

Communiqué de presse

Paris, le 4 mars 2025

À quelle carrière les jeunes rêvent-ils ? Sont-ils satisfaits de leur insertion dans le monde professionnel ? Comment la génération Z s'approprie-t-elle l'IA ?

Résultats du baromètre 2025

« Le bonheur au travail vu par les jeunes de 18-24 ans »

Le Groupe ISC Paris, grande école de commerce et de management, implantée à Paris et Orléans, membre de la Conférence des Grandes Écoles et référente de l'Action Learning, présente la 3^{ème} édition de son baromètre sur le bonheur au travail vu par les jeunes de 18-24 ans, réalisé avec l'institut d'études BVA Xsight. Ce baromètre analyse la vision des jeunes sur le monde du travail, leur définition du « job de rêve » et de la réussite professionnelle. Pour établir cette enquête, le Groupe ISC Paris et l'institut BVA Xsight ont analysé les réponses d'un échantillon représentatif de 1051 jeunes, âgés de 18 à 24 ans. Pour cette 3^{ème} édition, le baromètre s'est intéressé aux tendances qui se confirment, qui s'effondrent et qui émergent auprès des jeunes ainsi qu'à leur utilisation de l'intelligence artificielle dans leur quotidien.

Équilibre vie professionnelle et personnelle, ambiance au travail et flexibilité : quelles sont les tendances qui se confirment ?

Les aspirations des jeunes en matière de travail évoluent, mais certaines tendances restent solides année après année. Selon les résultats de la **3^{ème} édition du Baromètre du bonheur au travail vu par les jeunes**, l'équilibre entre vie professionnelle et personnelle demeure une **priorité absolue** pour les jeunes (**46%** en 2024 / 46% en 2023 / 45% en 2022). Plus que jamais, ils recherchent de la flexibilité, notamment à travers des horaires adaptés (**53%**) et la possibilité de télétravailler (**27%**), un levier essentiel pour concilier leurs ambitions professionnelles avec leur bien-être personnel.

L'**ambiance au travail** et le **bien-être des salariés** restent des critères déterminants dans le choix d'un emploi pour les jeunes. En 2024, **31%** d'entre eux considèrent l'ambiance comme un facteur clé, un chiffre stable par rapport à 2023 et 2022 (32% et 31 %). Le **sentiment de bien-être au travail**, quant à lui, demeure une priorité constante pour **38%** des jeunes, un taux inchangé depuis trois ans. Au-delà de leur propre perception, les jeunes expriment une attente forte vis-à-vis des employeurs : pour être performante, une entreprise doit veiller au bien-être de ses salariés. Cette conviction progresse encore en 2024, avec **87%** des répondants partageant cet avis (86% en 2023 et 85% en 2022). Autant de signaux clairs qui rappellent aux

entreprises l'importance d'un environnement de travail sain et épanouissant pour attirer et fidéliser les talents de demain.

Par ailleurs, **79%** des jeunes considèrent que leur travail a du sens pour eux et **85%** se sentent bien intégrés dans leur entreprise. Ces exigences, qui se maintiennent au fil des années, traduisent une volonté de reconnaissance du travail accompli, au-delà de la simple rémunération.

Pourtant, un point de friction persiste : **seulement 27% des jeunes osent négocier leur salaire à l'embauche**, un chiffre en stagnation par rapport à 2023. Cette réticence, plus marquée chez les femmes (**80%**) et les jeunes issus de CSP- (**76%**), souligne un axe d'amélioration pour mieux accompagner cette nouvelle génération dans la valorisation de leurs compétences et de leur rémunération.

Face à ces attentes, constantes ces dernières années, les entreprises doivent s'adapter pour attirer et fidéliser les jeunes talents. Favoriser la flexibilité, cultiver un environnement de travail bienveillant et encourager l'épanouissement personnel sont autant de leviers à activer pour répondre aux aspirations d'une jeunesse en quête d'équilibre et d'accomplissement.

Pour être heureux au travail, les jeunes ont des attentes de plus en plus élevées

Les jeunes actifs d'aujourd'hui ne veulent plus seulement un travail : ils sont en quête d'un équilibre entre ambition professionnelle et épanouissement personnel, et leurs exigences ne cessent de s'intensifier. **Le salaire s'impose toujours comme le critère numéro un dans le choix du « job de rêve »**, cité par **47% des jeunes en 2024**, contre 44% en 2023 et 42% en 2022, soit une progression de **5 points en trois ans**. Une tendance qui confirme l'importance croissante des attentes financières chez une génération confrontée à l'inflation et aux incertitudes économiques.

Le salaire ne se limite pas à la seule question de la rémunération : il est aussi perçu comme un **facteur clé du bien-être au travail**, par **32%** des jeunes, arrivant en deuxième position parmi les éléments influant sur la satisfaction professionnelle, après l'équilibre vie personnelle/vie professionnelle (**46%**). Pour autant, l'aspiration à une meilleure qualité de vie reste forte. **Avoir du temps libre pour sa vie personnelle** demeure **le critère numéro un du « job de rêve » depuis 2022**, enregistrant lui aussi une hausse de **5 points** en deux ans. Cette attente est encore plus marquée chez les femmes, avec **46% d'entre elles** plaçant cet équilibre en tête de leurs priorités professionnelles. La nouvelle génération est exigeante et entend bien concilier ambitions, liberté et bien-être.

Parallèlement, l'envie d'**indépendance et d'entrepreneuriat** gagne du terrain. **Créer son entreprise ou être à son compte** est devenu un objectif majeur pour **28% des jeunes en 2024**, contre 24% en 2022. Une aspiration encore plus marquée chez les hommes, avec un taux qui atteint **31%**. Ce chiffre souligne un changement de mentalité où la quête de liberté et de sens dépasse le simple cadre du salariat.

Emploi des jeunes : des aspirations en mutation, des signaux faibles à surveiller

Si les aspirations des jeunes en matière d'emploi évoluent, certaines tendances marquent un essoufflement. Parmi elles, l'attractivité du secteur public, en recul constant depuis trois ans : en 2024, seuls **9% des jeunes** envisagent leur avenir dans la fonction publique, (10% en 2023 et 14% en 2022). Un phénomène qui touche également les grandes entreprises françaises, qui peinent à séduire : **seuls 10% des jeunes** estiment que leur « job de rêve » s'y trouve. Les petites entreprises (**7%**), les multinationales étrangères en France (**4%**), les associations (**4%**) et les start-up (**3%**) ne parviennent pas non plus à convaincre. En revanche, l'envie de **créer son entreprise (28%)** reste un indicateur fort tandis que 14% des jeunes aspirent à **travailler à l'international (14%)**, illustrant une volonté d'indépendance et d'ouverture sur le monde.

Loin des idées reçues, l'engagement RSE des entreprises n'est pas un critère décisif dans la quête du job idéal : **seulement 6% des jeunes** le citent comme prioritaire, contre 9% en 2023 et 11% en 2022. Les responsabilités confiées aux salariés suivent la même tendance (**6%**). En réalité, les attentes restent pragmatiques : **un bon salaire (47%)**, **une ambiance de travail agréable (31%)** et **des opportunités d'évolution (16%)** sont les piliers du bien-être professionnel.

Autre signal faible : **le CDI perd de son attractivité**. S'il demeure un objectif pour **59% des jeunes**, ils étaient 63% en 2022. Désormais, **27%** ne le considèrent plus comme une priorité. Parallèlement, **la satisfaction au travail s'érode** légèrement : **77% des jeunes** se déclarent satisfaits en 2024, contre 80% en 2023. Cette baisse s'observe sur plusieurs aspects dont les relations avec le manager (**76%** en 2024 vs. 82% en 2023), l'équilibre vie personnelle/vie professionnelle (**73%** en 2024 vs. 76% en 2023), la rémunération (**54%** en 2024 vs. 57% en 2023).

Enfin, si les jeunes actifs se sentent globalement bien intégrés dans leur entreprise, ils sont **moins nombreux à estimer que leur travail est adapté à leurs compétences (79%** en 2024 vs. 82% en 2023) ou qu'il est **reconnu à sa juste valeur (57%** en 2024 vs. 62% en 2023).

« Ce baromètre nous offre une photographie précieuse des aspirations, des préoccupations et des attentes des jeunes face au monde professionnel. Ces attentes, qui se renforcent d'année en année, nous incitent à adapter notre pédagogie. Il est essentiel d'accompagner nos étudiants non seulement dans l'acquisition de compétences techniques, mais aussi dans le développement de leur capacité à négocier, entreprendre et s'épanouir. Grâce à ces données, nous pouvons proposer des parcours encore plus alignés avec les aspirations des nouvelles générations, en intégrant davantage de projets concrets et de réflexions sur le sens du travail. » explique Jean-Christophe Hauguel, Directeur Général de l'ISC Paris.

Intelligence artificielle : entre curiosité et appréhension, une génération en quête de repères

Si l'intelligence artificielle s'impose dans de nombreux domaines, **son adoption par les jeunes reste contrastée**. Encore un quart d'entre eux n'utilisent pas l'IA (**27%**), notamment les 21-24 ans (**29%**) et ceux vivant en province (**29%**). À l'inverse, **69%** déclarent y avoir recours, en particulier dans le cadre de leurs études (**45%**). Pourtant, son usage quotidien reste limité :

59% des jeunes l'utilisent peu, voire jamais, et seulement **21%** déclarent s'en servir quotidiennement, dont **7%** plus d'une heure par jour.

Au-delà de l'usage, **le sentiment de préparation face à cette technologie divise. 4 jeunes sur 10 (40%) se sentent mal préparés à utiliser l'IA**, une tendance plus marquée chez les femmes (**47%**), les jeunes issus des CSP- (**46%**) et ceux résidant en province (**42%**). À l'inverse, **51% estiment être prêts**, notamment les jeunes cadres (**71%**), les habitants d'Île-de-France (**62%**) et les hommes (**59%**).

L'IA suscite un mélange d'émotions ambivalentes. Si 50% des jeunes ressentent de l'inquiétude, de l'incertitude ou de la contrariété face à son développement, 55% y voient aussi une source de curiosité, d'enthousiasme et de motivation. Près d'un quart (23%) éprouvent à la fois des émotions positives et négatives.

De plus, les questions éthiques liées à l'IA ne les laissent pas indifférents : **64%** des jeunes s'interrogent sur les enjeux moraux de cette technologie, **46%** estiment manquer de connaissances ou de compétences pour mieux l'appréhender et **37%** craignent qu'elle ne réduise le sens de leur travail. Pourtant, une majorité (**60%**) reconnaît que l'IA leur permettra avant tout de gagner du temps, bien que les avis restent partagés sur ses bénéfices en termes de qualité de vie, de bien-être au travail ou de créativité.

A PROPOS DU GROUPE ISC PARIS :

Créée en 1963, l'ISC Paris est une grande école de commerce, membre de la Conférence des grandes Écoles, établissement d'enseignement supérieur technique privé reconnu par l'État quadruplement accrédité AACSB, AMBA, EPAS, BGA. Elle détient également le label BSIS délivré par la FNEGE. Elle s'appuie sur un corps enseignant composé d'enseignants-chercheurs et d'expert professionnels, sur un réseau international de plus de 135 universités partenaires dans plus de 44 pays, des coopérations actives avec plus de 1200 entreprises et une association d'Alumni qui regroupe 20 000 diplômés. L'ISC Paris est l'école de référence de l'Action Learning une pédagogie originale fondée sur les expériences d'apprentissage et dont l'illustration la plus forte est celle de ses entreprises étudiantes. Elle est implantée sur deux campus à Paris et à Orléans et propose un programme Master in Management Bac+5 et un programme Bachelor Bac+3 en formation initiale et en alternance. L'institution compte 2000 étudiants inscrits dans ses différents programmes.

A PROPOS DE THE BVA FAMILY :

Plus de 50 ans d'existence, 900 collaborateurs dans 16 pays dans le monde - 2^e institut en France - 1^{er} groupe du secteur des études et du conseil à devenir « entreprise à mission » (loi Pacte) Notre mission : « Éclairer et accompagner les décisions des organisations et citoyens en décryptant, le monde pour construire des solutions performantes et un futur positif » Un département Opinion d'une quinzaine de personnes : sondages politiques et sociétaux, études d'image, évaluation de politiques publiques...

CONTACT PRESSE

Nolwenn Fréour – nfreour@madamemonsieur.agency – 06 78 35 12 19