

REFLEXIONS

Le casse-tête des entreprises : la génération Y

Par Eric Lewin

Chaque année, le *spring campus* de [Croissance Plus](#) permet à des participants, entrepreneurs, avocats et financiers, de fuir pendant deux jours la trépidante vie parisienne pour se retrouver et débattre de façon décontractée sur les problèmes économiques et sociaux. L'édition 2015, qui s'est tenue à Cannes, a été marquée par une volonté de dire « non » au *french bashing* : les entrepreneurs sont bel et bien là et il y a de véritables *success stories* !

J'ai eu bien plus de discussions orientées *business* et stratégie digitale que candidat UMP pour 2017. Cela m'a très agréablement changé des dîners parisiens où les conversations tournent inlassablement autour du duel Alain Juppé / Nicolas Sarkozy... et de savoir si Valls tiendra jusqu'en 2017.

Une nouvelle donne : la génération Y...

J'ai participé à un atelier fort intéressant sur la génération Y, la fameuse génération de trentenaires qui, dans le monde de l'entreprise, s'affranchissent des codes en vigueur et sont souvent ingérables. Ils ont grandi et fait leurs études en utilisant l'informatique, internet et toutes les applications pour en avoir acquis une maîtrise intuitive qui dépasse largement celle de leurs aînés... De quoi donner des cheveux blancs à, ceux qui, comme moi, sont nés à une époque où il n'y avait encore qu'une unique chaîne de télévision en France et qui, laborieusement, faisaient leurs recherches en bibliothèque. On dit de cette génération qu'ils sont ingérables en entreprise, ne respectant aucune consigne, ni la hiérarchie... et pourtant qu'ils sont une cible commerciale absolument gigantesque. Du coup, toute entreprise s'y intéresse et se penche sur le cas de cette génération, tant pour savoir comment les recruter que pour comprendre comment les marketer.

« Ils représentent 35% de mon entreprise, peuvent bosser sur trois ordinateurs à la fois et surtout ont du mal à se conformer à la hiérarchie. Pour travailler avec eux, il me faut penser différemment mon entreprise » me confiait un spécialiste de l'informatique.

... porteuse d'un nouveau modèle de société ?

Autre thème passionnant qui a été abordé durant ce campus : l'innovation frugale. L'auteur du livre *L'Innovation frugale*, Navi Radjou, est un français d'origine indienne, établi dans la *Silicon Valley*. Il est consultant en innovation et leadership. A vrai dire, sa problématique est relativement simple : les entreprises sont à la recherche de nouvelles solutions pour répondre

aux attentes des consommateurs soucieux des coûts et de l'environnement. L'innovation frugale relève ce défi en permettant de développer des produits de meilleure qualité et plus abordables sans tomber dans le *low cost*.

Dans son livre, il pose également avec une grande acuité le problème de cette génération Y, méfiante envers les grandes entreprises et moins fidèle à ses employeurs que les générations précédentes. D'après une étude de Deloitte, plus de la moitié des jeunes sondés considèrent que l'innovation et le progrès social devraient être l'objectif fondamental d'une entreprise, devant la maximisation du profit et la création de valeur pour les actionnaires ! Ce qui n'est pas pour me déplaire, évidemment... mais ne tombons pas dans l'idéalisme. Une société est avant tout là pour gagner de l'argent si elle veut pouvoir conserver ses emplois, croître, ne pas se faire absorber, innover, remporter de nouvelles parts de marchés... etc.

Mais cela nous questionne évidemment sur les intenses politiques de rachat d'actions menées aux États-Unis et effectuées majoritairement pour optimiser la rémunération de gros actionnaires... et maintenir les petits actionnaires en Bourse.

Le « Do it myself » Etant donné que cette génération Y ne semble pas parfaitement formatée au moule du salariat... il y a évidemment un engouement de ces jeunes pour la création de leur propre entreprise. Un défi lancé à leurs aînés (j'y arriverai par moi-même et je ferai mieux et à ma manière), mais une formidable opportunité pour notre économie. Dommage, encore une fois, que les politiques ne leur dresse pas un tapis rouge et profite de cet engouement pour essayer d'en faire un levier et une dynamique pour notre économie.

D'un point de vue plus technique, mais logique par rapport à ce que nous venons de dire, les jeunes créateurs d'entreprise ne sont vraiment pas attirés par la Bourse.

Ceux que j'ai rencontrés au *Spring Campus* préfèrent se développer plus lentement mais ne veulent pas être sujets à un contrôle permanent d'investisseurs puissants, soucieux de valoriser rapidement l'entreprise et de lui faire « cracher du cash ». Encore une fois, on note là leur souci de ne pas laisser de côté le facteur social et l'emploi.

C'est une vraie révolution par rapport à ma génération, celle des diplômés des années 90, pour qui la recherche du meilleur salaire était le but suprême, quitte à faire l'impasse sur certaines valeurs humaines. Notre héros s'appelait alors Gordon Gekko, la star de la bourse américaine si bien interprétée par Michael Douglas dans le film *Wall Street*...

Pas sûr que ce type de personnage fasse encore rêver les nouvelles générations croisées sur la Croisette lors de ce *spring campus*. Et dans un sens, c'est tant mieux !

