Challenges

Google, Airbnb, Facebook... Les rêves de la génération Z

Par Kira Mitrofanoff

Voir tous ses articles

Publié le 23-06-2016 à 16h03

A+ A-

De moins en moins d'élèves de prépa rêvent de travailler dans une multinationale à l'issue de leur formation. Ils sont aussi moins nombreux à vouloir entrer dans une entreprise pour "y faire carrière".

Je t'aime moi non plus... Entre les jeunes diplômés et les grandes entreprises, le désamour s'installe. Il prend même des proportions inquiétantes selon deux études sorties coup sur coup cette semaine. Ainsi, un peu plus d'un tiers, seulement, des élèves en prépa rêvent de travailler dans une multinationale à l'issue de leur formation contre la moitié il y a deux ans, selon l'enquête du NewGen Talent Centre de l'Edhec, publiée le 21 juin, qui a interrogé 2.930 élèves de classes

préparatoires aux écoles de commerce. De même, la 14ème édition de l'Observatoire des Grandes Ecoles, publiée par la société conseil en RH Gallileo le 22 juin, montre que l'ambition d'entrer dans une entreprise pour « y faire sa carrière » n'est plus un objectif qui motive les futurs cadres.

« Six jeunes diplômés sur 10 recherchent en priorité un poste de 2-3 ans à même de valoriser leur profil pour accéder plus rapidement à des postes-clés dans une autre entreprise », constatent ses auteurs qui ont sondé 1.900 étudiants des 20 meilleures écoles d'ingénieur et de management en France. Dans des proportions équivalentes, ils veulent aussi un métier polyvalent avec des taches diversifiées et un parcours à l'international. Plus spectaculaire encore, en 4 ans, la catégorie des étudiants « ambitieux », ceux qui visent une rémunération élevée dans une entreprise prestigieuse, est devenue minoritaire (40% contre 60% en 2012) aux dépens des « passionnés », prêts à faire des concessions pour travailler dans le secteur de leur rêve et des « hédonistes », qui privilégient l'épanouissement personnel.

"Biberonnés avec Google, Airbnb et Facebook"

Ainsi, les entreprises, dont les grandes fonctions sont organisées en silo et souvent fortement hiérarchisées, ont de plus en plus de difficultés à fidéliser la génération Z, ceux nés dans les années 90. « On a des flopées de Centraliens, Sciences Po et HEC qui quittent leur employeur six à huit mois après leur embauche », raconte Manuelle Malot, directrice Carrière et Prospective de l'EDHEC. Parmi les principaux reproches exprimés par ces têtes bien faites, mais qui ne tiennent pas en place : le manque de *feed back* de la hiérarchie, des postes trop standardisés ou encore la lenteur des prises de décision.

Une jeune diplômée se désole ainsi d'avoir passé 6 mois sur la nouvelle typographie du P de Poulain, la marque de chocolat du groupe américain Mondelez (ex Kraft Foods). « Pour cette génération imprégnée de la culture du zapping et de l'immédiateté, dont les cursus leur permet d'être assez touche à tout, c'est un problème », explique Quentin Ballu, directeur du pôle RH et Marketing de Gallileo, en charge de l'Observatoire. « Ils ont été biberonnés

avec Google, Airbnb et Facebook, qui ont réussi très vite, et ça les fait rêver », complète Manuelle Malot. Ainsi, selon les chiffres du NewGen Talent Centre de l'Edhec, la proportion de ceux qui ambitionnent de travailler dans une start-up ou une PME a tout simplement doubler en deux ans, pour atteindre 29% !

Ces profils de jeunes diplômés obligent les grands groupes à se réformer profondément. Les hiérarchies pyramidales doivent être comprimées autant que possible pour favoriser un management de proximité. « Il faut leur proposer des programmes transverses sur différentes fonctions, affirme Quentin Ballu, alors que Manuelle Malot prône un travail 'entrepreneurial' avec un accompagnement de type mentorat. ». Tous les deux mettent en garde contre des promesses qui ne collent toujours avec les valeurs de l'entreprise. La déception est d'autant plus forte. Et la séparation précoce.