

Conférence. Thaïs Herbreteau

« Les réseaux sociaux, passage obligé pour attirer les nouvelles générations »

En ouverture de la cérémonie de remise des trophées, Thaïs Herbreteau, intervenante pédagogique pour Link's, proposera une conférence sur le thème "Comprendre et manager les jeunes générations". Elle donnera les clés pour apprendre à décoder leurs comportements et décrypter leurs attentes.

Dans quel environnement vivent-ils ?

« Les jeunes (Y, Z et Alpha) vivent à l'ère des attentats, du réchauffement climatique, du Covid, des guerres aux portes de l'Europe... et cela les pousse à avoir un rapport au temps différent. C'est la génération "I want it, I like it, I got it", c'est-à-dire j'ai une idée en tête, il faut que ce soit fait tout de suite parce que je ne sais pas de quoi sera fait demain. C'est l'instantanéité qui prime comme barrière à ce flot de nouvelles angoissantes. »

Sont-ils individualistes ou accordent-ils de l'importance au collectif ?

« Les jeunes - qui ont vu leurs parents trimer et cotiser toute leur vie - vont être individualistes sur leurs projets personnels. Ils veulent vivre maintenant, profiter de leurs amis, de leur famille, partir en vacances... Mais, d'un autre côté, quand ils s'engagent dans des projets qui les intéressent vraiment et pour lesquels ils trouvent du sens, ils vont avoir un goût du collectif énorme. Ils peuvent abattre des montagnes s'ils comprennent pourquoi ils le font. »

Quelles sont leurs attentes dans le travail ?

« En début de carrière, l'argent



« Il y a trois points essentiels pour les jeunes, c'est être écoutés, respectés et considérés », souligne Thaïs Herbreteau.

Photo Fanny Vanvabas

va être un facteur essentiel. Mais, à partir du moment où ils vont gagner "suffisamment" pour pouvoir - en plus de remplir le frigo - avoir une vie qui leur permet d'avoir des loisirs, de se payer des voyages, de s'accomplir eux-mêmes, le levier ne va plus être le même. L'équilibre pro - perso va devenir primordial et cela peut passer par des horaires de travail aménagés, le télétravail, la semaine de quatre jours..., bref, tout ce qui peut rendre flexible un poste. »

La motivation à réussir professionnellement est-elle toujours présente ?

« Oui mais, à l'époque de nos parents, l'ascension sociale se faisait par le travail, la voiture, la maison... Pour eux, ce n'est pas uniquement ça, c'est aussi être

"heureux" et épanoui dans ce qu'ils font. »

Quelles sont les pistes pour les attirer ?

« Il va déjà falloir parler le même langage qu'eux, donc être très dynamique et actif sur les réseaux sociaux. Les jeunes passent un temps considérable sur leur smartphone et scrollent énormément. Ils accordent une importance énorme aux influenceurs ou aux youtubeurs parce que ce sont des gens qui leur ressemblent, qui parlent le même langage et qui, selon eux, les comprennent. Donc, si vous jouez sur le même terrain, au bout d'un moment, vous passerez pour quelqu'un de dynamique, quelqu'un qui comprend leurs problématiques et, normalement, cela devrait les attirer... »

Est-ce incontournable d'être présents sur les réseaux sociaux ?

« Pour moi, c'est un passage obligé pour recruter. On ne peut pas faire l'impasse. Instagram, on se doit d'y être en créant un profil qu'il faudra nourrir régulièrement et en faisant attention à ce qu'on poste, avec des publications pas trop longues, des phrases percutantes... Il faut savoir que les jeunes ont un temps d'attention qui est de l'ordre d'une dizaine de secondes. Une vidéo qui dure quinze minutes, ils vont passer, cela ne les intéresse pas. Il faut qu'elle soit courte et sous-titrée de manière à ce qu'ils puissent avoir accès au contenu même s'il n'y a pas le son. »

« TikTok et Snapchat se développent énormément et il serait nécessaire de vraiment s'y mettre mais il ne faut pas se planter et faire n'importe quoi. Il y a des codes très particuliers... Il faut soit se faire aider par des web développeurs, soit en demandant directement aux jeunes que vous avez dans vos entreprises. C'est inné, ils ont ça au bout des doigts et parlent le même langage... »

Et, pour les garder, que doit-on faire ?

« Il va falloir créer du lien, mettre en place des réunions informelles ou instaurer des moments de communication comme, par exemple, un café le dernier vendredi du mois. Ces jeunes, ils ont besoin de faire partie d'une équipe, de ne pas être des employés parmi tant d'autres. Trois points sont fondamentaux pour eux à savoir être écoutés, respectés et considérés et c'est ce qu'ils vont rechercher de manière générale chez leur N + 1 et leurs collègues. Si ces points-là

L'artisanat, des « métiers qui ont du sens »

« Les artisans ont vraiment une perle entre les mains : ils font des choses concrètes et cela se voit. Cela fait partie de l'essence même de leur travail. C'est un atout qui est énorme et il faut appuyer dessus », affirme Thaïs Herbreteau. « Pour attirer les jeunes, il faut jouer sur le même terrain qu'eux. En faisant des vidéos attractives sur les réseaux sociaux et en montrant, par exemple, des "avant après"... Ils peuvent aussi faire appel à certains influenceurs pour redonner un peu de peps à certains métiers méconnus ou qui ont une mauvaise image. Cela peut paraître dérisoire pour certaines générations (qu'est-ce que va faire un guignol devant une caméra pour donner envie de venir faire tel ou tel métier) mais, pour les jeunes, c'est important de voir que ce sont des métiers qui ont du sens et pour lesquels on est dans le concret. Aujourd'hui, c'est via Instagram, Snapchat et TikTok qu'ils vont pouvoir avoir une belle image des entreprises. C'est gagnant-gagnant pour tout le monde. »

n'y sont pas, ils sont amenés à partir rapidement. Ils n'ont pas d'attaches comme nous on avait et ne sont pas dans cette envie d'avoir un CDI ou une maison dès 25 ans. Si vous voulez faire tourner votre société, il va falloir vous adapter et comprendre leurs attentes mais ce n'est pas à l'entreprise de tout faire non plus. Il faut se retrouver à mi-chemin... »

● Propos recueillis par I. Decaux

Partenaire. Groupama Grand Est

Sécurité routière : des actions à destination des jeunes

Pour Groupama Grand Est, partenaire principal de la conférence, la prévention est une des missions des assureurs pour atténuer le risque, notamment le risque routier à destination des jeunes.

Les jeunes étant surexposés aux accidents de la circulation, Groupama a mis en place des actions de sensibilisation au risque routier.

« Pour réduire le nombre et la gravité des accidents, la prévention est essentielle », affirme François Schmitt, président de Groupama Grand Est. D'où la mise en place d'opérations de sécurité routière avec notamment le "10 de conduite" qui se décline en "jeune" et "agricole".

Mené en partenariat avec la Gendarmerie nationale et Centaure, le "10 de conduite jeune" a pour objectif de sensibiliser

les élèves de classe de troisième à la sécurité sur la route et à une conduite responsable. Une formation théorique et pratique qui est dispensée chaque année à environ 2 000 collégiens du Grand Est.

Le "10 de conduite agricole", quant à lui, s'adresse aux jeunes - à partir de 16 ans - des lycées agricoles et des MFR (Maisons familiales rurales). « Depuis les années 1970, en partenariat

avec les CRS, des sessions d'une journée ont lieu toute l'année sur tout le territoire avec quelque 350 jeunes du Grand Est formés par an », poursuit-il.

Toujours à destination du monde agricole, une autre opération baptisée "Centaure Tracteurs" - où Groupama Grand Est a été précurseur - a été mise en place pour sensibiliser les agriculteurs sur les risques majeurs auxquels ils peuvent être confrontés. Ces

sessions de formation dédiées aux tracteurs et accessibles dès l'âge de 16 ans sont organisées uniquement durant la saison hivernale. Les cours théoriques sont complétés par des exercices pratiques (manœuvres, freinage sur piste glissante, évitement d'obstacles en situation de très faible adhérence...). Une formation complète pour contribuer à réduire le nombre d'accidents liés aux engins agricoles.