

L'ENGAGEMENT DES JEUNES GÉNÉRATIONS EN ENTREPRISE : LA NOUVELLE DONNE

Communiqué de presse

Paris, le 30 mars 2021 - Le marché de l'emploi mondialisé, très favorable aux jeunes diplômés depuis plusieurs années, a placé l'attraction et la fidélisation des talents au centre des préoccupations des entreprises. Avec la crise, les cartes sont rebattues. Recruter plus facilement n'exonère pas les organisations d'apporter une réponse aux questions de sens, d'impact et d'utilité sociale des emplois qu'elles proposent aux jeunes générations.

C'est le constat que dressent le cabinet de conseil BearingPoint et l'EDHEC NewGen Talent Centre à travers une étude conjointe menée auprès de jeunes collaborateurs et de grandes entreprises.

Collaborateurs : des aspirations variées dans un monde en mutation

Les nouvelles générations portent les idéaux et les défis propres à leur époque. Dans leurs choix professionnels, trois priorités émergent :

- Participer à une aventure collective, qui dépasse le cadre strict de leur travail, est un puissant moteur d'engagement pour les jeunes collaborateurs qu'ils perçoivent comme un encouragement à mettre leurs atouts personnels au service de l'entreprise.
- Les jeunes actifs veulent éprouver des méthodes de travail innovantes, favorisant l'esprit d'équipe, au sein d'espaces collaboratifs. Ils valorisent un environnement de travail bienveillant et l'acquisition de nouvelles compétences comme facteurs clés de motivation.
- L'un des critères de motivation différenciant est désormais l'impact de l'entreprise sur son environnement et sa capacité à répondre aux problématiques de diversité et d'inclusion. Un enjeu auquel les femmes sont particulièrement sensibles (16 points d'écart avec leurs homologues masculins).

Face aux défis planétaires, les jeunes actifs aspirent à ce que leur entreprise s'engage et soit comptable des conséquences de son modèle de croissance. La garantie de bonnes conditions

de travail (59 %), la lutte contre la corruption et le respect des droits humains (57 %) sont leurs trois défis prioritaires, au même titre que la mesure et le contrôle de l'impact environnemental (57 %). S'ils ont confiance en la capacité des organisations à assurer un cadre de travail épanouissant, ils doutent en revanche de leur engagement environnemental et se méfient du « greenwashing ».

« En définissant l'engagement par l'alignement aux valeurs, au sens du collectif et au challenge, les jeunes générations ont redessiné ce qui donne du sens au travail : apprendre, s'épanouir, prendre des responsabilités, tout en maintenant un équilibre vie professionnelle/vie privée satisfaisant. Pour ces jeunes, réussir c'est avoir un impact utile socialement, c'est participer à une aventure collective porteuse de sens. Le challenge du management de demain sera donc de cultiver l'engagement des collaborateurs autour de valeurs et d'objectifs partagés »

Manuelle Malot, Directrice de l'EDHEC NewGen Talent Centre



Entreprises : des stratégies d'engagement différenciées

En dépit de la crise sanitaire et économique, le recrutement des jeunes diplômés s'inscrit toujours dans une compétition globale et dans un contexte de pénurie des talents. Certaines entreprises n'hésitent donc pas à mettre en place des politiques RH offensives en proposant des formations sur mesure, du mentorat et une organisation du travail en mode projet.

De la même manière, la crise de la Covid-19 a été l'occasion de refonder le contrat social qui lie l'entreprise à ses collaborateurs. La transformation des modes de travail et de management, favorisée par la pandémie se révèle être une nouvelle priorité.

- **Pratique appréciée des collaborateurs, le télétravail** rend cependant plus difficile l'intégration des nouveaux entrants dans l'entreprise et leur prise de fonction. Certaines organisations optent pour des solutions plus flexibles - journées en horaires décalés ou temps partiel -, des mesures qui s'accompagnent souvent d'espaces de travail repensés autour d'une plus grande modularité.
- Pour répondre à la demande croissante des plus jeunes pour des missions et expériences diversifiées, **les entreprises renforcent leur offre de parcours collaborateur, facilitent la mobilité à l'international** et accélèrent les évolutions de carrière. La formation est également un levier puissant sur lequel les entreprises s'appuient pour renforcer l'engagement.
- **L'implication de l'entreprise en faveur de la diversité** est régulièrement saluée par les collaborateurs surtout lorsque celle-ci est soutenue par des actions fortes : mise en place de l'équité salariale hommes-femmes ou engagement de l'entreprise dans des combats sociétaux.
- Permettre au collaborateur de **consacrer des jours ouvrés à des actions caritatives** auprès de la Fondation de leur entreprise ou d'une association partenaire est une initiative également plébiscitée par les jeunes générations d'actifs.

« Attribuer l'évolution des attentes aux jeunes générations serait un raccourci trop simple. C'est bien la société dans laquelle nous vivons et travaillons qui évolue. Simplement, les jeunes générations s'expriment plus fortement sur le sujet et deviennent, sans le vouloir, les porte-paroles des attentes de tous les employés »

Olivier Parent du Chatelet, associé BearingPoint



La vision croisée de l'engagement par les jeunes collaborateurs et les entreprises est porteuse d'optimisme. Les jeunes donnent de nouvelles responsabilités aux entreprises, celles de répondre aux enjeux du monde. Et ils sont tout à fait prêts à s'y engager. Un optimisme qui est également porté par la conscience aigüe qu'ont les entreprises des nouvelles attentes des collaborateurs, leur volonté de s'adapter et l'agilité qu'elles montrent déjà pour favoriser l'engagement des jeunes et, de manière plus globale, de l'ensemble des collaborateurs, toutes générations confondues.

Dans ce cadre, l'invitation de la loi Pacte à redéfinir la place de l'entreprise dans la société et les aspirations des nouvelles générations pour un monde économique durable ont fait germer un nouveau type d'engagement que la crise actuelle peut accélérer. La raison d'être de l'entreprise peut être le levier d'un engagement accru des organisations face aux grands défis du monde et par là-même de ses collaborateurs, sous réserve qu'elle se traduise en actes concrets et opérationnels, dépassant les effets d'annonce. L'engagement est donc le supplément d'âme que les collaborateurs donnent à leurs missions, comme la raison d'être, est le supplément d'âme que les entreprises se donnent à elles-mêmes.

L'Etude est à disposition sur demande :

Contact EDHEC Business School

Béatrice Malasset – Responsable Relations Presse
Tél : +33(0)7 62 52 37 47
beatrice.malasset@edhec.edu

Contact Presse BearingPoint - Agence Profile

Caroline Matuszewski Griboval
Juliette Kandel
Tél. : +33 (0)1 56 26 72 32 / 09
cmatuszewski@agence-profile.com
jkandel@agence-profile.com

Contact BearingPoint

Frédérique Meyer – Head of Brand & Communications
Tél : +33(0)1 58 86 33 19
frederique.meyer@bearingpoint.fr

A propos de l'EDHEC Business School

Implantée à Lille, Nice, Paris, Londres, Singapour, forte de 100 nationalités sur ses campus et de partenariats avec 280 universités parmi les meilleures au monde, l'EDHEC est une école résolument internationale et connectée au monde des affaires. Avec plus de 40 000 diplômés dans 120 pays, elle constitue une communauté de leaders engagés. Leur objectif : agir

concrètement pour faire face aux grands défis économiques, sociaux, technologiques et environnementaux du monde.

L'école a développé un modèle unique, fondé sur une recherche utile à la société, aux entreprises et aux étudiants. L'EDHEC est ainsi aujourd'hui tout à la fois un lieu d'excellence, d'innovation, d'expérience et de diversité, propre à impacter les générations futures dans un monde en profond bouleversement. Avoir un impact positif sur le monde est notre raison d'être.

L'EDHEC en chiffres :

- 8600 étudiants en formation initiale, 184 professeurs et chercheurs, 11 centres d'expertise
- 5 campus et une plateforme dédiée à des programmes certifiants et diplômants 100% Online : EDHEC Online
- Un portefeuille complet de 23 programmes destinés aux décideurs de demain : des Bachelors (BBA et BSc), le programme Grande Ecole, un Master in Management, des Masters of Science (MSc), des MBA (Full time et Executive MBA), un PhD en Finance
- Une offre EDHEC Executive Education qui propose un portefeuille riche de programmes certifiants et diplômants pour managers, dirigeants et entrepreneurs

Pour plus d'informations, rendez-vous sur

Page d'accueil www.EDHEC.edu

LinkedIn www.linkedin.com/school/edhec-business-school/

Retrouvez-nous sur twitter [@EDHEC_BSchool](https://twitter.com/EDHEC_BSchool)

A propos de BearingPoint

BearingPoint est un cabinet de conseil en management et technologie indépendant aux racines européennes avec une couverture mondiale. Le cabinet est structuré autour de 4 activités principales : Consulting, Solutions, Business Services et Ventures. Consulting couvre les activités de conseil en management. Solutions regroupe des logiciels et outils dédiés à la transformation digitale, à l'analyse de données et au reporting réglementaire. Business Services opère des offres intégrées de services et technologies. Ventures est dédiée au financement et au développement des startups. BearingPoint compte parmi ses clients les plus grandes organisations mondiales publiques et privées ; fort d'un réseau international de plus de 10 000 collaborateurs, BearingPoint accompagne ses clients dans plus de 75 pays et les aide à obtenir des résultats mesurables et durables.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur :

Page d'accueil : www.bearingpoint.com/fr-fr

LinkedIn : www.linkedin.com/company/bearingpoint

Retrouvez-nous sur Twitter : [@BearingPoint_FR](https://twitter.com/BearingPoint_FR)

