



Biographie Ronan CHASTELLIER

Sociologue, Maître de conférence à l'Institut d'Etudes Politique de Paris, Ronan Chastellier est l'auteur des livres « Marketing Jeune » (Ed. Pearson), « Tendancologie » (Ed. Eyrolles). Chaque semaine, il écrit la chronique « Tendancologie » de L'Express. En tant que Sociologue de la consommation, Ronan Chastellier travaille aussi bien sur la « sociologie amoureuse » (Meetic), que sur les déterminants de la réussite (Who's who) ou le « travail contemporain » (Ed. Tissot), etc. A ce titre, il est un interlocuteur privilégié des médias dans les pages « Economie », « Société », « Consommation ». Ronan Chastellier donne chaque mois des conférences en France et à l'étranger à des chefs d'entreprise sur les thèmes de sociologie, tendance et consommation.

Le jeu de l'amour et du travail

Pour 50% des français, l'environnement professionnel est propice au flirt et à la rencontre amoureuse. L'entreprise qui devrait à priori être une « zone neutre » du point de vue du sentiment amoureux devient en tant que lieu social, « d'agglutination dynamique » entre individus un réel lieu de rencontre. **La durée du temps passé sur le lieu de travail, les aspects festifs du management (séminaires etc..) agissent comme facteur de renforcement pour la possibilité de rencontre directe** (dans l'entreprise), indirect (fournisseurs, clients..). Par ailleurs, dans une société où le débat tourne beaucoup autour de l'âge de la retraite, de l'austérité économique, etc. Il y a probablement un envers fantasmatique du monde du travail et un besoin d'ensauvagement et de jeu frivole.

De fait, **un français sur trois a eu une relation (amoureuse, sentimentale, sexuelle) avec une personne rencontrée dans le cadre de son activité professionnelle.** Le coup de foudre amoureux peut survenir sur le lieu de travail et la « sauvagerie du désir » transgresser les règles et les conventions. La « sur-vérité » de l'amour ne s'inquiétant théoriquement pas du rang, des statuts, etc. On parlera de mystère déraisonnable de l'amour.

Sociologiquement, **l'extension de la sphère privée à la sphère professionnelle et l'intrication au final de ces deux sphères professionnelles et privées crée une certaine porosité de l'entreprise aux relations amoureuses et extra professionnelle.** L'expression « On ne mélange pas vie privée et vie professionnelle » est de moins en moins vraie.

Pour autant, certaines professions (Com', etc.) connaissent ce « principe d'aimantation active » plus que d'autres (gestion, compta...). Mais s'il y a une possibilité de séduction dans l'entreprise, la limite apparaît vite avec la notion de « harcèlement sexuel », considéré par une majorité comme un « comportement bestial régressif ».

En revanche, **pour 67% des français, il n'y a pas de place pour l'amour et le sentiment amoureux dans l'entreprise.** Il y aurait un « interdit », « une frontière » et il convient de fixer certaines limites à la liberté sexuelle et à l'irruption du désir dans l'entreprise. Tout se passe comme s'ils déployaient une « surconscience de la raison » face aux sentiments dans l'entreprise. A leurs yeux, la dernière chose dont l'économie, le monde de l'entreprise a besoin, c'est de complications sexuelles ou amoureuses. Il y aurait un danger, une imprudence à s'y exposer et, pour eux, il est exclu de se fourvoyer dans de tels rencontres sur le lieu de travail. *C'est comme dans la Grèce antique où l'on avait une défiance pour « l'attrait sensible » qui était censé toujours fourvoyer le héro...* Aujourd'hui, on essaye d'éviter les « aberrations de l'amour » dans l'entreprise. Autre explication (plus féminine, plus jeune) l'entreprise serait perçue comme un lieu antipoétique, antiromantique incompatible avec la « vive flamme d'amour ».

Après la rencontre dans l'entreprise, vient la question de **la pérennité de la relation dans l'entreprise, plus rare (36%) car pour 63% la relation aura été un épiphénomène, ce qui laisse à penser que l'entreprise est plutôt le terrain de relations courtes et furtives, voir d'« épisodes sexuels sporadiques »** que de l'affirmation d'un réel sentiment amoureux.

Ils sont rares ceux qui vivent leur histoire au grand jour dans l'entreprise (6%), ils préfèrent la vivre dans la discrétion (8%) , quitter l'entreprise pour la vivre (2%)... Ils semblent que l'entreprise soit surtout un bon « opérateur » de la rencontre, mais n'aïlle pas dans le sens d'une relation de longue durée puisqu'à un certain moment on doit faire face à une certaine incompatibilité sociale. Cela dit, peut être que **cette coprésence des amants dans l'entreprise est justement l'empêchement vital dont l'amour a bizarrement besoin pour se fortifier. Secret, éloignement, absence... pathétisent le sentiment amoureux et attisent l'ardeur romanesque.**

9% des français utilisent Internet sur leur lieu de travail pour flirter. Cette pratique nouvelle et « illicite », répréhensible par l'employeur **est probablement sous évaluée** compte tenu du tabou et de l'absence de contrôle réel. Mais il y aurait un comportement « parasitaire », détournement massif de la technologie (Internet, etc.) de l'entreprise au profit de la rencontre et du sentiment amoureux. Compte tenu du fait social « Internet » sur l'amour, avec notamment le succès de « Meetic » et des rencontres en ligne, il n'est pas étonnant que cette pratique revienne à l'entreprise. Après tout Internet appartenait originellement au monde de l'entreprise... **Ainsi l'amour via la technologie renforce son emprise sur l'entreprise.** « Ça me fait tenir au boulot » disent certains à propos de la « légèreté d'être » que leur

procure cette occupation. Tout se passe comme si l'on subvertissait la technologie dans l'entreprise au profit de l'amour.

Il serait intéressant de fouiller la pratique des « tchats » et messageries instantanées entre deux réunions ? Deux dossiers ? En fil rouge tout au long de la journée ou à la fin de la journée ?

Et comment ces rituels amoureux envahissent/s'accommodent de l'entreprise ? Existe-t-il des manèges « séductifs » propre à l'entreprise vs hors entreprise ? Existe-t-il par exemple, de nouvelles relations amoureuses qui seraient teintées d'efficacité managériale, plus désincarnée en sentiment mais plus productives en contacts ?

55% des français considèrent qu'être amoureux a un impact positif sur le travail. Le salarié transcendé par l'amour ! Voilà un résultat non encore pris en compte qui semble plus intéressants que nombre d'étude sous haute surveillance démonstrative. Dans les indicateurs « qualitatifs », personne n'avait encore envisagé l'impact de l'amour sur la productivité et le bien être au travail.

A l'inverse 14% considèrent que l'amour a un aspect problématique/négatif sur leur efficacité au travail. Ils seraient « ailleurs », dans une « agitation tourmentée » et leur efficacité au travail serait comme neutralisée. Pour ces salariés, l'amour serait davantage vécu sur le mode de l'ellipse du travail.

Enfin, la vie professionnelle pour 78% des français créent des dommages collatéraux : vie de famille (44%), vie sociale (39%), et vie sexuelle (23%) .

Ce côté « destructeur » et « sacrificateur » sur la vie privée est **pointée du doigt davantage par les femmes que par les hommes, par les plus jeunes que par les plus âgés et naturellement par les cadres plus que par les non cadres.**

Ce jugement de « vérité » porté sur sa vie personnelle face à « l'égoïsme économique » est une prise de distance sur l'idéologie sociale de la réussite, son coût humain...

Interview de Ronan Chastellier

Pour réaliser une interview de Ronan Chastellier ou obtenir un complément d'analyse, contactez l'agence de presse qui vous mettra en relation directe.

Question juridique auprès des Editions Tissot

Pour toute question de droit du travail en rapport avec ce sondage, contactez l'agence de presse qui vous mettra en relation directe avec un juriste des Editions Tissot.

Espace presse

Retrouvez les résultats du sondage, l'analyse complète de Ronan Chastellier et les visuels à télécharger sur www.editions-tissot.fr/presse

Contact presse - Xavier Etcheverrigaray - xavier@etxecom.com - 01 43 57 82 98