



Manuelle Malot

OBJECTIFS

"LES JEUNES VEULENT

Le NewGen Talent Centre de l'EDHEC explore les aspirations professionnelles des futurs diplômés. Chaque année, le centre publie les résultats d'une enquête auprès d'étudiants en école de management sur ce qu'ils et elles attendent de leur future carrière. Deux objectifs primordiaux sont mis en avant par ces jeunes générations: les aspirations entrepreneuriales et l'utilité sociale, ceci même en temps de pandémie mondiale. Par Manuelle Malot, directrice carrières et NewGen Talent Centre.

À qui s'adresse l'étude NewGen for impact ?

Elle s'adresse à la fois aux jeunes et aux entreprises qui les recrutent. Nous visons à nourrir les questions d'attraction, fidélisation et engagement des jeunes talents, et elle contribue donc à une meilleure compréhension des problématiques de marque employeur.

En quoi peut-on dire que cette étude peut aider à la reprise ?

C'est une conviction de l'EDHEC : les jeunes diplômés, avec leur talent et leurs aspirations, sont aujourd'hui les plus à mêmes de faire bouger les lignes au sein des entreprises, et donc d'innover. Notre étude souligne les compétences des jeunes diplômés et ce à quoi ils rêvent. On comprend que leur courage, leur enthousiasme et leur envie "d'impact utile" sont une chance pour la relance car ils peuvent faire accélérer le changement de paradigme. Les jeunes trouvent les grandes organisations complexes, très cloisonnées, trop verticales et s'y projettent difficilement. Notre conviction à l'EDHEC, c'est qu'il faut écouter ces jeunes qui arrivent sur le marché du travail et qui finalement, avec une forme de naïveté, donnent des conseils extrêmement intéressants de réforme des organisations.

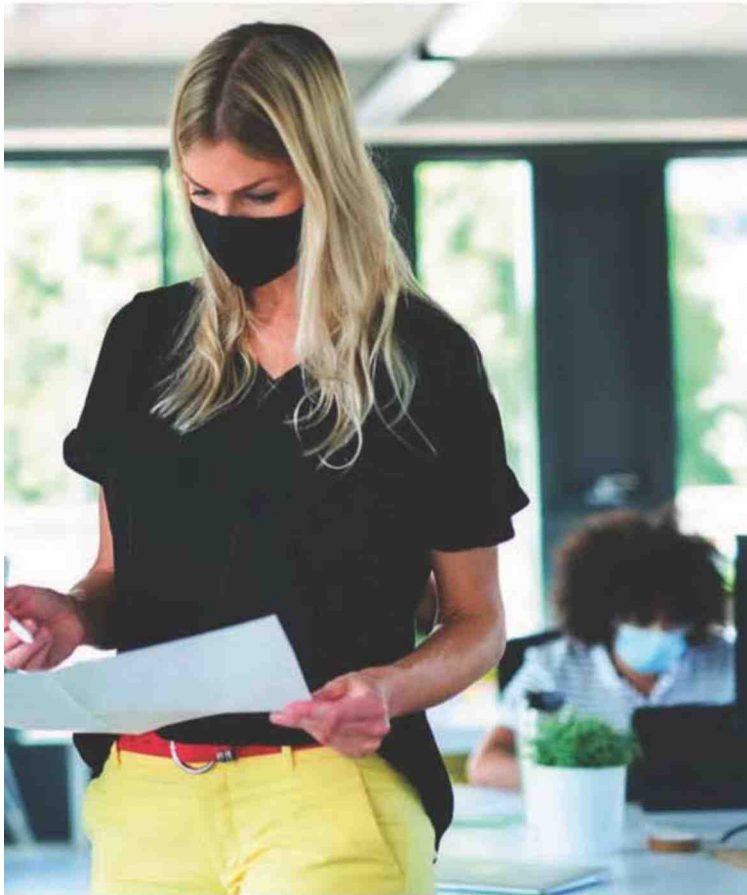


Nous sommes à la croisée des chemins de cette 'nouvelle normalité' que nous devons trouver suite à la crise, cette étude tombe donc à pic. Enfin c'est une génération capable de remettre en cause les modèles de l'entreprise qu'il est plus difficile de challenger de l'intérieur.

Les nouvelles générations sont-elles favorables au télétravail ?

Ce qui est intéressant c'est qu'ils se posent différemment la question du télétravail. C'est une génération qui ne fait pas la différence, contrairement à la génération précédente, entre vie privée et vie professionnelle. Elle considère l'entreprise comme le lieu d'une aventure collective et est extrêmement sensible à

PROFESSIONNELS " AVOIR UN IMPACT "



l'équipe, l'ambiance et la collaboration. C'est dans l'interaction sociale utile à l'entreprise que le télétravail peut avoir ses limites.

Comment faire une séance de créativité collective à distance ? Comment fêter les réussites de l'entreprise et se reconforter des revers ? En revanche, sur le plan technique, l'engagement de ces jeunes en télétravail ne sera pas un problème si l'alignement des objectifs demeure.

Comment les jeunes générations équilibrent-elles leurs vies privées et professionnelles ?

L'imbrication vie privée/ vie professionnelle s'applique également sur le plan des valeurs, c'est-à-dire ce à quoi ils croient. Si cette génération prend moins

l'avion, s'ils consomment durable, s'ils se déplacent à vélo plutôt qu'en voiture... ils veulent retrouver ces comportements dans l'entreprise.

Ils ne veulent pas dissocier les valeurs auxquelles ils adhèrent dans leur vie privée et accepter que leur employeur n'assume pas cette même responsabilité sociétale et environnementale. Ils sont sensibles à être cohérents et alignés.

Peut-on dire que ces jeunes sont contradictoires voire utopiques ?

Certes cette génération présente quelques paradoxes, c'est le privilège de la jeunesse et elle l'assume pleinement ! Ils sont à l'image des caractéristiques que l'on attribue à notre monde : volatil, incertain, complexe et parfois ambigu...

Il semble qu'ils veulent tout, tout de suite et n'hésitent pas à démissionner de façon précoce puisque la durée du premier emploi a fortement diminué.

Leur force est qu'ils osent plus que la génération précédente mais ont la capacité de se remettre en cause. C'est peut-être pour cela qu'ils vivent bien avec leurs paradoxes. Ils sont plus ouverts.

Comment les entreprises peuvent-elles les satisfaire ?

Nous venons de vivre huit ans d'une situation euphorique pour les jeunes diplômés, avec un marché de l'emploi qui leur était extrêmement favorable. La situation va changer sans doute pour plusieurs mois et la problématique d'attraction et de fidélisation des entreprises va devenir moins préoccupante. Dans un marché qui leur sera favorable, les entreprises recruteront plus facilement les bons profils mais la question de l'engagement sera tout aussi aiguë. Les entreprises doivent permettre aux jeunes d'être dans des structures plus petites, agiles, horizontales, entrepreneuriales qui leur permettent d'être utiles et de mesurer leur impact. Une des clés pour satisfaire la nouvelle génération : une forme d'"intrapreneuriat" : les responsabiliser et leur faire confiance sur des missions courtes et aux effets mesurables parce que nous savons qu'ils ne se projettent pas sur du long terme.

En offrant aux jeunes diplômés les conditions des start-ups au sein des entreprises, les employeurs deviennent attractifs et engageants. ■