



Communiqué de presse

Contacts

Sarah Lhéritier

Relations Presse Deloitte
+ 33 (0)1 55 61 48 65
slheritier@deloitte.fr

Olivia Smietana

Agence Rumeur Publique
+ 33 (0)1 55 74 52 06
olivia@rumeurpublique.fr

En quête de sens, les Générations Y attendent davantage d'implication de la part de l'entreprise

Etude Deloitte The Millennial Survey

Neuilly-sur-Seine, mercredi 20 janvier

Pour la cinquième année consécutive, Deloitte a sondé les Générations Y à travers le monde sur leurs aspirations, leurs sources de motivation et de satisfaction au travail, leur vision du leadership et de l'avenir, ainsi que sur l'engagement sociétal des entreprises. 7 700 membres de la Génération Y dans 29 pays différents ont répondu à cette étude et fournissent aux employeurs une feuille de route précise sur leurs attentes.

- 56 % des jeunes issus de la Génération Y n'envisagent aucune collaboration avec certains employeurs en raison des valeurs ou de la conduite de ces entreprises.
- 49 % ont refusé des missions allant à l'encontre de leurs valeurs ou de leur éthique.
- 63% estiment que leurs compétences en termes de leadership ne sont pas suffisamment développées.
- Deux tiers des membres de la Génération Y sont désireux de quitter leur entreprise d'ici 2020, et 44% dans les deux prochaines années.

« La fidélité et la rétention des talents seront au cœur de la croissance durable des sociétés. Cette génération attend bien plus des entreprises qu'il y a 50, 20 ou même 10 ans de cela. Deux tiers des membres de la Génération Y exprime leur volonté de quitter leur entreprise d'ici 2020, et 44% dans les deux prochaines années. Ils adressent un message particulièrement fort aux dirigeants de ce monde : faire du business, certes, mais le faire de façon durable et responsable. La mission même de l'entreprise doit drastiquement évoluer à l'aune de ce que les leaders de demain considèrent comme primordial », déclare **Alain Pons, Président de Deloitte France**.

Les Millennials en quête de sens

Si leur vision sur l'impact (73%) et l'éthique (58% en hausse de 6 points) de l'entreprise continue de progresser, la génération du millénaire reste méfiante quant aux motivations qui sont avant tout perçues comme purement financières (54%). Près de 9 collaborateurs sur 10 (87 %) issus de la Génération Y estiment à cet égard que **la réussite d'une entreprise devrait être mesurée sur des critères allant au-delà des seuls résultats financiers**. Une entreprise devrait ainsi être évaluée non seulement en fonction de sa performance financière que de la façon dont elle développe ses talents, se comporte avec ses clients et contribue à l'évolution de la société. Contrairement aux attentes, **seuls 27% estiment que la forte réputation d'une entreprise et sa capacité à faire du buzz sont des critères importants** pour mesurer la performance d'une entreprise.

7 sondés sur 10 estiment que leur employeur partage leurs valeurs personnelles. Loin de s'éroder une fois en poste, **la quête de sens des Millennials les anime tout au long de leur carrière** : elle est déterminante dans le choix de l'employeur, dans les missions sur lesquelles ils s'investissent puis dans la façon dont ils managent. Les Millennials sont plus indépendants et plus enclins à placer leurs valeurs personnelles au-dessus des objectifs de l'entreprise. **56 % n'envisagent aucune collaboration avec certains employeurs en raison de leur éthique et 49 % ont déjà refusé des missions allant à l'encontre de leurs valeurs.** Ils redéfinissent la mission de l'entreprise, gèrent leur carrière de manière proactive et restent fidèles à leurs valeurs.

La redéfinition du leadership, pilier de la fidélisation des Millénials

Les talents issus de la génération du millénaire sont-ils peu loyaux, impatients ou pas assez considérés ? 66% d'entre eux désirent quitter leur entreprise d'ici 2020 ; parmi les motivations invoquées, **63% estiment que leurs compétences en termes de leadership ne sont pas suffisamment prises en compte.** La fidélité de la Génération Y vis-à-vis de leur entreprise est fortement liée aux opportunités de développement en matière de leadership, à la marge de manœuvre qu'on leur offre quant au contrôle de leur carrière, à la flexibilité du travail (trois quarts sont intéressés pour travailler depuis chez eux, où ils se sentent plus productifs), à la place faite à l'équilibre vie privée/vie professionnelle et aux valeurs de l'entreprise.

« La capacité de l'entreprise à développer ses talents, faire émerger de nouveaux leaders tout en veillant à satisfaire leur quête de sens est majeure. Acteurs de leur carrière, fidèles à leurs valeurs, la génération du millénaire implique une redéfinition de la mission de l'entreprise, de son style de management, de sa culture. 49% des sondés de notre enquête ont déjà refusé une mission qui ne correspondait pas à leurs valeurs, cela modifie drastiquement la façon de penser et d'instaurer un climat de confiance. L'atteinte de cette conception nouvelle du 21^e siècle commence par une redéfinition du leadership », commente Alain Pons, Président de Deloitte France.

Qu'en est-il en France ?

La quête de sens est particulièrement prégnante chez les Millennials français qui sont 11,8% (9,3% moyenne mondiale) à la mettre en avant lors du choix de l'employeur après l'équilibre vie privée/vie professionnelle 20,3% (16,8% moyenne mondiale).

67% des jeunes Français issus de la Génération Y estiment que leurs compétences en termes de leadership ne sont pas suffisamment prises en compte, contre 63% dans le reste du monde.

Les Millennials français jugent positivement l'impact de l'entreprise sur la société (62%). Lorsqu'ils s'intéressent aux critères de performances et d'évaluation de l'entreprise, **52% des jeunes Français portent une attention particulière à la création d'emplois** (contre 39% dans le reste du monde).

A propos de Deloitte

Deloitte fait référence à un ou plusieurs cabinets membres de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, société de droit anglais (« private company limited by guarantee »), et à son réseau de cabinets membres constitués en entités indépendantes et juridiquement distinctes. Pour en savoir plus sur la structure légale de Deloitte Touche Tohmatsu Limited et de ses cabinets membres, consulter www.deloitte.com/about. En France, Deloitte SAS est le cabinet membre de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, et les services professionnels sont rendus par ses filiales et ses affiliés.