

Etude Swisscom Lifebalance

Management Summary, juin 2012





Partenaires de l'étude

Swisscom a réalisé en association avec 20 minutes une étude représentative sur la Lifebalance, soit l'équilibre entre travail et vie privée. Y a notamment été analysé le comportement actuel de communication des actifs. La qualité de cette étude a été évaluée par l'Institut pour la recherche de méthodes de travail et de conseils en organisation (iafob).

Management Summary

Activité professionnelle/Monde du travail

- Structure des personnes interrogées:
employés (57%), employés académiques (7%), employés d'encadrement (30%), membres de la direction de l'entreprise/du niveau de direction supérieur (5%), propriétaires d'entreprise (1%)
Taille d'entreprise de 11 à 50 employés (39%), taille d'entreprise de plus de 300 employés (15%)
Degré d'occupation: plein temps (87%), temps partiel (13%)
- 65% des personnes interrogées ont des horaires de travail flexibles
- Durée de travail contractuelle: 35 à 44 heures (71%), plus de 45 heures (4%)
- 40% des personnes interrogées travaillent plus de 45 heures

Management Summary

Activité professionnelle/Monde du travail

- Trajet domicile-travail: moins de 30 minutes (66%), plus d'une heure (8%).
38% travaillent une fois par semaine sur le chemin du travail, 23% tous les jours
- Pause de midi: moins de 1 heure (74%), plus de 1 heure (20%)
- Poste de travail au bureau: propre poste de travail (82%) , moins de 10 heures / semaine dans un bureau à plusieurs (62%), bureau individuel (30%)
- Lieu de travail hors du bureau: au moins 10 heures / semaine à la maison (5%), en déplacement (13%)
- Equipement: smartphone (45%), notebook/laptop d'entreprise avec VPN (34%), notebook/laptop d'entreprise sans VPN (9%), notebook/laptop privé avec VPN (20%), notebook/laptop privé sans accès aux données de l'entreprise (17%), téléphone portable (17%), PC tablette (8%)

Management Summary

Utilisation des appareils

- Utilisation professionnelle d'appareils de travail et de communication: PC stationnaire (73%), réseau fixe (70%), laptop/notebook (36%), smartphone (26%), tél. portable sans accès Internet (20%), tél. portable avec accès Internet (16%) et PC tablette (5%).
- Utilisation des appareils professionnels à des fins privées: smartphone (75%), PC stationnaire (73%), laptop/notebook (65%), tél. portable avec accès Internet (64%), réseau fixe (63%), tél. portable sans accès Internet (56%),
- Utilisation des appareils privés à des fins professionnelles: smartphone 56%, portable avec accès Internet 47%, laptop/notebook 46%.

Management Summary

Atteignabilité pendant les heures de travail

- Atteignabilité des personnes interrogées :
par téléphone (mobile, réseau fixe) (82%), e-mail (78%), conférence téléphonique/visioconférence (19%), SMS (17%), chat (8%), réseaux sociaux (2%)
- Formes de communication personnelles: les visites personnelles (71%/73%) ainsi que les réunions (52%) ont une forte importance
- Contacts des actifs:
Par téléphone: tous les jours (70%), toutes les heures ou plus souvent (23%)
Par e-mail: tous les jours (72%), toutes les heures ou plus souvent (25%)
- Réponse aux demandes par e-mail:
Dans la journée (82%), dans la demi-journée (60%), dans l'heure (34%)
- Réponse à tous les mails (62%), 75% des e-mails (79%)
- Participation hebdomadaire à des réunions: (59%)

Management Summary

Atteignabilité pendant les heures de travail

- Plus grande gêne du processus de travail par des formes de communication non annoncées telles que visite personnelle (30%), téléphone (29%), conférences téléphoniques/visioconférences (24%), réunions (22%), chat (22%).
- Contacts non souhaités pour les actifs en bureau pendant les activités suivantes: présentations/exposés (49%); réunions avec des clients (48%), supérieurs hiérarchiques (46%) ou collaborateurs (42%); pendant la pause de midi (38%)
- 34% des employés seraient heureux de pouvoir limiter l'atteignabilité à des heures choisies. 31% sont indécis (31%), mais n'excluent pas a priori cette possibilité. 36% y sont plutôt opposés.

Management Summary

Atteignabilité hors des heures de travail

- Atteignabilité: midi (59%), après la journée de travail (57%), week-end (51%), jours fériés (48%), vacances (37%).
Pas d'atteignabilité professionnelle: midi (12%), après la journée de travail (14%), week-end (19%), jours fériés (22%), vacances (25%)
- Type d'atteignabilité: téléphone (88%), e-mail (65%), SMS (59%), plateforme de réseaux sociaux, conférence téléphonique/visioconférence/chat (2%-5%)
- Les types de prise de contact suivants sont considérés comme gênants: téléphone (34%), e-mail (14%), SMS (21%)
- Atteignable pour les personnes suivantes: supérieurs hiérarchiques (88%), collaborateurs (85%), clients (23%)

Management Summary

Atteignabilité hors des heures de travail

- Raisons de l'atteignabilité: responsabilité vis-à-vis des collègues de travail (57%) et clients (32%), culture de travail de la branche concernée (17%), attente de l'employeur (17%-18%).
- Limitation souhaitée de l'atteignabilité: vacances (73%), jours fériés (55%), week-ends (54%), soirée après le travail (39%)
- Limitation souhaitée de l'atteignabilité lors des activités suivantes: sexe/câlins (60%), toilettes (49%), repas du midi / du soir (37%), sorties (37%)
- 29% des personnes interrogées seraient heureuses de pouvoir limiter leur atteignabilité à des heures choisies. 29% sont indécises.

Management Summary

Life-Domain-Balance/temps libre

- Temps de travail bien conciliable avec des obligations familiales et/ou sociales (87%), très bien conciliable (39%).
- 12% ont des difficultés à garder un équilibre entre vie professionnelle et vie privée.
- Pour 78%, la séparation entre travail et temps libre est importante.
- 66% accordent de l'importance aux relations professionnelles et privées ou à la séparation entre travail et temps libre.
- Pour 77% des actifs, le succès professionnel est important. L'importance de la famille (93%), de la vie sociale (92%), des hobbies (92%) et du couple (92%) est néanmoins jugée supérieure.
- Estimation de la forme physique et psychique: bonne (79%), très bonne (37%).

Backup

Fiche méthodologique



12

Population	Population alémanique âgée de 14 à 99 ans qui va au moins une fois par semaine sur Internet
Méthode	Sondage en ligne dans le panel Tamedia (Suisse alémanique et romande) par un questionnaire entièrement structuré. Invitation par e-mail envoyée par LINK Institut Zürich
Echantillonnage	1977 personnes interrogées dans le panel en ligne Tamedia, 1586 de Suisse alémanique, 391 de Suisse romande (non pondéré)
Pondération	Pondération par sexe, âge, formation scolaire, activité professionnelle, fonction professionnelle/d'encadrement, taille de l'entreprise et langue / région linguistique selon MA Strategy 2011
Période du sondage	Le sondage a duré du 20 février 2012 au 2 mars 2012
Niveau de confiance	Le niveau de confiance se situe pour l'échantillonnage global à maximum +/- 2,2% (Suisse alémanique : +/- 2,6%, Suisse romande : +/- 4,6%)

Juni 2012

Swisscom Lifebalance-125Studie