

Communiqué de presse

Pluxee publie une étude internationale qui dévoile trois paradoxes de l'engagement des salariés à l'ère de l'inflation et de l'IA

Paris, le 22 septembre 2026

Pluxee, acteur international des avantages et de l'engagement des salariés, publie la deuxième édition de son étude mondiale sur l'engagement des salariés, réalisée auprès de 11 000 salariés dans 14 pays. Cette étude met en lumière **trois paradoxes qui caractérisent aujourd'hui l'engagement des salariés** :

- Quand bien même le travail occupe une place moins centrale dans leur vie, **l'attachement des salariés à leur entreprise se renforce** ;
- Malgré une pression persistante sur le pouvoir d'achat, **les salariés sont prêts à quitter un emploi qui ne les intéresse plus** ;
- Bien qu'elle soit appelée à transformer profondément leur travail, **l'intelligence artificielle suscite plus d'enthousiasme que de crainte**.

Pour Aurélien Sonet, Directeur Général de Pluxee, « Cette deuxième étude mondiale révèle que les salariés sont bien plus optimistes qu'on ne le pense. Dans un contexte d'incertitude économique et de pression sur le pouvoir d'achat, les salariés sont fortement attachés à leur entreprise, qu'ils considèrent comme une source de stabilité dans un environnement difficile. Les résultats remettent également en question les idées reçues concernant l'IA : si les salariés reconnaissent qu'elle a le potentiel de transformer leur emploi, la plupart y voient une opportunité plutôt qu'une menace. Ils s'attendent à ce qu'elle rende le travail plus simple et plus intéressant. Alors que le monde du travail évolue rapidement et que de nouvelles compétences deviennent indispensables, l'accompagnement que nous - les entreprises - apportons à nos salariés est déterminant pour motiver leur engagement ».

Chiffres clés de l'étude

- **L'inflation et le pouvoir d'achat sont la préoccupation n°1**, cités par 70 % des salariés dans le monde (74% en France) dont 25% qui déclarent « ne pas pouvoir s'arrêter d'y penser » (27% en France).
- **La satisfaction au travail dépasse celle de la vie personnelle** avec une note de 7,6/10 vs 7,3/10 au niveau mondial - 7,2/10 vs 6,9/10 en France.
- **Les salariés restent très attachés à leur entreprise** : 87 % d'entre eux déclarent « adorer » ou « aimer » leur entreprise, en hausse de 4 points depuis 2025 (83 % en France).
- **De plus en plus de salariés adoptent « l'engagement raisonné »** : 38 % des salariés dans le monde s'investissent de manière plus réfléchie dans leur travail et imposent des limites afin de préserver leur équilibre entre vie professionnelle et vie privée, en hausse de 5 points depuis 2025. En France, ce chiffre atteint 45 %, en hausse de 9 points depuis 2025.
- **La fidélité devient plus conditionnelle** : 33% des salariés dans le monde souhaitent rester dans leur entreprise tant que leur poste demeure intéressant, en hausse de 6 points depuis 2025. En France, ce chiffre atteint 40 %, en hausse de 10 points depuis 2025.
- **Le bien-être, la reconnaissance et les avantages sociaux figurent en tête des priorités RH des salariés.** À l'échelle mondiale, le bien-être et les conditions de travail occupent la première place (35 %), suivis de la reconnaissance (33 %) et des avantages aux salariés venant compléter la rémunération (29 %). En France, le classement suit une tendance similaire : bien-être et conditions de travail (35 %), reconnaissance (34 %) et avantages aux salariés (21 %).
- **Les salariés se montrent étonnamment optimistes vis-à-vis de l'IA** : 65 % d'entre eux expriment une attitude positive à l'égard de son utilisation au travail (51 % en France), dont 40 % qui déclarent « l'adorer » (27 % en France).
- **Les salariés considèrent l'IA davantage comme une opportunité que comme une menace** : 40 % sont convaincus que leur emploi ne disparaîtra pas à cause de l'IA (44 % en France), tandis que 42 % estiment que l'IA transformera positivement le contenu de leur travail (36 % en France).

Retrouvez l'étude complète sur le site de Pluxee :

www.pluxeegroup.com/fr/le-travail-un-refuge-en-periode-de-turbulences



Une étude internationale menée dans 14 pays

L'étude internationale de Pluxee sur l'engagement des salariés examine la manière dont les salariés du monde entier vivent leur travail dans un contexte de pression économique et d'essor de l'intelligence artificielle. Réalisée par Ipsos en **mai 2026 auprès de 11 000 salariés dans 14 pays**, cette étude suit l'évolution observée depuis la première édition en 2025. L'enquête couvre les pays suivants : Belgique, le Brésil, le Chili, la Colombie, la France, l'Allemagne, l'Indeⁱ, l'Italie, le Mexique, la Roumanie, l'Espagne, la Turquie, le Royaume-Uni et les États-Unis.

Les résultats sont analysés par **Jean-Baptiste Barféty**, expert en politiques publiques spécialisé dans le travail, la transition numérique et le bien commun, et ancien conseiller au ministère du Travail, en collaboration avec **Antoine Solom**, consultant senior chez FOCUS, spécialisé dans la recherche, le conseil et la stratégie pour accompagner les transformations.

Trois paradoxes caractérisent l'engagement des salariés

Malgré la pression croissante qui pèse sur le budget des ménages et la transformation rapide du monde du travail, notamment du fait de l'intelligence artificielle, les salariés continuent de faire preuve d'une capacité surprenante à s'adapter et à aller de l'avant avec confiance. Contrairement à de nombreuses idées reçues, les résultats révèlent que les salariés restent engagés, très attachés à l'entreprise et globalement optimistes vis-à-vis du travail. Pourtant, derrière cette résilience se cachent trois paradoxes surprenants et qui illustrent l'évolution rapide de l'engagement des salariés aujourd'hui.

Un travail de moins en moins central dans la vie, mais des salariés de plus en plus attachés à leur entreprise

Alors que la baisse du pouvoir d'achat et de la satisfaction globale dans la vie personnelle incite les salariés à faire davantage de compromis au travail pour mieux se consacrer à leur vie personnelle, celui-ci occupe une place de moins en moins centrale dans leur vie. La part des salariés qui déclarent que le travail est au centre de leur vie est passée de 19 % à 13 %, tandis que « **l'engagement raisonné** »ⁱⁱ **a augmenté de 34 % à 38 %**. Cette évolution reflète une tendance croissante à s'investir dans son travail de manière plus réfléchie afin de préserver ses limites, ses valeurs et l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée.

Il ne s'agit pas d'un désengagement. Au contraire, le lien des salariés avec leur entreprise continue de se renforcer : la satisfaction professionnelle reste élevée (avec une note supérieure à 7/10 dans tous les pays), et 87 % des salariés dans le monde déclarent « adorer » ou « aimer » leur entreprise, soit une hausse de quatre points.

Selon Jean-Baptiste Barféty, **le lieu de travail est devenu un « refuge » fiable pour les salariés**, servant de lieu de sociabilité et « d'amortisseur les protégeant de certains des désagréments qu'ils pourraient subir en raison de l'inflation et de l'incertitude mondiale ».

Malgré les pressions financières, les salariés sont prêts à quitter un emploi qui ne les intéresse plus

Les difficultés financières ont un impact tangible sur la vie des salariés : 70 % d'entre eux citent l'inflation et le coût de la vie comme leur principale préoccupation. 25 % déclarent « ne pas pouvoir s'empêcher d'y penser ». Dans la plupart des pays étudiés, **plus de la moitié des salariés ont du mal à joindre les deux bouts**, se retrouvant parfois à court d'argent dès le dixième jour du mois.

Cependant, malgré ce contexte difficile, la fidélité des salariés est de plus en plus conditionnelle. La part de salariés souhaitant rester dans leur entreprise « aussi longtemps que possible » a baissé de 5 points par rapport à 2025. En revanche, celle de salariés qui « ont l'intention de rester tant que leur travail reste intéressant » est en hausse de 6 points à l'échelle mondiale.

L'intérêt et la diversité des missions, ainsi que la reconnaissance, sont les moteurs de l'engagement des salariés. Ces résultats renforcent une tendance mise en évidence dans la première édition de l'étude : les salariés attendent plus de réciprocité de la part de leur entreprise pour leur engagement. À l'échelle mondiale, lorsqu'on leur demande quelles devraient être les priorités RH de leur entreprise dans les mois à venir, au-delà de l'augmentation des salaires, les salariés citent en tête de liste **le bien-être et les conditions de travail** (35 %), **la reconnaissance de leur engagement et de leurs réussites professionnelles** (33 %), ainsi que **des avantages pour compléter la rémunération** (29 %).

Les salariés expriment également un besoin de développement professionnel. 25 % d'entre eux souhaitent « bénéficier d'un meilleur accompagnement individuel et de meilleures opportunités d'évolution de carrière ». 21 % **demandent au service des ressources humaines de leur entreprise de placer en tête de ses priorités le développement « des compétences des collaborateurs par le biais de formations supplémentaires, notamment en intelligence artificielle ».**

L'IA va transformer les emplois, mais les salariés y voient davantage une opportunité qu'une menace

Si les salariés du monde entier reconnaissent que l'IA sera un moteur majeur de la transformation du monde du travail, ils se montrent étonnamment optimistes : 65 % d'entre eux accueillent favorablement la révolution IA. 40 % la qualifient de « formidable » et affirment « adorer » l'utiliser.

Cette confiance s'explique par la perception qu'ils ont de l'impact de l'IA sur l'emploi. **40 % des salariés sont convaincus que leur emploi ne disparaîtra pas à cause de l'IA ; et 42 % admettent que le contenu de leur travail changera très probablement, « mais de manière positive »**, rendant le travail « moins routinier et plus intéressant ».

Les salariés adoptent de plus en plus l'IA et s'adaptent à son rôle croissant au travail. Parmi les utilisateurs réguliers de l'IA, 39 % déclarent apprendre à utiliser cette technologie par eux-mêmes, contre seulement 9 % qui s'appuient sur leurs responsables et 9 % sur leurs collègues.

Dans un contexte où **31 % des salariés considèrent que l'efficacité est un enjeu majeur pour leur organisation** pour les années à venir, nombreux sont ceux qui voient dans l'IA un outil permettant de gagner du temps, de simplifier le travail et de réduire la complexité des processus.

L'étude met également en évidence un lien clair entre l'engagement des salariés et leur ouverture à l'IA. En s'appuyant sur le « spectre d'engagement » présenté dans la première édition de l'étude, intitulée « Les nouvelles règles de l'engagement », en 2025, Jean-Baptiste Barféty et Antoine Solom ont constaté que **plus les employés sont engagés et font preuve de curiosité, plus ils sont susceptibles d'adopter l'IA**. 64 % des salariés « multi-engagés » déclarent adorer l'IA et l'utiliser fréquemment, tandis que ce chiffre tombe à 39 % chez les « dévoués » et à 27 % chez les profils « détachés ».

Les entreprises doivent désormais relever le défi de faire en sorte que l'IA devienne le facteur clé de changement que les employés attendent en matière d'efficacité et de bien-être, afin que leur enthousiasme actuel pour cette technologie perdure.

A propos de Pluxee

Pluxee est un acteur mondial du marché des avantages et de l'engagement des salariés qui opère dans 28 pays. Pluxee aide les entreprises à attirer, engager et retenir les talents grâce à une offre étendue de solutions d'engagement dans les domaines suivants : repas et alimentaire, bien-être, qualité de vie, récompense et reconnaissance, et aides publiques. S'appuyant sur une technologie de pointe, et fort de l'engagement de plus de 5 400 collaborateurs, Pluxee est un partenaire de confiance au sein d'un écosystème B2B2C qui connecte plus de 500 000 clients, 37 millions de consommateurs et 1,7 million de commerçants. En activité depuis 50 ans, Pluxee s'engage à créer un impact positif auprès des communautés locales, à favoriser le bien-être au travail de ses employés et à préserver la planète.

Pour plus d'informations : www.pluxeegroup.com

Contacts

Cecilia de Pierrebourg
+33 6 03 30 46 98
cecilia.depierrebourg@pluxeegroup.com

i Afin de garantir la comparabilité des résultats entre les différents marchés, les réponses provenant d'Inde ont été exclues de l'analyse mondiale consolidée en raison des biais spécifiques qu'elles présentent au sein du jeu de données.

ii L'étude mondiale de Pluxee publiée en 2025, intitulée « The New Rules of Engagement », a été le premier document de recherche à mettre en évidence le concept d'« engagement raisonné » (Measured Engagement), une tendance selon laquelle les employés s'investissent délibérément dans leur travail afin de préserver leurs limites, leurs valeurs et leur équilibre entre vie professionnelle et vie privée — une réponse pragmatique à un monde du travail qui attend souvent des individus qu'ils se surmènent.