

Les Millennials, demi-allergiques au capitalisme



Les Millennials sont plus satisfaits d'être salariés que leurs aînés, ils souhaitent être payés en monnaie digitale et ne font plus confiance dans les banques.

Avec Jean-Marc Sylvestre

Alors que le marché du travail paraît tendu, la nouvelle génération, celle qui a moins de 30 ans et qu'on appelle aussi la génération des millennials, a véritablement des aspirations très novatrices par rapport à leurs parents issus pour beaucoup de la génération des Baby-boomers.

Pour répondre à l'inquiétude des entreprises qui ont beaucoup de mal à comprendre leurs jeunes salariés, le cabinet ADP (Automatico Data Processing), le leader mondial des solutions de gestion du capital humain, a sondé les aspirations des baby-boomers, des salariés de la génération X et de ceux de la génération Y .

Eh bien, les milléniaux (les Y voire Z) qui sont nés avec le digital représentent aujourd'hui 74% de l'effectif mondial des salariés.

Les grandes aspirations de ces jeunes sont assez étonnantes pour les Baby-boomers, qui apparaissent singulièrement à côté de la plaque (OK Boomer) et des besoins, alors qu'ils tiennent encore la majorité des postes de pouvoir.

1ère observation : les millennials sont globalement plus heureux que leurs aînés le jour de la paie. Ils ressentent un sentiment plus positif au moment du versement de l'argent. 32% sont vraiment contents ce jour-là, 27% considèrent que c'est un facteur d'accomplissement. Donc seulement 15% se déclarent déçus et 8% stressés. Conclusion de ce premier point, le millennial adhère majoritairement au système salarial. Est-ce parce que le contrat de subordination qui lie le salarié à son entreprise est moins rigoureux, plus supportable qu'autrefois ? C'est possible, compte tenu de la transformation même du travail qui nécessite aujourd'hui plus de compétence et de formation. Donc les individualités seraient mieux reconnues dans l'entreprise. Affaire d'expertise et de management. La quête de sens que l'entreprise protège commence peut-être par donner un sens au travail de leurs salariés. En tous les cas, le sentiment de joie et reconnaissance, quand on reçoit le salaire est plus important que le salaire lui-même dans la fidélisation du salarié.

2^e observation : les salariés Y consacrent la plus grosse part de leurs dépenses au logement (26%) et aux loisirs, vacances, sorties et hobbies divers. 24 % du budget va dans les achats plaisirs. Par conséquent, les dépenses familiales ne sont pas les plus importantes (22%, beaucoup moins que pour leurs aînés). Ça peut toutefois révéler un âge plus tardif auquel ils vont fonder une famille.

En revanche, les millennials ont tendance à épargner plus que les autres. Les Y consacrent plus de 17 % de leurs revenus à l'épargne, c'est beaucoup plus que la moyenne des baby-boomers. Explication : les millennials sont plus convaincus que leurs aînés qu'ils vont avoir à préparer eux-mêmes leurs retraites.

3^e observation, les millennials souhaiteraient que les options de paiement du salaire soient plus modernes avec des choix non conventionnels. Le versement direct sur leur compte courant, c'est très bien mais pour la majorité d'entre eux, leurs employeurs pourraient faire preuve d'imagination. Dans les dix prochaines années, les millennials souhaitent la généralisation des paiements digitaux de leur salaires comme de tout autre dépense, soit par une plateforme numérique, pour 65%, soit par mobile pour 61%, ou par cartes prépayées et même par crypto monnaies (pour 35% des Y).

Dans la même veine, les millennials n'ont pas de souhaits très précis sur la fréquence de paiement, ça peut être par semaine, par quinzaine, par mois, mais ça pourrait être quotidien avec les nouveaux outils. En revanche, les millennials souhaitent que ça soit très flexible, très réactif.

La question de la sécurité sur le versement ou la valeur de leur monnaie et épargne n'est pas primordiale. Ils considèrent que les outils modernes de paiement offrent plus de garanties que le système bancaire traditionnel. Ils sont trop habitués aux nouvelles technologies pour douter de leur solidité.

Le choix de la modernité est un choix très important. On comprend que les banquiers soient soucieux sur l'avenir de leur métier et de la monnaie classique. On comprend que les Facebook et les Google carburent pour mettre au point leurs propres circuits et leurs propres banques.

4^e observation, les millennials sont en attente fébrile de conseils financiers et là encore, ils n'attendent pas ces conseils de leurs banques, mais plutôt de leurs entreprises qui les salarient. 45 % des millennials pensent que leur entreprise pourrait leur faire bénéficier de conseil pour la gestion de leurs finances ou de leur épargne. C'est très supérieur à ce qui se passe chez leurs aînés qui font encore confiance dans la banque.

De façon très cohérente, les 2/3 des milléniaux consentiraient à communiquer sans réticences leurs informations personnelles à leur employeur, ce que refusent de faire leurs aînés.