

Paris, XX septembre 2009

COMMUNIQUE DE PRESSE ETUDE INTERNATIONALE

**34 % des français doivent faire face à des conflits
générationnels dans leur carrière.
Un phénomène qui touche 26 % des Portugais, 66 % des
Turcs**

Les préjugés générationnels s'invitent sur les lieux de travail. Parfois source de conflits, les écarts d'âge peuvent se révéler constructifs et même accroître la productivité d'une entreprise comme le montre la nouvelle étude internationale de Kelly Services, 4^{ème} groupe mondial de recrutement.

SENIORS CONTRE JUNIORS OU ENTENTE INTERGENERATIONNELLE ?

Il est reconnu que les différences relatives à l'âge des personnes ont un impact sur la manière dont les gens se comportent au travail. Ainsi, **64% des français interrogés déclarent adapter leur manière de communiquer en fonction de l'âge de leurs collègues.**

Plus d'un tiers des répondants (34%) affirment avoir dû faire face à des conflits intergénérationnels sur le lieu de travail. Des données qui semblent varier selon le domaine d'activité. Si 45 % des personnes sondées travaillant dans l'éducation déclarent avoir dû faire face à ce genre de problème ils sont seulement 28 % dans les milieux commerciaux.

Spécialiste des questions managériales, Marc Riou, Directeur Général de Kelly Services France convient que « *les différences entre générations peuvent parfois créer des mésententes entre salariés* », mais ajoute que « *bien gérées, ces différences peuvent constituer une richesse supplémentaire.* »

62% des salariés français ayant répondu à l'enquête estiment ainsi que la "cohabitation" entre différentes générations représente une source de productivité pour l'entreprise. 9% d'entre eux, soulignent au contraire les effets négatifs et 21% n'y voient aucune incidence.

Un jugement qui diffère selon les générations. Si les « baby boomers » sont convaincus des bienfaits de cette cohabitation à 72 %, les « juniors » (salariés de

moins de 30 ans) témoignent d'un certain pessimisme sur les bénéfices de celle-ci en terme de productivité.

ECLAIRAGES CULTURELS SUR LES DIFFERENCES GENERATIONNELLES

Si la France offre un schéma particulier des relations intergénérationnelles entre salariés, celui-ci diffère totalement d'un pays à l'autre.

Les conflits de génération sont fréquents pour les Français (34 %), pour les Portugais (26 %) ou les Néerlandais (30 %) mais ils le sont encore davantage pour d'autres nationalités comme les Turcs qui déclarent à 66 % être confrontés à ce problème.

Les différences d'âge marquent également certaines cultures plus que d'autres. Seuls 64 % des salariés français interrogés avouent adapter leur style de communication selon l'âge de leur interlocuteur. 58 % des Danois et 59 % des Hongrois effectuent un constat similaire contre 92 % des Mexicains ou 90 % des Thaïlandais.

Ces différences purement culturelles influent aussi sur la conception de la reconnaissance salariale dans le milieu professionnel.

En France, les « juniors » affichent une nette préférence pour des retributions financières quand le choix des « seniors » se porte sur des avantages plus « concrets », comme du temps libre ou des opportunités de formation (29 % des baby boomers, 18 % des représentants de la génération 18-29 ans).

De manière générale, 64 % des Français optent pour des récompenses financières, dites « traditionnelles », comme 70 % des Malaisiens quand ils ne sont que 33 % en Suède.

COMMUNIQUER ET MANAGER SELON LES AGES

Pour ce qui touche à la communication dans l'entreprise, l'étude réalisée montre que, toutes générations confondues, les français privilégient les échanges en face à face avec leurs collègues plutôt que l'écrit ou l'email. Cependant, la jeune génération semble plus encline à utiliser la messagerie instantanée.

Pour Marc Riou « *il est essentiel pour un manager, chef d'équipe ou chef d'entreprise, de bien identifier les différences fondamentales entre générations et adapter le mode de management* ».

Méthodologie de l'étude réalisée par Internet de manière aléatoire.

L'enquête Kelly Global Workforce Index a recueilli les opinions de 100 000 personnes dans 34 pays dont presque 4000 en France.

A propos de Kelly Global Workforce Index

Le Kelly Global Workforce Index est une étude internationale sur le monde du travail qui prend en compte les différents points de vue générationnels.

Kelly Services, 4ème groupe mondial de recrutement, travail temporaire, et services de ressources humaines fait travailler plus de 650 000 personnes chaque année dans le monde pour un chiffre d'affaires global de 4.2 milliards d'euros. En France depuis 1972, la société anime un réseau d'une centaine d'agences à vocation tertiaire et industrielle, avec une présence forte dans des spécialités comme l'Informatique, la Santé, la Finance ou la Recherche Scientifique.

www.kellyservices.fr

Contact presse : Press & Vous

Tél : 01 44 37 00 19

info@press-et-vous.fr

Amélie Lebreton