

# Employeurs, êtes-vous bien notés par vos salariés ?

**Daniel Pélissier** – IUT de Rodez

**Jérôme Bousquié** – IUT de Rodez

**Laurent Wehrlé** – IUT de Rodez

*La publication d'avis de salariés anonymes transforme l'attractivité employeur et porte des enjeux scientifiques et opérationnels. Cet article présente une étude des caractéristiques de la note employeur. En s'appuyant sur un corpus de 118 602 avis pour 429 entreprises françaises de plus de 500 salariés, les auteurs démontrent une modélisation de la répartition. Ils proposent alors quelques repères de suivi de ce nouvel outil de gestion.*

**L**a tendance à l'évaluation de nombreuses situations de la vie quotidienne s'est généralisée et l'action de juger est devenue un phénomène de société et une condition de fonctionnement des marchés (Karpik, 2007) en permettant de classer des biens et services aux contours imprécis.

Dans le domaine de l'emploi, la communication de recrutement est centrale pour l'attractivité des organisations. Dans ce cadre, le développement de plateformes d'avis de salariés a débuté vers 2008 aux États-Unis avec l'apparition de Glassdoor qui couronne une lente évolution de ce type d'usages depuis la fin des années 1990. Glassdoor, ce Tripadvisor de l'emploi, a connu rapidement le succès et le nombre d'avis se multiplie rapidement.

Le lien avec la logique de marque employeur apparaît de prime abord et à plusieurs niveaux. Les avis de salariés peuvent être intégrés à des politiques d'attractivité et de marque employeur comme un outil com-

plémentaire de valorisation de la marque. De plus, ces nouvelles données contribuent à la construction identitaire de l'organisation. Dans cette perspective, ces avis proposent une information de nature différente de celles généralement évoquées par la marque employeur plus centrée sur les discours institutionnels.

La note employeur est parfois mais rarement réemployée sur les sites web des entreprises (Pélissier, 2020) qui préfèrent les témoignages, mieux contrôlés, ou les labels associés à la marque employeur. Il est en effet difficile, pour un employeur de situer cette note. Avec une échelle de 1 à 5, la moyenne se situe à 3 mais ce repère évident ne suffira pas pour estimer la satisfaction globale d'un ensemble de salariés. Comparer avec d'autres entreprises, savoir interpréter une répartition, comprendre la formation de la note, etc. sont autant de compétences nécessaires pour prendre en compte ce score.

C'est pourquoi cet article explorera la question des caractéristiques statistiques des notes employeurs (niveau, répartition) pour proposer un premier ensemble de repères sur cette nouvelle information publique.

## État de l'art : niveau et réputation de la note employeur

La littérature scientifique sur les notes employeur est en développement et très largement anglo-saxonne. Les échantillons varient fortement selon les études avec une moyenne de plus de 400 000 avis collectés avec un minimum de 17 000 (Farhadi et Nanda, 2021). Dans tous les cas, les données sont massives, comme le montre aussi le nombre d'entreprises concernées dans notre corpus d'articles.

Ces études sont récentes, la majorité datant de 2019 au plus (64 % des articles). Les entreprises sont très largement américaines (78 % des cas) et la plateforme utilisée est Glassdoor (78 % des études). Kununu, plateforme d'origine allemande, est parfois utilisée mais marginalement (Könsgen *et al.*, 2020 ; Konkar et Helic, 2020). La durée de collecte est