



L'Entreprise, un lieu de motivation ou de...

La motivation, qu'est-ce que c'est ?

Nous appellerons **motivation** la force qui pousse quelqu'un à faire (ou ne pas faire) quelque chose. Ce n'est pas une caractéristique permanente chez l'individu, elle résulte d'une recherche d'adéquation entre l'intéressé et ses besoins du moment. La seule force qui pousse l'homme à faire quelque chose, c'est la recherche de la satisfaction d'un besoin.

Le besoin est le seul moteur qui mobilise.

Il est faux de parler de « motiver quelqu'un », on ne peut que créer un *environnement favorable* pour canaliser l'énergie d'autrui.

Où en est-on ?

Dans un périodique récent, nous lisons ce titre : « Pourquoi les Cadres ne veulent plus se défoncer au boulot » ? Cette interrogation semble affirmer que le syndrome touche aussi cette population. La démotivation n'est pas un phénomène inéluctable, certaines entreprises inversent le processus en prenant soin de préciser les objectifs, de définir des missions claires, de responsabiliser, de promouvoir la primauté du dynamisme sur les rentes de situation, de développer le dialogue, de pratiquer une rémunération cohérente, transparente, logique.

Si la source des interrogations est à la fois dans et hors de l'entreprise (nouvel ordre économique mondial), c'est à l'intérieur de celle-ci que réside le remède.

Certes, la crise a des effets démobilisateurs, l'État Providence assiste, la fiscalité confisque, la bureaucratie donne plus envie de se protéger que d'innover.

Mais, lutter contre ces pesanteurs est un impératif de survie. Pour restaurer le goût de la performance, il convient de promouvoir la compétence par une formation qui allie deux objectifs : **être une référence dans le métier et posséder la faculté d'entraîner une équipe.**

Renforcer la capacité d'initiative et de responsabilité personnelle donne du sens à la re-motivation. Plutôt que de se gargariser avec de beaux principes, du genre « Il n'y a d'autres richesses que d'hommes » ou « Put the people First », il est recommandé de mobiliser l'intelligence en instaurant un relationnel de proximité hors des baronnies et des castes, de mesurer le climat social, de négocier les conditions de la motivation.

Motivation



La motivation ne va pas de soi, créons les conditions pour que le climat la permette et la renforce. Nous avons cité la formation : culture générale, compréhension du monde, art de la négociation.

De plus, veillons à ce que l'entreprise vive un projet commun disposant de méthodes souples, imaginatives.

L'entreprise intelligente est une fédération de compétences et de personnalités complémentaires. C'est un projet pour toutes et tous qui donne du sens à la vie, cherchons à concevoir un modèle plus associatif, plus convivial, qui englobe la totalité du personnel et qui suscite dialogue et recherche de consensus.

Motivation perdue ? Ce requiem trop généralisé nous paraît excessif. Le travail reste une source de satisfaction pour la majorité.

Mettons l'imagination au pouvoir.

Un immense chantier nous convie toutes et tous pour que l'entreprise/environnement capte cet envie, **ce besoin** qui nous habite : **trouver, donner du sens.**

On doit à Abraham MASLOW, né le 1^{er} Avril 1908 à NEWYORK, diverses recherches relatives à la satisfaction d'un besoin. Celle-ci ne peut être réalisée que si les besoins des niveaux inférieurs ne sont pas eux-mêmes satisfaits.

Une hiérarchie s'établit ainsi entre niveaux de satisfaction, généralement représentés sous la forme d'une pyramide qui, de la base au sommet, distingue cinq niveaux de besoins :

1. A la base les **besoins physiologiques** (la faim, la soif...)
2. Ensuite les **besoins de sécurité et de protection**
3. Puis viennent les **besoins d'appartenance** qui reflètent la volonté de faire partie d'une famille, d'un groupe. Ne pas oublier l'emploi au quotidien des cinq mots magiques : BONJOUR, MERCI, PARDON, S'IL VOUS PLAÎT, AU REVOIR !
4. Ensuite arrivent les besoins d'estime de soi, la qualification accordée à la personne, le respect qui lui est dû en tous les domaines, l'acceptation de la différence...
5. Le besoin d'accomplissement correspondant au besoin de se réaliser, d'exploiter et de mettre en valeur son potentiel personnel dans tous les domaines de la vie.

Ainsi, la rémunération est le dernier stade qui permet au salarié de satisfaire son besoin de réalisation de soi. La politique de rémunération doit être cohérente avec la stratégie de l'entreprise, sinon elle risque de la desservir par la démotivation des salariés.



Ghislaine JOST-RAFFORT

Jean-Marie BOUVET

Didier OZANNE

André RAFFORT



Tél : 00 33 1 42 40 67 36 – Fax : 00 33 1 42 40 53 70

5, Boulevard de Magenta 75010 PARIS • contact@siei.fr • www.siei.fr

IMAGINER • RÉALISER • ENSEMBLE, PRÉPARONS DEMAIN

LES MOTS-CLES DE LA MOTIVATION...

liés aux 10 motifs d'engagement.

À vous de jouer...

A₁ M₃ N₁ E₁

C₃ O₁ E₁

O₁ T₁ A₁

C₃ I₁ E₁ R₁

E₁ V₄ M₃

A₁ V₄ T₁

P₃ T₁ I₁

I₁ D₂ I₁ C₃

O₁ B₃ A₁

I₁ N₁ G₂

INTEGRATION – AMBIANCE – OBLIGATION – PERFECTIONNEMENTS – EVITEMENT – CONNAISSANCE –
CARRIERE – IDENTIFICATION – AVANTAGE - CONTACTS



Tél : 00 33 1 42 40 67 36 – Fax : 00 33 1 42 40 53 70

5, Boulevard de Magenta 75010 PARIS • contact@siei.fr • www.siei.fr

IMAGINER • RÉALISER • ENSEMBLE, PRÉPARONS DEMAIN