

12.11.2007 - 10:00 Uhr

Etude PwC "Managing tomorrow's people: The future of work to 2020" - Quel visage aura l'employeur modèle de demain?

Zurich (ots) -

Les jeunes diplômés ont une image claire de leur futur employeur. Celui-ci doit être crédible, avoir le sens des responsabilités sociales et offrir des possibilités d'évolution professionnelle. L'employeur rêvé est celui à qui l'on peut s'identifier. Par ailleurs, 78 pour cent des personnes interrogées pensent travailler, au cours de leur carrière, pour deux à cinq entreprises différentes, c'est-à-dire rester au moins huit ans en moyenne dans chaque entreprise. Les jeunes diplômés suisses considèrent l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée comme fondamental. De plus, les jeunes professionnels savent tous que performance, flexibilité et connaissances linguistiques sont des qualités essentielles sur un marché du travail mondialisé, d'autant que la concurrence est féroce. Tels sont les résultats de l'étude "Managing tomorrow's people: The future of work to 2020" menée par PricewaterhouseCoopers.

"Aujourd'hui les entreprises doivent faire preuve d'une grande clairvoyance lors du recrutement de jeunes talents", déclare Urs Klingler, Directeur Conseil fiscal et juridique. "Il est important de connaître dès à présent les cadres dirigeants de demain afin de créer les conditions qui offriront des possibilités d'évolution optimales", ajoute-t-il. Les professionnels en début de carrière souhaitent stabilité, continuité et sécurité dans un monde du travail globalisé et en constante mutation. Les diplômés de l'enseignement supérieur cherchent un employeur auprès duquel ils espèrent rester longtemps. Seuls 5,5 pour cent envisagent la possibilité de travailler pour plus de dix employeurs différents au cours de leur carrière. Les possibilités d'évolution au sein de l'entreprise revêtent dès lors une importance considérable. Les diplômés suisses recherchent eux aussi, lors de leur recherche d'emploi, un profil de poste exigeant et épanouissant. La priorité de ces jeunes diplômés helvétiques ne porte pas sur le salaire, mais sur une activité variée et des possibilités d'évolution professionnelle au sein de l'entreprise.

L'image de l'entreprise doit correspondre

La crédibilité et l'image d'une entreprise auprès du public jouent un rôle déterminant. En effet, 90 pour cent des jeunes diplômés aux Etats-Unis recherchent activement un employeur dont les valeurs et le sens des responsabilités sociales correspondent à leurs propres conceptions. En Chine et en Grande-Bretagne aussi, la grande majorité des personnes interrogées souhaitent pouvoir s'identifier à leur futur employeur. En Suisse, outre l'image de marque de l'entreprise, l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée et la possibilité de concilier les deux constituent des critères décisifs. La possibilité de planifier son temps de travail de manière individuelle et flexible gagne en importance, bien que peu de jeunes diplômés s'attendent à se voir proposer des modèles de temps de travail flexibles. Seuls 5 pour cent des sondés pensent travailler majoritairement depuis leur domicile. En Grande-Bretagne, 0,6 pour cent seulement considère cette alternative comme réaliste.

Flexibilité et connaissances linguistiques sont de rigueur

Les langues ne cessent de gagner en importance sur notre marché du travail mondialisé. Partant, un tiers des jeunes professionnels

britanniques comptent travailler plus souvent à l'étranger que les générations antérieures. Ils s'attendent à ce que la seule maîtrise de leur langue maternelle, l'anglais, ne suffise plus comme langue commerciale à l'étranger et qu'il soit nécessaire d'en connaître d'autres. Le marché du recrutement mondialisé confronte également les entreprises à de nouvelles exigences. L'employeur doit organiser le transport, les repas et le cas échéant, un logement pour les jeunes cadres étrangers. "Les expatriés sont de plus en plus la règle. Les entreprises doivent s'y préparer si elles souhaitent garder une image attrayante aux yeux de l'élite", explique Urs Klingler à propos des résultats de l'enquête.

Pour obtenir la publication de PwC au format PDF, veuillez contacter Claudia Sauter.

Contact:

Urs Klingler
PricewaterhouseCoopers
Director Conseil fiscal et juridique
E-Mail: urs.klingler@ch.pwc.com

Claudia Sauter
PricewaterhouseCoopers
Responsable Public Relations
E-Mail: claudia.sauter@ch.pwc.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100008191/100548941> abgerufen werden.