

Le mythe bien commode de la "génération Y"

LE MONDE | 10.10.2013 à 10h20 • Mis à jour le 11.10.2013 à 08h57 |

Par Laurent Giraud (Université Toulouse-I-Capitole)



Aucune recherche publiée dans une revue scientifique sérieuse n'atteste aujourd'hui en tout cas d'un lien fort entre l'appartenance à cette génération Y et des attitudes particulières vis-à-vis du travail. | AFP/CHARLY TRIBALLEAU

Le concept a suscité conférences, articles, ouvrages, prestations de conseil... Les jeunes se seraient détournés de la valeur travail et seraient aujourd'hui avant tout centrés sur leurs loisirs, leurs amis, leur mobile...

Ils constitueraient une génération spécifique, la fameuse "génération Y" : Y comme le fil de leurs écouteurs sans cesse à leurs oreilles, Y comme *Why ?*, la question qui brûle leurs lèvres dès qu'on ose les inciter à l'effort... Des individus connectés et mobiles, ouverts au monde, généreux, mais changeants et infidèles, sans ancrage, sans projet de long terme. Des extraterrestres pour l'entreprise, sortes d'anguilles difficiles à cerner, à motiver et à cadrer.

Une description qui parle à de nombreux parents et à de nombreux dirigeants, mais qui laisse dubitatif celui qui, sociologue ou chercheur en gestion, creuse un peu plus loin...

En effet, les recherches en gestion menées ces dernières années peinent à identifier les véritables spécificités qui, au-delà de la jeunesse, permettraient de caractériser

cette fameuse génération Y et ses relations au travail. *"Nos jeunes ont de mauvaises manières, se moquent de l'autorité, et n'ont aucun respect pour l'âge"*, disait Socrate il y a près de deux mille cinq cents ans. Le regard porté par les plus anciens sur la génération montante a toujours été critique.

LE CONCEPT FILE ENTRE LES DOIGTS

Mais au-delà de la sagesse populaire, que démontrent les études scientifiques ? Des jeunes plus infidèles aux entreprises que les générations précédentes ? Pas si évident. Plus sensibles à l'intérêt immédiat de leur travail qu'aux perspectives de carrière ? On ne parvient pas à le prouver. Plus altruistes, comme on le dit souvent ? Ce n'est pas flagrant non plus.

En fait, le concept, quoique médiatique, file entre les doigts. Une génération se caractérise par une identité collective forgée par une expérience historique commune: les années de guerre, Mai 68... La généralisation de l'usage des technologies numériques mobiles, le désenchantement politique, la récession économique de longue durée, suffisent-ils à construire une telle identité ?

Aucune recherche publiée dans une revue scientifique sérieuse n'atteste aujourd'hui en tout cas d'un lien fort entre l'appartenance à cette génération Y et des attitudes particulières vis-à-vis du travail. Les liens établis sont souvent faibles, incertains. Plusieurs études vont même complètement à l'encontre des idées reçues, montrant une forte appétence des jeunes pour les carrières traditionnelles. La pléthore de candidats aux concours de la fonction publique constitue d'ailleurs un sérieux indice de cette aspiration ordinaire à la stabilité.

A l'instar d'autres études, notamment celles de Jean Pralong, professeur à Neoma Business School, nos travaux menés dans le cadre d'une thèse de doctorat en sciences de gestion confirment que la génération Y n'est pas plus infidèle que les autres.

POURQUOI UN TEL SUCCÈS

Les déterminants majeurs de la fidélité des salariés sont en réalité d'abord le niveau des rémunérations et les possibilités de promotion, puis la capacité de l'entreprise à susciter une implication affective. Du côté des salariés, le moment où ils se situent dans la carrière joue un rôle majeur dans leurs attitudes au travail. Mais rien ne prouve que les jeunes d'aujourd'hui se comportent différemment des jeunes d'hier.

En réalité, pour nous, la véritable question est maintenant de savoir pourquoi ce concept mal étayé rencontre un tel succès. Et là, seules des pistes peuvent être tracées.

Un premier phénomène permet de comprendre pourquoi la génération Y a reçu un tel écho : il s'agit de "l'intériorisation du stéréotype". Certains chercheurs ont démontré que l'"essentialisation" d'un groupe, comme la génération Y, influence les membres de ce groupe et incite véritablement les jeunes à se conformer à l'image supposée de leur génération !

Le succès du concept intervient aussi à un moment où la nature des relations d'emploi subit une forte évolution. Pour les aînés, il est probablement plus confortable d'attribuer aux jeunes une volonté de changement rapide d'activité professionnelle que d'admettre qu'un grand nombre d'entre eux ne font que subir la précarité.

CHÔMAGE MASSIF

Pour les jeunes eux-mêmes, cette image est plus valorisante ! Affirmer qu'on accorde une grande importance à ses loisirs quand on enchaîne les périodes de chômage est une manière de se sentir aux commandes, malgré tout. On peut ainsi détecter dans le discours des jeunes une forme de rationalisation a posteriori d'une situation qui leur est imposée.

En réalité, la discussion sur les caractéristiques supposées de la génération Y vient occulter un premier débat autrement plus complexe et dérangent sur les dysfonctionnements actuels des marchés de l'emploi. Les salariés ont en effet, selon toute vraisemblance, modifié leur attitude au travail en réaction à une période marquée par un chômage massif, une insertion professionnelle de plus en plus aléatoire, et un management centré sur le court terme.

La forêt du débat que cache l'arbre de la génération Y est celle des relations d'emploi, c'est-à-dire tout ce qui relève de la flexibilité, du temps et du contenu du travail. Après avoir franchi les obstacles menant à l'emploi, il paraît normal que les salariés demandent une certaine rétribution en échange des efforts qu'ils ont fournis.

Attribué aux jeunes, le désamour envers le monde du travail, aujourd'hui, transcende en réalité les générations. Mais qui souhaite en parler vraiment ?

Laurent Giraud est enseignant et chercheur au Centre de Recherche en Management de l'Institut d'administration des entreprises de Toulouse (Université Toulouse-I-Capitole).