

Targus®

LIFE  
REIMAGINED

RAPPORT DE RECHERCHE MONDIAL

# RÉINVENTER LE QUOTIDIEN

---

En plus de 35 ans chez Targus, impossible de se souvenir d'une époque plus agitée ni d'un penchant plus rapide pour l'adoption et l'utilisation des divers types de technologie. Nous passons plus de temps dans nos foyers et au contact de la nature. Nos façons de travailler, d'apprendre et de jouer sont devenues inextricables.

Alors que la société commence à s'adapter à ce nouveau monde, les études de Targus montrent que les attentes et les priorités des personnes évoluent.

\*Source : Étude Life Reimagined de Targus, novembre 2021, n = 1 215 décideurs commerciaux expérimentés et 7 114 personnes d'Amérique du Nord (États-Unis et Canada), d'Europe (Royaume-Uni, France et Allemagne) et d'Australie et Nouvelle-Zélande.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [fr.targus.com/life-reimagined](https://fr.targus.com/life-reimagined)

Targus a effectué des recherches à l'échelle mondiale et s'est entretenue avec des décideurs d'entreprise expérimentés et des employés de bureau. Des thèmes communs ont émergé, notamment 3 priorités clés qui ont fait consensus.

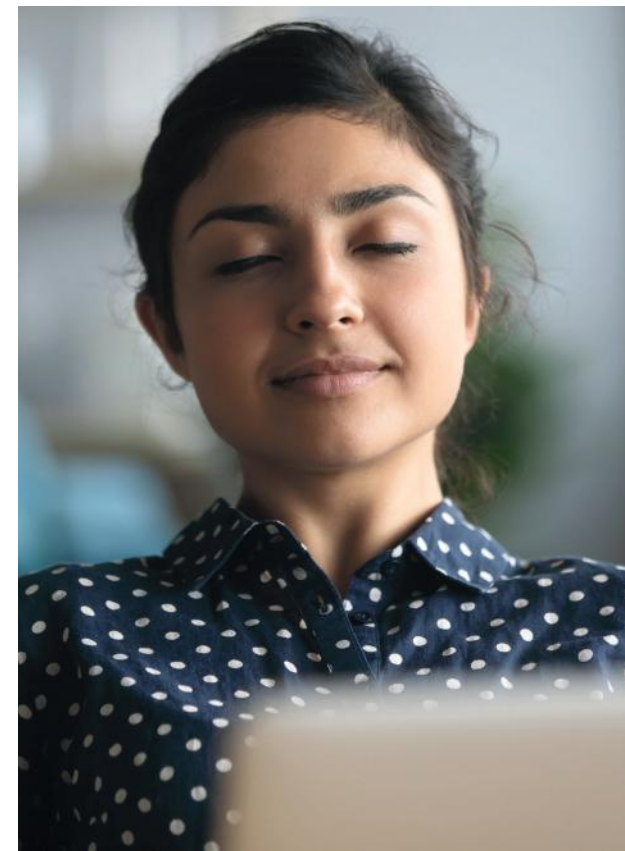
**Les principales priorités :**



**Un mode de vie durable**



**Adopter de nouvelles méthodes de travail**

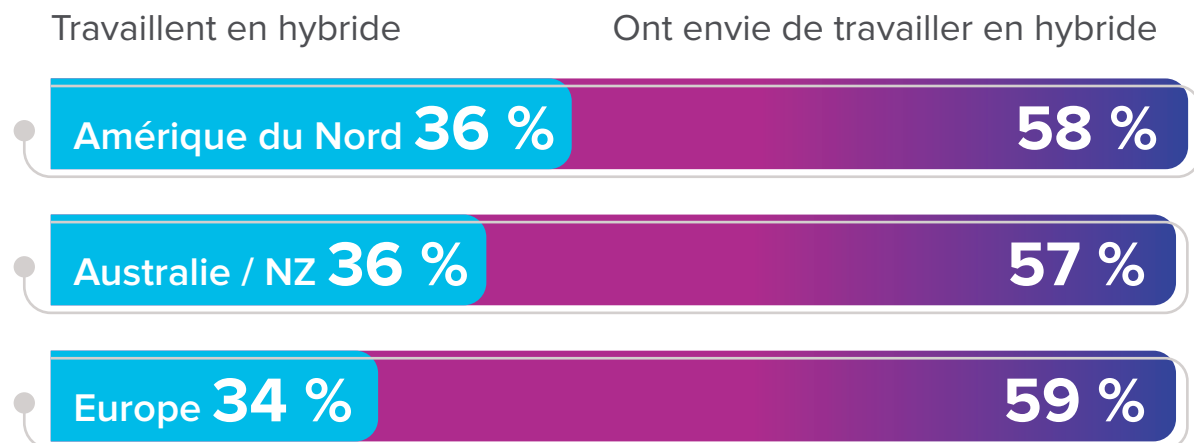


**Notre bien-être physique et mental**

# L'AVENIR DU TRAVAIL

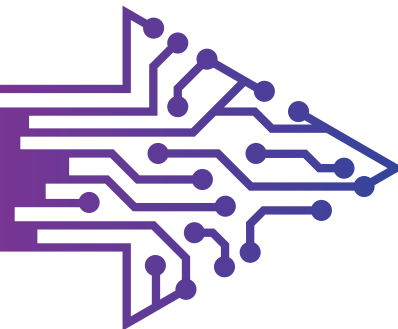
Comme **70 % de leurs employés ne sont toujours pas retournés au bureau à temps plein**, les entreprises ont pris des mesures pour que ceux-ci se tournent vers le travail hybride et à distance.

Il existe un fossé entre les personnes qui souhaitent travailler en hybride et celles qui, dans les faits :



**85 %**

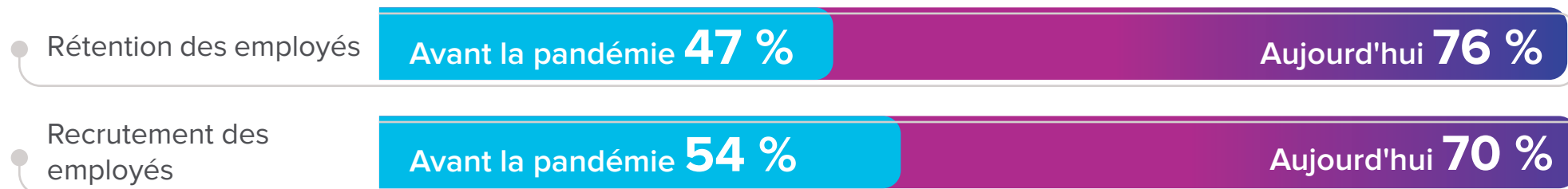
des entreprises ont effectué ou sont en train de procéder à une transformation numérique pour venir en aide aux travailleurs mobiles.



**La Grande démission**, telle qu'elle a été qualifiée par les économistes, a exercé une certaine pression sur les employeurs alors que les entreprises constatent l'impact des politiques de travail équitables et flexibles sur le recrutement et la rétention des employés.

## Politiques de travail flexible

Entreprises signalant l'impact positif d'un travail flexible sur la rétention et le recrutement de leurs talents



Avant la pandémie, **moins de la moitié** des entreprises s'accordait à dire que le travail flexible affectait la rétention de leurs employés. Aujourd'hui, près de **80 %** des entreprises conviennent que le travail flexible a un impact positif sur la rétention de leurs employés.

Il n'y a pas d'approche  
« universelle ».

## 45 ans et plus

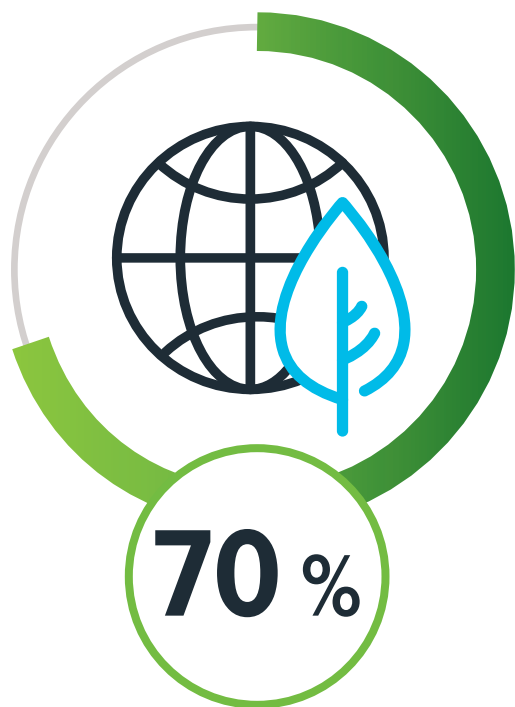
Les personnes **âgées de plus de 45 ans** sont actuellement plus susceptibles de travailler au bureau et souhaitent continuer à y travailler à l'avenir.



# UN MODE DE VIE DURABLE

**Cela peut ne pas sembler étonnant, mais tout le monde souhaite mener une vie durable** et c'est auprès des grandes entreprises que nous recherchons la réponse. De plus en plus d'entre nous choisissent activement d'acheter des produits de marque et de travailler pour des employeurs qui donnent la priorité à la durabilité.

La durabilité doit **être l'objectif premier** de toutes les entreprises



J'achète moins de produits de la « fast fashion » et **je privilégie les produits durables**



Je suis **prêt(e) à payer plus** pour des produits durables qui résisteront à l'épreuve du temps



Tranches d'âge des personnes choisissant activement des marques qui donnent la priorité à la durabilité :

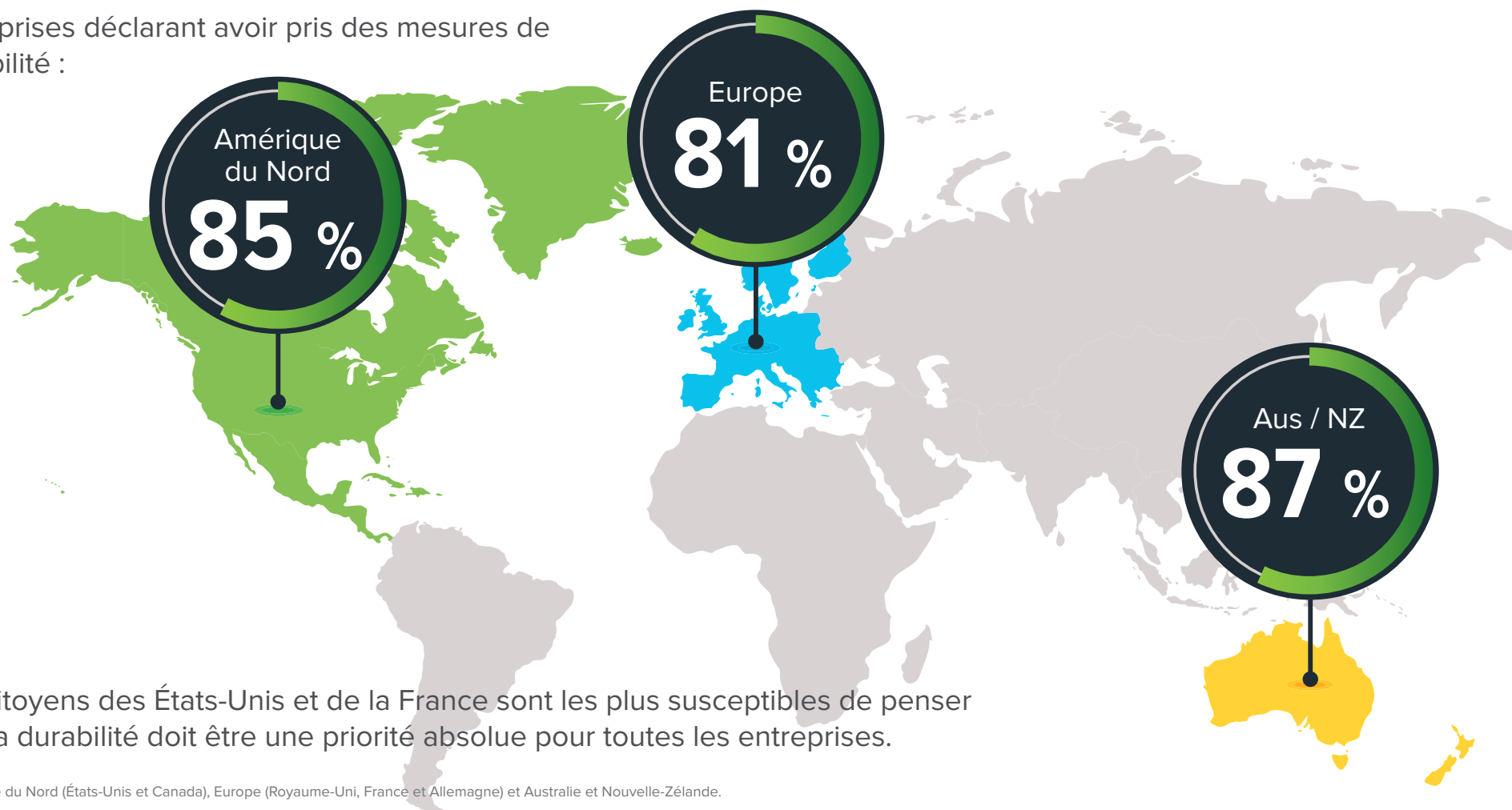
Tranche d'âge	16-24	25-34	35-44	45-54	55+
Dans le monde	53 %	<b>61 %</b>	60 %	54 %	48 %
Royaume-Uni	54 %	<b>58 %</b>	52 %	53 %	48 %
France	65 %	56 %	61 %	53 %	<b>70 %</b>
Allemagne	50 %	<b>53 %</b>	52 %	45 %	52 %
Australie / NZ	47 %	<b>61 %</b>	58 %	51 %	30 %
États-Unis	57 %	78 %	<b>81 %</b>	62 %	42 %
Canada	57 %	<b>60 %</b>	55 %	56 %	48 %



# ENTREPRISES DURABLES

Les individus sont attirés par les entreprises durables non seulement en tant que consommateurs, mais aussi en tant qu'employés. Une grande majorité des entreprises prennent des mesures pour faire un pas de plus vers la durabilité.

Entreprises déclarant avoir pris des mesures de durabilité :



Les citoyens des États-Unis et de la France sont les plus susceptibles de penser que la durabilité doit être une priorité absolue pour toutes les entreprises.

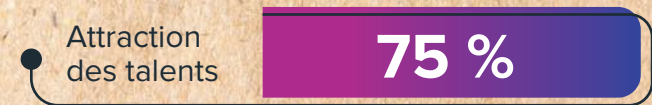
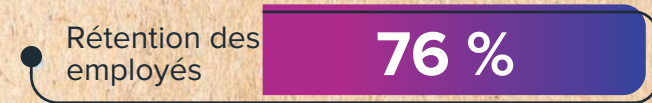
\* Amérique du Nord (États-Unis et Canada), Europe (Royaume-Uni, France et Allemagne) et Australie et Nouvelle-Zélande.





Les personnes âgées de **25 à 44** ans sont plus susceptibles d'estimer que la durabilité doit être une priorité absolue pour les entreprises.

Les trois quarts des entreprises estiment que leurs efforts de durabilité ont un impact sur la **réétention de leurs employés** et **l'attraction des talents**.



**32 %** Un tiers des entreprises australiennes ont apporté des changements à leur environnement de travail et à leurs politiques pour accroître la durabilité. 26 % des entreprises européennes et 29 % des entreprises nord-américaines le déclarent aussi.

# L'EXPÉRIENCE DES EMPLOYÉS

Le travail à distance devenant la norme pour la plupart des employés de bureau (au moins à certains moments), l'importance de proposer une **expérience positive pour les employés** ne doit pas être sous-estimée par les employeurs.

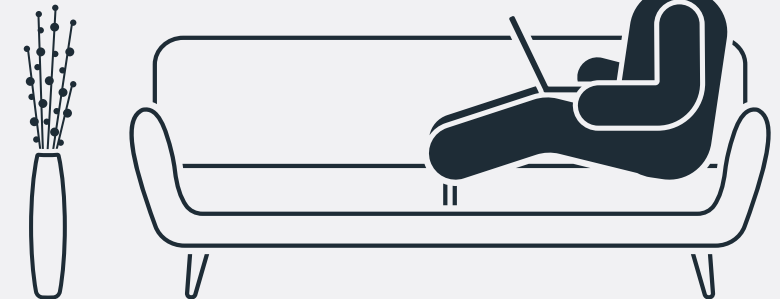


**43 %** des personnes ont déclaré disposer d'un espace de travail idéal



**52 %** des personnes ne disposent pas d'un espace de travail idéal

**24 %** des personnes continuent de travailler depuis leur canapé



La grande majorité des entreprises reconnaissent que de meilleures technologies et accessoires augmentent **la productivité et la satisfaction** de leur main-d'œuvre.

Près de **40 % des employeurs** ne fournissent pas d'accessoires technologiques à leurs employés et une faible proportion déclare **ne pas en voir l'intérêt**. À l'échelle mondiale, le nombre de personnes qui veulent des claviers et des souris est similaire au nombre d'entreprises qui ne les fournissent pas.



Personnes souhaitant un clavier et une souris

Entreprises **NE** fournissant **PAS** de clavier et de souris

Amérique du Nord **41 %**

**41 %**

Europe **29 %**

**34 %**

Australie / NZ **33 %**

**37 %**

Les accessoires technologiques peuvent aider à améliorer la **satisfaction au travail** et **le bien-être**. Les personnes sont convaincues que ces accessoires sont importants et sont prêtes à investir en moyenne 250 €.

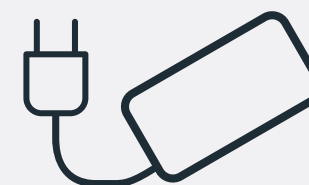
Les 3 principaux accessoires dont disposent les personnes sont :



Un clavier et une souris



Un étui pour tablette



Un chargeur

**93 %** des entreprises fournissent au moins un accessoire technologique à leurs employés et **seule la moitié offre 3 accessoires ou plus**.

# BIEN TRAVAILLER, OÙ QUE L'ON SOIT

Avec la réouverture des bureaux et le retour des collègues dans un espace physique, **contracter le COVID au travail est une réelle inquiétude**. De nombreuses entreprises transforment leurs environnements de travail et leurs politiques pour atténuer ces craintes.

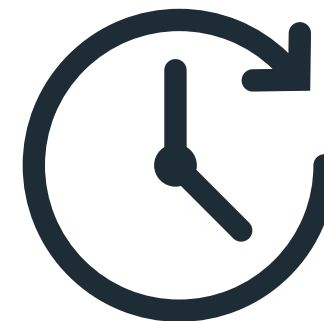
Principales raisons pour lesquelles les environnements de travail évoluent :



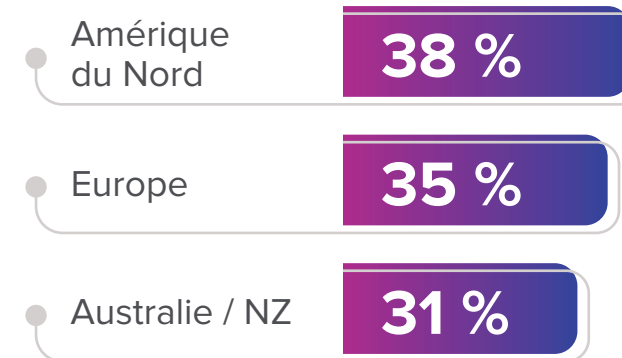
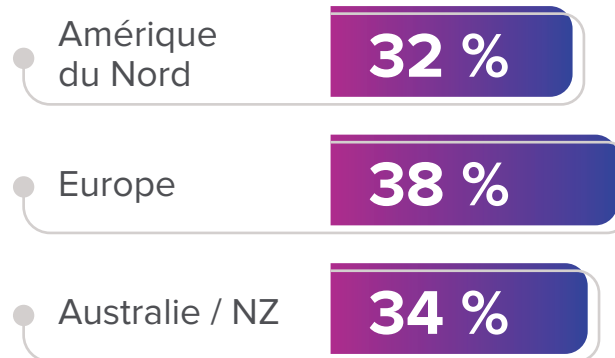
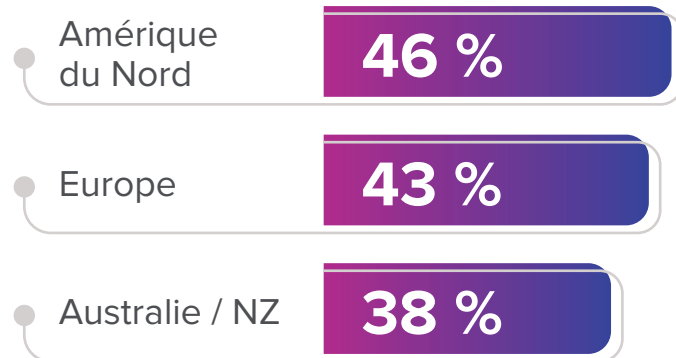
Santé et sécurité  
COVID / pandémie



S'adapter pour soutenir  
le travail à distance / hybride



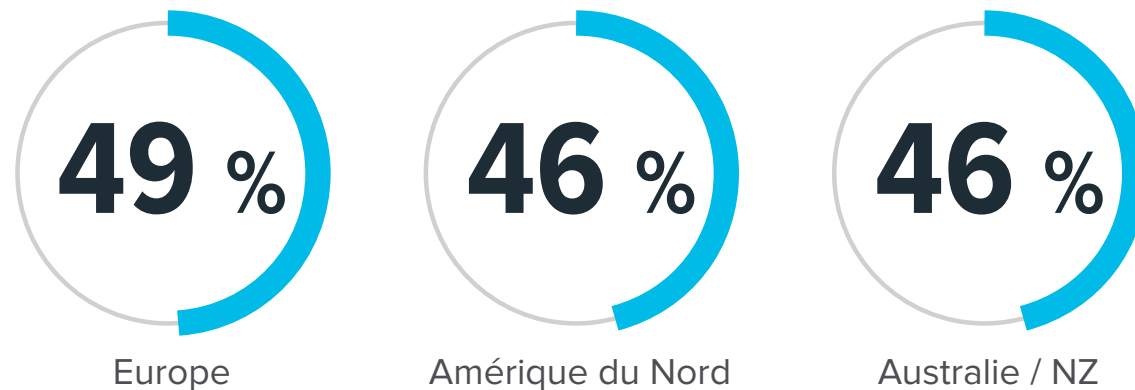
Accroître la  
productivité









Près de la moitié des personnes déclarent qu'elles travaillent actuellement au bureau.

Employés de bureau autoproclamés :



Alors que 83 % des entreprises déclarent fournir à leurs employés à distance des accessoires pour transporter, protéger et connecter leur technologie, il semble que ceux qui travaillent au bureau se sentent négligés.

Mon entreprise fournit des accessoires pour protéger et connecter les technologies :

	Employés à distance	Employés de bureau
Employeurs	 83 %	 82 %
Employés	 84 %	 68 %

# INFORMATIONS CLÉS



## La Grande démission

Les politiques des entreprises relatives au travail hybride auront un effet sur la rétention et l'attraction des employés à l'avenir.

## Opter pour l'espace de travail idéal

Le travail hybride est là pour durer et il est impératif que les employés à distance aient un environnement de travail productif chez eux. Les entreprises ont pris des mesures pour les aider à y parvenir, mais il reste encore beaucoup à faire.

## Votre expérience en tant qu'employé

Bien que les entreprises reconnaissent que la satisfaction et la productivité des employés augmentent lorsqu'ils disposent d'accessoires technologiques, il n'y a que peu d'accessoires qui sont fournis.

## Le pouvoir de la durabilité

Les personnes se tournent vers les entreprises pour faire advenir les changements environnementaux, veulent travailler pour des entreprises durables et sont prêtes à payer plus cher pour des produits durables.

Tout a changé. Des choses que nous n'aurions jamais imaginées sont devenues réalité. Notre société progresse à toute vitesse et Targus est là pour que la transition soit fluide.

## Réinventons le quotidien.

# LA PROTECTION FAIT PARTIE DE NOTRE ADN

---



## Protéger votre technologie

Étuis de protection de qualité militaire et garantie à vie limitée sur toute la gamme Targus.

## Protection de notre planète

L'environnement est au cœur de notre technologie EcoSmart.

## Protéger votre bien-être et lieu de travail

Protection antimicrobienne et lampes de désinfection LED UV-C innovantes pour une nouvelle référence en matière de propreté.

Targus a choisi de se concentrer toujours plus sur **un avenir durable**, à travers notre mission de développement durable et notre technologie EcoSmart. Nous cherchons à comprendre les nouveaux défis de la vie et à apporter des solutions. Nous **améliorons le confort et la productivité** partout où nous choisissons d'utiliser notre technologie, tout en **protégeant votre bien-être** avec de nouvelles normes en matière de propreté. Targus vous offre une expérience technologique destinée à vous faciliter la vie.

The Targus logo is positioned in the top right corner of the page. It features the brand name 'Targus' in a white, sans-serif font, with a registered trademark symbol (®) to its upper right. The background of the entire page is a dark blue gradient, bisected by a diagonal line that transitions from purple on the left to dark blue on the right, with a thin, multi-colored gradient bar following the line.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [fr.targus.com/life-reimagined](https://fr.targus.com/life-reimagined)

Cette étude a été réalisée en partenariat avec Censuwide en novembre 2021.  
1 215 décideurs d'affaires et 7 114 personnes en Amérique du Nord (États-Unis et Canada), en Europe (Royaume-Uni, France et Allemagne), ainsi qu'en Australie et en Nouvelle-Zélande.