

# [Impressum]

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **25 (1988)**

Heft 914

PDF erstellt am: **21.07.2024**

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*  
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, [www.library.ethz.ch](http://www.library.ethz.ch)

<http://www.e-periodica.ch>

# Portrait du travailleur romand

(jg) Dans le domaine économique, les commanditaires de sondages d'opinion visent en général la Suisse alémanique et il est rare d'obtenir des résultats qui concernent spécifiquement la Romandie. Saluons donc le sondage de Publicitas *Marché de l'emploi 88*, destiné bien sûr aux annonceurs, mais qui nous apporte beaucoup d'informations intéressantes.

La différence entre Romands et Alémaniques est très fortement marquée en ce qui concerne les attitudes envers le travail. On savait déjà que l'image traditionnelle présentant le Romand comme un dilettante et l'Alémanique comme un acharné du travail était fautive. On en a une nouvelle confirmation ici (voir le tableau).

On constate sans surprise que la valorisation du travail augmente avec l'âge: de 64% d'attitudes positives à l'égard du travail chez les 20 - 24 ans à 86% chez les 60 - 64 ans. Les indépendants et les cadres supérieurs sont ceux qui «valorisent» le plus le travail (88% d'attitudes positives, contre 54% chez les ouvriers non-qualifiés).

## Mobilité

Concernant les changements de profession, on apprend que 31% de la population active à plein temps exerce un autre métier que celui qu'elle a appris et 30% une profession «semblable». Il s'agit là d'un pourcentage élevé qui montre à quel point l'aptitude à apprendre devient plus importante que l'acquisition de connaissances spécialisées.

Un autre résultat concerne le profil idéal de la place de travail. On constate que plus de 70% de la population active privilégie le «climat» et l'intérêt au travail et que seuls 36% mentionnent le salaire

et les possibilités d'avancement. Naturellement, il y a une marge importante entre ce qui est rêvé et les comportements réels. Le privilège accordé au

## Disposition envers le travail

Univers: population globale (15 - 74 ans)

	Total	Suisse romande	Suisse alémanique
Interviews	1008	239	769
Ethique du travail (+)	66%	77%	62%
Neutres	27%	19%	29%
Paresse (-)	8%	4%	9%

Il faut comprendre éthique du travail comme l'attribution d'une valeur positive au travail. La différence est considérable entre les deux rives de la Sarine. Les Alémaniques sont moins positifs que nous à l'égard du travail en tant que valeur.

qualitatif correspond à l'air du temps. Il n'est pas certain que cela se traduise par des changements en profondeur dans les comportements.

Sur les moyens de se déplacer entre son domicile et le lieu de travail, on apprend — seule la précision du chiffre est nouvelle — que si 49% des Romands se rendent au travail en voiture, 22% y vont à pied, 12% avec les transports publics et 10% en deux-roues (vélo: 2%; scooter, moto: 5%; vélomoteur: 3%); la voiture est également en tête dans les agglomérations (46% vont au travail avec; 18% en transports publics), moins nettement toutefois — on s'en doutait — qu'à la campagne, où la voiture est très largement le moyen de déplacement le plus utilisé, avec 52% d'utilisateurs (6% en transports publics).

## Temps libre

On connaît les votes décourageants du

souverain chaque fois qu'il s'agit d'abaisser l'âge de la retraite ou de réduire la durée du travail. Ce sondage ne rend guère optimiste. On s'aperçoit en effet que 20% seulement des Romands souhaitent avoir plus de vacances et 27% une réduction des heures de travail. Ces chiffres sont à rapprocher des 77% de ceux qui valorisent la notion même de travail. Décidément, nos compatriotes se définissent d'abord et avant tout

par leur activité professionnelle. Une des conclusions de l'étude est énoncée très simplement: la plupart des Romands sont orientés vers le rendement. On peut regretter que ce sondage ne différencie pas hommes et femmes, mais cela n'aurait rien changé à l'image productiviste qui nous est renvoyée. ■

*Marché de l'emploi 88.*  
40 pages, Publicitas,  
Lausanne, 1988.

## Horaire d'été

DP continue son rythme d'été. Le n° 915 paraîtra donc le 4 août.

## DP Domaine Public

### Rédacteur responsable:

Jean-Daniel Delley (jd)

Rédacteur: Pierre Imhof (pi)

Ont également collaboré à ce numéro:

Jean-Pierre Bossy

François Brutsch (fb)

André Gavillet (ag)

Jacques Guyaz (jg)

Yvette Jaggi (yj)

Charles-F. Pochon (cfp)

Points de vue:

Jeanlouis Comuz

René Longet

Abonnement:

65 francs pour une année

Administration, rédaction:

Saint Pierre 1, case postale 2612

1002 Lausanne

Tél: 021 22 69 10 CCP: 10-15527-9

Composition et maquette:

Liliane Berthoud, Pierre Imhof

Jean-Luc Seylaz

Impression:

Imprimerie des Arts et Métiers SA