

## QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL : CE QUE VEULENT LES NOUVELLES GÉNÉRATIONS

La qualité de vie au travail est devenue au fil des années une préoccupation première pour les jeunes travailleurs. Désirant un équilibre vie pro-vie perso, du sens et de la fluidité, la nouvelle génération scanne chaque lieu de travail avant de faire un choix de carrière. Ces attentes sont autant d'enjeux à décrypter pour les DRH actuellement en poste.



Selon une étude [Oxford Economics](#), en 2030, le « Génération Z » représentera 26 % de la population active.

### Les nouvelles générations : un nouveau rapport au travail

#### Travail des jeunes : la fin du tout CDI

Pour faire simple, la fameuse « Génération Z » désigne les personnes nées entre 1997 et 2010. Or, selon une [étude Mazars et OpinionWay](#) sur le futur du travail, cette génération a des revendications. La première, peut-être la plus importante de toutes : elle est attirée par de nouveaux modes de travail ; pour ne pas dire écœurée du parcours professionnel classique. En effet, si 79 % des jeunes âgés de 15 à 24 ans considèrent encore que décrocher un CDI est un objectif en soi, un tiers d'entre eux souhaite cumuler au moins trois activités en parallèle. Les jeunes misent de moins en moins sur le travail à vie, coûte que coûte. Ainsi, selon [un article de The Conversation](#), nous sommes entrés dans « l'ère du switch », des slasheurs. « Celle de la fin des voies toutes tracées, où le marché se transforme profondément, avec la progression des freelances (augmentation de 126 % en 10 ans), l'explosion de la pluriactivité (multipliée par deux en 10 ans), l'obsolescence accélérée des métiers (50 % des jobs d'aujourd'hui n'existeront plus d'ici 10 ans). » En conséquence, la « Gen Z » est moins fidèle car plus exigeante vis-à-vis des employeurs qui ont trop longtemps pris leurs salariés pour acquis. [70 % d'entre eux songeaient à changer d'emploi en 2023.](#)

#### Un rapport pragmatique au monde professionnel

Les nouveaux arrivants sur le marché du travail ont donc un rapport à la fois plus distancié et clair au monde du travail. D'un côté, l'étude de Mazars révèle que la rémunération fait partie d'une des motivations principales pour se rendre sur leur lieu de travail.

De l'autre, une [étude Yatedo](#) indique que 61% des jeunes de la génération Z placent « la qualité de vie au travail » au-dessus du salaire. Pour trancher entre ces deux approches et postulats, pour rester dans une entreprise, ces salariés sont en quête de sens et d'utilité dans leur activité professionnelle. Ils souhaitent que leur hiérarchie soit transparente et compréhensive. De surcroît, ils sont 85 % à placer l'ambiance et le bien-être au travail en deuxième position de leurs critères pour choisir un métier.

## **QVCT : les attentes de la nouvelle génération**

### **Des besoins précis de santé et sécurité au travail**

Toujours selon l'étude Mazars Opinion Way, les jeunes générations considèrent prioritairement l'équilibre vie personnelle / vie professionnelle. Ayant eu les exemples peu ragoutants de leurs parents, elles refusent que leur temps de travail absorbe le reste de leur vie. Ainsi, d'après l'étude "La grande invaZion" de BNP Paribas et The Boston Project, 40% disent ne pas vouloir pas renoncer à un équilibre entre vie privée et vie professionnelle en échange d'augmentation salariale.

### **Bien-être au travail : des relations à inventer**

Dans le même ordre d'idée, la prévention dans le cadre du travail peut prendre des formes plus tacites ou informelles. Les jeunes espèrent de la transmission de compétences (37 %), une ambiance conviviale (44%) et revendiquent le droit à l'erreur. De même un quart des jeunes actifs questionnerait la notion de verticalité en entreprise, attendant davantage de confiance de la part de la hiérarchie. En somme, ils cherchent des modèles à inventer. Cela peut se manifester de bien des façons : plus de télétravail (50%) ; pouvoir organiser ses horaires de travail (73%). Enfin, cette génération a pris conscience de l'importance de la santé physique et mentale. Elle cherche à évoluer dans un environnement de travail qui encourage la communication ouverte et contribue à sa santé globale.

## **QVT et nouvelles générations : quel rôle pour l'employeur ?**

Enfin, l'étude Mazars pointe une dernière donnée marquante : 92 % de la « Gen Z » estiment qu'il est du rôle de l'entreprise de s'assurer du bien-être des salariés. Traduction, aux employeurs de prendre le pli.

### **S'adapter aux nouvelles attentes**

Il serait donc avisé, pour solidifier la marque employeur, de mettre en place une politique de rémunération attractive, de mieux aménager ses espaces de travail, de proposer des avantages en nature (ateliers, cours de sport, formations), questionner ses horaires etc. Sans oublier bien sûr les « soft skills » : l'écoute des managers, des relations harmonieuses entre collègues, l'exemplarité des dirigeants. Les leviers sont multiples. Interroger les salariés eux-mêmes peut être une porte d'entrée pertinente.

### **Reconnaître les nouveaux besoins des jeunes travailleurs**

Plus un recruteur/employeur sera sensible à cette nouvelle donne, plus il sera attractif pour des jeunes candidats et apprécié par ses collaborateurs. Les entreprises qui reconnaissent les attentes de nouveaux actifs et s'efforcent de créer des environnements de travail en ce sens bénéficieront d'une main-d'œuvre plus engagée, créative et force de proposition. Plus que jamais, les jeunes transforment le monde du travail, faisant de la qualité de vie au travail un impératif pour toute organisation qui souhaite prospérer.

### **En savoir plus :**

- « [Le bien-être au travail dans un monde en mutation : défis et opportunités](#) », article INRS, 2019
- « [Une étude explore les désillusions des JEUNES au travail](#) », article Préventica, 2025
- « [Rapport des jeunes au travail : une plus grande sensibilité à la conciliation entre vie personnelle et professionnelle](#) », vie publique, février 2024
- « [Génération Z : leurs attentes vis-à-vis du marché du travail](#) », article France Travail, août 2023