

# «UNE GÉNÉRATION TRÈS DÉTACHÉE»

**PHÉNOMÈNE** Selon un récent sondage, les patrons voient d'un bon œil les jeunes de la «génération Y». Une sociologue décrypte ces individus pragmatiques, critiques et prometteurs.

Ils sont nés entre le début des années 1980 et le milieu des années 1990. Ils n'ont pas connu la guerre froide et ont grandi avec Internet. On les appelle aussi les «digital natives». Eux, ce sont les représentants de la «génération Y». Un nom logique puisqu'ils succèdent à la génération X, les quadras d'aujourd'hui. Mais ce nom pourrait aussi avoir été donné en référence au Y formé par les fils des écouteurs qu'ils portent très souvent dans les oreilles. Acteurs économiques du monde de demain, les Y fascinent et interrogent. La sociologue française Monique Dagnaud, directrice de recherche au CNRS et enseignante à l'École des hautes études en sciences sociales, s'est penchée sur cette nouvelle jeunesse et publie un ouvrage sur le sujet.

## Quelles sont les caractéristiques de la génération Y ?

Cette génération fait preuve d'un très grand détachement. Elle possède beaucoup de distance vis-à-vis du monde tel qu'il

est et se montre très critique face à un système qui est incapable de se réguler. Elle ne ressent aucun patriotisme d'entreprise en raison du contexte économique et social. Les jeunes sont très pragmatiques, ils



**« Ce ne sont pas des révolutionnaires en conflit avec la société »**

Monique Dagnaud, directrice de recherche au CNRS

saisissent les occasions qui se présentent à eux. Et du pragmatisme à l'opportunisme, il n'y a qu'un pas.

## N'est-ce pas l'utilisation d'Internet qui est le fondement de cette génération ?

Oui, mais la génération Y ne se résume pas à l'usage du numérique. Elle a grandi avec le problème de la montée du chômage et d'un vrai

désenchantement politique. Elle a également été élevée au sein d'une famille moderne, non patriarcale, dans laquelle règne la confiance entre parents et enfants. C'est la famille-association où chacun

trouve son compte. Il y a donc un contexte économique et éducatif particulier.

## Est-ce une génération de rebelles ?

Non. Leurs aspirations sont identiques à celles de leurs aînés: trouver un travail, construire une famille. Ce ne sont pas des révolutionnaires en conflit avec la société et ils s'entendent en général bien avec leurs parents.

## Pourtant, ils sont à l'origine de nombreux mouvements,

## les révolutions arabes, les indignés...

La génération Y partage un certain nombre de valeurs: une très grande importance accordée à la liberté d'expression, le souhait d'instaurer des rapports homme-femme plus égalitaires, l'attachement à une économie du gratuit. Je précise que ce n'est jamais le Net en soi qui

est à l'origine de ces mouvements. Il faut un contexte. Dans les pays arabes, c'est une jeunesse diplômée au chômage ou exerçant des emplois précaires qui est à l'origine des révolu-

tions. Les smartphones et Internet sont des outils qui ont été utilisés par cette génération. Ils ont permis d'amplifier le mouvement.

## La génération Y, c'est aussi une nouvelle manière de vivre ensemble ?

Oui. Surtout depuis l'apparition des réseaux sociaux il y a une dizaine d'années. Cela a donné naissance à une communauté du Web. Les gens communiquent d'ordinateur à ordinateur avec, d'une part, des personnes qu'ils ont choisies et avec qui ils échangent de la musique, des informations, des fragments de série et, d'autre part, leurs vrais amis.

La génération Y a développé une culture de l'hilarité, de la dérision, du LOL. L'humeur du Net est sarcastique, c'est un regard ironique sur le monde. On y échange des photos, on les modifie, on fait des gags. Il y a aussi une face sombre, des attaques très violentes qui peuvent frapper des personnes. C'est une forme d'esprit vengeur où on ridiculise autrui comme dans une cour de récréation.

## C'est une jeunesse résignée ?

Bien au contraire. La génération Y fait preuve d'une très grande créativité et de beaucoup d'inventivité. Dans un contexte peu radieux, dans une situation de crise et de concurrence, il y a une très grande vitalité, de nouveaux modes de solidarité et plein d'initiatives sur les réseaux sociaux. Ils ont une grande expérience dans ce domaine, savent communiquer, rechercher l'info. C'est une jeunesse prometteuse. **SÉBASTIEN JOST**

«Génération Y - Les jeunes et les réseaux sociaux, de la dérision à la subversion», Monique Dagnaud, Ed. Les Presses de Sciences Po

## L'usage du numérique induit-il un état d'esprit particulier ?

## UN LOOK DÉCONTRACTÉ

S'ils le pouvaient, les représentants de la Gen Y passeraient leur vie en pantacourts et en tonges. En hiver, c'est jeans. Leur habillement décalé est souvent un motif d'incompréhension et de tension au sein des entreprises.

## UN TATOUAGE

Une étude a montré que 36% des jeunes ont un tatouage. Parmi les autres centres d'intérêt: les concerts et les jeux vidéo.

## TÉLÉPHONE PORTABLE

Une étude réalisée sur des lycéens aux Etats-Unis a montré que 94% d'entre eux possèdent un téléphone portable et 56% un lecteur MP3. Le nom «génération Y» pourrait avoir été donné en raison du Y formé par les fils des écouteurs.

## FAST-FOOD

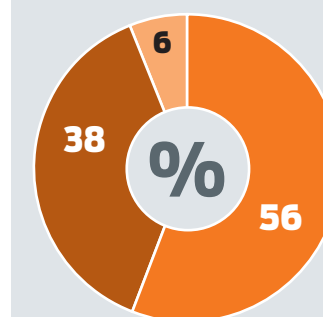
Une étude a montré que 20% d'entre eux se rendent au moins trois fois par semaine dans un établissement de restauration rapide. Mais leur choix se porte sur des chaînes différentes que celles qui séduisent leurs parents.

## L'ORDINATEUR

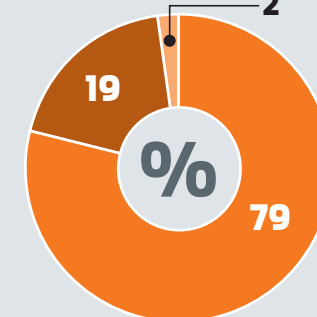
A 20 ans, un jeune aura passé 20 000 heures en ligne, soit à peu près le même temps que celui consacré par un pianiste professionnel à l'exercice de son art. Les réseaux sociaux sont une part fondamentale de leur relation au monde.

## RECRECITER UN JEUNE DE MOINS DE 30 ANS, C'EST...

Pour les chefs d'entreprise



Pour les salariés



- Plutôt un atout pour l'entreprise car ils apportent des connaissances et compétences nouvelles, que les autres salariés n'ont pas toujours.
- Plutôt un risque pour l'entreprise car ils ont plus de mal à s'insérer et expriment des attentes difficilement conciliables avec celles de l'entreprise.
- Ne sait pas.

Ce sondage a été réalisé en France, auprès d'un échantillon représentatif de 408 chefs d'entreprise et de 1014 salariés.

SW / SOURCE FIGARO

## LES EXPERTS

STÉPHANE HAEFLIGER ET BÉRÉNICE GORADESKY

## «Les Y sont plus difficiles à conduire et à piloter»

Intégrer la génération Y, un sacré challenge pour les entreprises. Les patrons ont toutefois une vision positive de ces jeunes (voir ci-dessus). «Les attentes de la génération Y sont différentes de celle qui l'a précédée, relève Stéphane Haefliger, DRH de la Banque Privée Espírito Santo. Alors que les entreprises interdisent généralement l'utilisation de Facebook et de Twitter, les Y ne peuvent pas travailler sans surfer ni réseauter. Alors que des horaires fixes de travail ont été instaurés, les Y exigent des horaires flexibles. Alors que les vacances sont contractuelles, ils négocient facilement 15 jours supplémentaires non payés pour un projet personnel. Alors que le dress code est imposé par l'entreprise, les Y adoptent volontiers un look décalé.» La manière dont les «digital natives» envisagent le rapport à la hiérarchie leur est aussi propre. «Plus fort encore, la génération Y ne souhaite pas travailler pour un chef mais avec un chef, ce qui est

très différent, insiste Stéphane Haefliger. Pour toutes ces raisons, le comportement des Y peut être perçu comme infractionnel par les entreprises traditionnelles.» Bérénice Goradesky, directrice des RH de L'Oréal Suisse, explique que «cette nouvelle génération ne rejette pas les anciens: il n'y a pas de conflit des générations, ils valorisent l'expérience et l'expertise; ils apprécient le coaching apporté par les plus anciens, notamment les seniors.» Et si les entreprises se donnent du mal, c'est que la génération Y a énormément à apporter. «Les Y sont plus difficiles à conduire et à piloter car ils sortent des cadres préétablis, reconnaît Stéphane Haefliger. Mais, d'un autre côté, jamais génération n'a été aussi bien formée. Les Y ont voyagé, parlent plusieurs langues, possèdent une culture urbaine et internationale, sont fréquemment bachelorisés, curieux et informés. Et, lorsqu'un domaine les passionne, ils peuvent faire preuve d'un très grand engagement.»

A. Pomares/Stockphoto, J. Stritt/Stockphoto, A. Yakovleva/Stockphoto, T. Stalman/Stockphoto