

« La Génération Y m'a tué »

Une nouvelle manière d'envisager l'entreprise

L'arrivée dans le monde de l'entreprise des jeunes nés après 1980 est inéluctable, massive et durable. Cette vraie nouvelle génération bouscule les références et laisse encore aujourd'hui sans réponse nombre de patrons et de managers des générations précédentes (babyboomers, X). Bientôt relayée par la Génération Z sur le marché du travail, la Génération Y n'a pas encore fini de nous déstabiliser.



Dans le cadre de l'enseignement de la 3^e semaine du Diplôme Universitaire de psychiatrie vétérinaire, l'ensemble des vétérinaires avait été convié à la conférence du Pr Olivier Revol, pédopsychiatre renommé chef du service de psychiatrie infantile à l'Hôpital neurologique - CHU Lyon, pour bénéficier de son éclairage sur comment « Comprendre, enseigner et soigner la Génération Y ».

La Génération Y, une génération 1.0

La Génération Y est celle des 15-30 ans, celle qui succède à la génération X, celle des « digital natives » qui ont été élevés dans l'abondance virtuelle plus que matérielle et surtout celle qui regroupera 40 % des actifs en 2015. Leur maîtrise des outils informatiques et leur facilité à naviguer rapidement sur la toile, à se « connecter » via les réseaux sociaux, a eu des conséquences à différentes échelles en transformant radicalement la diffusion de l'information entre les représentants de cette génération, les « Gen Y » (prononcez « why » = pourquoi) et leurs aînés. Celle-ci s'effectue désormais davantage sur un mode

horizontal que sur un mode vertical: on voit aujourd'hui très fréquemment des enfants apprendre à leurs parents à naviguer sur le web ; des étudiants remettre en question le diagnostic de leur professeur en s'appuyant sur les toutes dernières publications scientifiques qu'ils consultent en ligne via leur téléphone ou leur tablette numérique.



Pr Olivier Revol entouré par les membres du conseil scientifique de Zoopsy et la promotion 2013 du DU de Psychiatrie Vétérinaire.

Les « Gen Y » vont donc avoir tendance à reconsidérer les hiérarchies établies lorsque celles-ci ne reposent pas sur des compétences. Leurs aînés seront considérés comme des partenaires avec lesquels fonctionner en équipe. Aboutir à une relation « gagnant-gagnant », voilà l'objectif de cette génération.

Très ancrés dans l'ère Internet, celle du conversationnel, de l'échange, des bons plans et des recommandations, les « Gen Y » revendiquent une totale liberté d'expression. Ils veulent donner leur avis sur tout, que celui-ci soit avisé et/ou seulement taquin... Car oui, la dérision et le second degré font partie de l'arsenal rhétorique des « Gen Y ». Agiles dans le maniement de l'humour et amateurs de joute verbale, ils aiment s'en servir pour prendre le contre-pied de la com' traditionnelle.

La Génération Y, une génération « Zap »

La génération Y, c'est aussi celle qui ne connaîtra jamais plus le monde sans Sida, celle chez qui les idéaux familiaux se sont effondrés, celle du 11 Septembre, celle



La génération Y est née dans l'hyperconnexion.

DU de psychiatrie vétérinaire : mode d'emploi

En septembre dernier à Lyon, la première promotion du Diplôme Universitaire (DU) en psychiatrie vétérinaire a fait sa rentrée. Esquissé par l'association des vétérinaires comportementalistes Zoopsy en partenariat avec l'UCBL 1 et VetAgro Sup, ce DU a pour vocation d'obtenir, à terme, l'accréditation Master. L'objectif de cette formation est double : d'une part, il s'agit de développer les compétences des vétérinaires praticiens dans la gestion et la prévention des troubles du comportement des animaux de compagnie et d'autre part, de permettre à d'autres professionnels (médecins, pharmaciens, biologistes...) de réaliser une approche comparative des troubles psychiatriques animaux et humains. Des informations plus complètes sur le DU de psychiatrie vétérinaire sont disponibles en ligne sur <http://www.zoopsy.com/master/>.

Comment manager la Génération Y ?

Traits comportementaux d'un collaborateur de la génération Y	Actions de management possibles
Relation à l'entreprise <ul style="list-style-type: none"> • Refuse l'attachement définitif. • Est prêt à partir pour un job plus « passionnant ». • Se considère comme un « consommateur d'entreprise » dans l'entreprise. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ne pas chercher à le retenir. Lorsqu'il part, faire un bilan avec lui. • L'assurer qu'on l'a apprécié et que l'on regrette son départ. • Essayer de voir pourquoi il s'est « ennuyé ». Cela donnera des idées pour aménager le travail des autres « Y ». Lui dire que l'on sera toujours heureux de son retour (il peut revenir et sera alors d'avantage formé et performant). Pour lui, le « changement » ne veut pas dire la « rupture » définitive.
Relation au travail <ul style="list-style-type: none"> • Fuit l'uniformité et la monotonie du travail, aime le changement. • Recherche ce qui permet la créativité, l'inventivité, l'expression personnelle. • Est pressé et réactif. • Aime faire plusieurs choses à la fois. • Aime la liberté pour atteindre les objectifs. 	<ul style="list-style-type: none"> • Repérer ce qui pour lui est « captivant », « passionnant » et essayer de lui confier des tâches qui l'intéressent. • Lui trouver des tâches et des travaux dans lesquels il pourra faire preuve de créativité. • Organiser son travail autour de tâches courtes, d'opérations « coup de poing »... • Faire avec lui du management participatif par objectif.
Besoin de reconnaissance <ul style="list-style-type: none"> • Cherche la reconnaissance personnelle et le succès rapide. • Exige respect et considération de sa hiérarchie. • Est sensible aux gratifications financières. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ne pas hésiter à le féliciter, le complimenter. • Lui montrer qu'on le considère comme un collaborateur de même niveau que soi. • Prévoir des gratifications financières pour un travail de qualité fait dans les temps et dans les normes. Les gratifications arrivent sans qu'elles aient été liées auparavant à de quelconques « conditions ».
Relation à l'autorité <ul style="list-style-type: none"> • Refuse les grands principes philosophiques, les grandes justifications théoriques ou idéologiques, les positions et les statuts acquis. • Se méfie vis-à-vis de toute autorité un peu appuyée. • Se méfie des promesses. 	<ul style="list-style-type: none"> • Être très pragmatique : éviter les rappels aux règles, aux valeurs..., lui montrer ce que l'on attend d'un ton cordial et non autoritaire. • Ne pas le mettre dans une équipe avec des personnes plus âgées qui ont tendance à jouer les « petits chefs » ou à se durcir face à ce qui pourrait être perçu comme de la désinvolture. • Encourager le dialogue, et « être cool ».
Relation au groupe de pairs <ul style="list-style-type: none"> • Est à la fois communautariste et individualiste. • Refuse de trancher les débats d'opinion. • Est sensible aux mouvements d'opinion, aux informations, aux conseils venant de ses pairs. • Est spontanément communautariste avec son groupe de pairs dans l'entreprise. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prévoir des temps de repos, des pauses, pendant lesquels l'ensemble des collaborateurs Y pourront se retrouver. • Pour faire passer une réflexion, une analyse... la dire, en aparté, à un collaborateur de la génération Y. L'information sera transmise dans tout le groupe.
Importance de sa vie hors entreprise <ul style="list-style-type: none"> • Est attaché au développement de sa vie personnelle hors entreprise. • Refuse d'avoir le travail comme seul objectif dans la vie. 	<ul style="list-style-type: none"> • Éviter de l'appeler en dehors des heures de travail, respecter son besoin de coupure et éviter de lui imposer du « travail à la maison ». • Lui rappeler, dans les entretiens de bilan, combien l'entreprise respecte sa vie hors travail.
Comment réussir à fidéliser un Y ?	<ul style="list-style-type: none"> • Un peu comme dans un rapport marchand, il faut instaurer un renouvellement des engagements. Tous les six mois, ou tous les ans, il faut redessiner le profil de ce qui va se passer dans les 18 ou 24 mois qui viennent, et leur expliquer en quoi ce profil est porteur de valeur ajoutée pour son évolution professionnelle, sa formation ou sa rémunération.

confrontée au chômage et à la précarité... Toutefois, même si les évolutions de la société l'ont rendue plus méfiante face un avenir qu'elle considère incertain, la Génération Y a développé très tôt des mécanismes de résilience qui en ont fait une génération singulièrement énergique et optimiste. Sans fuir la prise de risque, bien au

contraire, les « Gen Y » chercheront toutefois à avoir un retour sur investissement en un minimum de temps et auront du mal à s'engager sur le long terme : finis les plans de carrière linéaires, les promesses d'engagement *ad vitam aeternam*, bonjour les projets à court terme qui pourront satisfaire leur besoin de reconnaissance immédiate.

La Génération Y, une génération individualiste

Les « Gen Y » ont grandi dans le culte du respect de l'enfant, de l'enfant roi pour qui tout est possible et ces derniers n'entendent plus sacrifier leur vie privée sur l'autel de leur carrière. Les « Gen Y » attendent de l'entreprise qu'elle prenne en compte leurs désirs et qu'elle les laisse organiser eux-mêmes leur travail. Même s'ils agissent sur un mode collaboratif, l'intérêt propre des « Gen Y » prime tou-



La génération Y est allergique aux contraintes et à la hiérarchie.

jours sur l'intérêt collectif. L'envie de concilier emploi et réalisation de soi surpasse souvent sur le reste. Un salarié bien payé qui négocie un temps partiel pour mener à bien un projet personnel ou un jeune cadre prêt à ne pas prendre de congés pendant deux ans pour mettre de côté et partir faire un tour du monde sont des choses qui ne surprennent plus. Respecter l'exigence de liberté des « Gen Y » semble dès lors indispensable à leur épanouissement.

Pour bien travailler avec cette Génération Y, il faut donc intégrer ce qui les caractérise. Hyperconnectés, assoiffés de connaissances, efficaces si passionnés, mobiles, sociaux et communicants, au style direct qui peut parfois sembler impertinent, peu enclins aux luttes de pouvoir, les « Gen Y » affichent leur différence.

Si cette génération fait vaciller les modèles établis, elle est une véritable valeur ajoutée pour les entreprises qui sauront s'adapter. Le tableau « Comment manager la Génération Y » dévoile quelques leviers pour tirer parti des nombreuses opportunités qu'elle peut apporter et favoriser la cohabitation intergénérationnelle. ■

*Jennifer Ailloud
Docteur vétérinaire*

Bibliographie

- Olivier Revol : « Comprendre, enseigner, soigner la Génération Y »
- <http://www.zoopss.com/master/>
- Alex Mucchielli : <http://www.enov-formation.com>.

expo ZOO
PARIS FRANCE
2013

Le **rendez-vous business**
incontournable
pour les professionnels
de **l'animalerie**

2, 3 et 4 juin 2013, PARIS Porte de Versailles - Hall 5



Le Salon Professionnel
de l'**Animalerie**

Demandez vos badges gratuits sur www.expozoo.fr

PRODA.F.
Syndicat professionnel des métiers et services de l'animal familial