

“opinionway

Les salariés et l'attractivité des entreprises

Juin 2023



ESOMAR²³
Corporate





La méthodologie





La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **1002 salariés** issu d'un échantillon de 2109 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 16 au 25 mai 2023**.
Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,5 à 3,3 points au plus pour un échantillon de 900 répondants.



Les résultats

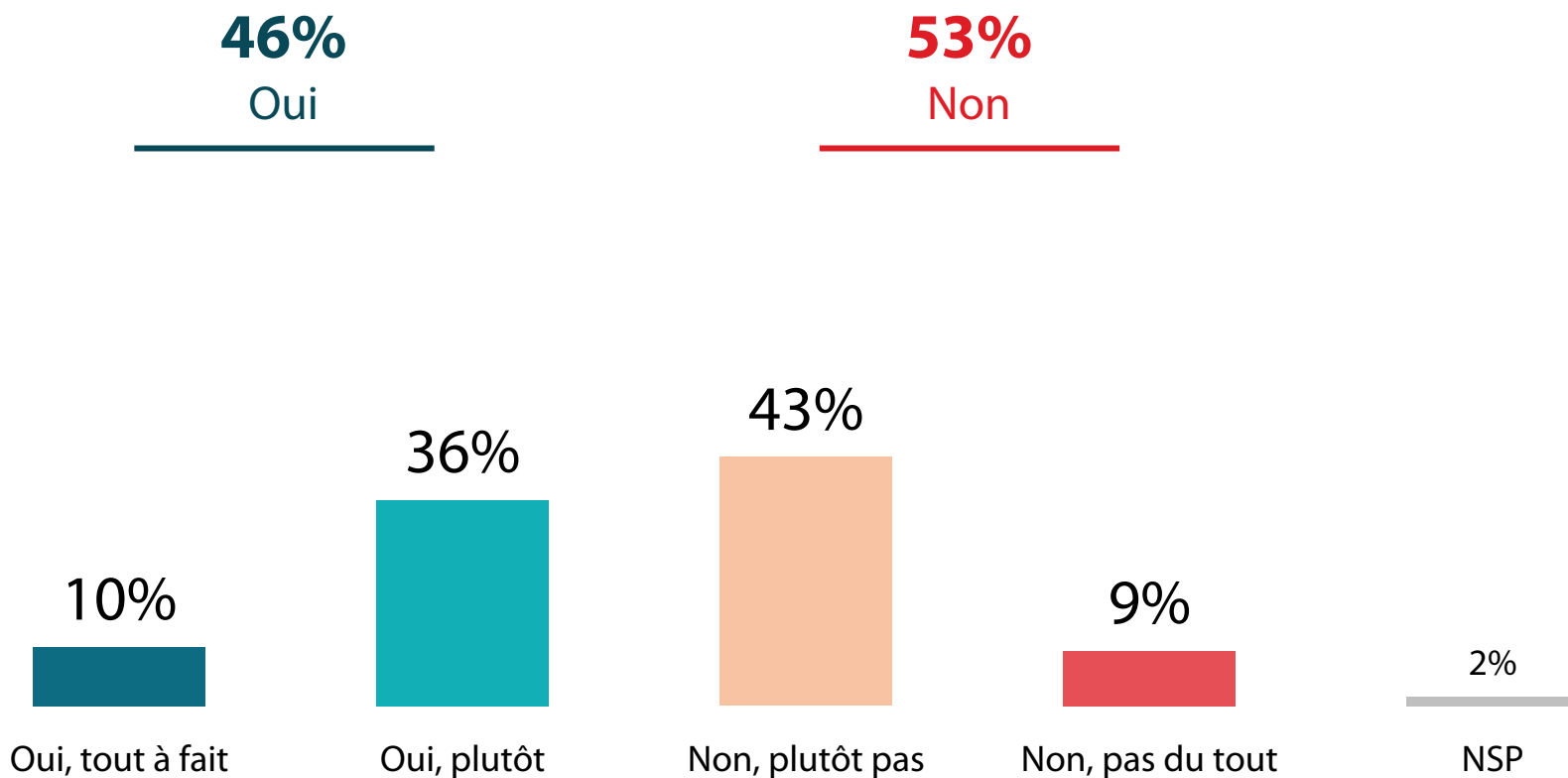




L'importance de la rémunération dans l'évaluation de l'attractivité des entreprises



Q. Pour évaluer l'attractivité d'une entreprise, diriez-vous que la rémunération est le seul critère que vous prenez en compte ?





L'importance de la rémunération dans l'évaluation de l'attractivité des entreprises



Q. Pour évaluer l'attractivité d'une entreprise, diriez-vous que la rémunération est le seul critère que vous prenez en compte ?

		Sexe		Age			Statut		Taille de l'entreprise				Secteur d'activité		
	% Total	Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-49 ans	50 ans et plus	CSP +	CSP -	Moins de 50 salariés	50 à 249 salariés	250 à 999 salariés	1000 salariés et plus	Industrie et BTP	Commerce	Services
Sous-total Oui	46%	48%	43%	46%	49%	42%	45%	47%	43%	51%	54%	42%	52%	46%	43%
...Oui, tout à fait	10%	12%	8%	9%	13%	9%	11%	10%	8%	12%	14%	13%	16%	6%	10%
...Oui, plutôt	36%	36%	35%	37%	36%	33%	34%	37%	35%	39%	40%	29%	36%	40%	33%
Sous-total Non	52%	51%	55%	52%	50%	56%	54%	51%	56%	49%	46%	57%	46%	53%	57%
...Non, plutôt pas	43%	41%	45%	41%	42%	47%	44%	42%	47%	41%	38%	44%	36%	42%	47%
...Non, pas du tout	9%	10%	10%	11%	8%	9%	10%	9%	9%	8%	8%	13%	10%	11%	10%

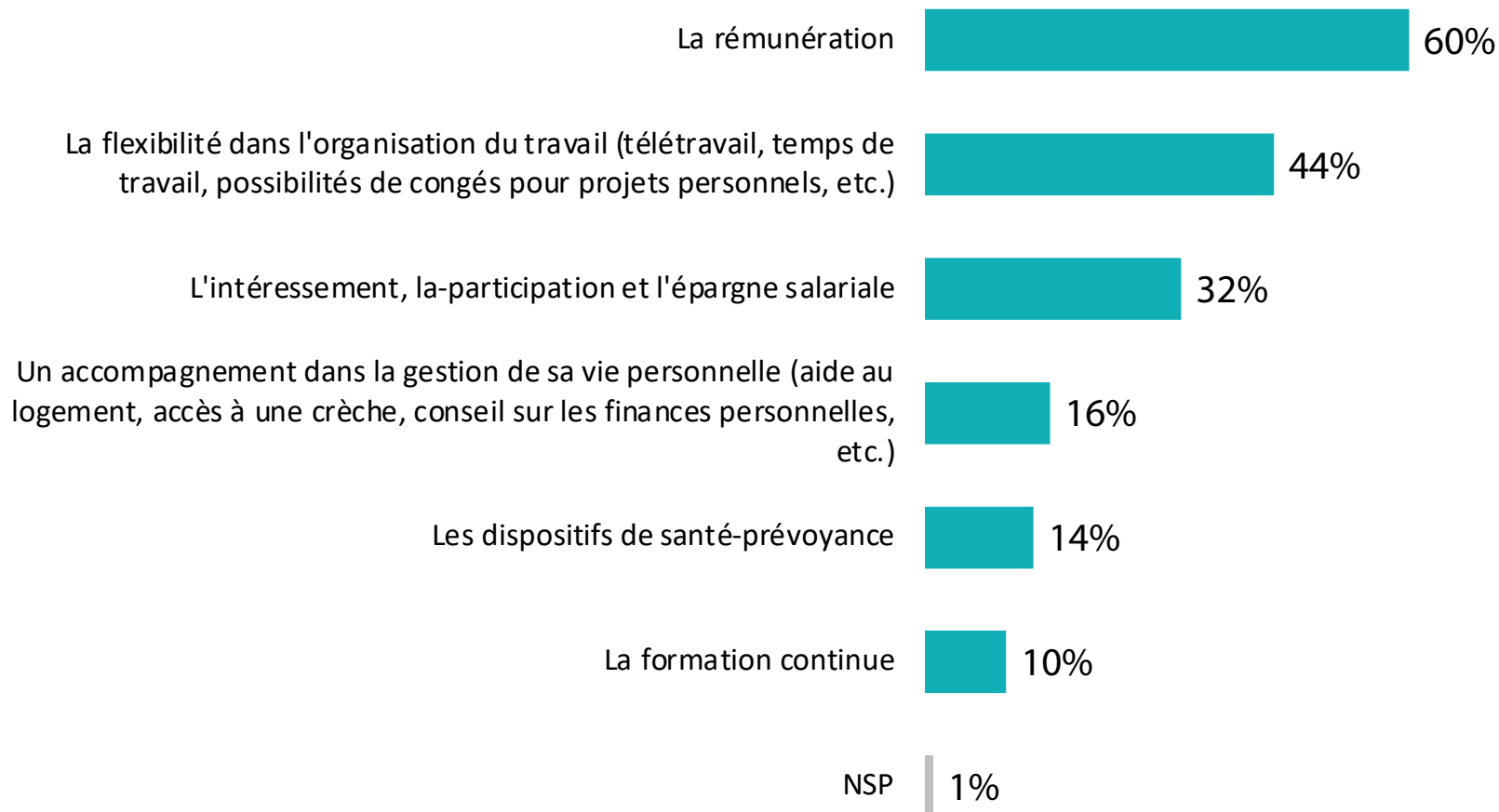


Les éléments contribuant à la reconnaissance et l'attachement envers son entreprise



Q. Selon vous, ce qui contribue le plus au sentiment de reconnaissance et à l'attachement envers son entreprise c'est... ?

Deux réponses possibles – Total supérieur à 100%.





Les éléments contribuant à la reconnaissance et l'attachement envers son entreprise



Q. Selon vous, ce qui contribue le plus au sentiment de reconnaissance et à l'attachement envers son entreprise c'est... ?

Deux réponses possibles – Total supérieur à 100%.

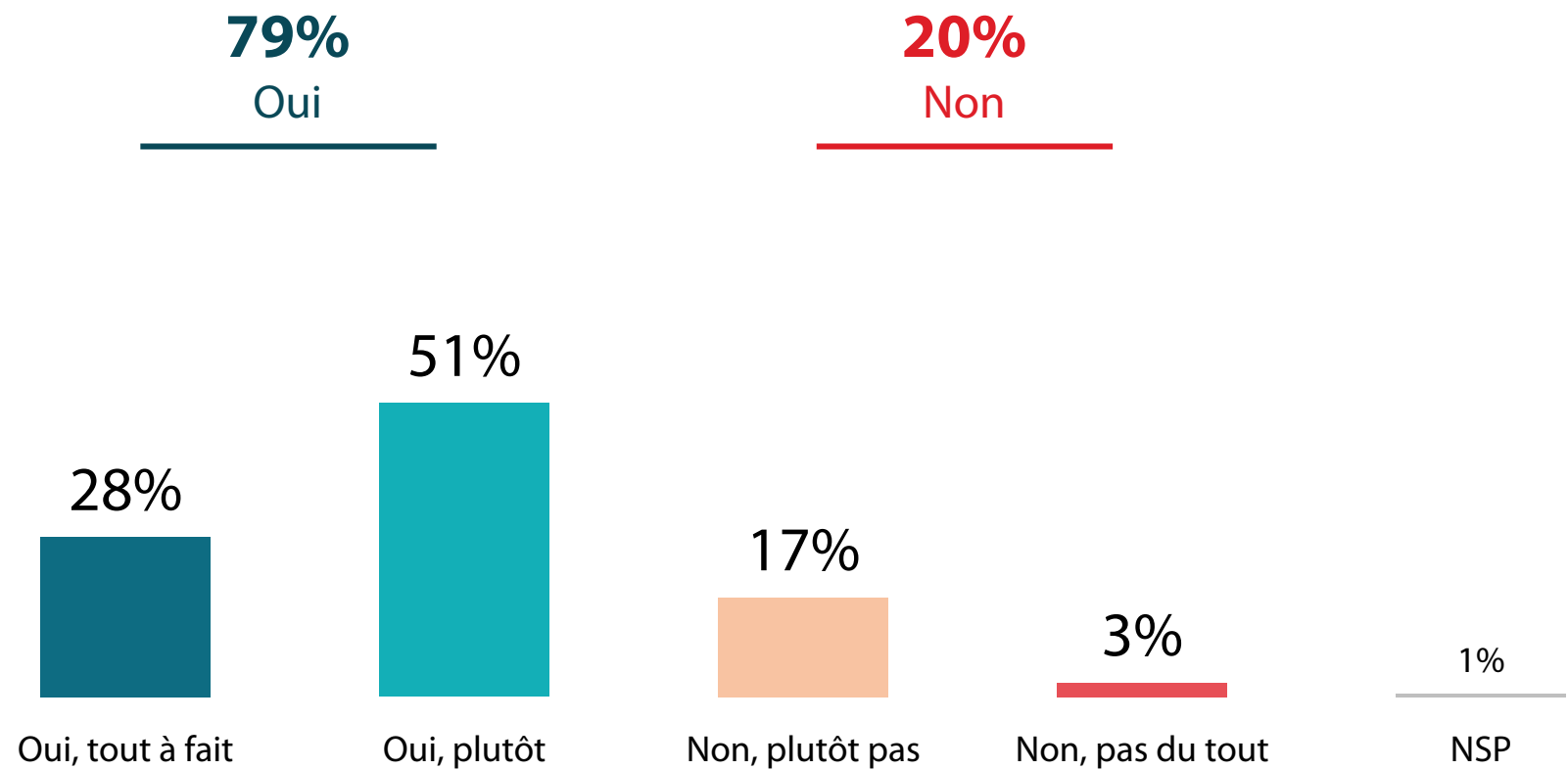
	% Total	Sexe		Age			Statut		Taille de l'entreprise				Secteur d'activité		
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-49 ans	50 ans et plus	CSP +	CSP -	Moins de 50 salariés	50 à 249 salariés	250 à 999 salariés	1000 salariés et plus	Industrie et BTP	Commerce	Services
La rémunération	60%	61%	60%	55%	64%	61%	58%	62%	64%	59%	53%	65%	64%	60%	60%
La flexibilité dans l'organisation du travail	44%	37%	49%	54%	41%	35%	45%	42%	49%	40%	36%	39%	35%	37%	49%
L'intéressement, la-participation et l'épargne salariale	32%	35%	29%	24%	34%	39%	36%	29%	29%	35%	38%	39%	39%	36%	30%
Un accompagnement dans la gestion de sa vie personnelle	16%	14%	17%	20%	17%	10%	16%	15%	14%	14%	20%	11%	7%	15%	19%
Les dispositifs de santé-prévoyance	14%	12%	15%	14%	13%	14%	11%	15%	14%	14%	20%	10%	16%	15%	12%
La formation continue	10%	11%	9%	9%	10%	12%	13%	8%	10%	14%	9%	9%	9%	8%	12%



L'impact de l'inflation sur le choix entre avantages salariaux et non-salariaux



Q. Avec le retour de l'inflation, pensez-vous que les employeurs doivent se concentrer sur le bulletin de salaire, plutôt que sur des avantages non salariaux ?





L'impact de l'inflation sur le choix entre avantages salariaux et non-salariaux



Q. Avec le retour de l'inflation, pensez-vous que les employeurs doivent se concentrer sur le bulletin de salaire, plutôt que sur des avantages non salariaux ?

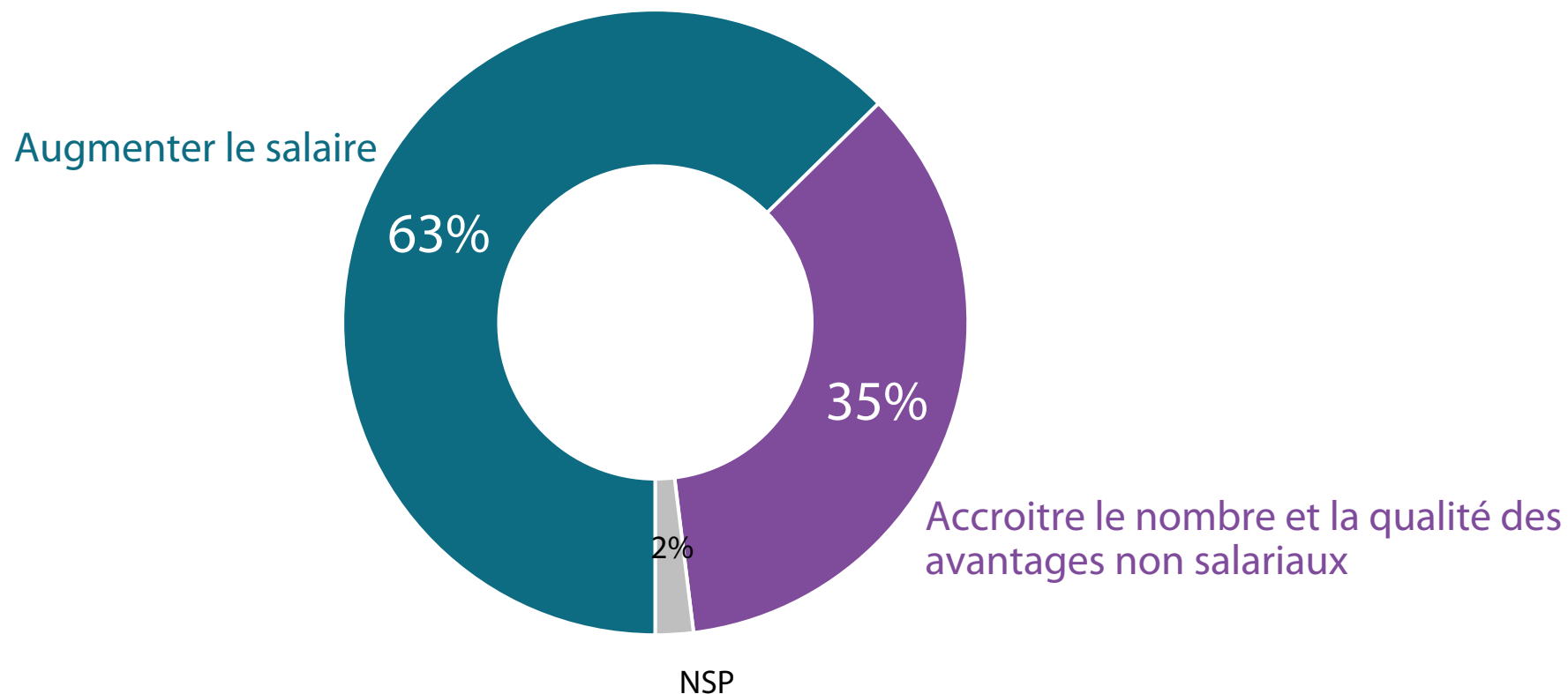
	% Total	Sexe		Age			Statut		Taille de l'entreprise				Secteur d'activité		
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-49 ans	50 ans et plus	CSP +	CSP -	Moins de 50 salariés	50 à 249 salariés	250 à 999 salariés	1000 salariés et plus	Industrie et BTP	Commerce	Services
Sous-total Oui	79%	82%	77%	76%	80%	83%	80%	79%	81%	82%	81%	80%	80%	82%	81%
...Oui, tout à fait	28%	31%	25%	24%	28%	32%	29%	27%	27%	25%	27%	36%	27%	29%	29%
...Oui, plutôt	51%	51%	52%	52%	52%	51%	51%	52%	54%	57%	54%	44%	53%	53%	52%
Sous-total Non	20%	18%	22%	23%	20%	16%	20%	20%	19%	18%	19%	20%	20%	18%	19%
...Non, plutôt pas	17%	15%	20%	22%	15%	15%	17%	18%	17%	15%	17%	17%	14%	16%	18%
...Non, pas du tout	3%	3%	2%	1%	5%	1%	3%	2%	2%	3%	2%	3%	6%	2%	1%



Les solutions à développer pour recruter et fidéliser les salariés



Q. A l'avenir, pour pallier les difficultés à recruter ou fidéliser les salariés, les employeurs doivent-ils accroître le nombre et la qualité des avantages non salariaux ou contraire augmenter le salaire ?





Les solutions à développer pour recruter et fidéliser les salariés



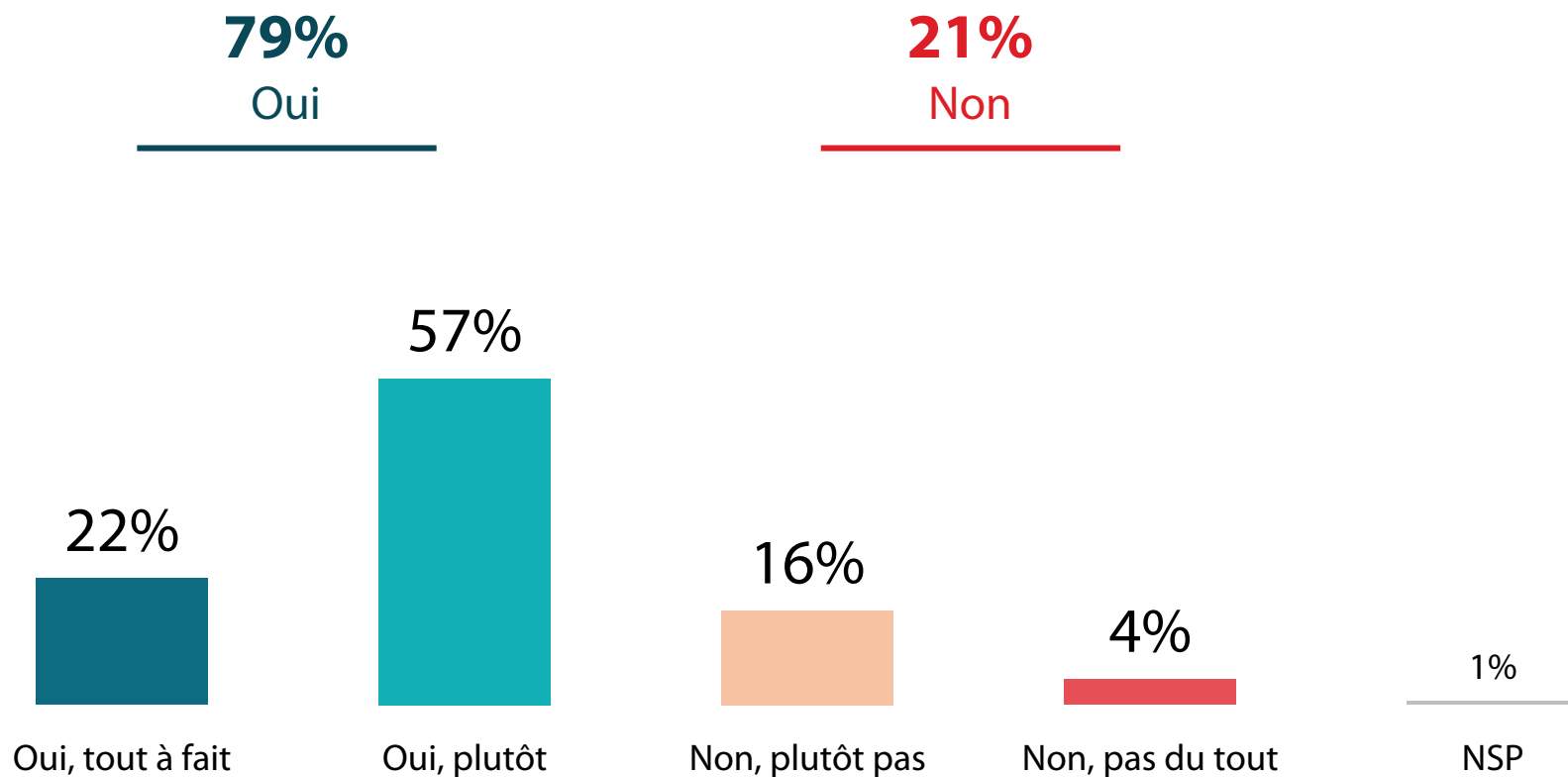
Q. A l'avenir, pour pallier les difficultés à recruter ou fidéliser les salariés, les employeurs doivent-ils accroître le nombre et la qualité des avantages non salariaux ou contraire augmenter le salaire ?

	% Total	Sexe		Age			Statut		Taille de l'entreprise				Secteur d'activité		
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-49 ans	50 ans et plus	CSP +	CSP -	Moins de 50 salariés	50 à 249 salariés	250 à 999 salariés	1000 salariés et plus	Industrie et BTP	Commerce	Services
Augmenter le salaire	63%	65%	60%	54%	64%	69%	62%	63%	63%	60%	60%	70%	62%	58%	67%
Accroître le nombre et la qualité des avantages non salariaux	35%	34%	37%	44%	33%	30%	36%	35%	37%	36%	38%	30%	35%	40%	33%

Le rapport entre bien-être des salariés et avantages non-salariaux



Q. Selon vous, se préoccuper du bien-être de ses salariés pour une entreprise, est-ce aujourd'hui surtout leur proposer des avantages autre que salariaux ?





Le rapport entre bien-être des salariés et avantages non-salariaux



Q. Selon vous, se préoccuper du bien-être de ses salariés pour une entreprise, est-ce aujourd'hui surtout leur proposer des avantages autre que salariaux ?

		Sexe		Age			Statut		Taille de l'entreprise				Secteur d'activité		
	% Total	Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-49 ans	50 ans et plus	CSP +	CSP -	Moins de 50 salariés	50 à 249 salariés	250 à 999 salariés	1000 salariés et plus	Industrie et BTP	Commerce	Services
Sous-total Oui	79%	74%	83%	83%	78%	74%	77%	80%	80%	83%	79%	71%	78%	75%	80%
...Oui, tout à fait	22%	19%	25%	22%	26%	16%	23%	22%	21%	24%	22%	20%	20%	22%	23%
...Oui, plutôt	57%	55%	58%	61%	52%	58%	54%	58%	59%	59%	57%	51%	58%	53%	57%
Sous-total Non	20%	26%	16%	16%	22%	25%	23%	19%	19%	17%	21%	29%	22%	24%	20%
...Non, plutôt pas	16%	19%	14%	14%	16%	19%	18%	15%	15%	14%	17%	22%	16%	19%	16%
...Non, pas du tout	4%	7%	2%	2%	6%	6%	5%	4%	4%	3%	4%	7%	6%	5%	4%

WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.



RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation - 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.





RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre

[newsletter !](#)

“*opinion*way”

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
BORDEAUX
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN