

## Communiqué de presse

---

Contact: Isabel Box  
Titre: Marketing & Communications Manager  
Tél: +32 (0)2 302 25 51  
Mobile: +32 (0)485 31 79 63  
Email: [ibox@deloitte.com](mailto:ibox@deloitte.com)

---

### Décalage entre les milléniaux belges et le monde des affaires

**Seuls 38% des milléniaux belges pensent que le monde des affaires a un impact positif sur la société**

- Les milléniaux ne sont pas optimistes: selon eux, la situation économique, sociale et politique ne s'améliorera pas l'année prochaine
- Le MillZ Mood Monitor de Deloitte mesure la manière dont les milléniaux belges perçoivent les progrès socio-économiques : le score de 25 sur 100 confirme une vision pessimiste
- 30% des milléniaux ne craignent pas d'être victimes d'une fraude en ligne ou d'une infraction à la sécurité des données

**Bruxelles, Belgique – le 17 septembre 2019**

**Selon le 8<sup>ème</sup> « Millennial Survey » annuel de Deloitte, seuls 38% des milléniaux belges (contre 55% des milléniaux dans le monde) pensent que le monde des affaires en général a un impact positif sur la société. Les milléniaux belges sont également moins optimistes que leurs pairs dans le monde quant à la situation économique, politique et sociale. En Belgique, seuls 15% (contre 26% dans le monde) croient que les conditions économiques s'amélioreront l'année prochaine. Et seuls 12% (contre 22% dans le monde) pensent que les choses s'amélioreront sur le plan socio-politique. Il est par ailleurs surprenant de constater que 30% des milléniaux belges ne se soucient absolument pas de la sécurité des données.**

*"Alors que de nombreuses entreprises développent différentes initiatives à but sociale, l'enquête de Deloitte montre que la plupart des milléniaux belges ne sont pas encore convaincus de la valeur de ces initiatives. Et les milléniaux belges sont pas encore convaincus que leurs pairs dans le monde de l'impact positif que pourraient avoir les entreprises sur la société », déclare **Nathalie Vandaele, Human Capital Lead Deloitte Belgium**. "Les entreprises investissent aussi massivement dans la cybersécurité, alors qu'assez étonnamment, 30% des milléniaux belges ne se soucient pas d'être un jour victimes d'une fraude en ligne ou d'un problème lié à la sécurité des données."*

#### Sceptiques quant à la motivation des entreprises

La 8<sup>ème</sup> enquête annuelle de Deloitte constate que, face à la rupture qui se confirme sur les plans technologique et sociétal, les milléniaux et la génération Z sont déçus par les institutions traditionnelles, sceptiques quant à la motivation des entreprises et pessimistes à propos des progrès économiques et sociaux.

L'opinion que se font les milléniaux belges à propos des entreprises et du monde des affaires continue de se dégrader. Seuls 38% d'entre eux, contre 55% de leurs pairs dans le monde, pensent que les entreprises en

général produisent un impact positif sur la société dans laquelle ils évoluent. En 2018, ils étaient encore 43% à le penser.

*"Les entreprises devront beaucoup travailler pour redresser cette image et convaincre les milléniaux qu'elles sont capables et qu'elles ont la volonté de renforcer leur impact sur la société,"* ajoute **Vandaele**. *"Pour continuer à attirer des talents, il est capital que les entreprises prennent des mesures et qu'elles ajustent leurs stratégies de recrutement et de communication en travaillant en collaboration étroite avec les milléniaux qui sont déjà actifs au sein des sociétés."*

## **La cybersécurité et la sécurité des données ne sont pas une priorité**

Alors que les entreprises investissent massivement dans la cybersécurité et la sécurité des données, 30% des milléniaux belges ne se soucient pas d'être victimes d'une fraude en ligne ou d'une infraction à la sécurité des données personnelles. Ils ne pensent pas non plus que les institutions ou les personnes en général devraient en faire plus pour se protéger. Plus de la moitié des milléniaux (56%) ne pensent pas que les entreprises (technologiques) devraient intensifier leurs efforts pour protéger les données personnelles et la sécurité en ligne.

*"Ici aussi, on constate que les entreprises et les milléniaux ne sont pas sur la même longueur d'onde",* souligne **Vandaele**. *"De la récession économique, il y a une dizaine d'années, à la Quatrième révolution industrielle, les milléniaux et la génération Z ont traversé une période unique où tout change: connectivité, confiance, confidentialité, mobilité sociale, travail. Les chefs d'entreprise de la prochaine génération accordent surtout de la valeur à la transparence. Ils ne font pas de la cybersécurité ni de la sécurité des données une priorité. L'éducation peut jouer un rôle important pour sensibiliser davantage ceux et celles qui ne sont pas encore sur le marché du travail. De leur côté, les entreprises peuvent veiller à ce que davantage de milléniaux parmi leur personnel prennent conscience de la priorité qui doit être accordée à la sécurité des données."*

## **MillZ Mood Monitor: perspectives économiques, sociales et politiques toujours sur le déclin**

Cette année, dans le cadre de son analyse continue des milléniaux et, à présent, de la génération Z, Deloitte a mis au point et lancé un nouvel outil appelé "MillZ Mood Monitor". Cet outil suit l'évolution, d'année en année, de l'optimisme des répondants à propos de grands thèmes politiques, personnels, écologiques et socio-économiques. Les scores reposent sur les réponses liées à des opinions économiques, sociopolitiques, personnelles, environnementales et commerciales.

*"Dans le premier Mood Monitor, les milléniaux belges ont atteint un score de 25 sur 100, nettement inférieur à celui de leurs pairs au niveau mondial (39). Dans les marchés émergents, les milléniaux ont atteint un score encore plus élevé (48). Le Mood Monitor continuera de suivre les milléniaux et révélera si les entreprises parviennent à combler davantage le fossé qui les sépare sur le plan de leurs perceptions respectives",* conclut **Vandaele**.

## **À propos de l'enquête**

Le rapport de 2019 s'appuie sur les réponses de 13.416 milléniaux interrogés dans 42 pays, dont 301 milléniaux belges. Les milléniaux couverts par l'étude sont nés entre janvier 1983 et décembre 1994. L'enquête menée cette année en Belgique couvre un groupe de participants plus diversifié, dont 21% était sans emploi à temps plein et 44% sans diplôme universitaire ou de l'enseignement supérieur.

\*\*\*

## **Deloitte en Belgique**

Deloitte, cabinet d'audit et de conseil de premier plan en Belgique, offre des services à haute valeur ajoutée en matière d'audit, d'expertise comptable, de conseil fiscal et juridique, de financial advisory services et risk advisory services.

Plus de 4.200 collaborateurs répartis dans 12 bureaux conseillent des entreprises nationales et internationales, des PME ainsi que des institutions publiques et des ASBL. Le chiffre d'affaires pour l'exercice fiscal 2019 s'élève à 565 millions d'euros.

Deloitte Belgium SCRL est la société affiliée belge de Deloitte NSE LLP, une firme membre of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, l'un des leaders mondiaux des services professionnels regroupant plusieurs sociétés membres indépendantes. Deloitte concentre ses efforts sur son service à la clientèle à travers une stratégie mondiale menée au niveau local dans plus de 150 pays. Fortes d'un capital intellectuel composé de plus de 286.000 personnes dans le monde, nos sociétés membres fournissent des services dans les principaux domaines professionnels couvrant l'audit, la fiscalité, la consultance et le conseil financier. Leurs services, renommés pour leur excellence, ont déjà conquis les décideurs de la plupart des grandes enseignes internationales et nationales, publiques comme privées, et d'organisations prospères en plein essor opérant à l'échelle mondiale. Le groupe Deloitte Touche Tohmatsu Limited a réalisé un chiffre d'affaires de 43.2 milliards de dollars pour l'année fiscale 2019.

Deloitte fait référence à un cabinet membre de Deloitte, un ou plusieurs sociétés liées, ou Deloitte Touche Tohmatsu Limited, société de droit anglais (« private company limited by guarantee ») (« DTTL »). DTTL et chacun de ses cabinets membres sont constitués en entités indépendantes et juridiquement distinctes. DTTL (également appelé « DTTL ») ne fournis pas de services à des clients. Pour en savoir plus sur la structure légale de DTTL et de ses cabinets membres, consultez <http://www.deloitte.com/about>.