

# Influence de la génération Z sur le monde du travail : Cas de l'Algérie

N. R. BENKRITLY<sup>#1</sup>, I. A. KERKOUB<sup>\*2</sup>

*#Laboratoire de Recherche en Management, EHEC  
Pôle Universitaire Koléa, Tipaza, Algérie  
<sup>1</sup>benkritly@gmail.com*

*\*Laboratoire de Recherche en Management, EHEC  
Pôle Universitaire Koléa, Tipaza, Algérie  
<sup>2</sup>akerkoub@yahoo.fr*

**Résumé— La génération Z est en train de bouleverser les habitudes du monde du travail et du management des managers. Autonomes, innovants et exigeants. Ils imposent aux entreprises à être plus flexibles et aux différents acteurs de l'entreprise à accepter leur cohabitation. Les jeunes de la génération Z favorisent le turnover et épousent de plus en plus le statut d'indépendants et d'entrepreneurs.**

**Mots clés— Génération Z – Cohabitation – Entrepreneur – Digitalisation RH - Freelancer**

## I. INTRODUCTION

Renault, Bel, Hilton, GE ces entreprises millénaires qui ont connu leurs mues mais aussi maturations, ont vu le passage de managers d'exception mais aussi d'employés et collaborateurs tout au long de leur vie, depuis leurs créations jusqu'à ce jour.

Ces derniers sont issus de différentes générations ; des vétérans (1928-1945) aux alphas (2012 à ce jour). Chaque génération a imposé un mode de gestion mais surtout de management. Les points en commun de ces générations sont le poids de l'histoire, mais aussi leur influence sur le monde du travail.

Une de celles qui marque l'histoire est la génération Z, cette dernière a grandi avec l'explosion du WEB 2.0, elle a une logique de networking, mais surtout elle impose aux entreprises sa vision du travail.

Cette génération représente 25% du marché du travail, mais tend à envahir le marché de l'emploi lors des dix prochaines années.

A travers cette communication, nous répondons à la problématique : quelle est l'influence de la génération Z sur le monde du travail ? Cette influence est liée tant aux valeurs de ces jeunes que du point de vue de leur relation au travail et aux conséquences qui en découlent.

## II. GENERATION Z QUI SONT-ILS ?

Au moment où nous pensions comprendre la génération Y qui nous a tant fasciné et subjugué, au point où elle a été tant

examinée et critiquée, une nouvelle génération (Z) voit le jour. Cette dernière naquit entre 1995 et 2012. [1]

Les jeunes de cette génération sont nés au moment des conflits géopolitiques (11 septembre 2001), mais aussi des changements climatiques et d'une longue récession économique.

De ce fait, ces jeunes sont plus réalistes. Prudents et conscients des enjeux mondiaux. 60% d'entre eux souhaitent changer le monde, comparativement à 39% de la génération Y. [2]

Par ailleurs, ils sont qualifiés d'entrepreneurs, 72% d'entre eux souhaitent démarrer leur propre entreprise.

## III. LA GENERATION Z ET LE TRAVAIL : PROBLEME EN VUE ?

La génération Z est au cœur de l'actualité et des discours sociaux. Elle fait parler d'elle. De nombreux magazines et conférenciers s'intéressent à elle. [3]

L'avènement de la génération Z sur le marché du travail devient le sujet d'actualité du fait que l'entreprise vit actuellement la coexistence de 5 générations. Cette coexistence aura un impact sur la perception intergénérationnelle. Or, le lien social d'une société n'est concevable que s'il est fondé sur des valeurs communes. [4] La question qui mérite d'être posée est ; est-ce que ce lien sera-t-il fragilisé avec la relation au travail qui semble être différente d'une génération à une autre ?

De plus, le choix de la génération a recruté au sein d'une entreprise est une variable à laquelle tout manager doit prendre en considération tel que révélé par [5].

### A. Représentation sociale du travail

La cohabitation des différentes générations au niveau des différents niveaux et seuils d'hierarchies (verticalement, horizontalement et transversalement) occasionnent souvent des problèmes de communication, car ne partageant pas les mêmes valeurs. Il en résulte les propos récurrents suivants : "Un jeune, ça ne sait pas travailler".

Les managers recrutant ces employés et collaborateurs de la génération Z ont du mal à les retenir. [6]

### B. Aspiration des jeunes face au travail

[7] dans ses travaux, s'est penchée sur la signification du travail chez la génération Z. Les jeunes soulignent l'importance de l'accomplissement personnel lorsqu'il est question du sens du travail. Pour la moitié d'entre eux, cet aspect demeure somme toute moins important que l'aspect pécuniaire de l'activité de travail. Pour ceux-là, le travail est avant tout un moyen de subsistance, mais il doit de surcroît permettre de "profiter de la vie".

### IV. REPARTITION DU TRAVAIL EN ALGERIE

L'Algérie est un pays avec une population de plus de 40 millions d'habitants, cette population est très jeune. Le tableau I affiche la structure de la population par âge et par sexe pour 10000 habitants arrêtée au 01/07/2015 [8].

TABLEAU I

LA STRUCTURE DE LA POPULATION PAR AGE ET PAR SEXE POUR 1000 HABITANTS ARRETE AU 01/07/2015

| Groupes d'âges | Masculin | Féminin | Ensemble |
|----------------|----------|---------|----------|
| 00-04 ans      | 602      | 570     | 1172     |
| 05-09 ans      | 493      | 464     | 957      |
| 10-14 ans      | 386      | 367     | 753      |
| 15-19 ans      | 398      | 381     | 779      |
| 20-24 ans      | 452      | 436     | 889      |
| 25-29 ans      | 480      | 471     | 951      |
| 30-34 ans      | 460      | 452     | 912      |
| 35-39 ans      | 382      | 375     | 757      |
| 40-44 ans      | 310      | 311     | 621      |
| 45-49 ans      | 268      | 270     | 538      |
| 50-54 ans      | 221      | 222     | 443      |
| 55-59 ans      | 179      | 178     | 357      |
| 60-64 ans      | 146      | 141     | 287      |
| 65-69 ans      | 98       | 98      | 196      |
| 70-74 ans      | 71       | 74      | 145      |
| 75-79 ans      | 56       | 60      | 116      |
| 80-84 ans      | 37       | 40      | 77       |
| 85 ans et plus | 25       | 26      | 51       |

Nous nous intéressons parmi cette population à celle active, ainsi la figure 1 représente l'évolution du taux de chômage par diplôme et le tableau II la répartition de la population active et taux d'activité économique par tranche d'âge. [8]

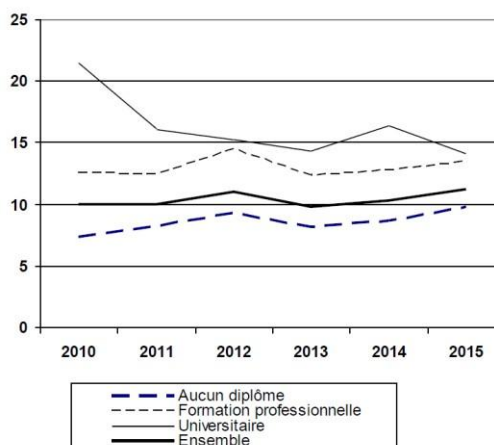


Fig. 1 Evolution du taux de chômage (2010-2015) par diplôme.

TABLEAU II

LA STRUCTURE DE LA POPULATION PAR AGE ET PAR SEXE POUR 1000 HABITANTS ARRETE AU 01/07/2015

|                | Population active (en milliers) |         |       | Taux d'activité économique (en %) |         |       |
|----------------|---------------------------------|---------|-------|-----------------------------------|---------|-------|
|                | Masculin                        | Féminin | Total | Masculin                          | Féminin | Total |
| 15-19 ans      | 308                             | 44      | 352   | 19.2                              | 2.8     | 11.1  |
| 20-24 ans      | 1129                            | 254     | 1384  | 59.4                              | 14.0    | 37.2  |
| 25-29 ans      | 1560                            | 554     | 2114  | 85.8                              | 32.9    | 60.4  |
| 30-34 ans      | 1541                            | 463     | 2003  | 91.7                              | 27.4    | 59.5  |
| 35-39 ans      | 1300                            | 349     | 1649  | 91.1                              | 23.0    | 56.0  |
| 40-44 ans      | 1128                            | 256     | 1384  | 91.2                              | 19.7    | 54.7  |
| 45-49 ans      | 1010                            | 192     | 1202  | 91.4                              | 16.8    | 53.4  |
| 50-54 ans      | 865                             | 124     | 989   | 83.8                              | 12.8    | 49.4  |
| 55-59 ans      | 490                             | 46      | 536   | 60.2                              | 6.4     | 35.0  |
| 60 ans et plus | 283                             | 37      | 319   | 16.0                              | 2.1     | 9.0   |

De ce tableau, nous constatons que la population la plus active est celle des 25-39 ans, en d'autres termes celle issue de la génération Y. Quant à la génération Z, elle est si peu active au même titre que les baby-boomers (1946-1964).

## V. CONTEXTE DE L'ETUDE

Afin de mieux comprendre les motivations des jeunes issus de la génération Z, nous avons effectué un questionnaire basé sur leur motivation au travail, leurs aspirations, la perception qu'ils ont du travail, mais aussi des études (académiques ou autres).

Ce questionnaire a été distribué (en ligne) à 200 jeunes issus de 2 grandes entreprises nationales et une multinationale.

Nous avons eu un total de réponses complètes de 185 soit un taux de réponse de 92.50%.

Après analyse de chaque réponse par axe d'étude et soumission à un logiciel d'analyse que nous avons-nous même développé, il en ressort ce qui suit :

Selon le coach [9], la réussite professionnelle passe inéluctablement par différents sacrifices au dépend de la vie personnelle. Or selon notre étude menée sur les jeunes issus de la génération Z, ces derniers attachent une forte valeur au travail et de contrat à la société. Ils n'affichent pas de refus au travail, vu les soubresauts que vit actuellement le monde, caractérisé par les difficultés économiques.

Nonobstant leur désir d'insertion dans la vie active, leur réussite professionnelle connaît un certain déclin comparativement à ceux de la génération Y (1980 – 1996) ou X (1965 – 1979). De plus, les crises économiques que connaît le monde ont instauré une nouvelle variable qui est l'absence du CDI et son remplacement par le CDD et un accroissement du turn-over. [10]

Les membres de la génération Z questionnés n'envisagent pas de garder le même emploi à long terme, d'ailleurs 59% d'entre eux pensent changer jusqu'à 6 fois de poste durant leur carrière. Cette étude a été confirmée par celle effectuée par BNP Paribas – Boson Project : *la Grande invaZion*.

### A. Le FOMO

Le FOMO est un acronyme de l'anglais qui désigne Fear Of Missing Out (La Peur de manquer quelque chose). [11], dans son article, explique que le FOMO se produit fréquemment chez les personnes qui possèdent des besoins psychologiques insatisfaits tel que « être aimé et respecté ». Ce phénomène s'est accentué aujourd'hui avec l'explosion des réseaux sociaux d'une part (Facebook, twitter, Instagram, ...) mais aussi les smartphones et les différents réseautages qui permette une connexion en continue et surtout les émissions de télé-réalité.

Pour les jeunes de la génération Z, ils attendent que leur travail puisse être en symbiose avec leur vie personnelle, qu'il n'absorbe pas la totalité de leur temps, afin de se consacrer librement à leurs loisirs, contrairement à leurs aînés de la génération Y et X. Pour ces jeunes, réussite rime avec combinaison de la vie professionnelle et personnelle.

### B. Perception de l'entreprise

Les jeunes de la génération Z perçoivent l'entreprise comme stressante, rigide, autoritaire et souvent injuste. Ainsi pour trouver un emploi, ils défavorisent l'envoi intempestif et effréné de CV et lettres de motivation. Pour eux, l'entreprise doit être plus agile, flexible, horizontale et pourquoi pas fun et amusante. Ils recherchent des rythmes plus souples, une quasi absence d'une hiérarchie pyramidale et une dématérialisation des postes.

En étudiant les travaux de recherches de [12], ce dernier affirme que ces jeunes recherchent un recrutement digital mais en même temps humain, ce qui est un grand défi pour les managers qui sont pour la plupart issus de la génération X ou Y et qui auront du mal à s'adapter à ces nouvelles exigences.

### C. Le phénomène Gafa

Gafa est un acronyme pour Google Apple Facebook Amazone, ces quatre grandes firmes américaines, deviennent une référence et ont révolutionné l'entreprise en imposant une nouvelle discipline mais aussi une nouvelle organisation, les jeunes recherchent des locaux de travail ouverts et en dehors même du lieu habituel (espace co-working, télétravail), mais aussi des tenues de travail décontractées (Zuckerberg en sweatshirt).

### D. Les nouveaux statuts

Il est quasi impossible de canaliser les jeunes de la génération Z à cause de leur connectivité et du regard qu'ils portent sur l'extérieur et sur les pays à forte mobilité (USA, Canada, Europe). L'envie effrénée de manager leurs propres emplois du temps, les pousse à repousser les différents contrats de travail ou le fait qu'ils doivent rendre compte à une hiérarchie. Ils veulent préserver leur liberté de décider, de penser en travaillant pour eux-mêmes ou en offrant leurs talents à différents clients, d'où la naissance des différents statuts de slasheur, de Freelancer, de consultant, d'entrepreneur en série, ...

### E. Le phénomène start-up

L'Algérie a connu ces derniers temps une émergence d'événements qui ont changé la perception des jeunes, à titre d'exemple Wikistage, TedX, Fikra, Injaz, ...

Ces événements poussent les jeunes à l'entrepreneuriat, et à se lancer dans la création de leur propre start-up. Selon notre questionnaire, 82% des jeunes souhaitent créer leurs propres start-ups.

C'est une façon de s'épanouir grâce à une passion et ne plus suivre un rythme imposé par des managers issus d'une génération Y, X ou baby-boomers.

Pour cela, ils sont prêts à faire des compromis sur leur revenus financiers, à s'associer avec des partenaires ou faire appel à des Business Angels. La dimension humaine prend ici toute son importance. La relation humaine est qualitative, ils

souhaitent une convivialité dans leur travail, mais aussi l'envie de se réaliser, d'obtenir une reconnaissance, des compliments, ...

## VI. CONSTAT

Les jeunes de la génération Z bousculent les habitudes des managers et des RH, ils ont un rythme souple et changent les règles du jeu dans l'entreprise.

Ils ne peuvent supporter rendre des comptes à un supérieur, par ailleurs ce terme leur est complètement hostile, il vaudrait mieux leur arrêter des objectifs et les laisser faire par eux-mêmes [13]. Il faut les challenger en permanence pour ne pas les ennuyer.

Les managers doivent songer à développer des incubateurs en interne au sein de leurs entreprises afin de booster la créativité de ces jeunes.

Autre challenge et défi pour ces managers, c'est d'adapter les rythmes de travail. Les jeunes de la génération Z sont nés avec le Web 2.0, donc complètement rivés à leurs tablettes et smartphones, et donc ne connaissent pas trop le formalisme de leurs aînés, ainsi ils pourront s'adresser directement à leurs responsables via messagerie en usant un langage SMS.

De plus, Le développement de la marque employeur devra d'ici peu évoluer le rôle des RH. Actuellement la fonction recrutement n'est plus l'apanage de la DRH, progressivement, les autres fonctions telle que la Direction des Systèmes d'Informations (DSI), Relations Publiques ou Communication, participeront au recrutement. Devant ce constat, la DRH a l'impression de perdre de ses prérogatives.

Aujourd'hui, de nombreuses entreprises recueillent un nombre important de CV constituant une Base de Données, les mettant en position de force. La venue en masse de la génération Z bouleverse ces comportements et cela suite à la digitalisation des RH.

De plus, offrir un bon salaire ne suffit plus pour être attractif, offrir un cadre de vie professionnelle agréable et une flexibilité d'emploi du temps sont des variables auxquels les candidats de la génération Z prêtent toute leur attention et que les managers d'aujourd'hui devront s'y habituer et s'y adapter.

## VII. CONCLUSION

Au vu du constat fait tout au long de notre étude, il demeure que les jeunes de la génération Z influent grandement sur le monde du travail ; même si cette influence n'est pas assez perceptible en Algérie, à fortiori, ceci bouleversera d'avantage les habitudes de leurs aînés et des managers dans les années à venir.

L'époque du "faites-le par vous-même" commence à laisser place à une nouvelle tendance celle du "faites-le ensemble". Cette époque rehausse l'idée de coopération, de partage et de réseautage, grâce à l'avènement des réseaux sociaux, la libération du mono poste en systèmes distribués, en cloud, mais surtout l'émergence de la logique de "l'open innovation" qui est basée sur de solides axes sociaux, un partage du savoir et des compétences, un esprit de recommandation qui ont fait jaillir des communautés d'open source, de freeware ou autres gratuits qui aujourd'hui concurrencent rudement tout ce qui est payware et autres logiciels.

Ces jeunes de la génération Z qui seront les managers de demain, seront confrontés en un temps si court à une nouvelle génération celle des alphas ( $\alpha$ ) qui sera plus que jamais orientée Web 3.0 ou Web 4.0, Fog, Cloud et où l'idée du lieu de travail pourra disparaître et laisser place à celle de télétravail ou hub collectif. Paris faisant partie des trois (03) villes mondiales les plus dynamiques derrière New-York et Barcelone enregistre un taux de 65% de télétravail [14], ceci peut nous donner un aperçu de la perception du travail de demain.

Restons conscients et lucides et préparons-nous d'emblée à ce bouleversement dans le monde du travail, mais surtout soyons tout aussi flexible que leurs idées afin de parfaire cette cohabitation pour l'émancipation de nos entreprises.

## REFERENCES

- [1] J. Gibson and Al., *Generation Z ascending*, 2013.
- [2] A. Kingston, *Get ready for Generation Z*, MACLEANS, 2014.
- [3] N. Baker, *La génération Z un raz de marée dans l'entreprise*, Tribune Verte, 2016, num. 2780.
- [4] J. Assogba, *Le choc des générations*, Clin d'œil, 2004.
- [5] P. Trunk, *What gen really want ?*, Time, 2007.
- [6] J. Dodd, S. Sagers, and H. Wildy, *Retention in the allied health workforce : Boomers, Generation X, and Generation Y*, 215 219, 2009.
- [7] M. Anctil. *Les nouvelles générations et le sens du travail*, Université Laval, 2006.
- [8] *Office National des Statistiques, Algérie.*
- [9] M. L. Goldschmid, *Comment réussir sa vie professionnelle ?* Webinaire, 2016.
- [10] T. Zeynep. *Managing the impact of employee Turnover on performance*, Harvard Business School, 2008.
- [11] A. K. Przybylski, *Motivational, emotional and behavior correlates of fear of missing out*, Computers in human behavior, 2013.
- [12] F. Geuze. *Revalorisons la fonction managériale*, Université de Lille, 2015.
- [13] E. Delacroix. *Une lettre d'info sur la génération Z*, Enactus, 2015.
- [14] Etude de la Société Française BVA, 2016.