



## **Hygiène et propreté en entreprise : un fondamental du bien-être au travail pour 98 % des salariés**

**Onet, leader de l'ingénierie et des services vient de mener une étude d'envergure avec IPSOS sur la place de la propreté dans le quotidien des salariés français. 1000 salariés de 18 à 65 ans passant minimum 60 % du temps dans leur bureau ont été interrogés à cet égard et ont révélé à quel point la propreté est fondamentale pour le bien-être et la performance au travail.**

**Marseille, le 19 novembre 2018** – La propreté est un enjeu fondamental pour les français, dans leur vie quotidienne comme dans leur vie de bureau\*. Pour autant ce sujet est peu visible dans le débat public. C'est pourquoi, Onet a décidé de mandater IPSOS pour mener une étude permettant de mesurer l'importance de la propreté pour les salariés français et son impact sur leur bien-être et leur motivation au travail.

### **Une propreté source de bien-être et levier de performance**

Les chiffres parlent d'eux même, 94 % des salariés français considèrent que l'hygiène et la propreté permettent de maintenir une bonne ambiance au bureau et 93 % se sentent plus motivés quand les espaces communs sont propres et bien rangés.

Plus encore, la propreté est un véritable levier d'efficacité pour l'entreprise. Les salariés le reconnaissent eux-mêmes : 85% d'entre eux déclarent que la propreté a un impact positif sur leur performance au travail. A l'inverse, elle peut jouer sur leur niveau de stress pour 8 salariés sur 10.

*« La propreté s'impose comme un facteur clé de bien-être individuel et collectif: elle joue un rôle crucial dans la motivation des salariés et leur efficacité au travail », commente Stéphane Point, Directeur Général Onet.*

### **Le sujet de la non propreté est source de tensions**

Mais si la propreté est un véritable facteur de bien-être et de performance; son absence est source de conflit pour un salarié sur deux selon l'étude *« Ce sont toujours les mêmes qui nettoient »* affirment certains interviewés. Cet état de fait est d'ailleurs exacerbé dans le flex office où la proportion de salariés ayant connu des conflits monte à 62%.

*« Avec l'apparition des nouveaux modes de travail (open et flex office, co-working...) et les sujets de marque employeur ou encore d'hospitality management, nos clients sont de plus en plus attentifs au bien-être de leur collaborateurs. Pour les accompagner, nous travaillons en co-conception et en amont des prestations (diagnostic occupant, circulation des flux, taux d'occupation des espaces, mobilier/revêtements) pour un nettoyage optimisé. souligne Stéphane Point, Directeur Général Onet.*

Parmi la vingtaine de lieux étudiés, les plus critiques du point de vu des salariés sont les sanitaires, le coin cuisine, la cantine, le poste de travail et le matériel informatique. Les problèmes rencontrés aux toilettes ont pour conséquence un évitement : ainsi un français sur deux a déjà évité d'y aller par manque d'hygiène ...

### **Une responsabilité de l'employeur, mais aussi des salariés**

Si la propreté est bien de la responsabilité de l'employeur pour 86% des salariés, son maintien reste néanmoins l'affaire de tous et notamment des salariés eux-mêmes selon 95% des personnes interrogées. Ainsi, la propreté fait appel au civisme de chacun : 81 % des salariés sont même



d'accords avec le fait de sanctionner les incivilités en matière d'hygiène et de propreté sur les lieux de travail.

### **Une bienveillance vis à vis des agents d'entretien**

Acteur central du maintien de la propreté, l'agent est quant à lui vu avec bienveillance. 8 salariés sur 10 relèvent la qualité de leur travail et 9/10 font tout pour leur faciliter la tâche.

Néanmoins, leurs missions ne sont pas toujours connues par les collaborateurs des entreprises dans lesquelles ils interviennent. Les salariés indiquent les croiser au bureau et échanger avec eux des banalités mais 58 % d'entre eux se disent mal informés des missions des agents, ce qui peut faire naître d'éventuelles tensions : doit-il faire la vaisselle ? Qu'est-ce qui a été conclu ? « *Il y a là un véritable vide informatif à remplir* » estime Damien Barnier d'IPSOS. « *Cette étude est très intéressante en ce qu'elle montre l'importance de la propreté mais aussi la volonté des salariés d'en savoir plus sur les agents d'entretien et leur missions.* ».

« *Ce besoin d'information montre qu'un changement des mentalités est en train de s'opérer. Chez Onet, nous menons une sensibilisation auprès de nos clients, sur le travail de jour et le travail au contact des salariés de bureau ou d'usagers dans les trains par exemple. Cela renforce le lien social des nos agents et répond au besoin d'information et de réactivité des occupants qui peuvent échanger avec nos équipes* » conclut Stéphane Point.

\* « *Les salariés et la propreté* » constitue le deuxième volet d'une étude IPSOS pour Onet sur la propreté et les Français. Les résultats du premier volet sont disponibles [au lien suivant](#).

### **A propos d'Onet**

Onet est un groupe familial français, créé il y a plus de 150 ans. Acteur international référent des métiers de l'ingénierie et des services, Onet accompagne ses clients pour un monde plus sain et plus fiable. Ses activités sont réparties en différents métiers dont l'offre diversifiée repose sur l'expertise de ses 71 000 collaborateurs : Propreté, Sécurité humaine et électronique, Logistique, Accueil, Services aéroportuaires, Services nucléaires (Onet Technologies), Intérim, recrutement et formation (Axxis Ressources).

Onet réalise ses prestations sur l'ensemble du territoire français à partir de ses 350 agences, et est présent dans 7 pays. En 2017, Onet a enregistré un chiffre d'affaires de 1,9 milliard d'euros.

Holding Reinier, dont l'actionnaire majoritaire est la famille Reinier, est la société financière qui détient les actions ONET S.A. [www.groupeonet.com](http://www.groupeonet.com)

### **À propos d'Ipsos**

Leader des études en France et expert du comportement des consommateurs, des citoyens et des salariés, Ipsos intervient dans tous les secteurs d'activités. Nos experts accompagnent annonceurs, décideurs et institutions dans leurs stratégies marketing, leurs problématiques RH, leur positionnement de communication et leurs enjeux d'opinion depuis 1975. Chez Ipsos, nous sommes passionnément curieux des individus, des marchés, des marques et de la société. Nous aidons nos clients à naviguer plus vite et plus aisément dans un monde en profonde mutation. Nous leur apportons l'inspiration nécessaire à la prise de décisions stratégiques. Nous sommes Game Changers. Toute l'actualité Ipsos : [www.ipsos.fr](http://www.ipsos.fr)

### **Contact presse :**

Julie Busson – 01 44 18 73 23 – [juliebusson@little-wing.fr](mailto:juliebusson@little-wing.fr)