

LA GRANDE INVAZION



Une grande enquête signée BNP Paribas et The Bason Project sur la Génération Z et sa vision de l'entreprise



EDITO

Prêts à entrer dans la planète Z ?

Après avoir fait couler beaucoup d'encre et bousculé bon nombre de managers, la génération Y se fait concurrencer par une autre génération : la génération Z. Mais qui sont ces Z qui font de l'ombre à leurs aînés ? Petite sœur de la génération Y, enfants des X, les Z sont nés après 1995, ils ont moins de 20 ans et sont aujourd'hui aux portes de l'entreprise.

The Boson Project et BNP Paribas ont souhaité, à travers cette enquête, leur donner directement la parole et décrypter, sans aucun a priori, leurs aspirations professionnelles et leur regard sur l'entreprise. Et ils ont massivement répondu à l'appel : plus de 3 200 jeunes femmes et hommes des 4 coins de la France âgés de 15 à 20 ans ont pris le temps de répondre à toutes nos questions. Mais comment parler de l'entreprise quand on n'y a pas encore - ou à peine - mis les pieds ? Si vous vous posez cette question, c'est bien que vous n'êtes pas un Z ;) . Les Z sont extrêmement curieux, informés, lucides sans pour autant être désabusés : l'entreprise les intéresse, les interpelle et ils ont saisi cette enquête comme tribune pour faire passer des messages très forts. En observateurs extérieurs, ne seraient-ils pas en fin de compte les plus objectifs sur ce monde professionnel en perpétuelle mutation ?

Comment se projettent-ils dans le monde professionnel ? Que signifie réussir pour un Z ? Leurs aspirations sont-elles en opposition ou en accord avec celles des Y ? Les modèles traditionnels d'entreprise ne sont-ils pas aux antipodes des aspirations et modes de fonctionnement de cette nouvelle génération ?

Ultra connectés, pragmatiques, exigeants, student for ever et entrepreneurs de leur vie, leur arrivée en entreprise pourrait ne pas rimer avec calme pour les DRH... Bon voyage dans l'univers de la génération Z, qui va bientôt semer la « zizanie » en entreprise !

Isabelle Sachot-Moirez,
Responsable du recrutement de BNP Paribas
Marianne Urmès, Explorer, The Boson Project



ETRE UN Z : FICHE D'IDENTITE D'UNE GENERATION

Ce portrait générationnel vise à mettre en lumière des comportements et des aspirations partagés massivement, mais ne saurait décrire la diversité des 16 millions de Z en France. Il donnera des clés pour mieux comprendre leur relation au travail et leur vision de l'entreprise, thématiques que nous exposerons dans la deuxième partie.

GENERATION TOUT ET SON CONTRAIRE ?

DES Y "GENERATION ET/ET" AUX Z "GENERATION TOUT ET SON CONTRAIRE"

LA FRANCE COMME LE MONDE

Ils se sentent citoyens français (39 %) presque autant que citoyens du monde (34 %).

Génération mondialisée, elle est tiraillée entre des racines françaises et des ailes internationales.

39 %

se sentent citoyens français



34 %

se sentent citoyens du monde

Sans surprise, ils se voient travailler à l'étranger (68,5 %) tout en considérant que la réussite est possible en France. A la question, quelle est la clé de la réussite, seuls 10 % d'entre eux plébiscitent « le bon visa », c'est-à-dire se faire embaucher hors des frontières nationales. Leur terrain de jeu est le monde où ils naviguent avec aisance.

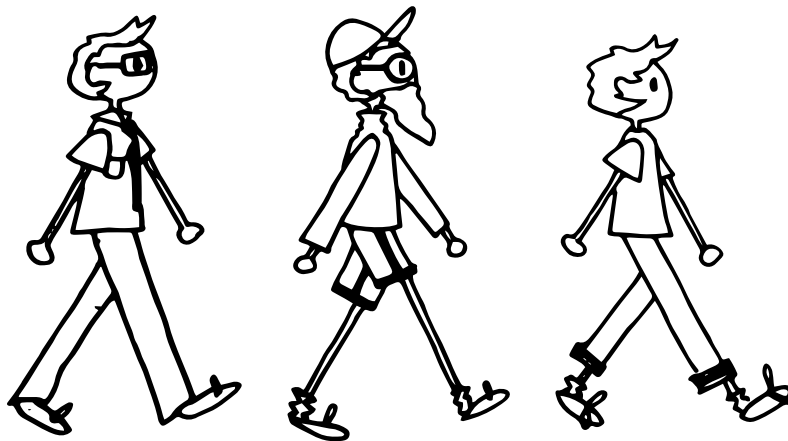


68,5 %

se voient travailler à l'étranger

LA MULTI-IDENTITE, LA MULTI-APPARTENANCE

On les appelle aussi des « slashers », slash pour l'action de combiner plusieurs attributs, plusieurs identités, plusieurs statuts en même temps. Dans le monde Z, on n'est plus un hipster, un intello ou un geek. On est tout à la fois, et c'est cette multi-appartenance déconcertante pour les autres générations qui façonne leur identité.



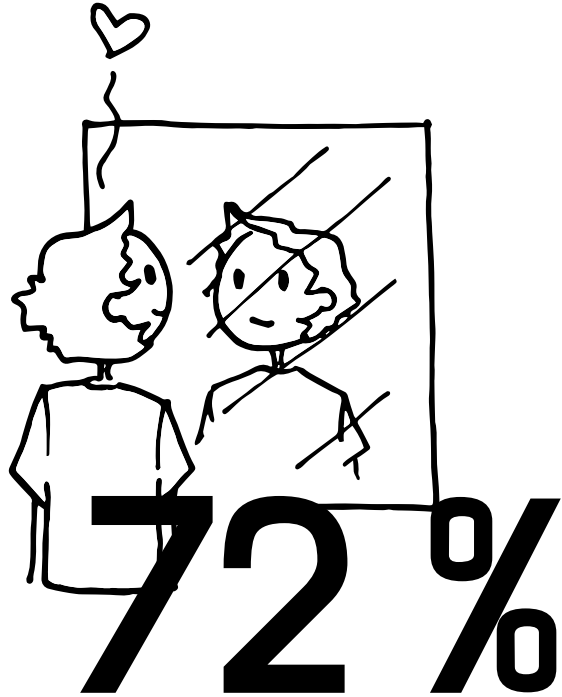
BESOIN DE RYTHME ET UN RYTHME D'ENFER

Ils n'ont pas le même rapport au temps : les Z font tout plus vite, n'attendent pas et surtout s'ennuient dès que le rythme ralentit. La génération Z a besoin de cadence mais possède son propre tempo. Une certitude : ça va sZinguer en entreprise !

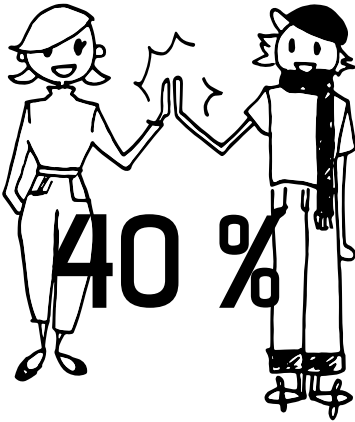


GENERATION SELFIE ? DE LA GENERATION Y "MOI, MOI, MOI" AUX Z "MOI, MOI, MOI ET MON RESEAU"

Les Z portent une grande importance à leur image, à leur popularité et expriment leur personnalité sans complexe. 72 % veulent être fiers d'eux-mêmes, peu importe le regard des autres. Ils ne sont pas pour autant autocentrés mais s'affranchissent volontiers du regard des autres et des conventions pour s'affirmer en tant qu'individu et s'épanouir. Audacieux, décomplexés, voire décontractés, ils créent leurs propres modèles, leurs propres règles du jeu. L'affirmation du moi pousse à dépasser ses propres limites, à aiguïser sa personnalité, à devenir spécial.



attachent plus d'importance à leur propre fierté



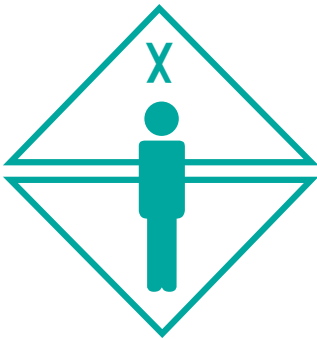
citent le bon réseau comme la clé de la réussite

Mais le « je » ne s'affirme pas à l'encontre du « nous ». Hyper connectés, les Z gravitent dans un écosystème avec lequel ils sont en permanente interaction, qu'ils amèneront avec eux en entreprise et qu'ils n'hésiteront pas à solliciter. Le réseau représente la clé de la réussite pour 40 % d'entre eux (47 % pour ceux qui ont déjà travaillé). Là réside peut-être une différence avec leurs aînés qui se raccrochaient à leurs études et CV autant qu'à leur réseau.

Génération selfie ne rime pas avec « selfish », bien au contraire, mais avec « mon réseau ». Les Z ne sacrifieraient pour rien au monde leur personnalité, leurs convictions mais ils existent bien par le collectif -virtuel et réel- à travers lequel ils expriment leur individualité. Attention, l'importance de la communauté pour les Z ne signifie pas non plus qu'ils sont animés par un esprit collectif, un idéal commun, caractéristique plutôt propre aux baby-boomers ou à la génération X. Ils sont dans la collaboration, voire la coopération, où le tout naît de la participation de chacun.

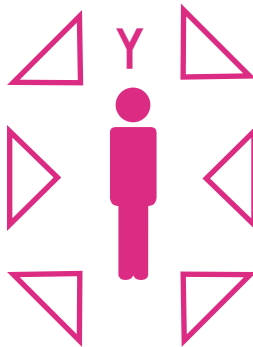
A chaque génération ses relations

VERTICAL



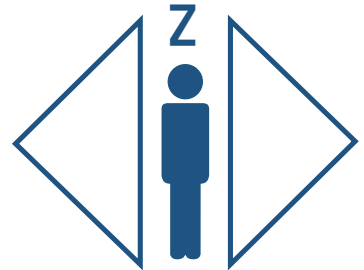
Je m'inscris dans une logique intergénérationnelle tant dans ma vie professionnelle que personnelle.

CENTRAL



Je mets l'individu au centre de tout et le premier individu, c'est moi. Première génération mondiale, je m'inscris dans des écosystèmes.

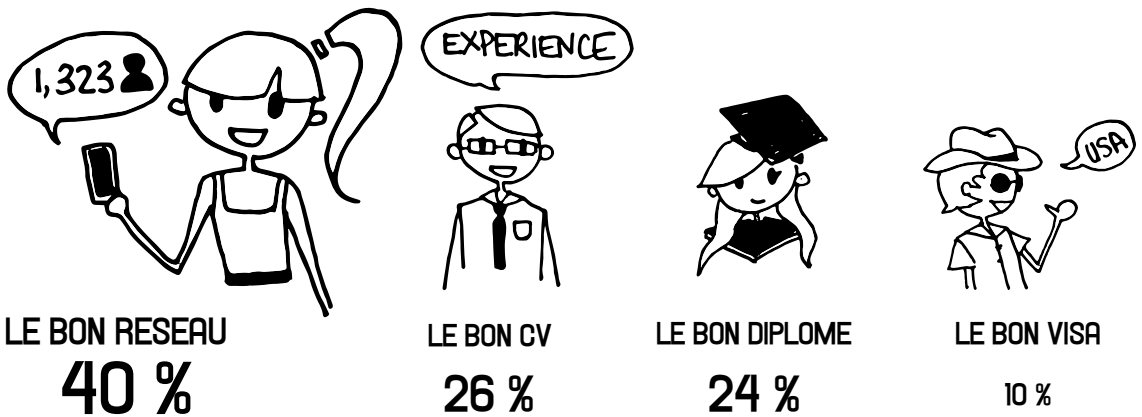
HORIZONTAL



Je m'inscris dans une logique transversale et me sens proche de mes pairs aux quatre coins du monde.

C'est sur ce point que les moins de 20 ans se différencient clairement de leurs aînés : leur rapport à la connaissance change. A la question, « quelles seront les sources d'apprentissage dans 10 ans ? », seuls 7,5 % répondent les études. Conscients de l'obsolescence des connaissances et du modèle top-down académique où le vieux sachant enseigne au jeune novice, conscients que les métiers auxquels universités et écoles les forment n'existeront peut-être plus dans 5 ans... avoir un bon diplôme n'est plus perçu comme un gage de réussite. Seuls 24 % le plébiscitent, loin derrière le fait d'avoir un bon réseau. Et plus ils ont été en contact avec l'entreprise, moins le diplôme est valorisé : ceux qui ont déjà travaillé ne sont que 14 % à voir le diplôme comme clé de réussite... et citent le bon CV à 29 % et le réseau à 47 % !

Pour réussir il faut avoir ...

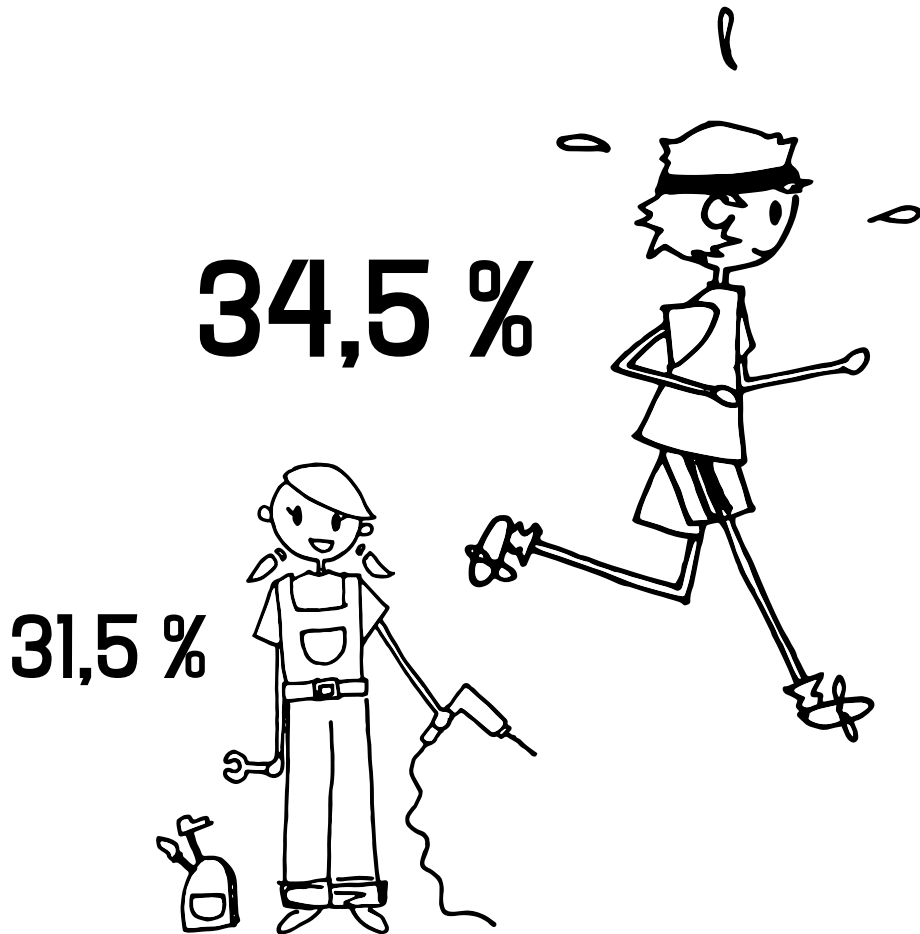


Les Z se placent dans une posture où « ma première entreprise, c'est moi ». Ils se construisent de manière autonome leur propre bibliothèque de savoirs. Les Z sont dans l'auto-apprentissage :

- APPRENDRE DE TOUTS LES CANAUX : l'école est un canal parmi d'autres, tout comme un MOOC, un tutoriel sur Youtube ou un reportage en sont d'autres.
- APPRENDRE PARTOUT SUR TOUT : curiosité maximale, ouverture au monde, la génération Z ne pose pas de limite à la connaissance.
- APPRENDRE DE MANIÈRE CONTINUE : c'est-à-dire savoir se remettre continuellement en cause. C'est aussi une différence avec les autres générations : on n'apprend plus pour toute la vie, on apprend pour maintenant.

UNE GENERATION "DO IT YOURSELF"

Plus pragmatiques que théoriques, ils aiment faire par eux-mêmes, tester, apprendre de leurs erreurs... une génération pour qui l'endurance (34,5 %) et la débrouillardise (31,5 %) sont les gages de la réussite. Se donner les moyens d'y arriver, s'adapter continuellement, surfer intelligemment sur la toile... la réussite à la sauce Z serait-elle aussi plus inclusive ?



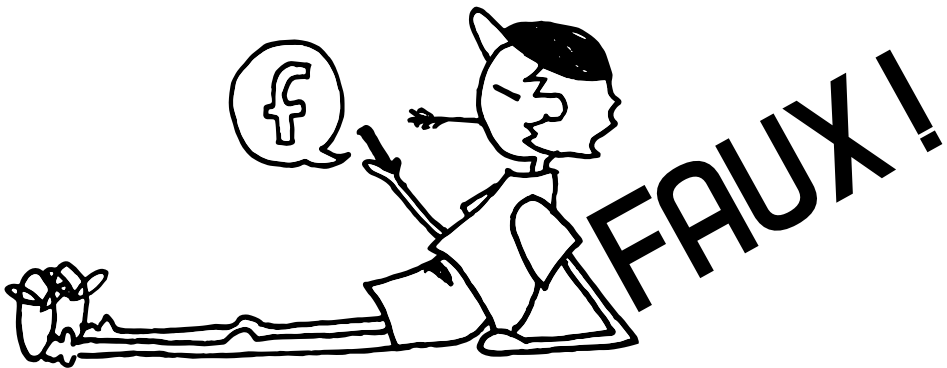
*Pour réussir il faut être :
endurant pour 34,5 %, débrouillard pour 31,5 %, culotté (19 %) et chanceux (15 %).*

Si la génération Y remet en cause les modèles top down, hiérarchiques et descendants des entreprises traditionnelles, les Z transforment à leur tour l'essai dans le monde de l'éducation. Après l'entreprise et l'enseignement académique : what else?

Chaque nouvelle génération a hérité de son lot de stéréotypes, dont certains sont le seul apanage de la jeunesse... jeunesse qui de tout temps, a désespéré, irrité et inquiété.

Nous avons demandé aux Z quels sont les stéréotypes qu'ils subissent et qui les agacent. Le premier est la fainéantise : « Que nous soyons flemmards, pas travailleurs. C'est totalement faux, on ne travaille plus de la même façon, voilà tout ». Ils seraient « je m'en foutiste », désintéressés de tout... sauf de leur smartphone. « On nous voit comme une génération qui ne voit pas plus loin que le bout de son smartphone ».

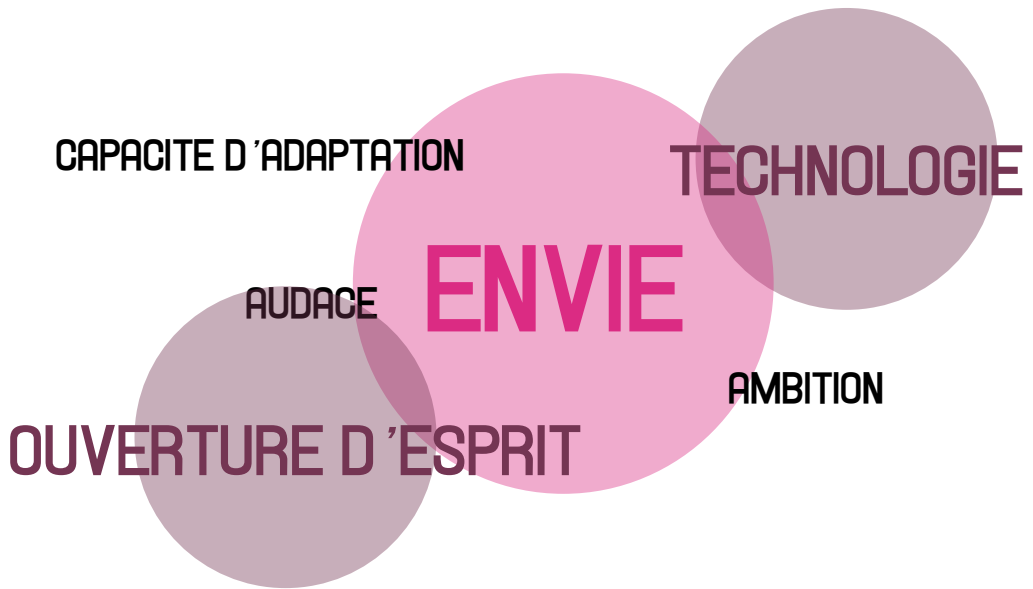
A ceux qui leur disent qu'ils se fichent de tout, même de la belle et noble langue française, ils sont 87 % à dire que l'orthographe c'est « super important ». On n'écrit pas un texto comme on écrit une lettre de motivation... that's all ;).



Autre stéréotype agaçant : l'idée qu'ils seraient connectés au point qu'ils sont déconnectés de la vie réelle. « Nous avons grandi avec Internet et beaucoup d'adultes considèrent que nous y passons trop de temps, que cela nous abrutit, etc. Alors que c'est souvent le contraire. On s'enrichit beaucoup ! ». Autre temps, autre paradigme...

Au contraire, ils ont les pieds bien ancrés sur terre et sont extrêmement lucides. Nous leur avons ainsi demandé d'analyser les atouts de leur génération :

LEUR REGARD SUR LEURS ATOUTS



"UN PETIT GRAIN DE FOLIE, BEAUCOUP D'IMAGINATION, UN AUTRE REGARD SUR LE MONDE TOUT SIMPLEMENT."

"UNE ENVIE DE CHANGER LES CHOSES."

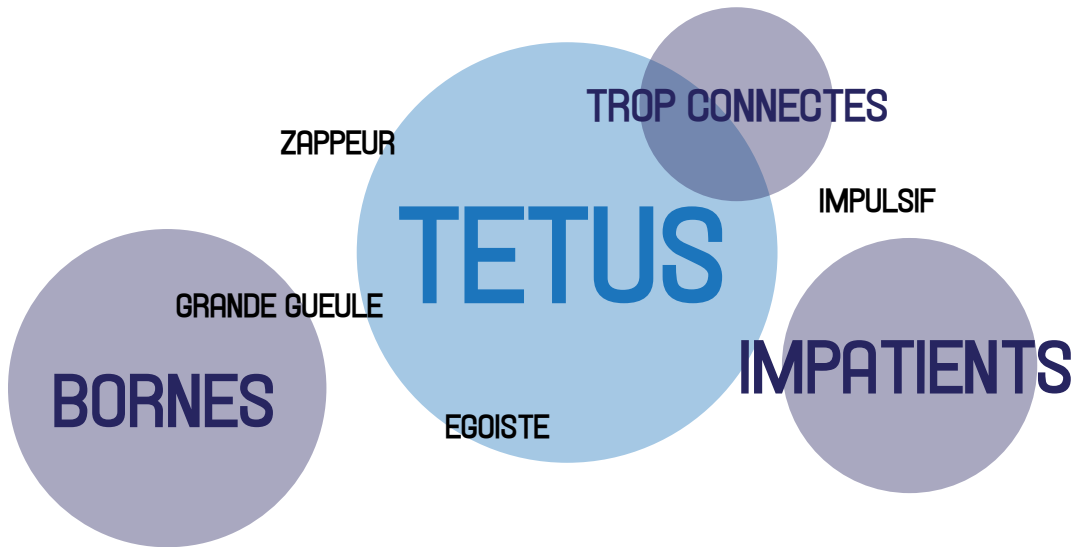
"UNE PLUS GRANDE OUVERTURE D'ESPRIT, UNE VOLONTÉ DE RÉTABLIR LES CHOSES AFIN QUE LA GÉNÉRATION SUIVANTE VIVE MIEUX QUE LA NÔTRE."

"UNE CAPACITÉ D'ADAPTATION PLUS AISÉE QUE LES GÉNÉRATIONS ANTÉRIEURES FACE À L'INNOVATION."

"ON EST LES DERNIERS DU 2ÈME MILLÉNAIRE ET LES PREMIERS DU 3ÈME !"

Une génération ambitieuse qui hérite d'un monde à réinventer, des jeunes qui se sentent responsables de leur futur et de celui des futures générations. Ils sont lucides sur eux-mêmes, sur leurs qualités comme leurs défauts :

LEUR REGARD SUR LEURS DEFAUTS



"BESOIN DE RÉACTIVITÉ, DE VITESSE, PAS DE PATIENCE."

"TROP JEUNE ET NOVATEUR POUR LEUR SYSTÈME ANCIEN."

"IMPATIENT, BOUILLONNANT, BONDISSANT."

"DISPERSÉE MAIS JE N'AIME PAS L'IDÉE DE DEVOIR
"SACRIFIER" UN TALENT POUR UN AUTRE DANS UN
MÉTIER QUI NE SERA PAS PLEINEMENT SATISFAISANT."

"ENVIE DE TOUT AVOIR SANS ATTENDRE."

LES Z VONT PLUS LOIN QUE LES Y

ils sont plus impatients, plus connectés, plus créatifs, plus décomplexés.

Quelles conséquences sur leur vision de l'entreprise ?
Les Y seraient-ils ceux qui ont ouvert la voie, bousculé le modèle
quand les Z transforment l'essai ?



**TRAVAILLER Z :
LE MONDE DE L'ENTREPRISE VU PAR LES MOINS
DE 20 ANS**

Nous avons demandé aux participants de choisir un mot qui incarne à leurs yeux le monde de l'entreprise. Voici le portrait peint par nos 3 200 répondants.

Ces mots sont sans appel

...

Ils sont extrêmement négatifs

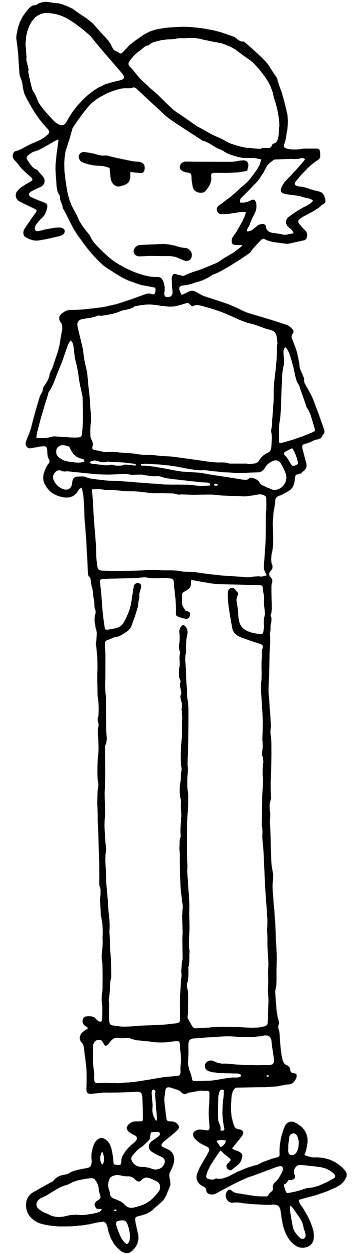
L'entreprise est « dure » (citée par 170 répondants), « compliquée » (147), « difficile » (142), « impitoyable » (63), « fermée » (60)... de manière plus imagée, elle est une « jungle » pour tout de même 100 répondants !

Ce portrait au vitriol dressé par des jeunes qui connaissent l'entreprise via des stages, des petits boulots, les modèles familiaux, l'école ou encore l'actualité décrit l'ampleur du fossé qui les sépare du monde de l'entreprise.

Est-ce la faute des médias qui ne font pas suffisamment la part belle aux entreprises, accentuant plutôt sur les plans de licenciement, les grèves et la morosité économique ?

Est-ce la faute des parents qui véhiculent, consciemment ou non, une image très sombre de leur vie en entreprise une fois de retour à la maison ? Est-ce la faute de l'école qui ne donne pas à voir la réalité de l'entrepreneuriat, la diversité du monde des entreprises ? Ou est-ce les entreprises qui évoluent trop doucement par rapport à un monde qui change lui à toute allure, et qui se déconnectent de plus en plus des nouveaux habitants de ce monde ?

La cause n'est sûrement pas unique...



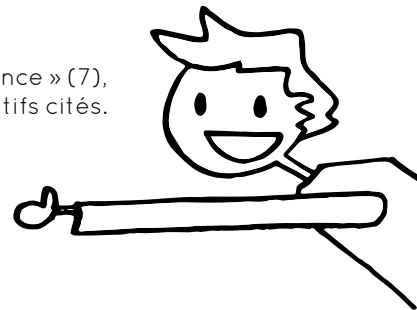
Parmi les nombreux mots cités, les principaux maux de l'entreprise mis en lumière sont les suivants :

- LE CARACTÈRE TROP PARTIAL DE L'ENTREPRISE :
« piston » (14), « injuste » (18), « inégalitaire » (17), « restreint » (5)...
- SON CARACTÈRE INHUMAIN :
« jungle », « cruel » (30), « sauvage » (25), « hypocrite » (20)
... bref « Pas "Pour les gens" mais plutôt "Pour l'argent" »
- UN MONDE QUI DE FAIT INQUIÈTE :
« stressant » (44), « effrayant » (49), « angoissant » (11)
- ET QUI NE DÉCHAÎNE PAS LES PASSIONS :
« ennuyant/eux » (40), « triste » (7), « hostile » (8)...

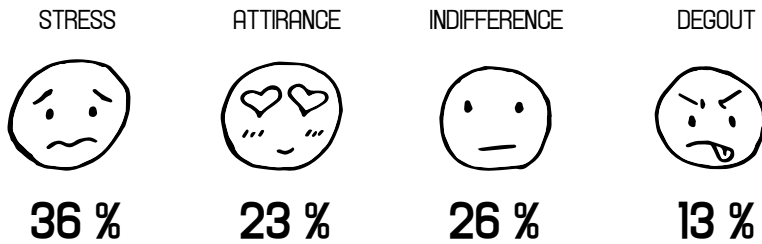


Pour finir sur une note moins sombre :

« intéressant » (12), « équipe » (12), « innovation » (12), « expérience » (7), « passionnant » (7), « dynamique » (7) sont parmi les mots positifs cités.



L'entreprise t'évoque

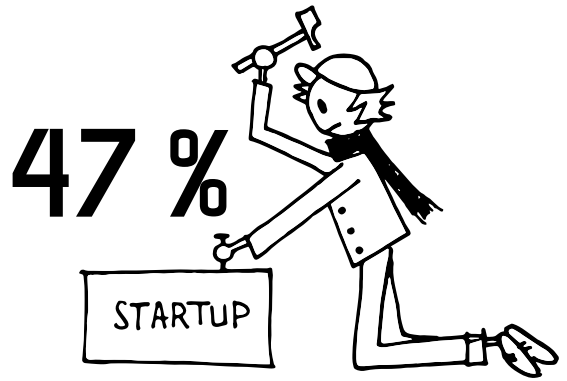


Ce portrait noir ne rime pas pour autant avec un dégoût de l'entreprise : l'entreprise les stresse pour 36 %, les laisse indifférents pour 26 % et les attire pour 23 % d'entre eux. Une bonne nouvelle : plus ils ont été en contact avec l'entreprise, moins cette dernière est perçue comme stressante et plus elle devient attractive.

Une entreprise qui stresse... Pourquoi ? Car elle apparaît « inconnue » (66) et « fermée » (60). Davantage de passerelles entre ces deux mondes permettraient de limiter cette méconnaissance et donc cette défiance. Elle 'stresse' aussi parce qu'elle est « difficile d'accès » : ils sont de fait un peu inquiets pour leur futur professionnel (ils évaluent cette inquiétude en moyenne à 6,1/10)... sans que cette anxiété ne vienne de leurs parents (ils évaluent l'anxiété de leurs parents sur leur propre avenir à 5,8/10).

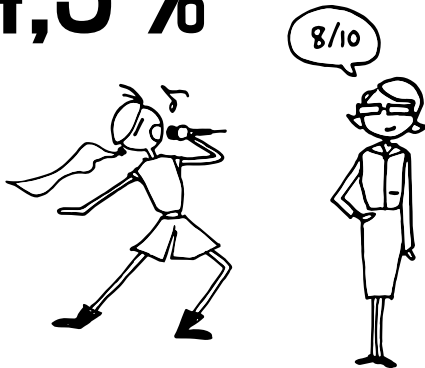
VERS UNE GENERATION D'ENTREPRENEURS

C'est le chiffre fort de cette enquête et un vrai marquage générationnel : 47 % aimeraient créer leur entreprise. Une génération d'entrepreneurs qui, ne se reconnaissant pas dans les modèles actuels d'entreprise, se voient créer les leurs. Créer une boîte n'est pas vu comme un simple « hobby » en parallèle d'un CDI : 53 % préféreraient être leur propre patron à être salarié.



aimeraient créer leur propre entreprise

84,5 %



choisiront leur métier par passion

Ils se disent également passionnés : 84,5% choisiront leur métier par passion et non par raison. Si, pour la majorité d'entre eux, ils ne pensent pas pouvoir s'épanouir en entreprise, ils chercheront des alternatives.

Grands pragmatiques, ils connaissent et assument les conséquences de l'entrepreneuriat : la liberté sans le confort du salariat. A l'heure du chômage massif et des nombreuses restructurations, l'entreprise leur paraîtrait-elle tout simplement aussi risquée que l'entrepreneuriat ?

La crise, loin de plonger cette génération dans la dépression collective, les pousse à l'action. La précarité n'est pas subie, elle est intégrée dans les projections de vie. Ils savent qu'ils ne pourront compter que sur eux-mêmes, qu'ils ne pourront jamais se reposer sur leurs lauriers, qu'ils devront constamment se réinventer. Dans ce monde en changement perpétuel où le futur est incertain, une chose est sûre : la génération Z proposera ses propres modèles... sans limite, sans complexe, sans regard dans le rétroviseur.

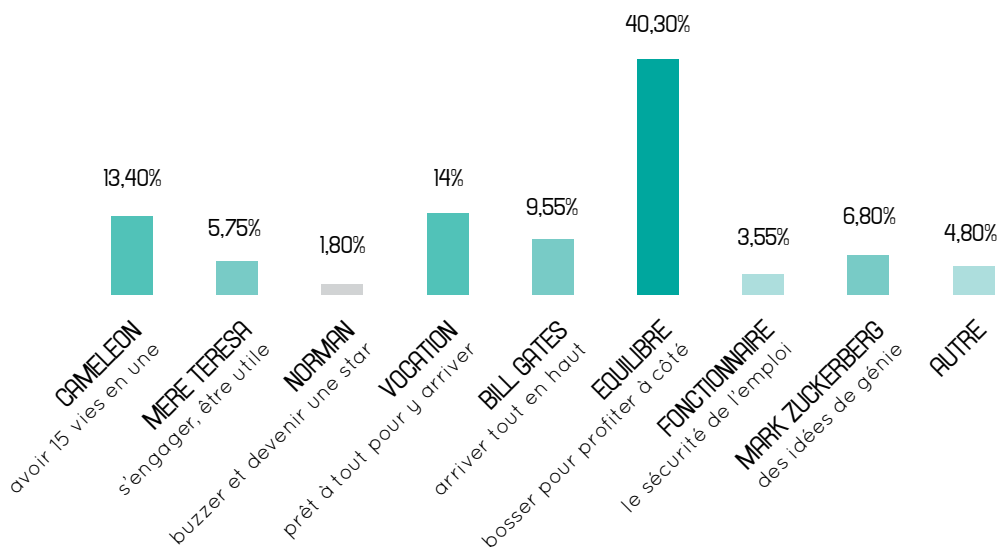
VERS DES VIES DE PLUS EN PLUS PLURIELLES

Nous leur avons demandé dans quel type de job ils se projetaient dans 10 ans : un métier vocationnel ? Un métier utile aux autres ? Un métier stable ? Une carrière ascensionnelle ? Un métier sur le devant de la scène ?

S'ils s'estiment relativement ambitieux, note de 7 sur 10, cette ambition ne se fera pas au détriment de la vie personnelle. Ils se projettent donc à 40 % dans un métier équilibré : bosser, ok, mais pour profiter, dans l'entreprise et à côté. L'entreprise n'est pas tout, et en cela ils se positionnent comme les dignes enfants de mamans féministes qui ont jonglé entre plusieurs vies et en dignes héritiers de la génération Y. L'épanouissement sera pluriel ou ne sera pas. Enfants de la crise, d'un avenir incertain, ils veulent profiter à fond du présent au niveau perso comme pro. Vies personnelle et professionnelle vont de pair, communiquent, sont intrinsèquement liées et ce plus que jamais. Ces vies doivent pouvoir être constamment réinventées : « dans l'idéal je voudrais être paléontologue, en même temps écrire des romans, et plus tard gérer mon restaurant. Et donner des cours de maths sur mon temps libre. ». Entrepreneurs tous azimuts, entrepreneurs de leur vie. Gare à la première réaction d'adulte blasé qui verrait dans cet enthousiasme professionnel une jolie utopie de jeunesse : l'histoire va dans leur sens, dans un monde où plus rien n'est statique et définitif un individu exercera plus de 10 métiers dans sa vie. Plus que de candeur, il s'agirait là de pragmatisme...

14 % ont une vocation et feront tout pour y arriver et quasiment autant se voient avoir une vie professionnelle plurielle, soit avoir non pas 10 vies mais 100 vies en une vie ! « J'aimerais faire des centaines de métiers, pour en changer tous les jours, découvrir quelque chose de différent jour après jour ».

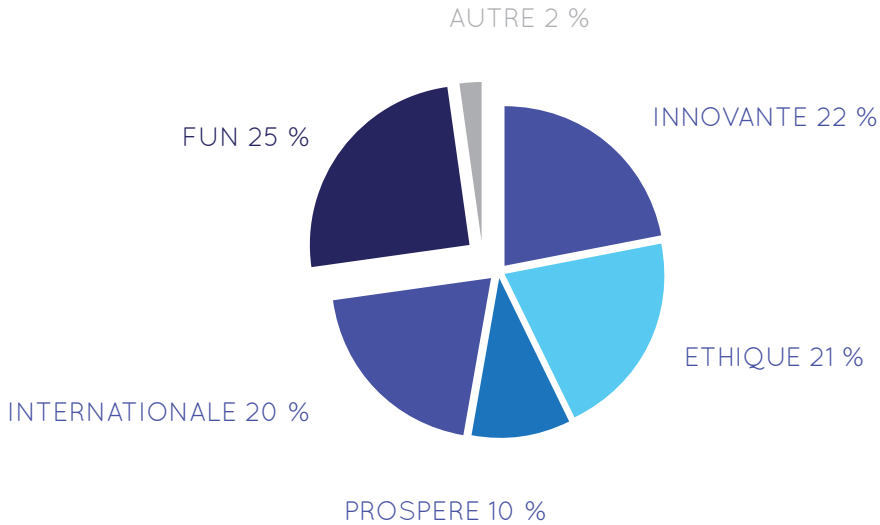
Dans 10 ans, tu t'imagines en mode ?



3

CE QU'ILS ATTENDENT DE L'ENTREPRISE

A poste égal, tu choisiras l'entreprise la plus :



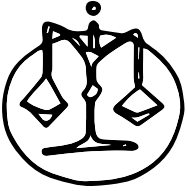
Pour les attirer, outre l'argent qui reste un levier évident (39 %), plusieurs ingrédients à prendre en compte :



FUN

A poste égal, 25% choisiraient l'entreprise la plus fun.

Les Z apportent avec eux la valeur plaisir dans entreprise, témoins d'adultes qui parfois ne travaillent que pour être en vacances, ils privilégieront les entreprises où règne une bonne ambiance, où travailler rime avec amusement et épanouissement. Car la vie (professionnelle) est courte et le monde est trop précaire pour s'ennuyer !



ETHIQUE

A poste égal, 21 % choisiraient l'entreprise la plus éthique, et pour les filles, ce chiffre monte à 28 %.

Les entreprises Z-attractives se devront d'accorder de plus en plus d'importance aux politiques de RSE qui tendent à devenir un vrai atout en termes de marque employeur. Plus que l'éthique, ils attendent un véritable engagement des entreprises : « Il faudrait que les entreprises s'impliquent plus dans ce qui touche les générations actuelles, c'est-à-dire le monde de demain et ce que nous laissons aux générations futures. Fini les promesses sur l'environnement, la résolution de la faim dans le monde, chaque entreprise peut et doit faire des efforts à son niveau pour les générations futures. » Une exigence de sincérité, d'exemplarité et de réalisme donc, pour une génération qui reconnaît et rejette le 'fake'.



INTERNATIONAL

La possibilité de voyager est vue comme une clé d'attraction de cette jeune génération pour 37 % des sondés, 69 % se voyant travailler à l'étranger. En cela est sans surprise les Z sont dans la continuité de leurs illustres aînés, la génération Y, 1ère génération mondiale et première génération issue de la mondialisation. Leur culture est mondiale et leur terrain de jeu professionnel ne peut s'arrêter à l'hexagone.

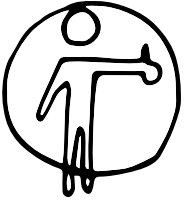
VARIETE

Ils attendent de la variété au quotidien ET en continu, ils veulent pouvoir changer de missions mais aussi potentiellement de secteurs, de métiers... et ce très souvent.

A la question « combien aimeraient-ils faire de métiers dans ta vie », ils sont 38 % à avoir cité un chiffre supérieur ou égal à 5 et beaucoup ont répondu « l'infini » ! Curieux, ils veulent découvrir le plus possible de choses et éviter à tout prix la routine... Objectif : ne pas être enfermés, cloisonnés dans un métier alors que le champ des possibles s'élargit considérablement et que la majorité des métiers qui existeront demain... n'existent pas encore !

« Je voudrais tester un maximum de métiers ! », « Tous ceux qui m'attirent, une centaine », « Le plus possible, la vie est courte », « un par décennie, donc on va dire 4 et dans des domaines différents pour découvrir plein de choses », « Plusieurs : selon la période, les besoins, l'endroit », « Autant que j'ai d'envies et d'idées ».

Leurs exigences en termes de mobilité seront exacerbées... une mobilité davantage géographique et horizontale, entre différents métiers, différentes entités, que verticale, pour aller au sommet. Ainsi, seuls 8 % ont cité l'évolution rapide comme facteur d'attraction.

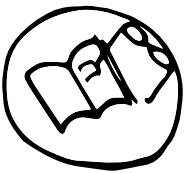
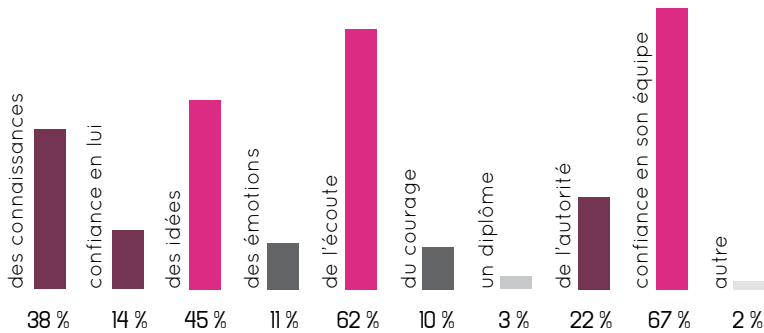


MANAGEMENT HUMAIN

Génération selfie, elle sait que l'homme avec un petit et un grand H est important. Et que pour le faire grandir, il faut des managers de qualité dans des entreprises qui ont positionné le capital humain au cœur de leurs actifs. Ils accordent ainsi une grande importance au management, et notamment à la propension du manager à faire confiance à ses équipes (principale qualité d'un bon patron pour 67 %) et à sa capacité d'écoute (62 %).

Le bon patron doit être accessible, responsabilisant et entreprenant. Il ne tirera sa légitimité ni de son autorité (22 %), ni de ses diplômes (3 %). Définitivement, le respect n'est plus fonction du nombre de barrettes sur l'épaule ou des années d'ancienneté... Il est l'heure de repenser le leadership, basé sur davantage d'humanité.

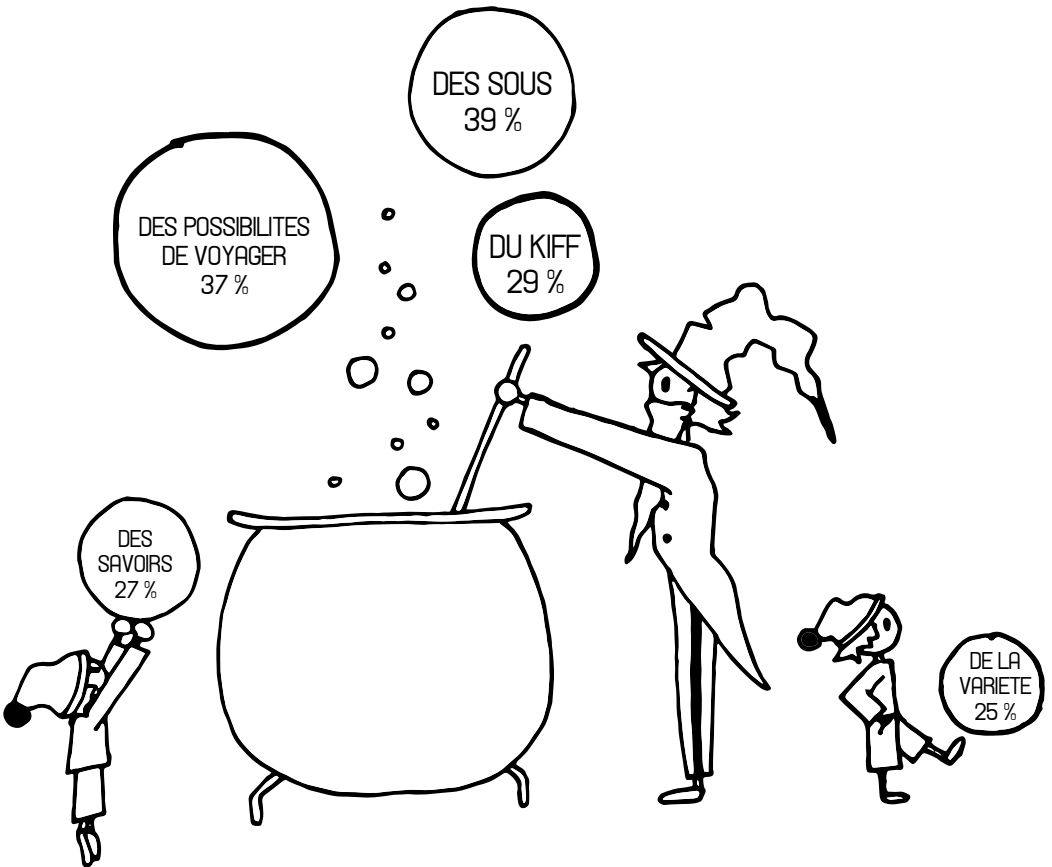
Un bon patron a ...



APPRENTISSAGE

27 % citent les savoirs comme un atout de taille pour les attirer. Les Z assimilent l'entreprise à un lieu d'apprentissage et leur soif de variété traduit avant tout une forte envie de découvertes et d'apprentissage continu. Si les études ne sont plus perçues comme le lieu privilégié de l'apprentissage (à quoi bon enchaîner les années d'études quand on ne sait pas quel métier existera dans 2 ans ?), serait-ce alors le nouveau rôle de l'entreprise ? Si le diplôme académique n'est plus autant valorisé que par le passé, en tant que marqueur d'un niveau de connaissances et de compétences, l'entreprise a-t-elle vocation demain à former et diplômer ses salariés ? Va-t-on résolument vers une entreprise diplômante ?

LA RECETTE MAGIQUE POUR ATTIRER LES JEUNES



Si les Z pouvaient transformer les entreprises, voici avec leurs mots l'entreprise qu'ils dessineraient :

PLUS CONFIANTE

D'un système de contrôle à un système de confiance, l'entreprise devra lâcher prise et faire confiance à la jeunesse

"CE QUE JE CHANGERAIS ? LES IDÉES RECUES CONCERNANT LES JEUNES. LE FAIT QU'IL FAILLE AVOIR DE L'EXPÉRIENCE POUR...AVOIR DE L'EXPÉRIENCE !"

"IL FAUDRAIT REVALORISER L'IMAGE QUE LES JEUNES ONT DES ENTREPRISES, ET REVALORISER L'IMAGE DES JEUNES AU SEIN DES ENTREPRISES"

"IL FAUDRAIT CHANGER LA VISION DES ENTREPRENEURS ET EMPLOYEURS SUR LES JEUNES ET LEURS EXPÉRIENCES"

PLUS AGILE

La Z-entreprise est plus innovante, plus ouverte à l'échec. Aujourd'hui, elles ne favoriseraient pas suffisamment l'innovation (5,5/10)... alors que les idées sont là (6,2/10) !

"JE PENSE QUE LA PLUPART DES ENTREPRISES D'AUJOURD'HUI ONT CE PROBLÈME DE TROP FAVORISER LA PERFECTION À LA CRÉATIVITÉ"

"UNE ENTREPRISE PLUS OUVERTE, PLUS ENTREPRENANTE"

"PARCE QUE C'EST TOUJOURS LES MÊMES CHOSES ET RIEN N'ÉVOLUE, IL FAUT DONC COMPTER QUE SUR SOI-MÊME POUR CRÉER DES CHOSES UTILES ET RÉVOLUTIONNAIRES."

"LE FONCTIONNEMENT EST BEAUCOUP TROP STRESSANT ET LAISSE TRÈS PEU DE PLACE AUX PROBLÈMES HUMAINS ET AUX ERREURS, ALORS QUE L'ÉCHEC EST NÉCESSAIRE POUR POUVOIR ÊTRE SURPASSÉ."

"CE QUE JE CHANGERAIS ? LE SÉRIEUX ET LE CÔTÉ DÉSABUSÉ DES ADULTES !"

PLUS FLAT

Ces digital natives rêvent d'entreprises à l'image de l'horizontalité que permet le numérique : une hiérarchie aplatie, moins complexe, plus souple

"UN RAPPROCHEMENT DU HAUT VERS LE BAS..."

"LE FAIT QU'IL Y AIT PLUSIEURS GRADES ME STRESSE, ÊTRE CONSTAMMENT SOUS LES ORDRES D'UNE OU PLUSIEURS PERSONNES PUIS AVOIR UNE FORTE PRESSION SI TU TE TROUVES DANS LES PLUS HAUTS POSTES"

"CELA DÉPEND LES ENTREPRISES, MAIS IL Y A UN ASPECT DE "RUCHE", UN CÔTE ASEPTISÉ QUI ME DÉRANGE BEAUCOUP ET SURTOUT LA HIÉRARCHIE QUI Y EST PRÉSENTE"

"JE CHANGERAIS LE CLOISONNEMENT ENTRE LES COLLABORATEURS / LES SERVICES"

"IL FAUDRAIT UNE ORGANISATION HORIZONTALE POUR STOPPER LES RAPPORTS DE FORCE ET DONC CRÉER UNE MEILLEURE AMBIANCE → MEILLEUR TRAVAIL → TOUT LE MONDE EST CONTENT :)"

PLUS TOURNÉE VERS L'HUMAIN

A l'intérieur de l'entreprise mais aussi à l'extérieur

"L'ENTREPRISE NE PREND PAS ASSEZ EN COMPTE L'HUMAIN"

"CE N'EST PAS ASSEZ CONVIVAL"

"LA NOTION DE PROFIT QUI DÉPASSE TOUTES LES AUTRES, Y COMPRIS LES INTÉRÊTS HUMAINS"

"IL MANQUE AUX ENTREPRISES DE L'HUMANITÉ"

"MOINS DE RECHERCHE DU PROFIT AU MÉPRIS DE TOUT LE RESTE (EMPLOYÉS, CLIENTS, ENVIRONNEMENT, ETC.)"

"J'AIMERAIS UN SYSTÈME COMPÉTITIF REVISITÉ AVEC PLUS D'ÉCOUTE, DE TRAVAIL EN COMMUN"

"IL ME SEMBLE QUE LE MONDE DE L'ENTREPRISE ÉCRASE LES PERSONNALITÉS ET NE LAISSENT LES INDIVIDUS N'ENTRER QUE DANS UN RÔLE (MÊME LE RÔLE DU "CRÉATIF" RESTE UN RÔLE, AVEC SES CODES TOUT AUSSI SUPERFICIELS)"

"ÇA ME SEMBLE RÉPÉTITIF, PEU AXÉ SUR LE BIEN-ÊTRE DE SES EMPLOYÉS"

PLUS EGALITAIRE

Une entreprise moins discriminante pour une génération qui prône l'équité et la méritocratie

"IL FAUDRAIT UNE EGALITE DES CHANCES REELLE"

"PLUS DE CHANCES POUR TOUT TYPE DE PROFILS !"

"JE RENDRAIS L'ACCÈS AUX POSTES À RESPONSABILITÉ PLUS ÉQUITABLE ENTRE HOMMES ET FEMMES"

"PLUS DE CHANCE EN FONCTION DE LA MOTIVATION ET PAS DES DIPLÔMES"

"RECONNAISSANCE DE TOUS ET VALORISATION DES ATOUTS PERSO"

PLUS FLEXIBLE

Dans un monde mouvant, les Z souhaitent des entreprises souples, tant au niveau des horaires, du rythme, du lieu de travail, que des codes vus comme trop rigides

"RENDRE LE RYTHME PLUS ATTRACTIF"

"POUR MOI, ENTREPRISE = TRAVAILLER DEVANT SON BUREAU TOUTE LA JOURNÉE ET JE N'IMAGINE PAS DU TOUT RESTER DEVANT UN ORDINATEUR À LONGUEUR DE JOURNÉE"

"PLUS D'OUVERTURE D'ESPRIT SUR LES LOOKS PLUS DÉCALÉS"

"LES NORMES STUPIDES (TENUES DE TRAVAIL QUAND ELLES SONT INUTILES, VOUVOIEMENT...). L'AMBIANCE EST SOUVENT TRÈS VIEUX JEU. CE N'EST PLUS DE NOTRE ÉPOQUE"

"LE FAIT D'ARRIVER TOUS LES JOURS AU MÊME ENDROIT, RESTER ENFERMÉE DANS UN BUREAU ET COINCÉE SUR MON ORDINATEUR. C'EST PAS POUR MOI. JE CHANGERAIS LE CADRE POUR QU'IL DEVIENNE PLUS DYNAMIQUE"

PLUS PORTEUSE DE SENS

Les petits frères de la génération Y sont eux aussi très concernés par la réponse apportée au sacro-saint 'pourquoi'. Pourquoi s'engager pour une entreprise ? Parce qu'elle est porteuse de sens, qu'elle impacte la société, qu'elle a ce supplément d'âme qui fait que les jeunes collaborateurs adhéreront au projet ... se lèveront le matin.

"TROP D'INDIVIDUALISME, DE STRESS ET DE TAFF INGRAT QUI N'APPORTE RIEN NI A MOI NI AU MONDE"

"JE VEUX ÊTRE UTILE, À LA SOCIÉTÉ DANS LAQUELLE NOUS VIVONS, MAIS AUSSI, POURQUOI PAS, AU MONDE TOUT ENTIER"

"LE BUT DE L'ENTREPRISE, CE BESOIN DU PROFIT AU DÉPIT DE L'UTILITÉ QU'ELLE APPORTE AU MONDE"

"TROP DE COMPÉTITION ET D'AMBITIONS PERSONNELLES"

PLUS OUVERTE

Individus connectés au cœur d'un écosystème, ils n'imaginent pas que l'entreprise puisse être recroquevillée sur elle-même, fermée au monde qui l'entoure. Ils veulent bâtir plus de ponts, notamment avec l'école

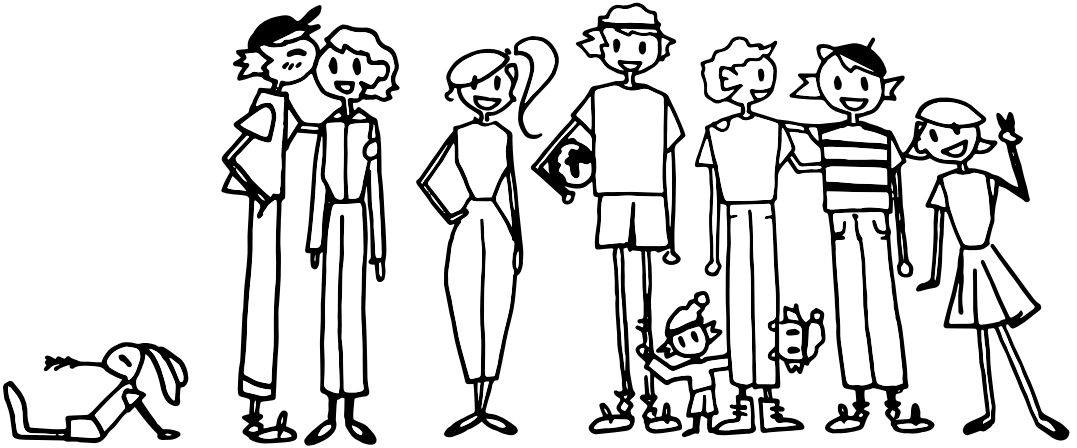
"J'OUVRIRAIS PLUS LES PORTES AUX JEUNES AFIN QU'ILS SE FASSENT UNE IDÉE DE SON FONCTIONNEMENT AVANT D'AVOIR FINI LEURS ÉTUDES : IL FAUT SAVOIR POUR QUOI L'ON SE BAT"

"IL FAUT NOUS DONNER LES POSSIBILITÉS ET LA CHANCE DE SE FORMER ET DE CONNAÎTRE LE MONDE DU TRAVAIL PLUS TÔT"

"JE N'AI QU'UNE IMAGE TRÈS STÉRÉOTYPÉE DE L'ENTREPRISE, IL FAUDRAIT AVOIR PLUS D'INFORMATIONS SUR CE MONDE"

"PARCE QUE NOUS N'Y SOMMES PAS SUFFISAMMENT PRÉPARÉS"

"J'AIMERAIS QU'IL SOIT PLUS ACCESSIBLE AUX JEUNES, PLUS TÔT, PAR DES STAGES OU DES RENCONTRES AVEC LES ACTEURS DU MONDE DE L'ENTREPRISE"



Si la génération Z va plus loin que les Y en termes d'aspirations et de revendications, elle ne se construit pas en opposition à la précédente génération mais s'inscrit bien dans sa continuité. Une vraie rupture dans le cycle des générations tel que théorisé par Strauss & Howe, les deux papes de l'intergénérationnel ! Plus que de génération, il faudra peut-être parler de vagues successives de digital natives, des vagues plus ou moins fortes et plus ou moins rapprochées dans le temps, des vagues dont les aspirations se diffusent dans l'ensemble de la société et ne sont plus cantonnées à une tranche d'âge. Les Z signent peut-être la fin du concept même de génération : le choix du Z ne se résumait donc pas à « Zapping », mais à la fin d'une ère !
Prêts pour cette prochaine vague, ce futur raZ de marée ?

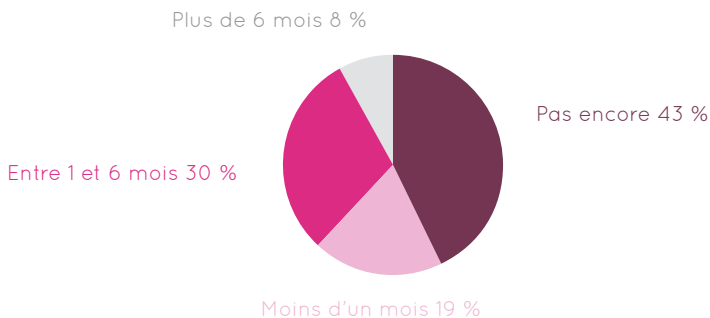


METHODOLOGIE

3 213 jeunes entre 15 et 20 ans ont répondu à notre questionnaire. Cette enquête a été uniquement réalisée à l'aide des réseaux sociaux sur lesquels le questionnaire a été diffusé. Cet échantillon n'a pas la prétention d'être représentatif : il est le fruit des likes, des tweets et retweets de jeunes Français qui ont adhéré à la démarche et relayé à leur tour.

Nous ne savons pas d'où ils viennent, ce que font leurs parents, ni le type d'études qu'ils font... nous savons juste que la moyenne d'âge de cet échantillon est de 18 ans, que les résultats ont été pondérés pour avoir des résultats représentatifs entre hommes et femmes, qu'ils sont étudiants à 66 % et lycéens à 27 % et que 43 % n'ont pas d'expérience professionnelle.

Expérience professionnelle



Merci à tous ceux qui nous ont aidés à réaliser cette étude, à relayer ce questionnaire et aux 3 213 Français qui ont passé en moyenne 10 minutes à répondre avec attention et précision à nos questions. Un clin d'œil tout particulier à Jeanne Bolloré pour son aide statistique, à Hugo Travers pour son regard de Z et à madmoizelle.com pour son relai.



QUI SOMMES-NOUS ?



THE BOSON PROJECT

Cabinet de conseil très alternatif composé d'entrepreneurs engagés, The Boson Project travaille sur les problématiques de mutation des organisations vers des structures plus fluides, transparentes, flat, ouvertes, interconnectées et agiles sous l'impulsion des jeunes générations, générations Y et Z, dans une logique toujours inclusive et intergénérationnelle. Convaincus que le sujet Y n'est ni une question de jeunesse, ni une question de génération, mais bien un des signaux forts d'une remise en cause profonde des modèles traditionnels d'entreprises ; nous faisons le pari que cette jeune génération porte en elle une nouvelle façon de concevoir l'entreprise. Refonte des modèles managériaux, des modèles de leadership, des modèles organisationnels et stratégiques, nous donnons à voir à la tête le potentiel réformateur de cette base parfois incomprise, souvent volatile, assurément engagée. C'est donc tout naturellement que nous avons souhaité investiguer la planète Z, pour comprendre le regard porté par ces futurs collaborateurs sur le monde de l'entreprise et apprécier dans quelle mesure ils seront les bâtisseurs d'une entreprise différente, dont les fondations sont actuellement en cours de construction par la génération Y. Pas de chance pour ceux qui attendaient les dents serrées que la tempête Y passe... le tourbillon Z arrive !

www.thebosonproject.com



QUI SOMMES-NOUS ?



BNP Paribas recrute chaque année de nombreux talents. En 2015, BNP Paribas prévoit de recruter près de 18 000 personnes en CDI dans le monde dont 1 500 en France. Dans le domaine du pré-recrutement, BNP Paribas propose également plus de 260 VIE partout dans le monde, et plus de 1 100 stages de fin d'étude par an en France. Le Groupe mise par ailleurs très fortement sur l'alternance et intégrera cette année 1 750 nouveaux alternants tous niveaux confondus. Le principe du recrutement chez BNP Paribas, est d'intégrer ses collaborateurs dans la durée. Pour cela, BNP Paribas assure une gestion de carrière individualisée, avec des équipes dédiées qui accompagnent chaque collaborateur dans son parcours, ses mobilités, ses orientations. Le Groupe dispose également de programmes de développement des talents et des compétences très pointus. Compte tenu de la grande variété des métiers du Groupe, les carrières se construisent avec des mobilités régulières au sein d'un même métier, entre métiers et dans d'autres localisations géographiques.

BNP Paribas accompagne les jeunes diplômés dans leurs premiers pas dans la vie active à travers un dispositif digital complet :

Facebook : <https://www.facebook.com/#1/bnpparibascareers>

Twitter : @bnpp_recrut

LinkedIn : https://www.linkedin.com/company/bnp-paribas/careers?trk=top_nav_careers

Viadeo : <http://www.viadeo.com/v/company/bnp-paribas>

Pinterest : <http://www.pinterest.com/bnppcareers/>

Docteur Job : l'application qui permet en un tour de click de préparer son entretien d'embauche – Disponible sur l'AppStore & Google Play

Backstage : le site de conversation, de coaching et d'information sur le recrutement – backstage.bnpparibas.com

Le Guide des métiers : le catalogue des métiers de BNP Paribas

CONTACTS PRESSE

Anne-Sophie Trémouille
anne-sophie.tremouille@bnpparibas.com
Marianne Urmès
marianne@thebosonproject.com

Suivez nous !
#lagrandeinvaZion
@BNPParibas_com & @BNPP_recrut
@TheBosonProject