

"L'adaptation à la génération Z, est une question de survie pour les entreprises", selon Sophie Louergue

07/10/2016



Pour la directrice juridique de Carglass, les entreprises qui veulent recruter et garder dans leurs effectifs les talents de la génération née après les années 1995 devront changer profondément leur organisation.

Sophie Louergue est directrice juridique de la société Carglass. Mais c'est aussi avec sa « casquette »

d'ancienne DRH, qu'elle est intervenue le 6 octobre 2016, lors de la 21^e conférence annuelle des directeurs juridiques de Dii, afin de partager des pistes pour attirer et retenir les talents de la génération Z. Une génération qui va bouleverser les relations entre un salarié et son entreprise.

Votre intervention devait, à l'origine, parler de la relation avec les *Millenials*, la génération Y. Pouvez-vous expliquer votre changement d'angle ?

J'ai en effet pris le parti d'axer mon intervention sur la génération Z, celle qui va très certainement demander beaucoup d'adaptations aux entreprises. C'est la plus disruptive. Elle est très différente bien que dans la continuité de la génération Y. La génération Z est hyper connectée et beaucoup plus indépendante, elle utilise des codes complètement nouveaux, y compris dans son rapport au travail. Elle ne recherche plus uniquement une relation qui la nourrisse au sens strictement alimentaire, mais elle aspire à « tout obtenir » de l'entreprise : le développement personnel comme le bien-être au travail, des possibilités d'évolution, comme un sens à ses engagements personnels...

La génération Z est donc toujours dans une recherche d'épanouissement au travail...

Oui, mais avec la particularité de vouloir changer très vite, à la différence des générations qui la précèdent, si l'entreprise ne satisfait pas à ses besoins. C'est la « génération zapping ». Les Z ont une approche très entrepreneuriale et donc beaucoup plus indépendante de l'entreprise. Selon certains sondages, plus de 30% d'entre eux envisageraient même de créer leur entreprise. C'est un score jamais atteint auparavant. La conséquence pour les entreprises : repenser leur vision du monde du travail si elles veulent pouvoir attirer les jeunes talents. L'entreprise devra apprendre à se vendre auprès des jeunes sur tous les aspects, son engagement sociétal et environnemental, l'aura de la marque, le bien-être au travail, pour ne citer que les principaux. C'est une démarche à entreprendre dès aujourd'hui pour rester compétitif sur le marché du travail.

Quel est le rôle des managers dans ce bouleversement ? Le rapport à la hiérarchie va-t-il aussi changer ?

Il va falloir repenser la fonction de manager. Le manager qui apporte la réponse et qui sait tout, ou qui est sensé tout savoir, va devoir laisser sa place au manager qui accompagne, qui guide. Et c'est certainement le rapport à la hiérarchie de façon globale qui va changer avec la génération Z, totalement décomplexée et en rupture dans ce domaine ; si le Z considère que le directeur général est le mieux à même de lui apporter une réponse, il n'hésitera pas à s'adresser à lui directement. Une pratique très disruptive de la vision « à la Française » de l'entreprise, encore très marquée et attachée à une organisation hiérarchisée.

Quelle est la principale difficulté de gestion qu'impliquent ces changements ?

Paradoxalement, il semblerait que les plus gros écueils viennent de la génération Y, en recherche de sécurité, bien plus que les générations qui les précèdent.

Un mot sur le droit du travail ?

Cette nouvelle génération viendra bousculer l'organisation du travail telle qu'on la conçoit en France, très probablement. Un enjeu pour la France si nous souhaitons éviter la fuite de nos jeunes cerveaux. La vision entrepreneuriale des Z confirme la tendance vers une « ubérisation » du travail. Les méthodes de travail classiques, avec des horaires et des lieux définis, une césure entre la vie professionnelle et personnelle, n'ont plus de sens pour cette génération digitale. Le télé-travail, ou plutôt la liberté d'organisation de son travail, prisée par cette génération, va nécessiter des aménagements difficiles juridiquement à mettre en oeuvre par les entreprises dans l'environnement actuel du droit du travail.

Comment abordez vous cette révolution liée à l'arrivée de la génération Z chez Carglass ?

Carglass est une société qui a toujours fonctionné sur un mode agile et transverse. Mais ce sujet est une vraie préoccupation chez Carglass puisqu'une part importante de nos salariés, essentiellement constituée

de techniciens vitrage, appartient à cette nouvelle génération Z. Les actions de la DRH pour accompagner les managers qui font face à ces nouveaux profils portent notamment sur la digitalisation des outils, la mise en place d'un management de proximité ou encore la mise à disposition de formations qualifiantes permettant au salarié de se positionner comme l'acteur principal de son développement. La direction juridique, que j'anime, entend bien évidemment s'intégrer dans cette démarche pour attirer et fidéliser les juristes issus de cette génération, notamment !

✍️ propos recueillis par Olivier Hielle

Source URL:

<http://www.actuel-direction-juridique.fr/content/ladaptation-la-generation-z-est-une-question-de-survie-pour-les-entreprises-selon-sophie>