

## Le bien-être: facteur de réussite pour les entreprises

### Étude Aon Global Wellbeing 2022/2023: de plus en plus d'entreprises européennes adoptent des stratégies claires en matière de bien-être

**ZURICH, 22 mars 2023** – Le bien-être des collaborateurs prend une importance croissante dans le monde entier et son influence est grandissante sur le succès des entreprises. C'est ce que montre la dernière étude Global Wellbeing réalisée par le leader international du conseil et des prestations de services (NYSE: [AON](#)). Il est essentiel d'adopter une stratégie prenant en compte ce facteur afin d'attirer les talents, d'améliorer la performance globale de l'entreprise et d'atteindre les objectifs financiers. Selon des études antérieures menées par Aon, l'amélioration des facteurs influant sur le bien-être peut se traduire par une augmentation des performances de l'entreprise comprise entre 11 % et 55 %.

#### **Le bien-être occupe désormais la deuxième place sur la liste des priorités des entreprises européennes**

Selon la dernière enquête menée en 2022, le bien-être des collaborateurs est devenu la deuxième priorité des entreprises européennes en matière de ressources humaines, avec 77 % de mentions. En 2020, ce critère était encore souvent considéré comme «un petit plus». En effet, plus de la moitié des personnes interrogées (53 %) ne lui accordaient pas une grande importance. Depuis, le regard porté sur ce sujet a fortement évolué: seul l'objectif consistant à attirer et conserver un personnel qualifié est jugé comme plus important. Le même phénomène s'observe en Amérique du Nord. Pour les entreprises du Moyen-Orient et d'Afrique, le bien-être arrive même en tête. En Europe, la troisième place est occupée par la réalisation des objectifs financiers. En Amérique du Nord, cette place est occupée par l'innovation. Au Moyen-Orient et en Afrique, le thème Diversité, Équité et Inclusion (DE&I) se hisse sur la troisième marche du podium.

En Europe, 60 % des entreprises estiment que le bien-être prendra encore plus d'importance pour elles à l'avenir (63 % au niveau mondial). Cependant, bien que 77 % des employeurs de cette région aient déjà mis en place une stratégie en faveur du bien-être, ils accusent toujours un retard par rapport au reste du monde (83 %). Toutefois, si l'on compare ce chiffre à celui de l'étude de 2020, l'augmentation est considérable: cette proportion n'était à l'époque que de 51 %. En ce qui concerne les investissements liés au bien-être, 36 % des entreprises européennes indiquent qu'elles sont restées au même niveau qu'en 2020. Sur le plan mondial, 43 % des entreprises font état d'une augmentation de leurs investissements dans ce domaine.

#### **L'Europe reste en-dessous de la moyenne mondiale en matière d'initiatives favorisant le bien-être**

Pour les entreprises, le bien-être représente un champ d'action complexe. Comprenant cinq dimensions au total, il englobe des composantes physiques, émotionnelles, sociales, financières et professionnelles. Par rapport à toutes les autres régions du monde, l'Europe est à la traîne dans toutes ces dimensions, à l'exception de la dimension professionnelle. L'Europe présente la plus faible proportion d'initiatives et de stratégies en matière de bien-être.

Toutefois, les offres d'aménagement du temps de travail flexible, proposées dans 60 % des entreprises sont supérieures à la moyenne mondiale. La possibilité de concilier vie familiale et vie professionnelle joue un rôle plus important en Europe qu'ailleurs. Comme dans la plupart des autres régions, la sécurité de l'emploi, la volatilité économique et le salaire sont les facteurs de stress financier les plus fréquents.

«Les entreprises ne pourront relever les défis de l'avenir que si elles considèrent les besoins de leurs collaborateurs et collaboratrices de manière globale et individuelle. Ce n'est qu'ainsi qu'elles pourront prendre des décisions fondées à long terme. Ce constat s'est imposé au niveau international. Son importance s'est également fortement accrue en Europe. Le fait que la proportion d'entreprises ayant mis en œuvre une stratégie de bien-être ait été multipliée par près d'une fois et demie doit être considéré comme un signal clair. Cela reflète la prise de conscience que l'effort exigé par un processus aussi complexe en vaut sans aucun doute la peine», commente Gianluca Galli, Account Executive Health Solutions Switzerland chez Aon à propos des résultats de cette année.

#### **L'Afrique et le Proche-Orient en tête des classements**

La grande importance accordée au bien-être au Proche-Orient et en Afrique risque d'en surprendre plus d'un. Plus de 90 % des entreprises y proposent une initiative et autant disposent d'une stratégie: les deux



valeurs les plus élevées de toutes les régions. Pour environ un quart des entreprises, les prestations sont considérées comme exceptionnelles, ce qui est presque deux fois plus que la moyenne mondiale.

L'étude Aon Global Wellbeing complète peut être téléchargée ici: <https://www.aon.com/global-wellbeing-survey>

### **À propos de l'étude**

Pour cette étude menée en collaboration avec l'entreprise d'études de marché IPSOS, Aon a interrogé 1138 entreprises dans 46 pays. L'enquête s'est déroulée d'août à novembre 2022.

### **À propos d'Aon**

[Aon plc](#) (NYSE: AON) contribue à façonner les meilleures décisions visant à protéger et enrichir la vie des gens dans le monde entier. Présents dans plus de 120 pays et territoires, les collaborateurs d'Aon conseillent leurs clients et leur fournissent les solutions qui leur apportent la clarté et la confiance nécessaires afin de prendre les meilleures décisions pour protéger et développer leurs activités.

Suivez Aon sur [LinkedIn](#) et [Twitter](#). Restez informés en visitant [Aon Newsroom](#) et inscrivez-vous [ici](#) pour recevoir les alertes News.

### **Contact média**

Isa Mertingk

[isa.mertingk@aon.com](mailto:isa.mertingk@aon.com)

+41 79 699 9466