

SWISSskills

Les attentes de la génération Z vis-à-vis du monde du travail

Quels sont les facteurs décisifs pour attirer, développer
et fidéliser à long terme les jeunes talents entre 18
et 27 ans en Suisse ?

Étude SwissSkills 2023



Introduction

Attirer, développer et fidéliser les jeunes talents est l'un des principaux défis actuels des entreprises. La concurrence croissante pour attirer les travailleurs talentueux est exacerbée par l'évolution démographique et la pénurie de main-d'œuvre qualifiée. En parallèle, le monde du travail connaît une mutation effrénée, tout comme les attentes et les besoins de la génération Z vis-à-vis de leurs employeurs.

L'étude SwissSkills ***Les attentes de la génération Z vis-à-vis du monde du travail*** a été menée afin d'examiner les exigences et les motivations de la génération Z en Suisse vis-à-vis du monde du travail et de ses employeurs. Comment attirer et recruter durablement la génération Z ?



Conception de l'étude



L'étude **SwissSkills** a été menée en coopération avec **Kitoko People**. Le sondage en ligne a porté sur **600 personnes** âgées de 17 à 27 ans et issues de **toute la Suisse**. Les personnes interrogées étaient les ambassadeurs SwissSkills ainsi que les participants aux SwissSkills 2022. Parmi elles, 460 Alémaniques, 100 Romands et 40 Italophones. L'enquête a englobé des professions des branches les plus diverses telles que la construction, l'industrie, l'alimentation, l'informatique, l'hôtellerie-restauration, les arts, le commerce, le commerce de détail, la santé et le social.

En plus de l'enquête représentative en ligne, des groupes de discussion qualité ont été organisés dans les trois régions linguistiques. Ces **groupes de discussion** ont été utilisés pour améliorer la compréhension des résultats quantitatifs du questionnaire. L'approche systématique et la formulation de questions spécifiques ont livré des résultats révélateurs et des avis authentiques. Les groupes de discussion, hétérogènes en termes d'âge, de sexe et de profession, ont été mis en place par SwissSkills. Les données ont été collectées entre mars et mai 2023.

Un aspect important était que des participants motivés et ambitieux soient représentés. En se qualifiant aux championnats des métiers SwissSkills, les jeunes ont démontré qu'ils faisaient partie des **meilleurs dans leur branche**. Selon une étude du D^r Margrit Stamm, les participants des SwissSkills sont des jeunes personnes ayant un **intérêt professionnel particulièrement développé** et désireuses d'aller de l'avant. Elles disposent en outre de **compétences transversales** (résistance au stress, persévérance, ténacité, etc.).

Résumé exécutif

Attirer les jeunes talents

- Une bonne ambiance de travail, l'équipe, les collègues sont les facteurs prédominants pour choisir un employeur, tant pour les femmes (94 %) que pour les hommes (87 %).
- Le salaire n'est pas le critère principal, ni pour les femmes (31 %) ni pour les hommes (27 %).
- Les hommes accordent nettement plus d'importance à la modernité de la technique et de l'infrastructure (35 %), tandis que les femmes sont plus intéressées par un bon équilibre entre vie professionnelle et vie privée (53 %).
- La recherche d'emploi via des annonces traditionnelles arrive en tête pour les deux sexes (80 %), suivie par les contacts personnels (75 %).
- Les réseaux sociaux ne jouent pas de rôle majeur dans la recherche d'emploi, à l'exception de LinkedIn (30 %).

Développer les jeunes talents

- L'exigence principale, et de loin, vis-à-vis des cadres est l'estime, notamment sous forme de confiance et de respect (78 % pour les femmes et 77 % pour les hommes).
- L'honnêteté et la communication ouverte arrivent en deuxième position dans les attentes, tant pour les femmes (65 %) que pour les hommes (61 %).
- Le manque de possibilités d'avancement est un facteur qui incite à changer d'entreprise, tant pour les hommes (35 %) que pour les femmes (32 %).
- L'implication dans la prise de décision est nettement plus importante pour les hommes (18 %), tandis que les femmes sont plus sensibles à l'égalité des chances (25 %).

Fidéliser les jeunes talents

- Les trois principales raisons qui incitent les jeunes à quitter une entreprise sont de nature interpersonnelle : mauvaise ambiance de travail (64 %), estime insuffisante (62 %) et insatisfaction vis-à-vis du supérieur hiérarchique (41 %).
- La sécurité de l'emploi est un facteur important tant pour les femmes (50 %) que pour les hommes (44 %), même en période de taux de chômage bas et de pénurie croissante de main-d'œuvre qualifiée.
- 49 % des hommes peuvent s'imaginer rester plus de quatre ans dans leur entreprise actuelle, contre seulement 34 % des femmes.
- Les formations et des perfectionnements (23 %), des vacances supplémentaires (17 %) et les bonus (14 %) sont les avantages les plus appréciés en plus du salaire.

Sommaire

- | | | | |
|---|----------------------|---|-------------------------|
| 1 | GROUPE CIBLE | 4 | DÉVELOPPER LES TALENTS |
| 2 | RECRUTEMENT | 5 | FIDÉLISER LES TALENTS |
| 3 | RECRUTER LES TALENTS | 6 | PRINCIPALES CONCLUSIONS |

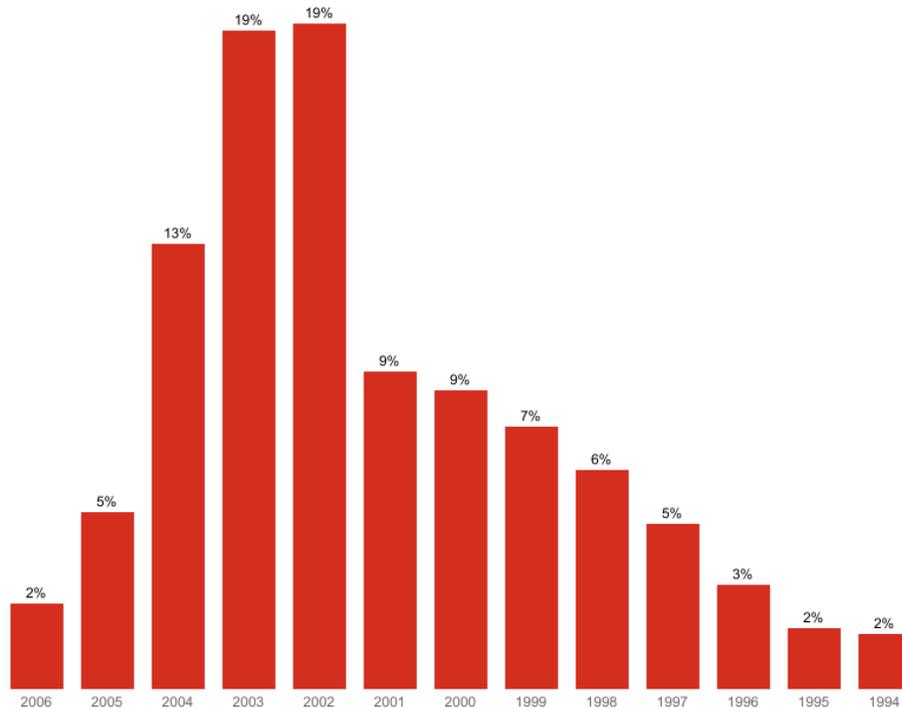
Définition de la Gen Z

La génération Z, également appelée Gen Z, comprend les personnes nées entre 1995 et 2010. Cette génération se distingue des générations précédentes sur plusieurs points importants. Ses caractéristiques typiques sont l'**affinité avec le monde numérique**, la **diversité culturelle**, la **conscience des valeurs** et un **besoin d'autonomie**. Comment cette tranche d'âge choisit-elle ses employeurs ? Quels sont les facteurs décisifs ? Quelles sont les motivations derrière un changement d'entreprise ? Quelles sont les attentes vis-à-vis de la direction et de l'entreprise ?



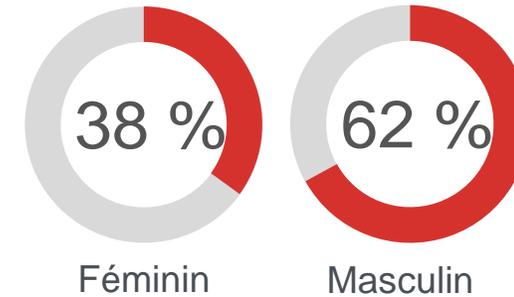
Groupe cible

Années de naissance de la Gen Z



Données en pourcent | Base : total des sondés (n = 576)

Sexe



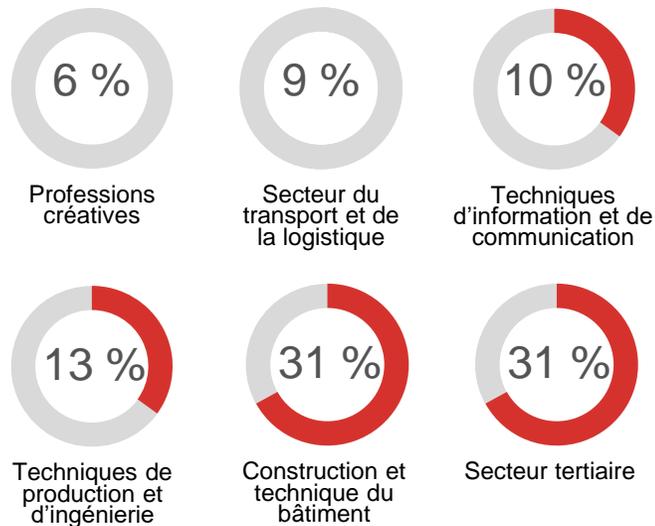
Données en pour cent | Base : total des sondés (n=588)

Pour l'étude SwissSkills, c'est la génération Z qui a été retenue comme groupe cible. La taille de l'échantillon est de n = 600, âgés de 17 à 27 ans. Il comprend 221 femmes et 367 hommes. Ce nombre représentatif garantit la prise en compte de différents avis et perspectives dans l'enquête. Le nombre significativement plus élevé de sondés masculins ne signifie pas qu'ils étaient plus motivés à y participer, mais reflète simplement le nombre plus élevé de participants masculins aux SwissSkills.

Groupe cible

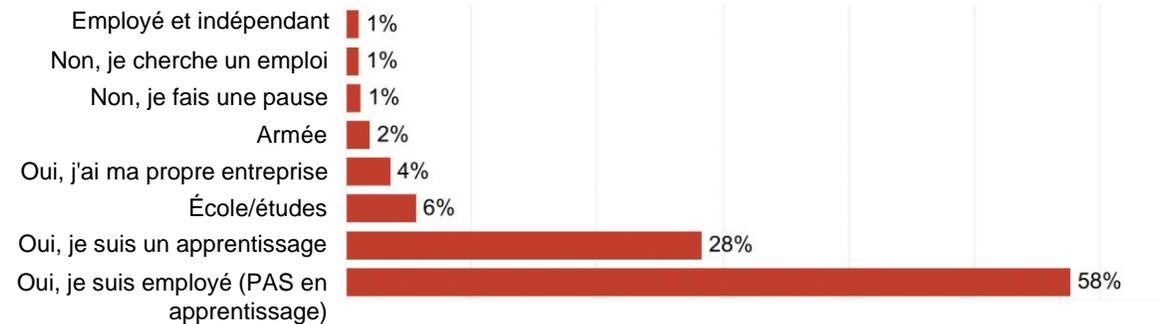
Les sondés de la génération Z sont issus de **contextes professionnels différents**, ce qui permet d'explorer les différences et les similitudes entre les secteurs. Les plus grands contingents proviennent du secteur de la construction et de la technique du bâtiment (31 %) ainsi que du secteur des services (31 %). En ce qui concerne l'emploi, la grande majorité a terminé son apprentissage et travaille actuellement (58 %). Près du tiers des participants (28 %) sont encore en formation. Une condition préalable pour participer à l'enquête était que les sondés aient **terminé** ou **soient en train de terminer** leur apprentissage.

Aperçu des branches



Données en pour cent | Base : total des sondés (n = 598)

Emploi



Données en pour cent | Base : total des sondés (n = 600)

Légende des branches



Construction et technique du bâtiment

- Construction, technique du bâtiment, aménagement intérieur
- Nature, environnement



Techniques de production et d'ingénierie

- Industrie, technique



Secteur tertiaire

- Alimentation, denrées alimentaires
- Hôtellerie et restauration, tourisme
- Santé, social
- Commerce, vente
- Éducation
- Administration publique, justice, sécurité
- Secteur commercial
- Sport, bien-être



Professions créatives

- Art, design, culture, mode



Techniques de production et d'ingénierie

- Informatique
- Médias, information, communication

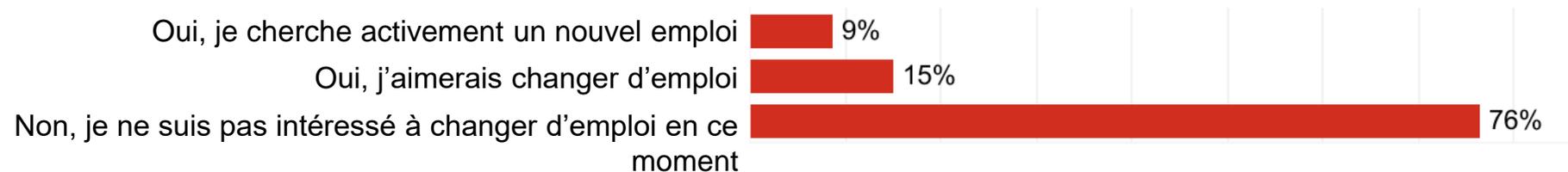


Secteur du transport et de la logistique

- Transport, véhicules, logistique

Tu recherches un nouvel emploi ?

La grande majorité des sondés (76 %) ne sont **pas** intéressés par un changement d'emploi pour l'instant. Cela souligne la **motivation** des employé-e-s à vouloir rester à leur poste. Près d'un quart (24 %), déclarent souhaiter changer d'emploi, dont un peu plus de la moitié (15 %) recherchent activement un nouvel emploi.



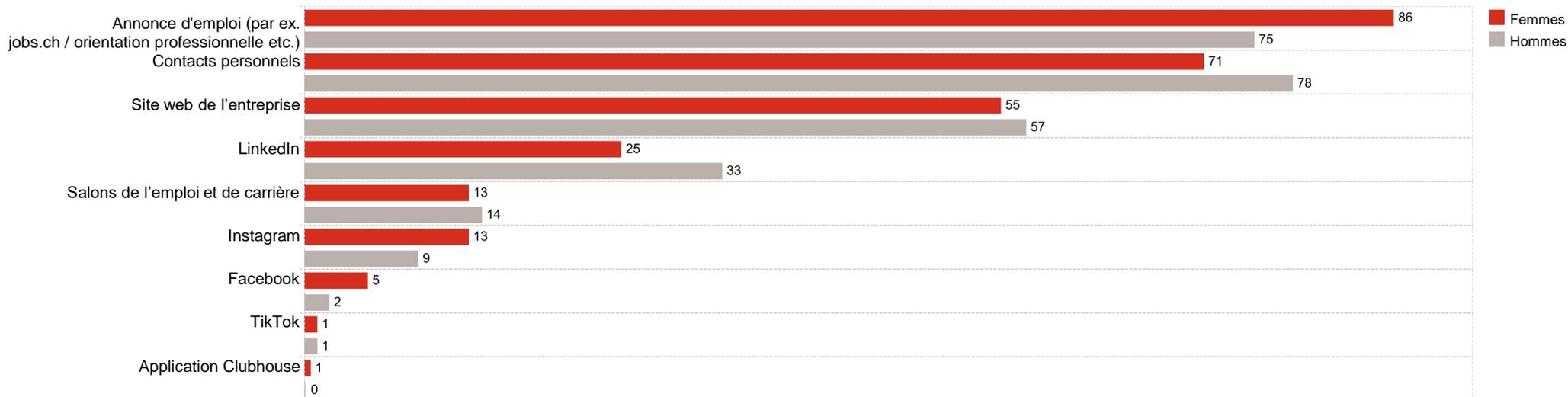
Données en pourcent | Base : total des sondés (n = 579)

« Un changement après l'apprentissage est important pour **grandir** et surtout, pour se présenter sous une autre forme ».

- Gen Z, Suisse italophone

Où cherches-tu ou chercherais-tu un nouvel emploi ?

L'enquête a révélé que la recherche de nouveaux postes se faisait principalement par le biais d'**offres d'emploi** et de **contacts personnels**. A cet égard, les femmes privilégient les offres d'emploi (86 %) et les hommes les contacts personnels (78 %). La moitié des sondés cherchent à accéder à l'entreprise via son **site web**. On ne constate ici aucune différence entre les sexes. Contrairement à l'hypothèse que les réseaux sociaux constitueraient actuellement une plateforme importante pour la recherche d'emploi, seul **LinkedIn**, avec près de 30 %, est jugé comme un outil pertinent par les sondés, et plutôt chez les hommes.



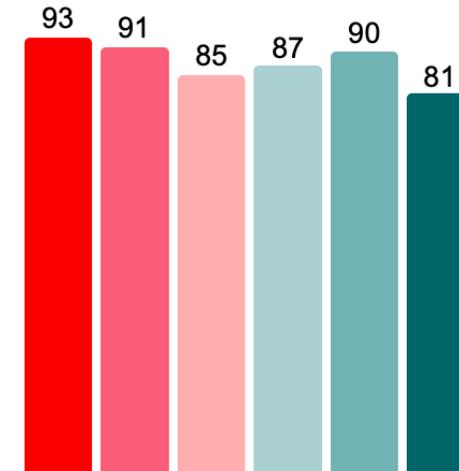
Données en pourcent | Base : total des sondés (n = 570)

Comparaison sectorielle - Quels sont, selon toi, les facteurs décisifs pour choisir une entreprise ? (Facteurs d'attraction)

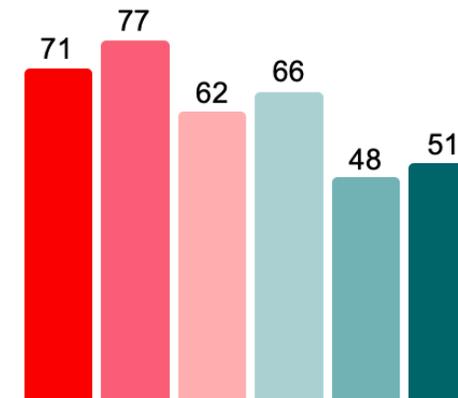
La partie ci-après traite des différences sectorielles en ce qui concerne les facteurs de décision pris en compte lors du choix d'une nouvelle entreprise. **Tous secteurs confondus**, il apparaît clairement qu'une **bonne ambiance** de travail, une **bonne équipe** et de **bons collègues** sont des **arguments forts** pour inciter les sondés à choisir une entreprise (de 81 % à 93 %).

Pour la génération Z, il est primordial d'exercer un travail qui a du sens. Ils sont nombreux à préférer une entreprise qui donne du sens à leur travail à une entreprise qui les rémunère plus.

- Construction et technique du bâtiment
- Secteur tertiaire
- Techniques de production et d'ingénierie
- Construction et technique du bâtiment
- Professions créatives
- Secteur du transport et de la logistique



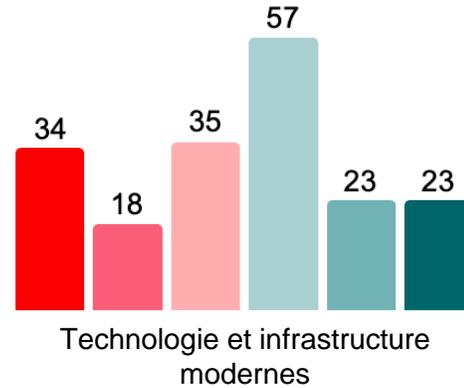
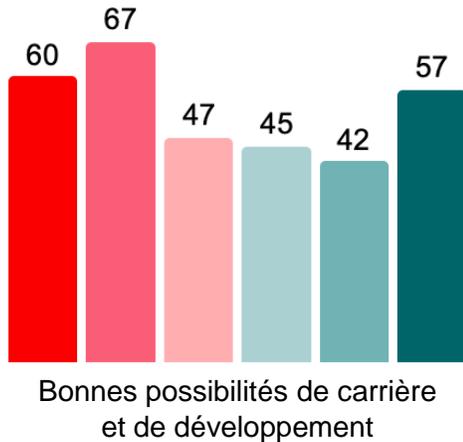
Une bonne ambiance de travail, l'équipe, les collègues



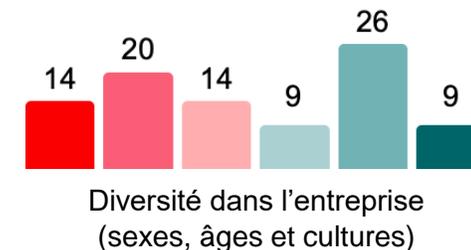
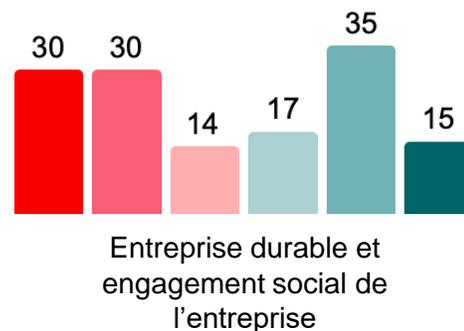
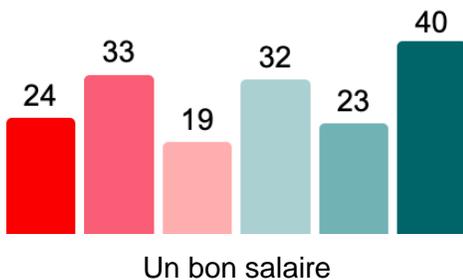
Un travail qui a du sens

Données en pour cent | Base : total des sondés (n = 569)

Comparaison sectorielle - Quels sont, selon toi, les facteurs décisifs pour choisir une entreprise ?



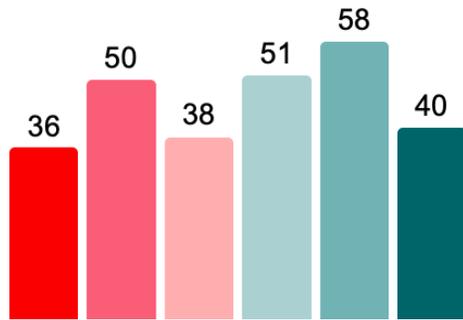
Dans toutes les branches, de bonnes **possibilités de carrière et de développement** sont déterminantes pour choisir une entreprise. **La technologie et une infrastructure modernes** sont des facteurs déterminants, surtout dans les technologies de l'information et de la communication (57 %). Les professions créatives accordent une grande importance à une **entreprise durable, socialement engagée et diversifiée** (35 %). Tandis que la rémunération est considérée comme relativement importante dans le secteur du transport et de la logistique (40 %).



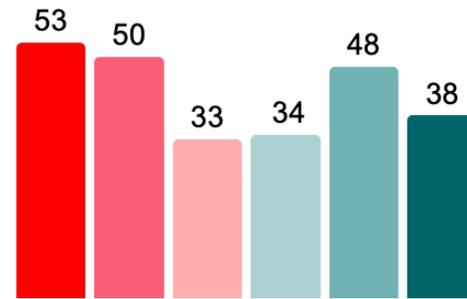
- Construction et technique du bâtiment
- Secteur tertiaire
- Techniques de production et d'ingénierie
- Construction et technique du bâtiment
- Professions créatives
- Secteur du transport et de la logistique

Données en pour cent | Base : total des sondés (n = 569)

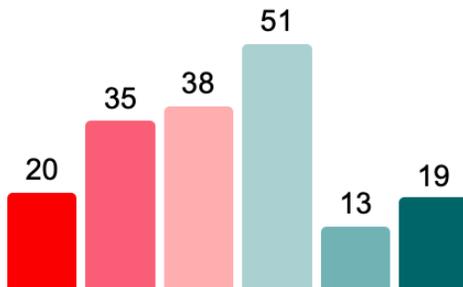
Comparaison sectorielle - Quels sont, selon toi, les facteurs décisifs pour choisir une entreprise ?



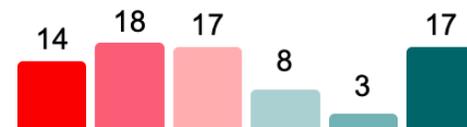
Équilibre entre vie professionnelle et vie privée



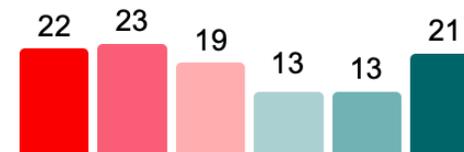
Sécurité de l'emploi



Horaires et modèles de travail flexibles



Prestations complémentaires en plus du salaire (par ex. participation au demi-tarif, réductions, etc.)



Site/localisation de l'entreprise

- Construction et technique du bâtiment
- Secteur tertiaire
- Techniques de production et d'ingénierie
- Construction et technique du bâtiment
- Professions créatives
- Secteur du transport et de la logistique

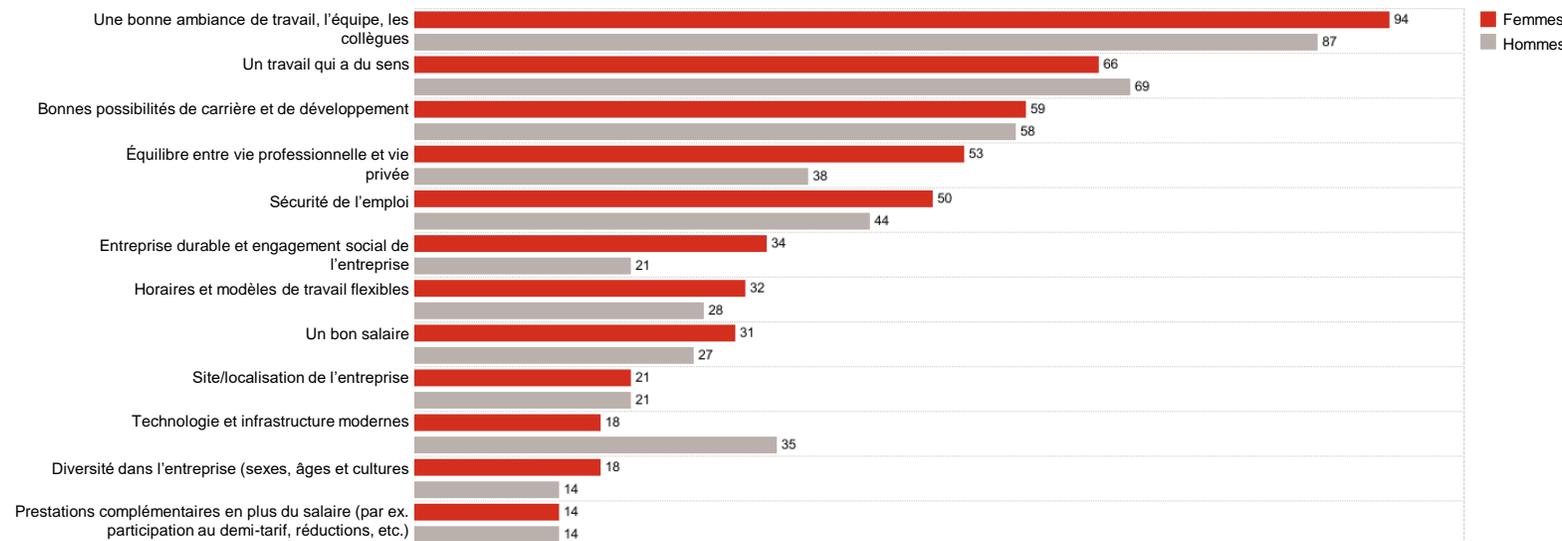
L'équilibre entre vie professionnelle et vie privée et la sécurité de l'emploi sont des aspects importants toutes branches confondues. Les horaires et modèles de travail flexibles jouent un rôle important dans la technique d'information et de communication (51 %). En revanche, ils ne sont guère présents dans le bâtiment et la technique du bâtiment (20 %), dans les professions créatives (13 %) et dans la branche du transport et de la logistique (19 %). Les prestations complémentaires ne sont pas un argument décisif pour changer d'entreprise dans les techniques d'information et de communication (8 %) et dans les professions créatives (3 %). Dans aucune branche la localisation de l'entreprise n'est considérée comme importante dans le choix de l'employeur.

Données en pour cent | Base : total des sondés (n = 569)

Comparaison entre les sexes - Quels sont, selon toi, les facteurs décisifs pour choisir une entreprise ? (Facteurs d'attraction)

Pour les **deux sexes**, une **bonne ambiance de travail** est un argument important pour le choix d'une l'entreprise, suivie d'un **travail qui a du sens**. En ce qui concerne l'**exigence d'une technologie et d'une infrastructure modernes**, il existe de nettes différences entre hommes (35 %) et femmes (18 %). En revanche, les femmes accordent plus d'importance à l'**équilibre entre vie professionnelle et vie privée** (53 %) ainsi qu'à l'**action durable et à l'engagement social de l'entreprise** (34 %).

Pourcentage des sondés ayant attribué la note 1 à chaque facteur | Données sur une échelle de 1 (très important) à 4 (pas du tout important)



Données en pourcent | Base : total des sondés (n = 557)

La Gen Z discute de ce qui est important pour choisir une entreprise.

« Il est important d'offrir des **possibilités d'avancement** et de **formation continue** qui motivent les collaborateurs à rester dans l'entreprise et à s'investir ».

- Gen Z, Suisse romande

« Je tiens beaucoup à un **travail qui a du sens** et à une **bonne ambiance de travail**, car ces facteurs contribuent à ce que je me sente satisfait et motivé ».

- Gen Z, Suisse romande

« Il est important que le **chef** se sente bien, sinon ses émotions se répercutent sur les collègues ».

- Gen Z, Suisse italophone

« **Impliquer** les collaborateurs dans les événements importants et les processus de décision de l'entreprise contribue à créer un sentiment d'appartenance et améliore la communication entre la direction et les employés ».

- Gen Z, Suisse romande

« J'accepterais un salaire moindre contre un meilleur **environnement professionnel**. C'est un compromis. Mais je ne travaillerais pas étant sous-payé. »

- Gen Z, Suisse alémanique

« **Travailler de façon intelligente**, et de la manière la moins répétitive possible. » Être capable de fournir un travail optimal. »

- Gen Z, Suisse italophone

« **Horaires flexibles**, pas de jugement quand on prend un congé non prévu. »

- Gen Z, Suisse alémanique

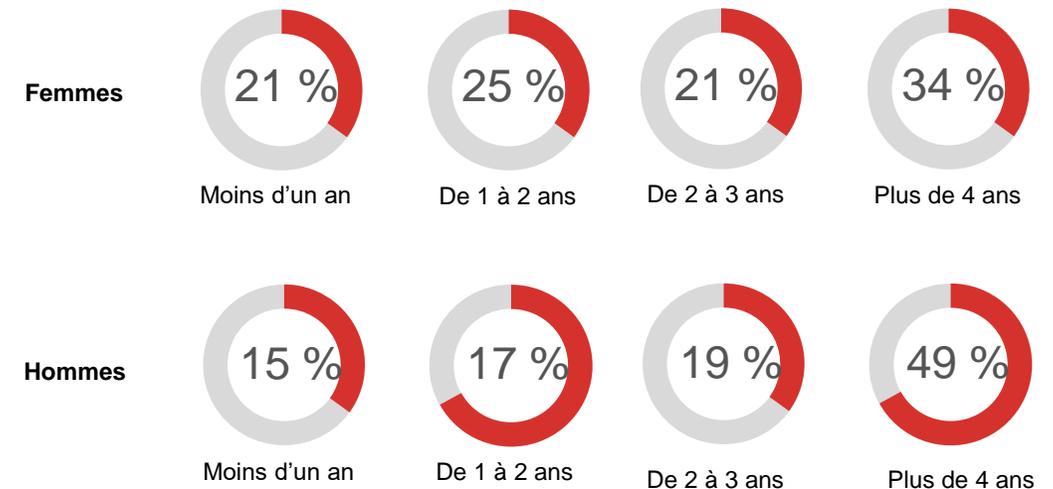
Comparaison entre les sexes - Combien de temps pourrais-tu rester dans ton entreprise actuelle ?

Cette question a été posée à toutes les personnes qui ne sont **pas** en formation actuellement. Bien que la génération Z ait la réputation de changer facilement d'emploi, l'enquête montre qu'elle aime travailler dans la même entreprise pendant une durée plus longue (même **plus de 4 ans, 43 %**), mais le poste doit être attrayant. Contrairement aux hommes, les femmes ont toutefois tendance à quitter l'entreprise après un an ou deux.

« La **stabilité** et la **pérennité** de l'entreprise jouent un grand rôle, surtout dans mon domaine, l'agriculture. Il est important de rester dans une entreprise dont on sait qu'elle a un **avenir solide**. »

- *Gen Z, homme, Suisse romande*

Disposition à changer



Données en pour cent | Base : total des sondés (n=382) Personnel salarié, à l'exclusion des apprentis actuels

La Gen Z discute des raisons pour rester dans une entreprise.

« Un point très important pour rester dans l'entreprise après l'apprentissage est que j'habite dans le village et que je suis **au travail en cinq minutes**. J'apprécie le chef, les gens me plaisent et la formation est bonne, j'ai la possibilité de gravir les échelons. »

- Gen Z, Suisse alémanique

« L'**estime** est un point majeur. Il est important que tout se passe bien en interne, qu'il y ait une **communication ouverte**, que les informations soient traitées de manière détendue et que règne un **esprit d'équipe**. »

- Gen Z, Suisse alémanique

« On a tendance à s'imaginer plus longtemps dans une entreprise si on en a une **perception positive**. »

- Gen Z, Suisse romande

« Si je vois un **avenir professionnel** dans l'entreprise, je peux rester plus longtemps, mais seulement s'il y a une chance d'évoluer. »

- Gen Z, Suisse italophone

« Comme je suis jeune, j'aimerais rester le moins longtemps possible au même endroit, **trois ans au plus**. Ainsi, je pourrai acquérir différentes **expériences**. Dès que je comprends comment fonctionne l'entreprise, je peux changer. »

- Gen Z, Suisse italophone

« De **bonnes conditions de travail**, des **relations positives** avec les collègues et la capacité de combiner vie privée et vie professionnelle. »

- Gen Z, Suisse romande

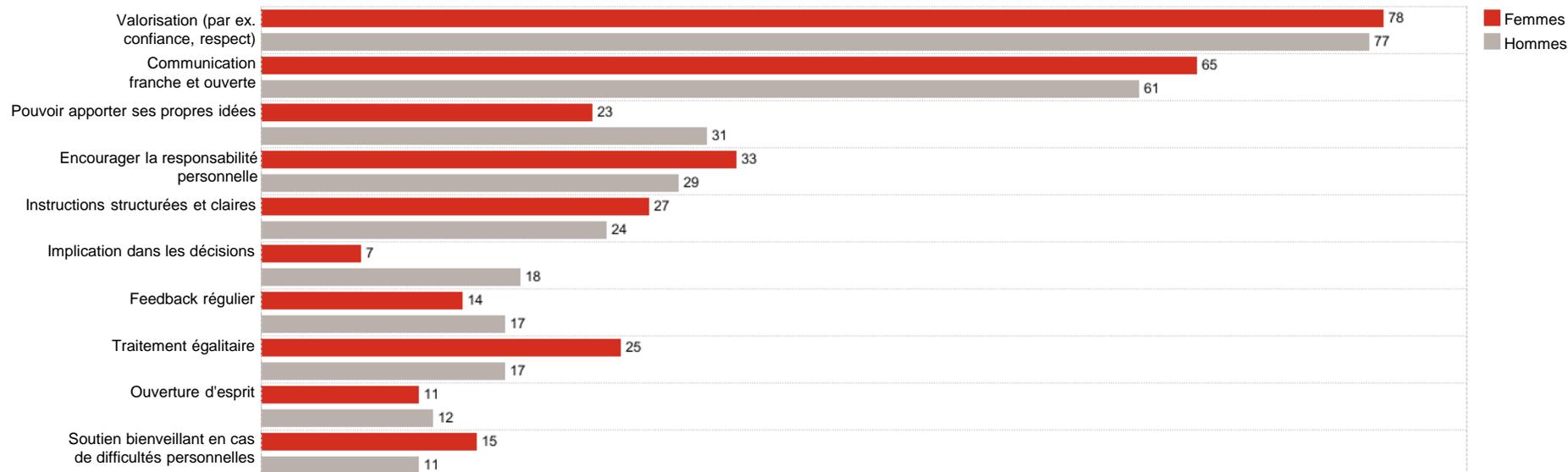
Quelle est, selon toi, la principale raison pour ne pas choisir une entreprise ? (Facteurs dissuasifs)

Sur cette question, la Gen Z s'est montrée sans équivoque. Si l'**ambiance de travail** et/ou l'**équipe** ne leur conviennent pas, ils refusent de travailler pour une entreprise. Pour le jeune groupe cible, il est également important que les **conditions de travail** et son **contenu** soient pertinents pour qu'ils trouvent une entreprise attrayante et souhaitent y travailler.



Quelles sont les trois qualités majeures d'un cadre/formateur ?

Le besoin d'autodétermination qui caractérise la génération Z laisse supposer que la promotion de l'autonomie et l'apport d'idées personnelles sont des critères prépondérants. Toutefois, ces deux points ne sont cités « qu'en » troisième position, avec 30 % chacun. Pour les femmes (78 %) et les hommes (77 %), l'exigence de loin la plus importante vis-à-vis de leur chef est l'**estime**, tout comme la **confiance** et le **respect**. L'**honnêteté** et la **communication ouverte** sont également très appréciées par les deux sexes. Les hommes souhaitent que leur supérieur leur permette d'apporter leurs **propres idées** (31 %) et qu'ils soient **associés aux décisions** (18 %). Les femmes, quant à elles, attachent plus d'importance à l'**égalité de traitement** (25 %).



Données en pourcent | Base : total des sondés (n = 551)

La Gen Z discute des aspects que les employeurs devraient prendre en compte dans leurs relations avec leurs collaborateurs.

« Dire **MERCI.** »

- *Gen Z, Suisse italophone*

« L'**estime** est importante pour motiver les collaborateurs. »

- *Gen Z, Suisse italophone*

« La **reconnaissance** par l'attribution de nouvelles tâches, comme l'encadrement des apprentis ou des nouveaux collègues. Je considère cela comme un signe que mon travail est apprécié et reconnu. »

- *Gen Z, Suisse romande*

« Quelques mots de **reconnaissance** suffisent. Des phrases comme « bravo » ou « bien joué » peuvent faire une grande différence. Un **feedback positif** est important. »

- *Gen Z, Suisse romande*

« Être jeté dans l'eau froide en ayant le droit à l'erreur. Pour la **croissance.** »

- *Gen Z, Suisse alémanique*

« Il est important pour moi de me **sentir impliqué** et de m'exprimer sur certains sujets. Participer à la planification et pouvoir donner un retour est pour moi une **marque d'estime.** »

- *Gen Z, Suisse romande*

« Du temps et de l'espace pour réaliser des **projets de manière autonome** sur le lieu de travail. »

- *Gen Z, Suisse romande*

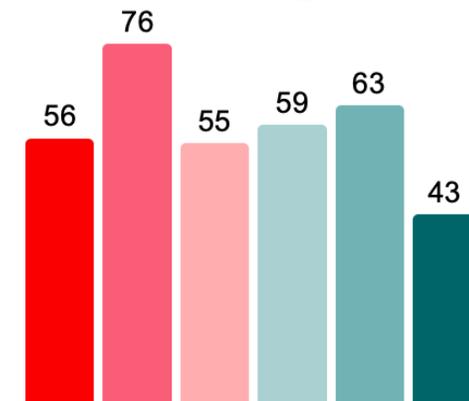
Comparaison par branches – Pour quelles raisons pourrais-tu envisager de changer d’entreprise ? (Facteurs dissuasifs)

Toutes branches confondues, les principales raisons pour un changement d’entreprise sont les **problèmes interpersonnels**. Une meilleure **ambiance de travail**, l’**équipe** et les **collègues**, le **manque d’estime** de la part de l’équipe et/ou du chef et l’**insatisfaction** vis-à-vis du chef/formateur sont des facteurs décisifs.

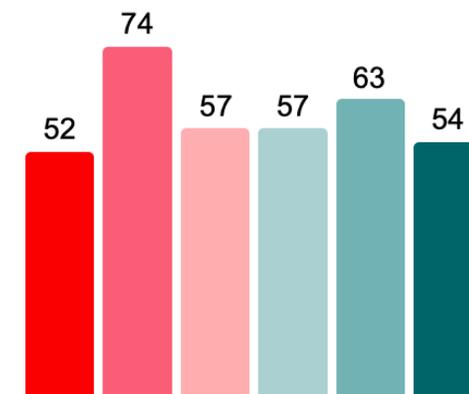
« Je constate que le **comportement de la direction** et la **dynamique de l’équipe** sont des facteurs déterminants. Un mauvais chef de groupe ou une équipe mal gérée pourraient m’amener à changer d’emploi. »

- Gen Z, Suisse romande

- Construction et technique du bâtiment
- Secteur tertiaire
- Techniques de production et d’ingénierie
- Techniques d’information et de communication
- Professions créatives
- Secteur du transport et de la logistique



Meilleure ambiance de travail, équipe, collègues

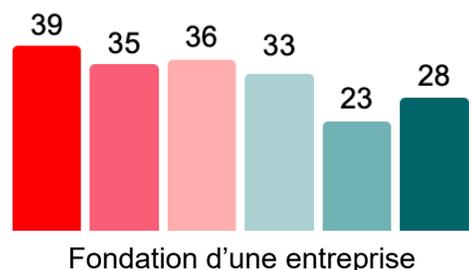
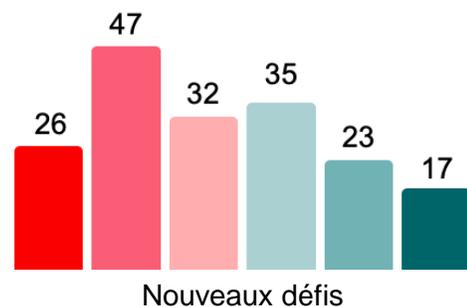
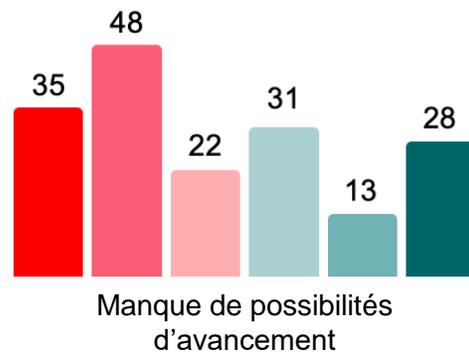
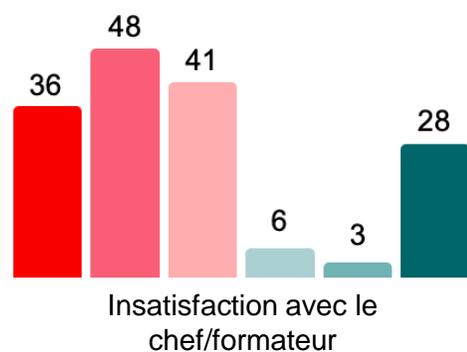


Manque d’estime de la part de l’équipe/du chef

Données en pour cent | Base :

total des sondés
(n = 555)

Comparaison par branches – Pour quelles raisons pourrais-tu envisager de changer d’entreprise ?

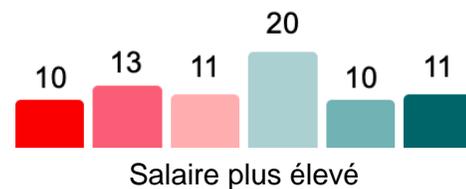
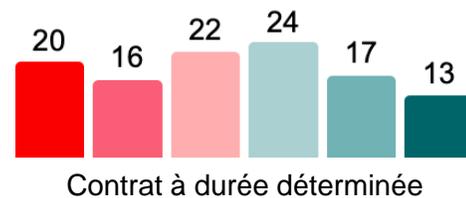
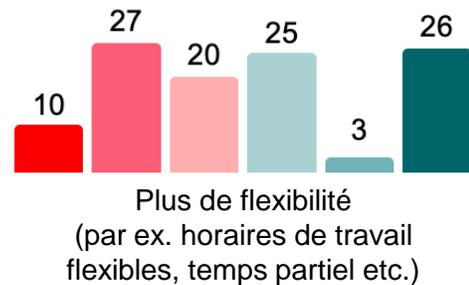


L’**insatisfaction** avec le chef/formateur ne constitue **guère** une raison pour changer d’emploi dans les domaines de la technique d’information et de communication (6 %) et dans les professions créatives (3 %). L’**insatisfaction** avec le chef/formateur (48 %), le manque de possibilités d’avancement (48 %) et les de nouveaux défis (47 %) sont des **facteurs importants** pour changer d’emploi dans le secteur des services. La création de sa propre entreprise est considérée comme une raison légitime pour quitter l’entreprise dans **toutes les branches**.

- Construction et technique du bâtiment
- Secteur tertiaire
- Techniques de production et d'ingénierie
- Techniques d'information et de communication
- Professions créatives
- Secteurs des transport et de la logistique

Données en pour cent | Base : total des sondés (n = 555)

Comparaison par branches – Pour quelles raisons pourrais-tu envisager de changer d’entreprise ?

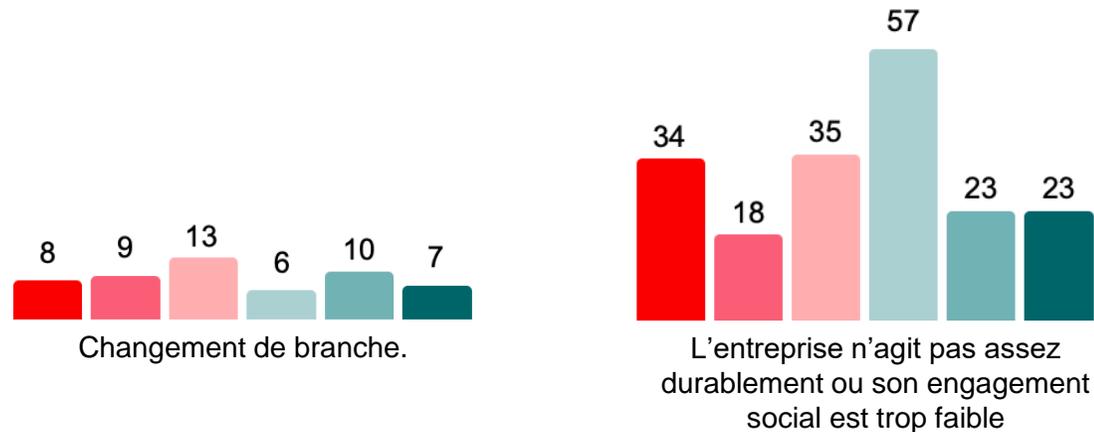


Dans le secteur des services, le secteur des technologies de l’information et la communication et le secteur du transport et de la logistique, une plus grande **flexibilité** et un **nouvel environnement de travail** seraient une raison de changer de place. Toutefois, cela n’est pas le cas pour les professions créatives (3 %). Un **contrat à durée déterminée** est considéré comme raison légitime de changer d’emploi toutes branches confondues. En particulier dans le secteur des technologies de l’information et de la communication, un **meilleur salaire** (20 %) serait toutefois une bonne raison d’accepter un nouveau poste.

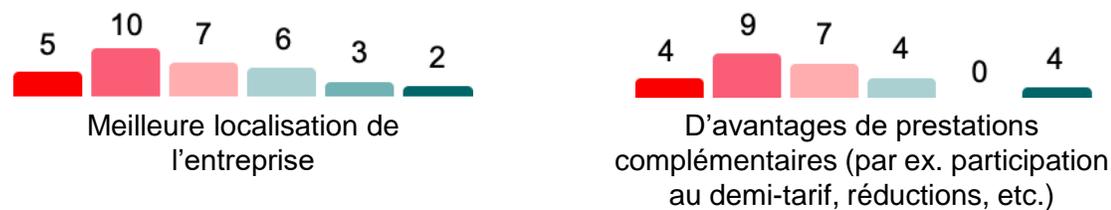
- Construction et technique du bâtiment
- Secteur tertiaire
- Techniques de production et d’ingénierie
- Techniques d’information et de communication
- Professions créatives
- Secteur du transport et de la logistique

Données en pour cent | Base : total des sondés (n = 555)

Comparaison par branches – Pour quelles raisons pourrais-tu envisager de changer d’entreprise ?



Dans les technologies de l’information et de la communication, un **manque ou un déficit de durabilité** de la part de l’entreprise sont des facteurs décisifs pour changer d’emploi (57 %). Tous secteurs confondus, la localisation, le changement de branche ou les avantages complémentaires n’ont qu’une **faible** influence sur le changement d’emploi.



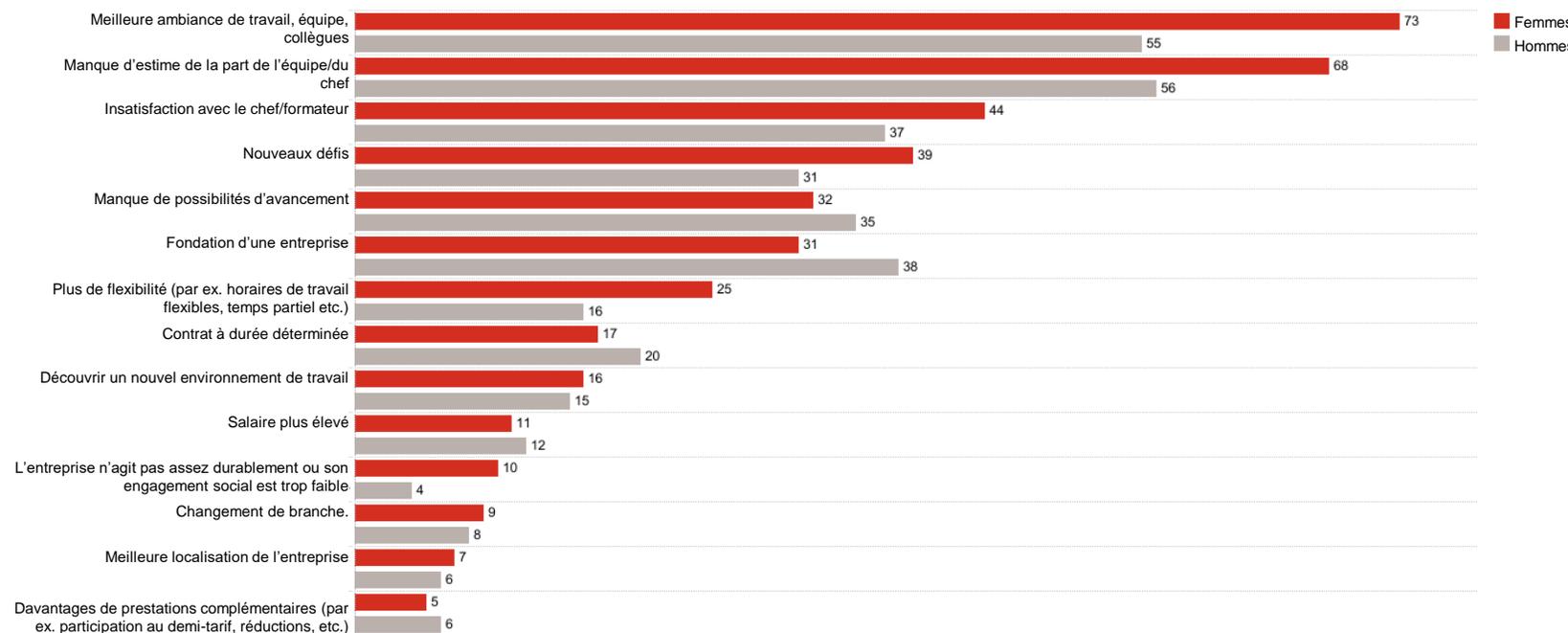
Données en pour cent | Base : total des sondés (n = 555)

- Construction et technique du bâtiment
- Secteur tertiaire
- Techniques de production et d'ingénierie
- Techniques d'information et de communication
- Professions créatives
- Secteurs des transport et de la logistique

Comparaison entre les sexes – Pour quelles raisons pourrais-tu envisager de changer d'entreprise ? (Facteurs dissuasifs)

Tant les femmes (73 %) que les hommes (55 %) accordent une grande importance à une bonne **ambiance de travail** et à de **bons contacts interpersonnels**. De plus, l'**estime** de la part de leurs collègues et de leurs chefs est importante pour les deux. Si ces exigences ne sont pas remplies à leur poste actuel ou si un nouvel emploi offre de meilleures perspectives, les femmes sont plus enclines à changer d'entreprise. Toutefois, les hommes sont plus enclins à changer d'emploi si de **nouvelles perspectives de carrière** (35 %) s'offrent à eux ou s'ils ont la possibilité de **créer une entreprise** (38 %).

Pourcentage des sondés ayant attribué la note 1 à chaque facteur | Données sur une échelle de 1 (très important) à 4 (pas du tout important)



Données en pourcent | Base : total des sondés (n = 543)

La Gen Z discute des raisons de changer d'entreprise.

« Pour moi, la **confiance** est capitale dans une relation de travail. Si cette confiance était rompue par l'employeur, ce serait pour moi une raison d'envisager un changement de poste. »

- *Gen Z, Suisse romande*

« Une offre **plus attrayante** qui te titille, et pas seulement en termes de salaire. »

- *Gen Z, Suisse italophone*

« **Croissance** personnelle. »

- *Gen Z, Suisse italophone*

« J'ai quitté mon ancienne entreprise pour relever de **nouveaux défis** dans un **nouvel environnement**. Je vois les nouveaux défis comme une possibilité de voir quelque chose de complètement différent et d'atteindre mes objectifs. »

- *Gen Z, Suisse romande*

« Les cris, un comportement **non professionnel**. »

- *Gen Z, Suisse italophone*

« **Rabaissement** du collaborateur et de ses compétences. »

- *Gen Z, Suisse italophone*

« Le **changement** pour échapper à la routine. »

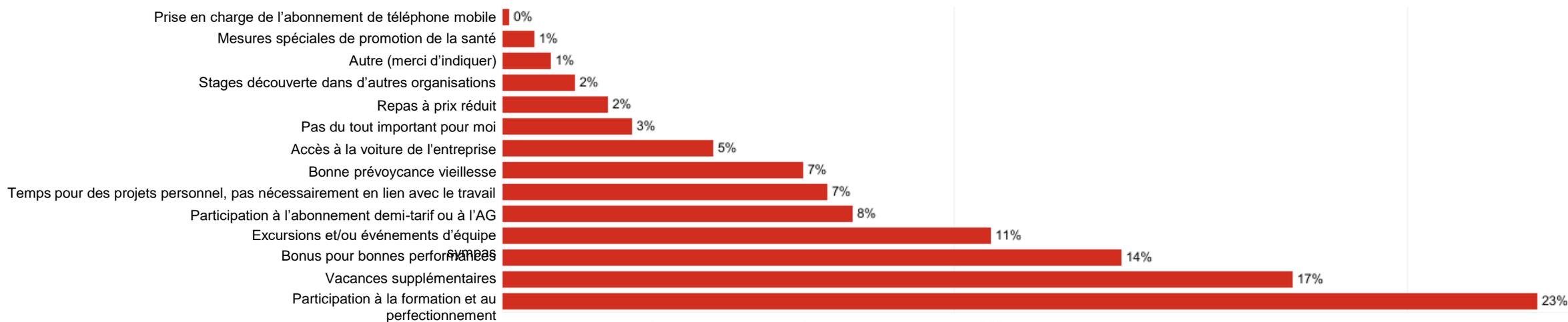
- *Gen Z, Suisse italophone*

Au-delà du salaire, quelles prestations complémentaires sont les plus attrayantes pour toi ?

Les réponses montrent que pour les sondés, la prestation complémentaire la plus appréciée est la **contribution aux mesures de formation et de perfectionnement (23 %)**. Les **vacances supplémentaires** et les **gratifications pour bons résultats** sont également considérées comme attrayantes, au-delà du salaire normal.

« La possibilité d'**évoluer**, de **se former** et de d'**être promu** sont des facteurs décisifs pour rester plus longtemps dans une entreprise. »

- Gen Z, Suisse romande



Données en pour cent | Base : total des sondés (n = 555)

La Gen Z discute des avantages complémentaires au salaire qu'une entreprise pourrait offrir.

« Les **activités** sont importantes, car elles permettent de voir les collègues sous un autre jour. »

- *Gen Z, Suisse italophone*

« J'aime les activités de **team building** qui sont très différentes du travail quotidien. Je crois que ces activités peuvent redonner de l'énergie à l'équipe et renforcer la cohésion. »

- *Gen Z, Suisse romande*

« Pas d'**activités** ennuyeuses comme les randonnées en montagne. »

- *Gen Z, Suisse italophone*

« Deux **activités** par an comme le ski et aux frais de l'entreprise. »

- *Gen Z, Suisse alémanique*

« Partager une **bière après le travail** dans un cadre décontracté. »

- *Gen Z, Suisse alémanique*

« En ce qui concerne les **primes**, je vois le **risque** que certains employés profitent du travail des autres pour obtenir des avantages individuels. »

- *Gen Z, Suisse romande*

« Une **sortie mensuelle** pour intégrer les nouveaux arrivants dans l'entreprise. »

- *Gen Z, Suisse italophone*

Principales conclusions

L'enquête qualitative menée auprès de 600 participants et les groupes de discussion ont permis de tirer de précieux enseignements. On peut en déduire des mesures concrètes :

- La **culture d'entreprise** en tant que facteur d'attraction devrait être **concrétisée** dès l'entretien d'embauche, par exemple en faisant une pause-café avec l'équipe au complet.
- Instaurer le « **tutoiement institutionnalisé** », qui est, du point de vue de la Gen Z, un indicateur d'une entreprise moderne et attrayante qui favorise le dialogue d'égal à égal.
- La **transformation des rôles** avec la fin du chef classique pour se rapprocher du rôle de coach, de **mentor** est un facteur décisif pour le développement des jeunes talents.
- Les **possibilités de mobilité interne** sont une tactique décisive pour retenir les talents, alors que le manque de perspectives de carrière entraîne la perte des meilleurs talents.
- Les **feedbacks réguliers et constructifs** sont favorables au développement personnel et professionnel, au lieu de l'évaluation annuelle des performances obsolète.
- Développer une **culture positive de gestion de l'erreur et du conflit** favorisant la responsabilité personnelle et la capacité d'apprentissage des jeunes talents.
- Des **activités de groupe cools** sont un moyen efficace pour renforcer la culture et les relations au sein d'une entreprise et contribuent positivement à la fidélisation des jeunes talents.
- **Introduire un rituel d'expression de l'estime** pour façonner une culture d'entreprise valorisante.

SWISS skills

En collaboration étroite avec ses partenaires, SwissSkills s'engage pour l'organisation et la consolidation des championnats suisses des métiers, permet aux jeunes professionnels de participer à des championnats d'envergure internationale (WorldSkills et EuroSkills) et offre une visibilité médiatique aux meilleurs d'entre eux.

L'enquête représentative en ligne et les groupes de discussion ont été réalisés par Kitoko People pour le compte de SwissSkills entre mars et mai 2023.

Demandes des médias :

CHRISTIAN ROCHA

Communication SwissSkills

E-mail : crocha@swiss-skills.ch |

Téléphone : +41 79 917 26 99

SwissSkills, Schwarztorstrasse 87, 3007 Berne

Kitoko

PEOPLE

Kitoko People aide les entreprises à comprendre, à développer et à fidéliser à long terme les générations futures. En tant qu'entreprise traitant les données, elle associe les connaissances scientifiques à l'expertise pratique dans le domaine du développement du leadership, de la culture et de l'organisation stratégique, en se focalisant sur les générations Y et Z.

SELINA KUEPFER

Responsable Suisse Latine

E-mail: skuepfer@swiss-skills.ch |

téléphone mobile : +41 79 330 32 48

SwissSkills, Schwarztorstrasse 87, 3007 Berne