

Grosse fatigue et épidémie de flemme : quand une partie des Français a mis les pouces

Jérôme Fourquet, directeur du département « Opinion et stratégies d'entreprise » de l'Ifop
Jérémy Peltier, directeur des Études de la Fondation Jean-Jaurès

25 octobre 2022

On le sait, en cas d'infection au Covid-19, les effets du virus disparaissent la plupart du temps deux à trois semaines après la contamination. Toutefois, certains malades peuvent encore ressentir des symptômes au-delà de quatre semaines, qu'ils aient été hospitalisés ou non. C'est ce qu'on appelle les « symptômes prolongés » du Covid, ou « Covid long », phénomène qui se caractérise par la présence encore tenace de la fatigue, de douleurs ou de problèmes respiratoires plusieurs semaines voire mois après.

Mais au-delà de l'aspect purement médical et de l'impact du Covid sur les malades, d'autres symptômes prolongés du Covid sont également perceptibles, non pas sur les organismes, mais sur la société d'une façon générale, et ce notamment du fait de l'expérience collective des confinements et des effets qu'ils ont produits dans la population.

Chacun le voit bien avec l'apparition d'un certain nombre de sujets dans le débat public depuis ce moment inédit : le Covid et les confinements ont accéléré et modifié nos modes de vie et nos façons de consommer, ont impacté en profondeur notre rapport au travail et nos liens familiaux, mais ils ont aussi accru la valorisation du temps libre et de la sphère privée.

Un élément est néanmoins assez peu traité, bien que transversal et au cœur des phénomènes cités ci-dessus : l'impact du Covid sur la motivation et l'état psychologique des individus, ainsi que sur leur capacité à effectuer un effort mental et physique et à résister aux aléas de la vie.

Afin d'objectiver au mieux un certain nombre de constats faits depuis plusieurs mois maintenant, l'Ifop et la Fondation Jean-Jaurès ont mené une étude auprès des Français¹ afin de mesurer en profondeur les conséquences au long cours de la crise sanitaire sur leur état d'esprit, leur motivation et leur rapport à l'effort.

I. Une perte de motivation qui affecte près d'un Français sur trois

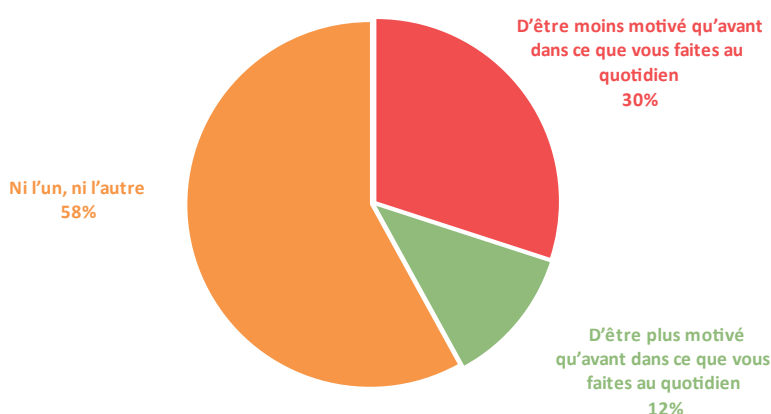
Beaucoup a été dit et écrit quant à l'apathie dans laquelle se lovait la société française depuis la crise sanitaire. Cette apathie, qui prend parfois la forme d'un ramollissement généralisé chez les individus, touche à la fois la sphère privée et la sphère collective et démocratique (voir à ce propos la note de Jérôme Fourquet et Jérémy Peltier, « Abstention aux régionales : manifestation spectaculaire de la crise de foie républicaine », *Fondation Jean-Jaurès*, 7 juillet

¹ *Les Français, l'effort et la fatigue*, Ifop pour la Fondation Jean-Jaurès, septembre 2022

2021²). S'agissant de la sphère privée, on perçoit par différents indicateurs que la moindre motivation est bien présente chez les Français depuis la crise sanitaire : salles de cinéma ayant du mal à faire le plein, boîtes de nuit en berne, associations n'ayant toujours pas retrouvé leurs licenciés et leurs bénévoles d'avant crise... Cette baisse de motivation se mesure par ailleurs objectivement quand on interroge les Françaises et les Français. Depuis la crise sanitaire, 30 % des sondés déclarent être moins motivés qu'avant. Si près de six de nos concitoyens sur dix ne semblent pas avoir été affectés psychologiquement par cette épreuve, la balance est nettement négative puisque seuls 12% des sondés se disent plus motivés qu'avant dans ce qu'ils font au quotidien, contre donc près d'un sur trois qui l'est moins.

L'évolution de la motivation depuis la crise sanitaire

QUESTION : Depuis la crise sanitaire (Covid), avez-vous le sentiment...



© IFOP 2022 | 1

C'est encore plus vrai chez les plus jeunes avec 40 % des 25-34 ans indiquant être moins motivés qu'avant (contre seulement 21 % des plus de 65 ans).

Si cette baisse de motivation affecte avec la même intensité toutes les classes sociales, deux éléments semblent importants à mentionner. D'une part, les personnes résidant en région parisienne, pour qui les conditions matérielles du confinement ont été particulièrement pesantes et dont on sait qu'elles ont vécu plus que la moyenne des actifs français la vie en télétravail durant et après la pandémie, semblent plus touchées : 41 % des habitants de région parisienne disent être moins motivés qu'avant dans leur vie quotidienne, contre 29 % des personnes qui habitent dans les communes urbaines de province et 22 % des habitants de zone rurale. D'autre part, la baisse de motivation ne frappe pas homogènement les différentes familles politiques. Ainsi, quand 44 % des sympathisants de la France insoumise disent être moins motivés qu'avant, ce n'est le cas que de 23 % des sympathisants de la majorité présidentielle et de 27 % des sympathisants des Républicains.

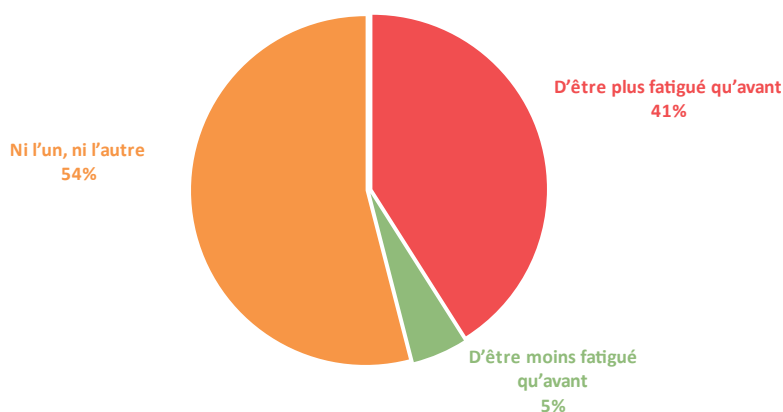
² <https://www.jean-jaures.org/publication/abstention-aux-regionales-manifestation-spectaculaire-de-la-crise-de-foi-republicaine/>

II. L'effet de traîne du covid : 4 individus sur 10 se sentent plus fatigués qu'avant la pandémie

Cette perte de motivation n'est sans doute pas sans lien avec la fatigue accumulée à l'occasion des épreuves occasionnées par la pandémie. En effet d'après notre enquête, 41 % des Français se sentent plus fatigués qu'avant la crise covid après un effort physique, contre 54% qui ne ressentent pas de changement et seulement 5% qui ont la sensation d'être moins fatigués qu'avant suite à un effort physique.

L'évolution de la sensation de fatigue après un effort physique depuis la crise sanitaire

QUESTION : Depuis la crise sanitaire (Covid), après un effort physique, avez-vous le sentiment...



La sensation d'une fatigue plus importante qu'avant covid à l'occasion d'un effort physique affecte aussi bien les hommes (41%) que les femmes (40%) et semble assez homogènement répandue dans les différents milieux sociaux, classes d'âge et territoires. Nous sommes donc en présence d'un phénomène transversal. Cet effet de traîne du covid influe sur le moral de la population. Ainsi, 70% des personnes qui se sentent moins motivées qu'avant le covid se disent plus fatiguées, contre 41% en moyenne de la population.

On notera par ailleurs que 28 % des 18-24 ans indiquent faire moins de sport et d'activités physique par rapport à ce qu'ils faisaient avant la crise sanitaire. En outre, s'agissant de notre pratique sportive, nous sommes retombés au niveau d'avant covid, comme si l'intérêt d'une partie des Français pour le footing n'avait été qu'une parenthèse durant le temps du confinement. Avec la pandémie de Covid-19, la pratique licenciée du sport a par ailleurs plongé. Entre 2019 et 2021, l'Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire (Injep) recensait ainsi une baisse du nombre de licences de 18 à 14,4 millions, soit une diminution de 20 %. Symboliquement, alors que la Coupe du monde se tient dans quelques semaines, le nombre de licences délivrées par la Fédération française de football (sport recensant le plus de licences en France devant le tennis et l'équitation) est passé sous la barre des 2 millions (1,9 millions de licences recensées pour la saison 2020-2021, contre 2,1 millions pour la saison

2019-2020). Tous sports confondus, le nombre de clubs a par ailleurs baissé de 2,2 % entre 2020 et 2021 (- 3 500 clubs) pour s'établir à environ 152 000³. Cette plus grande fatigue physique et cette moindre appétence pour le sport peuvent interroger à deux ans de l'organisation des Jeux-olympiques, évènement qui se veut pourtant comme un accélérateur de la pratique sportive dans les pays organisateurs, mais qui va se heurter à cette fatigue physique et psychique qui a gagné toute une partie de la société à la suite du covid.

III. De la fragilisation physique...

Les problèmes physiques de la population et de la jeune génération sont régulièrement documentés depuis plusieurs années maintenant. Ainsi, lorsqu'on compare les résultats à certains tests physiques passés par les adolescents des années 1990 avec ceux passés par les adolescents contemporains, on s'aperçoit que ces derniers ont perdu par exemple un quart de leur capacité pulmonaire en raison du développement de la sédentarité alimentée notamment par les écrans⁴. Conséquence : les jeunes de 2022 mettraient 90 secondes de plus à courir 1 600 mètres qu'il y a trente ans⁵. Par ailleurs, selon une étude du Credoc, un jeune sur quatre entre 16 et 25 ans déclare faire peu d'activités physiques ou sportives (moins de trois fois par mois) voire aucune⁶. Consciente de cette dégradation de l'état physique générale de la jeunesse, Santé publique France a lancé en septembre dernier une nouvelle campagne de communication intitulée : « *Faire bouger les ados, c'est pas évident. Mais les encourager c'est important.* »⁷ De son côté, l'Armée de Terre a décidé de faire évoluer le contrôle de la condition physique générale de ses soldats qui ne compte plus que trois épreuves au lieu de quatre précédemment.

L'anthropologue italien Stefano Boni compare, quant à lui, nos mains douces et parfaitement soignées avec celles de nos « anciens » pleines de callosités afin de montrer notre moindre résistance physique et notre moindre capacité à manipuler les éléments naturels⁸. En outre, selon un rapport de l'ANSES publié en février dernier⁹, 95% de la population française serait exposée à un « risque de détérioration de sa santé » en raison de son manque d'activité physique et d'un temps passé assis trop important (seulement 5% des adultes français auraient une activité physique suffisante). En outre, en janvier 2018, soit bien avant le déclenchement de la crise sanitaire et la découverte des confinements, le temps passé sans bouger (dans les transports, au bureau, devant un écran) était déjà estimé pour les quadragénaires à douze heures lors d'une journée de travail et à neuf lors d'une journée de congé (bien au-delà des trois heures maximum par jour recommandées par les autorités sanitaires).

³ <https://injep.fr/donnee/recensement-des-licences-et-clubs-sportifs-2021/#:~:text=Pour%20l'ann%C3%A9e%202021%2C%20on,de%20moins%20qu'en%202020.>

⁴ Voir notamment Michel Desmurget, *La fabrique du crétin digital*, Seuil, 2019

⁵ Revue *l'ADN*, numéro 31

⁶ <https://www.credoc.fr/publications/les-jeunes-eloignes-du-sport-ny-sont-pas-hostiles-mais-sont-freines-par-trop-de-contraintes>

⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=blBxZJAJiAE>

⁸ Stefano Boni, *Homo confort, le prix à payer d'une vie sans efforts ni contraintes*, L'échappée, 2022

⁹ <https://www.anses.fr/fr/content/manque-d%E2%80%99activit%C3%A9-physique-et-exc%C3%A8s-de-s%C3%A9dentarit%C3%A9-une-priorit%C3%A9-de-sant%C3%A9-publique>

Enfin, l'OMS publiait il y a peu un nouveau rapport alarmant sur le surpoids et l'obésité en Europe¹⁰, en parlant d'une véritable épidémie due notamment aux nouvelles habitudes prises durant la crise sanitaire. En Europe, près d'un quart des adultes est désormais obèse. Le surpoids et l'obésité seraient à l'origine de 1,2 million de décès par an et d'au moins 13 cancers différents. Si on prend juste le surpoids et non l'obésité, on constate des évolutions assez spectaculaires : 59 % des adultes sont en surpoids en Europe, contre 40 % des adultes européens en 1975 (1 enfant sur trois est en surpoids en Europe).

Ce qui est intéressant, et témoigne d'un mouvement profond qui touche la société et notamment la jeune génération, c'est que ces derniers invoquent le « manque de temps » comme motif principal de leur absence de pratique sportive (45 % des 16-25 ans citent le manque de temps devant la surcharge de travail, 37 %, dans une enquête récente du Crédoc¹¹), nous révélant de fait leur difficulté à se motiver pour « prendre du temps » afin de réaliser une quelconque activité, dès que celle-ci s'avère éloignée de leur zone de confort.

IV. ... A une fragilisation psychologique et mentale

Le pays a vu se succéder une série de crises au cours des dernières années, épreuves qui ont généré du stress et de l'angoisse dans le corps social. Durant la longue période courant des attentats contre *Charlie Hebdo*, à Montrouge et à l'Hypercacher de la Porte de Vincennes en janvier 2015 jusqu'à l'assassinat d'un policier sur les Champs Élysées à la veille de l'élection présidentielle de 2017, en passant par les attentats du 13 novembre 2015, l'égorgement d'un couple de policiers dans sa maison à Magnanville en juin 2016 ou la tuerie de masse du 14 juillet 2016 à Nice, une majorité de nos concitoyens a ressenti une angoisse intense. La perception d'une menace terroriste « très élevée » a été ainsi constamment partagée pendant plus de deux ans par plus de 50% des sondés selon le baromètre Ifop de la perception de la menace terroriste¹². La France a ensuite essuyé la crise des gilets jaunes, puis une autre période de tensions sociales avec le long conflit sur les retraites entre la fin 2019 et le début de l'année 2020, avec 55 jours de grève consécutifs, soit davantage que lors du mouvement de novembre-décembre 1995. Après quoi, le pays a basculé dans les confinements et la pandémie de covid-19. Avec plus de 156 000 décès et des dizaines de milliers de patients ayant séjourné dans des unités de soins intensifs, ce virus a instillé durant de longs mois la peur dans la population. Plus de 65% des Français reconnaissent ainsi redouter la mort pour eux ou pour leurs proches du fait de cette maladie au cours de l'année 2020. Et alors que le virus se faisait moins menaçant, la guerre a éclaté aux portes de l'Europe à la fin du mois de février dernier. Le conflit en Ukraine et les déclarations des dirigeants russes ont alors réactivé un autre spectre : celui de l'apocalypse nucléaire. D'après une enquête récente¹³, 62% des Français disaient ainsi craindre une frappe nucléaire sur notre pays.

¹⁰ <https://www.france24.com/fr/europe/20220503-l-oms-tire-la-sonnette-d-alarme-sur-l-%C3%A9pid%C3%A9mie-d-ob%C3%A9sit%C3%A9-qui-frappe-l-europe>

¹¹ <https://www.credoc.fr/publications/les-jeunes-eloignes-du-sport-ny-sont-pas-hostiles-mais-sont-freines-par-trop-de-contraintes>

¹² La décapitation de Samuel Paty en octobre 2020 et le meurtre d'une fonctionnaire de police dans le commissariat de Rambouillet en avril 2021 viendront réactiver cette psychose. Le succès d'audience de la série *En thérapie* (2021), constitue un des indices du long effet de traine du traumatisme généré, dans toute une partie de la population, par la vague d'attentats islamistes.

¹³ Sondage Ifop-Fiducial pour Sud Radio réalisé en ligne du 11 au 12 octobre 2022 auprès d'un échantillon national représentatif de 1001 personnes.

Ces crises successives (auxquelles s'ajoute en toile de fond le dérèglement climatique dont les effets sur la population sont visibles notamment à travers les 20 à 30 % de Français aujourd'hui touchés par ce que l'on nomme l'éco-anxiété¹⁴) ont agi comme autant de coups de boutoirs qui ont affecté le moral de la population. A l'instar d'un organisme malade ou fatigué offrant une moindre résistance à l'arrivée d'un virus, cette succession d'épreuves a fragilisé psychologiquement le corps social et l'a rendu moins résilient.

Un certain nombre d'indicateurs donnent à voir une fragilisation mentale de la société depuis la crise sanitaire. La plateforme Doctolib nous révélait avant l'été que le nombre de consultations de psychologues avait augmenté de 102 % entre 2020 et 2021 et que le nombre de recherches de la requête « psychologue » et « psychiatre » sur le moteur de recherche du site avait augmenté de 69 % et 48 %¹⁵. Un certain nombre d'infirmières et d'infirmiers scolaires alertent par ailleurs sur des taux d'anxiété et d'états dépressifs plus importants qu'à l'accoutumée chez la jeune génération dans les collèges et lycées¹⁶.

Au travail ensuite, on constate cette instabilité émotionnelle. Le nombre d'arrêts maladie en France en 2022 a explosé, 42 % des salariés s'étant vu prescrire un arrêt maladie cette année (un chiffre plus important qu'avant le Covid). Plus intéressant pour notre sujet, les troubles psychologiques et l'épuisement professionnel, principaux motifs des arrêts longs, sont désormais à l'origine de 20 % des arrêts maladie, dépassant pour la première fois les troubles musculosquelettiques (16 %).

D'une façon générale, notre enquête corrobore l'hypothèse d'une fragilisation psychologique et mentale accrue depuis la crise sanitaire, et plus particulièrement une perte de résistance psychologique et mentale dans la jeune génération pour faire face aux événements et aux aléas de la vie. En effet, si 31 % des Français disent ne pas se sentir suffisamment solides mentalement pour tout affronter dans leur vie quotidienne, c'est le cas de 40 % des 25-34 ans. Cette fragilisation psychologique depuis la crise sanitaire semble par ailleurs (au moins en déclaratif) toucher davantage les femmes que les hommes : quand 24 % des hommes disent ne pas se sentir suffisamment solides mentalement pour faire face aux événements dans leur vie quotidienne, c'est le cas de 37 % des femmes.

On retrouve ce phénomène de fragilisation quant à l'« envie de pleurer » exprimée par la jeune génération (parfois appelée « génération *snowflake* » comme un flocon de neige qui fond à la première chaleur). Si 14 % des Français disent avoir durant la journée davantage envie de pleurer depuis la crise sanitaire, c'est le cas de 20 % des 25-34 ans. Ici aussi, une différence femmes-hommes s'observe : quand 11 % des hommes disent avoir davantage envie de pleurer durant leur journée depuis la crise covid, c'est le cas de 17 % des femmes.

Un autre ressort de cette plus grande vulnérabilité des individus depuis la crise sanitaire est à chercher selon nous du côté du rapport que la société entretient à la frustration. La crise

¹⁴ <https://www.jean-jaures.org/publication/eco-anxiete-analyse-dune-angoisse-contemporaine/>

¹⁵ <https://community.doctolib.com/t5/psychologues/la-sant%C3%A9-en-chiffres-le-nombre-de-consultations-chez-les/ba-p/76890>

¹⁶ https://www.lemonde.fr/societe/article/2022/09/01/rentree-scolaire-les-eleves-a-l-epreuve-du-stress_6139733_3224.html

sanitaire ayant renforcé la société du sur-mesure et de l'immédiateté dans laquelle le citoyen est d'abord perçu comme un client (le boom des livraisons à domicile incarnées par Deliveroo et Uber durant cette période est l'une des illustrations comme nous le verrons plus bas), le seuil de patience des individus s'est considérablement abaissé durant cette période, ces derniers ayant de plus en plus de mal à gérer leur frustration. Dans notre enquête, 44 % des Français disent avoir de plus en plus de mal à patienter avant d'obtenir quelque chose, dont 53 % des 25-34 ans.

Cette plus grande impatience et cette moins grande tolérance à la frustration liées à la lenteur d'une livraison ou de la réalisation d'un objectif s'expriment notamment et symboliquement sur les routes de France depuis la crise sanitaire. En effet, nombreux sont les spécialistes et les psychologues alertant sur une plus grande agressivité et une vitesse plus importante sur les routes depuis la crise sanitaire. En juillet dernier, une psychologue de la route témoignait dans *Ouest-France* :

« Nous avons reçu beaucoup plus de stagiaires en très grands excès de vitesse depuis le déconfinement. Depuis le Covid, on a vu revenir les dépassements de vitesse de plus de 80 ou 100 km/h, très rares avant. C'est vrai qu'il y a beaucoup d'agressivité sur la route. Les gens sont à fleur de peau, ne vont pas bien dans un contexte anxiogène. »¹⁷

Dans le même ordre d'idée, la station de radio « Autoroute-info » alertait avant l'été via un directeur de réseau sur la recrudescence des incivilités depuis la crise :

« Lorsqu'on fait des travaux de nuit, on pose des balisages le soir et on les dépose le matin et, ce qui se passe, c'est que, pour gagner une minute, certains clients peuvent rentrer dans le balisage et insulter nos agents, les frôler, et même taper certains véhicules et repartir avec un délit de fuite. On observe une augmentation de ces comportements depuis la sortie des principaux épisodes COVID et on est très, très inquiet par rapport à ça... Il y a plus d'agressivité au volant. Et ce n'est pas juste uniquement l'agressivité des automobilistes, c'est un sujet plutôt sociétal. Sauf que, sur autoroute, tout de suite, les enjeux et les impacts sont beaucoup plus importants. Ça peut être mortel »¹⁸.

Toute chose égale par ailleurs, les tensions régulières et les faits-divers désormais quotidiens entre automobilistes et cyclistes dans les grandes métropoles ainsi que les rixes dans les files d'attente (symboles mêmes de la capacité à être patient) devant les stations-service ces derniers jours témoignent aussi de cette moindre capacité à supporter la frustration, nouveau symptôme de la fragilisation de la société, que la crise covid au long cours a accentué.

¹⁷<https://www.ouest-france.fr/pays-de-la-loire/pays-de-la-loire-les-automobilistes-qui-perdent-des-points-c-est-la-france-qui-bosse-a3159b18-f0aa-11ec-9262-0032434e6459>

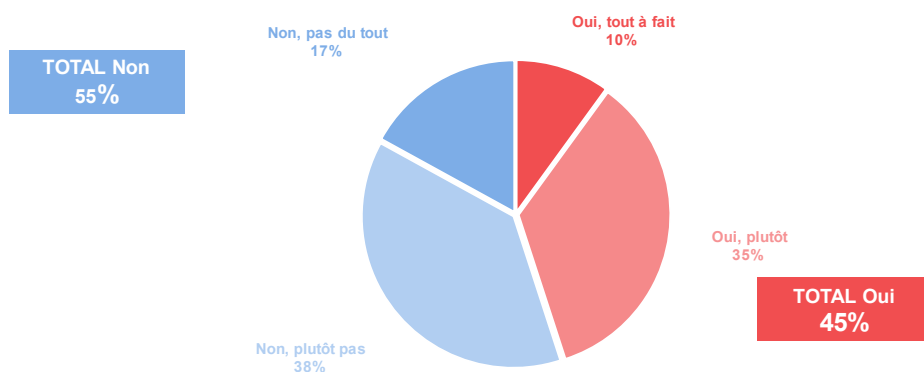
¹⁸ <https://voyage.aprr.fr/autoroute-info/la-securite-sur-la-route-des-vacances>

V. Une « épidémie de flemme » accompagnée et prise en charge par le marché

Cette perte de motivation et cette fatigue persistante peuvent aussi être comprises comme la conséquence de la diffusion d'une autre épidémie, que nous nommerons « épidémie de flemme ». Dans notre enquête, 45 % des Français disent être régulièrement touchés par une épidémie de flemme les dissuadant de sortir de chez eux.

La prévalence de la "flemme" de sortir de chez soi

QUESTION : D'une façon générale, diriez-vous que vous avez régulièrement la flemme de sortir de chez vous ?



© IFOP 2022 | 4

Cette flemme de sortir de chez soi touche particulièrement les tranches d'âges intermédiaires : 52 % parmi les 25-34 ans et 53% auprès des 35-49 ans, contre seulement 33% des 65 ans et plus. Géographiquement, cette flemme de sortir affecte un peu moins les provinciaux (44%), que les habitants de l'Ile-de-France (50%), région pourtant vantée pour sa « culture des terrasses » et la richesse de sa vie nocturne.

Cette moindre appétence à sortir de chez soi a évidemment des conséquences sur des secteurs qui reposent d'abord et avant sur l'accueil du public. Bien que l'industrie du cinéma, déjà mal en point avant même l'arrivée du Covid, semble beaucoup insister ces derniers temps sur l'« effet prix » comme explication de la désertion du public¹⁹, avec d'après le CNC une baisse de 34% de nombre de tickets vendus en septembre dernier par rapport à septembre 2019 (avant covid donc), l'impact de cette épidémie de flemme ne doit pas, à notre sens, être négligée pour expliquer la difficulté de remplir actuellement les salles. En effet, le cinéma a de plus en plus de mal à lutter contre la flemme de sortir de chez soi, concurrencé par l'arrivée de nouveaux produits comme les vidéoprojecteurs, équipement dont les ventes croissent d'environ 50 % par an depuis deux ans maintenant et qui s'était vendu à 50 000 exemplaires

¹⁹ https://www.challenges.fr/media/pourquoi-le-cinema-se-crispe-autour-du-prix-des-places_831239

au premier semestre 2021²⁰. Au-delà des vidéos-projecteurs, l'arrivée des plateformes ont par ailleurs alimenté cette propension des individus à adopter l'art de la flemme. Une étude de l'Ifop montrait récemment que Netflix, Amazon, *Prime Video* ou encore Disney + avaient une incidence sur la fréquentation des salles de cinéma²¹ : depuis qu'elles se sont abonnées à une offre de vidéo à la demande, 29 % des personnes interrogées déclarant « aller moins souvent au cinéma » et 12 % « ne plus y aller du tout », soit 4 utilisateurs sur 10 qui y vont moins ou plus depuis l'épidémie de flemme.

Parallèlement à Netflix et consorts, la console de jeux, activité se pratiquant également à domicile, constitue un autre concurrent redoutable au cinéma, notamment parmi les adolescents et les jeunes adultes. Avec 2,4 millions de consoles et près d'un million de PC Gaming vendus en 2021, l'industrie du jeu vidéo (dont on fête les 50 ans en ce moment : il y a cinquante ans sortait en effet la première console de jeu vidéo, l'Odyssey, de Magnavox) a enregistré une nouvelle performance record, avec un chiffre d'affaires de 5,6 milliards d'euros, soit une progression de +1,6% par rapport à 2020 qui avait déjà été une année exceptionnelle. Sur deux ans le marché a évolué de 13,5%, ce qui fait dire à Julie Chalmette, Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs (SELL) que *"Le jeu vidéo continue de progresser vers de nouveaux sommets. L'année 2020 avait été extraordinaire, mais particulière en raison du contexte. Cette croissance confirmée en 2021 s'inscrit comme une véritable tendance de fond. Les Français n'ont jamais autant joué. Ils sont 73% à jouer occasionnellement et 58% régulièrement, soit une progression de 6 points par rapport à 2020"*. Preuve de la place prise par l'industrie du jeu vidéo, celui-ci aura d'ailleurs droit pour la première fois cette année à son festival de Cannes²² (le *Cannes Gaming Festival*) du 24 au 26 février prochains, qui proposera une cérémonie de remise de prix à l'identique de celle qui existe pour le 7^{ème} art.

Enfin, élément notable, cet attrait pour les jeux vidéo touche toutes les classes d'âge. Si un enfant sur deux joue tous les jours (52 % des enfants), c'est également le cas d'un adulte sur trois (35 %) selon le même syndicat. Nous sommes donc en présence d'une pratique massivement répandue.

L'appel du canapé semble ainsi très puissant. On le voit d'ailleurs dans notre enquête. Invités à donner leur opinion face à un certain nombre de mots, 74 % des Français ont une image positive du « lit », dont 85 % des 25-34 ans. Il en est de même pour le canapé : quand 59 % indiquent avoir une image positive de ce mot, c'est le cas de 72 % des 25-34 ans. Signe des temps, le Petit Robert a annoncé que le terme "chiller" (de l'anglais "to chill : prendre du bon temps à ne rien faire") fera son apparition dans son édition 2023.

En outre, la crainte d'un hiver rude sur fond d'un chauffage réglé à 19 degrés pour limiter la consommation d'électricité et de gaz conforte et accélère le marché de la flemme : les Français se ruent ces derniers temps sur les plaids, objets symboliques de cette « civilisation du cocon », privilégiant les longs week-ends sur le canapé (civilisation très bien analysée par Vincent Cocquebert²³). Chez Monoprix par exemple, les équipes ont récemment anticipé une plus forte demande en plaids ces prochaines semaines, afin de permettre aux consommateurs

²⁰ GfK Market Intelligence France.

²¹ <https://www.ifop.com/publication/la-svod-un-serieux-concurrent-a-la-frequentation-des-salles-de-cinema/>

²² <https://www.festivaldesjeux-cannes.com/fr/>

²³ Vincent Cocquebert, *La civilisation du cocon*, Arkhe, 2021

de passer l'hiver au mieux²⁴. De la même façon, les spas et jacuzzis, nouveaux équipements indispensables développés par la « civilisation du cocon », se vendent comme des petits pains depuis plusieurs années. La tendance à « chiller », comme l'épidémie de flemme, ont généré de nombreuses opportunités de marché bien comprises par les enseignes. Ainsi, la marque de viande Charal lançait au lendemain du premier confinement une publicité pour ses burgers préparés à faire réchauffer au micro-onde avec le slogan : « Le soir vous avez la flemme, nous on a la flamme »²⁵.

S'il y a un marché de la flemme, sa structuration et sa montée en puissance se sont accélérées durant la crise sanitaire, comme en témoignent par exemple les excellents chiffres des plateformes comme Deliveroo, Uber Eats ou Amazon tout au long de la pandémie et au-delà. Une enquête de l'Ifop de 2021 indiquait ainsi que 52% des Français avaient eu recours à de la livraison de repas à domicile au moins une fois dans l'année, dont 23% au moins une fois par mois. Signe que les habitudes sont en train de s'ancrer en la matière, si seulement 25% des 65 ans et plus se font livrer au moins une fois par an un repas à domicile, cette proportion atteint 60% parmi les 35-49 ans, et 78% auprès des moins de 35 ans (dont près d'un sur deux commande un repas à domicile au moins une fois par mois). Tout se passe comme si des barrières psychologiques et morales subsistaient parmi les générations les plus âgées, qui rechigneraient à se faire servir à domicile par des « domestiques 2.0 », réticences ayant manifestement disparu dans les jeunes générations, qui ont baigné depuis leur enfance dans la société du « client-roi ». La publicité des acteurs se positionnant sur ce marché vise d'ailleurs à abattre ces obstacles culturels et moraux et à décomplexer totalement le consommateur, comme l'illustre par exemple un des slogans de Gopuff, start-up de livraison à domicile : « Lendemain de soirée [difficile] ? On arrive ». Plus récemment encore, la plateforme Uber Eats décidait d'axer sa dernière campagne de publicité autour d'un slogan on ne peut plus explicite : « *Embrace the art of doing less* » (Adopter l'art d'en faire moins)²⁶.

On aurait tort de penser que ce phénomène ne concerne que les grandes métropoles. Le maire de Châteauroux nous confiait ainsi récemment que sa ville comptait 90 livreurs Ubereats²⁷. Dans les zones rurales non desservies par ces plateformes, les consommateurs en quête d'un repas prêt à consommer peuvent, quant à eux, utiliser les distributeurs automatiques de pizzas qui sont apparus dans de très nombreux villages ces dernières années, le leader du secteur, Adial, en comptant plus de 800²⁸.

D'ailleurs, quand une enquête récente du Crédoc²⁹ demande aux Françaises et aux Français quel serait pour eux un vendredi soir idéal, le premier élément qui arrive en tête est un plateau repas devant la télévision : pour 37 % des sondés, un vendredi soir idéal c'est un plateau télé,

²⁴ <https://www.lesechos.fr/industrie-services/conso-distribution/pull-couette-plaid-poele-les-francais-se-preparent-a-un-hiver-a-19-0c-1866917>

²⁵ https://www.youtube.com/watch?v=ox2gqgSc8_A

²⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=Dqv8ppQIoNw>

²⁷ En bons commerçants à l'écoute des nouvelles attentes des clients, les trafiquants de drogue ont depuis le confinement eux-aussi considérablement développé la livraison à domicile, dispensant ainsi les consommateurs de se rendre jusque sur les points de deal. En clin d'œil à la célèbre plateforme, les policiers ont baptisé cette nouvelle pratique *Ubershit*.

²⁸ https://www.lexpress.fr/actualite/societe/plongee-dans-la-france-des-distributeurs-automatiques-de-pizzas_2141971.html

²⁹ [file:///Users/jeremie.peltier/Downloads/CMV321%20\(2\).pdf](file:///Users/jeremie.peltier/Downloads/CMV321%20(2).pdf)

score deux fois plus élevé qu'une sortie entre amis (15 %). Et pour ce qui est des repas de la semaine, il semblerait que l'engouement pour le fait maison, observé durant les confinements, ne soit plus autant de saison. Sous l'effet d'une dégradation sensible du pouvoir d'achat, mais aussi également sans doute de cette moindre motivation générale, les achats des sandwiches ou des pastabox de la marque Sodebo, se portent très bien et les usines du groupe vendéen tournent à plein régime.

Enfin, dernier exemple s'il en fallait, le secteur des transports de voyageurs à la demande surfe lui aussi sur la tendance à la flemme, en témoigne la campagne de publicité de la plateforme Heetch que l'on pouvait retrouver dans les tunnels du métro parisien en octobre dernier : « Vous avez la flemme ? On a le VTC ».



VI. Une perte de motivation au travail...

Un autre secteur semble également subir de plein fouet cette perte de motivation et cette fatigue au long cours : le monde du travail.

Avec « grande pénurie », l'expression que l'on a le plus entendue depuis cette rentrée et durant tout l'été est « grande démission » : à savoir la grande démission des salariés français de leur entreprise. Le magazine *Society* en a fait sa une en s'interrogeant, « Et si on ne retournait pas au travail ? »³⁰ ; le magazine *Usbek et Rica* se demandant si nous ne sommes qu'au début du phénomène : « Grande démission : et si c'était que le début ? »³¹. *Le Figaro* en faisait également sa une il y a quelques temps de cela³².

³⁰ <https://www.society-magazine.fr/magazines/society-188/>

³¹ <https://www.parislibrairies.fr/livre/9782958156824-usbek-rica-n-36-grande-demission-et-si-c-etait-que-le-debut-dis-comment-on-fera-des-bebes-demain-usbek-et-rica/>

³² <https://www.lefigaro.fr/actualite-france/pourquoi-les-francais-ne-placent-plus-le-travail-au-centre-de-leur-vie-20221003>

On a également vu apparaître cette grande démission, au cours des derniers mois sur Tik-Tok, notamment aux Etats-Unis, à travers des vidéos de jeunes gens se filmant en train d'annoncer leur démission en direct avec l'hashtag #quitmyjob³³. Ces nombreuses démissions se constatent aussi dans les chiffres. C'était le cas aux Etats-Unis juste après le Covid. Entre mars et mai 2021, 11 millions d'Américains ont démissionné de leur poste. C'est désormais également le cas en France, où l'on observe des taux de démission qui n'avaient jamais été atteints depuis 14 ans. Entre fin 2021 et début 2022, on a enregistré près de 520 000 démissions par trimestre, dont 470 000 démissions de CDI. Le record précédent datait du 1er trimestre 2008, avec 510 000 démissions dont 400 000 pour les seuls CDI.

Pourquoi ces nombreuses démissions, et notamment en France ? Elles s'expliquent d'abord par un effet de rattrapage, les mouvements ayant été gelé ou très fortement ralentis durant les confinements. Le dynamisme du marché du travail actuel, avec un assez faible taux de chômage, favorise également les démissions. En effet, en période de reprise, les postes à pourvoir sont plus nombreux, donc de nouvelles opportunités d'emploi apparaissent, ce qui incite à démissionner pour négocier de meilleures conditions de travail, de meilleurs salaires, un meilleur équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle. Ces nombreuses démissions sont aussi le reflet d'un état de mal-être parmi les salariés français, qui disent plus que la moyenne des actifs européens être en manque de reconnaissance depuis plusieurs années déjà³⁴.

Mais selon-nous, cette vague de démissions dit aussi beaucoup de l'accélération de la modification du rapport au travail des Français, la crise sanitaire étant venue booster une tendance déjà à l'œuvre préalablement. Durant la pandémie, près de 11 millions de salariés ont été mis en chômage partiel, période au cours de laquelle, beaucoup se sont interrogés sur le sens de leur travail. Dans les secteurs peu rémunérés, où les contraintes horaires sont pesantes (travail en soirée, le week-end, en horaires décalés...) et où la pénibilité des tâches ou de l'environnement de travail est importante, toute une partie des salariés n'ont pas repris leur poste entraînant des pénuries de main d'œuvre dans l'hôtellerie-restauration, les services à la personne, ou bien encore le transport routier ou le gardiennage.

Le covid s'est également soldé par l'irruption du télétravail (près d'un quart des salariés français sont actuellement en télétravail à hauteur de 3 jours ou plus par semaine), ce qui constitue un autre facteur de modification du rapport au travail, soit une proportion élevée.

Ce contexte explique sans doute en partie pourquoi notre enquête montre que les actifs français sont moins enclins à se donner corps et âme au travail et qu'une forte minorité a clairement perdu en motivation. Depuis la crise sanitaire, si la majorité des actifs (51%) affiche une motivation inchangée, 37 % se disent en effet moins motivés qu'avant dans leur travail.

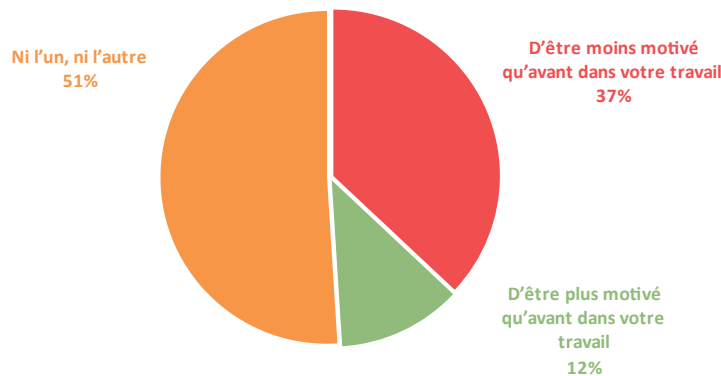
³³ <https://www.youtube.com/watch?v=tEFpkNWkswc>

³⁴ <https://www.jean-jaures.org/publication/inutilite-ou-absence-de-reconnaissance-de-quoi-souffrent-les-salaries-francais/>

L'évolution de la motivation au travail depuis la crise sanitaire

QUESTION : Depuis la crise sanitaire (Covid), avez-vous le sentiment..

Base : ensemble des actifs, soit 56% de l'échantillon



© IFOP 2022 | 2

Cette proportion d'actifs en baisse de régime au travail correspond à peu de choses près aux 42% d'actifs se déclarant plus fatigués qu'avant la pandémie après un effort physique et aux 35% d'actifs, qui d'une manière générale sont moins motivés qu'avant dans leur quotidien. Au fil des questions, on voit donc émerger un bloc de 35 à 40% d'individus, dont le moral ou la condition physique ont été affectés depuis la pandémie.

La perte de motivation au travail touche davantage les jeunes actifs (46% des 25-34 ans), mais aussi les cadres (44%) et les professions intermédiaires (43%), contre 34% « seulement » parmi les employés et ouvriers, catégories dont on notera qu'elles sont moins concernées par le télétravail.

Les contrastes se font également jour en termes d'affiliation partisane. Quand 61 % des électeurs de Jean-Luc Mélenchon au premier tour de la présidentielle disent être moins motivés qu'avant au travail, ce n'est le cas que pour 28 % des électeurs d'Emmanuel Macron, de 30% des électeurs Zemmour et Pécresse et de 34% des lepenistes. Ces résultats sont intéressants car ils permettent d'éclairer le débat sur la « valeur travail » lancé par Fabien Roussel à la rentrée et les raisons pour lesquelles une partie de la gauche est mal-à-l'aise voire critiques à son égard. Sandrine Rousseau a ainsi par exemple revendiqué le droit à la paresse cher à Paul Lafargue. Dans le même ordre d'idées, une autre enquête récente de l'Ifop³⁵ indique d'ailleurs que près de 4 sympathisants LFI ou EELV sur 10, se définissent comme « peu ou pas travailleurs », cette proportion ne s'établissant qu'à environ un quart des sondés dans les autres familles politiques.

³⁵ Enquête Ifop pour Les Makers, réalisée par internet du 11 au 13 octobre 2022 auprès d'un échantillon de 2015 Français.

VII. ... s'inscrivant dans un phénomène plus global et ancien d'une perte de centralité du travail

D'une façon générale, une partie des actifs et notamment les plus jeunes, se sont petit à petit désengagés de leur travail, un peu comme s'ils étaient rentrés dans une forme de résistance silencieuse et passive à l'image de Bartleby, héros de la nouvelle éponyme d'Herman Melville, scribe de profession qui repousse toutes les demandes qu'on lui fait - à commencer par celles de son patron - par la phrase restée célèbre « I would prefer not to » : je préférerais ne pas le faire.

Un phénomène illustre cela : le « Quiet quitting » (« démission secrète »), phénomène qui a dépassé les 40 millions de vues sur TikTok et qui consiste à se filmer au travail en en faisant le moins possible sans se faire licencier. Il ne s'agit pas d'une démission véritable mais d'une démission mentale voire d'une sorte de démission silencieuse ou clandestine³⁶.

Si cette soudaine démotivation est intéressante à analyser, c'est que le travail représentait historiquement dans la vie des Français quelque chose de particulier, avait une dimension statutaire très importante. Or, si les Français demeurent attachés à leur travail, il occupe une place beaucoup moins centrale dans leur vie qu'au début des années 1990, le covid n'ayant fait qu'accroître cette perte de centralité, comme l'a montré Romain Bendavid. En 1990, 60% des sondés répondaient que le travail était « très important » dans leur vie. Ils ne sont plus aujourd'hui que 24% à faire cette réponse, soit un recul spectaculaire de 36 points en 30 ans³⁷. Si la religion ou la famille ont également vu leur caractère très important dans la vie de nos concitoyens perdre du terrain, la chute, de l'ordre de 10 points, est sans commune mesure avec ce que l'on observe pour ce qui est du travail. Dans le même temps, la centralité des loisirs dans la vie des Français s'est renforcée de 10 points, cette progression produisant une inversion des normes. Alors qu'en 1990, deux fois plus de sondés considéraient comme « très important » le travail (60%) que les loisirs (31%), cette hiérarchie est aujourd'hui renversée : 41% pour les loisirs versus 24% seulement pour le travail.

Evolution entre 1990 et 2021 du caractère « très important dans sa vie » de différents éléments

	1990	2021	Evolution
Famille	81%	71%	-10 pts
Travail	60%	24%	-36 pts
Amis et relations	40%	46%	+ 6pts
Loisirs	31%	41%	+10 pts
Religion	14%	5%	-9 pts
Politique	8%	6%	-2 pts

D'autres données d'enquête accréditent cette évolution au long au cours du rapport au travail et de l'équilibre entre la vie personnelle et la vie professionnelle. En mai 2008, soit au début du quinquennat de Nicolas Sarkozy, dont un des mantras était le fameux « travailler plus, pour gagner plus », 62% des salariés souhaitaient, s'ils en avaient le choix, « gagner plus d'argent

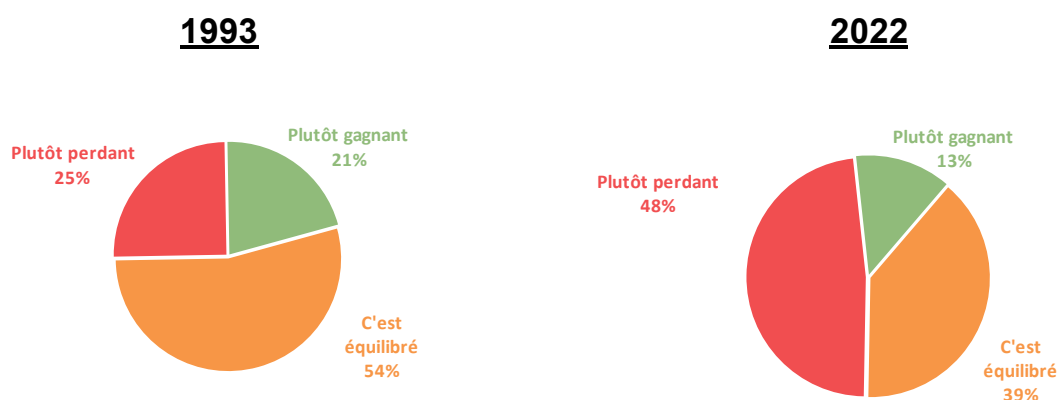
³⁶https://www.tiktok.com/@soniacoachrh/video/7130621046230715653?is_from_webapp=v1&item_id=7130621046230715653

³⁷ <https://www.jean-jaures.org/publication/plus-rien-ne-sera-jamais-comme-avant-dans-sa-vie-au-travail/>

mais avoir moins de temps libre » contre 38% qui désiraient « gagner moins d'argent, pour avoir plus de temps libre ». Le rapport de force entre ces deux modalités est aujourd'hui totalement inversé. Selon un sondage Ifop pour Solutions solidaires³⁸, 61% des salariés souhaiteraient désormais « gagner moins d'argent pour avoir plus de temps libre », contre seulement 39% qui préféreraient « gagner plus d'argent mais avoir moins de temps libre ».

Alors même que la question du pouvoir d'achat se place en tête des priorités de nos concitoyens dans un contexte de forte inflation, cette nette préférence pour le temps libre au détriment d'un revenu supplémentaire interroge. Cette inversion des priorités en dit long sur la puissance du mouvement d'opinion à l'œuvre. Comme on l'a évoqué, la crise du covid est passée par-là et a accéléré ce phénomène de relativisation de la place du travail dans la vie des Français. Mais cette subduction des plaques tectoniques trouve son origine dans des phénomènes anciens et profonds. On peut ainsi penser que la litanie des plans sociaux que le pays a connus au cours des dernières décennies et la multiplication des licenciements de salariés qui avaient œuvré de longues années durant dans une même entreprise, ont altéré le rapport que de nombreux concitoyens entretenaient au travail. De la même manière, la dévalorisation de certaines expériences-métiers au profit du seul suivi de procédures normatives ainsi que le pilotage managérial court termiste orienté uniquement sur l'atteinte d'objectifs financiers ont également fortement contribué à vider de sa substance et de son intérêt le métier de millions de Français. Ainsi en 1993, 54% des actifs considéraient qu'entre ce qu'ils donnaient d'eux-mêmes (temps, compétence, bonne volonté etc) et ce qu'ils retiraient de leur travail (argent, etc.), la balance était équilibrée, contre 25% qui se percevaient comme plutôt perdants. Aujourd'hui, seuls 39% estiment que la relation est équilibrée quand 48% se jugent perdants, cette proportion ayant donc quasiment doublé en un peu moins de 30 ans.

L'évolution du sentiment de retirer plus ou moins que ce que l'on donne en travaillant

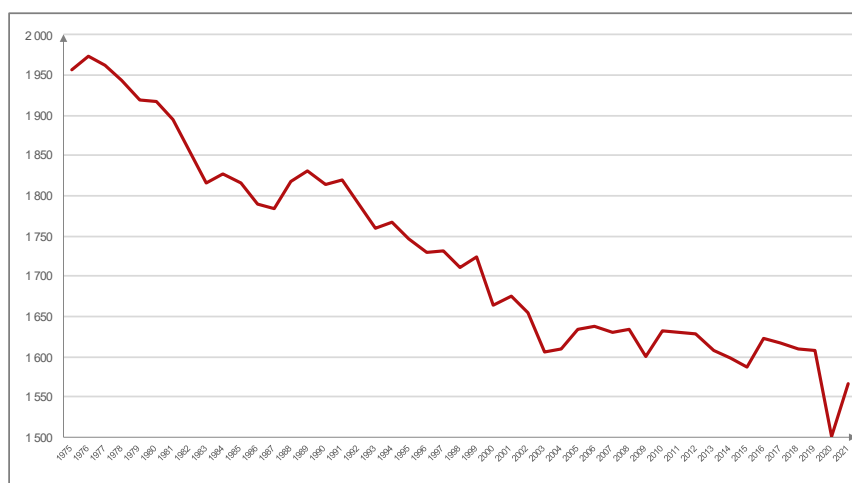


³⁸ Sondage réalisé on line du 20 au 21 septembre 2022 auprès d'un échantillon national représentatif de 1011 personnes.

Parallèlement à la perte du sens du travail du fait du poids croissant des « process » et de l'impératif financier, les nouvelles conditions de travail devenues parfois la norme depuis ces cinq dernières années pour certains salariés de bureau contraints d'exercer dans des *Open Space* ou autre *Flex Office*, créés sous couvert de gains de convivialité ont sans aucun doute joué un rôle non négligeable dans la perte d'appétence à se rendre au travail chaque matin et dans le sentiment de ne plus « s'y retrouver » quand les salariés effectuent la balance coûts/avantages. Ainsi, d'après une enquête Ifop pour La Fondation Jean Jaurès et Selkis réalisée en 2021, 21% de l'ensemble des salariés français travaillent aujourd'hui en *open space* (ce qui représente 35% des salariés travaillant dans un bureau) et 10% en *flex office* (soit 16% des salariés travaillant dans un bureau). Et parmi ces derniers, 36% considèrent que la configuration de leur espace de travail a un impact négatif sur leur santé, alors que cette proportion est deux fois moindre (17%) parmi les salariés, qui ne sont pas en *flex office*, et qui ont donc une place attitrée.

L'évolution des conditions et de l'organisation du travail ne sont pas les seuls paramètres qui ont fait perdre au travail sa centralité. Si ce dernier a perdu de son importance dans la vie des Français, c'est également parce que le pays a été le théâtre d'un processus au long cours de diminution de la durée annuelle effective de travail. De manière assez mécanique, au fur et à mesure que les actifs ont passé moins de temps au travail, son importance et sa centralité dans leur vie ont reculé. Comme on l'a vu précédemment, la part de Français qui considéraient que le travail était « très important » dans leur vie est passée de 60% en 1990 à 24% cette année. Ce recul spectaculaire est à mettre en regard avec l'évolution de la durée annuelle effective de travail, qui sur la même période est passée de 1814 heures à environ 1600 heures (nous avons pris les chiffres d'avant 2020-2021, années affectées par les confinements et l'arrêt du travail pour cause de pandémie). Si l'on se base sur une durée hebdomadaire de travail de 35 heures, cette baisse de 214 heures correspond à six semaines de congés gagnées en trente ans.

Comme le montre le graphique suivant, la baisse du temps annuel de travail est un processus historique. Du fait du vote de la 5^{ème} semaine de congés payés et du passage à la semaine des 39 heures au début du premier septennat de François Mitterrand, cette durée annuelle est passée de 1894 heures en 1981 à 1816 heures en 1983. Ce mouvement s'est ensuite poursuivi avec, au début des années 1990, des abattements de charge qui ont incité à des embauches à temps partiel, puis avec la loi Robien sur la réduction du travail (1996) et surtout les loi Aubry qui ont abouti à la mise en place des 35 heures. Entre 1997 et 2002, la durée annuelle moyenne de travail a reculé de 1732 à 1655 heures. Depuis, la tendance à la baisse s'était considérablement ralentie, mais la crise du covid a violemment percuté l'organisation du travail et a éloigné, contraint et forcé, les actifs de leur emploi pendant de longues périodes.



Le passage aux 35 heures au début des années 2000 a constitué un tournant important et a modifié en profondeur les référentiels. Des termes et des habitudes nouvelles se sont ancrés dans le paysage. C'est à partir de ce moment que les salariés ont appris à « poser » ou à « prendre » une « RTT ». Le cadre traditionnel de la semaine de travail allant du lundi au vendredi s'en est trouvé altéré, avec des week-ends commençant désormais souvent le jeudi soir ou le vendredi midi (faisant dire à certains dirigeants de grandes entreprises que « le vendredi a été supprimé » depuis le Covid). Ce changement sociétal n'a pas échappé à la sagacité des travailleurs indépendants, qui ont eux continué de pratiquer la semaine traditionnelle, comme nous l'exprimait avec malice un agriculteur breton : « le vendredi après-midi quand je laboure mes champs, je vois mes voisins qui tondent leur pelouse ».

La filière touristique, qui s'était historiquement structurée et développée en France avec l'instauration des congés payés, va connaître un nouvel essor durant cette période, marquée par une augmentation du temps disponible pour toute une partie de la population. Les offres de courts séjours vont se multiplier, y compris hors saison, et l'optimisation ou le prolongement des ponts via des journées RTT, pour se constituer de longs week-ends, va devenir un sport national. L'univers du temps libre, qui était historiquement cantonné aux vacances et particulièrement aux mois de juillet et d'août, va se dilater et prendre une place de plus en plus importante dans la vie des Français. Des acteurs comme la SNCF, les compagnies aériennes low-cost ou bien encore les sites de réservations en ligne vont accompagner ce mouvement historique et le développement d'une société de loisirs. Si Go Voyages et Lastminute.com apparaîtront respectivement en 1997 et 1999, suivis en 2001 par Opodo, c'est certes du fait du développement fulgurant d'internet à cette période mais ces dates de création correspondent également à l'avènement des RTT. En 1981, lors de la précédente étape de réduction du temps de travail, le gouvernement socialiste de l'époque avait créé un Ministère du temps libre, ayant pour mission « de conduire par l'éducation populaire, une action de promotion du loisir vrai et créateur et de maîtrise de son temps », création qui s'était accompagnée de celle de l'Agence nationale pour les chèques-vacances. Le gouvernement Jospin n'accompagnera pas le passage aux 35 heures par la mise en place

d'une structure publique qui aurait eu vocation à proposer des activités culturelles et récréatives et c'est le marché qui s'engouffra dans la brèche en créant de nouvelles offres de loisirs pour occuper le temps ainsi libéré.

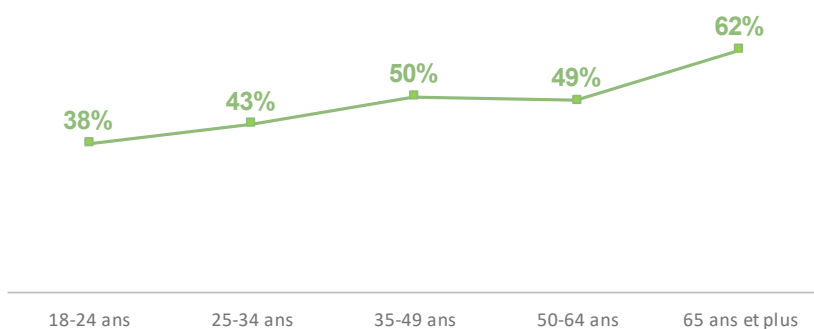
La crise du covid et le développement massif du télétravail vont constituer une nouvelle étape dans la perte de centralité du travail dans la vie de nombreux Français. Le cadre habituel de la semaine de travail allant du lundi au vendredi avait déjà été remis en cause par l'apparition des RTT. Mais l'adoption du télétravail par un tiers des salariés (qui télétravaillent au moins un jour par semaine) a entraîné une modification encore plus radicale. Les vendredis, et dans une moindre mesure les lundis, sont massivement télétravaillés. D'après une étude récente menée par la Ratp sur les déplacements en Ile-de-France, la fréquentation des transports en commun est ainsi inférieure de 18% en moyenne les vendredis par rapport aux mardis. Les opérateurs des réseaux de transports qui avaient appris à gérer les heures de pointe doivent aujourd'hui intégrer dans leur modèle une autre notion qui est celle des « jours de pointe », que sont les mardis et jeudis, journées les moins télétravaillées et où les flux de passagers sont les plus massifs. De la même manière, la vie des entreprises intègre progressivement cette nouvelle organisation de la semaine avec des réunions en présentiel concentrées les mardis et jeudis pour pouvoir toucher le plus grand nombre de collaborateurs. Dans les collectifs de travail où le télétravail est pratiqué, les lundis et vendredis se voient ainsi progressivement dotés d'un autre statut. Ils constituent certes des journées de travail mais de moindre intensité, comme une sorte de sas entre les « journées sur site » (mardi, jeudi et mercredi dans une certaine mesure) et le week-end.

VIII. Renouveau générationnel et nouveau rapport à l'effort

L'essor et le développement de cette société de loisirs au cours des dernières décennies n'ont pas que relativiser la place du travail dans la vie de nos concitoyens. Ils ont plus globalement dévalué la valeur de l'effort. La dimension « sacrificielle » du travail et de l'effort qu'avaient en partage le catholicisme (« tu gagneras ton pain à la sueur de ton front ») et toute une partie du monde ouvrier (qui se battait pour instaurer « la fête du travail » le 1^{er} mai) ne fait plus autant recette aujourd'hui. L'assertion selon laquelle « il faut souffrir pour réussir » coupe ainsi le pays en deux avec 51% d'adhésion et 49% de désapprobation. Sur ce sujet, le clivage n'est ni éducatif (52% d'adhésion parmi les diplômés du second ou troisième cycles, contre 50% chez les titulaires du Bac et 53% parmi ceux qui ne l'ont pas), ni sociologique : 45% d'adhésion parmi les cadres et les professions intellectuelles versus 47% chez les professions intermédiaires et 48% auprès des catégories populaires. Le « no pain, no gain » des Anglais semble en revanche nettement plus clivant selon l'âge, comme le montre le graphique ci-dessous.



% d'accord



Quand 62% des 65 ans et plus, qui ont grandi et ont été éduqués dans la France des années 1950-60, adhèrent à cette maxime, la même proportion des 18-24 ans la rejette. Cette assertion recueille 43% d'adhésion parmi les 25-34 ans et devient tout juste majoritaire parmi les 35-64 ans. Le fait que l'approbation à cette maxime diminue assez linéairement avec l'âge, nous met sur la piste d'un changement de référentiel et de philosophie qui est en train de s'opérer sous nos yeux au gré du renouvellement générationnel.

La sphère professionnelle n'est d'ailleurs pas l'unique témoin de ce changement de rapport à l'effort au cours des dernières années. Dans le journal *Le Point*, un professeur de Sciences de la vie et de la terre au lycée Thibaut-de-Champagne à Provins (Seine-et-Marne) témoignait : « Chaque année, je fais remplir un questionnaire aux élèves sur leur temps de travail quotidien à la maison. En terminale, il y a quinze ans, la moyenne était d'une heure et demie à deux heures. Aujourd'hui, ils me répondent de trente minutes à une heure, et ils trouvent que c'est beaucoup ! Si j'avais maintenu la même exigence qu'en début de carrière, on aurait perdu deux points de moyenne »³⁹.

Toujours en matière scolaire, l'ancien ministre de l'Éducation nationale Jean-Michel Blanquer mettait en place en 2017 le dispositif « Devoirs faits », un temps d'étude accompagnée et gratuite proposée en dehors des heures de classe aux collégiens pour faire leurs devoirs au sein de leur établissement sur des horaires appropriés. Si le dispositif a souvent été présenté dans le but de contribuer à la réduction des inégalités qui peuvent exister selon le niveau d'aide que les familles sont à même d'apporter aux enfants, le site internet du ministère insiste néanmoins sur le fait que ce dispositif permet aussi de « favoriser une forme de sérénité à la maison sur ces sujets »⁴⁰, comme si le travail et la difficulté à s'y mettre devenaient désormais source de conflits pour une grande partie des familles. Une société privée de soutien scolaire avait d'ailleurs lancée une campagne d'affichage à destination des

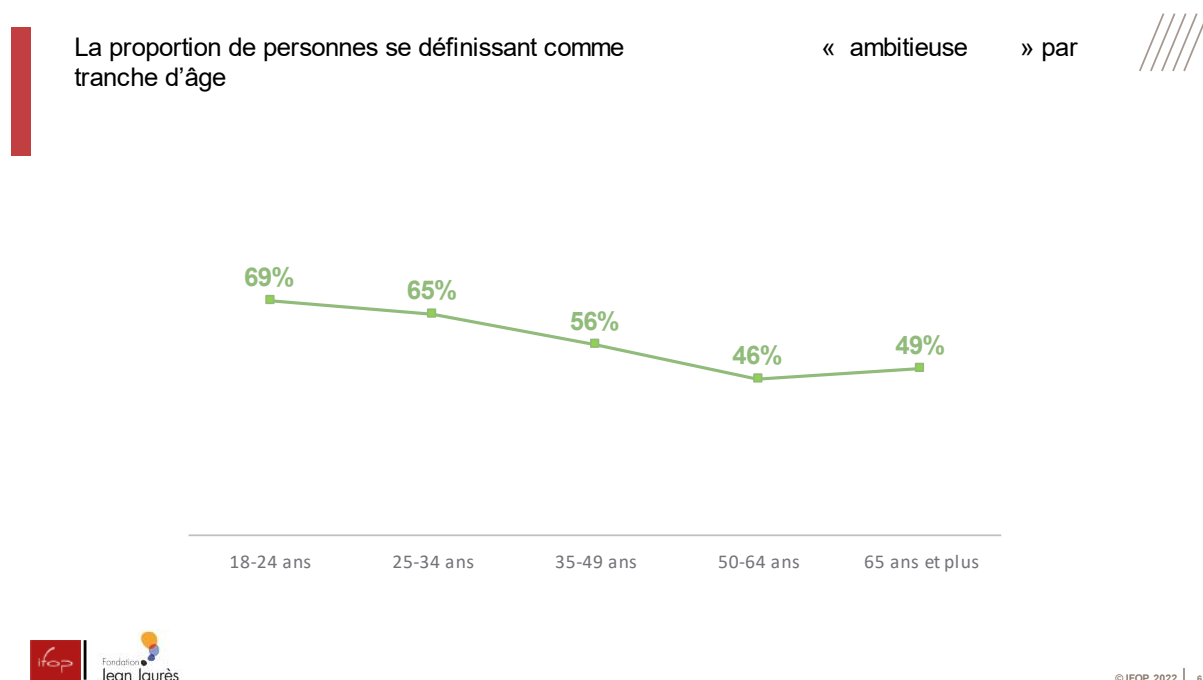
³⁹ *Le Point*, numéro du 30 juin 2022

⁴⁰ <https://www.education.gouv.fr/devoirs-faits-un-temps-d-etude-accompagnee-pour-realiser-les-devoirs-7337>

familles dont le slogan était : « vous avez mieux à faire que de vous occuper des devoirs », visant à décomplexer les parents de sous-traiter et de déléguer cette « corvée ».

Pour finir, et en guise d'illustration, le Cedre (Cycle des évaluations disciplinaires réalisées sur échantillon) qui réalise des évaluations tous les 6 ans en fin d'école et en fin de collège a récemment montré que plus d'un tiers des élèves de troisième se sentaient découragés d'avance à l'idée de lire un texte d'une page. Ainsi, à l'affirmation « Quand on me demande de lire un texte d'une page, je suis découragé(e) d'avance », 37,5 % des élèves se déclarent « plutôt d'accord » ou « tout à fait d'accord⁴¹.

Si la mystique de l'effort fait de moins en moins recette dans les tranches d'âges les plus jeunes, on constate en revanche que ces dernières semblent beaucoup plus décomplexées que leurs aînés sur la question de l'ambition, qui est revendiquée par près de deux tiers des moins de 35 ans alors que moins d'une personne sur deux âgée de plus de 50% se définit comme tel. Les 35-49 ans, tranche d'âge intermédiaire, affichent une proportion d'ambitieux de 56%, taux se situant à égal distance des scores observés aux deux extrémités de la pyramide des âges.



Cet étagement des résultats constitue un indice supplémentaire d'une modification du système de valeurs évoquée plus-haut. La sacralisation du travail et de l'effort s'est effacée avec la dislocation terminale de la matrice catholique et la disparition des mondes ouvrier et paysan, univers qui l'avaient placée au cœur de leur système de valeurs respectifs. Ces systèmes de valeurs traditionnels ne faisaient par ailleurs guère l'éloge et la promotion de

⁴¹ <https://www.education.gouv.fr/competences-langagieres-et-litteratie-en-fin-de-college-des-resultats-stables-en-2021-343030>

l'ambition. Dans cette France d'avant, l'ambition était mal vue. Chez les paysans catholiques comme chez les ouvriers déchristianisés, on n'aimait pas celui « qui s'affichait » ou qui « la ramenait ». La modestie, l'humilité et le souci de « rester à sa place » étaient des lignes de conduite très majoritairement partagées. L'ambiance et le référentiel de valeurs ont profondément changé à partir des années 1980 et 1990. C'est à cette époque que la société de consommation et des loisirs a arrasé les derniers vestiges de la société traditionnelle. La réussite matérielle est devenue le maître-étalon et l'ambition a été érigée comme vertu. La figure du travailleur besogneux et du gagne-petit a été totalement démonétisée au profit de celle des « battants » et des « gagnants ». Précipité chimiquement pur de cette époque et de ce passage à un nouveau référentiel, l'émission *Ambitions* présentée de 1986 à 1987 par Bernard Tapie. Mêlant économie, variétés et divertissement, cette émission de TF1 était une ode à ceux « qui avaient la gagne » et qui « voulaient grimper ».

Les résultats détaillés de notre enquête portent ainsi la trace de ce basculement historique. Les générations âgées de plus de 65 ans et une partie des 50-64 ans, qui ont grandi et dont le système de valeurs a été forgé dans la France d'avant, demeurent majoritairement acquises à l'idée du « no pain, no gain ». Cet éloge de l'effort teinté de dolorisme s'accompagne d'une moindre valorisation de l'ambition, qui reste assez taboue ou honteuse dans cette tranche d'âge. Parmi les 35-49 ans, dont la période d'élaboration de leur référentiel a correspondu à la période de bascule, ce système de valeurs est minoritaire. Les moins de 35 ans, qui eux sont nés dans cette France d'après la grande bascule, la sacralisation de l'effort n'est plus dans l'air du temps, quand l'ambition est en revanche clairement assumée et valorisée. Et ce n'est pas un hasard si les influenceurs des réseaux sociaux et de la télé réalité sont très populaires dans la jeune génération puisqu'ils incarnent pleinement cette aspiration majoritaire à la réussite matérielle et sociale mais sans forcer.