

ÉTUDE SUR L'ENGAGEMENT ET LE BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

**Sondage auprès de 1042 personnes actives
professionnellement en Suisse romande**

Mars 2025





CONTEXTE DE L'ÉTUDE

Notre mission est simple : **donner la parole à tous les collaborateurs et collaboratrices**, quel que soit leur niveau dans l'organisation.

Cette étude menée auprès de 1042 personnes en Suisse romande vous offre un accès direct à ce que pensent et ressentent vraiment les équipes, des opérationnels sur le terrain jusqu'aux cadres dirigeants.

Pourquoi? Parce que nous sommes convaincus que:

- Le bien-être de chacun et la performance de l'entreprise vont de pair
- La rétention des talents passe par une écoute authentique de tous
- Une culture d'entreprise forte se construit en comprenant les réalités à tous les niveaux

Cette étude a été financée par Qualinsight pour vous donner des premières informations, mais n'hésitez pas à nous solliciter pour en savoir plus sur comment nous pouvons vous accompagner à être plus proches de vos collaborateurs, de leurs attentes et améliorer le bien-être et la marque employeur au sein de votre organisation.

/01



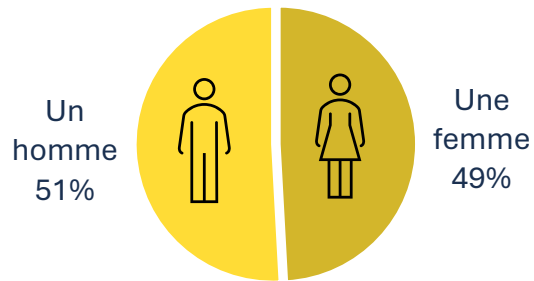
**VOTRE
OPINION!**

MÉTHODOLOGIE ET ÉCHANTILLON REPRÉSENTATIF

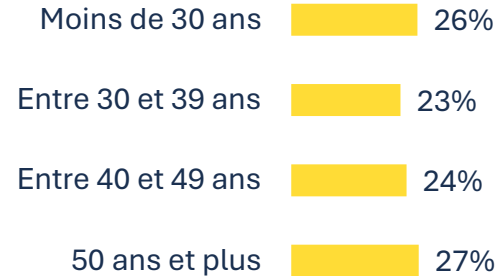
DONNÉES SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES

- Echantillon de **1042 personnes actives professionnellement** et résidant en Suisse romande
- Sondage en ligne diffusé via les réseaux sociaux et le panel des consommateurs Votre Opinion

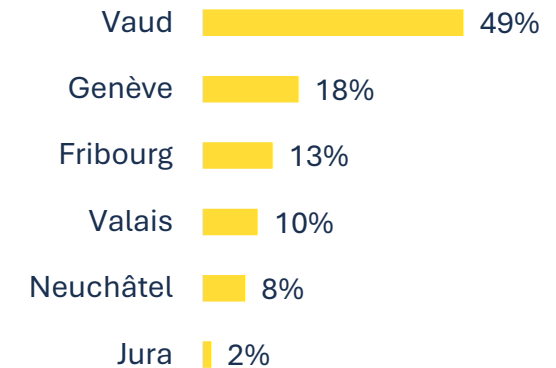
Genre



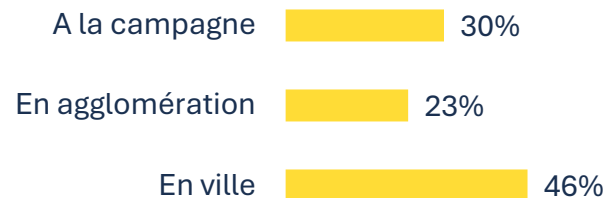
Age



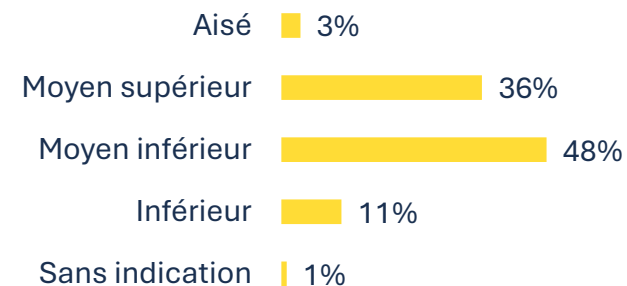
Canton



Milieu

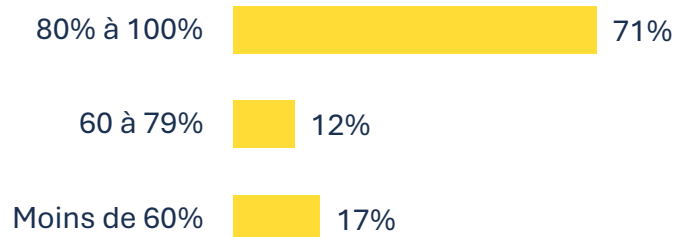


Type de foyer

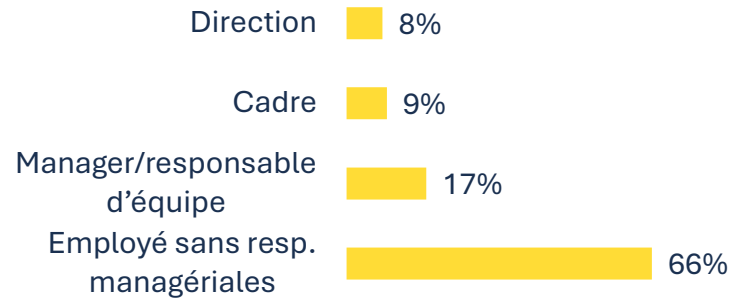


PROFILS PROFESSIONNELS DES RÉPONDANTS

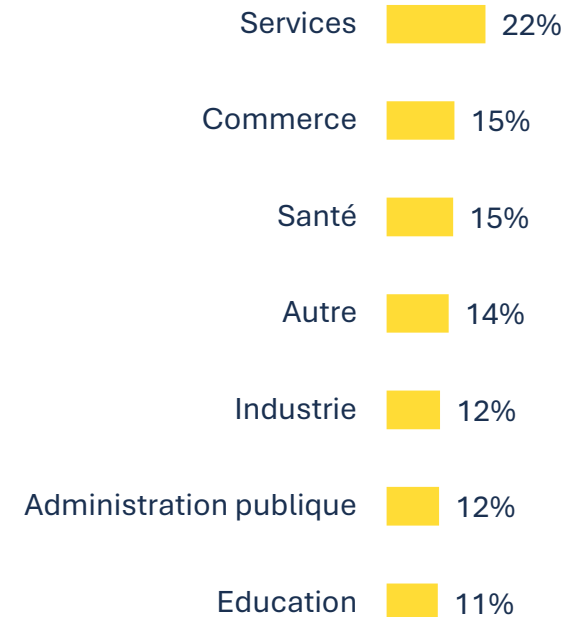
Taux d'occupation



Niveau hiérarchique



Secteur d'activité



Taille de l'entreprise



Ancienneté dans l'entreprise





CE QUE VOUS ALLEZ DÉCOUVRIR DANS CE RAPPORT

Engagement et bien-être au travail, entre attentes élevées et réalité contrastée :

- **Le monde du travail évolue**, et avec lui, les attentes des collaborateurs. Si la quête de sens, l'équilibre vie pro/perso et la reconnaissance sont devenus des piliers incontournables, notre étude révèle que la réalité en entreprise peine encore à répondre à ces aspirations.
- Derrière des niveaux de satisfaction globalement élevés, des **disparités profondes émergent selon les secteurs, la taille de l'entreprise et l'ancienneté des employés**.

/02



LA SATISFACTION DE L'EMPLOI ACTUEL ET L'IMAGE DE L'EMPLOYEUR

UNE SATISFACTION AU TRAVAIL QUI CACHE DES FRAGILITÉS

En surface, les chiffres semblent encourageants : **50% des professionnels se déclarent très satisfaits** de leur emploi, un niveau stable qui pourrait suggérer une situation plutôt positive. Pourtant, en creusant, on observe un décalage marqué selon les profils :

✅ **Les cadres, les employés de TPE et les plus de 50 ans** expriment une satisfaction plus forte.

🚨 **Dans la santé et l'administration publique**, la donne est bien différente : moins d'un employé sur deux est pleinement satisfait, pointant du doigt des défis structurels liés aux conditions de travail et à la reconnaissance.

Le **temps joue également contre la marque employeur**. Si 58% des nouvelles recrues ont une image positive de leur entreprise, ce taux baisse à 44% après cinq ans. Le risque ? Une usure progressive qui impacte l'engagement et favorise le turnover.

💡 L'APPRENTISSAGE CLÉ

L'expérience collaborateur ne s'arrête pas à l'onboarding.

Les entreprises doivent actionner des leviers durables pour maintenir l'attractivité et l'engagement dans la durée.

81% SONT SATISFAITS DE LEUR EMPLOI ACTUEL



50%

sont **TRÈS** satisfait·es de leur emploi actuel
(note 5 et 6)

++ >50 ans; Education; TPE; Cadre/Direction

31% sont satisfaits (note 4)

19% sont insatisfaits (notes 1 à 3)

- Une plus grande satisfaction auprès des employés de TPE, des plus de 50 ans et des cadres
- Selon le secteur, l'éducation est en tête mais l'administration publique et la santé arrivent en fin de classement

Niveau de satisfaction par secteur

(cumul notes 5 et 6)



Santé 46%

Administration publique 41%

Êtes-vous satisfait·e de votre emploi actuel ? n=1042

NB : la mention ++ indique que ce pourcentage est significativement plus élevé dans le segment mentionné.

Par ex, cela signifie que les personnes âgées de plus de 50 ans et les profils cadres ou de direction sont plus satisfaits de leur emploi actuel

UNE PERCEPTION POSITIVE DE L'ENTREPRISE QUI DIMINUE AVEC L'ANCIENNETÉ



50%

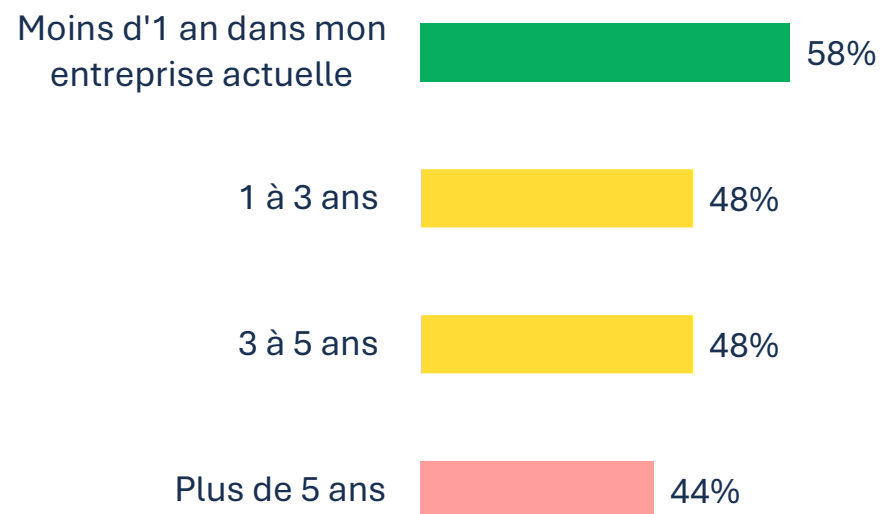
ont une **EXCELLENTE**
image de leur entreprise
(note 5 et 6)

++ satisfait de l'emploi; Services; Industrie; TPE;
Direction; < 1 an d'ancienneté

27% ont une bonne image (note 4)
25% ont une mauvaise image (notes 1 à 3)

++ Administration publique; Santé

L'image et réputation selon l'ancienneté du collaborateur (cumul notes 5 et 6)



/03



LA MOTIVATION ET LE BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL



BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL : UN IMPACT DIRECT SUR L'ENGAGEMENT

Le bien-être au travail n'est plus un "plus", c'est devenu **un facteur clé de fidélisation et de motivation**. Pourtant, plus d'**1 collaborateur sur 3 considère que son employeur en fait trop peu** dans ce domaine, un constat encore plus marqué dans le secteur public.

Les ingrédients d'un bien-être perçu comme optimal ?

- Une charge de travail équilibrée et une reconnaissance sincère
- Une ambiance et une collaboration de qualité (67%)
- Des conditions de travail adaptées (64%)

Un élément ressort nettement : **les TPE sont perçues comme un terreau plus fertile pour la motivation** (54% des employés s'y sentent fortement engagés, contre 37% dans les grandes entreprises). Plus de proximité, plus d'écoute, plus de flexibilité... Autant d'éléments qui permettent un meilleur équilibre et une implication renforcée.

L'APPRENTISSAGE CLÉ

Le bien-être est un levier RH puissant, à condition d'aller au-delà des mesures cosmétiques.

L'enjeu est de traduire ces attentes en actions concrètes, adaptées à chaque environnement de travail.

UNE PLUS FORTE MOTIVATION AU TRAVAIL AU SEIN DES TPE

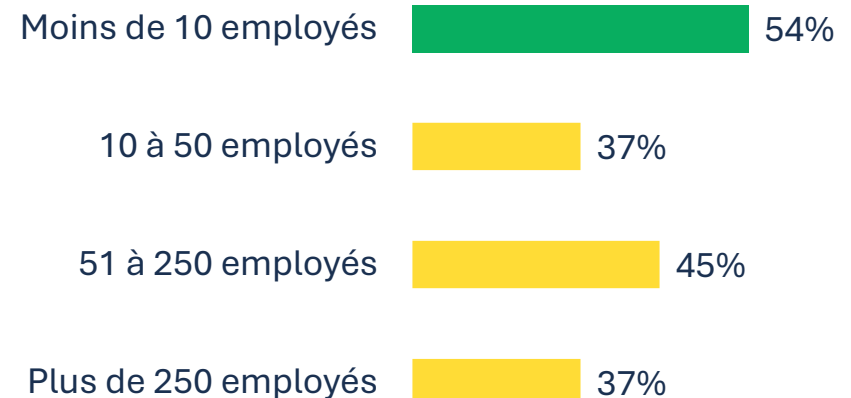


42%
sont **TRÈS motivé·es**
(note 5 et 6)

++ homme; satisfait de l'emploi; TPE; Direction/Cadre

30% sont motivé·es (note 4)
28% sont démotivé·es (notes 1 à 3)

Motivation au travail selon la taille de l'entreprise (cumul notes 5 et 6)

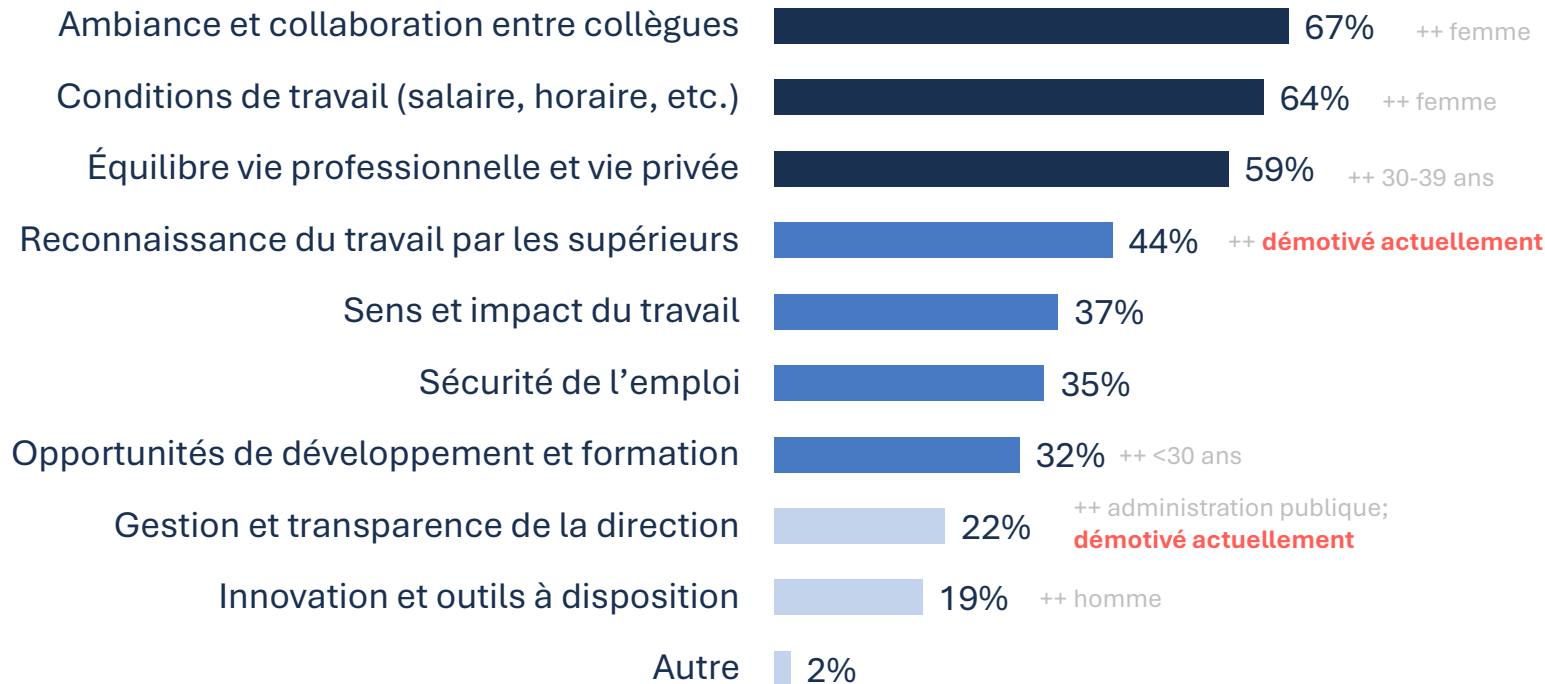


LES PRINCIPAUX FACTEURS DE MOTIVATION



La reconnaissance et la transparence managériale sont des facteurs clés parmi les professionnels les moins motivés actuellement

Facteurs de motivation au travail



1. Les fondamentaux de la motivation

2. Les leviers d'engagement

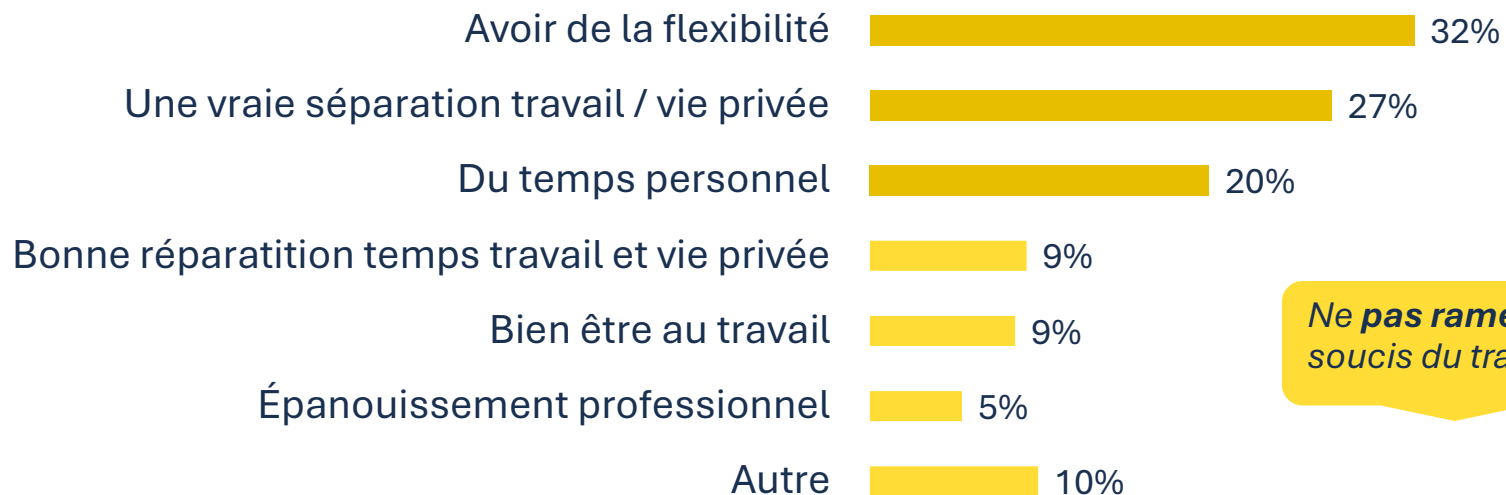
3. Les facteurs contextuels

(selon le secteur l'environnement de l'entreprise, etc.)



LES CLÉS D'UN BON ÉQUILIBRE ENTRE VIE PRIVÉE ET VIE PRO SELON LES ROMANDS

C'est quoi pour vous un bon équilibre entre vie professionnelle et vie privée ?



Pouvoir **adapter** ses horaires en fonction des besoins de la famille

Aménagement du temps de travail, télétravail, autonomie et horaires flexibles

Pouvoir **couper** entre les jours de travail et profiter de soi même

Ne **pas ramener de travail** ou les soucis du travail **à la maison**

Avoir le **temps pour sa famille**, pour soi, pour **récupérer** après des périodes professionnelles stressantes



L'ÉPUISEMENT TOUCHE + D'1 PERSONNE SUR 2

- **54%** ont déjà ressenti des **signes d'épuisement ou vécu un burn-out** au cours de leur carrière

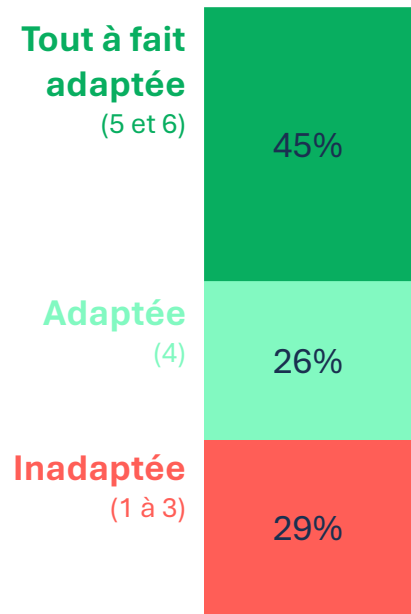
++ femmes; 30-49 ans; insatisfait de l'emploi;
Administration publique; Santé

- **37%** ont le sentiment que leur employeur n'est **pas attentif à son bien-être** et à sa santé physique et mentale

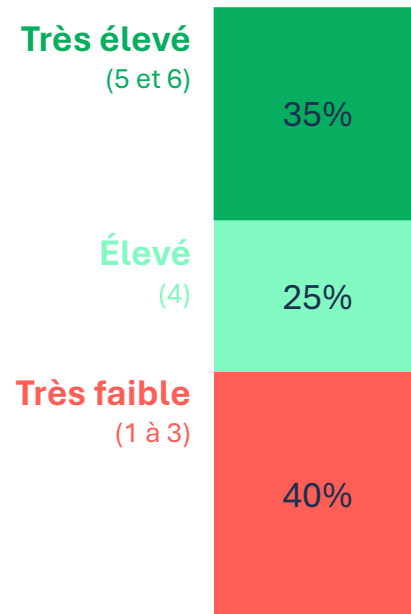
++ *Administration publique*; insatisfait de leur emploi; grande entreprise

Avez-vous déjà ressenti des signes ou vécu un burn-out au cours de votre carrière ? n=1042
Votre employeur est-il attentif à votre bien-être et à votre santé physique et mentale ? n=1042

GÉRER LA CHARGE DE TRAVAIL ET VALORISER POUR UNE PERFORMANCE DURABLE



Niveau de charge de travail



Niveau de reconnaissance au travail



/04



LE MANAGEMENT ET LES RESSOURCES HUMAINES

LEADERSHIP : QUAND L'APPRENTISSAGE DEVIENT MOTEUR D'ENGAGEMENT

Et si la clé d'un engagement durable résidait dans la culture du feedback et de l'apprentissage ? L'étude révèle une corrélation forte entre satisfaction et environnement managérial :

✅ **73% des collaborateurs satisfaits** évoluent dans une entreprise qui encourage la réflexion après un échec et la valorisation des idées.

❌ À l'inverse, **dans les environnements où l'erreur est ignorée ou sanctionnée sans dialogue** (par exemple dans les administrations publiques), l'insatisfaction grimpe en flèche.

Le rôle des RH dans cet écosystème ? Encore trop perçu comme administratif (42%), alors que les attentes envers eux sont claires : **plus d'écoute (25%), plus d'accompagnement (23%) et plus de proximité (18%)**.

L'APPRENTISSAGE CLÉ

Repenser l'approche managériale vers plus de coopération, d'écoute et d'agilité.

Les RH ont un rôle clé à jouer pour favoriser une culture de l'apprentissage et du feedback continu.

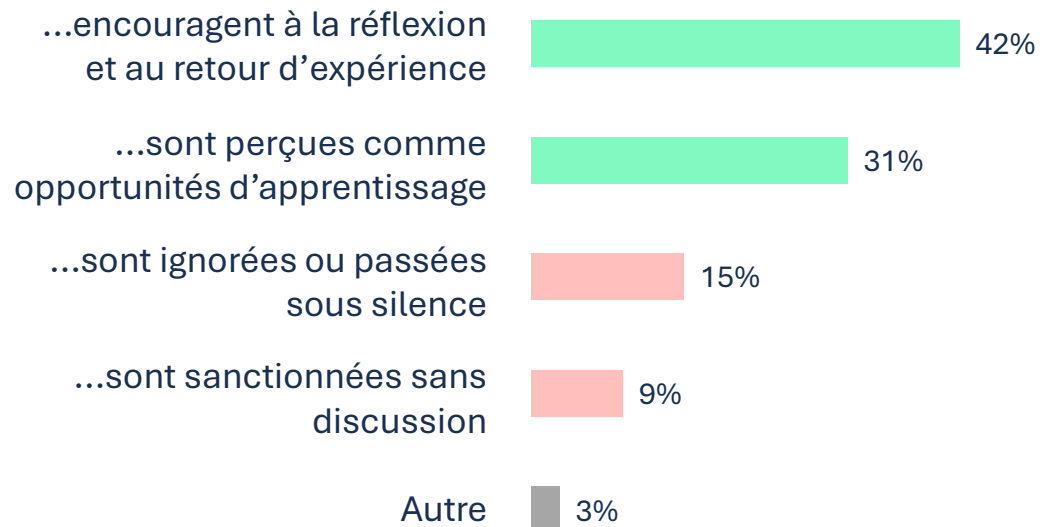
GESTION DES ERREURS ET ÉCHECS EN ENTREPRISE

- En parallèle, **69% se sentent encouragés** à proposer de **nouvelles idées** ou des améliorations dans leur travail
- Ceux pour qui ce n'est pas le cas ont tendance à travailler dans une administration publique, dans la santé, ils se sentent plutôt démotivés et non reconnus



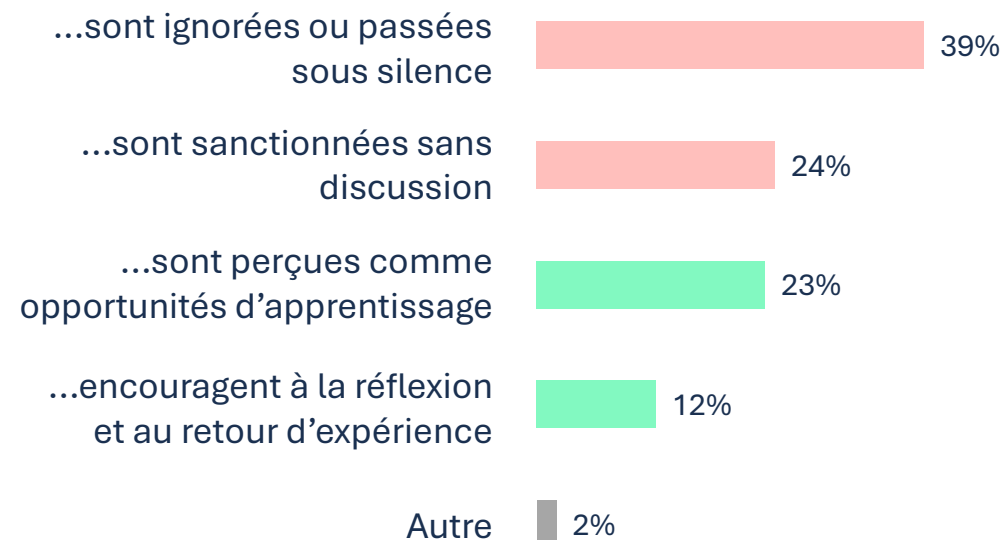
Satisfaits de leur emploi (4 à 6)

Les erreurs...



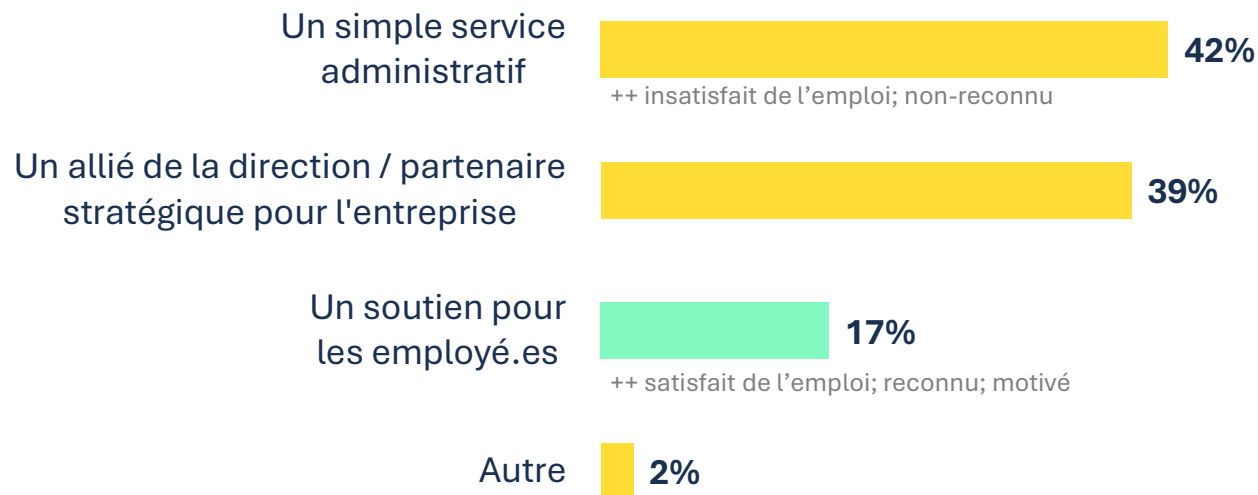
Insatisfaits de leur emploi (1 à 3)

Les erreurs...



LES RH PLUS PERÇUES COMME DE L'ADMIN QUE DE L'HUMAIN

Perception du département RH



Les RH inventent des règles **internes** en fonction de la situation. Règles qui ne sont bien évidemment répertoriées nulle part



45%
considère que les processus RH NE sont PAS assez transparents

++ femme; satisfait de l'emploi; Santé; > 5 ans d'ancienneté

Un manque d'information **claire** sur les critères de définition des **classes salariales**

Lorsque j'ai demandé une **promotion**, le processus a été **fou**, sans explication sur les critères retenus

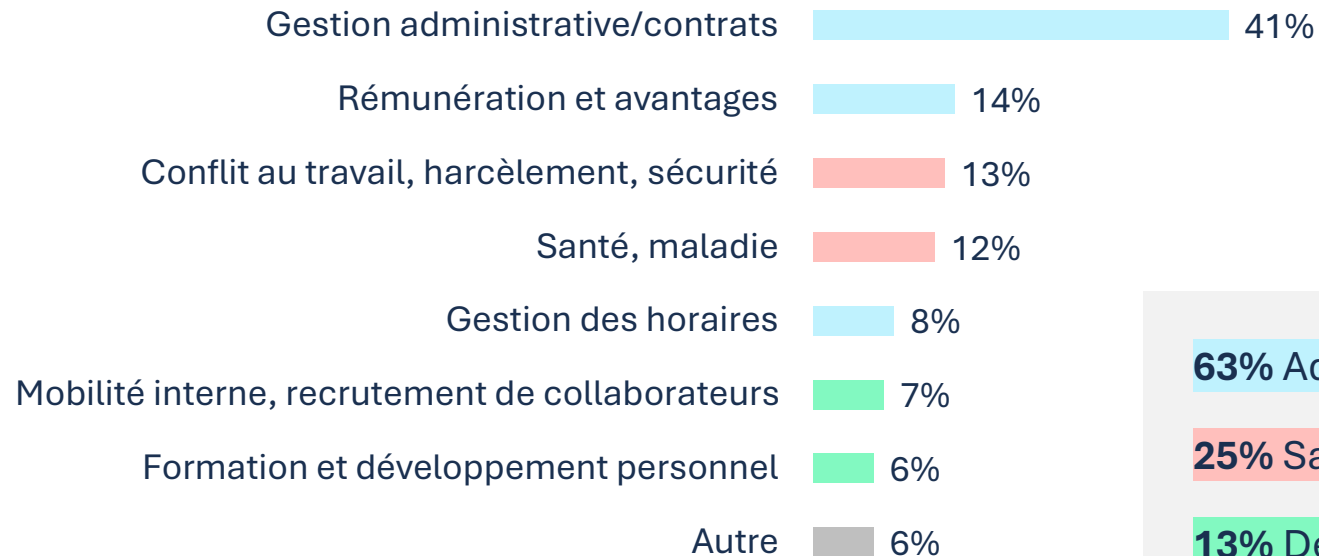
1. Pour vous, le département RH dans votre entreprise est principalement...
2. Comment évaluez-vous la transparence des processus RH dans votre entreprise ? Recrutement, promotion, rémunération, évaluation, etc.
(n=626, employés d'entreprise d'au moins 50 employés)

LE CONSTAT EST CLAIR : ON CONTACTE LES RH PRINCIPALEMENT POUR DE L'ADMIN

61% ont eu le besoin de contacter le service RH de leur entreprise actuelle



Motifs de prise de contact avec les RH (Codification de question ouverte)



63% Administratif et opérationnel

25% Santé et relations au travail

13% Développement professionnel

LES CLÉS D'UNE RELATION DE PROXIMITÉ ET D'ÉCOUTE RÉUSSIE

Top 3 des améliorations RH souhaitées

(question ouverte)

1. **Capacité d'écoute** (25%)
2. **Accompagnement et soutien** (23%)
3. **Accessibilité et proximité** (18%)

Suivi de : clarté et transparence (12%), organisation et structure (8%), rémunération (8%)

Se soucier des collaborateurs et prendre des actions en conséquence

Qu'ils passent régulièrement dans les services, qu'ils prennent le temps de donner des réponses, qu'ils s'intéressent à notre travail

*Un **contact plus humain**, pas seulement des mails impersonnels*

*Les RH organisent **des questionnaires anonymes** pour mieux comprendre notre ressenti au travail, et c'est appréciable*

*Nous avons eu un questionnaire de satisfaction du personnel et **plusieurs mesures positives ont été prises par la suite***



ACCOMPAGNEMENT RH : ENTRE GESTION DE LA CHARGE ET BIEN-ÊTRE

Une reconnaissance qui doit aller
au-delà de l'aspect financier

*J'attends des RH qu'ils
reconnaissent les efforts
individuels et collectifs, par exemple
à travers des **retours réguliers**, des
encouragements ou des
opportunités de formation*

*Fêter les succès ensemble et
remercier les efforts accomplis*

Des prises d'informations
plus fréquentes et humaines

*Il y a beaucoup de monde en arrêt
pour burn-out, mais rien n'est fait,
**aucune mesure n'est mise en
place, personne ne vient voir les
gens en poste pour savoir si ça va***

*Ils envoient parfois **des mails avec
des conseils sur le stress, mais
sinon, on ne les voit et ne les
entend jamais***

Plus de prévention et des
actions plus rapides

*Quand une **collaboratrice était sur le point
de claquer la porte** parce qu'elle arrivait
dangereusement proche du burn-out, un **RH
a pris du temps pour l'écouter et bâtir
avec elle un plan d'action** pour l'aider à
prendre du recul et à apprendre à prioriser*

*Ils devraient **collaborer avec les
responsables d'équipe pour
observer les signaux liés à
l'épuisement** chez les employés*

/05



ALIGNEMENT DES VALEURS ET ENGAGEMENTS RSE

VALEURS, RSE ET INCLUSION : DES ATTENTES EN ÉVOLUTION

- Alors que les valeurs et la quête de sens sont au cœur des préoccupations des salariés, **1 collaborateur sur 3 ne se reconnaît pas dans celles de son entreprise**, une déconnexion qui s'accroît avec l'ancienneté.
- L'engagement RSE, lui, **renforce la réputation de l'employeur (65% des collaborateurs le reconnaissent)**, mais il ne suffit pas à booster la satisfaction au travail. Preuve que, si la durabilité et la responsabilité sociale sont des attentes fortes, elles doivent être incarnées dans la culture interne pour impacter réellement l'engagement des employés.
- Bonne nouvelle néanmoins : **80% des collaborateurs jugent leur environnement de travail inclusif**, avec une marge de progression, notamment dans le secteur public.

L'APPRENTISSAGE CLÉ

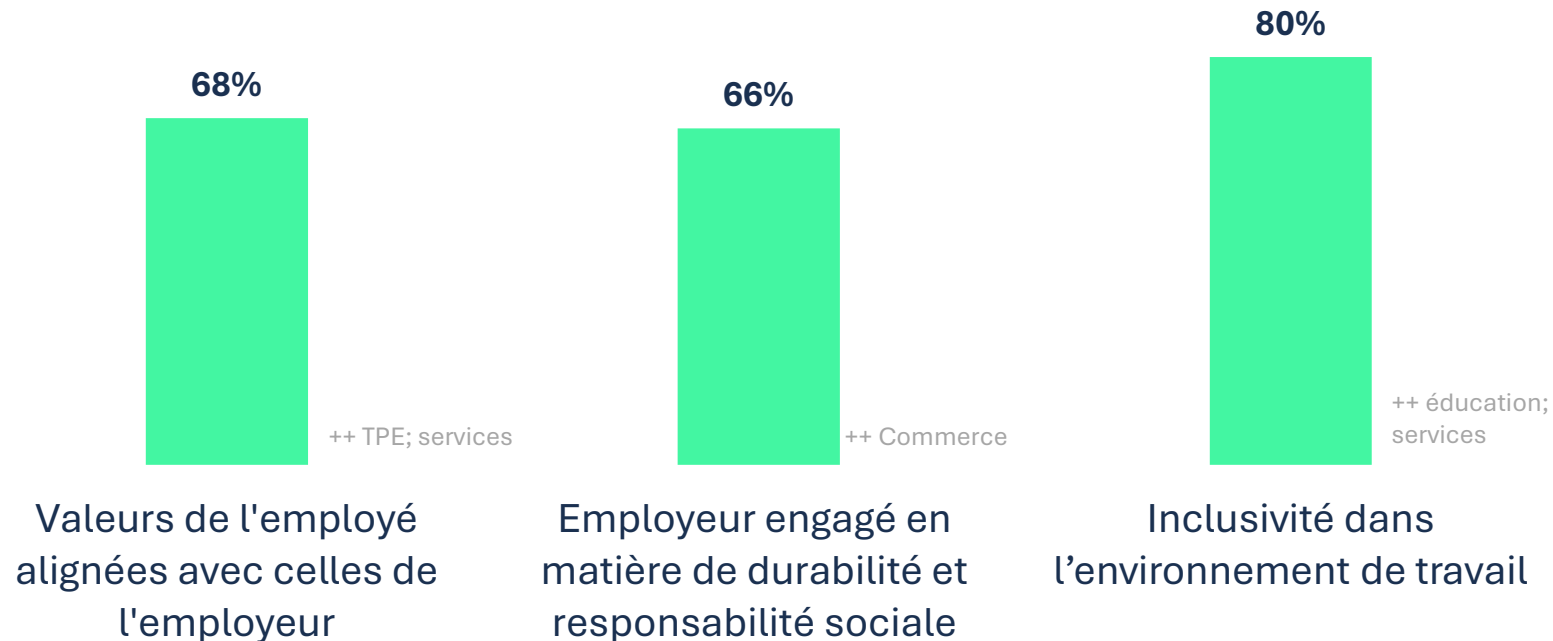
Les valeurs d'entreprise ne doivent pas être un affichage, mais une réalité vécue.

L'inclusion, la transparence et la cohérence sont les leviers d'une marque employeur forte et engageante.

LES TPE DAVANTAGE PERÇUES COMME ENGAGÉES EN RSE

- 👍 Les TPE sont sur-représentées pour les notes 5 et 6
- 🗨️ Alors que administrations publiques sont sur-représentées pour les notes 1 à 3

Cumul des notes de 4 à 6 / 6



46%

ont observé des initiatives pour **promouvoir la diversité et l'inclusion** dans leur entreprise

++ grandes entreprises



Les valeurs de votre entreprise sont-elles alignées avec vos valeurs personnelles ? n=1042

Comment évaluez-vous l'engagement de votre entreprise en matière de durabilité et de responsabilité sociale ? n=1042

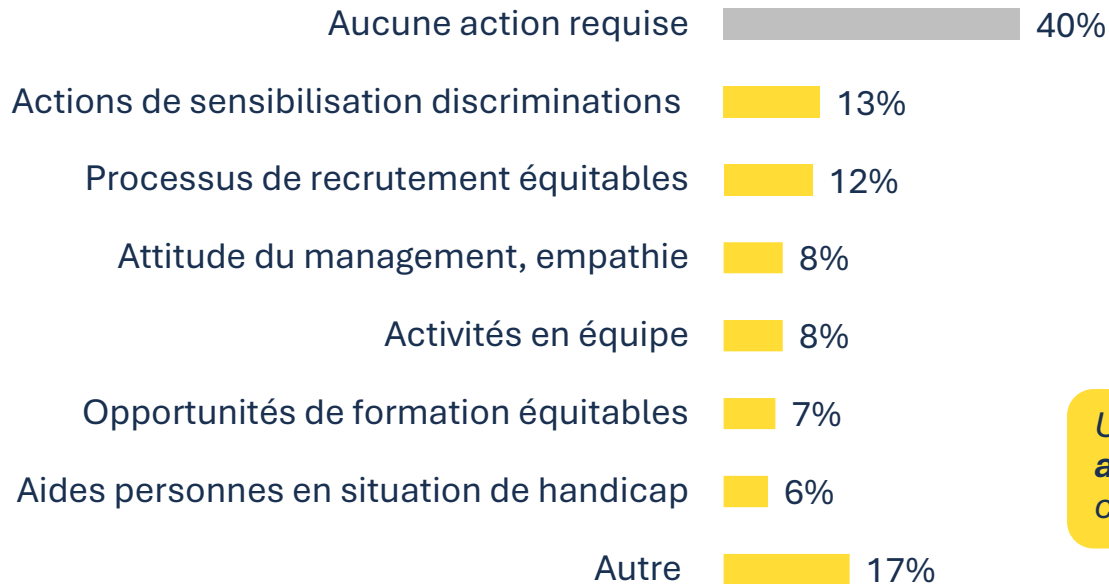
Votre entreprise favorise-t-elle un environnement de travail inclusif pour tout le monde ? n=1042

Avez-vous observé des initiatives pour promouvoir la diversité et l'inclusion dans votre entreprise ? n=1042



COMMENT AMÉLIORER L'INCLUSION ET LA DIVERSITÉ ?

Selon vous, quelles actions pourraient prendre votre entreprise pour améliorer l'inclusion et la diversité ?



*L'entreprise est **déjà très ouverte et accessible** à chacun*

*Honnêtement, je ne pense pas que ce soit nécessaire. **Cela se fait naturellement***

*Adapter son **vocabulaire** en étant davantage inclusif*

*Actions de **sensibilisation aux discriminations** de genre et liées à l'orientation sexuelle.*

*Une **inclusivité fondée sur des valeurs authentiques**, pas pour amener des clients et des collaborateurs*

*Rendre **accessible le lieu aux personnes handicapées**, faire de la prévention sur le **respect des différences***

/06



CE QU'IL FAUT RETENIR

LES DÉFIS RH STRATÉGIQUES À ADRESSER EN PRIORITÉ

1. **Ne pas se reposer sur une satisfaction apparente** : fidéliser sur le long terme demande un effort constant pour maintenir une image employeur positive.
2. **Faire du bien-être un moteur d'engagement concret** : au-delà des actions symboliques, la reconnaissance et la charge de travail équilibrée sont les vrais leviers d'attractivité.
3. **Repenser le management vers une culture d'apprentissage et d'écoute** : feedback, valorisation des idées et accompagnement des RH doivent être au cœur des politiques d'entreprise.
4. **Aligner valeurs et réalité terrain** : une entreprise qui vit réellement ses engagements en matière de RSE et d'inclusion renforce son attractivité et sa rétention.

→ En conclusion, la question n'est plus "*Faut-il s'adapter aux nouvelles attentes des collaborateurs ?*", mais plutôt "*Comment les intégrer de manière authentique et durable ?*"

Les entreprises qui prendront ce virage avec sincérité auront une longueur d'avance pour attirer et fidéliser les talents !

/07



PRIORISATION DES ACTIONS : SUR QUOI AGIR POUR UNE MEILLEURE EXPÉRIENCE COLLABORATEUR ?

NOS 4 PILIERS DE L'ENGAGEMENT



BIEN-ÊTRE

- Équilibre vie pro/perso
- Charge mentale et charge de travail
- Niveau de stress et sécurité psychologique
- Environnement et conditions de travail
- Santé et sécurité au travail
- Ambiance de travail et climat général



MANAGEMENT

- Qualité de la relation avec le manager direct
- Sentiment de reconnaissance et valorisation
- Encouragement à l'autonomie et aux initiatives
- Transparence de la communication interne
- Exemplarité du management direct
- Soutien entre collègues et esprit d'équipe



VALEURS

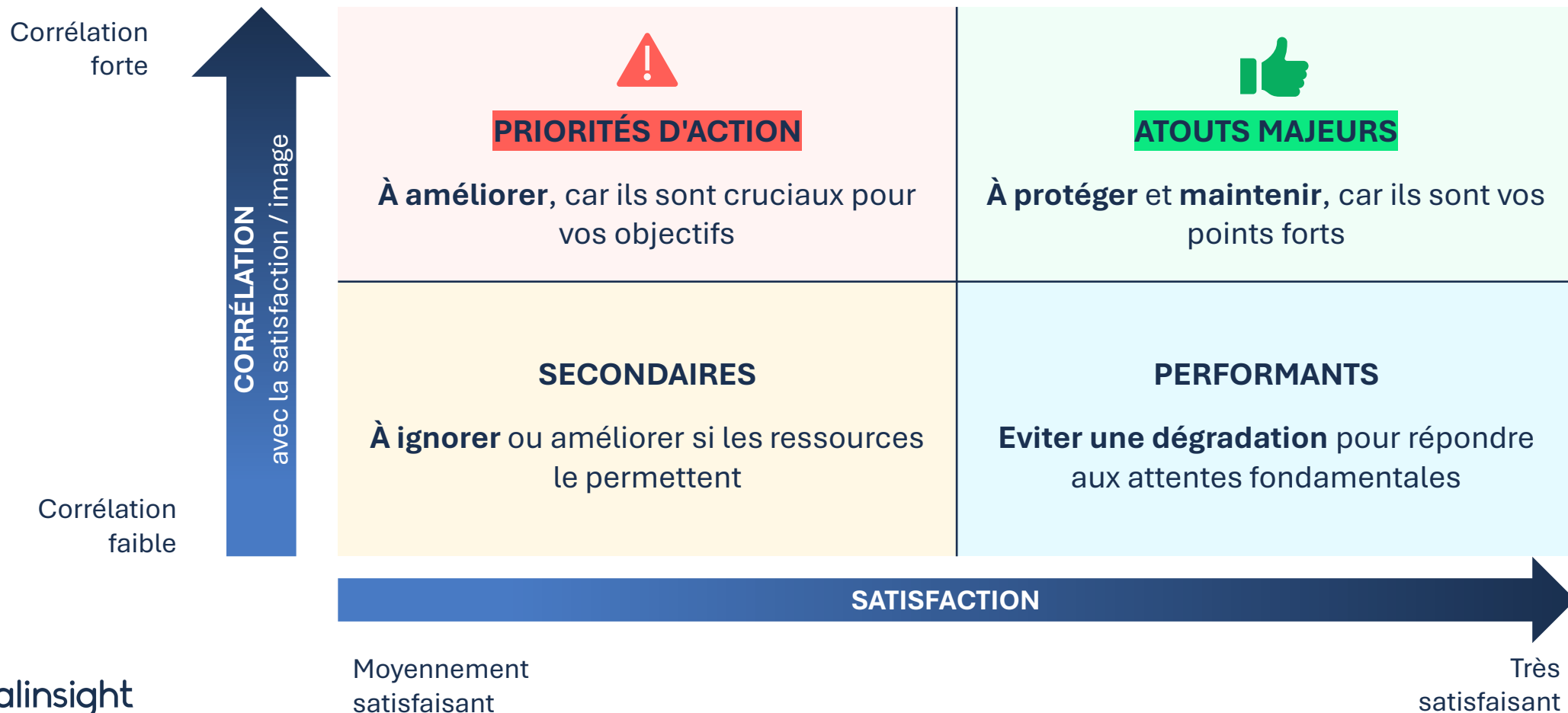
- Perception de l'impact et de l'utilité du travail
- Alignement entre valeurs personnelles et actions de l'entreprise
- Perception des engagements RSE et inclusion
- Fierté d'appartenance
- Confiance en les RH et les politiques de l'entreprise
- Écoute et proximité de la part de la direction générale



CARRIÈRE

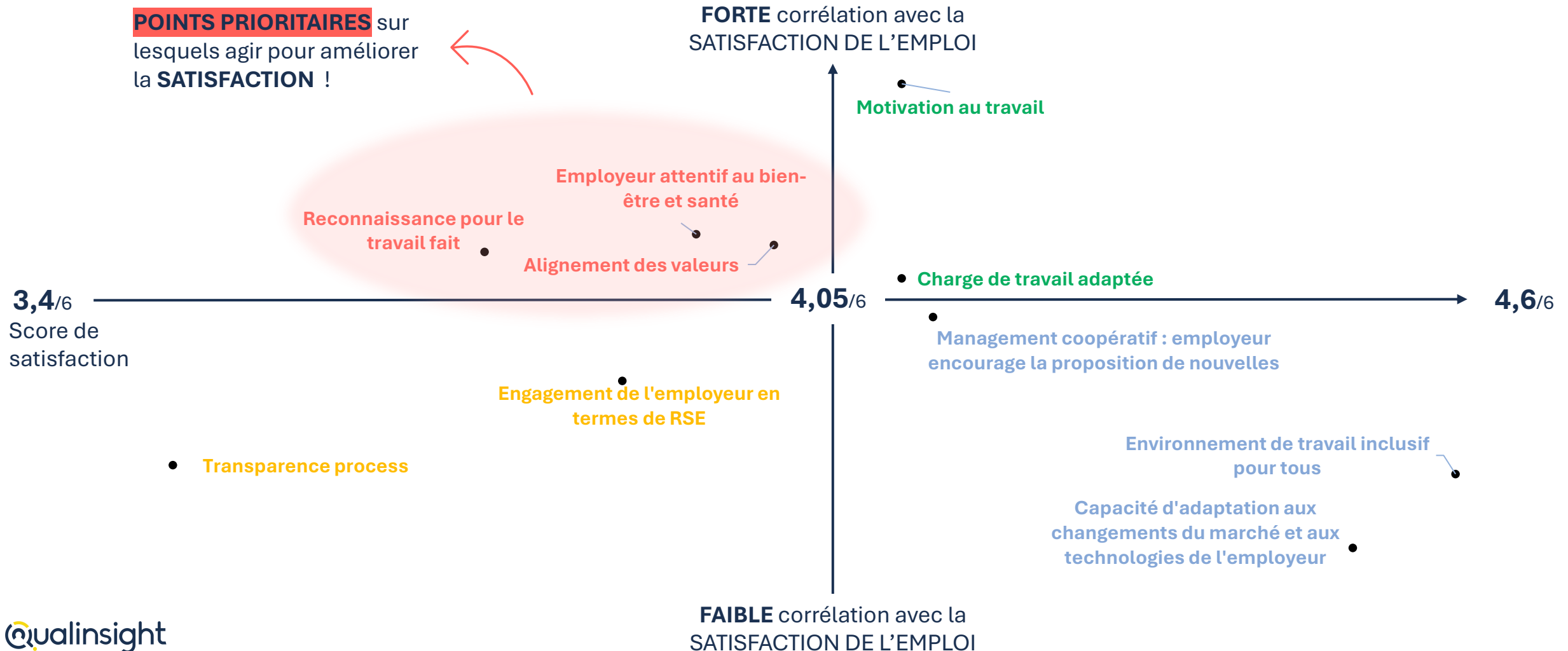
- Accès à des formations et développement des compétences
- Visibilité sur les opportunités d'évolution interne
- Perception d'équité salariale
- Intention de rester dans l'entreprise à moyen terme
- Satisfaction concernant la rémunération globale
- Reconnaissance de l'expertise et des compétences

STRATÉGIE DE PRIORISATION VIA L'ANALYSE DE LA PERFORMANCE ET LA CORRÉLATION

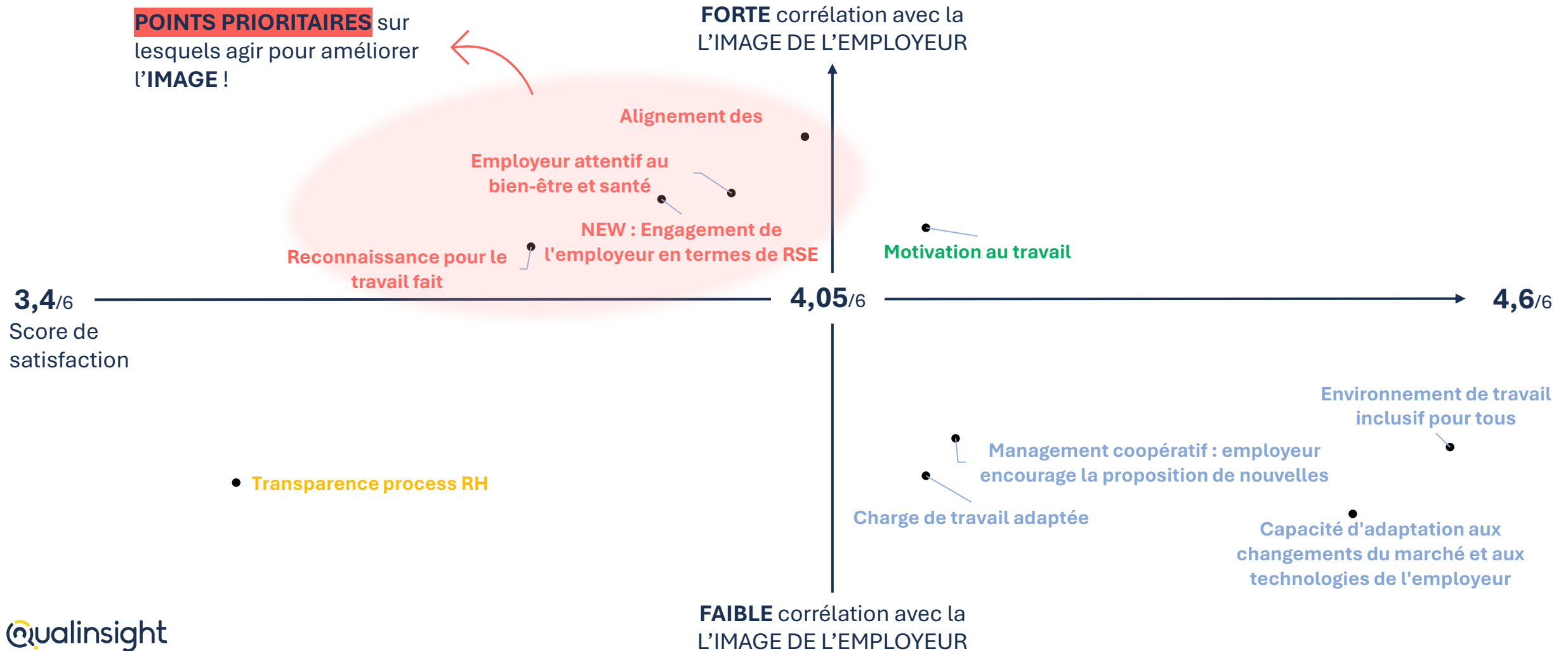


IDENTIFIER LES INDICATEURS MAL NOTÉS ET CORRÉLÉS AVEC LA SATISFACTION

POINTS PRIORITAIRES sur lesquels agir pour améliorer la **SATISFACTION** !



ENGAGEMENT RSE : UN MOTEUR DE MARQUE EMPLOYEUR PLUTÔT QUE DE SATISFACTION



LA RICHESSE DES QUESTIONS OUVERTES



*Qu'est-ce qui vous donne vraiment **envie de venir travailler** le matin ?*

*Racontez un **moment récent** où vous avez été **fier/fière** de votre travail ici.*

*Qu'est-ce qui vous **empêche de faire votre travail correctement** au quotidien ?*

*Si vous pouviez **changer une chose demain pour améliorer votre quotidien**, ce serait quoi ?*

*Comment trouvez-vous **l'ambiance d'équipe**, et avez-vous des idées pour l'améliorer ?*



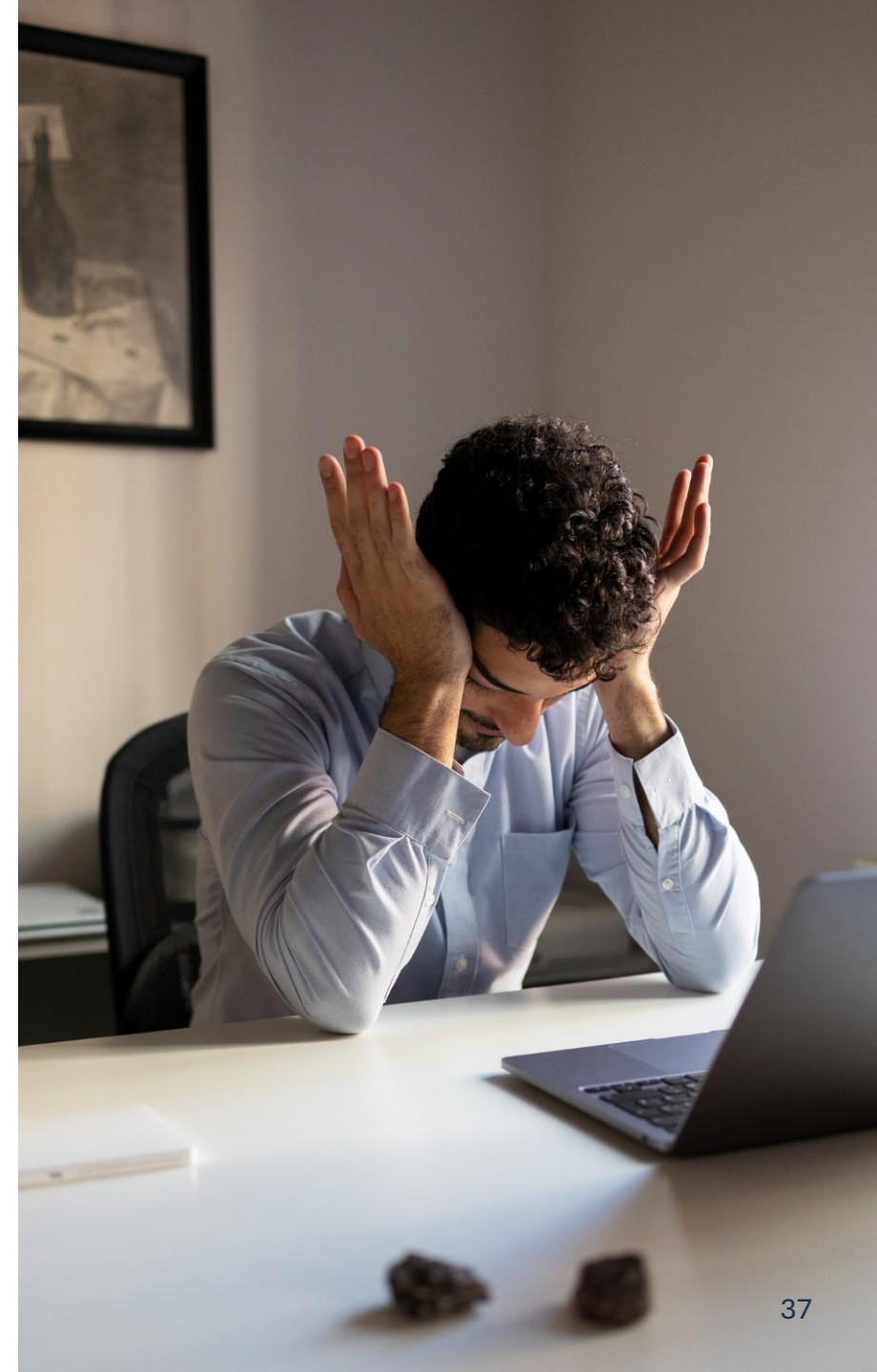
DIFFICULTÉS POUR MESURER L'ENGAGEMENT

Les écueils habituels

- Manque d'intérêt pour répondre aux sondages, des questionnaires trop longs (>10min)
- Découragement car pas d'amélioration après avoir donné son avis précédemment
- Crainte concernant la confidentialité et l'anonymat
- Manque d'appropriation des résultats par les équipes concernées

Notre engagement

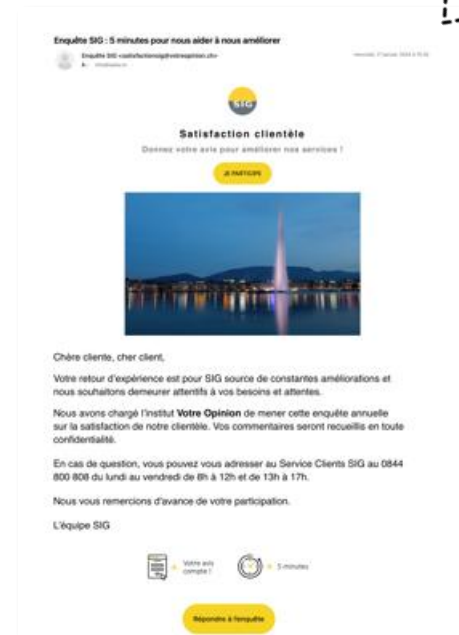
- Durée du questionnaire à **10 min max** pour maintenir l'engagement
- Faciliter l'appropriation des résultats par vos équipes en fournissant des analyses détaillées et accessibles simplement via la **plateforme interactive et sécurisée Sphinx DataViv**. Ces rapports incluent un suivi évolutif de vos KPIs clés et une analyse segmentée pour une compréhension approfondie.
- En complément du score d'engagement, nous utilisons une **matrice de corrélation** pour examiner l'impact des variables sur la satisfaction et l'engagement des collaborateurs et collaboratrices, permettant ainsi **d'identifier les priorités d'action**.



MÉTHODES DE COLLECTE

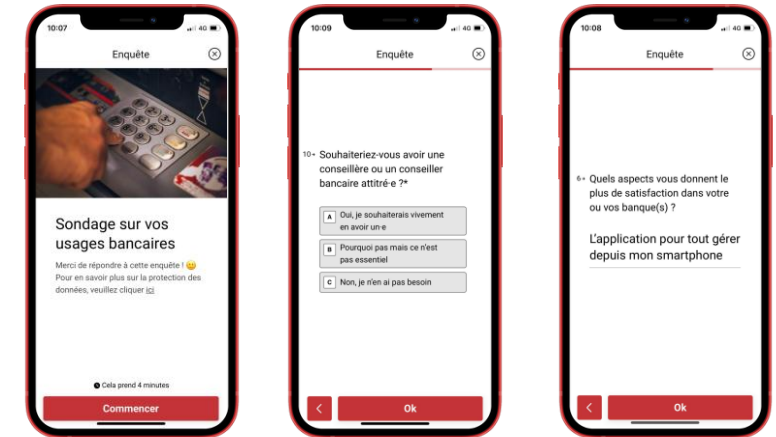
- **Sondage en ligne** d'une durée de 10min, (environ 40 questions fermées, dont 3 questions ouvertes), en français
- **Liens personnalisés** afin de pouvoir intégrer les variables socio-démographiques de votre fichier
- **Emailing** des liens personnalisés (publipostage) effectué par CLS et envoi SMS par Qualinsight
- Communication appuyée **sur le lieu de travail** et intranet : ex. affichettes dans la cafétéria et les espaces café, toilettes, etc.
- Possibilité de **distribuer des cartes avec QR code** (lien générique uniquement)
- Les données collectées sur Typeform ne seront pas reliées à des données personnelles. Les données recueillies en ligne sont donc **anonymes**.
- Les données sont **hébergées sur notre serveur en Suisse**, chez Infomaniak, entreprise romande certifiée ISO 27001.

Exemple d'e-mailing



Typeform

Design simple et fluide pour répondre aux enquêtes facilement



Questions ouvertes pour récolter des verbatims



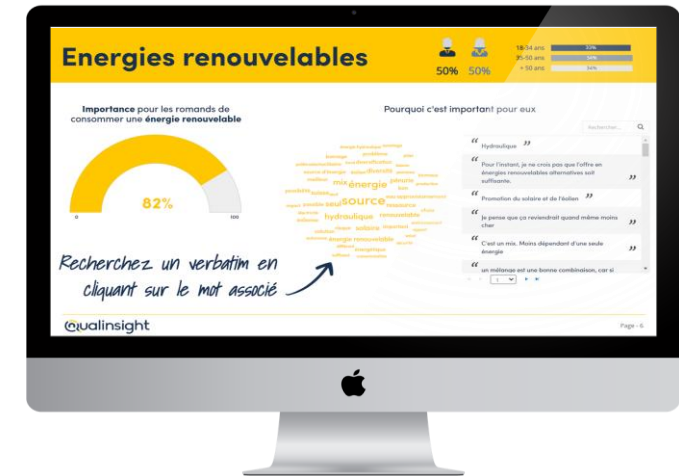
Distribution de cartes avec QR-code



infomaniak

VISUALISATION DES DONNÉES

- Pour faciliter la comparabilité des données, nous utilisons donc la plateforme en ligne DataViv de Sphinx. Cela permet à nos clients d'avoir un accès direct et instantané à leurs données.
- Grâce à cet accès, nos clients ont la liberté de réaliser des tris croisés ou de segmenter leurs analyses en fonction de leurs besoins. Les données sont conservées en totale conformité avec la réglementation RGPD.



POURQUOI CHOISIR QUALINSIGHT ?



- Qualinsight, située à Lausanne, est une agence spécialisée dans la réalisation **d'enquêtes dédiées à l'expérience client et à l'engagement des collaborateurs et collaboratrices.**
- Nous sommes spécialisés dans les sondages quali-quantitatives et les études qualitatives pour les grandes entreprises et les PME en Suisse.
- Depuis 10 ans, nous développons et animons notre propre panel [VotreOpinion.ch](https://votreopinion.ch). En 2022, nous avons développé et lancé l'application de sondages rémunérés *Votre Opinion*
- En parallèle, nous menons des sondages sur les réseaux sociaux afin de toucher des cibles réticentes aux sondages traditionnels, ainsi que des cibles plus spécifiques, locales ou rares.
- **Notre objectif :** mener des études innovantes et sur-mesure, pour enrichir votre connaissance des publics ciblés, vous accompagner dans la prise de décision et vous aider à avoir de l'impact dans le développement de vos offres grâce à une consultation approfondie des besoins et attentes des publics, que ce soit sur des thématiques Marketing ou RH.

NOTRE ÉQUIPE POUR VOUS ACCOMPAGNER



Esther SÈVE

Esther est à la tête de l'agence Qualinsight qu'elle a créée en 2012.



Julia PACIFICO

Julia est directrice des études qualitatives.



Danilo RESCINITI

Danilo est chargé d'études quantitatives.



Julia VOILLAT

Julia est spécialiste de la visualisation de données et de la logistique des études.

ILS NOUS FONT CONFIANCE





Qualinsight

Votre partenaire en Suisse pour les sondages et études de marché

- Etudes qualitatives et quantitatives
- Méthodologies hybrides : panel, réseaux sociaux, face à face, journal vidéo
- Accompagnement stratégique local
- Podcast « Romand'Insight » sur les tendances business

 **Esther SÈVE**

 esther.seve@qualinsight.ch