



POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

Une nouvelle étude internationale sur le marché du travail offre une mine de renseignements pour gérer les divergences générationnelles en même milieu de travail

TORONTO (le 26 août, 2009) - Les différents styles de communication et les différentes attitudes à l'endroit des récompenses sont des facteurs clés dont les gestionnaires devraient tenir compte quand ils jonglent avec les besoins des trois principales générations présentement sur le marché du travail canadien, soit la Génération Y (les personnes âgées de 18 à 29 ans), la Génération X (30-47 ans) et les baby-boomers (48-65 ans). C'est ce que conclut une récente étude internationale sur le marché du travail.

L'enquête en question, menée par Les Services Kelly, chef de file mondial en solutions de main-d'œuvre, indique que les membres de la Génération Y utilisent de plus en plus la messagerie instantanée, alors que tous les groupes d'âge préfèrent de beaucoup la communication face à face. Quand ils reçoivent des récompenses et des bonis, les travailleurs plus jeunes préfèrent un paiement en argent comptant, tandis que plusieurs travailleurs plus âgés préfèrent des récompenses non monétaires comme des journées de congé et des occasions de formation.

L'Indice Kelly sur la main-d'œuvre mondiale a sondé près de 100 000 personnes dans 34 pays, notamment plus de 7 000 au Canada.

Karin French, vice-présidente et directrice générale de Kelly Canada, affirme que les divergences générationnelles peuvent parfois causer des frictions entre les employés, mais qu'une fois gérées adéquatement, celles-ci peuvent aussi être une source de croissance.

Par ailleurs, l'étude dévoile que 45 pour cent des répondants canadiens soutiennent que les différences entre la Génération Y, la Génération X et les baby-boomers rendent le marché du travail plus productif, 17 pour cent estiment que ces divergences interfèrent dans la productivité, alors qu'un répondant sur quatre croit que cela n'affecte pas en bien ni en mal cette productivité.

« Quand les différences entre les groupes d'âge sont orientées efficacement, elles peuvent produire un stimulant puissant à la créativité et à la productivité. Au lieu de chercher à faire disparaître ces divergences, les bons employeurs les utilisent pour générer des idées fraîches et de nouvelles façons d'exploiter leur entreprise », indique French.

Parmi les importantes conclusions de l'enquête :

- Les baby-boomers croient mieux comprendre les différences générationnelles que les membres des Générations X ou Y.
- Dans la communication avec des collègues, toutes les tranches d'âge disent préférer une discussion face à face à une communication écrite ou électronique.
- Les membres de la Génération Y favorisent largement les récompenses monétaires, tandis que plusieurs membres de la Génération X et les baby-boomers penchent vers des avantages non monétaires comme des journées de congé et des occasions de formation.
- Plus du tiers des répondants (38 pour cent) disent avoir expérimenté des conflits intergénérationnels dans leur milieu de travail.

Tous reconnaissent que les divergences liées à l'âge ont une incidence sur la façon dont les gens abordent leurs tâches et 74 pour cent affirment adapter leur style de communication quand ils s'adressent à des personnes d'une autre génération.

French dit qu'il est important que les employeurs reconnaissent que les différences clés entre les générations peuvent être gérées efficacement afin d'atteindre un équilibre harmonieux et un environnement de travail productif.

« Jongler avec ces pressions représente un défi, mais en traitant les questions de la compensation et des communications internes, par exemple, il est possible de récolter les fruits d'un groupe diversifié de personnes et de générer les conditions qui aident les organisations à fleurir », conclut French.

À propos de l'Indice Kelly sur la main-d'œuvre mondiale

L'Indice Kelly sur la main-d'œuvre mondiale est une étude sur les opinions portant sur le travail et le lieu de travail d'un point de vue générationnel. Les conclusions de ces études menées en Amérique du Nord, en Europe et en Asie-Pacifique seront publiées en étapes au cours de l'année 2009.

À propos des Services Kelly

Kelly Services, Inc. (NASDAQ: KELYA, KELYB) est un leader mondial en services de gestion des effectifs et en solutions liées aux ressources humaines. Kelly fournit ses clients un ensemble exhaustif de solutions de main-d'œuvre, incluant la dotation de personnel temporaire, le placement permanent, l'impartition et les services-conseils, et ce, à l'échelle mondiale. Kelly emploie près de 650 000 personnes chaque année. Le chiffre d'affaires de Kelly s'élevait à 5,5 milliards de dollars américains en 2008. Consultez notre site www.kellyservices.com.

Contact média :

Kate Samson
(416) 646-4249
kate.samson@kellyservices.com