

L'ENQUÊTE

# Engagés !

**L**a force de conviction et de persuasion n'a pas d'âge. On la dit désinvestie ? Elle n'a jamais été aussi engagée. Elle a des choses à dire et n'hésite pas à bousculer l'ordre établi. La Gen Z s'engage avec un mot d'ordre : impact !  
La preuve. Enquête par Clarisse Watine

© AdobeStock

2

Monde  
des grandes écoles  
et universités

Le Magazine



# L'engagement de la Gen Z, c'est du concret

Selon l'étude *Newgen for citizenship* publiée par le NewGen Talent Centre de l'EDHEC en janvier 2025, 80 % des jeunes consacrent régulièrement du temps à des activités bénévoles d'intérêt général (8h/mois en moyenne). Et ce dans des domaines d'action variés : humanitaire et caritatif (64 %), au service de la transmission (scoutisme, sport, tutorat, etc. 55 %), préservation de la planète (21 %) ou, dans une moindre mesure, vie politique ou syndicale (8 %) et missions de service public (pompiers volontaires, réservistes, etc. 8 %). Leurs principales motivations ? Agir pour des causes concrètes avec un impact mesurable.

De quoi mettre à mal les clichés sur le prétendu désinvestissement de la Gen Z ! « Ces chiffres montrent que nous ne sommes pas face à cette jeunesse un peu égoïste, centrée sur elle-même ou dépressive qu'on dépeint à tort. Les jeunes continuent de s'engager, mais différemment. Certains voient même dans cet engagement associatif un engagement civique ou citoyen qui remplacerait le vote » analyse Manuelle Malot, directrice du NewGen Talent Centre. Est-ce à dire que leur investissement associatif a remplacé leurs idéaux politiques ? « Ils s'engagent en servant une cause. Pour eux, le pouvoir politique n'a pas résolu, voire a accentué, les problématiques écologiques, sociales, sociétales, d'éthique de gouvernance. En s'investissant, à leur hauteur, dans la Cité et dans la proximité, ils pensent contribuer à un impact que ne peut plus avoir la politique. Sans oublier qu'ils ont ainsi l'impression d'avoir un impact mesurable et très concret, de voir tout de suite ce à quoi sert leur engagement » ajoute-t-elle.

## Un engagement plus individuel... mais pas individualiste !

Mais attention, cet engagement plus individuel ne fait pas pour autant d'eux des individualistes. De fait, « ils voient dans leur engagement citoyen un moyen de rendre à la société ce qu'ils pensent en avoir reçu. Avoir l'impression d'être utile, de contribuer à la société, est une aspiration de vie qui drive leur engagement. » D'autant que s'engager dans un collectif qu'ils connaissent est aussi un moyen pour eux de créer des liens sociaux et amicaux, tout en militant pour leurs idéaux.

## Un CV à impact

Cela leur permet aussi de nourrir leurs skills, collaboration, enthousiasme, résilience, autonomie et agilité en tête. Sans pour autant que cet apport soit tout de suite conscientisé. « S'ils s'engagent d'abord pour appartenir à un collectif, mesurer leur impact et, finalement, être fiers d'eux, ils se rendent compte dans un second temps que cela leur permet de développer des compétences utiles pour leur vie professionnelle. Un bénéfice secondaire qui devient vite un bénéfice important, qu'ils n'hésitent plus à inscrire dans la troisième, voire la seconde partie de leur CV, ou à aborder en entretien. » S'engager personnellement a donc aussi beaucoup de vertus professionnelles, d'autant qu'un engagement citoyen (particulièrement lorsqu'il tourne autour des enjeux de développement durable ou de préservation de la planète) joue sur leur orientation et leurs choix de carrière.

## Et si l'engagement des jeunes était aussi un atout de marque employeur ?

« Aujourd'hui, l'engagement des jeunes est peut-être moins ambitieux qu'une idéologie, mais il incarne cette génération qui veut avoir de l'impact tout de suite et le mesurer. Je suis d'ailleurs convaincue de son impact positif sur le monde et que les entreprises doivent capitaliser sur cette énergie citoyenne. Encourager cet engagement dans le cadre professionnel est une opportunité unique pour les entreprises de devenir elles-mêmes des actrices du changement face aux enjeux du monde, tout en étant alignées avec les aspirations profondes des nouvelles générations. Sans oublier que cela s'avère être un très bel atout en matière de marque employeur. En accueillant favorablement leur engagement citoyen et en leur permettant de le poursuivre en leur sein, elles ont toutes les chances de les attirer et surtout, de les fidéliser » préconise Manuelle Malot.