

# les nouvelles générations face à l'emploi.

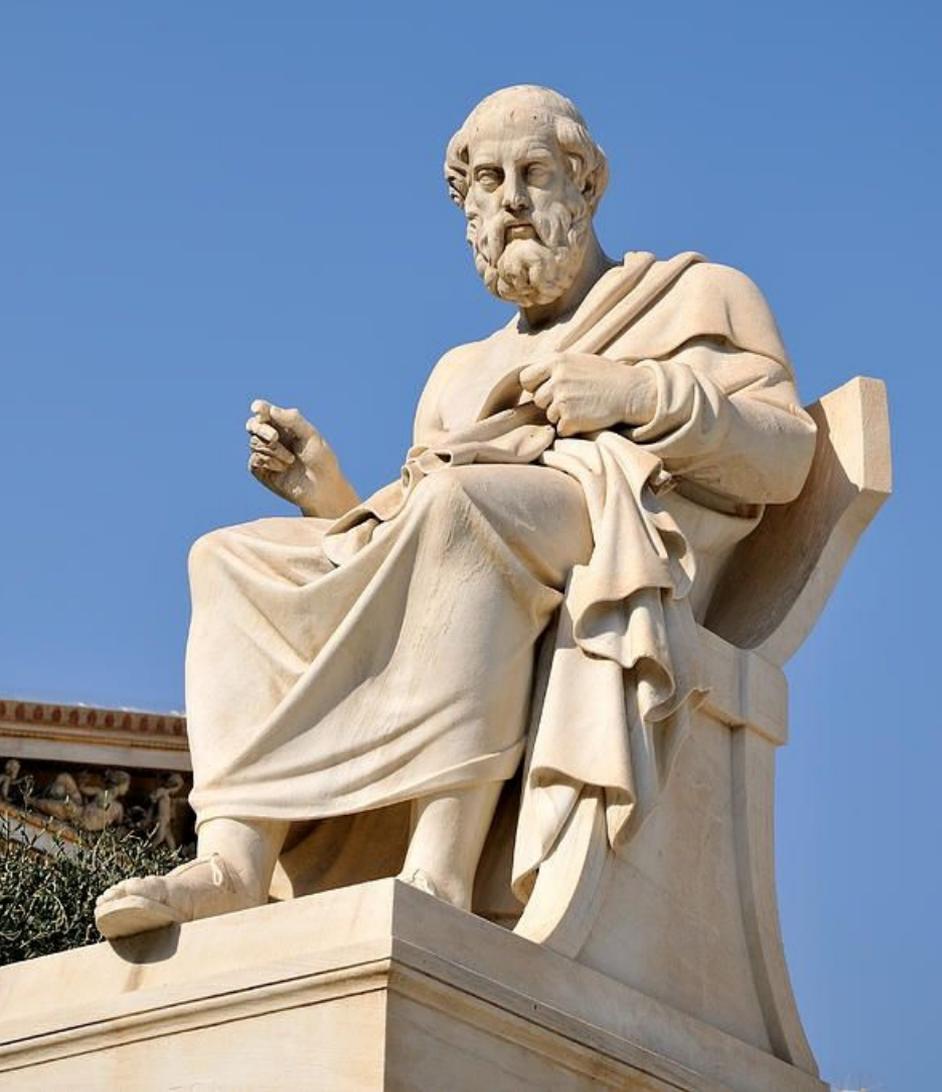
perspectives générationnelles et  
marque employeur

25 juin 2024



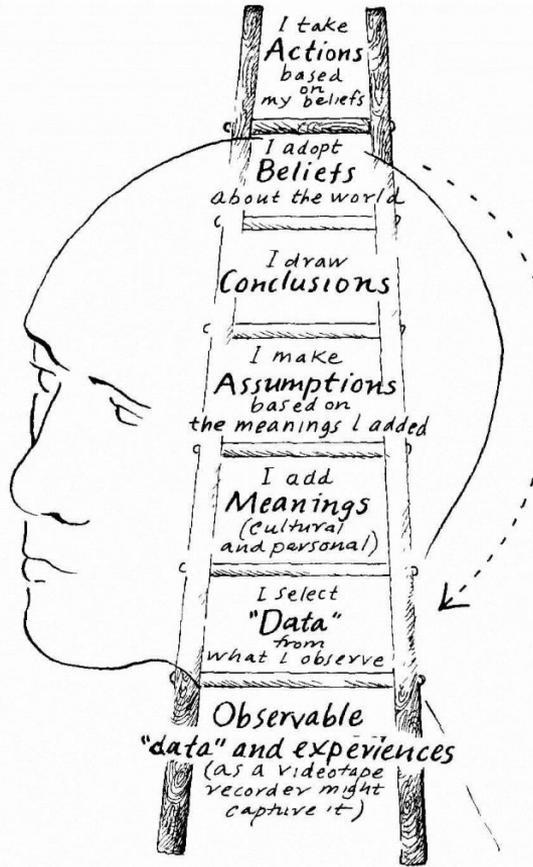
randstad





"La jeunesse aime le luxe. Elle est mal élevée, méprise l'autorité, n'a aucun respect pour ses aînés et bavarde au lieu de travailler. Les enfants qui parlent lorsqu'ils devraient écouter réclament des réformes."

Platon  
-4 siècle avant JC



The reflexive  
loop (our  
beliefs  
affect  
what  
data we  
select  
next  
time)



# employer branding

## le secret d'une marque employeur forte.

pour être pertinente une marque employeur  
doit prendre en compte 3 perspectives:



**marché de  
l'emploi**

**perspective  
employeur**

**perception  
des talents**

présentation de  
notre étude de  
marque employeur.



# qu'est-ce que l'étude randstad employer brand?

- La plus grande étude indépendante au monde sur la marque employeur
- Depuis plus de 20 ans
- Elle capture les **préférences** des candidats, les **employeurs les plus populaires** et les **critères** pris en compte lors de la recherche d'emploi.
- Une étude **représentative** qui s'appuie sur les opinions du grand public.

# 5'055

sondés  
en suisse

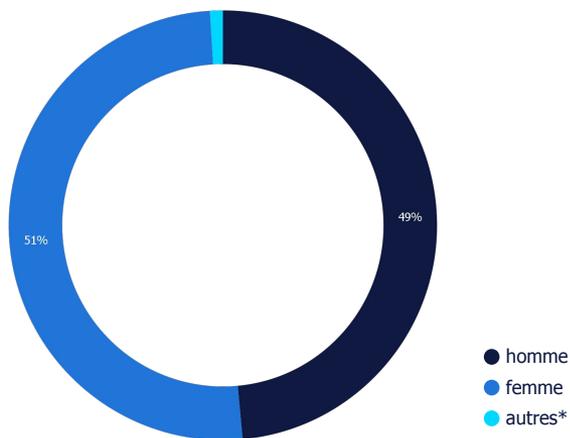


# composition de l'échantillon en suisse.

## démographie, niveau d'éducation, géographie

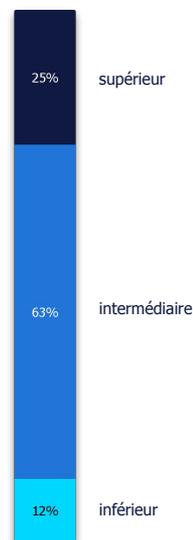


### genre

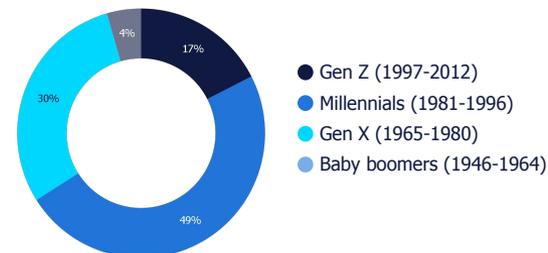


\* personnes non binaires, intersexuées, hommes transgenres, femmes transgenres, fluides et autres identités de genre ainsi que les personnes qui préfèrent ne pas répondre à la question.

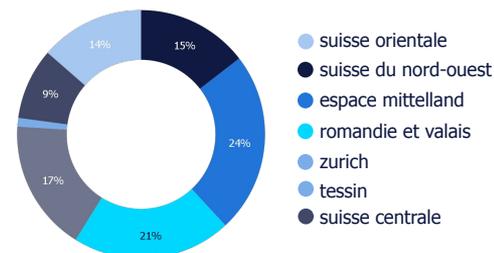
### niveau d'études



### âge



### région



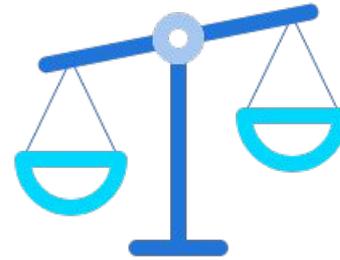
# structure de notre étude.



notoriété



attractivité



## critères d'attractivité

01 bonne santé financière

02 emploi intéressant.

03 bonne réputation

04 sécurité d'emploi

05 évolution de carrière

06 responsabilité sociale

07 idéalement situé

08 ambiance de travail agréable

09 bon équilibre entre le travail et la vie privée (work-life-balance)

10 salaire et avantages attractifs

# ce que souhaitent les employés potentiels.

top 3 des critères les plus importants au moment de choisir un employeur



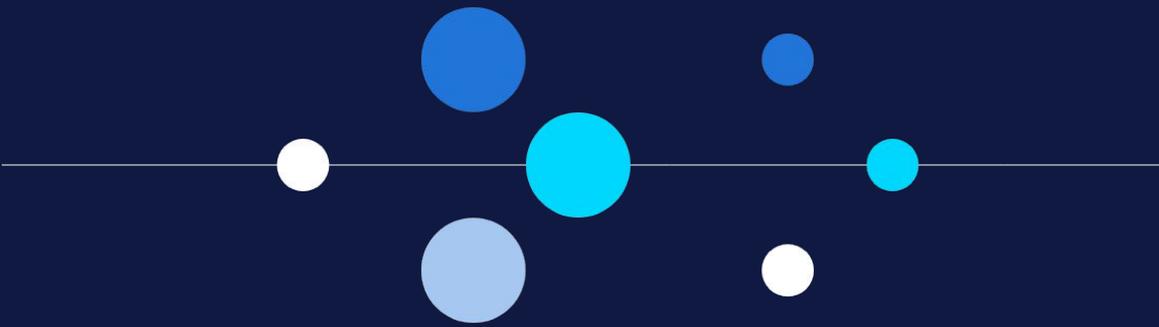
comment lire les scores indexés ci-dessus:

150: le facteur est choisi 50% plus souvent que le facteur moyen comme étant important

75: le facteur est choisi 25% moins souvent que le facteur moyen comme étant important

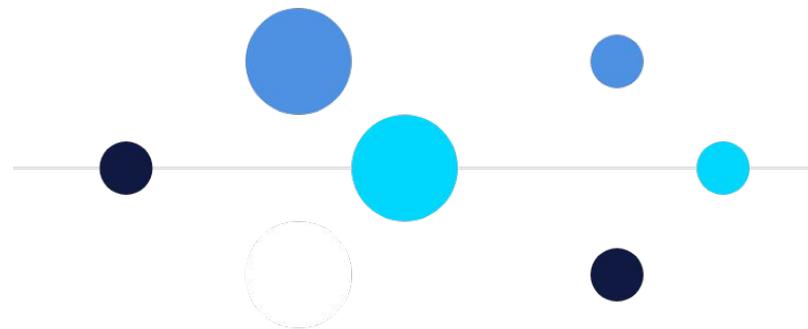
# gen z, quelle réalité?





**la jeune génération n'a  
pas de loyauté envers  
ses employeurs.**

# les jeunes sont plus enclins à changer d'employeur...



a changé d'employeur au 2nd semestre 2023

envisage de changer d'employeur au 1er semestre 2024



16%

24%

23%

27%



# ...mais pas sans raisons



■ 2023 ■ 2024

rémunération trop faible en raison de l'augmentation du coût de la vie



je cherche à améliorer mon équilibre vie professionnelle/vie privée



j'ai reçu une offre impossible à refuser



mon organisation n'est pas dirigée correctement



je manque d'opportunités d'évolution de carrière



je manque d'intérêt pour mon travail



rémunération trop faible en raison de l'augmentation du coût de la vie



je cherche à améliorer mon équilibre vie professionnelle/vie privée



je manque d'opportunités d'évolution de carrière



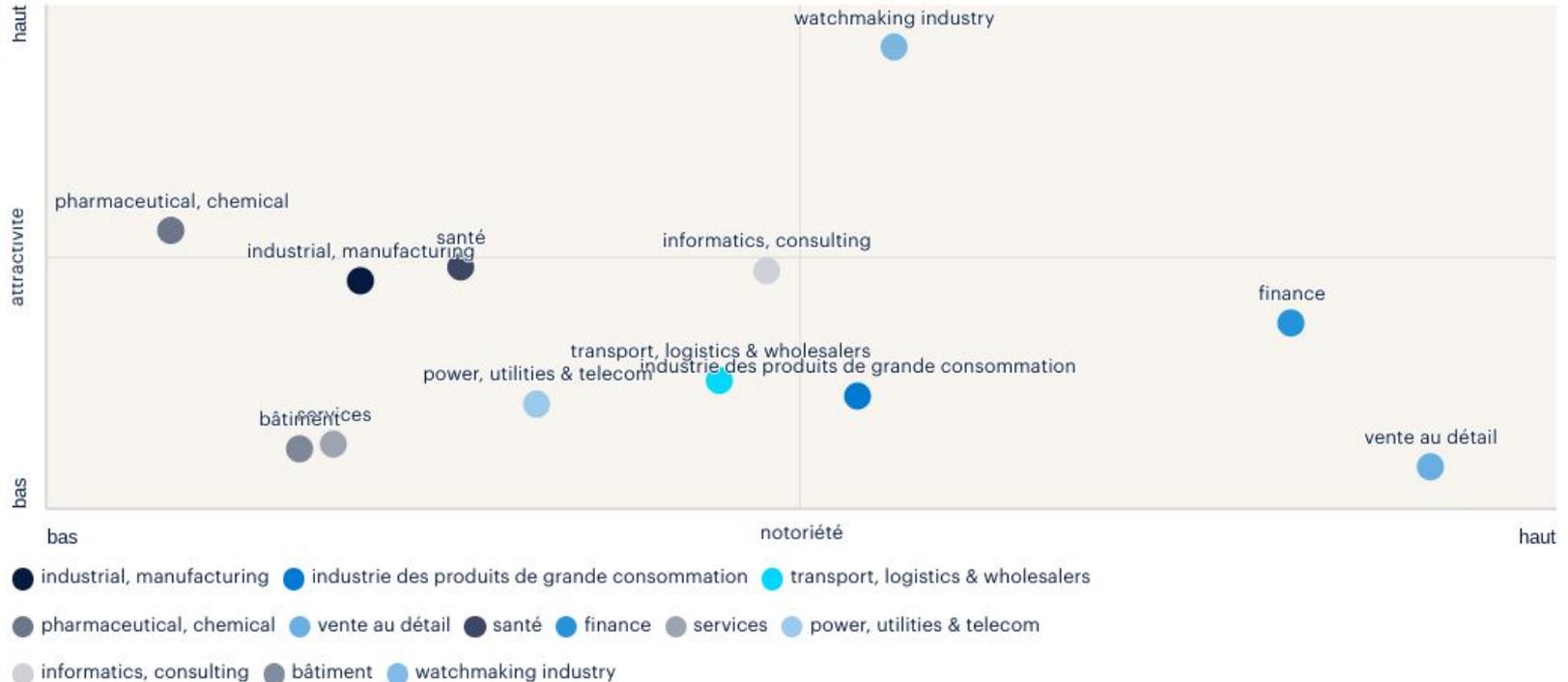
mon organisation n'est pas dirigée correctement



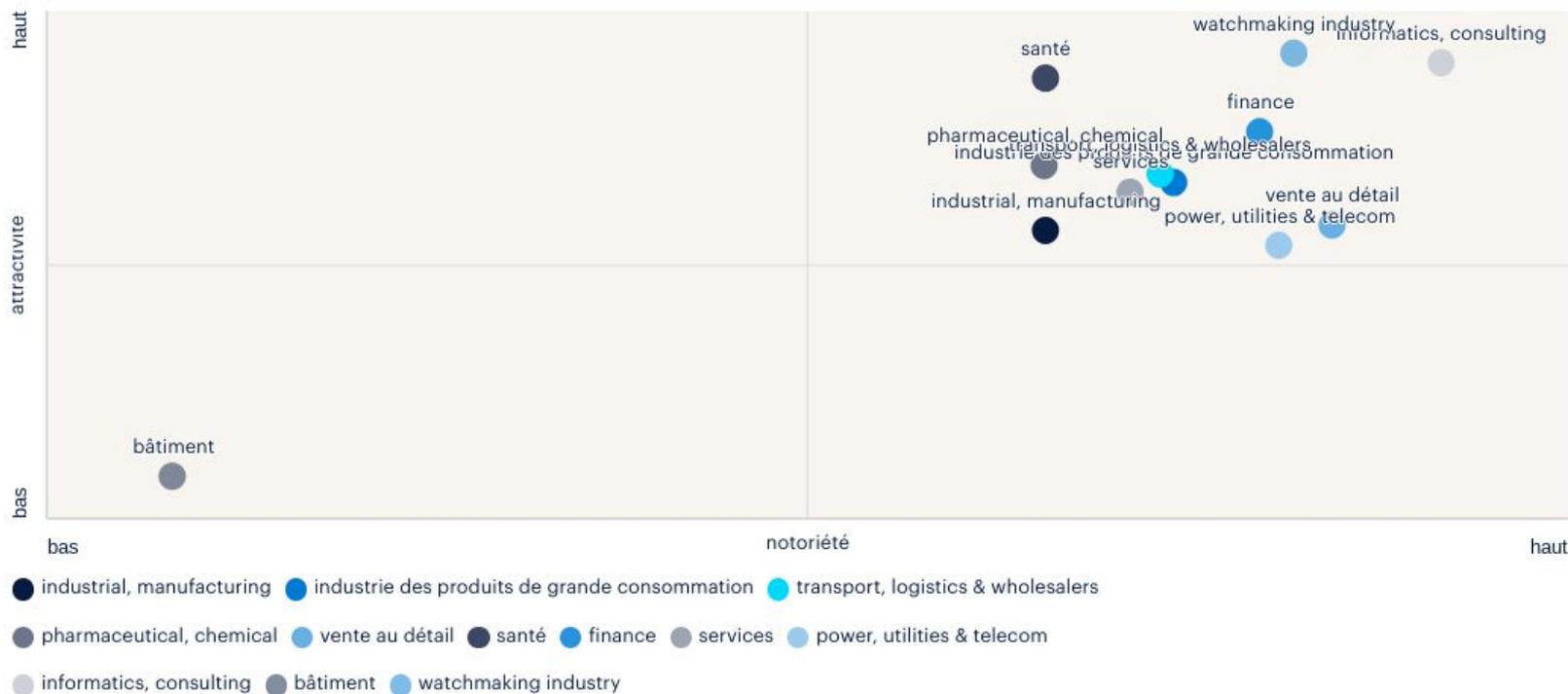
je manque d'intérêt pour mon travail

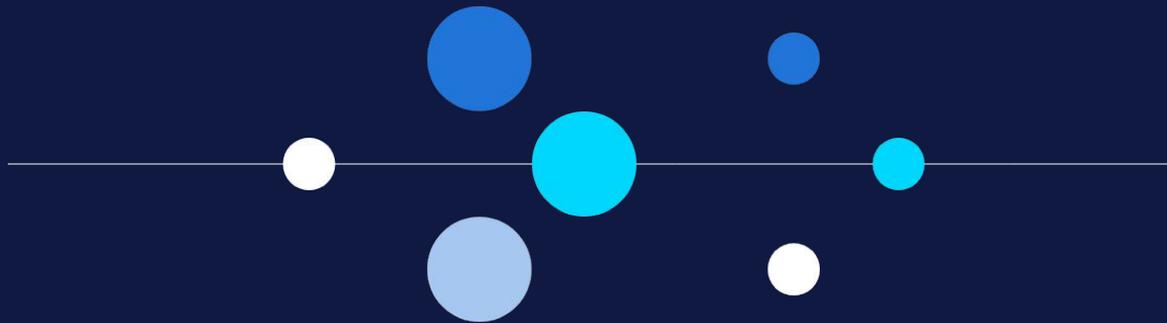


# quels secteurs ont force d'attraction?



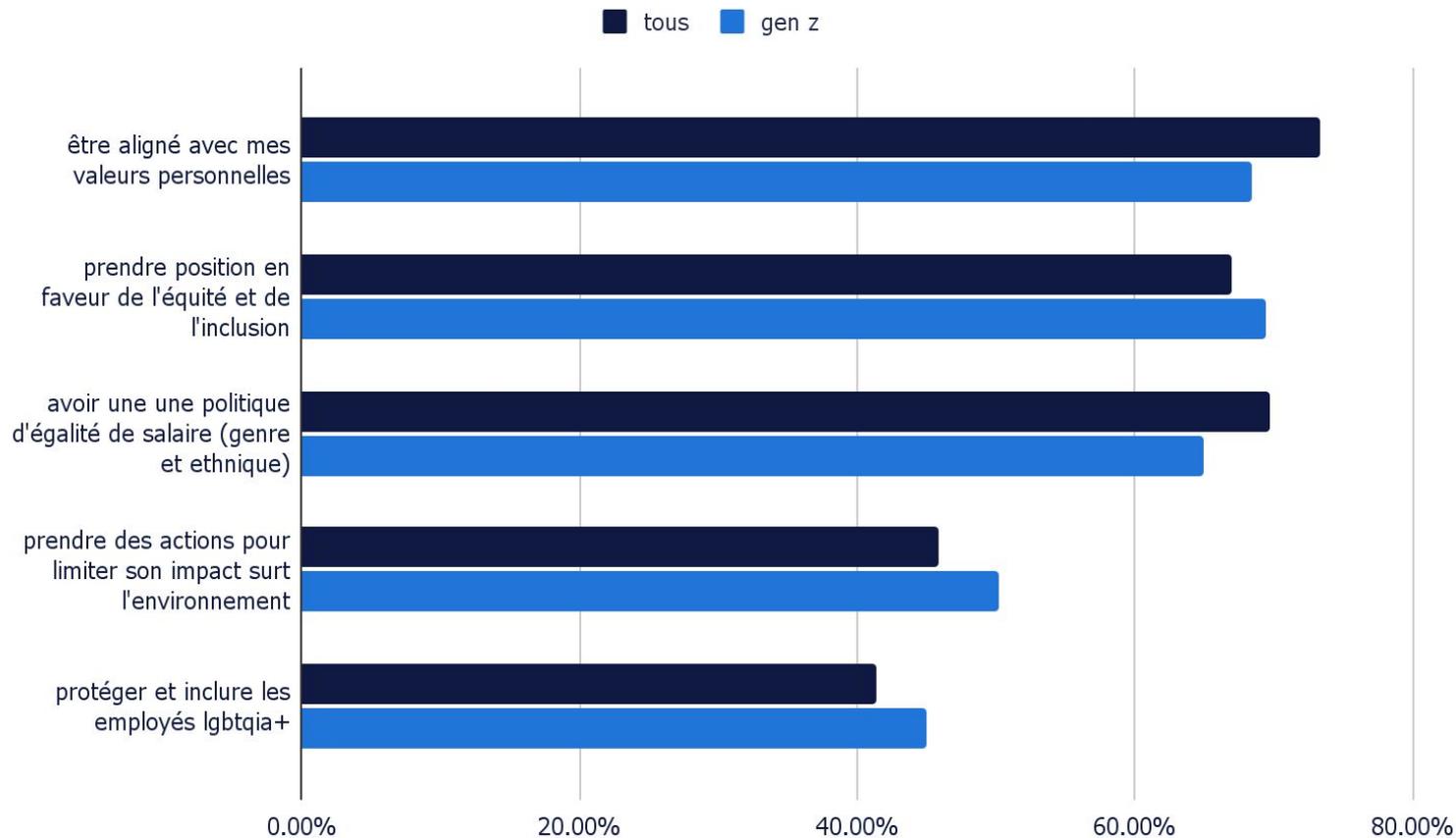
# pour gen Z (presque) tout attire leur curiosité





**la jeune génération attache  
plus d'importance à ses  
valeurs, la diversité et  
l'inclusion sur le lieu de  
travail.**

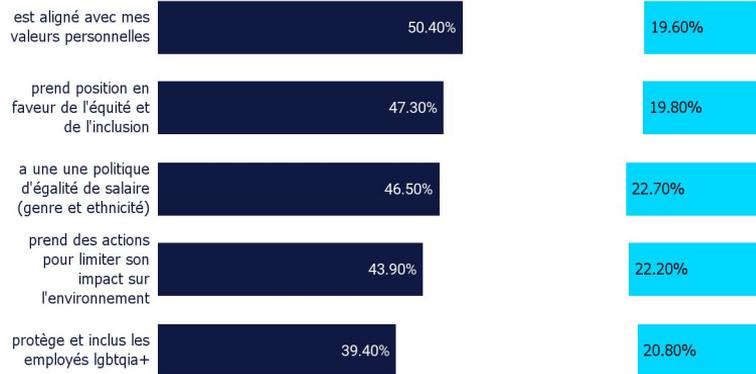
# mon futur employeur devrait...



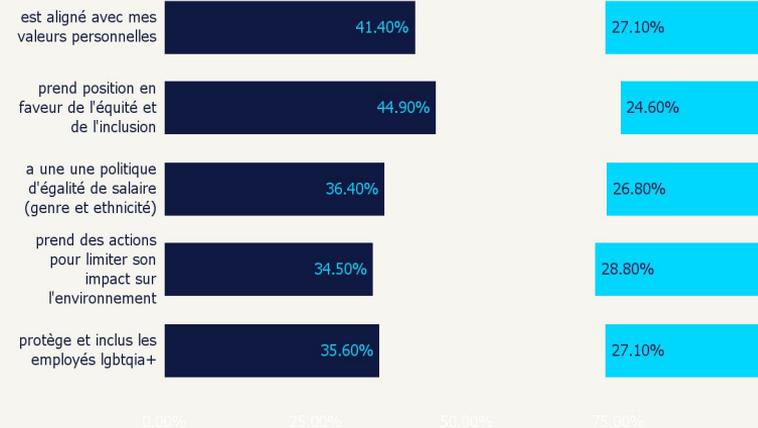
# mon employeur actuel est...

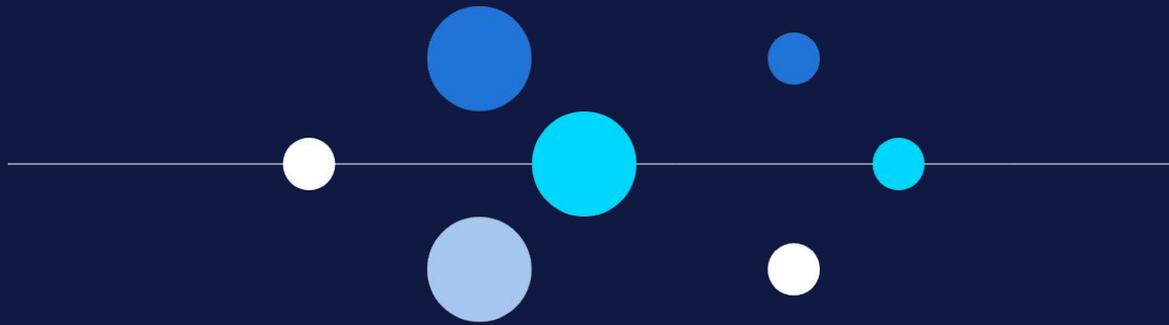


■ d'accord    ■ pas d'accord



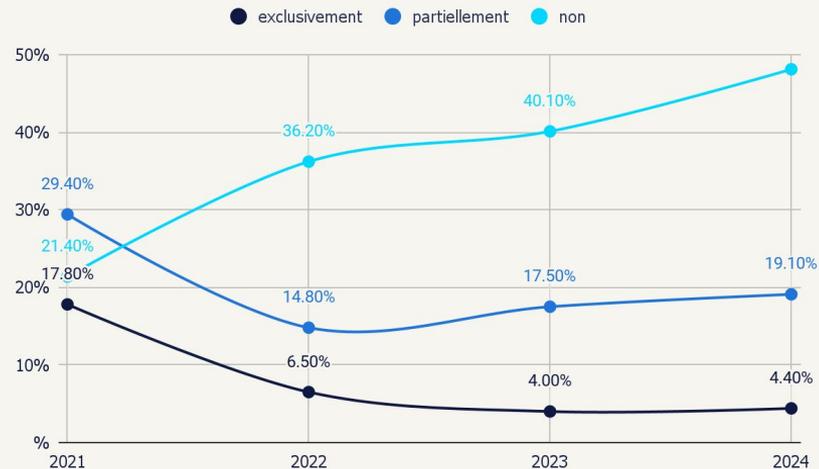
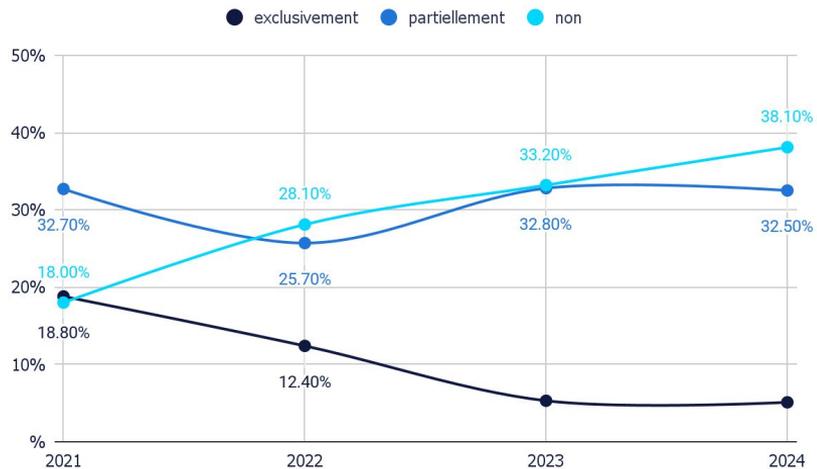
■ d'accord    ■ pas d'accord





**la génération Z préfère le  
travail à distance plutôt qu'en  
présentiel**

# je travaille à distance



# 82.4 %

préfèrent occuper un poste au moins en partie en présentiel.

# 55.8 %

souhaitent travailler complètement en présentiel.

# 17.6 %

souhaitent travailler complètement à distance.



Source: étude IHire, sondage de 1'093 membres de Gen Z, effectuée entre mars et avril 2024. (252 entreprises, et 57 industries)

quelques pistes  
concrètes.



quelques pistes concrètes  
pour maximiser l'attraction et l'intégration des  
jeunes générations.





## attire moi

**35%**

sont rebutés par le ton d'une annonce ou un intitulé de poste

**61%**

indiquent qu'ils étudient la diversité de la direction de l'entreprise

**80%**

des femmes ne contacteraient pas les employeurs au sujet d'opportunités si elle ne remplissent pas toutes les exigences

**14%**

de la gen Z envisagerait de travailler dans l'industrie et 26% déclarent qu'ils ne le feraient que pour une carrière à court terme

**39%**

découvrent les offres d'emplois via les réseaux sociaux



## guide moi

**80%**

des candidats rejetés sont plus susceptibles de postuler à nouveau s'ils ont déjà eu une expérience positive

**76%**

disent que ne pas avoir de retour après un entretien est plus frustrant que de ne pas avoir de nouvelles après un 1er rendez-vous amoureux

**94%**

Veulent recevoir un feedback qui apporte de la valeur

**78%**

aiment qu'on leur demande un retour (mais on leur demande jamais)

**A** l'écoute...  
... de la gen **Z**



## evalue moi

**71%**

des candidats abandonneraient un processus de postulation s'il prenait plus de 10 minutes ou était trop laborieux

**98%**

veulent postuler par smartphone (génération X incluse)

**83%**

se considèrent comme des "zappeurs" d'emplois, donc la sélection doit les évaluer par rapport à plusieurs emplois et façons de travailler.



## embauche moi

**68%**

des millennials et de la génération Z pensent que la dernière étape du processus devrait toujours être géré par des humains.

**66%**

des candidats souhaitent être informés davantage tout au long du processus global (pré-intégration).

**80%**

sont activement à la recherche d'une meilleure adéquation entre leurs valeurs et leur travail



## developpe moi

**49%**

quittent leur emploi au cours de la première année parce que le poste ne correspond pas à la description qui en a été faite

**93%**

priorisent le développement des compétences avant tout autre avantage

**74%**

veulent rester pertinents, apprendre et valoriser des compétences transférables, mais seulement 30 % des organisations prennent ces compétences en considération

**90%**

sont motivés par la justice sociale et la durabilité; ils veulent avoir un impact sur leur lieu de travail



conclusion.

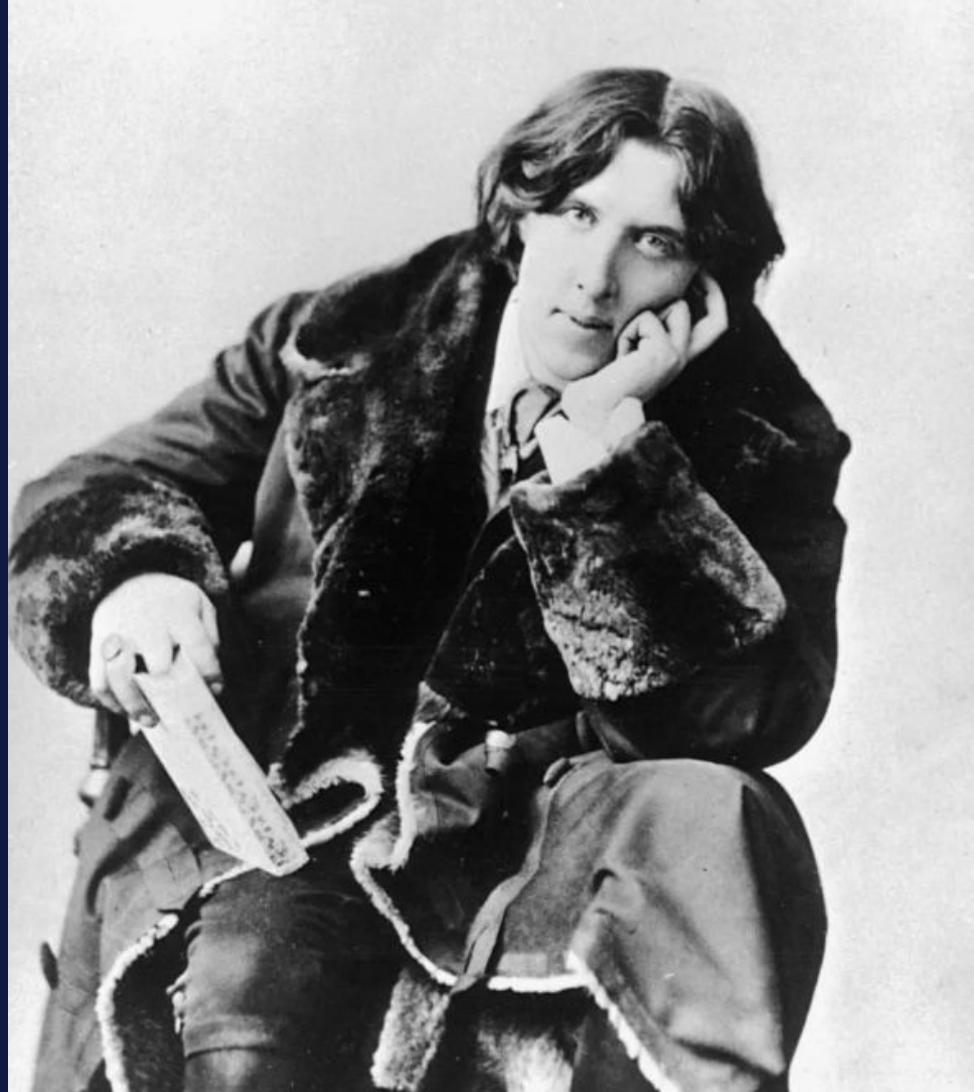




“La nouvelle génération est  
épouvantable et pourtant...

j’aimerais tellement en faire partie.”

Oscar Wilde  
1854-1900



# cliquez sur l'oeil pour un aperçu de l'étude

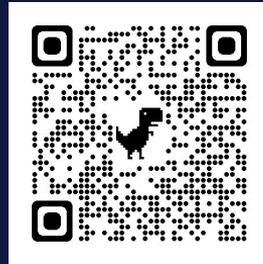


**Amandine Alikhashkin**

Head Key Accounts & Tender Desk

[amandine.alikhashkin@randstad.ch](mailto:amandine.alikhashkin@randstad.ch)

079 720 11 77



**Frédéric Dinot**

Directeur opérationnel

[frederic.dinot@randstad.ch](mailto:frederic.dinot@randstad.ch)

079 311 26 19



partner  
for talent.

