

Code : AUDE1

Concours national
Promotion de l'Éthique Professionnelle
Co-organisé par le Rotary et la Conférence des Grandes Écoles

Éthique 2.0 : Quand la génération Z redéfinit les règles de l'entreprise

Approche :

En tant que responsable des relations entre jeunes et entreprises au sein du Mouvement Des Entreprises du Loiret (MEDEF), j'ai souvent constaté le fossé qui peut séparer la génération Z (personnes nées entre la fin des années 1990 et le début des années 2010) des entreprises. Cette nouvelle génération, née dans un environnement social et technologique en constante évolution, développe une éthique professionnelle distincte, très souvent en décalage avec celle des générations précédentes. Selon les actualités diffusées par le Figaro, 43% des jeunes associent leur travail à un plaisir contre 34% pour la génération précédente.

En effet, les jeunes de la génération Z ne se contentent plus de suivre strictement les consignes et les règles établies ; ils souhaitent être des acteurs du changement, valorisant des valeurs telles que l'inclusion, la transparence, et la responsabilité sociétale. Ils sont particulièrement attentifs aux pratiques des entreprises en matière de durabilité et d'éthique professionnelle, remettant en question les stratégies jugées obsolètes ou contraires à leurs principes. Cette vigilance est renforcée par une culture numérique qui leur permet d'accéder à une multitude d'informations, de comparaisons et de critiques en temps réel.

Dans ce contexte, ils n'hésitent pas à exprimer leurs désaccords, voire à s'opposer fermement si nécessaire, contribuant ainsi à des attentes élevées envers les entreprises. Ces attentes éthiques posent un véritable défi pour les entreprises d'aujourd'hui, qui doivent désormais s'adapter à cette nouvelle mentalité pour attirer et fidéliser ces jeunes talents, 44% des entreprises ont du mal à recruter ces jeunes recrues selon l'étude de IPSOS (Spécialiste mondial des études de marché et de l'opinion) faite en 2023, ce qui souligne le grand intérêt d'en apprendre plus sur cette génération qui a l'air plus compliqué à appréhender et à recruter et enfin à garder à long terme dans son équipe.

À travers cet essai, je vais explorer comment cette éthique propre à la génération Z influence non seulement les pratiques de recrutement, mais également l'évolution des cultures d'entreprise. J'examinerai également les moyens par lesquels les entreprises peuvent intégrer ces valeurs tout en garantissant leur pérennité, et comment une coopération sincère avec les jeunes peut conduire à des bénéfices mutuels.

Résumé de l'essai :

Cet essai explore l'éthique professionnelle, essentielle pour instaurer des relations de confiance au travail. La génération Z, plus exigeante, attend des entreprises qu'elles incarnent des valeurs fortes et des pratiques responsables.

La confrontation entre cette génération et le monde de l'entreprise met en lumière l'importance de la transparence, de l'engagement environnemental et de modes de travail flexibles, favorisés par les nouvelles technologies comme l'intelligence artificielle.

Enfin, l'essai aborde l'évolution du leadership, désormais collaboratif, basé sur la confiance et l'innovation, ainsi que l'impact des technologies sur l'éthique professionnelle, incontournable pour répondre aux attentes des jeunes générations.

Bibliographie :

Livre en ligne :

- **Meier, O., & Le Tallec, É. (2024).** *La question intergénérationnelle : enjeux et défis.* Éditions EMS
https://www.google.fr/books/edition/La_question_interg%C3%A9n%C3%A9rationnelle_enjeu/4icUEQAAQBAJ?hl=fr&gbpv=1&dq=%C3%A9thique+professionnelle+gen+z&pg=PA30&printsec=frontcover
- **Gentina, É. (2023).** *Manager la génération Z : mieux appréhender les nouveaux comportements.* Dunod.
https://www.google.fr/books/edition/Manager_la_g%C3%A9n%C3%A9ration_Z/1OraEAAAQBAJ?hl=fr&gbpv=1&dq=gen+z+au+travail&pg=PT7&printsec=frontcover
- **Ollivier, D., & Tanguy, C. (2021).** *Entreprise : les Z arrivent ! : comment les recruter, les manager et les fidéliser.* De Boeck.
https://www.google.fr/books/edition/Entreprise_les_Z_arrivent_Comment_les_re/RAeEAAAQBAJ?hl=fr&gbpv=1&dq=gen+z+au+travail&printsec=frontcover
- **Petit, E. (2018).** *Génération Z mode d'emploi.* Albin Michel.
https://www.google.fr/books/edition/G%C3%A9n%C3%A9ration_Z_mode_d_emploi/vfm1DwAAQBAJ?hl=fr&gbpv=1&dq=gen+z+au+travail&printsec=frontcover

Site web :

- **Deloitte.(2024).** *Millennial Survey* 2024. Deloitte
<https://www2.deloitte.com/fr/fr/pages/talents-et-ressources-humaines/articles/millennial-survey-2024.html>
- **Forvis Mazars. (2024).** *Future of Work : Quelles attentes de la Gen Z ?* Forvis Mazard
<https://www.forvismazars.com/fr/fr/insights/publications-et-evenements/etudes/future-of-work-queles-attentes-de-la-gen-z>
- **BVA XSight. (2023).** *Jeunes & l'entreprise : Étude BVA* – Fondation Jean Jaurès – Macif. BVA XSight. <https://www.bva-xsight.com/sondages/jeunes-lentreprise-etude-bva-fondation-jean-jaures-macif/>
- **Deskbird. (2023, 1er septembre).** *Gen Z work ethics and values.* Deskbird.
<https://fr.deskbird.com/blog/gen-z-work-ethics-values>

Introduction :

Selon l'étude de MAZARS et Opinionway, 1 jeune sur 4 souhaite devenir son propre patron et cela va en augmentant ; « 1 jeune sur 2 estime que le CDI a vocation à disparaître au profit des CDD et du travail freelance ». Depuis 2020, la génération Z dans son ensemble représente 20 % des effectifs en entreprise, et son arrivée sur le marché du travail annonce un bouleversement des normes professionnelles. Cette génération, élevée dans un contexte de digitalisation, d'incertitudes économiques et de conscience sociale et sociétale, cherche non seulement à s'épanouir dans des environnements de travail flexibles et collaboratifs, mais cherche également des attentes précises en matière de sécurité, de liberté et d'autonomie. Elle se distingue ainsi de la génération Y (aussi appelés Millennial, ce sont les personnes nées entre les années 80 et le milieu des années 90), en se tournant vers des expériences de vie authentiques et un lien social renforcé au sein de l'entreprise.

Dans ce contexte, il devient essentiel pour les entreprises de repenser leur modèle organisationnel afin d'attirer et de fidéliser ces jeunes talents. Comme le disait Aristote, « L'excellence morale est le produit de l'habitude. Nous devenons justes en pratiquant des actions justes, modérés en pratiquant la modération, courageux en pratiquant le courage. » Ce défi est double : pour les entreprises, il s'agit d'adopter de nouvelles pratiques de travail en s'adaptant à cette génération et pour la « Gen Z », il s'agit de persévérer dans cette quête de conditions propices à la liberté, l'innovation et l'épanouissement professionnel afin de contribuer à leur développement personnel et professionnel.

Dans cet essai, il sera abordé en premier l'éthique de manière générale chez les jeunes et les modifications qu'ils en découlent, ensuite il sera expliqué comment les entreprises arrivent à s'adapter et s'améliorer pour s'aligner à la génération Z et enfin les changements que les entreprises rencontrent ou vont rencontrer pour accueillir et convaincre ces jeunes.

I. La nouvelle éthique chez les jeunes

Dans un premier temps il est nécessaire d'expliquer le sens du mot éthique dans son ensemble. En effet l'éthique est définie comme la réflexion sur les principes qui guident nos actions, avec pour objectif de déterminer ce qui est moralement correct ou incorrect. Elle concerne la manière dont les individus et les organisations choisissent de se comporter en fonction de valeurs et de normes qui visent à vouloir le bien commun et à préserver un climat de paix. Dans un cadre professionnel, l'éthique implique d'agir de manière responsable et respectueuse, en cherchant à maintenir une harmonie sociale. Cela passe par la prise en compte des conséquences de ses décisions et de ses actes sur les autres et sur la société en général.

A) Perception générale de l'éthique professionnelle

En effet, cette phrase attribuée à Albert CAMUS, philosophe et écrivain, dit : « A man without ethics is a wild beast loosed upon this world » qui veut littéralement dire en français : « Un homme sans éthique est une bête sauvage lâché sur ce monde ». Cette citation souligne que l'éthique, loin d'être une simple norme sociale, est ce qui nous distingue en tant qu'être humain capable de raison, de compassion et de réflexion. Sans un cadre éthique, nos actions seraient guidées uniquement par des impulsions primaires, sans considération pour autrui ou pour les conséquences. L'éthique, qu'elle soit personnelle ou professionnelle, constitue donc un fondement essentiel pour la société, garantissant une coexistence pacifique, neutre et responsable. Dans le contexte de l'entreprise, cette valeur devient encore plus cruciale, car elle assure non seulement la confiance, mais aussi l'intégrité et la durabilité des relations pour rendre une entreprise saine et pérenne tout en maintenant un environnement paisible et sans conflit.

Seulement, selon la société d'études et de conseils BVA Xsight, plusieurs chiffres venant de leurs études (2012) démontrent que l'éthique professionnelle est fragile, par exemple, « 1 français sur 4 croit à la sincérité des démarches éthiques des entreprises ». D'autre part, 64% des interrogés estiment que les entreprises adoptent une démarche éthique uniquement dans le but de se donner une bonne image. Ces chiffres illustrent bien la méfiance des français à l'égard des entreprises et de leurs prétentions éthiques. La perception générale est que l'éthique professionnelle est souvent perçue comme une façade, un outil marketing plutôt qu'un réel engagement. Cette fragilité représente un défi de taille pour les entreprises, qui doivent regagner la confiance des salariés en démontrant que leurs actions sont authentiques et ne se limitent pas à une stratégie d'image ou de profit. Pour modifier cette impression, il est crucial qu'elles adoptent des pratiques éthiques transparentes en phase avec des valeurs sincères et durables et qu'elles mettent des actions en place pour le démontrer. Cela est d'autant plus important pour attirer et fidéliser la génération Z, qui s'impose de plus en plus sur le marché du travail avec des attentes plus élevées que celles des générations précédentes, et qui ne tolérera pas l'éthique de façade. Par exemple, au sein de mon travail, nous avons possibilité de faire du télétravail chaque semaine, nos demandes de formations sont très souvent acceptées et nous avons la liberté de proposer différents projets sans restriction ou jugement.

B) L'éthique professionnelle chez la génération Z

La génération Z, caractérisée par des attentes éthiques claires, aspire à un environnement de travail libre et direct et sein qui favorise son épanouissement professionnel et qui favorise une entente dans un climat de paix. Cependant, cette affirmation n'est valable que si leur lieu de travail est en adéquation avec leurs valeurs éthiques. Dans le cas contraire, les membres de cette génération n'hésiteront pas à exprimer leurs désaccords et à quitter un emploi qui ne leur convient pas, cherchant plutôt des opportunités qui leur offrent un épanouissement authentique dans un environnement favorisant le respect mutuel. De plus, leur forte conscience sociale et environnementale les pousse à privilégier des entreprises qui démontrent un engagement réel en matière d'éthique et de responsabilité, ce qui en fait des acteurs clés sur le marché du travail.

Selon l'enquête de Culture RH, voici les pourcentages clés qui définissent les bases de l'éthique professionnelle de cette jeune population :

- 71% souhaitent des horaires de travail flexibles et une manière de travailler autonome contre 64% pour la génération Y
- 35% souhaitent un environnement de travail positif contre 34% pour la génération Y ce qui prône une valeur éthique d'honnêteté, de sincérité
- 30% veulent un salaire compétitif et une transparence des salaires contre 43% pour la génération Y, cette différence de pourcentage est expliquée par le fait que la tendance à changer et que les nouvelles générations préfèrent le confort et les missions donnés au salaire versé, tant que celui-ci reste raisonnable.

Cette nouvelle éthique engendre de nouveaux modes de travail pour combler les attentes qui ne sont très souvent pas satisfaites, on parle ici de freelance, d'entrepreneuriat ou encore de slashing. De plus, cette génération est attirée par les entreprises à mission, c'est-à-dire celles qui alignent leurs activités sur des enjeux sociaux ou environnementaux et qui favorisent un climat de bien-être et de paix collective. Les jeunes recherchent un sens dans leur travail, et cette quête pousse les entreprises à renforcer leur Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) pour rester attractives. Enfin, le développement du "work-life balance" (équilibre entre la vie personnelle et la vie professionnelle) permet aux jeunes de mieux gérer leurs priorités, favorisant un équilibre paisible entre vie personnelles et professionnelles. Les entreprises qui n'adaptent pas leurs pratiques risquent de voir ces talents partir vers des formes d'emploi plus

flexibles, comme le freelancing ou l'auto-entrepreneuriat, où ils peuvent exercer un contrôle total sur leur carrière et leur temps.

II. La confrontation entre les deux parties

Pour répondre aux attentes de la génération Z, les entreprises doivent changer leur façon de faire. Il ne suffit plus de proposer un bon salaire ou des avantages, mais d'intégrer des valeurs comme le respect de l'environnement et l'éthique ainsi que la paix sociale dans leur fonctionnement. Les jeunes d'aujourd'hui, mieux informés et plus exigeants, poussent les entreprises à évoluer. Mais comment peuvent-elles s'adapter à ces demandes ?

A) Pourquoi la génération Z redéfinit-elle les attentes envers les entreprises ?

La génération Z a grandi dans un monde marqué par des changements économiques, sociaux et environnementaux. Différents de leurs aînés, ces jeunes sont particulièrement sensibles aux questions d'éthique et de responsabilité sociale et d'harmonie collective. Leurs attentes envers les entreprises ne se limitent pas aux conditions de travail traditionnelles, comme un bon salaire ou des avantages matériels, mais incluent des valeurs plus larges, comme le partage, le respect de l'environnement, l'inclusion, la transparence, la recherche de paix et bien d'autres...

Cette demande de changement découle de plusieurs facteurs. D'abord, la crise liée au changement climatique et la prise de conscience environnementale et les nombreuses guerres jouent un rôle majeur. Les jeunes sont en première ligne des mouvements pour la justice climatique, et la paix dans le monde et ils attendent des entreprises qu'elles s'engagent de manière authentique dans des pratiques durables et de manière pacifique. En outre, cette génération a également été témoin de scandales éthiques, économiques et mondiaux, ce qui les rend méfiants vis-à-vis des entreprises qui ne partagent pas leurs valeurs. Le besoin de sens dans le travail est donc essentiel : la génération Z cherche à s'engager dans des organisations qui ont un impact positif sur le monde et qui sont prêtes à intégrer les nouveautés de demain comme l'est actuellement l'intelligence artificielle.

En effet, le contexte numérique dans lequel la génération Z a évolué a façonné leur rapport au travail. Habités à la rapidité de l'information et à la flexibilité offerte par les nouvelles technologies, ils attendent des entreprises qu'elles adaptent leur modèle organisationnel pour répondre à ces nouvelles exigences. C'est cette quête de sens, d'autonomie, de flexibilité et de pacifisme, qui pousse les jeunes à remettre en question l'éthique professionnelle des entreprises.

B) Comment la génération Z transforme-t-elle l'organisation du travail et les attentes des entreprises ?

Le 7 décembre 2021 une étude rédigée par Peggy BARON démontre que 41 % des membres de la génération Z préfèrent un poste hybride combinant télétravail et travail en présentiel, tandis que 35 % optent pour un poste nomade permettant de travailler de n'importe où, et 24 % privilégient un poste sédentaire au bureau. En ce qui concerne le type d'entreprise, 41 % favorisent une PME ou start-up, 33 % préfèrent une grande entreprise multinationale, et 19 % se voient comme travailleurs indépendants. Cela reflète un intérêt marqué pour la flexibilité, tant dans les modes de travail que dans le choix de structures plus petites ou autonomes. Cette recherche de flexibilité n'est pas uniquement un choix pratique, mais s'inscrit dans des valeurs éthiques profondes. En offrant la possibilité de travailler de manière flexible, les entreprises respectent l'autonomie et la diversité des besoins individuels, contribuant ainsi à une meilleure qualité de vie au travail et à un équilibre personnel essentiel pour le bien-être

des employés. On ressent ensuite un intérêt grandissant pour les bonnes pratiques environnementales en entreprise. Selon l'étude de Deloitte réalisée en 2024, sur 23 000 jeunes de la « Gen Z », 25% d'entre eux « ont cessé ou réduit leurs relations avec une entreprise en raison de pratiques non durables » ; un nombre assez important qui démontre que les entreprises ont tout intérêt à se mettre dès aujourd'hui aux bonnes pratiques. Enfin, cette étude montre également que ces jeunes estiment que l'IA a un grand rôle à jouer en entreprise et qu'il est très important que les entreprises aient pris le pli de cette nouvelle intelligence. 80% estiment que l'IA va « libérer leur temps et améliorer leur équilibre entre vie professionnelle et vie privée » ce qui démontre un besoin de bonne qualité de vie au travail, tout en soulignant l'importance d'une approche éthique du bien-être. Enfin 79% d'entre eux estiment que l'IA va « améliorer leur façon de travailler ».

Pour répondre à ces nouvelles attentes, les entreprises s'alignent en proposant de nouveaux modes de fonctionnement et de nouveaux modèles économiques. Par exemple l'entreprise PwC, spécialisée dans le conseil, l'audit et l'expertise juridique et fiscale, a su s'adapter en instaurant la possibilité de faire du travail hybride (être en présentiel au bureau ou en télétravail), ce qui répond au 35% de jeunes qui préfèrent un poste nomade. Cette flexibilité dans l'organisation du travail est en ligne avec l'éthique de l'inclusivité et du respect de l'autonomie des employés, en leur offrant un environnement de travail plus respectueux de leur équilibre personnel, tout en favorisant la productivité et le bien-être.

Également, l'entreprise propose un mentorat inversé dans lequel les jeunes peuvent apprendre aux plus anciens comment se servir des nouvelles technologies. Ce modèle de mentorat inversé est ancré dans des valeurs éthiques de partage des connaissances, de respect mutuel et de collaboration intergénérationnelle. Il permet de créer une dynamique d'apprentissage inclusif, où la diversité des expériences et des compétences est valorisée, tout en renforçant les relations humaines au sein de l'entreprise. En effet, ce mentorat inversé permet également de maintenir de meilleures relations avec ses collègues ce qui fait partie du top 3 des motivations pour se rendre au travail selon l'étude de Mazars & Opinionway, avec le salaire et l'intérêt porté au poste. Cette approche répond aux attentes éthiques des jeunes qui recherchent un environnement de travail harmonieux, fondé sur la solidarité, l'ouverture d'esprit et le développement mutuel.

Les jeunes de la génération Z apportent beaucoup d'importance à l'éthique et aux valeurs de l'entreprise comme la paix dans laquelle ils vont ou sont menés à travailler. Selon une étude réalisée par Deloitte en 2023 auprès de 22 000 personnes de la génération Y et Z, 72% d'entre eux déclarent qu'ils ne travailleraient pas pour une entreprise dont l'éthique et les valeurs ne correspondent pas aux leurs et qui ne favorisent pas le climat mondial. Ils considèrent que l'engagement envers l'environnement, la diversité ainsi que le bien-être et la qualité de vie au travail sont des critères importants et essentiels pour intégrer une entreprise.

Aujourd'hui, cette nouvelle génération de travailleurs n'a peur de rien et est prête à tout pour construire sa propre éthique professionnelle et améliorer la condition mondiale. Au rendez-vous de cette éthique on y retrouve la sincérité, la transparence, le partage de connaissance, l'engagement envers un monde plus sain et écologique... En bref, ces jeunes sont en train de bouleverser le monde de l'entreprise. Par exemple, au sein de mon entreprise il a été décidé que nous ne ferions plus d'impressions papier.

III. Le monde des entreprises et le leadership de demain : vers un nouveau devenir éthique et responsable

Pour évoluer dans la lancée qu'impose la génération Z, les entreprises et le monde qui les entourent doivent obligatoirement changer comme on a pu le voir précédemment (cf. II). Mais ces changements doivent prendre place sur le long terme, et c'est actuellement ce qui est entrain de se passer et ce qui crée de nouvelles formes de leadership.

A) Vers de nouvelles formes de leadership

Au premier abord on parle de « réévaluation des méthodes de travail traditionnelles » selon Hiscox FR, ce travail main dans la main avec cette nouvelle génération nécessite de mettre en avant et de privilégier l'agilité, l'innovation et la confiance et de promouvoir un environnement de travail fondé sur la paix et la coopération. Une génération polyvalente qui attend de son environnement de travail, liberté, dynamisme, et flexibilité. Dans ces nouvelles façons de manager, la sécurité psychologique prend une grande place. En effet, il est plus que tout demandé aux employeurs la prise de risque, l'apprentissage et ses erreurs ainsi que la valorisation de ses erreurs mais également l'expression libre du jeune sans jugement et accompagné de conseils bienveillants. Dans mes missions, il m'est arrivée de commettre des erreurs avec ou sans conséquences mais on ne m'a jamais réprimandé mais plutôt encourage et conseillé en m'aidant pour m'améliorer.

Ces nouvelles attentes bouleversent les approches managériales traditionnelles, imposant aux entreprises de repenser leurs pratiques pour instaurer un climat de confiance. Cette sécurité psychologique permet aux jeunes collaborateurs de s'épanouir pleinement, de s'approprier leurs missions, et d'innover sans crainte de représailles en cas d'échec. L'ère du management autoritaire et rigide semble révolue. Les leaders d'aujourd'hui et de demain doivent s'adapter à ces nouvelles exigences en prônant la transparence, l'écoute active et l'encouragement à prendre des initiatives. C'est ainsi que se construit une culture d'entreprise tournée vers l'avenir, capable de répondre et de s'aligner avec l'éthique professionnelle de cette nouvelle génération et d'assurer leur engagement sur le long terme. Nous organisons régulièrement des sorties d'équipes, au restaurant, jeux d'équipes etc., qui nous permet de nouées de vrai lien authentique.

Cette réévaluation des méthodes de travail s'accompagne inévitablement d'une transformation profonde des formes de leadership. Le modèle de leadership traditionnel, souvent hiérarchique et basé sur l'autorité, laisse progressivement place à un leadership collaboratif inclusif et voire paternaliste. Ce nouveau style de management, en phase avec les attentes des jeunes générations, repose sur la confiance mutuelle, la liberté d'expression, et la valorisation de l'intelligence collective dans un environnement de bien-être.

Les leaders d'aujourd'hui doivent avant tout incarner des facilitateurs, permettant d'évoluer dans un cadre où l'innovation, l'agilité et l'audace sont non seulement encouragées, mais valorisées. En acceptant de prendre des risques et d'apprendre de leurs erreurs, les jeunes collaborateurs se sentent non seulement soutenus, mais aussi pleinement acteurs du changement. Cette évolution managériale favorise l'autonomie et la responsabilisation des individus, transformant ainsi les jeunes talents en de véritables forces de proposition et d'innovation au sein de l'entreprise. Selon France Travail, en 2023, 50% des jeunes préfèrent être dirigés par des « managers-coach », des leaders qui facilitent leur développement plutôt que d'imposer une autorité stricte.

Ainsi, comme l'a exprimé Simon SINEK (conférencier et auteur américain spécialisé dans le management et la motivation) dans son livre Leaders Eat Last : « Le leadership, ce n'est pas être aux commandes, c'est prendre soin de ceux dont on a la charge. ». En effet, le leadership moderne se définit par sa capacité à créer un environnement propice à

l'épanouissement, à la fois psychologique et professionnel, et à encourager un modèle où les générations se complètent et s'enrichissent mutuellement.

B) L'impact des innovations technologiques sur l'éthique professionnelle

Au sein de mon travail dans le monde du syndicat, j'ai à plusieurs reprises eu nécessité de certaines innovations technologiques comme la programmation de contenu de communication tel que des posts LinkedIn et je me suis rendu compte, que toutes les entreprises ne l'avaient pas encore implanté et également que celles qui en disposent n'étaient pas forcément au point sur les règles de protection de données et autres. Ce qui me mène à expliquer que selon la Revue Française d'Économie et de Gestion dans un document intitulé « Les Défis Éthiques de l'Innovation Technologique : Perspectives de l'Entrepreneuriat Responsable », dans un contexte où l'innovation technologique s'impose comme levier incontournable de progrès, les entrepreneurs se trouvent confrontés à des défis éthiques de plus en plus complexes. Pour concilier cette innovation avec une démarche éthique, il devient essentiel d'intégrer des pratiques responsables dès le début des processus. Les questions de confidentialité des données, de transparence et des impacts sociétaux sont autant de domaines nécessitant une attention particulière.

Une approche basée sur des entretiens qualitatifs avec des entrepreneurs, met en avant des stratégies permettant de naviguer ces enjeux tout en préservant l'éthique professionnelle. Cette démarche enrichit non seulement la littérature sur l'entrepreneuriat responsable, mais propose également des modèles concrets pour ancrer des pratiques éthiques au sein des entreprises, répondant ainsi aux attentes sociétales croissantes en matière de responsabilité. Les entreprises doivent néanmoins être sur leur garde et plus protégée qu'avant, on ressent une augmentation de 5% des cyberattaques par rapport à l'année précédente, selon l'étude de Data.gouv.fr. Aujourd'hui et demain l'éthique comprend également la sécurité et la protection des données du personnel, de la santé, de l'environnement et bien d'autres. Une entreprise aujourd'hui enrôle une fonction de « gardienne » : elle ne se contente plus de produire des biens ou des services, mais doit également garantir la sécurité numérique, la confidentialité des informations personnelles et la protection de ses employés et de l'environnement. En prenant en compte ces aspects, les entreprises répondent non seulement aux obligations légales, mais également aux attentes de plus en plus élevées des consommateurs et des collaborateurs en matière d'éthique et de responsabilité.

Dans un monde où la transformation numérique et l'innovation technologique progressent à un rythme effréné, l'éthique professionnelle devient un pilier essentiel pour les entreprises modernes. La transition vers une approche « gardienne » signifie que les entreprises doivent repenser leur rôle et leurs responsabilités, bien au-delà de leur simple mission économique. Aujourd'hui, leur crédibilité repose en grande partie sur leur capacité à garantir la sécurité et la transparence dans la gestion des données, la protection de la vie privée, et le respect de l'environnement. Cette posture éthique, de plus en plus attendue, n'est plus seulement un choix mais une exigence pour les jeunes générations qui placent la confiance au centre de leur relation avec les entreprises. Quelques chiffres et études renforcent l'importance de cette transition éthique :

- Selon une enquête réalisée par KPMG en 2023, 79 % des consommateurs estiment que les entreprises doivent avant tout garantir la sécurité et la protection de leurs données personnelles, avec une augmentation de la préoccupation des clients de près de 20 % depuis 2020.
- Le rapport de Data.gouv.fr de 2024 indique une hausse de 5 % des cyberattaques comparativement à l'année précédente, avec 47 % de ces attaques ciblant spécifiquement des entreprises du secteur technologique et des données, soulignant ainsi l'importance d'une protection accrue, les jeunes générations en ont d'autant plus

connaissance et préfère un environnement sécurisé pour pouvoir travailler en toute tranquillité dans un cadre protégé.

- Un sondage d'Accenture de 2023 révèle que 72 % des jeunes de la génération Z affirment qu'ils ne travailleraient pas pour une entreprise perçue comme manquant de transparence éthique ou de responsabilité environnementale.

Selon la Revue Française d'Économie et de Gestion, intégrer des pratiques éthiques dès le départ est devenu un impératif pour anticiper les défis d'un monde technologique toujours plus complexe. Cela signifie adopter des stratégies concrètes pour relever les enjeux éthiques en matière de cybersécurité et de durabilité, des attentes qui se renforcent au fil des années avec des exemples de cyberattaques plus fréquentes et sophistiquées, comme l'a souligné Data.gouv.fr. Les entreprises sont donc appelées à prendre des mesures renforcées pour assurer leur intégrité face aux menaces numériques tout en assumant leur rôle dans la société. Les attentes sociétales sont également quantifiables :

- Une étude de Deloitte en 2024 rapporte que 85 % des consommateurs affirment privilégier les entreprises ayant des engagements sociaux et éthiques clairs, et 65 % sont prêts à payer jusqu'à 10 % de plus pour des produits d'entreprises responsables.
- Sur le plan environnemental, 60 % des répondants d'une enquête PwC en 2023 s'attendent à ce que leur employeur ait mis en place des politiques internes de développement durable pour réduire leur impact écologique.

Le respect des réglementations et l'adoption de politiques proactives en matière de sécurité des données, de santé et de protection environnementale deviennent ainsi des critères cruciaux pour attirer et retenir les jeunes talents. Avec des attentes d'une génération de plus en plus engagée dans la responsabilité sociale, il est probable que l'éthique d'entreprise continue de se redéfinir pour englober des pratiques qui visent le bien commun, tout en adoptant un rôle préventif. Cette transformation impose aux dirigeants d'être les garants d'une éthique sans faille, et de répondre ainsi aux exigences croissantes d'une société en quête de modèles transparents et vertueux.

Enfin, les moyens par lesquels les entreprises peuvent intégrer ces valeurs tout en garantissant leur pérennité, et comment une coopération sincère avec les jeunes peut conduire à des bénéfices mutuels. Par exemple, lors d'une mission de conseil en recrutement pour une entreprise technologique, nous avons mis en place un processus de recrutement plus transparent, incluant une communication directe sur les engagements environnementaux et sociaux de l'entreprise. Résultat : les candidats de la génération Z ont exprimé une préférence marquée pour cette entreprise, car ils ont vu que ses valeurs étaient alignées avec les leurs. Cette coopération sincère se traduit par une relation plus authentique et engageante, où les jeunes talents apportent leur créativité et leur vision du monde tout en contribuant activement à la transformation de l'entreprise. Les bénéfices pour l'entreprise sont multiples : une meilleure fidélisation des employés, une image de marque renforcée, et une meilleure adaptation aux attentes sociétales en constante évolution

Conclusion :

La génération Z marque une étape décisive dans l'évolution de l'éthique professionnelle et impose aux entreprises de repenser leur organisation et leur leadership pour rester attractives. En s'appuyant sur des valeurs de transparence, de flexibilité, de responsabilité sociale et de protection, cette génération pose des exigences inédites. Plus qu'une simple demande de conditions de travail améliorées, la « Gen Z » cherche un engagement fort envers des pratiques éthiques qui vont au-delà du marketing et de l'image. Elle aspire à une autonomie renforcée et à des environnements professionnels qui mettent l'Humain et la planète au centre des priorités.

Dans un monde où l'innovation technologique accélère et où les cybermenaces se multiplient, les entreprises ne sont plus seulement des lieux de production, mais aussi des « gardiennes » des valeurs éthiques, des données personnelles, des enjeux environnementaux et de la paix sociale. L'éthique de demain doit englober toutes ces dimensions, incluant la sécurité des données, la protection des employés, et la durabilité environnementale. Pour rester en phase avec ces transformations, les entreprises devront intégrer ces préoccupations dans leurs décisions stratégiques, se positionnant comme des acteurs responsables et bienveillants pour la société.

Ainsi, l'avenir des entreprises dépendra de leur capacité à intégrer ces changements, à promouvoir un leadership inclusif et bienveillant, et à créer un environnement propice à l'innovation éthique. Comme l'a exprimé Peter DRUCKER, « Le meilleur moyen de prévoir le futur, c'est de le créer ». Ce futur exigeant s'annonce riche de défis et d'opportunités pour les entreprises capables de s'adapter et d'évoluer en harmonie avec les attentes des nouvelles générations et les exigences éthiques de la société de demain.