

Communiqué

Embargo 9 octobre 2014 - 00h00

Vent d'optimisme sur les jeunes : les 18-35 ans aiment le travail

Troisième enquête sur les jeunes de Doing Good Doing Well*, réalisée par Ipsos

(*la mention de Doing Good Doing Well et d'Ipsos est obligatoire)

Le 9 octobre 2014, Doing Good Doing Well rend publics les résultats de sa troisième enquête annuelle sur les jeunes Français, réalisée par Ipsos. Cette nouvelle enquête auprès d'un échantillon représentatif de 1002 jeunes âgés de 18 à 35 ans (75% étant des jeunes actifs), dresse un panorama complet du rapport que cette génération entretient avec le travail et révèle les nouvelles attentes des jeunes vis-à-vis de leurs employeurs.

« Après plus de six ans de crise économique, la donne a tellement changé pour les jeunes que l'on peut parler de révolution dans leur rapport au travail », déclare Hélène Roques, fondatrice de Doing Good Doing Well (DGDW), société experte en responsabilité sociale.

Depuis une dizaine d'années, on décrit les jeunes « Y » comme totalement dans leur bulle : égocentriques, incapables de s'engager dans l'entreprise, coupés du monde bien qu'hyper-connectés, versatiles, désengagés, infidèles et impatientes. Toutefois, à force de toujours parler de cette même génération « Y », on oublie qu'elle s'est renouvelée et que ses valeurs, ses expériences, ne sont plus les mêmes qu'il y a quelques années. **« Il est utile de révéler le tournant qui caractérise la jeunesse, son envie d'épanouissement dans le travail, et donc sa capacité à créer de la richesse »** ajoute Hélène Roques, qui a lancé cette enquête.

Les résultats de l'enquête :

Les résultats de l'enquête révèlent une jeunesse désormais très attachée au travail, qu'elle considère aujourd'hui comme une source d'épanouissement essentielle et l'un des principaux critères de construction de son identité. La grande majorité des jeunes n'hésite plus à déclarer que leur réussite dans leur vie privée dépend de leur réussite professionnelle.

Les attentes qu'ils ont en termes de « reconnaissance » de la part de leur hiérarchie évoluent. Beaucoup accordent une grande importance au fait d'être mieux informés sur la stratégie de l'entreprise ; cela leur donnerait envie de se donner pleinement dans leur travail et d'accepter des sacrifices y compris sur le salaire. Enfin, les jeunes interrogés déclarent massivement que des personnes qui leur transmettraient leur savoir et leurs expériences pourraient « changer leur vie ».

Une opportunité et une alerte pour tous les employeurs :

L'enquête de Doing Good Doing Well permet d'identifier de nouvelles attentes de la part des jeunes actifs, vis-à-vis de leur hiérarchie souvent considérée comme inapte à les motiver.

« Il résulte des années de crise de nouvelles formes de maturité, de nouvelles formes de courage, de nouvelles formes de succès, et une culture de la créativité. Il n'est donc pas étonnant que les besoins de reconnaissance évoluent aussi et que les jeunes expriment un besoin d'être mieux associés à la stratégie de

l'entreprise.

Les dirigeants doivent eux aussi redoubler de créativité et mettre en place des politiques spécifiques pour créer une offre attractive pour leurs forces vives qui ne demandent qu'à être heureuses au travail, mais pourraient préférer les quitter pour se sentir participer à un succès collectif » ajoute la fondatrice et directrice de DGDW.

Depuis 2012, Doing Good Doing Well avec Ipsos mesure et décrypte les évolutions que connaît la génération des 18-35 ans (relations sociales, habitudes alimentaires, niveau de bien-être etc. www.doinggooddoingwell.fr).

Résultats et chiffres clés

➔ **Pour la très grande majorité des jeunes, le travail est une source d'épanouissement et de bonheur**

- 86% des jeunes sont persuadés qu'être épanoui professionnellement permet d'être heureux dans sa vie privée, et 75% considèrent que leur travail est une source d'épanouissement personnel.
- La plupart ont le sentiment que lorsqu'ils sont au travail, ils se sentent exister (67%).

➔ **La valeur « travail » est plébiscitée en tant que principal facteur de réussite professionnelle**

- Ils sont la génération réseau, mais selon eux il faut d'abord travailler pour réussir (59%). Le réseau arrive loin derrière comme facteur de réussite professionnelle (43%).
- Surtout, ils considèrent que pour réussir, il faut savoir rester soi-même (33%) et apporter des idées nouvelles qui se démarquent (26%). La chance (25%), les diplômes (23%), le milieu social dont on est issu (15%) ou le sacrifice de sa vie privée (12%) n'arrivent que loin derrière dans les facteurs de réussite.

➔ **...d'où un investissement fort dans leur travail**

- La quasi-totalité des jeunes affirme aujourd'hui que dans le travail, ils donnent le meilleur d'eux-mêmes (92%) car la réussite professionnelle est un objectif essentiel pour eux (81%).
- Près d'un jeune sur deux dit faire désormais passer sa vie professionnelle avant sa vie familiale ou personnelle (45%). A l'opposé, « seulement » 31% disent qu'au travail, ils n'en font pas plus que ce qu'on leur demande parce qu'ils ne voient pas de raison sérieuse d'en faire plus.

➔ **Mais la majorité des jeunes qui travaillent exprime un réel manque de reconnaissance et de juste récompense qui va au-delà de la revendication salariale...**

- Plus d'un jeune actif sur deux estime manquer de reconnaissance dans son travail (51%) et seulement 37% s'estiment justement récompensés.

- Ce manque de reconnaissance n'est pas seulement un problème de rémunération : pour eux, de plus fréquentes marques de respect et de considération (46%) sont tout aussi essentielles qu'une augmentation de salaire (46%) pour pouvoir s'épanouir professionnellement.
- Les jeunes estimant manquer de reconnaissance professionnelle déclarent plus souvent que les autres souffrir de problèmes personnels comme des sautes d'humeur (51% vs 29%) ou des troubles alimentaires (38% vs 25%). Plus d'un quart d'entre eux vit souvent des épisodes de solitude insupportable (29% vs 13%).

➔ Un manque de reconnaissance qui génère chez de nombreux jeunes un détachement vis-à-vis de LEUR entreprise, qui leur donne envie de partir

- 47% disent que, s'ils avaient le choix, ils travailleraient dans une autre entreprise.
- 43% estiment que leur travail enrichit leur patron mais qu'il ne leur apporte pas grand-chose à eux-mêmes.
- Il est d'autant plus important de prendre en compte ce manque de reconnaissance que les jeunes sont ouverts à l'idée de changement : 59% ont déjà intégré qu'ils changeront plusieurs fois de métier au cours de leur vie professionnelle ; c'est un peu dans leur ADN.

➔ La force d'impulsion d'une meilleure reconnaissance

- Au-delà du salaire, ils estiment que leur bien-être et leur vie changeraient à certaines conditions : si les personnes qui les encadrent leur transmettaient leur savoir et leurs compétences (91%), leur disaient plus souvent qu'ils doivent croire en leurs capacités (85%) et leur montraient qu'elles les « aiment » (84%), notamment en les félicitant plus souvent (78%), ou en leur manifestant leur confiance (78%).
- Trois jeunes sur quatre pensent aussi que leur expliquer dans le détail les raisons des orientations prises dans leur entreprise pourrait changer leur vie et leur niveau de bien-être (76%).
- Cette reconnaissance de la part de leurs supérieurs donnerait à la quasi-totalité des jeunes l'envie de se donner à fond dans leur travail (87%), devant l'envie de demander une augmentation (81%). La grande majorité des jeunes se dirait même prête à ne pas trop compter son temps (64%), voire à travailler le week-end s'il le faut (61%).
- De nouvelles formes de reconnaissance : « Etre associé à la stratégie d'une entreprise et connaître ses véritables enjeux » rendrait les jeunes prêts à « accepter certains sacrifices notamment sur les salaires » (61%).

Tous les tableaux de résultats sont disponibles dans le rapport en pièce jointe, sur le site www.ipsos.fr, et sur le site www.dgdw.fr

Contacts :

Doing Good Doing Well – Hélène Roques – Tél. : 01 42 71 06 42 – 06 17 61 14 34. helene.roques@dgdw.fr

Ipsos – Etienne Mercier – Tél. : 01 41 98 92 79 – etienne.mercier@ipsos.com