

Communiqué de presse

Saint-Denis, jeudi 9 octobre 2025

La Gen Z en entreprise : une génération à la fois déterminée et désorientée

Etude du groupe Randstad menée auprès de 11 250 talents - dont 750 en France - dans 15 pays, et basée sur l'analyse de plus de 126 millions d'offres d'emploi

- L'IA redéfinit les débuts de carrière : les offres d'emploi pour débutants ont chuté de 29 points depuis janvier 2024.
- Le sentiment de la Gen Z vis-à-vis de l'IA est ambigu. En France, 52% des répondants s'inquiètent de l'impact de l'IA sur l'emploi et 55% se réjouissent de l'intégration de cette technologie en entreprise.
- Plus de la moitié des talents de cette génération (52%) cherchent activement à changer d'emploi et moins d'un tiers d'entre eux (29%) envisagent de rester à leur poste au cours des 12 prochains mois.
- La durée moyenne en poste de la Gen Z est de seulement 1,1 an sur les cinq premières années de carrière (contre 1,8 pour les Millennials, 2,8 pour la Gen X et 2,9 pour les Baby-boomers).
- L'origine de cette bougeotte : un manque de perspectives professionnelles et une pression financière accrue qui pousse la Gen Z à trouver mieux, quitte à renier momentanément ses valeurs.
- Pour autant, 44% des jeunes travailleurs français déclarent manquer de confiance en eux pour se lancer dans la recherche d'un nouvel emploi.
- 48% des talents de la Gen Z interrogés occupent un emploi à temps plein. Parmi eux, 26% préféreraient cumuler leur poste avec une activité secondaire (« side hustle »), motivés par des pressions financières ou des ambitions professionnelles inassouvies.

La génération Z¹ est ambitieuse et pleine de potentiel, mais elle peine à trouver sa place en entreprise. Elle arrive sur le marché du travail dans un contexte de grands bouleversements. Malgré une pénurie de talents qui s'accroît, le nombre de postes ouverts aux débutants enregistre une baisse continue, tous secteurs confondus. Les jeunes travailleurs font face à une concurrence accrue, alimentée par l'IA qui permet de traiter des tâches habituellement confiées aux profils juniors. La Gen Z est également confrontée à une disruption technologique constante et à des perspectives de carrière incertaines.

Le nouveau rapport du groupe Randstad "La génération Z en entreprise" dépeint une génération à la fois déterminée et désorientée. Les jeunes aspirent à des carrières qui ont du sens et se projettent sur le long terme. Pourtant, ils manquent de confiance pour naviguer dans l'univers professionnel. Beaucoup se sentent insuffisamment préparés et accompagnés, ce qui les pousse à revoir leurs ambitions à la baisse. Conséquence directe : leur durée

¹ Baby-boomers : personnes nées entre 1946 et 1964 ; génération X : personnes nées entre 1965 et 1980 ; Millennials : personnes nées entre 1981 et 1996 ; génération Z : personnes nées entre 1997 et 2007.

moyenne en poste diminue. Les jeunes actifs d'aujourd'hui changent d'emploi plus vite que n'importe quelle génération avant eux. Si les employeurs peuvent y voir un manque de loyauté, les conclusions de l'étude suggèrent plutôt une réaction à des attentes déçues, doublée d'un puissant désir de progression.

Une génération impactée par un marché du travail en constante mutation

La génération Z est celle qui n'a jamais eu aussi peu d'opportunités pour faire ses premiers pas sur le marché du travail. A l'échelle mondiale, le nombre d'offres d'emploi pour les postes nécessitant moins de 2 ans d'expérience a chuté de 29 points depuis janvier 2024.

L'IA exacerbe cette situation en automatisant de nombreuses tâches traditionnellement confiées aux profils juniors. Ce phénomène s'observe notamment dans les deux secteurs de prédilection de la Gen Z : la tech et la finance. Dans la tech, le nombre de postes juniors a chuté de 35 points, les métiers les plus complexes et exigeants, comme ceux liés au Machine Learning, offrant peu d'opportunités aux jeunes talents. La finance a, quant à elle, enregistré une réduction de 24 points du nombre de postes offerts à la Gen Z. A l'inverse, le secteur de la santé fait figure d'exception avec une hausse de 13% du nombre d'offres pour débutants.

Face à cette raréfaction des postes juniors, la génération Z se voit contrainte de faire des compromis dans ses choix de carrière : 38% des répondants en France déclarent que leur poste actuel ne correspond pas à la carrière de leurs rêves. Soit le taux le plus élevé, toutes générations confondues.

Les pressions financières et le peu d'options pour les débutants les amènent à accepter des postes qui ne reflètent pas entièrement leurs objectifs. En France, près de trois travailleurs de la Gen Z sur cinq (56%) déclarent ainsi qu'ils accepteraient un emploi ne correspondant pas à leurs valeurs personnelles si le salaire et les avantages étaient attractifs, soit bien plus que les Baby-boomers (38%).

Par ailleurs, les talents de la Gen Z se déclarent inquiets lorsqu'il s'agit de chercher de nouvelles opportunités. 44% d'entre eux estiment ne pas disposer de la confiance nécessaire pour trouver un nouvel emploi.

Une génération qui prend son avenir en main

Loin de se laisser décourager, la Gen Z propose de nouvelles façons de travailler. Parmi les jeunes talents français interrogés, 48% occupent un emploi à temps plein. Et 26% d'entre eux préféreraient concilier ce poste avec une activité secondaire (« side hustle »), que ce soit pour nourrir leur quête de sens, assouvir leur besoin de flexibilité ou, plus prosaïquement, par nécessité financière.

Alors que les viviers de talents se contractent, cette génération est la plus prompte à démissionner. L'étude révèle un taux de départ de 22% pour la Gen Z au cours des 12 derniers mois, le taux le plus élevé de toutes les générations. 52% des jeunes travailleurs sont en recherche active. Près d'un tiers (29%) prévoit ainsi de quitter son poste actuel d'ici un an, et seuls 7% ont l'intention de rester sur le long terme au sein de la même entreprise.

Le manque de perspectives d'évolution est un facteur clé de mobilité : pour 19% de la Gen Z, c'est la principale raison qui les pousse à changer d'emploi. Ce motif se place ainsi en deuxième position des raisons de départ les plus citées, juste derrière le salaire.

A noter que plus de 8 jeunes travailleurs sur 10 (85%) déclarent tenir compte de leurs objectifs à long terme avant d'envisager un changement de poste. Là encore, il s'agit du pourcentage le plus élevé, toutes générations confondues.

Contrairement à ce qui pourrait être imaginé, la grande mobilité de la Gen Z n'est pas un manque de loyauté, mais plutôt une réaction à des attentes déçues, doublée d'un puissant désir de progression.

La Gen Z et l'IA : je t'aime, moi non plus

Malgré de réelles inquiétudes autour de l'impact de l'IA sur l'emploi, la Gen Z reste optimiste quant à la capacité de cette nouvelle technologie à améliorer la productivité.

Les talents français de la Gen Z sont particulièrement enthousiastes face au potentiel de l'IA (55%), loin devant la Gen X (49%) et les Baby-boomers (41%).

Plus de la moitié des jeunes travailleurs utilisent déjà l'intelligence artificielle pour résoudre des problèmes au travail (53%), et 74% utilisent l'IA pour acquérir de nouvelles compétences, devant les Millenials (62%), la Gen X (54%) et les Baby-boomers (36%).

Cet engouement pour l'IA et les nouvelles technologies place la génération Z en position de force pour répondre à la demande croissante du marché en compétences data et tech.

Cependant, malgré l'aisance de la Gen Z avec le numérique, l'étude met en lumière une inquiétude grandissante : 52% des jeunes actifs se disent préoccupés par l'impact de cette technologie sur leur emploi, contre 42% l'an dernier.

Si l'IA contribue au déclin des postes de débutants, elle permet aussi à la Gen Z d'accéder plus tôt à des missions plus stratégiques et à plus forte valeur ajoutée.

Quelle stratégie pour attirer et fidéliser la Gen Z ?

Alors que la pénurie de talents s'intensifie, les organisations doivent être à l'écoute des préoccupations et des besoins de cette génération. La Gen Z est confiante dans sa capacité à apprendre, mais prompte à partir si aucune trajectoire claire ne se dessine ; elle est prête à chercher un nouvel emploi, mais ne croit pas forcément que son rêve professionnel soit atteignable ; elle utilise l'IA avec optimisme, tout en s'inquiétant fortement de son impact à long terme sur sa carrière et sur la raréfaction des postes de débutants.

La Gen Z sera bientôt attendue à des postes de management intermédiaire, à mesure que les Millenials évolueront vers des fonctions de direction. Pour les entreprises, il est essentiel d'investir dans des parcours de carrière clairs, de moderniser les stratégies d'apprentissage et de créer une culture équitable qui renforce la confiance.



“La Génération Z est, par essence, une génération de paradoxes. Elle est ambitieuse, planifiant sa carrière sur le long terme, mais c’est aussi la plus mobile. Ce n’est pas une preuve de désengagement vis à vis de l’entreprise, mais le signal clair que le marché ne répond pas à son désir d’évolution rapide. Pour les employeurs, il est impératif d’opérer un virage stratégique. Il faut repenser les débuts de carrière, bâtir la confiance et créer des parcours professionnels inspirants et stimulants pour transformer cette envie de progression en loyauté durable. Il est crucial d’agir sans délai pour former le vivier de talents dont les organisations auront besoin à l’avenir”, déclare **Benoit Labrousse, Président du groupe Randstad France.**

A propos du groupe Randstad en France

Fondé aux Pays-Bas en 1960, présent dans 39 pays, coté à la bourse d’Amsterdam, le Groupe Randstad est un leader mondial dans le secteur des ressources humaines qui a pour ambition d’être l’entreprise de gestion de talents la plus équitable et la plus spécialisée au monde. Partenaire des talents, le Groupe Randstad en France intervient à toutes les étapes de la vie professionnelle : recrutement, intégration, management, formation et mobilité. Dans un monde du travail en constante évolution, le groupe Randstad propose aux talents le soutien personnalisé qu’ils attendent et aux clients l’expertise et les compétences spécifiques dont leurs organisations ont besoin. Avec 12 000 collaborateurs (dont 7 100 CDI-Intérimaires) et un réseau national de 850 points de présence, le Groupe délègue en moyenne 75 000 salariés intérimaires chaque semaine et recrute près de 21 000 professionnels en CDI/CDD par an. Les filiales du groupe en France sont certifiées Top Employer. En 2024, le Groupe Randstad France a réalisé un chiffre d’affaires de 3,6 milliards d’euros.

En savoir plus : grouperandstad.fr

Contacts presse :

Groupe Randstad France

Direction de la Communication

Stéphy Déka : 06 58 70 91 25

Delphine Deleval-Elatri : 06 69 03 14 87

Agence Wellcom - Tél. 01 46 34 60 60

Annabel Fuder : annabel.fuder@wellcom.fr

Bastien Depond : bastien.depond@wellcom.fr

Anne Mauvieux : anne.mauvieux@wellcom.fr

Louna Benicourt : louna.benicourt@wellcom.fr