

Une autre relation au travail ?

Par **Olivia Leprope**

On les dit parfois fainéants ou démotivés. Et si c'était en réalité le monde professionnel qui ne s'adapte pas assez aux jeunes, en quête de sens et d'équilibre ?

Travailler pour vivre, et non vivre pour travailler. Tel pourrait être le mantra de la génération Z, ces jeunes d'une vingtaine d'années qui débarquent sur le marché de l'emploi avec des exigences précises. Des fainéants, la « Gen Z » ? Pas de raccourcis hâtifs, met en garde Joël Poilvache, district director chez Robert Half, un cabinet de recrutement. Pour lui, il ne s'agit pas d'un manque de motivation, « mais c'est vrai qu'ils posent plus facilement des limites. Une réalité peut-être due à une maturité plus rapide. »

Nés entre le milieu des années 1990 et le début des années 2000, leurs points d'intérêt diffèrent de ceux de leurs aînés. Une tendance confirmée par une étude menée pour la douzième année par Deloitte. « Une nouveauté apparue l'an dernier se confirme : un focus sur le bien-être mental, ainsi que sur l'équilibre entre vies professionnelle et privée », confirme Nathalie Van Daele, en charge du Human Capital en Belgique et en Europe pour le cabinet d'audit.

La moitié des jeunes disent se sentir épuisés par la charge de boulot. Arthur, actif dans la consultance depuis septembre 2022, ne pense d'ailleurs pas y rester longtemps. Trop de stress. « Je dois livrer des projets régulièrement et il y a souvent des incompréhensions qui font que chaque fin de projet est un rush, avec de la pression. »

Des jeunes en quête de sens

L'enquête indique que 35 % de la Gen Z ont

déjà refusé un emploi qui ne correspondait pas à leurs valeurs. C'est encore plus prononcé lorsqu'il s'agit de sélectionner une entreprise (44 %). Même si tous n'ont pas le choix. Après une formation en sciences politiques et relations internationales, Emma, 24 ans, a envoyé près d'une centaine de candidatures, en vain. Elle a multiplié les initiatives (séjours à l'étranger pour améliorer sa maîtrise des langues, master complémentaire...) afin de mieux correspondre aux attentes... sans succès. Une désillusion qui l'a poussée à accepter un travail parce qu'elle y connaissait quelqu'un. Pourtant, « le critère numéro un, pour moi, c'est un métier qui correspond à mes valeurs ». Elle pointe du doigt les « bullshit jobs », ces emplois pour lesquels « on ne sait pas trop ce qu'on fait là, pourquoi on est engagé et à quelle étape de la chaîne on se trouve ». « Le manque de sens, c'est ce qui touche le plus notre génération, corrobore François, diplômé en juin 2022. Certains continuent parce qu'on leur a toujours dit qu'il fallait travailler, un point c'est tout. »

Chez les travailleurs de plus de 45 ans, la famille et les amis étaient la préoccupation principale et le travail venait juste derrière, bien devant les loisirs, reprend Nathalie Van Daele. « Chez les millenials, l'emploi est redescendu d'un cran, et chez la Gen Z, il se trouve encore plus bas », au même niveau que les loisirs et le sport. De plus en plus de jeunes ont, par ailleurs, outre leur fonction principale, une autre source de revenu, sorte de « deuxième job », cette fois liée à un hobby. Un héritage de la période Covid.

L'indispensable flexibilité

Emma se voit « avec plein de petites planètes » autour d'elle : « Mes amis, ma famille, le travail... mais ce dernier n'est pas



Bien-être mental et équilibre entre vies privée et professionnelle sont essentiels à la Gen Z.

« Si la boîte ne performe pas, ce n'est pas mon problème, je ne lui dois rien. »



GETTY IMAGES

du tout le plus important. » Pour elle, les précédentes générations se définissaient davantage par leur travail, tandis que les jeunes aspirent à un meilleur équilibre entre vie privée et vie professionnelle. La Gen Z est aussi celle de la flexibilité, acquise lors de la crise du Covid. Arthur estime « inenvisageable » de repasser à 100 % en présentiel. Comme 87 % des jeunes, révèle l'enquête Deloitte.

Les cabinets de recrutement et les spécialistes des ressources humaines observent néanmoins une constante : la rémunération revêt toujours un caractère

important, même si la composition du package salarial évolue. Moins d'attrait pour la voiture de société, mais davantage pour un budget mobilité, par exemple.

Surtout, selon Frank Vander Sijpe, directeur HR Trends & Insights chez Securex, le pouvoir de la négociation aurait changé de camp. « La Gen Z est dans une position privilégiée. Ces jeunes mettent la barre plus haut, parce qu'ils ont davantage le choix. Si l'employeur ne satisfait pas le candidat à l'entretien, il ne fait aucun doute que ce dernier trouvera ailleurs. »

On note aussi un décalage entre les jeunes recrues et leurs collègues plus âgés sur le plan de l'implication : « Ils travaillent comme si c'était leur entreprise, relève Arthur. Si elle ne va pas bien, c'est comme si toute leur vie allait en pâtir. Moi, si la boîte ne performe pas, ce n'est pas mon problème, je ne lui dois rien. »

La fin du CDI à tout prix

Occuper le même poste cinq ou dix ans ? Très peu pour Emma. « On veut aller deux ou trois ans quelque part, puis bouger ailleurs. » François abonde. « Quand j'ai quitté mon job de neuf mois, j'avais l'opportunité d'y rester deux ans de plus, mais j'avais prévu un voyage. Un projet personnel plus important pour moi que de rester "dans l'espoir d'avoir un jour un CDI". Avoir un CDI, oui, mais pas par-dessus tout. »

Si le contrat à durée indéterminée représente toujours une valeur sûre, on note un regain d'intérêt pour les missions temporaires. « Cela permet de se tester dans un environnement, dans une fonction, détaille Frank Vander Sijpe, et puis seulement de décider de s'établir si cela plaît. Si pas, changer d'emploi sera plus rapide. »

Les entreprises devront donc s'adapter, au risque de voir filer les jeunes recrues, prédit l'expert de Securex. A elles de « bien expliquer au travailleur pourquoi il est là, d'offrir des défis à relever, des opportunités de développement et de formation ». Sans oublier de mettre en avant les valeurs de l'entreprise, notamment sur la durabilité et le climat, thématiques chères à la Gen Z. ●

le vif.

Tout courrier sauf abonnements :
rue de la Fusée 50 (boîte 6), 1130 Bruxelles.
E-mail : levif@levif.be
Tél. : 02 702 47 01
www.levif.be

Editeur : Karen Hellemans

RÉDACTION LE VIF

Rédactrice en chef : Anne-Sophie Bailly
Rédacteur en chef adjoint : Gérald Papy
Responsable éditoriale levif.be : Mélanie Geelkens
Edition finale :
Nathalie Duetz, Delphine Kindermans,
Pascal Stevens

Journalistes : Thomas Bernard, Nicolas De Decker, Thierry Denoël, Guillaume Gautier, Soraya Ghali, Benjamin Hermann, Elise Legrand, Olivia Lepropre, Christophe Leroy, Ludivine Ponciau, Nathan Scheirlinckx, Noé Spies, Laurence van Ruymbek

Directrice artistique : Valérie Gay
Mise en pages : Frederico Anzalone, Christophe Erhat, Olivia Hallet

Portraits illustrés :
Julien Kremer

SERVICE MARKETING & PROMOTION

Administration : Sophie Coulon
Product Manager : Jeroen Van Raemdonck

LE VIF WEEKEND

Rédactrice en chef adjointe : Fanny Bouvry

FOCUS VIF

Rédacteur en chef : Laurent Raphaël

RÉGIE PUBLICITAIRE nationale

Roularta Advertising, rue de la Fusée 50 (boîte 6)
1130 Bruxelles.

Tél. : 02 702 45 11 www.roulartamedia.be

Directeur général : philippe.belpaire@roularta.be

National Sales Director :

mireille.de.braekeleer@roularta.be

PUBLICITÉS RUBRIQUES

Account Director : sandra.seghers@roularta.be

ABONNEMENTS EN BELGIQUE

www.mesmagazines.be
Les abonnés ont aussi accès en ligne aux autres titres de Roularta Media Group sur PC, smartphone et/ou tablette via l'application Mes Magazines.
Prix au numéro : 7,70 euros

Abonnement en Belgique : 375 euros/an
Abonnements à l'étranger : prix sur demande

Le Vif Voyages :

Tamara Deca / www.levifcroisieres.be

Le Vif Shop : Tamara Deca / www.levifshop.be

Le Vif, Le Vif Weekend et Focus Vif sont des publications de Roularta Media Group S.A.,

Meiboomlaan 33, 8800 Roeselare,

tél. : 051 26 61 11

Président : Rik De Nolf

Administrateur délégué : Xavier Bouckaert

Editeur responsable : Sophie Van Iseghem

p/a Roularta Media Group NV, Meiboomlaan

33, 8800 Roeselare.

Imprimerie : Roularta Printing

Ce magazine est protégé par le droit d'auteur. Vous souhaitez scanner des articles, les stocker électroniquement, les imprimer, les copier à de nombreux exemplaires ou les utiliser commercialement ?

Contactez Ann Van de Walle :
ann.van.de.walle@roularta.be

Vous n'avez pas reçu votre magazine ?
Compte.mesmagazines.be

Tél. 0800 20 291

Gérer votre abonnement ? Plus d'informations concernant votre abonnement ?

Compte.mesmagazines.be

Tél. 078 35 33 03

info@mesmagazines.be



Les annonceurs peuvent choisir de compenser les émissions de CO₂ de leur campagne média. Plus d'infos? Scannez le code QR.

