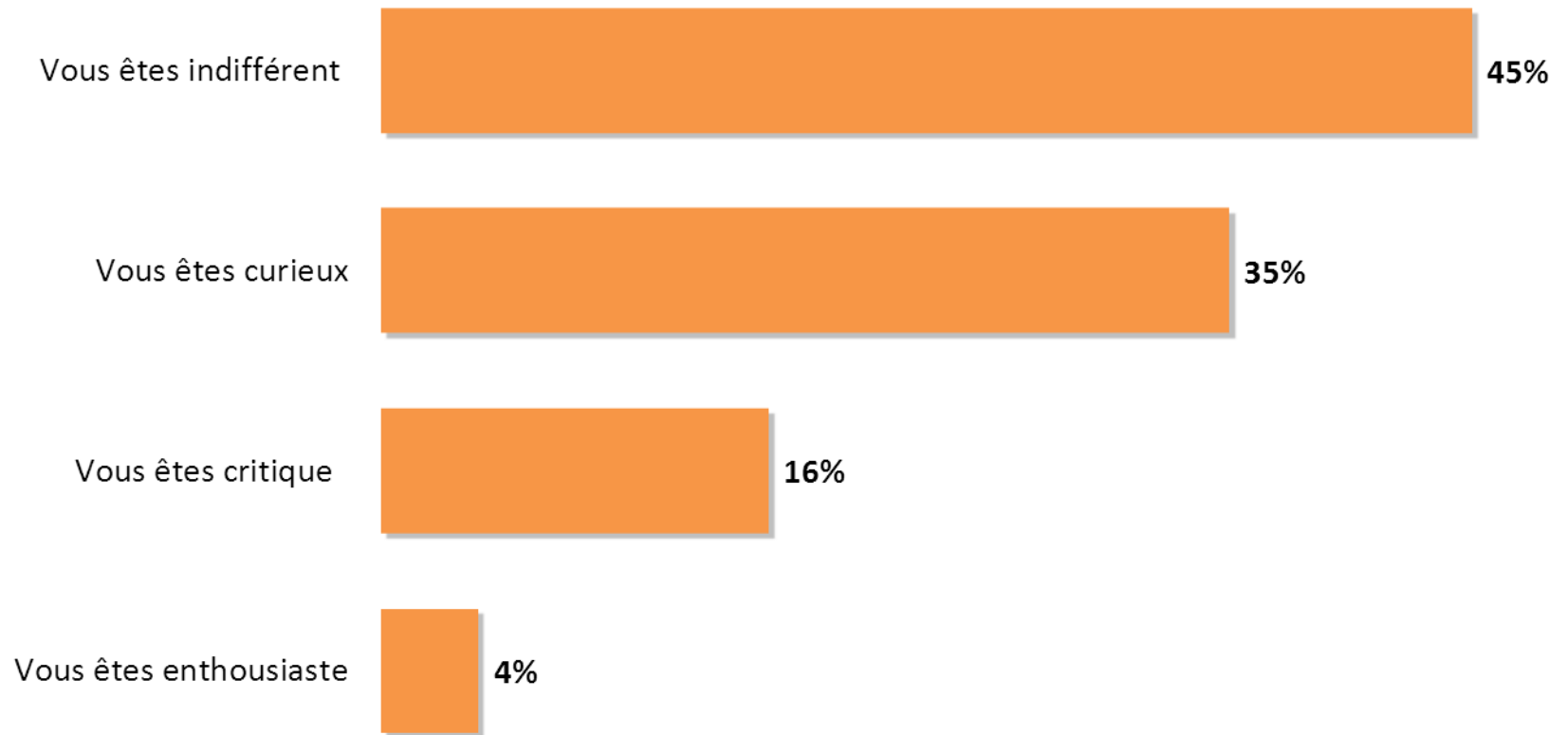
**Base** : question posée uniquement aux cadres dont l'entreprise n'a pas mis en place de charte du bon usage des réseaux sociaux, soit 42% de l'échantillon

**Question :** Vous personnellement, parlez-vous de votre entreprise ou de votre métier sur les réseaux sociaux ?



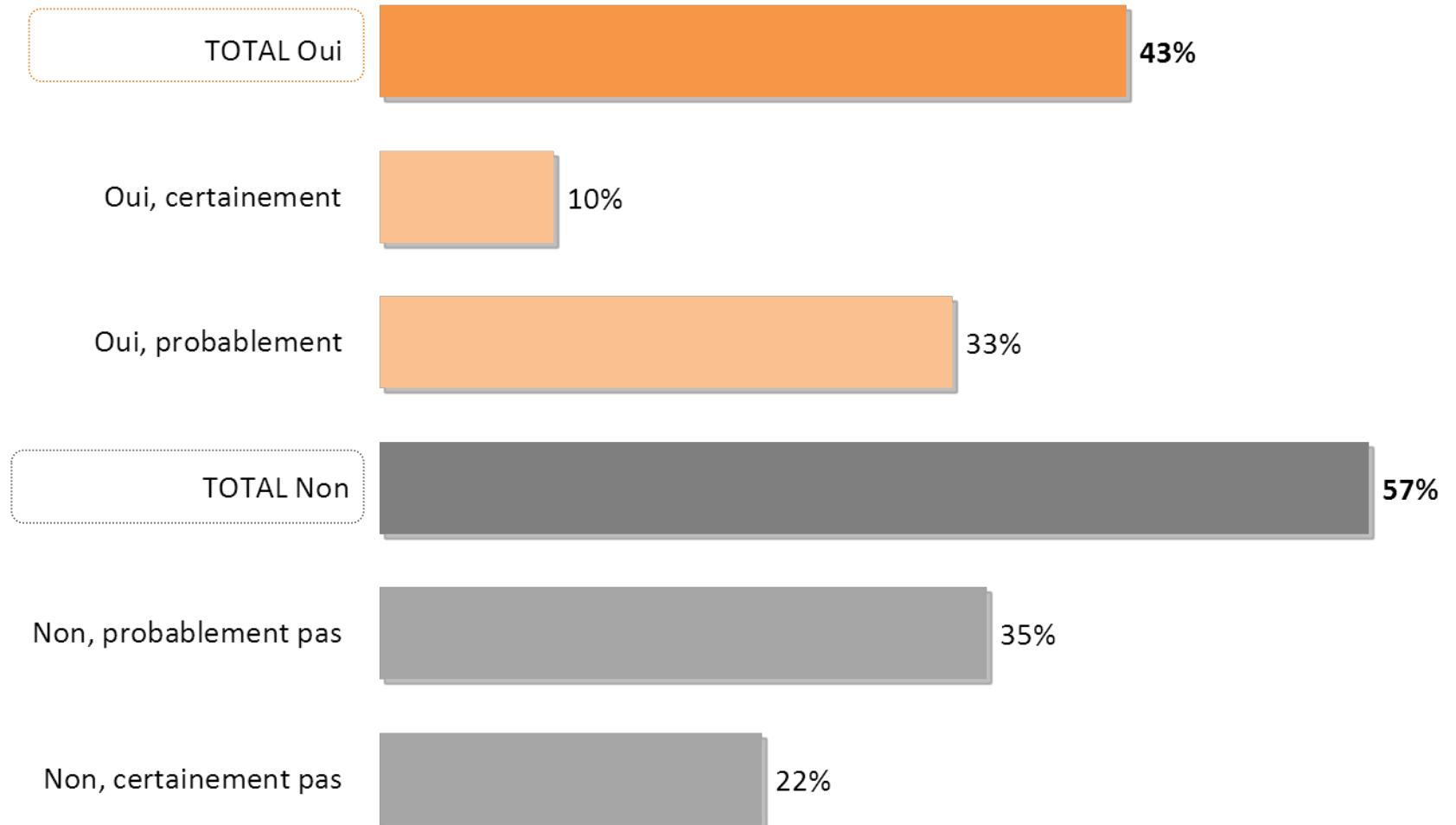
## L'attitude adoptée lorsqu'un contact évoque son métier sur un réseau social

**Question** : Lorsque l'un de vos contacts évoque son métier ou son entreprise sur son compte personnel sur un réseau social, quelle attitude se rapproche le plus de la vôtre ?



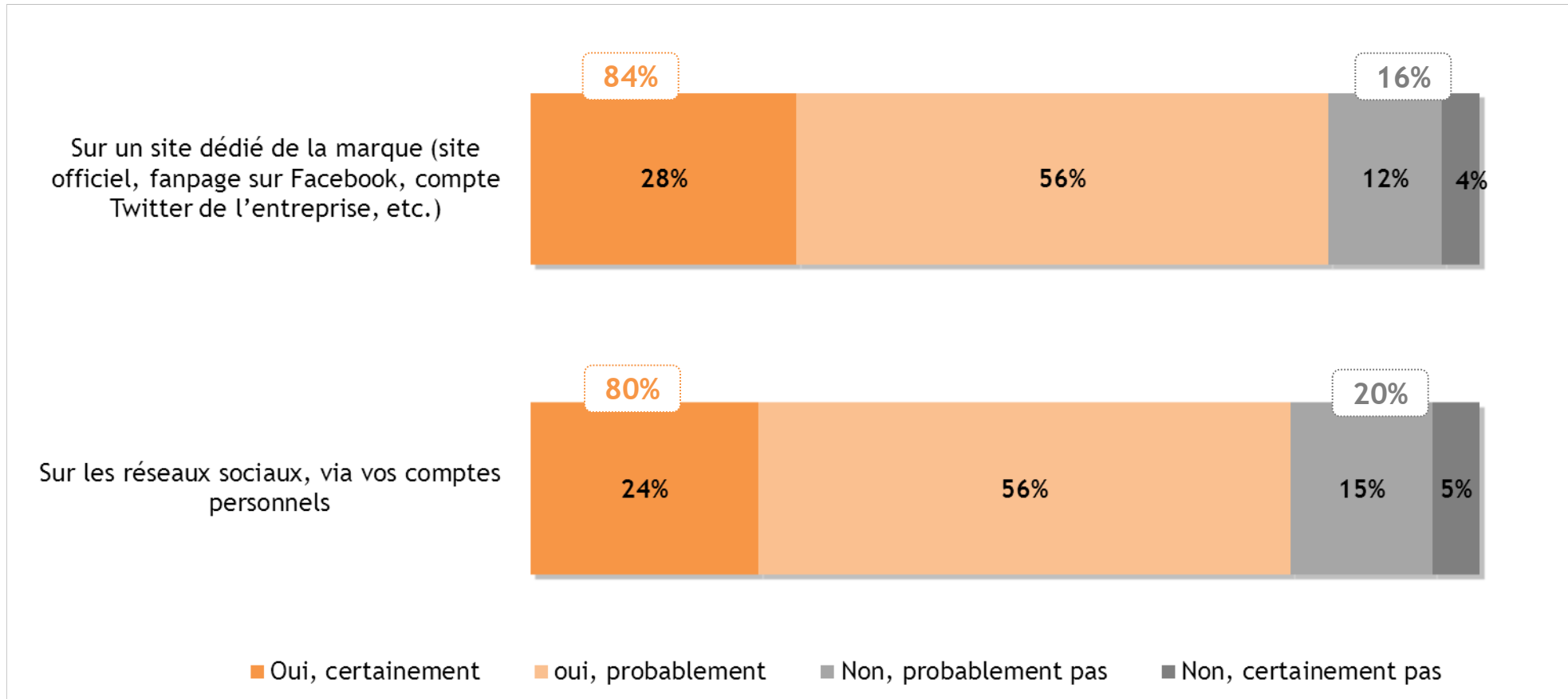
# La propension à s'exprimer en son nom pour défendre son entreprise sur un réseau social

**Question** : Si votre entreprise ou l'un de ses services étaient attaqués ou critiqués sur les réseaux sociaux, seriez-vous prêt à vous exprimer en votre nom sur le sujet ?





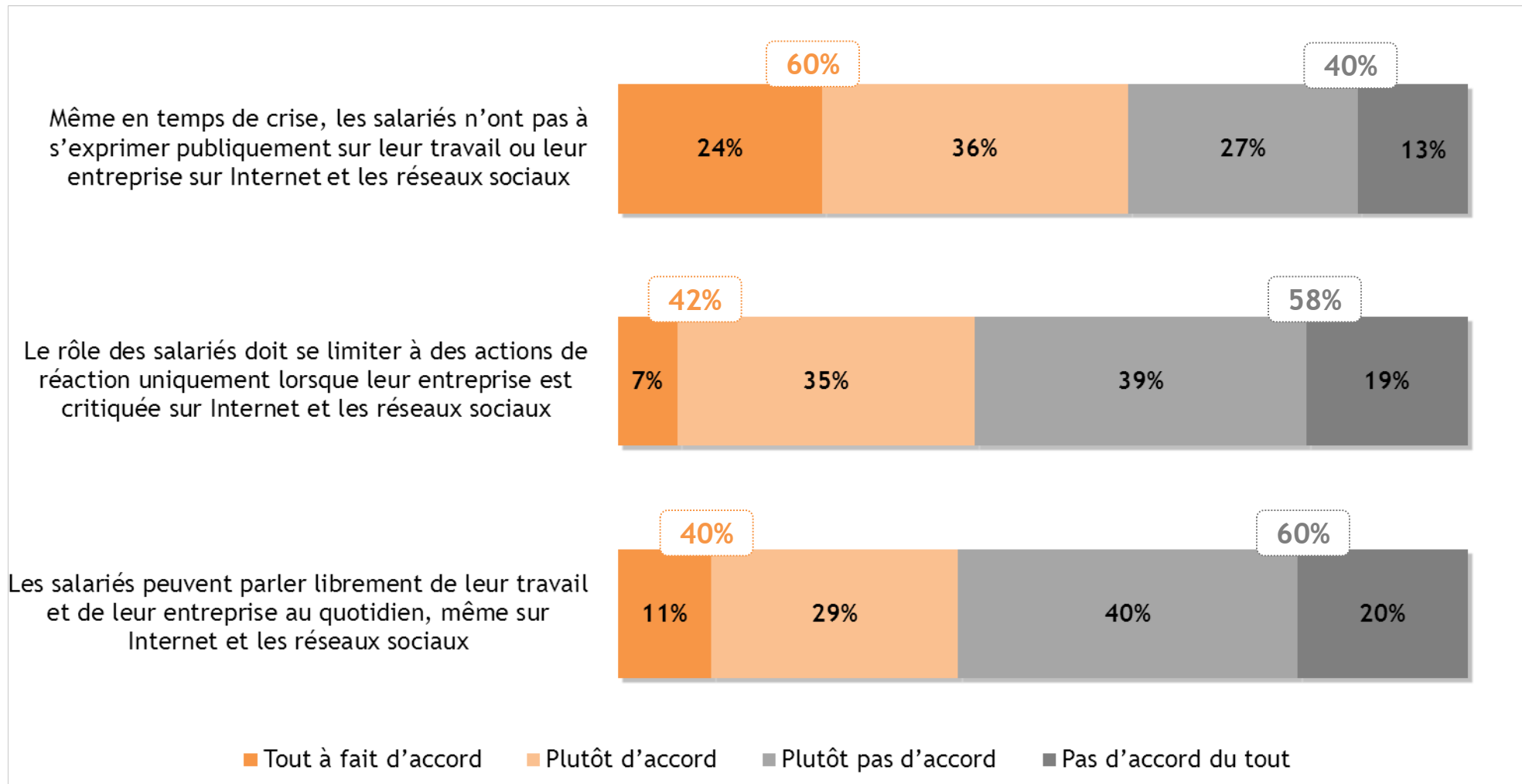
**Question** : Et seriez-vous prêt à prendre la défense de votre entreprise...?



**Base** : question posée uniquement aux cadres dont l'entreprise serait attaquée ou critiquée sur les réseaux sociaux et qui seraient prêts à s'exprimer en leur nom sur le sujet, soit 43% de l'échantillon

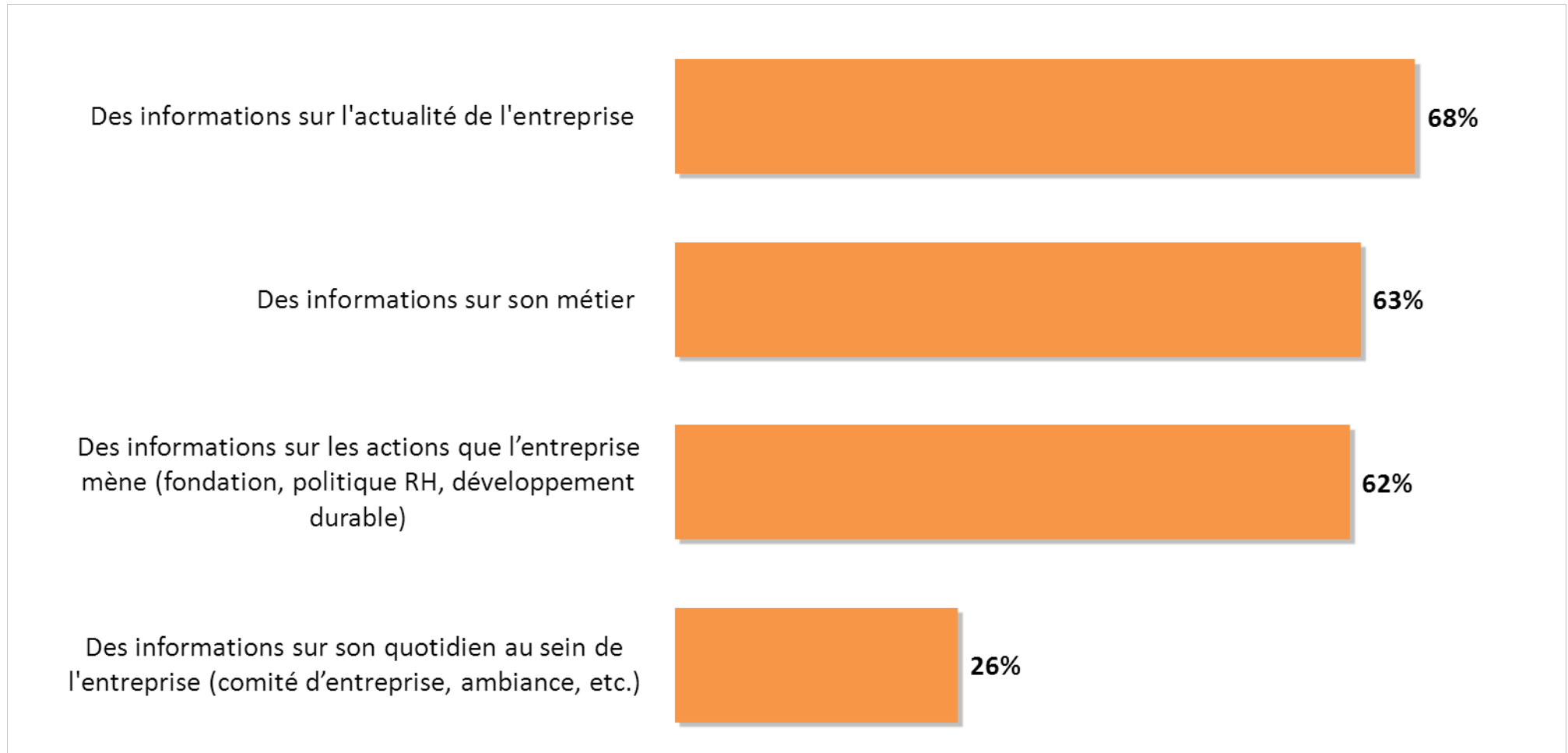
# L'opinion à l'égard de l'expression des salariés sur Internet et les réseaux sociaux

**Question** : Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?



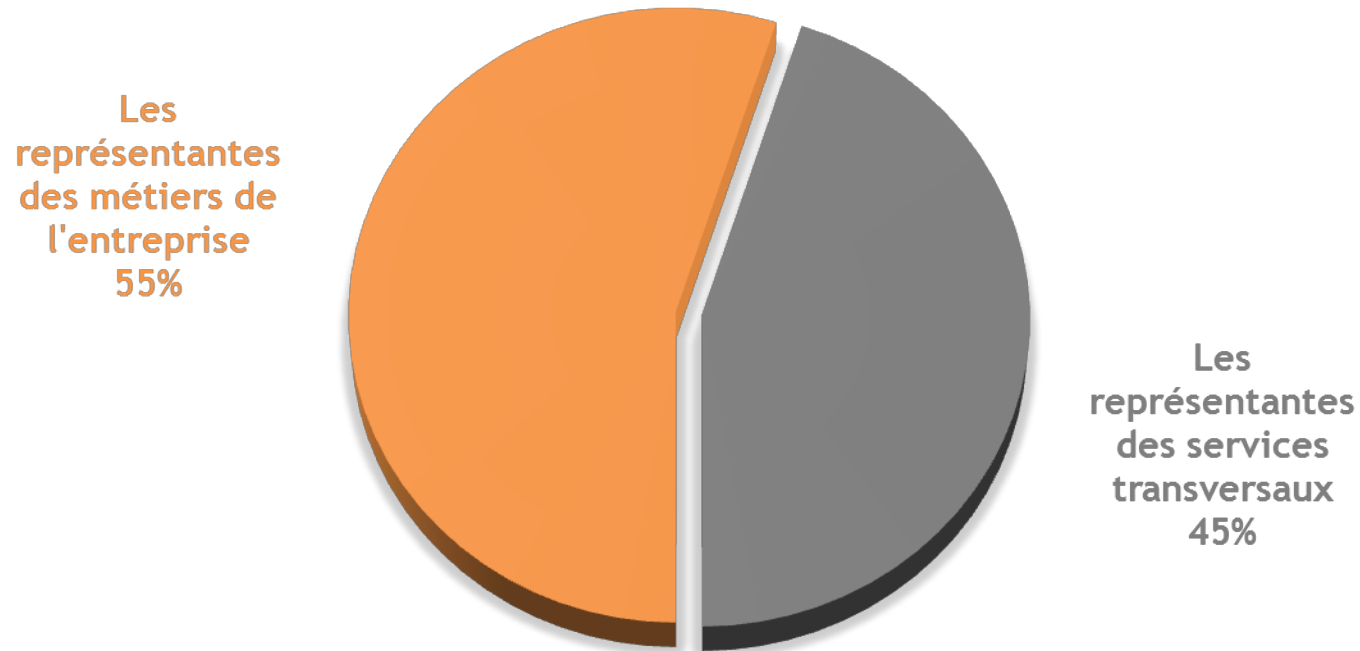
## Le type d'information que l'entreprise doit diffuser sur les réseaux sociaux

**Question :** Selon vous, de quel type d'information l'entreprise doit-elle encourager la diffusion sur les réseaux sociaux ?



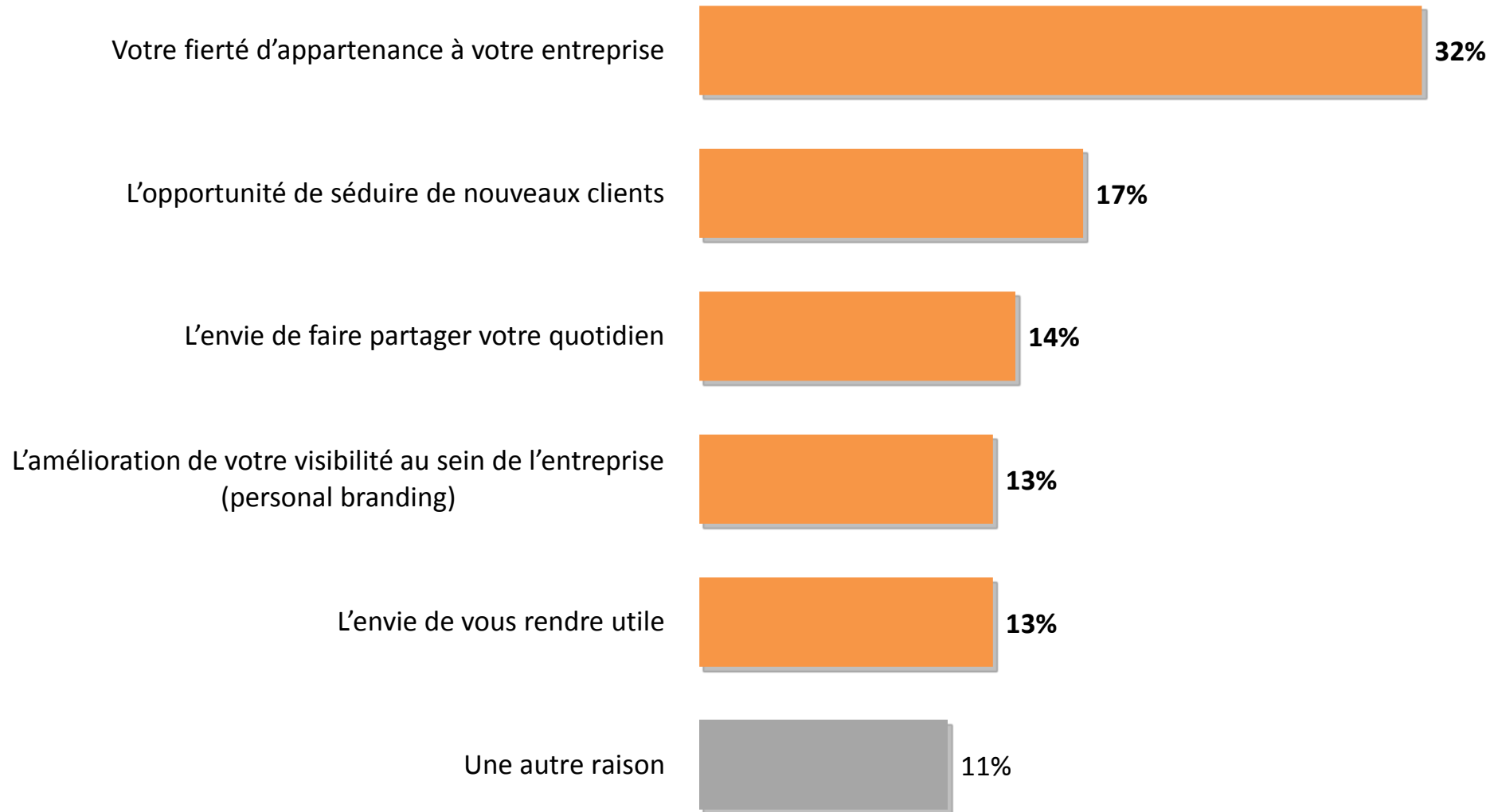
## Les personnes jugées les plus légitimes pour s'exprimer au nom de l'entreprise sur Internet

**Question** : Selon vous, les personnes qui s'expriment au nom d'une entreprise ou d'une marque sur les réseaux sociaux doivent-elles être les représentantes des métiers de l'entreprise ou les représentantes des services transversaux comme la communication ?



## Le principal motif d'encouragement pour s'exprimer au nom de l'entreprise

**Question : Qu'est-ce qui pourrait principalement vous encourager à vous exprimer publiquement en faveur de votre entreprise ?**



L'Atelier : <http://www.atelier.net>

Ifop : <http://www.ifop.com>

Contacts :

L'Atelier : Sandra Edouard Baraud, [sandra.edouardbaraud@mail.atelier.net](mailto:sandra.edouardbaraud@mail.atelier.net)

Ifop : Frédéric Micheau, [frederic.micheau@ifop.com](mailto:frederic.micheau@ifop.com)