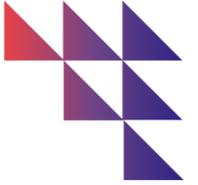




Attractivité des entreprises auprès des jeunes : L'entreprise peut-elle être le lieu d'impact ?



INTRODUCTION

Odile Menneteau – Directrice adjointe – Veille Stratégique et Nouveaux Enjeux Sociaux, Pôle social du Medef

Miroslava Ivanova – Chargée de projets – Veille Stratégique et Nouveaux Enjeux Sociaux, Pôle Social du Medef

TRAVAUX DE LA COMMISSION JEUNESSES : FOCUS SUR L'ATTRACTIVITÉ DES ENTREPRISES AUPRÈS DES JEUNES



Objectifs des travaux de la Commission : se mobiliser pour faciliter l'accès des jeunes à l'emploi et rester attractif auprès des jeunes, source d'innovation et de création de valeur

- Réorientation des travaux dans un contexte des difficultés de recrutement--> **2 angles de réflexion**:
 - ▶ **Attractivité des entreprises auprès des jeunes diplômés**, face à de nouvelles demandes.
 - ▶ **Accompagnement des jeunes très éloignés de l'emploi (NEET)**, un enjeu sociétal majeur.

Nouvelles réalités du monde de travail après la pandémie

- ▶ **Nouveau rapport de force entre employeurs et salariés/ main d'œuvre potentielle** :
 - **Un taux d'emploi des jeunes à un niveau inégalé depuis 2000 (35,3%)**
 - **Rareté de la main d'œuvre**
- ▶ **La génération Z représentera 50 % de la main-d'œuvre en 2030**
- ▶ **83% des chefs d'entreprises disent rencontrer des difficultés de recrutement**
- ▶ **Un mouvement de rotation de la main d'œuvre** : 1 travailleur sur 6 se dit susceptible de changer d'employeur au cours des 12 prochains mois, **les 18-25 ans étant trois fois plus nombreux** (étude PwC)
 - ▶ Le travail est important, mais les jeunes lui confèrent un sens particulier : **76% considèrent que leur poste doit être en phase avec leurs valeurs**
 - ▶ **2/3 des jeunes ne veulent pas travailler dans une entreprise qui n'a pas d'impact positif**
 - ▶ **42% des jeunes recrues quittent leur premier emploi dans l'année de leur embauche**
 - > **Une pression salariale nouvelle**



Points de convergence & propositions: synthèse



Synthèse :

- # Il y a un **intérêt fort des jeunes pour le monde de l'entreprise** mais leurs attentes sont également élevées
- # Les attentes peuvent **diverger en fonction des « jeunesses »**
- # Une **demande de forte autonomie** : lieu et mode de travail
- # Volonté **d'avoir de l'impact** et de re/trouver du concret dans leur travail
 - Des préoccupations en termes géopolitiques, environnementales, pour un avenir durable : c'est leur futur et leur responsabilité ; le questionnement sur la **valeur ajoutée** de l'entreprise
- # Pour les jeunes générations, l'entreprise est :
 - **Le lieu de l'engagement**
 - Un lieu important **d'apprentissage**
 - Un lieu de **reconnaissance**
- # Un équilibre entre vie professionnelle et vie privée... pour mener d'autres activités/ formes d'engagement

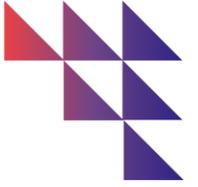
Propositions - **susciter l'intérêt des jeunes à rejoindre l'entreprise** :

- # Donner à voir la **réalité des engagements des entreprises** et travailler les « promesses »
- # Faire **évoluer les modes de management** des entreprises -- > repenser toute la chaîne de valeur du recrutement à l'organisation du travail (management, hybridation des organisations, temps choisi, équilibre de vie, salaire, mode collaboratif & projets communs, fonctionnement horizontal de la prise de décision, ...)
- # Développer de **nouvelles voies en apprentissage** --> un levier d'égalité des chances et le moyen de faire converger les contenus des enseignements et la réalité des entreprises

Développer l'entrepreneuriat étudiant par la **création d'incubateurs**

→ Ouvrir de **nouvelles flexibilités**





Questions posées

- # **Entre désertion, bifurcation ou engagement:**
 - # Les jeunes ont-ils les mêmes attentes vis-à-vis du travail ?
 - # Quelles sont les attentes quant aux nouveaux enjeux des transitions climatique, numérique, sociétale/ RSE ?

- # **Dans un nouveau rapport de force entre employeurs et futures jeunes recrues, et dans une période marquée par les difficultés de recrutement:**
 - # Comment convaincre les jeunes que l'entreprise est le lieu de l'impact et que le changement passe par cette dernière ?
 - # Quels leviers d'action peuvent être envisagés par les employeurs ?
 - # À quoi ressemble l'entreprise « nouvelle génération » ?

- # **Quelle est le point de vue/ l'expérience de votre secteur d'activité ?**



Expérience du commerce et de la distribution

Hélène CLEDAT

Chef du service Emploi-Formation

Fédération du Commerce et de la Distribution

Politique de branche

hOrizons
commerce



Découvrez les métiers des 8 filières du commerce et de la distribution



Achats – Développement
Produits/services – Qualité



Commerce – Vente –
Service client



Digital – Transformation
– RSE



Direction



Fonctions support



Maintenance – Sécurité



Marketing/
Communication



Supply Chain



- Particularités de la branche
- Études en cours
 - Génération Z
 - Métiers, évolution de carrières, ascenseur social ..
 - Nouvelle organisation du travail
- Actions d'attractivité des métiers mises en place
 - Salons
 - Campagne auprès des missions locales
 - Vidéo, motion design..



L'expérience du secteur bancaire

Béatrice LAYAN

Responsable de l'Observatoire des métiers de la banque

L'Association française des banques

Rôle de la RSE dans l'attractivité du secteur bancaire



Pour répondre à cette question, un **dispositif d'analyse composé de 8 volets** a été mis en œuvre:

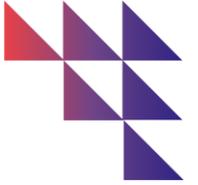
- # **Etude documentaire** sur les dynamiques des aspirations personnelles et professionnelles vis-à-vis de l'emploi
- # **Etude de social listening** autour de la sémantique de la banque et de la RSE
- # **Entretiens individuels** avec des responsables RH, RSE, d'écoles et d'organisations syndicales
- # **Entretiens de groupe** avec des étudiants du commerce et de la banque
- # **Enquêtes en ligne** auprès de 5 populations cibles (parents, lycéens, étudiants du supérieur, actifs de 25 à 54 ans et alternants de la Banque)
- # **Benchmark / étude d'audience** de 16 actions de promotions des métiers inspirantes menées par d'autres secteurs
 - **Cartographie des actions de promotion des métiers** mises en œuvre par les acteurs du secteur bancaire
 - **Cartographie des métiers et compétences RSE** de la filière Banque

Premiers enseignements

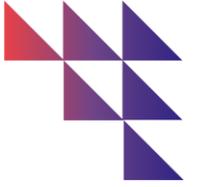


- # Les recherches des internautes se concentrent sur les thèmes des **formations initiales, du salaire et des métiers du réseau.**
- # La valorisation des atouts du secteur bancaire en matière de salaires et avantages sociaux peut être un levier fort d'attractivité.
- # Le grand public s'intéresse clairement aux **thématiques en lien avec la RSE.**
- # Les entreprises doivent prendre la parole sur les thèmes du **réchauffement climatique, de la santé et la sécurité au travail et des discriminations**, qui concentrent l'attention.
- # Le secteur doit se doter d'outils pédagogiques et d'un arsenal **de preuves concrètes pour parler efficacement de son engagement RSE.**
- # **La variété des métiers et le rôle déterminant du secteur dans la vie des gens et pour la société** sont deux leviers majeurs à activer.
- # Les alternants de la banque **louent la dimension relationnelle, la technicité et la rémunération des métiers de la banque.**
- # L'image du secteur souffre toutefois de **2 idées reçues tenaces : des métiers dans lesquels on s'ennuie et un secteur en déclin.**

Premiers enseignements



- # Le secteur doit contrer des raisons qui tiennent à des **stéréotypes** : le caractère bureaucratique / procédurier du métier et le déclin présumé du secteur. La banque peut mettre en avant **la variété des services proposés** et des **projets personnels et professionnels à soutenir** pour illustrer le quotidien des métiers de la banque. Elle doit également expliquer son rôle crucial pour la société pour démontrer qu'elle est un **secteur d'avenir**. Le rôle de la banque dans la **décarbonation de l'économie**, à travers le **financement de la transition des ménages et des entreprises** peut servir à moderniser son image.
- # **Pour les jeunes générations et leurs parents**, les professionnels, entreprises et établissements de formation sont perçus comme plus légitimes pour informer sur les métiers. Pour ces plus jeunes, **exercer un métier qui correspond à ses goûts et sa personnalité est la première source de motivation** et le plus difficile à appréhender et les relations / conditions de travail, la santé / sécurité des salariés, la protection sociale et l'égalité femmes/hommes sont perçus comme prioritaire.
- # **Quant aux actifs, quel que soit le secteur, ils veulent en priorité améliorer leur rémunération et leurs horaires de travail**. A ce titre, la banque fait partie des secteurs et métiers qui attirent le plus.



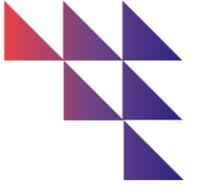
QUESTIONS/REPOONSES

Commission Jeunesses: les livrables



- # Un grand **diagnostic de la jeunesse** complété par une enquête BVA auprès de 800 jeunes
- # **Des propositions jeunesse dans le cadre des élections présidentielles** sur 3 enjeux majeurs pour les entreprises : **Comment raccrocher ceux qui sont loin des radars ? ; Jeunes et entreprises : Comment rétablir le contrat de confiance ? ; Comment mieux accompagner du système scolaire à l'emploi ?**
- # Des propositions sur les projets gouvernementaux : **Notes de réflexion sur l'autonomie des jeunes et débat sur le RSA jeune (complétée par le benchmark européen)** et **le Contrat d'engagement jeune**
- # **Book des associations/ réseaux engagés en faveur des jeunes**
- # **Guide Mentorat pour les entreprises**
- # **Fiches pratiques spécifiques**
 - **Prépa-apprentissage**
 - **Période de mise en situation en milieu professionnel**
 - **Préparation opérationnelle à l'emploi**
 - **Contrat d'engagement jeune**
- # **Note d'analyse du GT Attractivité « Comment convaincre les jeunes diplômés de prendre le chemin de l'action au sein de l'entreprise plutôt que celui de la désertion ? »**
- # **Les replays des débats de la REF Jeunesse** : laref.org / [playlist youtube](#)





MERCI DE VOTRE ATTENTION

Céline Gentili – Directrice de mission en charge de L'Académie MEDEF

Odile Menneteau – Directrice adjointe – Veille Stratégique et Nouveaux Enjeux Sociaux

Miroslava Ivanova – Chargée de projets – Veille Stratégique et Nouveaux Enjeux Sociaux