

#IMPACTFUL

La newsletter mensuelle qui décrypte les opinions.

Edition #23

LE DOSSIER DU MOIS

Le quiet quitting

p.2

MÉDIAS VS RÉALITÉ

Sobriété énergétique : une préoccupation destinée aux privilégiés ?

p.5

SIGNAUX FAIBLES, SIGNAUX FORTS

Le marketing d'influence range sa chambre

p.6

L'INFO EN PLUS

Un jeu vidéo pour détecter le glaucome

p.7

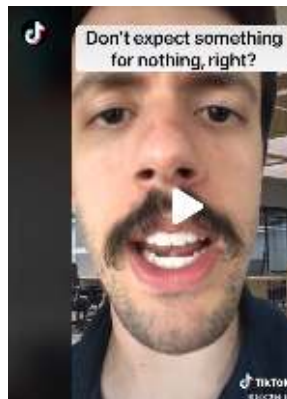
Le quiet quitting

Quesaco ?

Observé depuis plusieurs mois maintenant, le phénomène du « **quiet quitting** » débarque en France, et semble constituer le **mouvement post « Grande démission »**. En effet, plutôt que de prôner une démission généralisée, le quiet quitting décrit un mouvement porté par des milliers de travailleurs, qui décident de **rester en poste tout en levant le pied**.

+65M

La tendance
« **quiet quitting** » cumule plus
de **65M de vues** sur TikTok



Quelles motivations ?

Le quiet quitting ne doit pas être compris selon sa traduction littérale : « démission silencieuse ». En réalité, le quiet quitting symbolise un **mouvement de revendications de salariés**, qui attendent d'être **payés et considérés à hauteur du travail fourni**, ni plus, ni moins.

« We're acting our wage »

Autrement dit, ces « quiet quitters » revendiquent un **respect strict de leur fiche de poste** : travailler seulement pour ce que l'on obtient en échange. Si des efforts supplémentaires devaient être fournis, comme des heures sup', un salaire ou avantage supplémentaire concret devrait **légitimement** et **automatiquement** être obtenu.

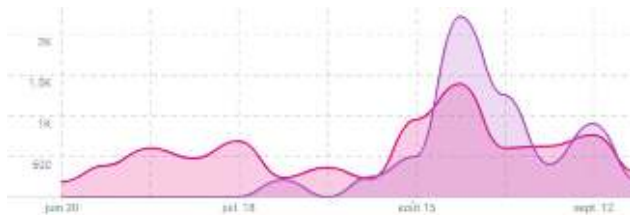
Source : [L'ADN](#)

Le quiet quitting

Visibilité

Ces 3 derniers mois, le terme de « quiet quitting » a été de plus en plus **mentionné dans la presse en ligne et sur les réseaux sociaux**, au point de devenir progressivement un **sujet médiatique** plus important en termes de volume, que celui de la **grande démission**.

Courbes des retombées en ligne ces 3 derniers mois (presse en ligne et réseaux sociaux)



Source : Talkwalker

7,8K mentions du terme « **grande démission** »

5,9K mentions du terme « **quiet quitting** »

Ceux qui en parlent

Un sujet principalement discuté par les Millenials...



Le Point

Adrien Scemama Manager France chez Talent.com

« Quand un salarié travaille plus sans gagner plus, comment peut-il rester mobilisé alors que les prix grimpent et que son pouvoir d'achat diminue ? »



Beyoncé

Extraits des paroles de **Break My Soul**

“Je viens de quitter mon travail / Je vais trouver une autre motivation / Merde, ils me font travailler trop dur / Travailler à neuf heures du matin/ Jusqu'à cinq heures du soir/ Ils me tapent sur les nerfs / Je ne peux plus dormir la nuit”.



Le quiet quitting

Impact & Perspectives

Une récente [étude](#) publiée par le cabinet Gallup montre que :

- **6%** des salariés français sont **pleinement engagés dans les entreprises.**
- **25 %** des salariés déclarent **que leurs besoins fondamentaux ne sont pas pris en compte** - que **leur avis ne compte pas**, qu'ils ne disposent pas du matériel et de l'équipement dont ils ont **besoin pour faire leur travail.**
- **-50%** des salariés affirment qu'un manager ou autre collaborateur interne **encourage leur développement.**

Pourquoi maintenant ?

« La situation des employés n'est tout simplement plus la même qu'avant [...] Comme **notre travail est dans notre poche** à toute heure grâce aux smartphones, **il n'y a plus de limites** [...] peu importe à quel point vous aimez votre travail ou le type de personnalité que vous avez, **tout le monde a besoin d'un temps de récréation clair et non perturbé** »

Julia Widler, doctorante à l'Université de Neuchâtel

Sources : [Figaro Vox](#)



L'ŒIL OMNI

« Ce changement de paradigme observé dans le monde du travail doit être l'occasion pour les organisations de questionner leurs pratiques. Car même si ce mouvement de quiet quitting ne décroît pas, il semble pourtant que ce phénomène ne soit pas une fatalité. Les premières études montrent en effet que ce n'est pas tant le travail lui-même qui est remis en question, mais seulement les pratiques d'un « ancien monde », où le sens de l'emploi et la flexibilité n'étaient plus valorisés ».

Jeanne Masi - **Consultante Omnicom PR Group**

Sobriété énergétique : une préoccupation destinée aux privilégiés ?

Le 14 juillet dernier, Emmanuel Macron annonçait le plan de « **sobriété énergétique** », afin de prévenir le **risque de pénurie liée à la guerre en Ukraine**. Pour cela, le gouvernement incite les **Français**, les **entreprises** et le **secteur public** à **réduire leur consommation d'énergie**.

Depuis l'annonce, la sobriété énergétique constitue un sujet médiatique de plus en plus important en termes de volume, comme l'indique le graphique ci-dessous.

■
Nombre de mentions du terme
« sobriété énergétique »
depuis janvier 2022 (103,7K)



(Source : Talkwalker)

La précarité énergétique avant la sobriété

12M

De Français peineraient à se chauffer chaque hiver selon des associations de consommateurs.

20%

Des 18 – 34 ans ont connu en 2020 une suspension de leur fourniture d'énergie suite à des difficultés de paiement.

"Il y a un décalage entre la réalité de terrain et ces discours autour de la sobriété. La plupart des ménages en précarité énergétique sont déjà dans la privation depuis des décennies et vivent dans une sobriété de fait, pas choisie, mais subie"

Claire Bailly, association CLER-Réseau pour la transition énergétique.

Source : [TF1-info](#)



L'ŒIL OMNI

« La sobriété énergétique s'avère essentielle pour faire face au risque climatique et à celui de pénurie. Néanmoins, le message porté par le Gouvernement gagne à être plus positif, plus inclusif, finalement plus inspirant. C'est en fixant cet horizon plus désirable que les Français se sentiront concernés sur la durée par l'enjeu de la transition énergétique ».

Emmanuel Bercault – **Directeur de clientèle Omnicom PR Group**

SIGNAUX FAIBLES, SIGNAUX FORTS

Le marketing d'influence range sa chambre



En mai 2022, débutait la fameuse affaire « **Booba VS. Berdah** », opposant le rappeur et la fondatrice de l'agence d'influence Shauna Events. En effet, le chanteur décidait de s'attaquer aux **pratiques frauduleuses** perpétrées par une frange d'influenceurs issus de télé-réalité, représentés par madame Berdah (drop shipping, copy-trading...)

Mohamed Mansouri, directeur délégué de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP) appelle à ne **pas stigmatiser l'ensemble du secteur de l'influence**, et rappelle que la France compte un total de **150 000** créateurs de contenus, dont les **pratiques de l'influence sont diverses et variées**.

Vers + de responsabilité

Un mouvement général de **responsabilisation du secteur** est observé depuis plusieurs mois, accéléré par le lancement de la **Charte de la Relation Influenceur**, portée par le **Syndicat du Conseil en Relations Publics**, et soutenue par une part grandissante d'influenceurs soucieux de rendre les **pratiques de ces métiers toujours plus éthiques et transparentes**.

Depuis des années, l'**ARPP**, la **Direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes**, l'**Autorité des marchés financiers** et l'**Autorité de régulation des jeux en ligne**, structurent et régulent le marché via des outils :



- Prescription de standards d'identification des collaborations
- Règles déontologiques et éthiques
- Observatoire des bonnes pratiques
- Certificat pour une influence responsable
- Formation pédagogique des parties prenantes, etc.

Source : Stratégies : [1 / 2](#)



L'ŒIL OMNI

« Si personne n'attendait Booba sur ce sujet (ni son franc-parler qui peut souvent le décrédibiliser), il est tout de même intéressant de voir que les pratiques douteuses de certaines agences ou influenceurs sont **enfin** pointées du doigt. Ce qui permet de rappeler qu'au cœur du marketing d'influence, il y a la **créativité** et le **partage**. À bon entendeur ! »

Anissa El Gabteni – **Responsable de clientèle Omnicom PR Group**

Un jeu vidéo pour détecter le glaucome

A l'ère du tout numérique, il est parfois difficile de diminuer notre exposition aux écrans. Pourtant, de nombreux médecins et scientifiques le rappellent depuis plusieurs années maintenant, **passer trop de temps devant un écran impacte fortement notre vue**, et **augmente les risques de glaucome**, une maladie chronique de l'œil.

 **56H**
27 ans

Selon une récente étude, les Français passeraient en moyenne **56 heures** par semaine devant un écran, soit **27 ans** au cours de leur vie.

Pour tenter **d'identifier le plus tôt possible l'apparition de maladies oculaires**, des chercheurs japonais ont mis au point **un jeu vidéo** capable d'identifier si **le joueur est atteint de glaucome**.



Ce jeu gratuit propose aux joueurs de faire exploser des **météorites** visibles dans l'espace à l'aide d'un canon, tout en capturant les **points blancs** qui apparaissent sur l'écran.

Après quatre parties, le jeu évalue **les réactions du joueur**, et se base sur **16 critères de performance** pour délivrer une note allant de 1 à 5, le score idéal étant 1. Une prévention ludique qui **s'adapte aux centres d'intérêts des usagers**.

Source : [Creapills](#)

ENVIE DE DISCUTER ?

Pour tout conseil ou accompagnement,
Omnicom PR Group se tient à votre disposition.

Sandrine Cormary - Directrice Générale
sandrine.cormary@omnicomprgroup.com | +33 6 21 54 38 70

Guillaume Talon – SVP, Directeur de la Stratégie et du Développement
guillaume.talon@omnicomprgroup.com | +33 6 14 16 35 81

Sophie Michelin – Directrice conseil Planning stratégique et New Business
sophie.michelin@omnicomprgroup.com | +33 6 01 18 46 28

Retrouvez également nos actualités, publications ainsi que l'ensemble des éditions de nos newsletters sur nos réseaux sociaux.

Retrouvez-nous sur :



OmnicomPublicRelationsGroup
impactingopinionimpactingreputation