

Collection C2ID

Claude L. TAIBI

PERSONNEL DEMOTIVE

ou

ENTREPRISE DEMOTIVANTE?

Tome I Méthodes et conditions

CLT Editeur

Personnel démotivé ou entreprise démotivante ?

Claude L. TAIBI

CIID

Capital immatériel/ Investissement/ Développement

PERSONNEL DEMOTIVE

OU

DEMOTIVANTE?

ENTREPRISE

Plaidoyer pour une entreprise motivante

CLT Editeur

Personnel démotivé ou entreprise démotivante ?

ISBN : 978-2-9539051-0-6

EAN : 9782953905106

(C) Copyright Claude L. TAIBI 2011

CLT Editeur

Veuillez adresser vos commandes à

www.a-ciid@fr

Les publications sont uniquement téléchargeables

Le règlement est électronique

La loi du 11 mars 1957 n'autorisant, aux termes des alinéas 2 et 3 de l'article 41, d'une part, que les "les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé copiste et non destinées à une utilisation collective" et d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, "toutes représentation ou reproduction intégrale ou partielle, faite sans le consentement de l'auteur et de ses ayants-droit ou ayants-cause, est illicite" (alinéa 1er de l'article 40). Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles 425 et suivants du code pénal.

Personnel démotivé ou entreprise démotivante ?

SOMMAIRE

TOME 1

PERSONNEL DEMOTIVE OU ENTREPRISE DEMOTIVANTE ?

METHODES ET CONDITIONS

Plaidoyer pour une entreprise motivante

AVERTISSEMENT.....	11
INTRODUCTION	14
L'enjeu.....	14
Le projet de cette publication.....	15
Objets sommaires de la participation et de la motivation.....	17
Ecueils sociaux à la participation	20
CONSTATS.....	24
De quelques constats.....	24
De constats historiques et culturels	24
Constats généraux	26
Constats structurels	33
Constats sociaux.....	35
Des conséquences de ces constats	36
D'une analyse malveillante de ces constats	36
Vers une esquisse des conditions de la motivation	38
De quelques constats culturels	40
De quelques constats techniques	41
Révision des schémas autoritaires.....	42
PREALABLES	44
Préalables à une méthode de motivation	45
METHODOLOGIE	52
Création d'une motivation ex-nihilo	52
Une motivation gagnée sur les friches de la démotivation	53
Limites de cette stratégie de participation	59
CONDITIONS	66
Conditions générales.....	66
Conditions techniques	68
Conditions relatives au travail.....	70
L'entreprise, lieu de vie	72
Conditions relatives à la formation	74
Conditions technologiques.....	75
Conditions culturelles	75
L'entreprise, un univers socialement balisé	76
Préalables sociologiques	76
Les conséquences culturelles de ces préalables	77
Conditions relatives à la communication	78
Conditions socio-économiques	78
Conditions psychologiques	80
Conditions de stratégie.....	84
Conditions de choix d'unité.....	85
Conditions humaines.....	87
Conditions de temps.....	87
Conditions de choix des personnes	88
Conditions de cohérence	89
Conditions relatives aux accords négociés	89
Conditions financières.....	91
Conditions liées à l'employeur	92
Conditions relatives à l'entreprise	98
REGLES DU DONNANT-DONNANT	100

Personnel démotivé ou entreprise démotivante ?

L'influence étrangère dans le discours du donnant-donnant	103
Autres généralités.....	103
Contenu de la négociation	106
Donnant-donnant immatériel	110
Donnant-donnant matériel	111
Un donnant-donnant financier	111
Donnant-donnant relatif au travail.....	113
Donnant-donnant éthique	117
Donnant-donnant du respect droit	119
Le donnant-donnant socio-psychologique.....	120
CONCLUSION	124
Bibliographie.....	126
4 eme de couverture	158437

Sommaire plus détaillé

AVERTISSEMENT

INTRODUCTION

L'enjeu

Le projet de cette publication

Objets sommaires de la participation et de la motivation

Ecueils sociaux à la participation

CONSTATS

De quelques constats

Constats historiques et culturels

Constats généraux

L'entreprise, une réunion d'hommes à projets différents...

...mais assortis d' (de possibles) objectifs communs...

...conséquence: nécessité d'un compromis à trouver...

...dans un cadre respectueux des différences...

... et des hommes...

De la bonne intuition des entreprises les plus innovatrices

Une friche déjà modélisée

Constats structurels

Constats sociaux

Des conséquences de ces constats

D'une analyse malveillante de ces constats

Vers une esquisse des conditions de la motivation

De quelques constats culturels

De quelques constats techniques

Révision des schémas autoritaires

PREALABLES

Préalables à une méthode de motivation

La motivation appartient en dernier ressort aux personnes à motiver

Pas de meilleurs initiateurs que les personnes à motiver

Pas de motivation sans individus à même de la recevoir

Préalables méthodologiques

Mesures de la (dé) motivation

Des conditions à établir

Evaluation des mesures prises en faveur de la motivation

Préalables fonctionnels

Maintenir la motivation des plus motivés

Enrayer, lever la démotivation des moins motivés

Personnel démotivé ou entreprise démotivante ?

METHODOLOGIE

Création d'une motivation ex-nihilo

Motivation gagnée sur les friches de la démotivation

Conditions humaines

Situations acquises

Limites de cette stratégie de participation

Limites financières

Limites sociologiques

Limites sociales

Limites psychologiques

Limites organisationnelles

Limites intellectuelles

Gestion dynamique

CONDITIONS

Conditions générales

Conditions techniques

Conditions relatives au travail

L'entreprise, lieu de vie

Conditions relatives à la formation

Conditions technologiques

Conditions culturelles

Des limites de l'importation de modèles étrangers

L'entreprise, un univers socialement balisé

Préalables sociologiques

Conséquences culturelles de ces préalables

Conditions relatives à la communication

Conditions socio-économiques

Conditions psychologiques

Conditions de stratégie

Conditions de choix d'unité

Un choix à méditer

L'unité choisie: un choix psychologique autant que stratégique

Conditions humaines

Conditions de temps

Conditions de choix des personnes

Conditions de cohérence

Conditions relatives aux accords négociés

Conditions financières

Conditions liées à l'employeur

Conditions relatives à l'entreprise

Règles du donnant-donnant

Préalables généraux quant aux contractants

Préalables spécifiques quant à l'employeur

Préalables spécifiques quant aux salariés

L'influence étrangère dans le discours du donnant-donnant

Autres généralités

La forme comme productrice d'image

La forme productrice de fond

La forme comme condition du donnant-donnant

Contenu de la négociation

La nature du fonds

Une adaptation nécessaire du donnant-donnant

Les ferments positifs d'une situation économique difficile

Donnant-donnant immatériel

Donnant-donnant matériel

Un donnant-donnant financier

Donnant-donnant relatif au travail

Précautions

Personnel démotivé ou entreprise démotivante ?

Une démarche unilatérale de l'entreprise

Un donnant-donnant psychologiquement connoté...

... et aux multiples formes

Un contrat plein d'écueils

Ecueils culturels

Donnant-donnant éthique

Donnant-donnant du respect droit

Donnant-donnant socio-psychologique

Donnant-donnant social

Donnant-donnant psychologique

Conclusion

Bibliographie

Table des matières

Cet ouvrage est un outil se voulant pratique et concret. Il a été voulu pratique et en cela différent de nombreux ouvrages publiés sur le sujet. Il s'attache à montrer les perceptions des salariés comme des employeurs.

C'est une publication ouverte à des compléments laissés à la seule appréciation de l'auteur ou d'un modérateur inspiré. Toutes les contributions seront entièrement gracieuses mais permettront d'enrichir la publication. CIID s'engage à introduire une fois par an les contributions de fond les plus pertinentes et de forme indispensables et mettre en ligne de nouvelles versions. Toutes les contributions devront préciser la place exacte d'insertion et rester relativement en cohérence avec le reste du texte. Les nouvelles publications seront disponibles à l'acheteur initial qui bénéficiera d'un texte constamment renouvelé.

Personnel démotivé ou entreprise démotivante ?

AVERTISSEMENT

Ce livre est un outil. Son usage est à la seule initiative des managers et de tout responsable d'hommes en milieu de travail. Son utilité dépend des applications qui seraient éventuellement faites des idées, des propositions ou des observations avancées. Celles-ci ne sauraient trouver de meilleures applications que par les encadrants, mais cette étude peut être lue (espérons le avec profit) par tout un chacun curieux de la gestion des hommes qui n'est pas un sujet strictement réservé aux cadres.

Les propositions faites sont à retenir ou à écarter en fonction de l'environnement présent et qui ne peuvent être appréciées par les acteurs locaux. Elles ne sauraient, pour cette raison, avoir valeur de recettes ou d'application immédiate. Elles ne sauraient se passer d'une analyse - fut-elle - de la composition sociologique, du passé immédiat ou plus lointain de l'entreprise comme de ses modes d'organisation ou plus généralement de gestion. Raison pour laquelle ce livre est une proposition à raisonner par chacun de ses lecteurs. A eux de prendre, de délaisser, de faire les choix qui s'imposent ou qui semblent les plus pertinents. L'auteur ne commande rien, il soumet.

Le tome I se propose de livrer un canevas autant de réflexion que d'action. L'action ne saurait se dispenser de la réflexion même si pour beaucoup elle passe pour une perte de temps alors qu'elle est à considérer comme un investissement indispensable.

Les différents tomes s'attachent à rendre compte des différents aspects de la gestion des hommes et d'une façon plus générale de la gestion d'entreprise. Leur objet est là encore de nourrir l'action qu'après un temps de réflexion. Régis sous le mode - parfois - interrogatif, les chapitres offerts ne font que soumettre des outils à la sagacité des praticiens, bons connaisseurs de l'entreprise. Cette recherche ne saurait trouver en eux de meilleurs exploitants de ce qui est soumis.

Cependant, cette publication se veut aussi un outil

- pour promouvoir
 - * une réémergence de savoirs oubliés,
 - * leur approfondissement,
- pour provoquer une anticipation des questions.

C'est à dire mieux prévoir pour mieux gérer le travail et dont il semble encore faire notre futur.

En soumettant, cette publication ne portera toutefois que les espoirs que tout lecteur saura lui accorder. Si certains propos peuvent agacer, ceux-ci n'ont que le souci

- d'écarter une pratique souvent usée par le temps, déformée par les slogans et les pensées courtes,
- de rechercher à tirer un meilleur parti du progrès ou des évolutions sociales.

« Motiver », associer n'est pas une tâche impossible, mais il convient de l'inspirer donc de se donner les moyens d'être inspiré. Cette mission revient à l'entreprise et à ses représentants. Pour que la motivation ait lieu ne faut-il pas avant tout que l'entreprise

Personnel démotivé ou entreprise démotivante ?

cesse d'être d'abord démotivante. Ne doit-elle pas lutter contre la morosité qui peut l'incliner à devenir démotivante par le seul effet de collaborateurs démotivés et par ses modes de travail et d'organisation pas assez adaptés. Il appartiendra à chacun d'éveiller en lui une réflexion pour faire avancer sa pensée et faire émerger de nouvelles propositions conciliables avec son environnement économique.

INTRODUCTION

L'entreprise peut-elle ne pas motiver pour satisfaire sa nécessité de durer? Peut-elle se soustraire à l'obligation de satisfaire ses actionnaires, et par voie de conséquence à l'amélioration de sa situation économique-financière mais aussi de répondre aux demandes sociales de ses collaborateurs?

La volonté de s'associer la participation des salariés a toujours été un souhait et parfois une recherche. Si hier, la contrainte a été de mise, celle-ci cède aujourd'hui la place à une autre plus feutrée mais tout aussi ressentie. Les mœurs ont changé mais la demande est restée la même. Cette pression est d'autant plus facile à exercer que le travail tend à se raréfier.

Cependant, pour feutrée qu'elle soit, la contrainte ne va pas sans résistances qu'il convient de négocier.

Pour tisser et cristalliser les projets de motivation, l'entreprise peut-elle ignorer les quelques constats simples tels ceux, énoncés ci-dessus? N'a-t-elle pas aussi cette nécessité de construire cette motivation autour de sa propre culture et des valeurs partagées par ses salariés et de notre société? C'est à dire de conduire ce projet de motivation autour du bon sens, caractéristique assez bien partagée et en tout cas immédiatement reconnue de tous.

L'enjeu

Etre performant sur chaque projet,
rentabiliser au mieux chaque investissement,
optimiser toutes les technologies introduites,
développer les ressources des investissements antérieurs avant de les renouveler,
telles sont quelques unes des contraintes pesant quotidiennement sur la vie des entreprises.

Ces contraintes figurent comme des obligations que chacun connaît et reconnaît. Cependant, la stratégie pour y répondre continue de poser problème. Les uns préconisant l'investissement technologique massif, sans autre implication, les autres soutenant que l'investissement ne peut être produit efficacement sans participation sociale. Cependant, l'une ou l'autre de ces stratégies ne semble difficilement pouvoir aller sans contreparties.

Ces dernières s'ajoutent ainsi aux contraintes émises par les individus tant collectivement qu'individuellement, exprimées sous la forme

- de contreparties financières ou
- de contreparties plus diffuses (sociales, psychologiques, etc.).

En résumé, ces dispositions visent

- à motiver ceux qui le sont peu,
- à maintenir la motivation des autres, et
- à entretenir le niveau de motivation acquise.

Personnel démotivé ou entreprise démotivante ?

L'ambition de la motivation ne peut guère avoir de plus grandes ambitions que ces trois niveaux. Pour s'assurer cet objet, l'employeur ne peut que s'imposer quelques règles telles celles d'une introspection pour mieux comprendre et mieux décider. Cette publication essaiera d'engager cette réflexion qui ne se voudra qu'active et contributive que d'autres sans quoi elle ne serait qu'un ouvrage de plus dans la marée déjà consacrée au sujet.

Le projet de cette publication

Cette recherche ne se veut pas un mémento de bons conseils, agrémenté de recettes aussi recherchées qu'impossibles à mettre en œuvre. Elle ne se veut qu'un outil

- d'aide au diagnostic,
- d'aide à la réflexion,
- d'aide à la décision.

Il est laissé à tout un chacun le choix d'ajuster les propositions énoncées à sa réalité et donc un vaste projet mais largement tempéré. En effet, il semble d'évidence qu'il ne saurait y avoir de recettes standardisées à une multitude de situations, certes souvent comparables mais jamais identiques. La variété des situations ne permet pas un tel projet. Ce constat dresse ainsi les contours d'une telle étude dont les frontières sont évidemment celles que lui dessinera son lecteur.

Cette étude a par ailleurs pour objet de présenter quelques conditions pour réussir le pari soumis aux entreprises.

Il appartiendra à chacun

- de retenir ou non les propositions formulées,
- de les discuter pour les refuser éventuellement, ou
- de se les approprier en les adaptant.

Il appartiendra à chacun

- de réviser ou non la pertinence de ses conditions,
- de revoir leur adéquation dans le contexte rencontré,
- d'apprécier les conditions établies au regard des ambitions affichées.

Cette publication souhaite apporter

- un support d'une réflexion,
- un sens de l'observation que ne permet pas l'action quotidienne ou qui est refusée inconsciemment,
- une modeste contribution par des esquisses de réponses qui ne seront
 - * ni immédiates,
 - * ni certaines de déboucher sur une réponse,
 - * ni forcément opportunes au regard du contexte de l'entreprise,

mais qui auront au moins le mérite d'avoir été posées pour être traitées ou repoussées.

Elle ambitionne aider à l'élaboration de réponses

- * qui ne manqueront pas d'être spécifiques
- * qui seront les plus appropriées au regard de l'histoire, de la population de l'entreprise,

que l'entreprise ne mettrait en œuvre qu'après les avoir avalisées, avec la volonté de les introduire.

Personnel démotivé ou entreprise démotivante ?

Si cette recherche affiche de modestes ambitions, elle entend se différencier de la littérature relative à la Gestion des Ressources Humaines (GRH) en soumettant davantage d'interrogations que de propositions (elle ne fait en cela que compléter le logiciel d'e-learning –formation en accès direct et susceptible d'être pris en charge dans le cadre de la formation continue) qui l'a initiée et auquel nous renvoyons (cf. notre futur site www.a-ciid.fr). Toutefois, convient-il de reconnaître à cette production, d'avoir produit une sémantique aujourd'hui largement diffusée, mais dont les contenus restent mal compris par les salariés et parfois par les Gestionnaires des Ressources Humaines eux-mêmes.

Une des intentions de cette recherche sera aussi:

- de rappeler que l'entreprise est une communauté sociale dans laquelle l'homme est une composante essentielle qui est à valoriser,
- de restaurer un dialogue sensiblement affecté par l'économie,
- d'inviter le gestionnaire
 - * à consulter des tableaux de bord exempts de données sociales,
 - * à élargir le champ de ses perspectives.

Cette étude tentera de soumettre aux dirigeants d'entreprise,

- des éclairages différents via
 - * le jalonnement de sentiers peu empruntés,
 - * le retournement de fondements trop souvent usités,
- une série d'interrogations destinées
 - * à faire gagner de temps (puisque formulées),
 - * à impulser la gestation d'une réflexion plus globalisante moins segmentée ou fractionnée.

De ce fait, toutes les propositions soumises ne sont que des suggestions. Il est laissé au lecteur la seule responsabilité

- d'impulser une volonté de changement dans la conduite de ses affaires,
- de traduire en actes les réflexions, nées des quelques interrogations proposées dans cette publication (ou plus encore dans le logiciel d'e-learning composé de plusieurs centaines d'items).

Cette étude serait enfin bien incomplète si elle n'entrevoit pas la Gestion des Ressources Humaines et son action en matière de motivation

- sans énoncer l'établissement de mesures d'accompagnement ni
- sans présenter les limites et les conditions de son application

raisons pour lesquelles tous les ouvrages de la collection reprennent tous la même structure.

Aussi, ces quelques intentions impliquent-elles quelques préalables parmi lesquels

- le recensement des thèmes d'une campagne de motivation,
- l'analyse de ses buts,
- le catalogue des raisons tant générales que spécifiques de ces buts,
- le recensement des personnels
 - * pour mieux les cerner,
 - * pour les comprendre,

Personnel démotivé ou entreprise démotivante ?

* pour mieux répondre à leur spécificité,
afin de parvenir à une meilleure association des éléments introduits.

Cette volonté explique le sous titre intérieur de la présente publication. Ce plaidoyer en faveur d'une entreprise motivante ne saurait se passer de l'ambition de poser des repères, de jalonner à travers des interrogations, de proposer et d'offrir ainsi le cadre et les moyens d'une réflexion de sa Gestion des Ressources Humaines pour la transformer au besoin.

Un cheminement pas à pas est proposé. C'est une proposition de méthodologie pour inciter

- à transformer,
- à articuler la motivation autour de points ressentis comme capitaux par les collaborateurs,
- à entretenir la motivation existante,

tout en relatant les limites susceptibles d'encadrer cette méthodologie.

Pour étayer la méthodologie choisie, ce tome 1 brossera

- quelques constats sociaux et historiques,
- les difficultés et les limites
 - * structurelles,
 - * culturelles ou
 - * sociales, etc.

à l'établissement de cette intention,

- une méthodologie de cette motivation,
- quelques conditions possibles de celle ci.

Le second tome s'attachera à réfléchir aux dispositions susceptibles de participer à créer cette motivation, via les grandes fonctions de l'entreprise. Ainsi seront approchés

- les relations humaines à travers
 - * la gestion des relations humaines,
 - * la gestion des relations sociales;
- les aspects du travail à travers
 - * les conditions de travail,
 - * le temps de travail,
 - * l'organisation du travail.

Les tomes suivants traiteront de

- de la formation
- de la communication,
- des aspects associés aux rémunérations,
- la gestion du pouvoir et des relations sociales

assortis pour chacun des thèmes et des limites qui lui sont propres.

Chacun éclairant la recherche du thème par un angle, mais chacun contribuant à des invitations partagées. Chaque publication renverra aux autres.

Objets sommaires de la participation et de la motivation

Personnel démotivé ou entreprise démotivante ?

La motivation figure au registre de toute gestion d'entreprise, parfois à marche forcée. Toutefois, derrière ce consensus unanime ou presque, les méthodes adoptées semblent fort diverses. Exception faite des moyens, les finalités affichées s'inscrivent comme des nécessités managériales au nom de la survie. La liste présentée ci dessous n'a aucun caractère d'exhaustivité. Elle n'aura que pour intention de rappeler quelques objectifs pour certains parfois malencontreusement oubliés.

La participation et la motivation ont pour principaux objectifs des visées économiques telles

- accroître la productivité,
- améliorer la qualité des produits,
- encourager les innovations technologiques,
- améliorer une fiabilité des produits,
- rechercher, forger ou conforter une image commerciale (sociétés de services)...

Pour soutenir les objectifs précédents, la participation et la motivation s'attachent tout autant à vouloir

- éradiquer les retours en ateliers,
- réduire le nombre de réclamations clients,
- diminuer des incidents de fabrication (défauts et imperfections des produits ou des services).

Objectifs complétés par le fait que la participation et la motivation veillent à

- la diminution des coûts de production,
- l'amélioration de l'assise financière de l'entreprise,
- l'adhésion des collaborateurs à son schéma économique,
- la correction constante son image commerciale.

Toutefois, pour atteindre l'ensemble des buts énoncés, la participation et la motivation peuvent-elles ignorer d'assurer des objectifs tels que

- l'amélioration des relations sociales et humaines régnant dans l'entreprise, pour créer une atmosphère de travail plus agréable,
- l'instauration d'un climat réduisant les multiples conflits interpersonnels et souvent stériles?

Ne revient-il pas alors pour l'obtention de ces buts d'assurer des buts tels que

- la réduction de l'absentéisme,
- l'éviction de tout présentéisme contemplatif,
- l'effacement de toutes les inerties,
- l'élimination de toutes les négligences?

La recherche des dits objectifs ne commandent-ils pas de s'employer à éradiquer

- les fuites (sociales) de toute nature faute d'épanouissement,
- un désenchantement produit, par des licenciements indispensables ou une situation économique difficile?

La participation et la motivation peuvent-elles également ignorer

- l'amélioration de l'organisation du travail,
- la réduction des délais de production,

Personnel démotivé ou entreprise démotivante ?

- l'amenuisement des retards,
- la consécration d'un juste à temps?

La motivation peut-elle se détourner

- d'une plus grande responsabilisation des acteurs, voire
- d'une autonomie de décision,
- d'une créativité plus conséquente, susceptible d'aboutir à des brevets d'invention, à des innovations et avancées technologiques,
- d'une élimination des emplois improductifs au profit d'emplois productifs?

La motivation peut-elle négliger

- de transformer l'être passif en un acteur,
- de faire de l'acteur un auteur responsable,
- de rendre l'auteur responsable et autonome,
- de faire de l'exécutant un décideur?

C'est à dire promouvoir des collaborateurs, à même de tenir un raisonnement semblable à celui qu'aurait tenu n'importe quel cadre.

C'est à dire induire une gestion à même de produire des collaborateurs doués d'une raison, que les modèles taylorien et fordien avaient exclus et leur ont dénié.

C'est à dire forger une gestion où la surveillance puisse céder le pas, sans toutefois être exclue, à la responsabilisation et à l'autocontrôle.

C'est à dire impulser une gestion transformée dans laquelle l'énergie de tous est valorisée, productive plutôt que dispersée, gâchée en tâches improductives (de surveillance des hommes, de travaux inutiles, etc.)?

C'est à dire insuffler une gestion dans laquelle est recherchée l'adhésion et l'implication de tous.

C'est à dire animer une gestion à même de prendre en compte les particularités en les reconnaissant et les canalisant.

C'est à dire conduire une gestion capable de recevoir et de développer des capacités d'adaptation permanentes et rapides.

C'est à dire transformer la discipline imposée par une discipline auto-générée.

En somme, la motivation instituée par l'entreprise peut-elle avoir pour autres objectifs élémentaires

- d'endiguer des attitudes manifestant des signes de démotivation,
- de prévenir ces attitudes,
- et de nourrir des objectifs communs sinon mobilisateurs?

Cependant, cette intention peut-elle se départir

- de quelques spécificités parcourant l'entreprise,
- de quelques constats,
- de quelques constantes

des lieux de travail?

Certes, ces objectifs sont attendus, recherchés, convoités par tout chef d'entreprise, mais introduire ces buts est déjà une gageure car restant soumis à de difficiles contraintes.

Celle-ci n'est-elle pas freinée, contrariée au moins partiellement

- par un déficit d'écoute,
- par une inexploitation des données engrangées ici ou là?

Personnel démotivé ou entreprise démotivante ?

Ne peut-on penser que ces objectifs puissent être freinés

- par un défaut d'analyse des raisons de leurs défaillances,
- par une absence de questionnement,
- par le bouleversement d'un fonctionnement en vigueur aussi difficile à entrevoir qu'à imaginer de l'introduire ?

Ou que ces intentions ne soient contrariées

- par un manque de méthodologie,
- par les limites des connaissances et à la connaissance de ses limites, voire
- par une timidité de propositions, consécutives aux éléments précédents?

Ne peut-on envisager que ces possibles constats n'achoppent que sur des écueils sociaux aussi présents qu'apparemment indépassables ?

S'il convenait d'exposer, tant soit peu, les buts que la motivation est en droit de s'assigner, ne conviendrait-il pas de commencer d'abord par s'interroger sur la nécessité de cette motivation, sur ses fondements?

Ne peut-on pour filer la question et s'interroger sur son caractère dit indispensable, impératif? Ces questions apparemment anachroniques, le sont-elles autant qu'elles le paraissent?

Serait-il exclu en effet d'envisager que la motivation préexiste dans tout rapport de travail? Est-il dès lors bien utile de motiver tous les salariés et notamment les plus motivés? Ne gagnerait-elle pas à ne motiver que les plus démotivés, notamment en recherchant d'abord les raisons de leur démotivation et à remédier à cet état autant que faire se peut et par voie de conséquence à l'entretenir de façon permanente?

Ne pourrait-on penser de la même manière, que la motivation s'émousse plus qu'elle ne disparaît? A supposer cette hypothèse vraie, ne serait-on pas en droit de penser

- que la motivation est entamée par l'entreprise, plus qu'elle n'est retirée du fait du salarié,
- que la motivation s'entame
 - * par ce qui est donné de vivre, de supporter,
 - * par le manque de communication en général,
 - * par la brutalité des ordres,
 - * par l'incohérence apparente ou constatée des travaux à mener ou conduits?

En somme, des éléments retirés à un environnement autant que par des éléments de fait. Voilà une bien drôle situation !

Ne conviendrait-il pas pour être plus radical de s'interroger

- sur ce qui fait disparaître,
- sur ce qui éteint,
- sur ce qui sape

la bonne volonté de tout embauché?

En bref, l'entreprise ne devrait-elle pas s'interroger tant sur les causes des maux qui la ronge que sur les effets qu'elle constate et regrette? Mais peut-elle comme tout un chacun s'adonner à cette introspection bien difficile à produire ?

Ecueils sociaux à la participation

d