

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

## 91% des salariés perçoivent le renchérissement des prix, soit 8% de plus qu'en 2022

Malgré tout, un tiers d'entre eux ne veut renoncer à aucune dépense selon un sondage\* de Swibeco



Lausanne, juin 2023 - **Les salariés en Suisse ressentent l'effet de l'inflation sur leur portefeuille encore plus nettement que l'année dernière et adaptent leur comportement en matière d'épargne. Autre fait intéressant : en 2023, le climat de confiance au sein de l'entreprise et le sens au travail jouent un rôle plus important en tant que facteurs de motivation. Ces résultats sont révélés par un sondage mené par Swibeco, la plateforme suisse innovante spécialisée dans les Fringe Benefits.**

Les prix des biens de consommation courante et des denrées alimentaires ont fortement augmenté en Suisse au cours des 12 derniers mois. De plus en plus de salariés le ressentent. Lorsque les salaires ne suivent pas la hausse des prix, les avantages extra-salariaux se révèlent être une option intéressante pour eux. Lesquels de ces avantages et quels autres facteurs sont les principaux critères de motivation au travail ? Swibeco a interrogé à ce sujet, fin avril et début mai 2023, plus de 2100 collaborateurs issus de différents secteurs et d'entreprises de toutes tailles à travers la Suisse.

### 91 % des salariés perçoivent la hausse des coûts

Seuls 9 % des salariés interrogés déclarent ne pas ressentir la hausse des prix. Par conséquent, 91% d'entre eux ressentent concrètement une hausse légère à forte des prix des denrées alimentaires et des biens de consommation dans le budget de leur ménage. Cela représente une augmentation de 8 % par rapport à l'année dernière. Les Suisses romands sont plus nombreux à s'en inquiéter (95 %) que les Suisses alémaniques (87 %).

## **Le nouveau top 5 des dépenses auxquelles on préfère renoncer**

Les abonnements/adhésions et les sorties au restaurant sont venus s'ajouter à la liste des dépenses et des achats les plus souvent cités, auxquels les personnes interrogées renonceront au cours des prochains mois. En premier sont cités les produits de marque ou de luxe (12 %), suivis des sorties au restaurant (9,3 %), des abonnements/adhésions (8,9 %), d'une nouvelle voiture (8,9 %) et des voyages (8,5 %). Les cinémas/musées/théâtres/événements n'occupent plus les premières places, il est possible qu'il y ait là un besoin de rattrapage après la pandémie.

## **31 % de personnes en plus qu'en 2022 ne veulent pas du tout se restreindre**

Au total, 14,4 % des personnes interrogées ne veulent pas du tout changer leurs habitudes. Cela représente environ un tiers de personnes en plus par rapport à l'année dernière. Ce sont surtout les groupes d'âge les plus élevés (46-55 ans et 65 ans et plus) qui représentent la part la plus importante. Et tandis que les plus âgés (46-65 ans) ont tendance à renoncer à une nouvelle voiture et à des hôtels/voyages, les plus jeunes (17-35 ans) limitent avant tout leurs dépenses en hôtels/voyages et restaurants.

## **Les rabais sont désormais privilégiés en tant que Fringe Benefit.**

Si les employés ne pouvaient obtenir des avantages salariaux de la part de leur employeur que dans un seul domaine, ils privilégieraient les suivants : jours de vacances/horaires flexibles (24,1%), remises permanentes auprès de grandes enseignes (16 %) et work-life-balance (11,3 %). Les rabais permanents font donc désormais partie des prestations additionnelles souhaitées les plus souvent citées. En Suisse romande, ils occupent même la première place, tandis qu'en Suisse alémanique, ce sont les jours de vacances en plus. Les rabais permanents sont plébiscités par les salariés des PME et des entreprises de différentes tailles, à l'exception des entreprises de 250 à 499 collaborateurs et de plus de 5000 collaborateurs.

## **La confiance avant la reconnaissance comme principal facteur de motivation**

Quel est le principal facteur de motivation au travail au quotidien ? Dans le sondage actuel, le climat de confiance est le plus souvent cité comme principale source de motivation (30,8 %). Viennent ensuite la reconnaissance et l'estime accordées au travail fourni (26,4 %), puis la considération de l'employeur (16,2 %), c'est-à-dire le salaire et les perspectives d'évolution. Le fait de faire un travail qui a du sens, c'est-à-dire une activité utile (sentiment d'avoir un impact, de réaliser une mission), a fortement augmenté (près de 42%) en tant que facteur de motivation par rapport à l'année dernière, surtout en Suisse alémanique.

## **Climat de confiance est le critère le plus important pour les femmes et les hommes**

En moyenne, sur l'ensemble du sondage, la différence entre les critères "confiance" et "reconnaissance" est assez faible. En 2023, le climat de confiance au sein de l'entreprise est le critère le plus souvent cité, tant par les femmes (37,7 %) que par les hommes (27,2 %). L'année dernière, les hommes plaçaient encore la reconnaissance en première position. Un climat de confiance signifie que règnent au sein de l'entreprise bienveillance mutuelle, transparence et cohésion d'équipe. Cette année, la reconnaissance n'est arrivée en tête que dans le groupe d'âge des 56 - 65 ans.

*\* Sondage réalisé par Swibeco en avril et mai 2023 auprès de 2213 salariés utilisateurs de la plateforme en Suisse. Ces derniers sont issus de diverses branches et entreprises de différentes tailles (PME ou entreprises comptant plusieurs milliers d'employés).*

## À PROPOS DE SWIBECO

Swibeco est la plateforme suisse de frange benefits, qui permet aux PME comme aux grandes entreprises d'offrir à leurs employés des avantages extra-salariaux attractifs et ainsi, d'augmenter leur pouvoir d'achat. Les solutions digitales clés en main regroupent, via une plateforme web et mobile, divers avantages que les entreprises peuvent mettre à la disposition de leurs employés. Swibeco propose actuellement trois modules :

### Rabais permanents

Des rabais fixes, valables tous les jours de l'année sur le multimédia, l'alimentaire, la mode, l'essence, la santé, le sport, les voyages et bien d'autres domaines auprès de 150 enseignes de renom en Suisse.

### Cadeaux & récompenses

Grâce aux Swipoints, système de récompenses défiscalisé, les entreprises offrent des cadeaux de manière facile, flexible et individuelle à leurs salariés. Ces crédits exonérés de charges sociales et d'impôts sont convertibles en bons d'achat ou articles de marque sur la plateforme Swibeco.

### Carte repas

La Swibeco Lunch Card est un moyen simple et pratique pour contribuer aux dépenses de repas des collaborateurs, une alternative intéressante aux restaurants d'entreprise ou lorsque les employés sont en télétravail. Solution simple et défiscalisée, la Swibeco Lunch Card propose le réseau d'acceptation le plus large de Suisse : elle est valable dans plus de 35'000 commerces acceptant la carte VISA, soit dans tous les restaurants, take-aways, boulangeries, fast-foods, boucheries, épicerie fines et services de livraison pour une pause repas variée.

Depuis 2019, Swibeco affiche une croissance exponentielle. Actuellement, Swibeco compte 6500 sociétés clientes actives en Suisse et plus de 160'000 employés ont accès aux avantages qu'elle propose. Ce succès est un bel exemple de la volonté croissante de nombreuses entreprises suisses d'offrir à leurs employés plus d'avantages et de pouvoir d'achat, en particulier lors de périodes difficiles. La société Swibeco a été fondée en 2015, puis dès 2019, AXA Assurances a pris une participation minoritaire au capital de l'entreprise, marquant ainsi une étape décisive dans son développement. En juillet 2022, les actifs de MIVO Mitarbeitervorteile GmbH en Suisse ont été transférés à Swibeco. Depuis 2023, Swibeco propose également ses services aux entreprises basées au Liechtestein. La société a son siège à Lausanne et une succursale à Zurich. Elle compte actuellement 65 employés.

## CONTACTS DE PRESSE

### CONTACT SWIBECO SA

**Matthias Thürer – CMO**

Avenue d'Ouchy 66 | CH-1006 Lausanne | +41 79 203 25 93 | [matthias@swibeco.ch](mailto:matthias@swibeco.ch)

### CONCEPT COMMUNICATION GMBH

**Christelle Roth**

Rue Enning 1 | CH-1003 Lausanne | +41 76 399 18 13 | [christelle.roth@concept.ch](mailto:christelle.roth@concept.ch)  
[www.concept.ch](http://www.concept.ch)