

Communiqué de presse
06 décembre 2018

Les salariés déçus de l'investissement de leur entreprise sur leur bien-être : une enquête révèle que le sport en entreprise est l'un des leviers plébiscités

59% des salariés ne sont pas satisfaits de l'offre "activité physique et sportive" proposée par leur entreprise.

66% des salariés bénéficiant d'une offre de sport estiment que dans leur entreprise les salariés sont motivés (+9% VS les entreprises ne proposant pas ce service).

57% des salariés auraient envie de rester au sein d'une structure qui propose une offre sport, ce qui est d'autant plus vrai pour les Millennials (67%).

La satisfaction des salariés français sur le sujet du bien-être au travail est encore loin d'être acquise : ils sont 44% à penser que leur entreprise ne se préoccupe pas de leur bien-être, selon **l'étude menée par OpinionWay pour Gymlib**. Même si bilan est donc loin d'être catastrophique, il est possible de mieux faire, et notamment grâce au levier du sport.

L'étude "Les salariés et le sport en entreprise" réalisée par OpinionWay pour Gymlib visait à évaluer l'intérêt de la mise en place de programme sport pour les salariés, et s'il pouvait être un levier d'amélioration sur le sujet du bien-être au travail. Pour ce faire, plus de 1000 salariés français ont été interrogés.

Un sujet encore trop peu investi par les entreprises...

Parmi les révélations les plus parlantes de cette étude, il apparaît que 59% des salariés considèrent que leur entreprise ne s'intéresse ni au sport, ni aux pratiques sportives de ses collaborateurs, alors même que 59% des salariés ne sont pas satisfaits de l'offre "activité physique et sportive" proposée par leur entreprise.

Cela est d'autant plus troublant que 74% des salariés interrogés considèrent qu'une activité physique sportive et régulière permet de se sentir bien au travail, les deux premiers fondamentaux étant l'équilibre vie professionnelle/privée à 95%, et l'intérêt du métier à 94%.

Par ailleurs, 68% seraient motivés à s'engager dans une pratique sportive si l'entreprise prenait en charge une partie des frais.

Sébastien Bequart, **CEO de Gymlib**, commente ces résultats : *"Aujourd'hui, le sport en entreprise n'est pas encore une priorité pour les employeurs, alors que les salariés ont des attentes claires en ce sens. Le bien-être au travail devient de plus en plus un critère au moment de la recherche d'un emploi, il faut donc que les entreprises s'adaptent à cette tendance en prenant des initiatives répondant aux attentes des collaborateurs."*

... alors que les bénéfices perçus par les salariés sont très nombreux

Les salariés sont convaincus quant aux bénéfices de faire du sport grâce à son entreprise : pour ceux profitant déjà d'une telle offre cela améliore principalement la santé (77%), l'image de l'entreprise (73%) et l'ambiance générale (70%).

De plus, 66% des salariés bénéficiant d'une offre de sport estiment que, dans leur entreprise, les salariés sont motivés (+9% VS les entreprises ne proposant pas ce service).

Ils sont aussi plus de 80% à qualifier alors l'entreprise d'ouverte d'esprit, de bienveillante et de stimulante.

Mettre en place une offre sport **impacte donc fortement la marque employeur**, mais l'étude prouve que c'est également **un levier de fidélisation interne**. En effet, cela donnerait envie 57% des salariés de rester au sein d'une structure. Cela est d'autant plus vrai auprès des Millenials (18-29 ans) pour lesquels c'est un facteur de fidélisation pour 67% d'entre eux.

Ces résultats suggèrent qu'en érudant la question du sport, les entreprises passent à côté d'une plus-value importante sur plusieurs thèmes primordiaux, surtout avec l'arrivée des nouvelles générations sur le marché du travail.

Sébastien Bequart conclut : *“En plus d'un enjeu de santé pour ses salariés, instaurer une offre sport au sein d'une entreprise contribue à l'image de marque et l'engagement des collaborateurs. Ces deux points sont aujourd'hui devenus des indicateurs d'attractivité. Il est donc important de prendre ces enjeux au sérieux en travaillant sur le quotidien des salariés”.*

Méthodologie

Etude en ligne sur système CAWI (Computer Assistance for Web Interview) réalisée du 24 au 31 octobre 2018 auprès d'un échantillon représentatif de 1012 salariés français âgés de 18 ans et plus selon la méthode des quotas (sexe, âge, catégorie socio-professionnelle, secteur d'activité et région de résidence).

A propos de Gymlib

Créée en 2014 par Sébastien Bequart et Mohamed Tazi, Gymlib accompagne les entreprises dans leur stratégie de ressources humaines sur le sujet de la qualité de vie au travail avec une offre innovante : un accès illimité au sport et au bien-être pour tous les salariés. Avec son réseau de partenaires, Gymlib leur ouvre l'accès à plus de 3000 infrastructures sportives, et 300 activités en France et en Belgique. L'offre a déjà conquis plus de 150 entreprises, soit plus de 80 000 salariés bénéficiaires, dans le secteur des start-up mais aussi de grands groupes du CAC40. La start-up a levé plus de 14 millions d'euros depuis sa création. Plus d'informations : <https://page.gymlib.com/pro>

A propos d'OpinionWay

Créé en mars 2000, pionnier de la digitalisation des études, OpinionWay est un acteur majeur de l'innovation dans les études marketing et opinion. Sa vocation consiste à rendre le monde intelligible pour agir aujourd'hui et imaginer demain. La société intervient dans de nombreux domaines comme la compréhension des marchés, les problématiques de marques, le développement de produits et de services, etc. auprès de cibles BtoB ou BtoC pour des clients à forte notoriété. OpinionWay est membre actif d'Esomar et développe une politique RSE depuis 2007. Il est certifié depuis 2009 ISO 20252 par l'AFNOR et membre de CroissancePlus. Contact : Olivia Augis – Responsable Communication – oaugis@opinion-way.com | opinion-way.com

Contact presse : Lucie Curabet / lucie@gymlib.com / 06 71 09 32 32