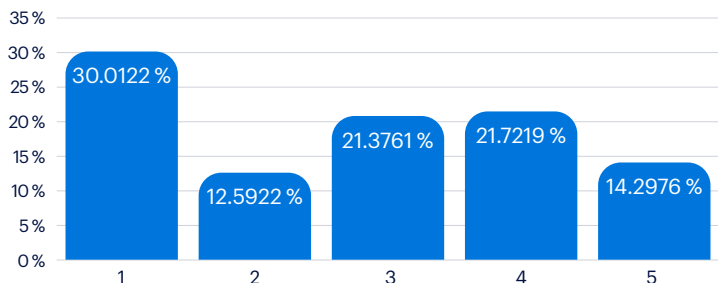


talent attraction

les voyages d'affaires sont-ils un avantage?

L'évaluation des avantages sociaux par la population active évolue de manière notable. Notre dernière étude explore la question suivante: "Je considère les voyages d'affaires internationaux comme un avantage attractif." Les résultats révèlent une forte polarisation sur le marché suisse, avec des contrastes marqués selon le genre, l'âge et le niveau d'études.



aperçu du marché national

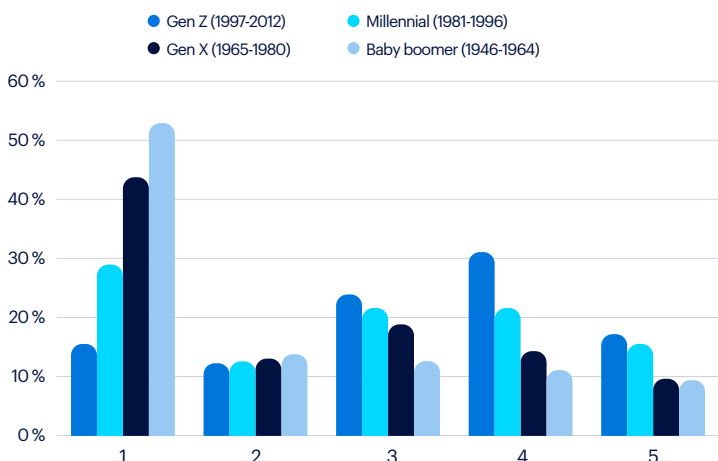
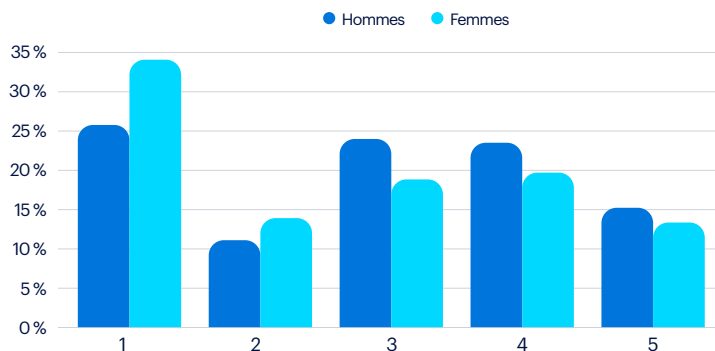
La main-d'œuvre suisse est très partagée sur l'attrait des voyages d'affaire à l'étranger. Alors qu'un bon tiers des répondants (36.02%) y voit un avantage attractif (notes 4 et 5), une part massive de 30.01% rejette totalement cet avantage.

disparités selon le genre

Il existe un fossé entre les genres concernant les voyages d'affaire, les hommes percevant les déplacements internationaux de manière bien plus favorable que les femmes:

Plus d'attrait chez les hommes: 39.0% des hommes considèrent les voyages internationaux comme attractifs, contre 33.1% des femmes.

Fort Rejet chez les femmes: les femmes sont beaucoup plus susceptibles de refuser totalement les voyages: 34.3% ne sont pas du tout d'accord, contre 25.7% des hommes.



points forts par génération & formation

La segmentation démographique révèle des tendances très inattendues, notamment en fonction des tranches d'âge et du niveau d'études:

Rejet chez les anciennes générations: L'aversion pour les voyages augmente drastiquement avec l'âge. Plus de 52.9% des Baby-boomers estiment que ce n'est pas du tout un avantage, tandis que la Gen Z est la plus enthousiaste avec 48.2% d'avis positifs.

Le contraste selon le niveau d'études: Contreintuitivement, les actifs moins qualifiés considèrent les voyages comme un avantage plus important que ceux ayant un niveau d'études moyen. 41.6% des répondants ayant un niveau d'études inférieur évaluent positivement les voyages, soit nettement plus que les 30.8% des profils de niveau moyen.

implications stratégiques pour les clients

Les voyages d'affaires internationaux ne sont pas un avantage universellement attractif. Les exigences de déplacement agissent comme un filtre immédiat, décourageant de manière disproportionnée les talents féminins et les professionnels plus âgés. Pour réussir les recrutements sur ces segments, l'EVP doit compenser les déplacements par de solides avantages familiaux ou des options de télétravail flexibles. Inversement, mettre en avant la mobilité transfrontalière reste un différenciateur très efficace pour cibler la Gen Z ou les profils ayant un niveau d'études inférieur.



Retrouvez plus d'informations sur notre page dédiée à [l'étude Employer Brand](#).