

Selon une étude Accenture, la jeune génération bouscule les pratiques technologiques des entreprises en Chine et en Inde

La Génération Y d'Europe de l'Ouest apparaît plutôt en retard dans ce domaine

Paris, le 16 février 2010 – Selon une nouvelle étude d'Accenture, les entreprises chinoises et indiennes pourraient prochainement bénéficier d'un avantage compétitif sur la scène mondiale grâce à l'engouement des jeunes actifs et des étudiants pour les technologies de l'information.

L'étude, qui s'appuie sur un sondage réalisé auprès de plus de 5 000 étudiants et jeunes actifs dans 13 pays à travers le monde, révèle que les nouveaux embauchés et les étudiants issus de la Génération Y – âgés de moins de 28 ans – recourent beaucoup plus aux technologies de l'information en Chine et en Inde que dans le reste du monde. La différence est très nette avec l'Europe de l'Ouest, où les répondants de la plupart des pays y voient une perte de temps. Outre-Atlantique (Brésil, Canada, États-Unis) et dans la région Asie-Pacifique (Japon, Australie), les jeunes ont une perception positive de la technologie, mais dans une moindre mesure qu'en Chine et en Inde.

« Qu'elles inquiètent ou qu'elles fascinent – voire les deux – les disparités entre la génération du baby-boom et la Génération Y ne doivent pas laisser indifférent, estime Thierry Mennesson, Directeur mondial du conseil en stratégie informatique d'Accenture. Elles ont en effet de profondes implications. Les entreprises qui n'en tiennent pas compte risquent d'avoir du mal à attirer et retenir de nouveaux talents, mais également de voir leur compétitivité s'éroder faute d'innover dans le domaine technologique. »

Principales conclusions de l'étude

- En Chine, les jeunes issus de la Génération Y passent un temps considérable dans le monde virtuel, tant à des fins professionnelles que privées, grâce notamment aux outils de communication en temps réel. Leur utilisation de ces nouvelles technologies au travail représente en moyenne près de 34 heures par semaine, contre à peine 11 heures dans le reste du monde.
- Côté loisirs, les jeunes Chinois consacrent en moyenne 14,8 heures par semaine aux jeux vidéo (contre 3,4 heures dans le reste du monde), 5,1 heures au shopping en ligne (contre 1 heure ailleurs) et 5,3 heures aux environnements virtuels (contre 0,4 heure dans les autres pays).
- Une forte proportion de répondants en France, en Belgique, aux Pays-Bas et en Italie considère que la technologie exige trop de temps. Cette perception négative en Europe de l'Ouest peut s'expliquer par la difficulté d'accéder à des outils performants. Seuls 18 à 21 % des jeunes interrogés dans ces pays estiment disposer des moyens technologiques dont ils ont besoin au travail.

Vers la suppression des frontières entre les mondes professionnel et privé

Quand il s'agit d'adopter de nouvelles technologies, l'étude montre que l'enthousiasme de la génération du millénaire est « sans borne ». Quel que soit le pays considéré, les répondants s'affranchissent allègrement des frontières technologiques de l'entreprise. **Selon l'étude, ils souhaitent pouvoir utiliser leurs propres technologies et équipements plutôt que ceux fournis par leur employeur** (67% des jeunes chinois contre 35% des jeunes français). De même, **45 % des jeunes actifs reconnaissent utiliser des médias sociaux au travail, avec ou sans le feu vert de leur employeur.**

Même l'utilisation du courrier électronique évolue. Si, parmi la Génération Y, les plus âgés consacrent toujours en moyenne 6,8 heures par semaine à la rédaction ou à la lecture de mails de nature professionnelle, ceux d'âge intermédiaire n'y consacrent que 4,2 heures par semaine.

La sécurité informatique devient un enjeu clé pour les entreprises

Ils observent un comportement similaire à l'égard des règles de sécurité informatique en vigueur dans l'entreprise. **Imprudence ou mépris affiché, deux tiers (66 %) des répondants dans le monde avouent ne pas les respecter.** Autres résultats :

- 29 % des sondés déclarent ignorer si leur entreprise applique ou non de telles règles ;
- 17 % affirment que leur employeur n'a pas défini de politique en la matière ;
- 11 % expliquent que la politique définie en la matière dans leur entreprise est trop compliquée à comprendre ;
- 9 % n'hésiteraient pas à divulguer des informations relatives à leur activité professionnelle ou à des clients sur des sites publics – tout au moins dans le cadre d'échanges avec leurs collègues – sans se préoccuper des éventuelles règles applicables ;
- 37 % indiquent que l'offre de technologies dernier cri constitue un critère important dans le choix d'un employeur ;
- 72 % des répondants en Inde, 52 % aux États-Unis et 45 % en Chine déclarent que l'utilisation d'équipements dernier cri dans une entreprise représente un élément important pour le choix du lieu de travail.

Les sondés ne se disent pas seulement déçus des technologies disponibles dans leur environnement professionnel. Beaucoup vont jusqu'à enfreindre les règles établies dans l'entreprise en installant et en utilisant les équipements et applications externes qui ont leur faveur. À titre d'exemple, 39 % se servent de téléphones mobiles non fournis par leur employeur à des fins professionnelles. Ce constat vaut également pour la messagerie instantanée (33 %) et les sites de réseaux sociaux (43 %).

Implications pour les entreprises

La dynamique née de cette évolution démographique représente un défi de taille pour les entreprises. Elles doivent en effet intégrer les exigences de la Génération Y, tout en continuant à répondre aux attentes des travailleurs des générations précédentes et à préserver la confidentialité et la sécurité des données.

« Les entreprises, très strictes sur le respect de la hiérarchie et du règlement, sont particulièrement vulnérables, selon Thierry Mennesson. Il leur sera en effet de plus en plus difficile de séduire et fidéliser les jeunes talents requis pour déployer les nouvelles technologies qui révolutionnent le paysage concurrentiel. Nous assistons à l'émergence d'un fossé entre les entreprises visionnaires d'une part, et les formalistes d'autre part. Les premières sont conscientes que la Génération Y bouscule les pratiques technologiques sur le lieu de travail. Elles font face en acceptant le changement, creusant ainsi davantage l'écart avec leurs homologues plus conformistes. »

À propos de l'étude

Afin de comprendre l'impact que pourrait avoir la culture du tout technologique de la Génération Y - qui arrive sur le marché du travail - sur les décisions informatiques des entreprises, Accenture a réalisé des enquêtes quantitatives en ligne auprès de quelque 5 600 jeunes âgés de 14 à 27 ans dans 13 pays d'Amérique du Nord et du Sud, d'Europe et de la région Asie-Pacifique (Allemagne, Australie, Belgique, Brésil, Canada, Chine, États-Unis, France, Inde, Italie, Japon, Pays-Bas, Royaume-Uni). Tous les participants âgés de 14 à 17 ans avaient au moins l'équivalent d'un niveau BEPC. Ceux âgés de 18 à 27 ans, l'équivalent d'un niveau baccalauréat. Tous scolarisés, actifs ou jeunes diplômés au moment de l'enquête, les sondés représentent un échantillon aléatoire de la sous-catégorie visée, sans prétendre donner une image globale des consommateurs. L'enquête s'inscrit dans le programme d'études d'Accenture sur la haute performance informatique, qui vise à mieux appréhender les leviers et enjeux de la haute performance dans le secteur informatique.

Vous pouvez télécharger l'étude complète à l'adresse suivante : http://www.accenture.com/Global/Research_and_Insights/By_Role/HighPerformance_IT/CIOResearch/Millennials.htm

A propos d'Accenture

Accenture est une entreprise internationale de conseil en management, technologies de l'information et externalisation. Combinant son expérience, son expertise et ses capacités de recherche et d'innovation développées et mises en œuvre auprès des plus grandes organisations du monde sur l'ensemble des métiers et secteurs d'activité, Accenture aide ses clients – entreprises et administrations – à renforcer leur performance. Avec plus de 176 000 collaborateurs dans plus de 120 pays, Accenture a généré un chiffre d'affaires de 21,58 milliards de dollars au cours de l'année fiscale clôturée le 31 août 2009. Site Internet : www.accenture.com/fr