



Enquête internationale : les effets de la COVID-19 sur le monde du travail

Le retour au bureau soulève des réticences chez 94% des travailleurs.

Zurich et Morges, 12 novembre 2020 – De nombreux collaborateurs pensent que la crise sanitaire actuelle sonne le glas du travail au bureau et souhaitent un modèle hybride qui combine travail mobile et travail au bureau. C'est le résultat d'une enquête internationale du ManpowerGroup. Même si cette opinion est largement répandue, il existe néanmoins des différences : ainsi, les collaborateurs des générations X et Z se réjouissent de retourner au bureau tandis que les milléniaux ont pour la plupart des réticences. En outre, les hommes envisagent le retour au bureau de manière plus décontractée que les femmes. L'enquête révèle que les employeurs devront à l'avenir prioriser les besoins de leurs collaborateurs en matière de santé et de bien-être ainsi que leurs devoirs d'assistance. La confiance dans l'employeur et les compétences humaines seront plus que jamais importantes.

L'enquête menée dans huit pays et sur plus de 8 000 collaborateurs montre qu'indépendamment du pays, la nouvelle normalité régissant le monde du travail repose sur trois besoins centraux :

- autonomie et horaires de travail flexibles, au bureau et en télétravail,
- offres de formations virtuelles adaptées aux besoins afin que le mix de compétences corresponde aux besoins du marché du travail, et
- souhait d'un équilibre à long terme entre la vie privée et la vie professionnelle, explicitement formulé par 80% des personnes sondées. Près de la moitié des employés à temps plein (48%) est convaincue que cela est possible alors que les collaborateurs à temps partiel partagent cette opinion à seulement 40%.

Inquiétudes pour la santé et sécurité de l'emploi

«L'enquête montre que le retour au bureau préoccupe les collaborateurs à deux niveaux : d'un côté le souci pour la santé et la sécurité de l'emploi et de l'autre, le souhait d'un horaire de travail flexible qui permette de mieux concilier vie professionnelle et vie privée. Les entreprises doivent s'adapter à cette nouvelle situation», explique Gianni Valeri, Country Manager de ManpowerGroup Suisse. «Celles qui priorisent le bien-être et la flexibilité et qui montrent simultanément comment ils gèrent les conséquences sociales en période de crise, sont les plus à même d'attirer et de conserver les talents. C'est de cette manière qu'ils garantissent la fiabilité, la santé et la productivité de leurs collaborateurs.»

Retour au bureau : sentiment mitigé selon l'âge

Le besoin de sécurité prédomine pendant les périodes d'incertitude : pour neuf collaborateurs sur dix, conserver son emploi est la chose la plus importante. Cependant, le retour au bureau soulève des réticences chez 94% des travailleurs. Toutefois, elles varient selon l'âge, le sexe et les conditions de vie.

- **Génération Z et milléniaux** : la plupart des personnes appartenant à la génération Z souhaitent retourner au bureau afin de nouer des contacts et de se développer professionnellement (51%). Les milléniaux sont ceux qui partagent le moins cette opinion (38%). Ils se soucient de leur santé et de celle de leur famille et ils essaient d'éviter la pendularité. Parallèlement à cela, les milléniaux sont les moins enclins à abandonner la flexibilité nouvellement gagnée grâce au télétravail.
- **Génération X et baby-boomers** : les collaborateurs de la génération X veulent retourner au bureau pour pouvoir se concentrer et ne pas se laisser distraire par leurs obligations domestiques.



Les baby-boomers veulent eux aussi retourner au bureau, mais c'est surtout parce qu'ils apprécient la séparation du travail et de la vie privée et qu'ils privilégient la collaboration personnelle avec leurs collègues (34%).

- **Différences entre les sexes** : près de la moitié des hommes (46%) perçoit positivement le retour au bureau alors que seul un bon tiers des femmes (35%) partage cette opinion. Les hommes et les femmes considèrent que ne plus avoir de trajet domicile-travail et la flexibilité, à condition que le travail le permette, sont les deux principaux atouts du télétravail.
- **Parents actifs** : pour les pères, le temps passé en famille est un des principaux avantages du télétravail. Les femmes sont moins favorables au retour au bureau et d'autant plus préoccupées lorsqu'elles ont des enfants en bas âge.

Confiance dans l'employeur plus importante que jamais

En retournant au bureau, les collaborateurs veulent avoir la certitude que leur santé, leur sécurité et leur bien-être seront prioritaires pour leur employeur. La confiance et la transparence prennent de plus en plus d'importance. Actuellement, les canaux de feed-back, les conseils et la communication sont des instruments importants pour créer de la confiance. Car même si de nombreux collaborateurs apprécient la flexibilité du télétravail, ils n'en ressentent pas moins la peur, le stress et le sentiment d'isolement générés par le nouveau coronavirus.

Les employeurs créent également de la confiance en encourageant leurs collaborateurs à se former en continu et en leur donnant les moyens de le faire. Ils assurent ainsi le maintien de leur employabilité. A l'avenir, les employeurs auront en outre besoin de compétences différentes.

«Les employeurs doivent renforcer la résilience de leurs collaborateurs. Le souci pour la sécurité de l'emploi et la distance supplémentaire par rapport au bureau et aux collègues impliquent une direction renforcée, une communication transparente et régulière ainsi qu'un soutien aisément accessible, afin de concilier au mieux travail et temps libre. Lorsque les collaborateurs se sentent bien, cela renforce également la résilience de toute l'entreprise», explique Gianni Valeri.

Les résultats exhaustifs de cette enquête sont disponibles au téléchargement à l'adresse :

www.manpower.ch/whatworkerswant



ManpowerGroup

***A propos de l'enquête**

ManpowerGroup a demandé à la société Reputation Leaders de sonder l'opinion des collaborateurs à l'égard de leur travail depuis les effets de la pandémie du Covid-19. L'enquête a été réalisée en juin 2020, sur 8 000 collaborateurs âgés de 18 ans et plus et dans huit pays : France, Allemagne, Italie, Mexique, Singapour, Espagne, Grande-Bretagne et Etats-Unis. La répartition des sondés selon l'âge et le sexe était équilibrée.

A propos de ManpowerGroup®

En tant que leader mondial des services en ressources humaines, ManpowerGroup® (NYSE : MAN) soutient les entreprises pour toutes les questions relatives à la gestion du personnel. Dans un monde du travail qui évolue rapidement, les solutions innovantes pour le sourcing, l'évaluation, le développement et le management des talents constituent les clés de leur réussite. Chaque année, ManpowerGroup développe des solutions innovantes pour des centaines de milliers d'entreprises auxquelles il présente les talents qualifiés dont elles ont besoin. Dans de multiples secteurs, ManpowerGroup trouve pour des millions de personnes, des emplois durables qui correspondent à leur domaine de compétences. Notre famille de marques spécialisées – Manpower, Experis, et Talent Solutions – crée de la valeur pour les candidats et les clients dans plus de 75 pays et territoires depuis plus de 70 ans. Le groupe Manpower est constamment reconnu pour sa diversité en tant que meilleur lieu de travail pour les femmes, l'inclusion, l'égalité et le handicap. En 2020, ManpowerGroup figurait pour la onzième année consécutive parmi les sociétés les plus éthiques au monde confirmant sa renommée et sa position de marque de choix pour les talents. En Suisse, Manpower compte 300 collaborateurs et 40 agences présentes dans les trois régions linguistiques.

Découvrez comment ManpowerGroup stimule l'avenir du travail : www.manpowergroup.com. Et retrouvez de plus amples informations sur les activités de **ManpowerGroup en Suisse** sous www.manpower.ch, www.experis.ch et talentsolutions.manpowergroup.ch.

CONTACT :

Larissa Probst
Communications Specialist
Marketing & Communication
Tél.: +41 58 307 22 71
E-mail : media@manpower.ch