

Communiqué de presse

Zurich/Genève, 28 juin 2019

Millennials suisses: Grandir dans un monde qui ne cesse de se transformer les rend pessimistes et moins confiants

- **La confiance des Gen Y (ou Millennials) suisses dans l'économie et la politique est relativement faible. Seuls 15% d'entre eux considèrent les dirigeants d'entreprise ou les politiciens comme une source d'information fiable.**
- **Les Millennials veulent d'abord voyager et ensuite peut-être fonder une famille. Acheter une maison et gagner un salaire élevé ne viennent qu'en deuxième position.**
- **Ils sont beaucoup plus préoccupés par le changement climatique que par les questions d'économie et d'identité.**
- **Les Gen Y entretiennent une relation conflictuelle avec les réseaux sociaux: près la moitié d'entre eux envisage d'arrêter d'utiliser les plateformes.**
- **Les entreprises suisses doivent s'adapter afin de garder les Millennials parmi leurs clients et employés: les Gen Y s'attendent à une plus grande responsabilité sociétale de leur part.**

Dans un monde en pleine mutation, les Millennials (ou les Gen Y, en référence à la période à laquelle ils sont nés) sont relativement déçus par les institutions traditionnelles. Ils doutent des motivations des entreprises et restent sceptiques quant aux progrès sociaux et économiques. C'est ce qui ressort de l'étude Deloitte 2019 sur les Millennials. Ce rapport est basé sur l'opinion de 13'416 jeunes de 42 pays âgés de 24 à 35 ans. En Suisse, 319 Gen Y ont participé. D'un côté, les Millennials semblent circonspects à l'égard du monde et de la place qu'ils peuvent y occuper. De l'autre, bon nombre d'entre eux restent optimistes et s'appuient sur leurs valeurs, que ce soit en tant que consommateurs ou qu'employés.

«Entre la crise financière mondiale d'il y a dix ans et la quatrième révolution industrielle, les Millennials ont grandi à une époque unique, qui a eu des impacts sur la connectivité, la confiance, la confidentialité, la mobilité sociale et leur travail», explique Reto Savoia, CEO de Deloitte Suisse. «Cette incertitude se reflète dans le regard critique qu'ils portent sur les entreprises, le gouvernement et les dirigeants, mais également dans leur volonté d'une transformation sociétale positive. En tant que chefs d'entreprise, nous devons continuer à nous attaquer aux problématiques qui intéressent le plus les jeunes générations.»

Ce n'est pas uniquement une question d'argent

Contrairement aux générations précédentes, les Gen Y suisses accordent plus d'importance à l'expérience qu'au fait de gagner un salaire élevé. Un sentiment partagé par les Gen Y d'autres pays développés. Voyager et voir le monde figurent ainsi en tête des aspirations (61%) en Suisse, et fonder une famille arrive en deuxième position avec 47%. Et si 52% des personnes interrogées au niveau international cherchent à gagner un salaire élevé et à être riches, seuls 42% des répondants suisses ont le même désir. Cette différence peut sans doute s'expliquer par le haut niveau de prospérité en Suisse qui se reflète dans un salaire moyen élevé et un faible taux de chômage.

«Les Gen Y suisses prisant particulièrement les expériences enrichissantes et la famille, les entreprises qui les emploient doivent réfléchir à comment leur faire vivre une expérience unique. Pour attirer des jeunes talents très qualifiés, elles devront adopter des modèles de travail flexibles mais également les accompagner et leur donner les moyens de mieux coupler travail et objectifs de vie. C'est d'autant plus important en Suisse du fait du faible niveau de soutien accordé aux familles par les pouvoirs publics», explique Myriam Denk, Associée en charge de Future of Work chez Deloitte Suisse.

Faible degré d'optimisme des Gen Y

Bien que les Millennials suisses soient relativement satisfaits de leur vie, le pessimisme est assez répandu. L'optimisme économique est non seulement à un niveau historiquement bas, mais il est aussi plus bas que dans la plupart des autres pays. Seules 14% des personnes interrogées (31% l'an dernier) déclarent que la situation économique en Suisse va s'améliorer au cours des douze prochains mois, contre 26% pour l'ensemble des répondants au niveau international. Une tendance similaire se dégage en matière d'opinions politiques. Seuls 16% des Gen Y suisses s'attendent à ce que la situation sociale et politique s'améliore au cours des douze prochains mois, contre 22% pour l'ensemble des répondants au niveau international.

«Le niveau de vie élevé dans notre pays est probablement l'une des raisons principales du pessimisme des Millennials suisses. Il est plus difficile de progresser lorsqu'on a déjà un bon niveau de réussite, mais il faut continuer à travailler dur et ne pas céder à la complaisance», explique Reto Savoia.

Une préoccupation croissante face au changement climatique

Le changement climatique est une autre raison possible au pessimisme des Gen Y en Suisse: 40% des répondants se sentent personnellement concernés par la protection de l'environnement qui est, de loin, leur préoccupation phare en 2019. Les questions traditionnellement importantes telles que le chômage (16%), l'immigration (11%) ou la croissance économique (7%) sont quant à elles reléguées loin derrière.

Dans ce contexte d'inquiétude face au changement climatique, de nombreux Millennials suisses exigent des entreprises qu'elles aient un impact plus durable. 43% des répondants ont ainsi noué ou renforcé une relation avec une entreprise parce qu'ils considèrent que les produits ou services qu'elle propose ont un impact positif sur l'environnement ou la société.

«Le changement climatique figurait déjà parmi les priorités des Millennials lors de notre enquête en décembre et janvier derniers, donc bien avant que les grèves d'étudiants et les médias n'accroissent cette question. Les Millennials semblent s'intéresser plus à l'environnement qu'à l'économie. Cela pourrait non seulement modifier le paysage politique, mais également la relation entre les entreprises et les consommateurs», explique Myriam Denk.

Suisse: la réputation des chefs d'entreprise est moins bonne que celle des politiciens

Selon 68% des répondants suisses (73% au niveau international), les dirigeants politiques n'ont pas une influence positive sur le monde. Ils sont 64% (54% au niveau international) à dire la même chose des chefs d'entreprise. De plus, seuls 16% des Millennials suisses (10% au niveau international) ont indiqué avoir une «grande confiance» dans les dirigeants politiques, et 14% (15% au niveau international) dans les chefs d'entreprise.

«Les chefs d'entreprises et les dirigeants politiques ont une piètre réputation auprès des Millennials, en Suisse comme à l'international. C'est inquiétant et nous devons prendre cela au sérieux, surtout dans la perspective du prochain vote portant sur l'initiative Entreprises responsables ou sur un contre-projet», déclare Reto Savoia. «Il faut que les chefs d'entreprise et les dirigeants politiques suisses améliorent leur communication avec la population. Ils doivent intensifier leurs efforts afin de collecter et de publier des informations plus systématiques sur l'impact qu'ils ont sur la société, l'économie et l'environnement.»

Paysage médiatique et technologique en évolution

La communication directe semble être le meilleur moyen de rétablir la confiance, étant donné que de nombreux jeunes se méfient des médias traditionnels et entretiennent des relations conflictuelles avec les réseaux sociaux. 48% des répondants trouvent en effet que les médias traditionnels ont un impact négatif sur le monde, et 25% d'entre eux n'ont «aucune confiance» dans les médias en tant que source d'information fiable. Les résultats sont très similaires en Suisse et au niveau international.

Interrogés sur la façon dont ils utilisent leurs appareils numériques et les réseaux sociaux, 56% des Millennials suisses (71% au niveau international) ont indiqué avoir une opinion plutôt positive ou très positive. 61% considèrent qu'ils seraient plus heureux et 59% qu'ils seraient en meilleure santé physique s'ils réduisaient le temps qu'ils passent sur les réseaux sociaux. Et une majorité nette de 60% pensent que les réseaux sociaux font plus de mal que de bien.

«Nos résultats corroborent ceux de nombreuses autres études et montrent que l'utilisation des réseaux sociaux pourraient créer une dépendance chez quelques Millennials. Certaines entreprises technologiques ont déjà compris la tendance et pris conscience des effets négatifs de leurs produits. Mais les Gen Y doivent également apprendre à gérer par eux-mêmes les côtés négatifs de la technologie numérique», explique Myriam Denk.

Problèmes liés à la confidentialité et à la cybersécurité

76% des personnes interrogées en Suisse s'inquiètent de la façon dont les entreprises obtiennent leurs données personnelles. Ils sont 58% à penser que les réseaux sociaux doivent faire davantage d'efforts pour protéger les données de leurs abonnés et améliorer la sécurité en ligne. Pour autant, 43% pensent cette responsabilité devrait également revenir à tout un chacun.

«Les entreprises qui vendent des produits et des services aux Millennials devront améliorer leur réputation parce ces derniers consomment de façon réfléchie. De plus, les Gen Y sont partagés quant au rôle de la technologie et ils se tournent vers les entreprises afin qu'elles les aident à s'adapter à la nouvelle normalité. En parallèle, afin d'attirer et de retenir les jeunes employés, les entreprises doivent renforcer leurs initiatives en matière de diversité et d'inclusion et trouver de nouveaux moyens d'intégrer ces générations à des programmes d'impact sociétal. Elles doivent également mettre l'accent sur la reconversion et la formation de la jeune génération afin de la préparer à l'industrie 4.0», conclut Reto Savoia.

- Trouvez davantage d'informations sur les [résultats internationaux](#) de l'enquête sur notre site Web.
- Apprenez-en davantage sur l'entreprise sociale et les [dernières tendances en matière de Capital Humain](#).

Contact: Reto Savoia
Poste: CEO de Deloitte Suisse
Tél.: +41 58 279 70 50
E-mail: rsavoia@deloitte.ch

Contact: Myriam Denk
Poste: Associée Human Capital et Future of Work en Suisse
Tél.: +41 58 279 67 92
E-mail: mydenk@deloitte.ch

Contact: Michael Wiget
Poste: Responsable Communication Externe
Tél.: +41 58 279 70 50
E-mail: mwiget@deloitte.ch

À propos de l'Étude internationale sur les Millennials

Le rapport 2019 est basé sur l'opinion de 13'416 Millennials à travers 42 pays interrogés en décembre 2018 et janvier 2019. En Suisse, 319 jeunes ont participé à cette étude. Les Gen Y inclus dans l'étude sont nés entre janvier 1983 et décembre 1994. C'est la huitième année que Deloitte Global publie une telle étude.

Deloitte Suisse

Deloitte compte parmi les principales sociétés suisses fournissant des services professionnels dans les domaines Audit & Assurance, Consulting, Financial Advisory, Risk Advisory et Tax & Legal. Avec plus de 1'900 collaborateurs répartis dans les villes de Bâle, Berne, Genève, Lausanne, Lugano et Zurich (siège), Deloitte propose ses services à des entreprises et des institutions de toutes formes juridiques et de toutes tailles, et opérant dans tous les secteurs d'activité.

Deloitte Suisse est une filiale de Deloitte North South Europe (NSE), société affiliée de Deloitte Touche Tohmatsu Limited ('DTTL'). Les sociétés affiliées de DTTL sont représentées dans plus de 150 pays avec environ 286'000 collaborateurs.

Note aux rédacteurs

Dans le présent communiqué de presse, la désignation Deloitte fait référence à une ou plusieurs sociétés membres de Deloitte Touche Tohmatsu Limited ('DTTL'), une «UK private company limited by guarantee» (une société à responsabilité limitée de droit britannique). DTTL et son réseau de sociétés affiliées forment chacune une entité juridique indépendante et séparée.

Deloitte SA est une filiale de Deloitte NSE LLP, une société affiliée de DTTL. Deloitte NSE LLP et DTTL, en tant que telles, ne fournissent pas de services aux clients. Deloitte SA est une société d'audit agréée et surveillée par l'Autorité fédérale de surveillance en matière de révision (ASR) et par l'Autorité fédérale de surveillance des marchés financiers (FINMA). Pour une description détaillée de la structure juridique, veuillez consulter le site www.deloitte.com/ch/fr/about.



© 2019 Deloitte SA. Tous droits réservés.