

## La génération Z, plus sociable et plus exigeante face à l'entreprise, mais également moins sûre d'elle, selon Ricoh Europe

Vilvorde, le 5 octobre 2015 – Alors que la plupart des entreprises sont encore préoccupées par l'intégration et l'accueil de la génération Y sur le lieu de travail, une nouvelle recherche commanditée par Ricoh Europe montre que la génération Z (soit les personnes actuellement âgées de 19 ans ou moins) va constituer [un défi majeur](#) pour les entreprises.



La génération Z a de plus hautes attentes concernant son lieu de travail que les groupes plus âgés ; ils sont également plus rapidement frustrés. Salaire mis à part, les principaux facteurs d'attrait d'une entreprise pour la génération Z sont : l'équilibre vie personnelle/vie professionnelle (48%), travailler avec des personnes de talent (47%) ; viennent ensuite la flexibilité des horaires de travail, les avantages et la sécurité de l'emploi (42% pour tous ces derniers facteurs). Les générations plus anciennes étaient non seulement moins exigeantes vis-à-vis de leurs employeurs, mais leurs préférences différaient également : la sécurité de l'emploi est au premier plan pour les « baby-boomers » alors que c'est l'équilibre vie personnelle/vie professionnelle qui importe le plus pour les générations X et Y.

Par ailleurs, plus du double d'individus de la génération Z se sentent davantage attirés par les entreprises leur donnant l'impression qu'ils pourraient changer le monde – 34% par rapport à 13% des « baby-boomers », 14 % de la génération X et 15% de la génération Y. Et près de trois fois plus de jeunes de la génération Z sont séduits par les sociétés offrant une technologie permettant de travailler plus efficacement (28%) par rapport aux générations précédentes (10%).

Les travailleurs de la génération Z indiquent aussi qu'ils sont bien plus facilement frustrés que les générations précédentes. La communication est essentielle, 43% déclarant qu'ils seraient agacés par un manque de communication avec leurs collègues, par rapport à 19% pour les autres générations.

Pour ce qui est des méthodes de travail, 30% trouveraient réellement frustrant de devoir supporter un « manque de flexibilité de leurs horaires de travail » par rapport à seulement 13% des « baby-boomers », 17% de la génération X et 20% de la génération Y. Dans le même temps, un tiers des individus de la génération Z se sentiraient frustrés par un partage d'informations insuffisant, et le même nombre d'entre eux par un manque d'innovation.

Eric Gryson, CEO Ricoh Belgium/Luxembourg, a déclaré : « *Les jeunes de la génération Z ont de hautes attentes concernant leurs employeurs – et ils ont raison. Pourquoi un travail à distance et flexible ne pourrait-il pas réellement devenir la norme ? Le futur nous l'enseignera : ces préférences continuent de croître à mesure que le monde du travail continue d'évoluer rapidement.* »

*« Avec l'attrait de la génération Z pour le travail collaboratif et à distance, à travers les plateformes et les frontières, il est indispensable d'adopter de nouvelles méthodes de travail, en particulier pour assurer un avantage concurrentiel et attirer les meilleurs talents. Toutefois, il est crucial de disposer des processus sous-jacents adaptés, qui sont les bases du succès. Des PME aux grandes multinationales, aucune entreprise ne peut se permettre d'adopter de nouvelles méthodes de travail sans s'engager réellement à surveiller la force et la pertinence des processus qui les sous-tendent. »*

Mais même s'ils sont exigeants, les jeunes de la génération Z sont également conscients de leurs points faibles dans le domaine du travail, et ils pensent avoir beaucoup à apprendre pour devenir efficaces en entreprise. En fait, les individus de la génération Z font leur autocritique et pensent avoir davantage de travail à produire pour développer leurs compétences par rapport aux autres générations.

Plus de la moitié (55%) des sondés de la génération Z pensent devoir améliorer leurs aptitudes de communication directe alors que seuls 41% des « baby-boomers » s'accordent sur le fait que la génération Z doit faire des progrès dans ce domaine. Les autres aptitudes que la génération Z pense devoir améliorer rapidement sont : la communication entre collègues de manière professionnelle (48%), la résolution de conflits ou de désaccords (47%) et la satisfaction des délais (37%). Les générations précédentes jugent l'ensemble de compétences de la génération Z bien plus favorablement.

L'enquête révèle aussi que la génération Z a de hautes attentes concernant sa valeur ajoutée sur le lieu de travail. La plupart d'entre eux pensent qu'ils apporteront de nouvelles méthodes de travail (65%), des aptitudes technologiques exceptionnelles (63%) ainsi que des idées novatrices et une réflexion nouvelle (61%).

Eric Gryson ajoute : « *Bien que ce dernier groupe de jeunes actifs soit prêt à aider les entreprises à devenir plus agiles et compétentes sur le plan numérique, les environnements dans lesquels ils pénètrent sont souvent restrictifs. Étant donné leur désir d'innovation*

*constante, de communications instantanées et de collaboration ouverte, les travailleurs de la génération Z représenteront un défi de taille pour les entreprises. Ces individus savent clairement ce qu'ils veulent d'un employeur. Mais il s'agit d'attentes légitimes, plutôt que de demandes farfelues. »*

Pour en savoir plus, rendez-vous sur la page <http://thoughtleadership.ricoh-europe.com/befr>

---

### **| A propos de Ricoh |**

Ricoh est une entreprise technologique mondiale, spécialisée dans l'équipement d'imagerie bureautique, les solutions d'impression de production, les systèmes de gestion documentaire et les services informatiques. Le Groupe Ricoh, qui a son siège à Tokyo, est présent dans plus de 200 pays et régions. Pour l'exercice fiscal clos en mars 2015, le Groupe Ricoh a réalisé un chiffre d'affaires de 2,231 milliards de yens (environ 18,5 milliards USD).

La plus grande partie des revenus générés par la société provient de produits, solutions et services qui améliorent l'interaction entre les personnes et l'information. Ricoh produit également des appareils photos numériques et des produits industriels spécialisés, maintes fois primés. L'entreprise est réputée pour la qualité de sa technologie, le niveau exceptionnellement élevé de son service à la clientèle et ses initiatives en matière de développement durable.

Sous le slogan *imagine. change.*, Ricoh aide les entreprises à transformer la manière dont elles travaillent et à mobiliser l'imagination collective de leur personnel.

Pour plus d'informations, visitez : [www.ricoh.be/presse](http://www.ricoh.be/presse)

---

### **Pour plus d'informations, contactez**

Blue Chilli

Sophie Lambert

Tel.: +32 (0) 477 91 45 72

E-mail: [sophie@bluechilli.be](mailto:sophie@bluechilli.be)

Visitez notre site : <http://www.ricoh.be>

Rejoignez-nous sur Facebook : <https://www.facebook.com/RicohBelgium>

Suivez-nous sur Twitter : <http://www.twitter.com/RicohBelgium>