

# Décrocher la Lune : un défi pour séduire les générations Y et Z

Pour gagner l'adhésion durable des jeunes générations, l'entreprise doit apprendre à « décrocher la Lune », et non plus se contenter de simplement se rendre attractive.



Les jeunes attendent d'une entreprise qu'elle leur propose d'atteindre la Lune en s'engageant pleinement au service de la société et de l'environnement. (iStock)

Par **Isaac Getz** (auteur et professeur à l'ESCP) Publié

le 1 juil. 2025 à 10:05



Les **générations Y et Z** représentent déjà la majorité des salariés et plus encore en première ligne, là où se crée la valeur économique. Pour les attirer, les entreprises doivent mettre en place une fusée à trois étages. Or beaucoup de sociétés restent bloquées au deuxième.

Le premier étage de la fusée repose sur une expérience digitale aussi fluide que celle des applis qu'utilisent ces jeunes générations. Il inclut le cadre et l'organisation du travail (où et quand ces générations souhaitent travailler pour des résultats significatifs).

Mais une fusée dotée d'un seul étage retombe vite, car les jeunes collaborateurs perçoivent que ses dispositifs restent superficiels et ne reflètent ni les relations ni le contenu du travail.

Un deuxième étage permet d'installer un management fondé sur la confiance et la responsabilisation, avec des managers formés et coachés pour se transformer en facilitateurs. Formations en ligne, mentoring, parcours individualisés... Les dispositifs du développement personnel jouent un rôle clé. A une condition toutefois : que les jeunes puissent les choisir eux-mêmes.

Ces deux premiers étages permettent à nombre d'entreprises de se mettre sur une orbite d'attractivité. Mais pas encore de « décrocher la Lune » en étant plébiscitées par les jeunes.

### **Troisième étage : la Lune de l'adhésion**

Insatisfaits, nombre de jeunes salariés perçoivent que le discours de l'entreprise - « politique RH », QVCT, « mesures d'impact » - a plus pour ambition de les retenir que de favoriser leur épanouissement ou de leur offrir une cause inspirante susceptible de les faire rêver et de pleinement les engager.

Ni les programmes de responsabilité sociale d'entreprise (RSE) ni même les statuts d'« entreprise à mission » ne suffisent : **seuls 30 % des Y et 26 % des Z se disent satisfaits de l'impact social de leur entreprise** - et ces scores sont encore plus faibles concernant l'impact sur l'environnement. Comme disent les Québécois : « Les bottines ne suivent pas les babines. » (Les actions doivent suivre les paroles, NDLR).



#### **Leadership & Management**

Chaque jeudi, un rendez-vous inspirant sur des questions de leadership et de management. Inscrivez-vous en un clic !

[Je veux recevoir gratuitement la newsletter](#)



Ces jeunes attendent d'une entreprise qu'elle s'engage pleinement au service de la société et de l'environnement - pas partiellement. Utopique ? Non.

#### LIRE AUSSI :

- **DECRYPTAGE - Quatre conseils pour adopter le « management de la confiance » du patron de la MAIF**
- **INTERVIEW - « Les jeunes générations veulent des coachs qui les guident et qui les motivent, pas des managers qui les supervisent au quotidien »**

Une recherche portant sur **des dizaines d'entreprises, de toutes tailles et tous secteurs, passées au crible sur trois continents** laisse apparaître une finalité commune. Dans cet échantillon, toutes ces organisations apportent, à travers leur coeur de métier, un soin inconditionnel à leurs clients, fournisseurs et communautés locales. Et créent plus de profits que leurs concurrents centrés sur la rentabilité.

C'est le cas du leader bancaire suédois Handelsbanken. Ses conseillers n'ont ni objectifs de vente ni ventes croisées, ni centres d'appels et pas davantage de budget formel ou de stratégie centralisée. Pourtant, depuis cinquante ans, Handelsbanken affiche un rendement de capitaux propres supérieur à celui de ses concurrents suédois, est numéro un en satisfaction client, depuis quinze ans, au Royaume-Uni et détient la meilleure note mondiale de crédit bancaire. Grâce à sa vision, cette entreprise attire spontanément les jeunes talents désireux d'atteindre la Lune et d'y demeurer.

Si une banque européenne cotée peut apporter un soin inconditionnel à son écosystème et être plébiscitée par les jeunes, alors toute entreprise peut le faire.

#### **ABONNEZ-VOUS À LA NEWSLETTER LEADERSHIP & MANAGEMENT**

Analyses, décryptages, chroniques, portraits... Chaque vendredi, à 07h00, recevez les informations les plus en pointe sur le management et les RH > [S'inscrire](#)

**Isaac Getz**

#### **THÉMATIQUES ASSOCIÉES**

Emploi & Salaires

Collèges, Lycées, écoles

Environnement

Taux d'intérêts